

**INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE**

**DEAM: Departamento de Economía, Administración y Mercadología**

**PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)**

**Programa de economía social**



**ITESO**

Universidad Jesuita  
de Guadalajara

**3J04 Inteligencia Comercial y Cultural para los Negocios Internacionales**

**INTERNACIONALIZACIÓN DE LA OBRA DEL  
FOTÓGRAFO PABLO FERNÁNDEZ DEL VALLE OCHOA: PHOTOVILLE, NYC**

**PRESENTAN**

Lic. En Comercio y Negocios Globales Carlos Alejandro Camarena Vazquez

Lic. En Ingeniería Industrial Álvaro Fernandez Garcirace

Lic. En Comercio y Negocios Globales Rodrigo Nieto González

Lic. En Ingeniería Industrial Santiago Gutierrez Elorriaga

Lic. En Comercio y Negocios Globales Pablo Iván Orozco Beltrán

**PROFESOR PAP:**

Mariana Luna Camacho

Tlaquepaque, Jal. a 15 de mayo de 202

## Índice

<b>1. FUNDAMENTACIÓN DEL TRABAJO.</b>	<b>4</b>
1.1 Descripción del escenario: artista, oferta de valor, características generales.	4
1.2 Descripción general del contexto del artista y de la industria (sector).	4
1.3 Problemática y oportunidades del sector industrial producto.	5
1.4 Validación de las condiciones de participación de la misión comercial / feria comercial: tiempo requerido, beneficios, áreas de oportunidad, costos operativos, presupuestos, apoyo logístico, apoyos públicos.	5
1.4.1 Presupuestos tentativos para las distintas ferias.	7
2.2 Página web y publicaciones.	13
2.3 Objetivos y recomendaciones.	14
2.6 Valoración de la obra	15
3.1 Protección de la obra.	17
3.3 Proceso de registro.	21
<b>4. PROCESO DE SELECCIÓN DE FERIAS/PAÍS.</b>	<b>23</b>
4.1 Trayectoria y portafolio del artista.	23
4.3 Justificación de participación.	24
4.4 Propuesta de feria alternativa.	24
5.1 Información general del país destino.	26
Oportunidades de inversión.	30
5.5.1 Políticos.	32
5.5.2 Jurídicos.	32
5.5.3 Ambientales	33
5.5.5 Comercial/TLC.	33
5.5.6 Sanitarios, fitosanitarios y acceso a mercado.	34
6.1 Segmento NSE.	35
6.2 Características del consumidor.	36
6.3 Segmentación por tribus.	36
6.4 Estructura de la competencia interna.	37
6.5 Productos sustitutos.	37
6.6 Estructura de costos de exportación, modelo de negocio y distribución, requisitos de ingreso al mercado y barreras arancelarias y no arancelarias.	38
<b>7. ANÁLISIS CULTURAL: PARADIGMA Y CÓDIGOS CULTURALES.</b>	<b>39</b>
7.1 Dimensiones culturales: Hofstede.	39
7.2 Culturas de alto o bajo contexto.	40
7.3 Teoría del iceberg.	41
7.4 Perfil cultural del país.	42
7.6 Protocolo de negocios.	43
8.1 Justificación de la propuesta.	44
8.2 Empaque/embalaje.	46

8.3 Papelería (QR y documentos).	49
8.4 Experiencia del cliente (Marketing sensorial y emocional).	50
<b>9. ACOMPAÑAMIENTO.</b>	<b>52</b>
9.1 Características generales del recinto ferial.	52
9.3 Horarios, acreditación y restricciones del recinto ferial.	53
9.5 Movilidad, plataformas, transporte público y renta de autos.	54
9.7 Clima, husos horarios, corriente eléctrica, tipo de cambio y normas de seguridad.	56
9.8 Presupuesto diario, equipaje recomendable.	56
10.1 Prototipo del stand, materiales.	58
11.1 Transportación.	59
11.2 Hospedaje y alimentación.	62
11.3 Costo del espacio físico.	63
11.4 Seguros médicos.	63
11.5 Gastos de representación.	65
11.6 Presupuesto recomendable.	66
11.7 Recomendaciones y sugerencias finales.	66
12.1 Contexto histórico y cultural.	67
12.2 Sitios de interés patrimonio UNESCO.	67
12.3 Parques y reservas naturales.	67
12.4 Recorridos turísticos y de valor histórico.	68
12.5 Oferta gastronómica.	69
12.6 Museos, galerías y centros culturales.	70
12.9 Oferta de espectáculos / oferta deportiva.	72
<b>13. PROGRAMAS DE FOMENTO, APOYOS Y FINANCIAMIENTO PARA PARTICIPAR EN FERIAS Y MISIONES COMERCIALES.</b>	<b>73</b>
13.1 Apoyos federales / Secretaría de Economía.	73
<b>14. CONCLUSIONES</b>	<b>77</b>
<b>15. BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>80</b>

## **1. FUNDAMENTACIÓN DEL TRABAJO.**

El objetivo de este trabajo es realizar un proyecto aplicable a los objetivos de internacionalización de la obra artística del fotógrafo Pablo Fernández de Valle Ochoa, con el fin de analizar las herramientas necesarias que utilizará, analizando tanto los puntos de encuentro de ferias y exposiciones internacionales como las nuevas tendencias y recomendaciones que puedan impulsar y apoyar su carrera. Con la información presentada en este documento, Pablo tendrá un panorama más amplio para poder internacionalizar sus obras y alcanzar sus objetivos.

### **1.1 Descripción del escenario: artista, oferta de valor, características generales.**

Pablo nació en la ciudad de Guadalajara. Desde niño, tomaba fotografías con cámaras analógicas y comenzó a utilizar cámaras digitales cuando surgió la era digital de la fotografía. Dentro de este mundo, tiene cuatro ídolos: Ansel Adams, de origen californiano, quien se dedicó principalmente al paisajismo; Thomas D. Mangelsen, nacido en Nebraska, cuya obra se identifica por las fotografías de animales, aunque también tiene fotografías de paisajes naturales en menor cantidad; y, por último, Ralen Rowell, también nacido en California, famoso por su obra de retratos de montañas. Con la influencia de estos artistas, se puede ver que los tiene presentes en su obra. Pablo ama ver la luz y cómo crea claroscuros en los objetos. La mayor parte de su obra es en blanco y negro.

En su vida académica, estudió en el Colegio de Ciencias, pasó por el ITESO en Ciencias de la Comunicación y decidió cambiar de carrera a diseño industrial en la UAG. Su pasión por la fotografía no se detuvo y continuó con su afición, que después se convirtió en su fuente de ingresos principal al realizar fotografías de productos.

### **1.2 Descripción general del contexto del artista y de la industria (sector).**

Pablo es un fotógrafo de tiempo completo que ha desarrollado sus obras para colocarlas en el mercado internacional. Actualmente, se dedica a comercializar fotografías de productos, las cuales han llegado a grandes marcas mexicanas y han aumentado la popularidad de Pablo en el giro de fotografía de producto. Sin embargo, la pasión de Pablo es la fotografía artística, principalmente el paisajismo. Pablo quiere convertir su pasión en su principal fuente de ingresos. La pasión de Pablo por la fotografía lo ha llevado a exponer su arte en la Cámara de Comercio en Guadalajara,

llenando todo el establecimiento con sus fotografías. Pablo ha tenido experiencias increíbles con la fotografía, por lo que siempre ha estado en contacto con ella y seguirá siendo un gran artista en el ámbito fotográfico.

### **1.3 Problemática y oportunidades del sector industrial producto.**

Actualmente, una de las problemáticas que existen dentro de la industria fotográfica es que millones de personas cuentan con una cámara integrada en sus teléfonos móviles, haciendo que día con día se publique una gran cantidad de fotografías tanto en redes sociales como en plataformas digitales, lo que genera una pérdida de valor para el arte de la fotografía. Otro punto importante que debemos mencionar es que hoy en día es demasiado sencillo realizar una copia de cualquier fotografía, lo que genera incertidumbre en los derechos de autor, por lo que es recomendable siempre tener un buen registro de derechos de autor para evitar la copia y distribución de cualquier obra que se presente al público o en redes sociales.

Pablo, como apasionado de la fotografía, considera que hoy en día no se trata solo de tomar una fotografía y compartirla en redes sociales, sino de estar en el lugar y momento adecuados para poder apreciar un momento irrepetible en el lugar en donde se encuentra. Es por eso por lo que las fotografías de Pablo tienen un gran valor agregado, no solo por la calidad, sino porque cada una tiene historias que narran el momento perfecto en el que fue tomada.

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

Dado el propósito de brindar las herramientas necesarias para que Pablo logre internacionalizar su obra, la propuesta es registrarse y asistir a una feria previamente seleccionada en el extranjero. La ventaja de participar en una feria en el extranjero es que los fotógrafos tienen la oportunidad de mostrar su trabajo a un público internacional, lo que permite ampliar su base de seguidores, y atraer la atención de clientes potenciales. Otro punto en el que se basa esta propuesta es que las ferias son visitadas por expertos, lo que permite establecer conexiones valiosas que podrían ayudar a la carrera del artista

Las ferias que se muestran a continuación son las que recomendamos para que Pablo participe y fueron utilizados los siguientes criterios:

- Una feria dedicada completamente a la fotografía. Se busca que Pablo se integre al mundo de las ferias internacionales y que logre compartir sus fotografías y experiencias tanto con las personas que visitan el evento, así como con otros artistas que se encuentren en ese lugar al igual que él.
- No se excluyen las galerías pequeñas o particulares. Pero a su vez consideramos que la poca concurrencia de personas en el lugar no es algo que Pablo esté buscando para poder popularizar y comercializar su arte.

Considerando los puntos anteriores presentamos a Pablo las siguientes tres opciones para la internacionalización de su obra:

- Photoville: Es una feria que se realiza año con año en Brooklyn, Estados Unidos, en el mes de junio, la cual tiene una duración de quince días iniciando el tres de junio y finalizando el dieciocho del mismo mes. En esta feria, los artistas exponen al aire libre sus fotografías en las zonas más concurridas de la ciudad.
- Photo Forum Fest: Esta feria se realiza en la ciudad de Barcelona, España. Está enfocada en la fotografía de exteriores y fotoperiodismo. El lugar es bastante céntrico y cuenta con muchas amenidades a su alrededor, así como tres instalaciones en las cuales se presentan los fotógrafos compartiendo sus técnicas de fotografía.
- Photopia: Una feria realizada en Hamburgo, Alemania, la cual presenta un dinamismo mayor a las anteriores. Cuenta con tres eventos simultáneos, una galería y un show en los cuales se presentan las marcas relacionadas con el mundo de la fotografía. Cuenta con masterclass y un evento digital el cual es transmitido por aplicaciones de streaming.

#### 1.4.1 Presupuestos tentativos para las distintas ferias.

Esta selección fue realizada tomando en cuenta distintos presupuestos en los cuales se considera el traslado, hospedaje y alimentos.

Clasificamos los presupuestos como amplio, regular y limitado, contemplando 7 días en el país destino cubriendo el evento y algunos días extra para realizar turismo y que Pablo pueda seguir tomando fotografías.

En la columna de Amplio se consideró el presupuesto con más solvencia económica, queremos decir que aquí encontramos hoteles de cinco estrellas con mejores amenidades y en las mejores ubicaciones, restaurantes con renombre internacional, vuelos en primera clase para que todo el viaje sea un referente a la opulencia.

En el presupuesto Regular se buscaron valores en un rango promedio para la ciudad, con esto buscamos hoteles comerciales o tipo business de un rango que es considerado en Nueva York, apropiado para este tipo de viajes. Así mismo, con los restaurantes encontramos cafeterías locales y los medios de transporte sería en un vuelo de clase turista.

Para el presupuesto limitado encontramos los precios más bajos disponibles, en el hotel seleccionamos el menor costo posible, en los restaurantes buscamos puestos de comida, alimentos precocinados en tiendas de conveniencia y restaurantes de comida por un dólar, el medio de transporte buscamos en aerolíneas de bajo costo.

La elección de qué presupuesto llevar será dependiente de las posibilidades del artista y de los apoyos que se logren conseguir.

Los datos que utilizamos para llenar la tabla fueron tomados de distintas páginas web y blogs sobre viajes, turismo, comida y los vuelos fueron tomados desde Google Flights, el hospedaje fue de Google Travel Hotels.

## 1. Photoville

La exposición del 2023 se llevará a cabo en el mes de junio. Con esto en mente, se debe planear por lo menos un año de antelación, pensando que la exposición del 2024 será en el mismo mes.

Para poder participar en la galería, se deben enviar las propuestas en una fecha determinada por los organizadores del evento, quienes a su vez harán una selección de obras donde, de manera discrecional, elegirán las mejores propuestas.

El fotógrafo debe de enviar una selección a su propio criterio de su obra, para que una mesa de jurado, seleccione de entre todos los participantes que envíen su portafolio, la participación es abierta a quien quiera concursar.

### **Áreas de oportunidad:**

Siendo Nueva York una ciudad cosmopolita, cuenta con un catálogo amplio de actividades, desde visitar la gran oferta de museos, pasearse por los parques, como por ejemplo Grand Central Park, que se presta para ser un lugar en el cual se puede hacer fotografía, e incluso la misma ciudad se presta para ser caminada por su arquitectura tan icónica. Nueva York es una ciudad con gran conectividad y se podría realizar viajes a las ciudades de alrededor, como Boston o Philadelphia, que también son ciudades en donde se puede realizar turismo.

<b>Presupuesto</b>			
	<b>Amplio</b>	<b>Regular</b>	<b>Limitado</b>
Vuelos <sup>1</sup>	\$21,000	\$15,000	\$10,000
Hospedaje 7 días <sup>2</sup>	\$65,000	\$42,000	\$28,000
Comidas 7 días <sup>3</sup>	\$12,000	\$8,000	\$5,000
<b>Totales</b>	<b>\$98,000</b>	<b>\$65,000</b>	<b>\$43,000</b>

Los valores están dados en pesos mexicanos (MXN).

## 2. Photo Forum Fest

En la feria de Photo Forum Fest que se realiza en la ciudad de Barcelona, España se realiza en el mes de marzo con una periodicidad anual, está tiene una duración de

<sup>1</sup> Recuperado en marzo 2023, <https://www.google.com/flights?hl=es>

<sup>2</sup> Recuperado en marzo 2023, <https://www.google.com/travel/hotels>

<sup>3</sup> Recuperado en marzo 2023, <https://www.tripadvisor.com.mx/>

tres días, con varias actividades cómo lo son MasterClasses, exposiciones de productos y equipo referente a la fotografía y la misma exposición de las obras.

**Área de oportunidad:**

Al ser realizado en Barcelona, hay una oportunidad de conocer una de las ciudades más hermosas del mundo, con su increíble arquitectura gótica y románica, tiene museos destacados, jardines y acuarios. Existe un turismo gastronómico en la ciudad con propuestas locales interesantes a los que se puede asistir, también está la playa que es un punto importante para la ciudad.

<b>Presupuesto</b>			
	Amplio	Regular	Limitado
Vuelos <sup>4</sup>	\$65,000	\$35,000	\$21,000
Hospedaje 7 días <sup>5</sup>	\$30,000	\$21,000	\$16,000
Comidas 7 días <sup>6</sup>	\$15,000	\$15,000	\$7,200
<b>Totales</b>	\$110,000	\$71,000	\$44,200

Los valores están dados en pesos mexicanos (MXN).

3. Photopia Hamburgo

Esta exposición se realiza en la ciudad de Hamburgo, Alemania. El evento será realizado del 21 al 24 de septiembre del 2023, con una repetición anual. Esta feria se

<sup>4</sup> Recuperado en marzo 2023, <https://www.google.com/flights?hl=es>

<sup>5</sup> Recuperado en marzo 2023, <https://www.google.com/travel/hotels>

<sup>6</sup> Recuperado en marzo 2023, <https://www.tripadvisor.com.mx/>

caracteriza por su dinamismo, ya que ocurren varias actividades a la vez, la exposición fotográfica, así como discursos, master classes y talleres, en paralelo con una plataforma en línea en la que participan personas de manera remota.

**Áreas de oportunidad:**

La ciudad cuenta con edificios históricos y modernos, una escena nocturna popular entre los europeos, y una gran variedad de opciones gastronómicas. La ciudad tiene una historia y cultura que podrían ser de interés para la fotografía, cómo atracciones turísticas, incluyendo museos, galerías artísticas y teatros, así como una amplia variedad gastronómica.

<b>Presupuesto</b>			
	Amplio	Regular	Limitado
Vuelos <sup>7</sup>	\$41,000	\$35,000	\$22,000
Hospedaje 7 días <sup>8</sup>	\$50,000	\$40,000	\$32,000
Comidas 7 días <sup>9</sup>	\$22,000	\$25,000	\$16,000
<b>Totales</b>	\$113,000	\$100,000	\$70,000

Los valores están dados en pesos mexicanos (MXN).

**2. ARTISTA.**

<sup>7</sup> Recuperado en marzo 2023, <https://www.google.com/flights?hl=es>

<sup>8</sup> Recuperado en marzo 2023, <https://www.google.com/travel/hotels>

<sup>9</sup> Recuperado en marzo 2023, <https://www.tripadvisor.com.mx/>

Pablo Fernández del Valle es un fotógrafo apasionado del paisajismo. Sus fotografías logran transmitir un sentido de paz a todas las personas que las ven. Pablo es un profesional de la fotografía y ha practicado este arte toda su vida, nunca ha perdido la pasión ni el profesionalismo.

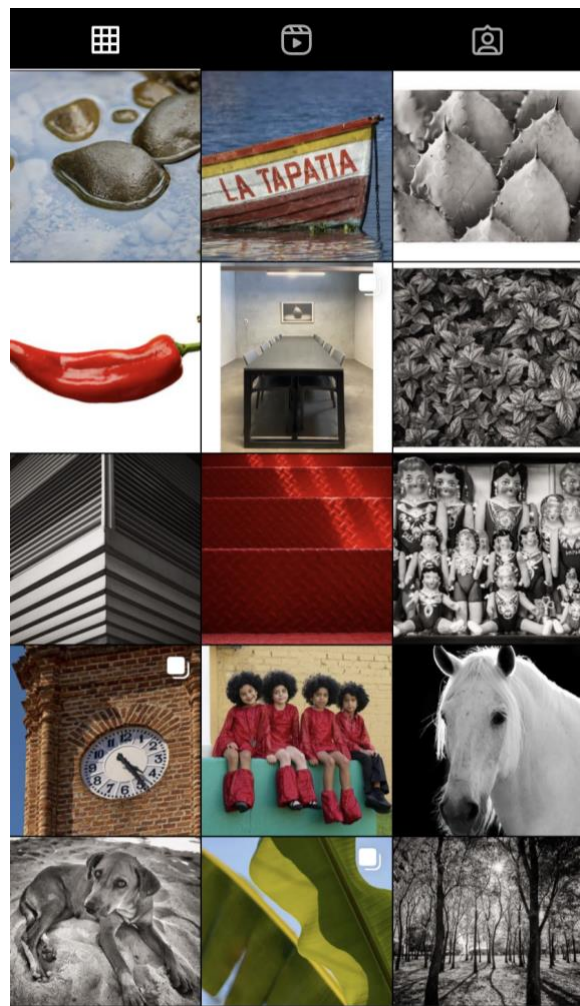
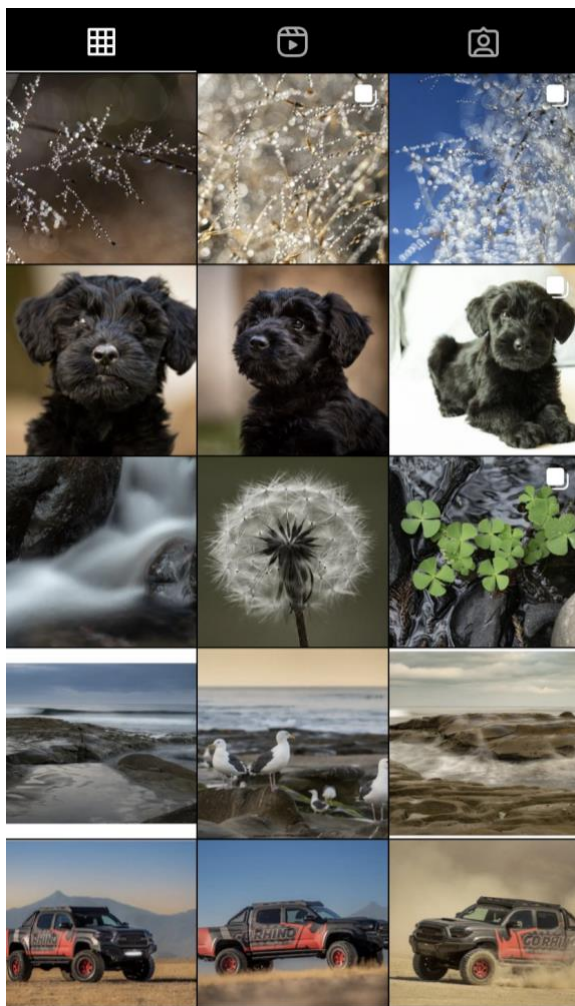
Actualmente, además de realizar fotografías de los ecosistemas naturales de México, también se dedica a la fotografía de productos, lo que lo ha llevado a colaborar con grandes marcas mexicanas, tanto de productos alimenticios como de productos de equipos de uso cotidiano.

Sus expectativas son que sus fotografías artísticas tengan un mayor alcance dentro de todas aquellas comunidades amantes de la fotografía, siempre teniendo en mente dos objetivos principales: generar popularidad de su obra y lograr que esta pasión se convierta en una fuente de ingresos fuerte y estable.

### **2.1 Redes Sociales y relaciones públicas del artista.**

Pablo cuenta con un perfil de Instagram donde comparte algunas de sus fotografías, sin embargo, él tomó la decisión de no compartir todas las fotografías que toma en redes, ya que considera que sus mejores obras deberán exhibirse de manera impresa para poder transmitir sensaciones a las personas que puedan ver su arte en persona. Esto genera un valor agregado a sus obras, ya que cada una de sus fotografías tiene una seriación y solo se puede observar de forma presencial. Sin embargo, recomendamos que al menos una vez por semana se comparta una foto en redes para recordar a los seguidores de Pablo que día a día sigue capturando momentos increíbles en el lugar donde se encuentra.

# Instagram<sup>10</sup>



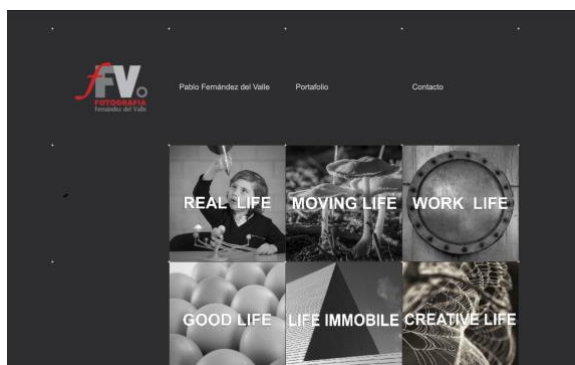
<sup>10</sup> Pablo Fernández del Valle, Instagram: <https://instagram.com/pablofdzdelvalleo?igshid=YmMyMTA2M2Y=>.

## 2.2 Página web y publicaciones.

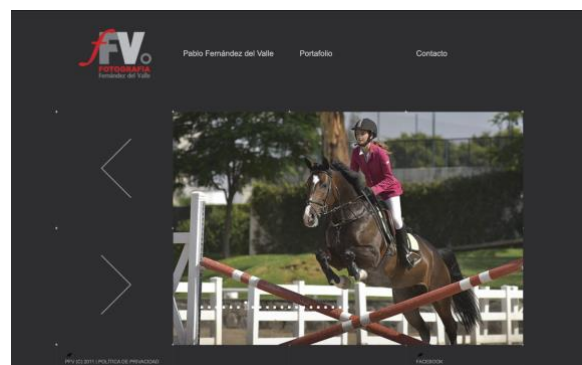
A continuación se muestran algunas imágenes en las que podemos apreciar los sitios web de Pablo. Como podemos observar, su página web contiene poca información incluso se muestra que no se actualiza constantemente. Algo que hemos mencionado en puntos anteriores es que Pablo considera que la mejor forma de apreciar el arte es teniendo la obra física, pero hoy en día una página web es esencial, así como las redes sociales para poder comercializar con más velocidad cada una de las obras.

### Página Web<sup>11</sup>

Inicio:



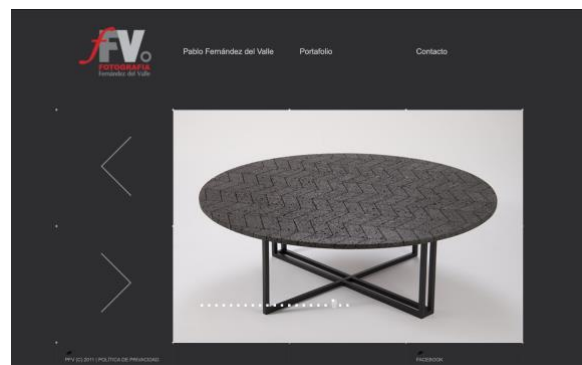
Galería Deportiva:



Biografía:



Galería Producto:



Enlace: <https://www.pfv.mx/>

<sup>11</sup> Pablo Fernández del Valle, <http://www.pfv.mx/>

### **2.3 Objetivos y recomendaciones.**

Dentro de los objetivos de Pablo se tiene lograr la transición de fotografía de producto a fotografía artística, para esto debemos plantear distintos objetivos, como el desarrollo de un portafolio de artista el cual se va a desarrollar dentro de este proyecto, plantear un análisis de los apoyos para artistas que seleccionemos además de tener definido el lugar al que Pablo va a visitar y en el cual podrá dar a conocer sus obras y logrará sus objetivos deseados.

Algunas recomendaciones son el desarrollo de una plataforma digital más especializada en el arte ya que la que se tiene actualmente es bastante general. Además, estar más activo en redes sociales en las cuales si bien no va a publicar todas sus obras va a ayudar a Pablo a tener mayor alcance.

### **2.4 Colaboraciones y merchandising.**

Pablo está abierto a explorar la alternativa de plasmar su obra en diferentes tipos de productos, tales como tazas, playeras, libretas y otros tipos de productos mercadológicos, con el fin de promocionar o incluso comercializar su obra de una manera diferente. Se platicó que existen algunos productos que le gustan más que otros, como por ejemplo, las tazas con sus obras preferidas. Existen plataformas de venta en línea, como lo es el Print-On-Demand, que analizaremos más adelante.

En cuanto a las colaboraciones, Pablo comentó que también estaba abierto a la posibilidad de hacer fotografía en conjunto con otros artistas. Pero antes que nada, es importante definir el tipo de productos que se van a manejar. Si bien Pablo está disponible para cualquier proyecto, buscaremos definir productos que sean de fácil distribución.

### **2.5 Plataforma de venta en línea**

Con la venta en línea se presenta un gran abanico de opciones para comercializar el arte, ya que está disponible en todo momento para todo el mundo, lo que significa que su obra podrá ser comercializada a más clientes. Las plataformas digitales tienen un bajo costo de inversión inicial en comparación con las tiendas físicas, lo cual ya es una ventaja cuando se está comenzando.

Proponemos el Print-On-Demand (POD) como solución para la comercialización de la obra a través de una plataforma web. Este modelo de negocio permite imprimir productos bajo demanda, es decir, cuando el cliente realiza un pedido, se envía una orden para que se imprima la imagen sobre algún objeto ofertado en la página, como papel, lienzos, tazas, playeras o cualquier otro objeto ofertado en la plataforma. Ya existen empresas que prestan este servicio, en donde ellos llevan el stock de los objetos e imprimen sobre ellos; el artista solo necesita ofertar la imagen de la obra.

Si se va a comercializar en línea, es importante que la página sea muy sencilla de utilizar y que tenga un diseño amigable. Recomendamos una actualización de los medios digitales de Pablo, así como definir los precios y las presentaciones fotográficas.

## 2.6 Valoración de la obra

Actualmente Pablo no cuenta con una valoración de obra estandarizada para cada una de ellas, por lo que los precios de venta están a consideración del artista dependiendo el lugar y el momento. Recomendamos realizar los siguientes puntos de análisis para realizar la valoración de cada una de las obras.

- Horas empleadas para realizar la obra: calcular el número de horas invertidas en la obra, sumando cuánto tiempo se tomó para llegar al lugar así como cuánto tiempo se tuvo que esperar para tomar la fotografía perfecta.
- Calidad de materiales: se debe considerar el tipo de materiales que se utilizaran para imprimir la fotografía, además el tipo de marco y material que se le va a colocar para su respectiva presentación.
- Rareza de la obra: considerar cuántas obras se van a imprimir y distribuir, se debe tomar en cuenta la rareza del número de serie que tiene cada una de las obras agregando un valor, ya sea al primero o último número de la seriación.
- Fecha de creación: en este punto se considera la antigüedad de cada una de las obras, se recomienda agregar valor a las obras más nuevas ya que así se tienen seriaciones nuevas y podemos agregar valor por la fecha y por la seriación.

- Viáticos para la elaboración de la obra: se consideran todos los gastos que se tuvieron para poder realizar la fotografía perfecta, desde los viáticos básicos como lo son comida, bebida y transporte, así como las herramientas empleadas en la obra como un porcentaje del valor del equipo fotográfico que se utilice.

Se recomienda utilizar cada uno de estos puntos al momento de valorar una obra, sin embargo podemos agregar o quitar puntos o valor a los mismos a consideración del artista dependiendo de lo que él considere lo más importante para su proceso artístico.

### **3. PROTECCIÓN INTELECTUAL.**

### 3.1 Protección de la obra.

La protección de los derechos de autor es necesaria para cualquier obra creativa, incluyendo la fotografía. Al registrar la fotografía en el Instituto Mexicano de la Propiedad Intelectual (IMPI), el fotógrafo puede asegurarse de que estén legalmente protegidas. En muchos países, incluyendo los Estados Unidos, el registro de derechos de autor es opcional, pero puede ser muy útil si se necesita emprender acciones legales contra infractores, aparte de demostrar ser dueño de ella ante una autoridad.

Se recomienda cómo protección agregar una marca de agua a las fotografías, que incluya el nombre del fotógrafo, así como una leyenda de derechos de autor. Esto puede disuadir a las personas que deseen utilizar la obra sin permiso y también sirve como una manera de atribución en caso de que alguien quiera utilizarla.

Al publicar fotografías en línea el fotógrafo puede especificar los términos de la licencia, estableciendo opciones como una licencia de uso no comercial, una licencia de uso con atribución requerida o una licencia de uso comercial con pago de regalías. Es importante establecer los términos de la licencia claramente para evitar confusiones. Si un fotógrafo trabaja con clientes o colaboradores, puede crear un contrato que incluya los términos de la licencia y el uso permitido de sus fotografías. Un contrato claro puede ayudar a proteger los derechos del fotógrafo y evitar malentendidos.<sup>12</sup>

Vigilar la web en busca de infracciones de los derechos de autor es fundamental. Hay herramientas en línea que pueden ayudar a hacer esto, como Google Images o TinEye, que permiten buscar imágenes similares en línea.

Es importante recordar que la protección de los derechos de autor es importante, pero también es fundamental ser realista y no permitir que el miedo a la infracción limite la creatividad y la capacidad de compartir obras.

### 3.2 Marca registrada.

---

<sup>12</sup> OMPI, [https://www.wipo.int/wipo\\_magazine/es/2006/02/article\\_0010.html](https://www.wipo.int/wipo_magazine/es/2006/02/article_0010.html)

Una marca es un nombre, término, símbolo u otra característica distintiva que identifica y diferencia los productos de una empresa de los de otras. La marca puede ser una palabra, una imagen, un sonido o cualquier otra cosa que pueda distinguir los productos, en este caso el nombre y firma podrán ser registrados cómo marca.<sup>13</sup>

La marca de Pablo puede utilizarse como una herramienta de marketing. Puede ayudar a que las personas identifiquen sus obras en cualquier producto en el que se encuentre. Con la creación de marca con productos comerciales debe tener una identificación irrepetible la cual pueda ofrecer a Pablo ventajas a largo plazo.

Es importante que Pablo cuente con marca registrada para proteger su proyecto ante cualquier persona que quiera copiarlo o comercializarlo sin su autorización. Este registro es la identificación legal de cada artista el cual les permite tener los derechos exclusivos sobre el uso de la obra además de generar la capacidad de protegerse de imitadores.

Actualmente el artista no cuenta con una marca registrada, recomendamos realizar este trámite ante el IMPI. A continuación los pasos para realizar el registro:

1. Búsqueda de antecedentes: antes de iniciar el proceso de registro, se debe realizar una búsqueda exhaustiva para asegurarse de que la marca que se desea registrar no esté ya en uso o registrada por otra persona o empresa.
2. Solicitud de registro: Una vez que se ha realizado la búsqueda de antecedentes y se ha confirmado que la marca está disponible, se debe presentar la solicitud de registro ante el IMPI. La solicitud debe contener información detallada sobre la marca, incluyendo su nombre, diseño, productos o servicios asociados, entre otros.
3. Examen de fondo: Después de presentar la solicitud, el IMPI realizará un examen de fondo para determinar si la marca cumple con los requisitos legales

---

<sup>13</sup> Gobierno de México, <https://www.gob.mx/impi/articulos/imagen-comercial-protege-las-caracteristicas-unicas-de-tu-producto-o-servicio?idiom=es>

<https://www.gob.mx/tramites/ficha/solicitud-de-registro-de-marca-ante-el-impi/IMPI88>

para ser registrada. Este examen incluye la revisión de la originalidad de la marca, su distintividad y su adecuación para el uso en el mercado.

4. Publicación en la Gaceta de la Propiedad Industrial: Si la marca ha superado el examen de fondo, se publicará en la Gaceta de la Propiedad Industrial para permitir que terceros puedan oponerse al registro si consideran que la marca infringe sus derechos.
5. Oposiciones y resolución: Durante un plazo de un mes a partir de la publicación de la marca en la Gaceta, terceros pueden presentar oposiciones al registro de la marca. El IMPI resolverá estas oposiciones y, si las considera válidas, podrá rechazar la solicitud de registro de la marca.
6. Registro: Si la marca ha superado el examen de fondo y no ha recibido oposiciones válidas, se procederá a registrarla en el IMPI y se expedirá el certificado de registro correspondiente.

El registrar una marca en el IMPI es la protección legal que proporciona a su propietario en México favoreciendo a Pablo, que le ayude a aumentar el valor de la marca-persona. Además, también puede ayudar a diferenciarse de la competencia y construir una imagen de marca sólida.<sup>14</sup>

En nuestro país el registro de marca, brinda el derecho al uso exclusivo en el territorio nacional por 10 años, además puede ayudar a iniciar acciones legales por posible mal uso de la marca y facilita el otorgar licencias de uso o franquicias.

La lista de documentos para presentar una solicitud de registro de marca es la siguiente:

---

<sup>14</sup> Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI). (2023). Página principal. Recuperado el 7 de marzo de 2023, de <https://www.gob.mx/impi>

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

### 3.3 Proceso de registro.

En México, el registro de obras artísticas se realiza a través del Instituto Nacional del Derecho de Autor (INDAUTOR). Para registrar una obra artística en México, se deben seguir los siguientes pasos:

Llenar el formulario de solicitud: La solicitud de registro se realiza a través del formulario electrónico disponible en la página web de INDAUTOR. Es importante completar la información requerida en el formulario y proporcionar los datos personales y de contacto.

Crear una cuenta en línea: Para poder registrar la obra de forma electrónica, es necesario crear una cuenta en línea en la página de INDAUTOR. La cuenta se crea proporcionando la información personal del solicitante y generando una contraseña.

Adjuntar los documentos requeridos: La solicitud de registro debe ir acompañada de los siguientes documentos: la obra en formato digital, copia de identificación oficial del solicitante y comprobante de pago de la tasa correspondiente.

Pagar la tasa: El registro de obras artísticas en México tiene una tasa de registro que debe ser pagada en línea. El monto de la tasa varía según el tipo de obra que se esté registrando.

Enviar la solicitud: Una vez que se han completado los pasos anteriores, se debe enviar la solicitud de registro en línea a través del portal de INDAUTOR.

Es importante tener en cuenta que el proceso de registro de una obra artística en México puede tardar algunas semanas en ser procesado por INDAUTOR. Una vez que se completa el registro, se emite un certificado de registro que acredita al titular de la obra como propietario de los derechos de autor de la misma.

Sí, es posible registrar una obra artística en todo el mundo, aunque el proceso y los requisitos pueden variar según el país en el que se desee registrar la obra.

En algunos países, como México, el registro de obras artísticas es voluntario, es decir, no es necesario registrar la obra para que tenga protección de derechos de autor. Sin embargo, registrar la obra puede ser útil en caso de que se necesite hacer valer los derechos de autor en un proceso legal.

Para registrar una obra artística en otros países, se debe investigar cuál es la entidad gubernamental encargada de la propiedad intelectual en ese país y seguir los procedimientos que se establecen. En algunos casos, se puede utilizar un registro internacional de derechos de autor, como el Convenio de Berna, para proteger la obra

en múltiples países. Este convenio establece un estándar mínimo de protección de los derechos de autor en más de 170 países que son parte del tratado.

Es importante tener en cuenta que el registro de una obra artística en un país no garantiza la protección de los derechos de autor en todos los países. Por lo tanto, es recomendable consultar con un abogado especializado en propiedad intelectual para obtener asesoramiento específico sobre el registro de una obra artística en diferentes países.<sup>15 16</sup>

#### 4. PROCESO DE SELECCIÓN DE FERIAS/PAÍS.

El proceso de selección de ferias es el conjunto de pasos que se utilizaron en este proyecto para elegir la feria o exposición que más le conviene al artista con base en sus objetivos. El proceso de selección de ferias es variable dependiendo de los objetivos de cada artista.

---

<sup>15</sup> Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, <https://www.gob.mx/impi>

<sup>16</sup> Gobierno de México, <https://www.gob.mx/tramites/ficha/solicitud-de-registro-de-marca-ante-el-imp/IMPI88#:~:text=Reg%C3%ADstrate%20para%20obtener%20un%20usuario,bancaria%20o%20por%20transferencia%20electr%C3%B3nica.>

#### **4.1 Trayectoria y portafolio del artista.**

Pablo cuenta con más de treinta años de experiencia, su pasión nació desde la preparatoria y desde ese tiempo a la fecha no ha dejado de tomar fotografías por toda la República Mexicana y el extranjero.

Colaborando con grandes marcas, Pablo decidió establecer un estudio profesional en Guadalajara en el cual se encuentra día y noche tomando fotografías para sus clientes. Visitar el estudio de Pablo es toda una experiencia, desde la música que escucha hasta la sala de sesiones fotográficas te envuelve completamente de toda su experiencia profesional. Además, Pablo tiene una historia increíble para cada una de las fotografías que se encuentran dentro de su estudio así como las que tomará próximamente.

#### **4.2 Contexto de la feria.**

Después de tener un diálogo con Pablo, en el cual se presentaron y plantearon las tres opciones que se contemplaron como ferias internacionales, mencionadas en puntos anteriores, Pablo tomó la decisión de asistir a Photoville, considerando la siguiente información:

Photoville es una feria de fotografía que se celebra en Brooklyn, Nueva York, desde 2012. Esta feria se caracteriza por ser un evento gratuito y al aire libre, que transforma espacios públicos en un área temporal de exhibiciones fotográficas, talleres, charlas, proyecciones y eventos relacionados con la fotografía.

Photoville se celebra anualmente en el parque Brooklyn Bridge Park y atrae a una gran cantidad de visitantes cada año. La feria es conocida por presentar obras de artistas locales e internacionales emergentes y establecidos, así como por su compromiso con la comunidad y la educación. La feria también se destaca por su enfoque en la inclusión y la diversidad, y por su programa de eventos y exposiciones que abordan temas sociales y políticos relevantes.

#### **4.3 Justificación de participación.**

Algunas ventajas sobre exponer en Photoville son:

- **Exposición internacional:** Photoville es una de las ferias de fotografía más grandes e influyentes en los Estados Unidos y atrae a una gran cantidad de visitantes y coleccionistas de arte de todo el mundo. Esto te brinda la oportunidad de exponer tu trabajo a un público internacional y potencialmente ganar mayor reconocimiento.
- **Diversidad cultural:** Photoville es un evento que celebra la diversidad y la inclusión cultural. Como artista mexicano, tu trabajo puede ofrecer una perspectiva única y enriquecedora a la exposición.
- **Networking:** La feria Photoville es una excelente oportunidad para conocer a otros artistas y profesionales del arte de todo el mundo, lo que puede conducir a nuevas colaboraciones y oportunidades futuras.
- **Ventas de arte:** La exposición de tu trabajo en la feria puede ayudarte a vender tus obras de arte a coleccionistas y aficionados que visitan la feria.
- **Promoción y publicidad:** Al participar en la feria Photoville, tu trabajo recibirá promoción y publicidad internacional a través de los medios de comunicación y la plataforma de la feria, lo que puede ayudarte a aumentar tu visibilidad y reconocimiento en el mundo del arte.

#### **4.4 Propuesta de feria alternativa.**

El evento llamado Photo Forum Fest, se realiza en Barcelona, España. Tiene como objetivos principales promover la fotografía como medio de expresión artística y herramienta para la documentación de la realidad. Además, busca proporcionar una plataforma para que fotógrafos emergentes y establecidos puedan exhibir su trabajo y conectarse con el público y otros profesionales de la fotografía.

Otro objetivo importante de la feria es fomentar la educación y el intercambio de ideas y conocimientos sobre fotografía y temas relacionados, con el fin de mejorar la calidad y el impacto de la fotografía como medio artístico y documental. Asimismo, se busca celebrar la diversidad de perspectivas y enfoques en la fotografía contemporánea, reconociendo la importancia de la creatividad y la originalidad en el mundo de la fotografía.

## **5. MARCO CONCEPTUAL DE REFERENCIA: PESTEL / PAÍS DESTINO.**

### **5.1 Información general del país destino.**

Los Estados Unidos son un país diverso en cuanto a geografía, cultura y demografía. La cultura estadounidense es influenciada por la inmigración y es conocida por ser

diversa y ecléctica. El país es famoso por su influencia cultural en todo el mundo, su economía altamente desarrollada y su sistema político democrático.

En cuanto a la ciudad destino, Nueva York es una de las más grandes y pobladas de los Estados Unidos. Se encuentra en la costa este del país, en el estado de Nueva York, y es la ciudad más poblada de los Estados Unidos, con más de 8 millones de habitantes. Además, es un importante centro económico, cultural y turístico del mundo.

Nueva York es reconocida por su diversidad cultural y es hogar de una amplia variedad de comunidades étnicas y religiosas. Es una ciudad vibrante y llena de energía, con una gran cantidad de atracciones turísticas, incluyendo la Estatua de la Libertad, el Empire State Building, Central Park, el Museo Metropolitano de Arte y Times Square.<sup>17 18</sup>

## 5.2 Análisis demográfico y macroeconómico.

Análisis de Nueva York, es la propuesta principal para el fotógrafo:

Demografía:

New York cuenta con una población de más de 8.8 millones de habitantes lo cual la convierte en una de las ciudades más pobladas de Estados Unidos, cuenta con una composición cultural en la cual el 42.7% de la población es blanca, 29.1% es hispana y el resto se compone por personas afroamericanas y asiáticas. En promedio las personas que viven en New York tienen 36 años es una ciudad muy popular y cuenta con personas jóvenes y adultas cubriendo todas las necesidades de mercado de cualquier giro artístico que se comercialice.

Macroeconómico:

- PIB: Según el Departamento de Trabajo de Estados Unidos, el PIB de la ciudad de Nueva York en 2020 fue de aproximadamente 1,4 billones de dólares, lo que la convierte en una de las economías más grandes del mundo.

---

<sup>17</sup> *United States - The World Factbook*. (s. f.). <https://www.cia.gov/the-world-factbook/countries/united-states/>

<sup>18</sup> Gopnik, P. A. J. R. (2023, 8 marzo). *United States | History, Map, Flag, & Population*. Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/place/United-States>

- Industrias principales: Las principales industrias de la ciudad de Nueva York son las finanzas, los servicios profesionales y de negocios, la tecnología, el turismo, la moda y las artes. También hay importantes sectores de manufactura y comercio minorista.
- Tasa de desempleo: Según el Departamento de Trabajo de Estados Unidos, la tasa de desempleo en la ciudad de Nueva York en enero de 2023 fue del 5,2%, ligeramente por encima de la tasa de desempleo nacional del 4,2% en el mismo período.
- Ingreso per cápita: El ingreso per cápita de la ciudad de Nueva York es de aproximadamente 67.000 dólares al año, según la Oficina del Censo de Estados Unidos. Sin embargo, hay una gran desigualdad en la distribución del ingreso en la ciudad, y muchas personas viven por debajo del umbral de la pobreza.

Análisis de Barcelona, que es la ciudad alternativa a la propuesta:

Demografía:

- Población: Según el Instituto Nacional de Estadística de España, la población de la ciudad de Barcelona en 2021 es de aproximadamente 1.6 millones de habitantes.
- Composición étnica: Barcelona es una ciudad muy diversa y multicultural. La composición étnica de la ciudad es la siguiente: aproximadamente el 70% de la población es de origen español, mientras que el 30% restante está compuesto por inmigrantes de otros países, principalmente de América Latina, África, Asia y Europa.
- Edad: La edad mediana de la población de Barcelona es de 43 años. El 16,4% de la población tiene menos de 18 años, el 12,9% tiene entre 18 y 24 años, el 27,8% tiene entre 25 y 44 años, el 23,5% tiene entre 45 y 64 años y el 19,4% tiene 65 años o más.
- Idioma: El idioma oficial de Barcelona es el catalán, aunque también se habla español y otros idiomas debido a la diversidad de la población.

Macroeconómico:

- PIB: Según el Instituto Nacional de Estadística de España, el PIB de Barcelona en 2020 fue de aproximadamente 94 mil millones de euros, lo que la convierte en una de las economías más importantes de España y Europa.
- Industrias principales: Las principales industrias de Barcelona son el turismo, el comercio, la industria textil, la tecnología y la construcción. También hay importantes sectores de manufactura y servicios.
- Tasa de desempleo: Según el Instituto Nacional de Estadística de España, la tasa de desempleo en Barcelona en el segundo trimestre de 2021 fue del 10,4%, ligeramente por encima de la tasa de desempleo nacional del 9,3% en el mismo período.
- Ingreso per cápita: El ingreso per cápita en Barcelona es de aproximadamente 25.000 euros al año, según el Ayuntamiento de Barcelona. Sin embargo, hay una gran desigualdad en la distribución del ingreso en la ciudad, y muchas personas viven por debajo del umbral de la pobreza.

Como podemos observar ambas ciudades tienen cualidades que las hacen únicas, por ejemplo: cada una de ellas es sede artística en sus respectivas localidades lo que facilita la promoción del arte tanto en ferias como en las comunidades que rodean esta ciudad. Este dato es uno de los más importantes ya que en cada una de ellas se podrá tener un buen alcance tanto para personas conocedoras como aficionados además de generar un interés mayor en cada persona y lograr ventas. <sup>19 20</sup>

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

Algo que debemos mencionar sobre nuestro país destino es que la ciudad de Nueva York presenta diversos factores que debemos tomar en cuenta en relación a la seguridad en el país. Existe la posibilidad de un ataque cibernético que pueda falsificar las fotografías de Pablo, o la suplantación de identidad. No obstante, es

---

<sup>19</sup>Banco Mundial, <https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.PCAP.CD>

<sup>20</sup>Banco Mundial, <https://datos.bancomundial.org/pais/espana>

importante destacar que Pablo cuenta con un respaldo impecable para el manejo de cada una de sus fotografías, lo que sirve como herramienta para inhibir los riesgos que esto presenta.

Considerando que Nueva York es uno de los lugares más importantes en Estados Unidos para promover el arte, también debemos considerar que Pablo no está registrado ante el IMPI, lo que puede dificultar la recuperación de sus obras en caso de algún problema legal. Es por ello que recomendamos incluir este paso en el proceso de protección de las obras expuestas.

El fraude es otro riesgo a tener en cuenta en este negocio, especialmente en los métodos de pago. Por lo tanto, recomendamos que las negociaciones sean realizadas en espacios seguros y que se tenga en cuenta que el valor de la obra es un punto clave de la misma. Si el precio de la obra cambia repentinamente durante la negociación, se puede poner en riesgo el valor y prestigio de la obra.

#### **5.4 Relación económica, comercial, social, cultural destino país con México.**

Relación comercial:

México y Estados Unidos son socios comerciales muy importantes. En 2020, el comercio bilateral entre ambos países ascendió a más de 530 mil millones de dólares. Estados Unidos es el principal destino de las exportaciones mexicanas, mientras que México es el segundo mercado más importante para las exportaciones estadounidenses, después de Canadá.

Los dos países tienen un tratado de libre comercio, conocido como el Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC), que entró en vigor en 2020 y reemplazó al Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN).

Relación social:

México y Estados Unidos comparten una larga frontera de más de 3,000 kilómetros, lo que ha llevado a una importante relación social entre los dos países. Aproximadamente 36 millones de personas de origen mexicano viven en Estados Unidos, lo que los convierte en la mayor minoría étnica del país. Además, muchos estadounidenses viajan a México cada año para vacacionar o trabajar. Esta

interacción ha llevado a una mezcla de culturas, especialmente en la región fronteriza, donde la música, la comida y el lenguaje se entremezclan.

Relación cultural:

México y Estados Unidos comparten una historia cultural que se remonta a la época precolombina y se extiende hasta la actualidad. La cultura mexicana ha influido mucho en la cultura estadounidense, particularmente en la música, el cine y la comida. La comida mexicana es muy popular en Estados Unidos y se ha adaptado a los gustos estadounidenses, lo que ha creado una mezcla única de sabores. A su vez, la cultura estadounidense ha impactado en México, especialmente en la industria cinematográfica y musical, donde el cine estadounidense ha sido una importante fuente de entretenimiento e inspiración para la producción de películas mexicanas.<sup>21</sup>

### Oportunidades de inversión.

La ciudad que tenemos como objetivo es una de las más importantes en cuanto a sedes artísticas, pero destaca en particular en el ámbito de la fotografía. Es fundamental resaltar que aquí se respira arte todos los días, por lo que hemos identificado los siguientes puntos clave para invertir en este campo en esta ciudad:

Pros:

1. Potencial de apreciación del valor: El mercado del arte ha sido históricamente una inversión sólida y, en Brooklyn, el potencial de apreciación del valor es aún mayor. Esto se debe a que la escena artística de Brooklyn está en constante evolución, y el éxito de artistas emergentes y la revitalización de vecindarios pueden aumentar significativamente el valor de una obra de arte.
2. Diversificación de la cartera: La inversión en arte puede ser una forma efectiva de diversificar una cartera de inversión, especialmente si se combina con otras formas de inversión, como acciones, bonos y bienes raíces.

---

<sup>21</sup>Gobierno de México, <https://www.gob.mx/sre/acciones-y-programas/mexico-y-estados-unidos-una-relacion-dinamica-multitematica-y-estrategica>

3. Aspecto emocional: Muchos inversores disfrutaban de la inversión en arte porque les brinda una conexión emocional con la obra y les permite apoyar a artistas emergentes y a la comunidad artística en general.

Contras:

1. Volatilidad del mercado: Aunque el mercado del arte ha sido históricamente una inversión sólida, también puede ser muy volátil, lo que significa que el valor de una obra de arte puede fluctuar significativamente en un corto período de tiempo.
2. Falta de liquidez: La inversión en arte puede ser una inversión de largo plazo, ya que puede ser difícil vender una obra de arte rápidamente en caso de necesidad de liquidez.
3. Riesgos de autenticidad y calidad: La inversión en arte conlleva el riesgo de que una obra de arte no sea auténtica o de baja calidad, lo que puede afectar significativamente su valor.

Como podemos observar estos puntos son los que se consideran más críticos dentro de la escena artística en New York, si bien es una ciudad con mucho potencial, también es una ciudad con muchos riesgos que no podemos dejar de lado. Es por eso que en este documento encontramos un análisis de costo, además de aspectos legales que debemos tomar en cuenta para tener especial cuidado al momento de estar en alguna exposición.<sup>22 23</sup>

## 5.5 Análisis de riesgos del país destino

### 5.5.1 Políticos.

Los aspectos políticos son una consideración crítica al adentrarnos en el mercado estadounidense. Aunque este mercado es flexible, hay temas que debemos tratar con especial cuidado al trabajar con ellos. La censura es una preocupación común para artistas y organizaciones artísticas en los Estados Unidos, y puede ser impuesta por

---

<sup>22</sup>BBVA, <https://www.bbva.com/es/arte-invertir-arte/>

<sup>23</sup>Forbes, <https://www.forbesargentina.com/money/de-artistas-emergentes-nft-como-invertir-arte-como-refugio-tiempos-crisis-n12953>

gobiernos locales, estatales o federales. Las regulaciones gubernamentales también pueden afectar a artistas y coleccionistas que deseen vender o exportar obras de arte fuera del país, y pueden ser especialmente complicadas en el caso de obras de arte consideradas patrimonio cultural. Además, el arte puede ser utilizado como una forma de protesta política o social, lo que puede llevar a riesgos para la seguridad del artista o de la obra. Por último, los cambios en la política gubernamental pueden tener un impacto en el arte y la cultura en los Estados Unidos, como reducciones presupuestarias o políticas que afecten la financiación del arte y la cultura. Es importante recordar que estos puntos son el resultado de una serie de acontecimientos históricos en el país, y se recomienda tratarlos con especial cuidado o utilizarlos como punto de referencia en lugares apropiados, como ferias o foros especializados de discusión.

### 5.5.2 Jurídicos.

En Estados Unidos, los riesgos legales relacionados con el arte son una preocupación importante para los artistas, coleccionistas y otros involucrados en la industria del arte. Los principales riesgos legales relacionados con el arte en los Estados Unidos incluyen los derechos de autor y propiedad intelectual, los contratos y acuerdos, y el fraude y la falsificación. Los artistas y coleccionistas deben ser conscientes de estos riesgos y tomar medidas para protegerse y asegurarse de que sus obras estén debidamente protegidas. Los términos de los contratos y acuerdos deben ser revisados cuidadosamente para evitar consecuencias legales no deseadas, mientras que el fraude y la falsificación son riesgos comunes en el mercado del arte que pueden resultar en importantes pérdidas financieras para los involucrados.<sup>24</sup>

### 5.5.3 Ambientales

La conservación de las obras de arte es fundamental para mantener su valor y belleza, sin embargo, existen riesgos que pueden dañarse irreversiblemente. En este sentido, la humedad puede provocar la descomposición de la madera y la aparición de moho en las pinturas y esculturas de este material. Asimismo, los cambios bruscos de temperatura pueden expandir o contraer los materiales de las obras de arte, lo que

---

<sup>24</sup>Santander, <https://santandertrade.com/es/portal/establecerse-extranjero/estados-unidos/entorno-legal>

puede causar fisuras o deformaciones. Además, la luz directa del sol puede provocar el desvanecimiento de los colores de las fotografías y obras en papel, y aumentar la temperatura en las obras de arte, provocando daños similares a los mencionados.<sup>25</sup>

Ninguno de estos temas representan un riesgo para el trabajo de internacionalización, ya que el organizador del evento se encarga de imprimir las fotografías, cómo es una exposición al aire libre estas son temporales y no debe de contemplarse riesgos para este caso en particular.

#### 5.5.4 Sociales.

Los principales riesgos sociales son:

- Censura y exclusión: El arte puede ser objeto de controversia y provocación, lo que puede llevar a la censura y a la exclusión de ciertas comunidades y artistas.
- Corrupción y explotación: El arte es una industria lucrativa que puede ser objeto de corrupción y explotación, lo que puede tener consecuencias financieras y legales para artistas y compradores, y puede llevar a una falta de integridad artística y exclusión de ciertos tipos de arte.<sup>26</sup>

#### 5.5.5 Comercial/TLC.

El T-MEC entre México, Estados Unidos y Canadá establece reglas sobre el comercio de bienes y servicios entre ambos países, lo que puede dificultar la importación y exportación de obras de arte debido a las restricciones comerciales. Además, el T-MEC establece normas sobre la protección de los derechos de autor y propiedad intelectual, lo que tiene implicaciones para los artistas y creadores de obras de arte en ambos países. Estas normas incluyen la protección de los derechos de autor durante un periodo mínimo de vida del autor más 70 años, la obligación de los países miembros de establecer medidas de protección efectivas de derechos de autor y propiedad intelectual, y la obligación de garantizar un acceso equitativo a estos derechos y establecer mecanismos para resolver las disputas. Es importante tener en cuenta que las políticas comerciales pueden cambiar en función de las relaciones

---

<sup>25</sup> UNESCO, [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000367634\\_spa](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000367634_spa)

<sup>26</sup> El país, [https://elpais.com/diario/2011/02/08/cultura/1297119602\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2011/02/08/cultura/1297119602_850215.html)

entre ambos países, lo que puede afectar el mercado del arte en ambos lados de la frontera. Por ejemplo, las políticas comerciales restrictivas pueden limitar el acceso a obras de arte y aumentar los costos.<sup>27</sup>

#### 5.5.6 Sanitarios, fitosanitarios y acceso a mercado.

Los riesgos sanitarios se refieren a los que están relacionados con la salud humana. Por otro lado, los riesgos fitosanitarios se relacionan con la salud de las plantas y los animales. En Estados Unidos existe una preocupación y un cuidado cauteloso en este ámbito, que se relaciona con la seguridad alimentaria y en el comercio exterior.

Algunos de los riesgos sanitarios y fitosanitarios que enfrenta Estados Unidos son:

- La contaminación química de los alimentos.
- Enfermedades animales y vegetales.
- Resistencia antimicrobiana, que reduce la efectividad de los medicamentos.
- La presencia de organismos genéticamente modificados.

Para enfrentar estos riesgos, Estados Unidos establece requisitos y normas para la producción y comercialización de productos alimentarios, agrícolas, animales y farmacéuticos.

## 6. ANÁLISIS DEL MERCADO /SEGMENTO/ COMPETENCIA/ PRODUCTO /CONSUMIDOR DEL PAÍS DESTINO.

### 6.1 Segmento NSE.

El segmento NSE es una herramienta de análisis de mercado que se utiliza para clasificar a la población según su nivel socioeconómico. Esta clasificación se basa en factores como el ingreso, la educación, el empleo, la propiedad de la vivienda y otros indicadores relevantes. En México, esta clasificación se divide en seis niveles que van

---

<sup>27</sup> Consulmex, <https://consulmex.sre.gob.mx/nuevayork/images/departamentos/asunpoleco/Economicos/Comercio-Exterior.pdf>

desde el A/B, el más alto, hasta el E, el más bajo. Esta información se utiliza para segmentar el mercado y diseñar estrategias de marketing dirigidas a diferentes grupos de consumidores.

En la ciudad de Nueva York, la clasificación socioeconómica varía significativamente. Según los datos del censo de Estados Unidos, la mediana del ingreso familiar en la ciudad de Nueva York es de aproximadamente \$72,000 dólares al año, pero este número puede variar según la ubicación geográfica y otros factores. La ciudad cuenta con áreas de altos ingresos y niveles educativos, así como con áreas de bajos ingresos y niveles educativos. Dado que la feria se encuentra en Brooklyn, se espera que la audiencia tenga un nivel socioeconómico de al menos A/B+, ya que estos tienen más capacidad adquisitiva y son más propensos a gastar en arte.

En resumen, la ciudad de Nueva York es una ciudad diversa en términos de ingresos y niveles socioeconómicos, lo que hace difícil proporcionar un promedio del NSE. Sin embargo, la información disponible indica que existe una amplia gama de niveles socioeconómicos en la ciudad, lo que la convierte en un mercado interesante para los negocios y la comercialización.

Los mexicanos también representan una parte importante de la población de la ciudad de Nueva York, con una presencia significativa en áreas como Queens y

Brooklyn. Muchos mexicanos en Nueva York trabajan en industrias como la construcción, la hostelería y la limpieza, y algunos también tienen pequeños negocios como restaurantes y tiendas de abarrotes. A pesar de que los mexicanos en Nueva York enfrentan desafíos como la discriminación y la falta de acceso a oportunidades económicas, siguen siendo una comunidad vibrante y diversa en la ciudad.<sup>28</sup>

## **6.2 Características del consumidor.**

El consumidor de arte de fotografía en una feria de arte en Brooklyn puede ser considerado como un público objetivo altamente específico. Este tipo de consumidor tiende a ser muy selectivo en cuanto a la calidad y el estilo de las obras que desea adquirir, y puede estar dispuesto a invertir una cantidad significativa de dinero en una pieza única y especial. Es posible que estén buscando obras que les resulten

---

<sup>28</sup> BBC, <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-46705825>

emocionalmente conmovedoras o les inspiren sentimientos particulares, y que estén interesados en obras contemporáneas que reflejan las tendencias artísticas actuales. En general, los consumidores de arte de fotografía en una feria de arte en Brooklyn pueden ser considerados como un grupo exigente y conocedor, que busca adquirir piezas únicas que se adapten a sus gustos y necesidades.

Brooklyn es una zona muy popular y visitada por una amplia variedad de personas. Entre los visitantes se encuentran turistas de todas partes del mundo que vienen a conocer los diferentes atractivos que ofrece la ciudad, así como también estudiantes y jóvenes profesionales que buscan una experiencia de vida más económica en comparación con el centro de Manhattan. Además, Brooklyn es conocido por ser un centro cultural y artístico, por lo que atrae a muchos amantes del arte y la cultura, tanto locales como de otras partes de la ciudad. Por lo tanto, es común ver una mezcla de personas en Brooklyn, desde turistas y estudiantes hasta artistas y profesionales del arte.<sup>29 30</sup>

### 6.3 Segmentación por tribus.

En la ciudad destino podemos contemplar bastantes tribus las cuales están enfocadas en distintos tipos de arte y de culturas. Si bien la fotografía es una de las más importantes dentro de la ciudad también debemos contemplar que hay muchas personas las cuales cuentan con un gusto por el arte moderno tanto fotografía como escultura y pintura. La fotografía de paisajes siempre ha sido una de las más solicitadas debido a que las personas buscan tener paisajes dentro de sus hogares y que mejor que sean paisajes tomados en el lugar y momento indicados lo cual puede favorecer a Pablo dentro de este mercado. Pablo cuenta con una serie de fotografías tanto de paisajes urbanos las cuales pueden entrar en la categoría de fotografías modernas y además cuenta con las fotografías de paisajes que son buscadas por muchas personas para generar un ambiente de aventura y de paz dentro de sus hogares.<sup>31</sup> Dentro del arte tenemos tribus urbanas las cuales se dedican a comercializar su arte de distintas formas como lo son el graffiti y el arte en forma de

---

<sup>29</sup>NYTimes, <https://www.nytimes.com/es/2017/07/12/espanol/opinion/cuantos-turistas-puede-soportar-una-ciudad.html>

<sup>30</sup> MB, <https://mbmarcobeteta.com/nueva-york-una-ciudad-para-cualquier-personalidad/>

<sup>31</sup> Chicago university, <https://press.uchicago.edu/ucp/books/book/distributed/N/bo5666793.html>

esculturas que dejan establecidas dentro de la ciudad. En este caso Pablo se ve beneficiado por estas tribus de artistas ya que hace más popular el arte dentro de la zona.

#### **6.4 Estructura de la competencia interna.**

La competencia interna en la ciudad destino es diversa debido a la amplia variedad de artistas que comparten sus obras en toda la ciudad. Incluso los artistas emergentes compiten en las calles, mostrando sus trabajos a residentes y turistas. Las fotografías de Pablo se centran en el paisajismo mexicano, lo cual es una fortaleza importante al exhibir en la feria, ya que este tipo de paisaje es muy demandado a nivel internacional. Las fotografías, combinadas con la intervención del espacio mediante códigos QR, resultan atractivas para los visitantes de la exposición.

#### **6.5 Productos sustitutos.**

Algunos de los artistas que pueden resultar atractivos para las personas dentro de la feria y de la ciudad son aquellos que llevan artes plásticas o incluso esculturas. Pablo estará compartiendo fotografías de paisajismo reflexionamos que en el arte los consumidores no solo piensan en lo bien elaborada que está la obra si no cual es el contexto en la cual se desarrolló y que es lo que se busca expresar con ella. Es por esto que consideramos que si existe una gran variedad de productos sustitutos pero siendo un contexto artístico es más importante el entorno y lo que representan las obras. Recomendamos el desarrollo de un buen storytelling para que Pablo pueda tener una excelente intervención del espacio dentro de la feria incluso algunos videos preparados para que cada una de las fotografías presentadas tengan un storytelling para transmitir al público tanto en el tiempo que Pablo se encuentre en la feria así como cuando ya no esté en ella.

#### **6.6 Estructura de costos de exportación, modelo de negocio y distribución, requisitos de ingreso al mercado y barreras arancelarias y no arancelarias.**

Considerando que “Photoville” se encarga de la impresión de la fotografía y la intervención del espacio para la exposición de la obra, los aspectos relacionados a los costos de exportación modelo de negocio, el ingreso al mercado y las barreras arancelarias y no arancelarias, se pueden considerar como cubiertos por parte de la feria.

Consideramos que lo anteriormente mencionado son ventajas en el proyecto y fueron algunos de los criterios tomados en cuenta para la selección de la feria, ya que permite reducir costos y reducir los asuntos pendientes para poder asistir.

## **7. ANÁLISIS CULTURAL: PARADIGMA Y CÓDIGOS CULTURALES.**

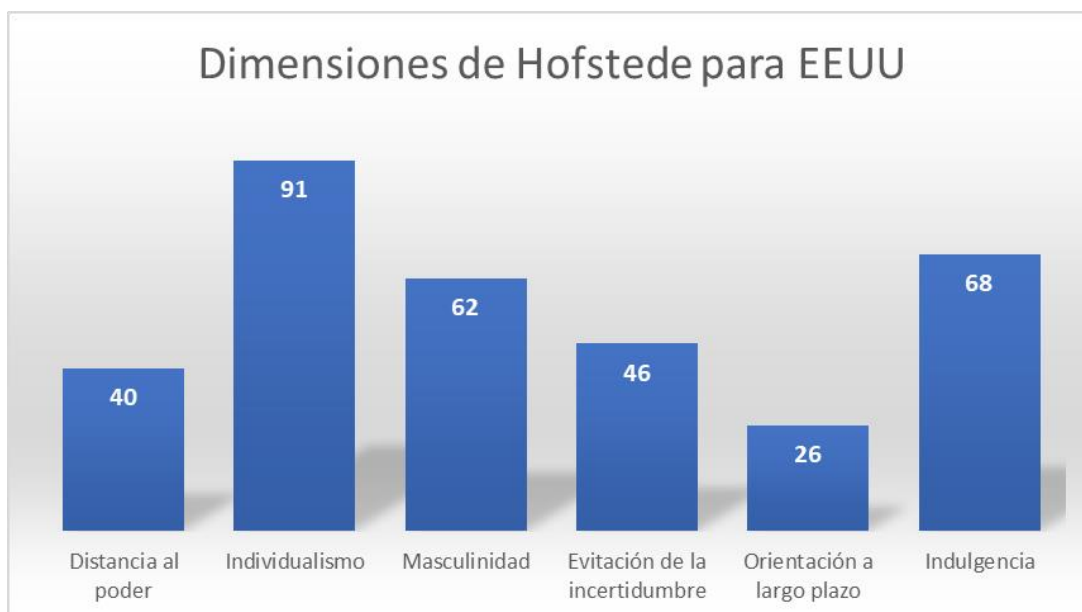
### **7.1 Dimensiones culturales: Hofstede.**

Las dimensiones culturales de Hofstede son seis aspectos que identifican y miden las diferencias culturales que influyen en el comportamiento humano, es importante tener en cuenta que las personas o las culturas pueden exhibir rasgos de múltiples dimensiones. Sin embargo, el marco de Hofstede es una referencia útil para comprender las diferencias culturales y adaptarse a diferentes contextos culturales. Las dimensiones culturales de Hofstede son las siguientes:

1. Distancia de poder: mide cuánto una cultura acepta y espera la desigualdad en la distribución de poder y autoridad.
2. Individualismo vs. colectivismo: mide en qué medida las personas de una cultura priorizan sus propios intereses sobre los del grupo.
3. Masculinidad vs. feminidad: mide en qué medida una cultura valora los rasgos tradicionalmente masculinos o femeninos.

4. Evitación de la incertidumbre: mide cuánto las personas de una cultura se sienten amenazadas por la ambigüedad y la incertidumbre.
5. Orientación a largo plazo vs. orientación a corto plazo: mide en qué medida una cultura valora la planificación y la inversión a largo plazo frente a los resultados y la gratificación inmediatos.
6. Indulgencia vs. contención: mide en qué medida una cultura valora la autoexpresión y el placer frente a la disciplina y la contención.

En el caso de Estados Unidos, la distribución de las dimensiones culturales de Hofstede es la siguiente:



Fuente: Hofstede Insights.<sup>32</sup>

<sup>32</sup> Hofstede, <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison-tool?countries=united+states>

Podemos interpretar la tabla anterior como que, la cultura estadounidense se caracteriza por su alto individualismo, en el que le dan un alto valor a su libertad y a su independencia en cuanto a la toma de decisiones. Por otro lado, una de sus más bajas dimensiones es la distancia al poder, lo que quiere decir que procuran que todos sean tratados con igualdad y respeto sin importar su posición social.

## **7.2 Culturas de alto o bajo contexto.**

Las culturas de alto o bajo contexto son un concepto desarrollado por el antropólogo Edward T. Hall, para describir cómo las personas de diferentes culturas comunican y comparten información.

En una cultura de alto contexto, la comunicación se basa en la confianza y la relación entre las personas, se espera que se entienda el significado implícito detrás de las palabras y acciones. La comunicación es indirecta y se basa en gestos, lenguaje corporal, sin olvidar el tono de voz. Las personas que pertenecen a una cultura de alto contexto tienden a valorar más las relaciones personales, la historia compartida y la tradición.

En contraste, en una cultura de bajo contexto, la comunicación se basa en la claridad y la información explícita. Esperan que las palabras y las acciones tengan un significado literal y directo. La comunicación se centra en hechos, detalles y datos. En una cultura de bajo contexto, las relaciones personales no son tan importantes como la tarea o el trabajo a realizar.

En términos de la cultura de los negocios en el mundo del arte, Nueva York es considerada una cultura de bajo contexto. En una cultura de bajo contexto, la comunicación se basa en la claridad y la información explícita, y en el mundo del arte, esto se traduce en la importancia de tener contratos claros y detallados, acuerdos formales y transacciones comerciales bien definidas.

## **7.3 Teoría del iceberg.**

La teoría del iceberg nos habla de que la cultura está directamente relacionada con la estructura de un iceberg. Podemos relacionarlo como que son solo algunos los elementos de la cultura los que son apreciables a primera vista, tales como la moda, la gastronomía o las bellas artes.

Por otro lado, existe un trasfondo en la cultura que es directamente visible y solo es posible apreciar si se profundiza. En esta parte se abordan temas más complejos que están directamente involucrados con la cultura.

En el caso de Nueva York se puede decir que en su superficie, se encuentran elementos tales como sus edificios icónicos, sus calles, su gastronomía variada, su reputación y como una ciudad con un amplio choque cultural. Por otro lado, debajo de esta superficie, existen muchos otros elementos que definen a la ciudad y a sus habitantes.

Entre los elementos que se encuentran por debajo de la superficie, se pueden mencionar las distintas comunidades étnicas que habitan en la ciudad, las instituciones culturales que reflejan la historia de Nueva York y el choque cultural que produce variaciones en la música, el cine, la moda y la literatura.

Estos Puntos benefician a Pablo ya que en las grandes ciudades las personas disfrutan los viajes al campo y él va a compartir sus imágenes de los paisajes mexicanos por lo que tendrá un gran impacto en la sociedad. Con el storytelling que Pablo compartirá para cada una de sus fotografías podrá captar rápidamente la atención de las personas utilizando todos los puntos de la teoría a su favor.

#### **7.4 Perfil cultural del país.**

Brooklyn tiene una amplia escena artística que ofrece desde galerías y estudios de arte hasta festivales y eventos de arte de gran alcance. Algunas de las galerías y museos más destacados incluyen el Museo de Arte de Brooklyn, la Galería de Arte del Barrio de Dumbo y la Galería de Arte Internacional de Brooklyn. NYC tiene algunos de los museos más importantes dentro del mundo del arte en los cuales mes tras mes son presentados distintas obras de diferentes artistas por lo que la ciudad cuenta con un antecedente cultural basado en el arte bastante fuerte. Tenemos el museo metropolitano, Museo Guggenheim y MoMA de Nueva York Los cuales son una de las principales atracciones turísticas si nos referimos al mundo del arte en New York.

#### **7.5 Códigos culturales.**

Estos códigos en la ciudad de Nueva York influyen en la forma de hacer negocios, las empresas que son capaces de adaptarse y comprender los códigos culturales de la

ciudad tienen más probabilidades de tener éxito. Las empresas que logran ser rápidas, creativas y respetuosas con la diversidad cultural de la ciudad tienen más posibilidades de atraer y retener clientes en un mercado altamente competitivo.

La ciudad cuenta con una diversidad alta en todas las comunidades de la ciudad además han ganado el nombre de la ciudad que nunca duerme por lo que se clasifica como una ciudad que siempre va a la vanguardia enfocados en la creatividad. Es una ciudad altamente competitiva, con muchas empresas demandando atención al cliente. Las empresas deben ser innovadoras y estar dispuestas a asumir riesgos para mantenerse por delante de la competencia. Multiculturalismo, es una ciudad con muchas culturas diferentes, en donde se cruzan distintas religiones, en donde existen barrios de otros países.

## **7.6 Protocolo de negocios.**

Los protocolos para hacer negocios en Estados Unidos, van desde tener una vestimenta profesional, por lo general se debe de utilizar traje para los hombres y un vestido para las mujeres.

El saludo debe de ser de un apretón de manos firme, y son acompañados de algún cumplido, siempre mostrando respeto y cortesía para la otra parte. Adicionalmente, se debe de ser directo y claro con las intenciones del negocio o la participación de los involucrados, la intención de esto es no perder tiempo. La comunidad empresarial de los Estados Unidos valora mucho la puntualidad.

El idioma oficial de los negocios en los Estados Unidos es el inglés. Es importante tener un buen conocimiento del idioma para comunicarse de manera efectiva en el entorno empresarial. Los almuerzos de negocios son comunes en los Estados Unidos, es en donde se cierran la mayoría de los negocios, se acostumbra a comenzar por la negociación y una vez cerrado el trato pasan a comer.<sup>33</sup>

## **7.7 Perfil cultural del negociador local.**

En el ámbito de los negocios del arte en Nueva York, el protocolo puede variar según el evento o la ocasión. En general cuando se visita una galería de arte en Nueva York,

---

<sup>33</sup> BBC, <https://www.bbc.com/storyworks/specials/moving-to-america-spanish/how-americans-do-business.html>

es importante ser respetuoso con las obras de arte y con otros visitantes. Se recomienda no tocar las obras de arte, hablar en voz baja (dependiendo el evento) y mantener una distancia apropiada de las obras. Si se desea más información sobre una obra en particular, es aceptable preguntar a un miembro del personal de la galería. En cuanto a las negociaciones, pueden ser muy competitivas y están impulsadas por el valor y la percepción de las obras de arte. Se espera que las partes involucradas defiendan sus intereses con firmeza pero también de manera respetuosa. Es importante ser honesto y transparente durante las negociaciones y evitar tácticas agresivas o deshonestas.

## **8. PROPUESTA DE VALOR AGREGADO.**

### **8.1 Justificación de la propuesta.**




#### **PRINT-ON-DEMAND**

Implementaremos un modelo de Print-On-Demand para dar un valor agregado, este modelo de negocio permite a los fotógrafos expandir sus ofertas de productos sin incurrir en grandes costos de producción o almacenamiento, e incluso existe el ahorro de una inversión inicial, ya que se ofrece cómo un servicio de un tercero que funge cómo intermediario entre el comprador y el fotógrafo.

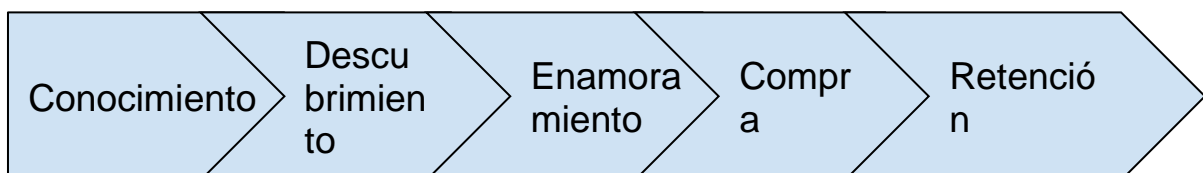
Es especialmente útil ya que se ofrece una amplia variedad de productos, en los cuales se pueda imprimir la fotografía que más guste al cliente, está es enviada por el mismo intermediario que tiene el stock del producto y la maquinaria para realizar la impresión en ellos. Este modelo está pensado para que el fotógrafo sólo disponga de las imágenes que desee ofertar en un catálogo y puedan ser elegidas por el cliente final.

Otra ventaja es que el modelo POD es de bajo riesgo ya que el fotógrafo sólo tiene que pagar por los productos que vende o son impresos. Se reduce el riesgo de tener inventario sin vender y permite a los fotógrafos probar nuevos productos sin gastar mucho dinero. Es decir, el fotógrafo no tiene necesidad de stockear productos, ni tener

bodegas, ni gente que trabaje en ellas. El solo estaría pagando por el servicio de impresión que cargue el proveedor.<sup>34</sup>

Ejemplo de POD		
Camisa	Libreta	Bolso
		
Estos ejemplos son utilizando la obra de Pablo.		

### Flujo de compra del cliente



<sup>34</sup> CarlaConWIFI, <https://carlaconwifi.com/que-es-print-on-demand-una-gran-alternativa-para-2022>

1. Página de inicio: que puede ser desde un nuevo dominio aparte de la página aparte de la página que ya tiene, en donde se interactúe en una tienda en línea, y se puedan visualizar los productos que se llevarán al POD.
2. Click en producto: Una vez que se le de click sobre un producto, se visualizará más imágenes del producto, contemplando varios planos diferentes, perspectivas y detalles del producto.
3. Agregar al carrito: Una vez que el cliente seleccione sus productos y los añada al carrito de compra, se podrá visualizar un resumen de la compra que se está por realizar, con descripción de todo lo que lleva, así como la cuenta total con envío contemplado.
4. Compra: En la compra se enviará en con un empaque que describiremos cómo utilizarlo en el siguiente punto, nos explayaremos dando detalles y razones por las cuales se debe de dar un tratamiento especial.
5. Cierre: Se mostrará una pantalla con un breve agradecimiento, simultáneamente se enviará un resumen de compra al correo registrado.

La plataforma que proponemos para esto es Printful es una empresa POD, con sede en la ciudad de Charlotte en Carolina del Norte, Estados Unidos, y así se describen ellos:

“Printful es una empresa de impresión bajo demanda y gestión que ayuda a los emprendedores a convertir sus ideas en marcas y productos. Tanto si quieres crear tu propia marca online como si quieres regalar una camiseta personalizada, podemos ayudarte a hacerlo. Cada vez que alguien (tú o tu cliente) compra un producto, nosotros recibimos el pedido, lo gestionamos y lo enviamos.”<sup>35</sup>

Los elegimos por varias razones, la primera es que tienen un centro logístico en Tijuana, en el norte de México, en donde se imprimen los artículos y desde donde se despachan. También cuentan con tres centros logísticos en los Estados Unidos, país en donde buscamos dar el primer paso de internacionalización con Pablo y que tiene

---

<sup>35</sup> Printful, <https://www.printful.com/es/sobre-nosotros>

la economía más grande del planeta, es consumista y su población tiene una gran admiración por la fotografía.

El modelo de negocio de esta plataforma es mediante integración, esto quiere decir que el fotógrafo deberá tener un sitio propio, en el cual Printful podrá correr una tienda web. Esta empresa, es quien administrará el suministro de los productos (cuentan con más de trescientos disponibles para la venta en su catálogo), así que el cliente tiene acceso a camisas, chamarras, libretas y gorras entre otros más. La impresión sobre artículos se realiza en sus bodegas, una vez recibida la orden de compra por parte de un cliente. Por último, la logística de entregar al cliente el producto personalizado tienen tiempos de espera de dos a siete días.

## **8.2 Empaque/embalaje.**

La entrega de un producto es una experiencia y esta debe ser tan memorable como la misma pieza que viene dentro. Con un buen empaque se garantiza la protección del producto durante el transporte, reduciendo el riesgo de daños o roturas. La imagen de marca, es una oportunidad para que el fotógrafo presente su marca-persona en una imagen atractiva y consistente. Un empaque bien diseñado y de alta calidad puede transmitir una sensación de profesionalismo y compromiso con la satisfacción del cliente.

El fotógrafo ya tiene experiencia en esta parte; él, para darle mayor impacto a la imagen impresa, la acompaña con un marco especial para la fotografía o para el conjunto que expondrá y van de la mano cuando se vende. El artista con esta experiencia previa, escoge distintos marcos para elevar el valor de la fotografía.

Adicional a esto, para un embalaje ideal de transportación de fotografía se deben de tomar en cuenta varios factores, cómo puede ser la protección del cristal, evitar los raspones al marco, evitar al máximo las vibraciones, entre otros..

Qué llevará el embalaje en donde se enviará la obra o los POD.

<b>Embalaje de obra</b>
-------------------------

Caja con espuma<sup>36</sup>



<sup>36</sup> U Line, [https://es.uline.mx/BL\\_2356/Deluxe-Artwork-Shippers?keywords=picture](https://es.uline.mx/BL_2356/Deluxe-Artwork-Shippers?keywords=picture)



## Precios:

No incluye envío ni impuestos.

### CAJAS DE ALTA CALIDAD PARA ENVÍOS DE CUADROS

MODELO NO.	DIMENSIONES INTERIORES ANCHO x LARGO x ALTO	APTA P/TAMAÑO MÁX. DE MARCO	PRUEBA	PRECIO POR CAJA (MXN)			AGREGAR AL CARRITO
				1	5	10+	
<a href="#">S-17580</a>	17 x 22 1/2 x 3"	14 x 19 x 2"	350 lbs.	\$1,342	\$1,232	\$1,166	1 <input type="button" value="AGREGAR"/>
<a href="#">S-13272</a>	22 x 27 x 3"	19 x 24 x 2"	350 lbs.	1,606	1,496	1,408	1 <input type="button" value="AGREGAR"/>
<a href="#">S-17581</a>	23 x 29 x 5"	20 x 26 x 4"	500 lbs. CD	3,036	2,860	2,684	1 <input type="button" value="AGREGAR"/>
<a href="#">S-17582</a>	25 x 30 x 8"	22 x 27 x 6"	500 lbs. CD	3,454	3,234	3,036	1 <input type="button" value="AGREGAR"/>
<a href="#">S-15176</a>	28 x 36 x 5"	25 x 33 x 4"	500 lbs. CD	3,080	2,948	2,728	1 <input type="button" value="AGREGAR"/>
<a href="#">S-9919</a>	31 x 36 x 3"	28 x 33 x 2"	350 lbs.	2,750	2,618	2,486	1 <input type="button" value="AGREGAR"/>
<a href="#">S-17584</a>	34 x 42 x 5"	31 x 39 x 4"	500 lbs. CD	4,048	3,762	3,564	1 <input type="button" value="AGREGAR"/>
■ <a href="#">S-16375</a>	34 x 49 x 4"	31 x 46 x 3"	350 lbs.	4,488	4,202	4,004	1 <input type="button" value="AGREGAR"/>
■ <a href="#">S-11305</a>	35 x 42 x 4"	32 x 39 x 3"	350 lbs.	3,564	3,344	3,124	1 <input type="button" value="AGREGAR"/>
■ <a href="#">S-17587</a>	38 x 58 x 5 1/2"	35 x 55 x 4 1/2"	500 lbs. CD	6,116	5,764	5,412	1 <input type="button" value="AGREGAR"/>
■ <a href="#">S-17586</a>	40 x 45 x 7 3/4"	37 x 42 x 6"	500 lbs. CD	6,028	5,698	5,346	1 <input type="button" value="AGREGAR"/>
■ <a href="#">S-15177</a>	43 x 43 x 4"	40 x 40 x 3"	350 lbs. CD	4,092	3,850	3,608	1 <input type="button" value="AGREGAR"/>
■ <a href="#">S-9920</a>	43 x 53 x 4"	40 x 50 x 3"	500 lbs. CD	5,478	5,104	4,796	1 <input type="button" value="AGREGAR"/>
■ <a href="#">S-11306</a>	45 x 58 x 5 1/2"	42 x 55 x 4 1/2"	500 lbs. CD	6,864	6,534	6,182	1 <input type="button" value="AGREGAR"/>
■ <a href="#">S-16376</a>	50 x 50 x 4"	47 x 47 x 3"	500 lbs. CD	5,412	5,060	4,730	1 <input type="button" value="AGREGAR"/>
■ <a href="#">S-16377</a>	51 x 66 x 4"	48 x 63 x 3"	500 lbs. CD	6,908	6,556	6,204	1 <input type="button" value="AGREGAR"/>
■ <a href="#">S-17589</a>	62 x 62 x 5"	59 x 59 x 4"	500 lbs. CD	9,218	8,954	8,514	1 <input type="button" value="AGREGAR"/>

■ ENVÍO POR CARGA CONSOLIDADA 37

Estos son los precios de los distintos tamaños del embalaje disponible en U-Line

Aquí, con el proceso de entrega llegará un certificado de autenticidad que explicaremos en el siguiente punto.

### 8.3 Papelería (QR y documentos).

Para darle un valor agregado a la obra se deberá de crear un certificado de autenticidad del fotógrafo para el comprador. Este documento ayuda a garantizar que


<sup>37</sup> U Line, [https://es.uline.mx/BL\\_2356/Deluxe-Artwork-Shippers?keywords=picture](https://es.uline.mx/BL_2356/Deluxe-Artwork-Shippers?keywords=picture)

el trabajo sea auténtico y no una copia o falsificación. Debe incluir información sobre la procedencia de la obra, su historial de propiedad, quién la ha poseído y en qué colecciones ha estado. El marco que acompaña la obra, también lo viste y se vuelve uno mismo con él, por esto también deberá de estar nombrado en el certificado.

El acompañar a toda la obra con una carpeta con diseño diferenciado y propio del gusto del artista, con el documento en una hoja con los datos previamente mencionados, crearía una conexión con el comprador.

Con este certificado vendrá con un código QR, (Quick Respond, o respuesta rápida) es un tipo de código de barras bidimensional que puede escanearse con la cámara de un dispositivo móvil o con un lector de códigos QR. Se ha vuelto muy popular debido a su capacidad para almacenar una gran cantidad de información en un espacio reducido y su facilidad de uso.

Los códigos nos van a ayudar a tener mayor impacto en el entorno ya que todas las personas interesadas en las obras podrán escanear el código para poder tener más contexto de las fotografías que están observando. Los vídeos darán una breve explicación al público de los momento que están pasando en cada una de las fotografías y como y cuando fue captado el momento.

<b>Código QR que acompaña a la obra</b>	
<p>SCAN ME</p>  <p>Pablo Fernández del Valle O. <i>Pablo</i></p>	<p>Se recomienda que los videos que acompañen a las obra tengan una historia, con la intención de dar el contexto de cómo fue lograda la fotografía, que técnica se utilizó y cómo es que el artista encontró ese algo especial en la imagen.</p>
<p>Link: <a href="https://youtu.be/1tThmSUOqJQ">https://youtu.be/1tThmSUOqJQ</a></p>	

#### **8.4 Experiencia del cliente (Marketing sensorial y emocional).**



El marketing sensorial es una estrategia de marketing enfocada en conectar emocionalmente con los consumidores a través de los sentidos. Utilizando diferentes estímulos sensoriales como la vista, el oído, el olfato, el gusto y el tacto para crear

experiencias multisensoriales que refuerzan la imagen de marca, aumentan la conexión emocional con el producto. El objetivo del marketing sensorial es generar una experiencia emocional única e inolvidable para el consumidor, que le permita recordar y asociar positivamente la marca o producto.<sup>38</sup>

Experiencia de Realidad Aumentada (RA):

La RA es una tecnología que permite superponer elementos virtuales, como imágenes, videos o gráficos, al mundo real, a través de un dispositivo móvil, como un teléfono inteligente o una tablet. En otras palabras, cuando miras a través de la cámara de tu dispositivo, puedes ver el mundo real, pero con elementos virtuales que aparecen en la pantalla, creando una experiencia de realidad mixta.<sup>39</sup>

Con esto podríamos ver más imágenes de la colección del fotógrafo, conocer su historia a través de un video, escuchar la historia detrás de la fotografía contada por el mismo autor de la imagen, etc. Son muchas las aplicaciones que podríamos realizar con este tipo de tecnología. Estos códigos, acompañarán la obra una vez que esté exhibida, en los datos técnicos y junto a los datos personales del fotógrafo.

<b>Código QR de la trayectoria</b>	
<p>SCAN ME</p>  <p>Pablo Fernández del Valle O.</p> 	<p>Recomendamos continuar con estos videos, en los que se habla y platica de la trayectoria, resaltar todos los logros y que la marca-persona se aprecie.</p>
Link: <a href="https://youtu.be/8CmPwoBtdxM">https://youtu.be/8CmPwoBtdxM</a>	

<sup>38</sup> Select Business School, <https://escuelaselect.com/marketing-sensorial-que-es-y-para-que-sirve/>

<sup>39</sup> HubSpot, <https://blog.hubspot.es/service/ejemplos-realidad-aumentada>

## 9. ACOMPAÑAMIENTO.

### 9.1 Características generales del recinto ferial.

Brooklyn Bridge Park es un parque urbano de 34 hectáreas ubicado a lo largo del East River en Brooklyn, Nueva York. Ofrece impresionantes vistas panorámicas del horizonte de Manhattan, amplias áreas verdes para recreación y relajación, una variedad de instalaciones deportivas, muelles para actividades acuáticas y una amplia gama de eventos culturales y educativos. También cuenta con una variedad de restaurantes y puestos de comida que ofrecen deliciosas opciones gastronómicas. Es un lugar popular para locales y turistas por igual, y es una excelente opción para disfrutar del aire libre y la vida en la ciudad. Pablo utilizará espacios de exposición asignados por la feria en las cuales se presentarán algunas de las fotografías que Pablo decida exponer, así como la descripción de cada una de ellas y una breve semblanza de sus fotografías.



Se renderizan dos ejemplos de los stand con los que cuenta Photoville en los cuales se muestra cómo las personas pueden interactuar con el artista y con las obras del artista en donde ellos en un paseo cotidiano tienen contacto con las obras del artista. Para tener impacto en el espacio en los días que Pablo no estará en la feria hemos agregado un código QR el cual las personas podrán utilizar para ver un video en el que Pablo estará explicando las obras que se están presentando además de que

estarán sus redes sociales para facilitar el contacto con Pablo. De esta forma Pablo podrá tener intervención en el espacio con todas las personas de la feria.



## 9.2 Expositores participantes.

Photoville ha visto una gran grupo de expositores a lo largo de 10 años donde han pasado artistas de renombre y amateurs como Sharon Miller, Ernst Coppejans, Tomas Karmelo, Robin de Puy, Lyn Johnson, Andrew Rovenko, Elliott Jerome Brown Jr, Alicia Mercy, Haruka Sakaguchi y muchos más.

## 9.3 Horarios, acreditación y restricciones del recinto ferial.

El programa de photoville se comparte a cada artista de forma individual y se lanza al público meses antes del inicio de la feria. La feria tiene una duración de 2 semanas (Del 3 al 18 de junio) por lo que Pablo debe inscribirse en el presente año (2023) para asegurar su lugar el siguiente año (2024) las convocatorias se realizan 1 mes después de la realización de la feria y los requisitos se presentan en su página oficial (<https://photoville.com>) por lo que recomendamos a Pablo revisar la página para poder obtener el formulario de registro.

Photoville realizar un análisis de cada uno de los candidatos que quieren participar en la feria y comparten una respuesta a los correos de los artistas para continuar el proceso de inscripción, también recomendamos a Pablo estar atento a su correo electrónico para poder dar seguimiento al proceso de inscripción y a las fechas planteadas por Photoville.

#### **9.4 Hospedajes, fiestas nacionales y horarios de negocios.**

Para el hospedaje de nuestro artista analizamos el punto donde se va llevar a cabo la feria y también lugares donde probablemente esté circulando. Con base en esto se sugieren los siguientes hoteles: Holiday Inn Brooklyn Downtown, The Tillary Hotel y The Brooklyn Hotel, estos tres hoteles rondan en los precios desde los \$3,000 MXN hasta los 6,000 MXN por noche. Dentro del presupuesto nos podemos dar cuenta que los hospedajes no son un problema porque tenemos bastantes opciones amigables y flexibles. Sabemos que Pablo estará una semana en la feria por lo que recomendamos optar por un hotel que tenga desayunos incluidos para que pueda ahorrar tiempo en la búsqueda de opciones de desayuno durante su estancia. Un punto importante a mencionar es que Photoville compartirá la ubicación del stand de Pablo unos meses antes del evento por lo que de esta forma podrá decidir con más facilidad un hotel que se encuentre lo más cercano a su stand, de ser así de igual forma los precios en toda la ciudad se encuentra dentro del rango antes mencionado (3,000 a 6,000 por noche).

#### **9.5 Movilidad, plataformas, transporte público y renta de autos.**

No recomendamos la opción de rentar un auto ya que las distancias son relativamente cortas y encontrar estacionamiento en esta ciudad es muy complicado. Existe muy buen transporte público, lo más recomendable para transportarse sin equipo sería el metro con un precio de \$2.75 dls por pasaje y en caso de que se requiera transportar equipo recomendamos usar la plataforma UBER que tiene un costo de \$0.66 dls por minuto o \$1.46 por milla con una tarifa mínima de \$7.19.

## 9.6 Guía gastronómica.

Hicimos una Lista de Restaurantes de cocina local y de precios moderados para que el artista pueda disfrutar y conocer los sabores locales de la ciudad. Hicimos una escala de medición de tres puntos siendo Económico, moderado y caro la categoría de cada uno de los restaurantes sugeridos, además se incluye qué tipo de alimento vende cada uno de estos establecimientos para que Pablo pueda decidir de forma rápida que desea comer o desayunar y que el tiempo de búsqueda se disminuya para que pueda esta la mayor cantidad de tiempo posible en la feria.

Nombre	Categoría	Tipo de comida	Rango de precio
Michaels of Brooklyn	Comida	Italiana	Moderado
De Stefano Steak House	Comida	Americana	Caro
Orégano	Comida	Italiana	Moderado
Em Vletnamese Bistro	Comida	Asiática	Moderado
Maison Premiere	Comida	Del mar	Caro
Juliana's	Comida	Italiana	Económico
Five Leaves	Comida	Desayunos americanos	Moderado
Kokomo Restaurant	Comida	Comida caribeña	Caro
Clarks Restaurant	Comida	Americana	Económico
Bakeri	Café	Desayuno	Económico
Almondine	Café	Desayuno	Económico

## **9.7 Clima, husos horarios, corriente eléctrica, tipo de cambio y normas de seguridad.**

En Brooklyn las temperaturas máximas en el mes de junio varían de 24° a 28° C y rara vez aumentan hasta 32° C. Las temperaturas mínimas diarias varían de 16° a 20° C y rara vez bajan a menos de 12° C.

La ciudad de Brooklyn tiene el horario GMT-4 que quiere decir que son 2 horas más que en la ciudad de Guadalajara.

El Voltaje común es de 120 V y la frecuencia es de 60 Hz. Los enchufes son del tipo A/B, al igual que en México.

Al día de hoy, 19 de abril de 2023, el tipo de cambio es de \$18.05 pesos mexicanos por cada dólar, este valor puede variar dependiendo de las economías de los 2 países. El promedio del 2022 fue de \$20.49 pesos mexicanos por dólar.

## **9.8 Presupuesto diario, equipaje recomendable.**

Para definir el presupuesto diario investigamos los gastos que tendrá el artista como hotel, comidas, transporte etc, también consideramos gastos extra como souvenirs, regalos, espectáculos etc. Para tener un presupuesto más acertado analizamos 2 blogs de personas que han viajado a esta ciudad y nos dieron sus puntos de vista de los presupuestos que una persona debe de tener. Creamos tres presupuestos para que el artista decida cuál se ajusta a sus necesidades.

- Presupuesto ajustado es de \$215 dls x dia
- Presupuesto medio es de \$350 dls x dia
- Presupuesto amplio es de \$500 dls x dia

## **9.9 Emergencias médicas, seguro médico, visado.**

Las emergencias médicas, el seguro médico y el visado son aspectos importantes a considerar antes de viajar a Nueva York.

En cuanto a las emergencias médicas, Estados Unidos cuenta con servicios de emergencia durante las 24 horas del día, los 7 días de la semana, al igual que el servicio telefónico del “911” para poder hacer el reporte.

Es importante considerar que los servicios médicos en Estados Unidos pueden tener costos muy altos, es por eso que el siguiente aspecto a considerar es el seguro médico que es fundamental.

La primera recomendación respecto al seguro médico, es verificar si el seguro mexicano cuenta con cobertura internacional, en caso de no ser así, existen diferentes opciones de seguros médicos disponibles en línea, incluyendo planes para corto plazo y con cobertura internacional. La selección del seguro dependerá de las necesidades y preferencias del artista, pero aquí hay algunas opciones de compañías en Estados Unidos que brindan este servicio:

- Blue Cross Blue Shield.
- UnitedHealthcare.
- Aetna.

## **9.10 Servicios consulares, agregado comercial, funciones, horarios.**

El consulado General de México en Nueva York se encuentra en la 27 East 39th Street, tienen horarios de Lunes a Viernes de 07:00 a 13:00 horas y de 15:00 a 19:30 horas. Para casos de emergencia extrema fuera de horas de oficina, se puede comunicar al (917) 459-2143. Los servicios que ofrece el consulado son

## 10. LOGÍSTICA DEL PUNTO DE VENTA/MISIÓN COMERCIAL FERIA COMERCIAL.

Es importante tener en cuenta que la feria encargada de organizar la exposición Photoville es la responsable de asignar los espacios a cada uno de los artistas que participan en ella.

Debido a esto, la incidencia en el espacio físico es bastante limitada. La decisión de asignación de espacios es tomada por la organización de la feria y ya tienen un plan previamente establecido para ello. Es importante tener en cuenta que esta decisión se basa en una serie de factores, como el tamaño de la obra, la temática, entre otros.

La forma en la que vamos a incidir en el espacio es en el diseño de las lonas donde estará expuesta la obra y el storytelling que esta contara a las personas que interactúen con la obra.

Hi Alvaro,

Thanks for your interest in exhibition proposals.

There is no cost for individual artists or artist collectives (which would definitely include students) exhibiting at Photoville, if their exhibition proposal is accepted.

What can be helpful sometimes is to work with local arts organizations in your area who might be interested in helping to support your project in its early stages since there are sometimes costs in the early stages of a project. Visiting cultural councils, local businesses, tourism offices, etc. are a good way to go about securing initial funding for a project. For projects selected at Photoville, we do pay honorariums to each artist and we pay to print and install the exhibits. We regret that we are unable to offer transportation support to attend Photoville in New York City.

It's important to note that some other exhibits do have submission fees, but we do not. Be sure to check whenever you are submitting an exhibit proposal.

Proposals are submitted through our application form, which will be active later this year on our [website](#). Typically we ask for brief information about the project, artist(s) and a sample of the images (low resolution is fine), around 5 +/- is fine. Individual files may be uploaded to our form, or you may create a single pdf with all of the files assembled together.

There is a strict submission deadline once the 4-6 week window passes; we are unable to accept any proposals after the deadline. Everyone who submits a proposal will be notified by email approximately 6-8 weeks after the submission deadline ends. Each proposal is reviewed and evaluated several times.

Please let us know if there are any additional questions. We hope this information is helpful!

**The Photoville Team**

The logo for Photoville, featuring the word "Photoville" in a stylized, cursive font with a horizontal line underneath.

### 10.1 Prototipo del stand, materiales.

Después de una serie de correos y llamadas con Photoville nos comentaron que los stands son colocados completamente de su parte por lo que ellos estarán a cargo de la asignación de espacios así como de el acomodo de los stand para que los artistas puedan solo llegar directamente a interactuar con el público. Esto es uno de los puntos

más fuertes que tiene la feria y es una ventaja increíble para Pablo en el tema de reducción de costos.

## 11. ANÁLISIS FINANCIERO DE LA MISIÓN COMERCIAL.

La misión comercial es un viaje de negocios organizado por un ente gubernamental, una empresa o cámara de comercio, con el objetivo de explorar oportunidades de negocio en el exterior. A menudo, involucran a varias empresas que buscan expandir sus negocios en el extranjero.

Durante una misión comercial, los empresarios participan en ferias, conocen clientes o proveedores, o exploran las oportunidades de comercio en el país de destino. Se le da prioridad a la organización de eventos de networking para enlazar a los empresarios creando relaciones a largo plazo.<sup>40</sup>

### 11.1 Transportación.

La ciudad de Nueva York es una de las mejores conectadas del mundo, esta cuenta con un sistema de transporte amplio y variado, componiéndose de diferentes opciones, estas son las más comunes.

1. Metro: Es una forma rápida y cómoda de moverse en Nueva York, con 472 estaciones en toda la ciudad. Este sistema de metro es uno de los más grandes y concurridos del mundo. El sistema de metro funciona las 24 horas del día y los 7 días de la semana. El costo de un boleto de metro es de \$2.75 USD por viaje, también hay opciones para comprar pases de 7 días (\$33 USD) y 30 días (\$127 USD) para viajes ilimitados durante ese período. Adicional a esto, se debe de comprar una tarjeta con costo de \$5.50 USD, está solo se compra una sola vez.<sup>41</sup>

2. Autobús: En la ciudad de Nueva York tiene una red de autobuses que recorre toda la ciudad, con la intención de sumar a la red del metro. Es conveniente para llegar a lugares que no están conectados por el metro. Este transporte tiene los mismos precios y tarifas que el metro ya que es una empresa paraestatal, y depende del MTA.

---

<sup>40</sup>Diario del Exportador, <https://www.diariodelexportador.com/2017/09/las-misiones-comerciales-definicion.html>

<sup>41</sup> NYC MTA, <https://new.mta.info/fares>

3. Taxis y servicios de viajes por plataforma: los taxis amarillos son un símbolo icónico de la ciudad de Nueva York, cobran una tarifa base de \$3 USD, más \$0.70 USD por 1/5 de milla (\$0.70 USD por 0.3 km) o minuto de espera, impuesto de la ciudad \$0.50 USD, y \$1 USD extra por hora pico que se suma la tarifa base, otro punto importante mencionar es que si se toma el taxi desde cualquiera de los aeropuertos de la ciudad se cobra adicional a todo un premium de \$50 a \$100 USD. También hay opciones de servicios de viajes por plataformas, como Uber y Lyft, tienen tarifas que varían según la distancia recorrida y la demanda del servicio en ese momento.<sup>42</sup>

4. Bicicletas: la ciudad de Nueva York tiene un programa de bicicletas compartidas llamado Citi Bike, que es una opción conveniente para moverse por la ciudad, siendo que podría aprovecharse cómo atractivo turístico. Para el pase de un día tiene un precio de \$19 USD con viajes ilimitados, o por viaje \$4.49 USD.<sup>43</sup>

<b>Transportación</b>		
<b>Transporte</b>	<b>Costos</b>	<b>Comentarios</b>
<b>Metro</b>	Tarjeta: \$5.50 USD  Pase por 7 días: \$33.00 USD	Se planea comprar el pase, para aprovechar la movilidad que se comparte con los autobuses.
<b>Autobús</b>	Se comparte con el metro	Total: \$38.50 USD
<b>Taxis o servicios viaje por plataforma</b>	Premium Aeropuerto \$100.00 USD  \$0.70 ¼ milla \$1.00 hora pico \$0.50 Impuesto de local	Considerando que se deben de contratar por lo menos dos taxis en este viaje, uno cuando llegue el fotógrafo para el viaje Aeropuerto-Hotel y el segundo Hotel-Aeropuerto, son 2 viajes.

<sup>42</sup> Introducing New York, <https://www.introducingnewyork.com/taxis>

<sup>43</sup> Citi Bike, <https://citibikenyc.com/pricing/single-ride>

		16.3 millas desde el aeropuerto al hotel.  \$294.00 USD
<b>Bicicletas</b>	Precio por viaje:  \$4.49 USD	Se considera que podría ser necesario darse una vuelta por ocio, en este presupuesto se consideran dos viajes:  \$8.98 USD
Este ejercicio toma en cuenta la estancia por siete días, dependiendo el medio de transporte.		

Los vuelos internacionales desde la ciudad de Guadalajara a Nueva York fueron cotizados en en varias páginas web, tomando en cuenta a una sola persona en vuelo redondo,

<b>Vuelos Internacionales</b>		
Aeroméxico <sup>44</sup>	Premier: \$843 USD	Básica: \$343 USD
American Airlines <sup>45</sup>	Primera Clase: \$1,132 USD	Turista: \$528 USD
Volaris <sup>46</sup>	Plus: \$360 USD	Básica: \$213 USD
Los vuelos fueron cotizados en su propio sitio web.		

Recomendamos utilizar la opción de Volaris en su opción plus, es una aerolínea de bajo costo con precios accesibles, que son favorables para la misión comercial.

<sup>44</sup> Aeroméxico, <https://aeromexico.com/es-mx>

<sup>45</sup> American Airlines, [https://www.aa.com/homePage.do?locale=es\\_MX](https://www.aa.com/homePage.do?locale=es_MX)

<sup>46</sup> Volaris, <https://www.volaris.com/flight>

## 11.2 Hospedaje y alimentación.

La disponibilidad de hoteles en la ciudad de Nueva York para una misión comercial cómo la que necesita el fotógrafo son fácilmente cubiertas con la oferta de la ciudad, aquí agrupamos los que recomendamos para este viaje, cuidando que estén en Nueva York o su periferia, que tenga acceso rápido a transporte masivo y tenga acceso a lugares de interés descritos en los puntos anteriores.

<b>Hoteles en la ciudad de Nueva York</b>		
<b>Holiday Inn Brooklyn Downtown</b> <sup>47</sup>  300 Schermerhorn Street, Brooklyn, NY, US	Habitación sencilla de una cama:  \$245.00 USD	Habitación Standard con dos camas:  \$261.00 USD
<b>The Tillary Hotel</b> <sup>48</sup>  85 FLATBUSH AVE BROOKLYN, NY 11201	Classic Queen Standard con una cama matrimonial:  \$390.43 USD	Classic King Room con una cama king:  \$410.43 USD
<b>The Brooklyn Hotel</b> <sup>49</sup>  1199 Atlantic Ave, Brooklyn, NY 11216	Habitación Standard:  \$130.00 USD	Habitación Doble:  \$170.00 USD
Se cotizó por 6 noches, los precios cotizados son por noche.		

<sup>47</sup> IHG, [https://www.ihg.com/holidayinn/hotels/us/es/find-hotels/select-roomrate?fromRedirect=true&qSrt=sBR&qSIH=lgabr&qRms=1&qAdlt=1&qChld=0&qCiD=08&qCiMy=052023&qCoD=15&qCoMy=052023&qAAR=6CBARC&qRtP=6CBARC&setPMCookies=true&qSHBrC=HI&qDest=300%20Schermerhorn%20Street,%20Brooklyn,%20NY,%20US&gpMn=0&srb\\_u=1](https://www.ihg.com/holidayinn/hotels/us/es/find-hotels/select-roomrate?fromRedirect=true&qSrt=sBR&qSIH=lgabr&qRms=1&qAdlt=1&qChld=0&qCiD=08&qCiMy=052023&qCoD=15&qCoMy=052023&qAAR=6CBARC&qRtP=6CBARC&setPMCookies=true&qSHBrC=HI&qDest=300%20Schermerhorn%20Street,%20Brooklyn,%20NY,%20US&gpMn=0&srb_u=1)

<sup>48</sup> Tillary Hotel, <https://bookings.travelclick.com/115463#/accommodation/room>

<sup>49</sup> The Brooklyn, <https://hotel2461.openhotel.com/results.cfm>

Los gastos de la comida pueden variar según una serie de factores, incluido el tipo de comida que prefiere, dónde la compra. En general, los precios de los alimentos y bebidas en la ciudad de Nueva York tienden a ser más altos que en otras partes de los Estados Unidos, ya que es una de las ciudades más pobladas del país.<sup>50</sup>

<b>Alimentación</b>		
Desayuno	Entre \$10 y \$20 por día, dependiendo de si se come en un restaurante o cafetería.	\$140 USD
Comida	Entre \$15 y \$25 al día si comes en un restaurante o compras comida rápida.	\$175 USD
Cena	Entre \$25 y \$50 por día si se cena en un restaurante	\$350 USD

### 11.3 Costo del espacio físico.

En Photoville el evento fotográfico es gratuito tanto para el público asistente como para los expositores, en este caso no se desembolsará dinero para la participación o el espacio que sea asignado, pero tiene la condición de que debe de ser aceptado por un jurado conformado por los mismos organizadores. Lo único que se debe de contemplar es la inversión del viaje, que estamos desglosando en este punto.

### 11.4 Seguros médicos.

Los seguros de gastos médicos son un tipo de reducción de riesgos en las misiones comerciales, esta protección financiera proporciona cobertura en caso de imprevistos o emergencias médicas durante un viaje.<sup>51</sup>

<sup>50</sup> Tripadvisor, [https://www.tripadvisor.com.mx/ShowTopic-g60763-i5-k11485353-Costo\\_promedio\\_por\\_dia\\_de\\_comidas\\_en\\_NYC-New\\_York\\_City\\_New\\_York.html](https://www.tripadvisor.com.mx/ShowTopic-g60763-i5-k11485353-Costo_promedio_por_dia_de_comidas_en_NYC-New_York_City_New_York.html)

<sup>51</sup> Gobierno de México, <https://www.gob.mx/sre/documentos/seguro-de-viaje?state=published>

El contratar el seguro de gastos médicos es recomendable por estas razones:

1. Imprevistos: En caso de enfermedad o lesión durante el viaje, se puede acceder a recibir una atención de calidad. Los gastos médicos pueden ser muy elevados en Estados Unidos, especialmente en la ciudad de Nueva York.
2. Cobertura de medicamentos: Si necesita medicación durante su viaje, el seguro médico cubrirá los gastos de los medicamentos recetados.
3. Tranquilidad y seguridad: Contratar un seguro médico de viaje resuelve un riesgo de seguridad, blindando al artista de cualquier eventualidad médica que no sea descrita aquí, esta protección permitirá disfrutar del viaje sin preocupaciones adicionales.

Encontramos para el artista estos seguros:

<b>Gastos Médicos</b>			
<b>Amex<sup>52</sup></b>	Elite \$41.00 USD  <b>cubre hasta:</b> \$300,000 USD	Advanced \$34.00 USD  <b>cubre hasta:</b> \$100,000 USD	
<b>Citibanamex x Chubb<sup>53</sup></b>	Turista \$808.86 MXN  <b>Cubre hasta:</b> \$100,000 USD	Visitante \$684.19  <b>Cubre hasta:</b> \$60,000 USD	Roadtrip \$605.08  <b>Cubre hasta:</b> \$35,000 USD
<b>Allianz Travel<sup>54</sup></b>	Seguro Básico \$633.49 MXN  <b>Cubre hasta:</b> \$20,000 USD		
Todos los seguros fueron cotizados por siete días, para una persona mayor de 40 años y que esté realizando un viaje de turismo en los Estados Unidos.			

<sup>52</sup> Amex, <https://www.americanexpress.com/es-mx/seguros/travel-protection/single/planes?page=1>

<sup>53</sup> Citibanamex x Chubb, <https://www.citibanamexchubb.com/seguro-de-viaje/internacional/planes?icid=MX%7Cseguros%7Cseguro-de-viaje-TextoTop-Acquisition-IrSeguroViajeProtegidoCBNX-ES>

<sup>54</sup> Allianz Travel, <https://www.allianztravel.com.mx/compra-tu-seguro-de-viaje.html>

## 11.5 Gastos de representación.

<b>Presentación e imagen</b>	
Tarjetas de presentación <sup>55</sup>	\$26.00 USD por millar
Trípticos <sup>56</sup>	\$89.00 USD por millar
Los gastos de impresión de imágenes, distribución y exhibición de la obra corren por completo por parte de los organizadores.	

<sup>55</sup> 360 imprimir, <https://www.360imprimir.com.mx/tarjetas-de-presentacion>

<sup>56</sup> 360 imprimir, <https://www.360imprimir.com.mx/grupo/volantes-y-folletos-personalizados>

## 11.6 Presupuesto recomendable.

En esta misión comercial se debe de considerar un inversión con los siguientes aspectos, fueron cotizados en el primer semestre del año 2023, estos pueden cambiar en el momento que se realice el viaje. También para estos se promedió las opciones que mejor se aplican a la misión comercial y están en dólares americanos:

<b>Presupuesto Recomendable</b>		
<b>Partida</b>	<b>Concepto</b>	<b>Inversión</b>
1	Transporte En destino	\$341.48
	Vuelo	\$360.00
2	Hospedaje	\$1,715.00
	Alimentación	\$665.00
3	Costo del espacio	Gratuito
4	Seguro Médico	\$41.00
5	Gastos de representación	\$115.00
		<b>Total:</b>
		\$3,237.48
		<b>Total en MXN:</b>
		\$64,749.60
Tipo de cambio considerado a \$20.00 MXN		
Es importante señalar, que existen gastos que no se tomaron en cuenta cómo lo son los gastos de recreación y de ocio.		

## 11.7 Recomendaciones y sugerencias finales.

Por último, esta misión es importante representando una gran oportunidad para expandir la marca-persona del fotógrafo, consideramos todos los costos, desde gastos de transporte dentro de la ciudad, hospedaje, seguro médico y presentación.

## 12. OFERTA DE OCIO Y ENTRETENIMIENTO

### 12.1 Contexto histórico y cultural.

La ciudad de Nueva York fue originalmente fundada en 1624 por los holandeses bajo el nombre de “Nueva Ámsterdam”. Posteriormente fue tomada por los británicos en 1664, cuando fue rebautizada con el nombre por el que hoy la conocemos “Nueva York”, esto en honor al Duque de York. Posterior a esto, durante los siglos XVII y XIX, la ciudad se convirtió en un importante centro comercial y financiero, gracias a su puerto y a su posición estratégica en el comercio transatlántico.

Con el paso del tiempo, la ciudad de Nueva York crecía con rapidez y se convirtió en un punto de encuentro de diversas culturas y etnias. Llegó a existir una fuerte inmigración proveniente de todo el mundo, pero en especial de Europa y Asia para buscar una vida mejor.

### 12.2 Sitios de interés patrimonio UNESCO.

Una de las figuras más icónicas del país, está ubicada dentro de la ciudad de Nueva York. Se trata de la Estatua de la Libertad, uno de los monumentos más famosos y visitados del mundo. La historia de este monumento es que es un regalo de los franceses a los estadounidenses que se hizo en el año 1886 en conmemoración al centenario de la Independencia de Estados Unidos. La Estatua de la Libertad es un símbolo de libertad y democracia para todo el mundo, y es por ello que en 1984 fue declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO.

Los costos de los recorridos de la estatua de la libertad van desde los \$30USD hasta los \$70USD por persona.

### 12.3 Parques y reservas naturales.

Estas son algunos parques donde puede pasarse tiempo y conocer de una mejor manera Brooklyn:

- Prospect Park: El Prospect Park es el parque más grande de Brooklyn y cuenta con una gran cantidad de senderos, prados, lagos y áreas de juego.

- Brooklyn Bridge Park: El Brooklyn Bridge Park se encuentra a lo largo del East River y ofrece vistas impresionantes del horizonte de Manhattan.
- Marine Park: El Marine Park es uno de los parques más grandes de Brooklyn y cuenta con una amplia variedad de actividades recreativas, como senderismo, ciclismo, pesca y kayak.
- Jamaica Bay Wildlife Refuge: El Jamaica Bay Wildlife Refuge se encuentra en la costa de Brooklyn y cuenta con más de 9,000 acres de humedales y lagunas.
- Brooklyn Greenway: La Brooklyn Greenway es una ruta de 26 millas que recorre el borde del agua en Brooklyn, desde Greenpoint hasta Bay Ridge.
- Brooklyn Botanic Garden: El Brooklyn Botanic Garden cuenta con más de 50 acres de jardines temáticos, incluyendo un jardín de rosas, un jardín japonés y un jardín de hierbas.

#### 12.4 Recorridos turísticos y de valor histórico.

Ya que Brooklyn cuenta con bastantes recorridos turísticos, nosotros investigamos las que pueden ser más del agrado de Pablo:

- Brooklyn Historical Society: Ofrece recorridos a pie por el barrio de Brooklyn Heights y otros lugares históricos de Brooklyn, junto con exposiciones y programas educativos.
- Brooklyn Bridge: Un recorrido por el puente icónico de Brooklyn es una experiencia inolvidable. Puedes caminar o andar en bicicleta por el puente y disfrutar de impresionantes vistas del horizonte de Manhattan.
- Green-Wood Cemetery: Este cementerio histórico cuenta con impresionantes monumentos funerarios y tumbas de figuras notables de la historia de Nueva York, como Boss Tweed y Jean-Michel Basquiat.
- Weeksville Heritage Center: Este centro histórico celebra la comunidad afroamericana de Weeksville, que fue fundada en la década de 1830. Ofrece recorridos por casas restauradas, exposiciones y programas educativos.

- Williamsburg: Un recorrido a pie por Williamsburg ofrece una visión de la transformación de este barrio, desde una comunidad de inmigrantes hasta uno de los barrios más modernos de Brooklyn, con impresionantes murales de arte urbano, restaurantes y bares.

Estas opciones fueron pensadas para que Pablo pueda tomar algunas fotografías del recorrido.

### 12.5 Oferta gastronómica.

Estos son algunos resultados interesantes que tal vez puedan llamar la atención de pablo sobre las diferentes ofertas gastronómicas:

- Smorgasburg: Es el mercado de comida al aire libre más grande de Brooklyn, donde encontrarás una gran variedad de puestos de comida con opciones de todo el mundo.
- Di Fara Pizza: Una pizzería muy conocida en Brooklyn, que ha sido calificada como la mejor pizza de Nueva York.
- Peter Luger Steak House: Esta famosa steak house ha estado sirviendo carnes de alta calidad desde 1887 y ha sido aclamada por su deliciosa carne y su ambiente clásico.
- The Brooklyn Kitchen: Una tienda de cocina donde encontrarás una amplia variedad de ingredientes y utensilios para cocinar en casa.
- Russ & Daughters: Una tienda icónica de alimentos judíos que ofrece pescados ahumados, bagels, huevos encurtidos y otros platos clásicos de la cocina judía.
- Win Son: Un restaurante taiwanés moderno con una oferta de platos clásicos taiwaneses, junto con opciones innovadoras como los famosos sándwiches de gua bao.
- Lilia: Un restaurante de cocina italiana moderna, que ofrece una selección de pastas frescas, antipastos y platos de temporada.

## 12.6 Museos, galerías y centros culturales.

Estas son algunas opciones que encontramos como lo más popular para poder visitar:

- Brooklyn Museum: El Brooklyn Museum es uno de los museos más grandes de Nueva York. Ofrece una amplia colección de arte, desde antigüedades egipcias hasta arte contemporáneo.
- Museo de la Sociedad Histórica de Brooklyn: El Museo de la Sociedad Histórica de Brooklyn ofrece exposiciones y programas educativos sobre la historia de Brooklyn y sus vecindarios.
- Galería de Arte BRIC: La Galería de Arte BRIC es un espacio dedicado al arte contemporáneo y emergente.
- Teatro BAM: El Teatro BAM es un centro cultural que ofrece una amplia variedad de programación, desde teatro y danza hasta cine y música en vivo.
- Centro de Artes de St. Ann: El Centro de Artes de St. Ann es un espacio dedicado al arte contemporáneo y experimental.
- Museo de Arte de Brooklyn: El Museo de Arte de Brooklyn cuenta con una amplia colección de arte que abarca desde arte antiguo hasta arte moderno y contemporáneo.
- Museo de Coney Island: El Museo de Coney Island cuenta con exposiciones sobre la historia de este icónico vecindario de Brooklyn, su cultura popular y sus atracciones turísticas.

## 12.7 Turismo de aventura.

Estas pueden ser algunas de las opciones de turismo que pueden hacerse dentro de Brooklyn, para poder obtener unas buenas imágenes de la ciudad:

- Kayak en el río East: El río East ofrece una oportunidad única para explorar la ciudad en kayak.
- Paseo en bicicleta por el puente de Brooklyn: Paseo en bicicleta por el puente de Brooklyn.
- Senderismo en el parque nacional Gateway: El parque nacional Gateway, ubicado en Brooklyn, ofrece varias rutas de senderismo para todos los niveles de habilidad.
- Excursiones en velero: Podrás disfrutar de un relajante paseo en el agua mientras disfrutas de vistas impresionantes de la ciudad.

## 12.8 Oferta teatral y conciertos.

La oferta teatral de la ciudad de Nueva York es sumamente variada, siendo considerada una de las más importantes del mundo. Conocida principalmente por Broadway, que atrae a miles de visitantes cada año.

Broadway es un distrito ubicado en la ciudad de Nueva York que se extiende a lo largo de la calle del mismo nombre y alberga dos de los teatros más famosos y con mayor capacidad de la ciudad, conocida por sus grandes producciones y piezas de teatro musical. Es famosa por albergar algunas de las producciones más populares y exitosas del mundo, incluyendo "O Fantasma da Ópera", "Cats", "Los Miserables", "Wicked" y "O Rei Leão". Muchos de estos programas llevan décadas en la cartelera y algunos se convertirán en verdaderos clásicos de la cultura popular.

Mientras tanto, Nueva York también tiene un vibrante teatro con cena justo en Broadway. Hay cientos de teatros por toda la ciudad que ofrecen producciones de todo tipo, desde piezas clásicas hasta piezas experimentales y producciones

independientes. Además, la ciudad recibe una gran cantidad de festivales y eventos teatrales a lo largo del año, atrayendo a artistas y público de todo el mundo.<sup>57</sup>

### 12.9 Oferta de espectáculos / oferta deportiva.

- NBA: Esta ciudad es el hogar de dos equipos de la NBA: los New York Knicks y los Brooklyn Nets. Los equipos juegan en el Madison Square Garden y el Barclays Center respectivamente.
- MLB: Los Yankees de Nueva York y los Mets de Nueva York son equipos de béisbol de la ciudad de Nueva York. Ambos equipos cuentan con impresionantes estadios, Yankee Stadium y Citi Field, donde se pueden disfrutar emocionantes juegos de béisbol durante toda la temporada.
- NFL: La ciudad alberga dos equipos de fútbol americano, los New York Giants y los New York Jets. Los partidos se juegan en el MetLife Stadium, ubicado en el estado vecino de Nueva Jersey.
- NHL: Los New York Rangers y los New York Islanders son los equipos de hockey sobre hielo de la ciudad de Nueva York.
- MLS: Los New York Red Bulls y el New York City FC son los equipos de fútbol soccer de la MLS de la ciudad de Nueva York.

Además de estas franquicias, la ciudad de Nueva York también es casa de más eventos deportivos especiales, como maratones, carreras, torneos de tenis y más durante todo el año.<sup>58</sup>

---

<sup>57</sup> Broadway musical, <https://www.nuevayork.net/broadway#:~:text=Conocida%20a%20nivel%20mundial%20por,todos%20os%20rincones%20del%20mundo.>

<sup>58</sup> Guía turística Nueva York, <https://www.guiaturistanuevayork.com/ver-deportes-en-nueva-york.html>

## **13. PROGRAMAS DE FOMENTO, APOYOS Y FINANCIAMIENTO PARA PARTICIPAR EN FERIAS Y MISIONES COMERCIALES.**

### **13.1 Apoyos federales / Secretaría de Economía.**

Algunos apoyos a nivel nacional que encontramos fueron:

Apoyos del Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura (INBAL): El INBAL es una institución gubernamental encargada de promover y difundir la cultura y las artes en México. El instituto ofrece diversos apoyos económicos a través de convocatorias para proyectos artísticos y culturales en disciplinas como artes visuales, literatura, música, teatro, danza, entre otras.

Programa de Apoyo a las Culturas Municipales y Comunitarias (PACMyC): Este programa otorga apoyos económicos para la realización de proyectos culturales que surgen de las comunidades y municipios de México, con el fin de fortalecer la identidad cultural de las regiones y fomentar la participación ciudadana en la cultura.

Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA): Este fondo es uno de los programas de apoyo a artistas más importantes en México, y ofrece diferentes tipos de apoyo económico, como becas para creadores, residencias artísticas, apoyo para publicaciones y exposiciones, entre otros.

### **13.2 Programa nacional de eventos internacionales.**

No encontramos ningún programa a nivel nacional para apoyo de eventos internacionales pero encontramos los siguientes:

Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE): Tiene como uno de sus objetivos promover la imagen de México en el extranjero, y para ello apoya la participación de artistas mexicanos en eventos culturales y artísticos en el extranjero, ya sea a través de programas específicos o mediante la gestión de contactos y oportunidades.

Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA): Se enfoca principalmente en promover y difundir la cultura y las artes en México, también apoya la participación de artistas mexicanos en eventos internacionales a través de convocatorias específicas.

### **13.3 Programa de asistencia técnica y campañas de imagen.**

Algunos programas y asistencias técnicas que pueden ser de apoyo y básicos para el conocimiento del artista son:

Talleres y cursos de formación: Diversas instituciones y organizaciones, como el Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura (INBAL), el Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA), y centros culturales y academias, ofrecen talleres y cursos de formación en diversas disciplinas artísticas para ayudar a los artistas a mejorar sus habilidades técnicas y profesionales.

Asesoría en gestión cultural: Algunas organizaciones y consultorías especializadas en gestión cultural ofrecen asesoría a artistas y creadores en temas como financiamiento, promoción, redes sociales y estrategias de imagen para ayudarles a alcanzar sus objetivos profesionales.

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

De acuerdo a lo que nos puede ser funcional para Pablo, estos concretamos que pueden ser los indicados para el tema:

Secretaría de Cultura de Jalisco: La Secretaría de Cultura de Jalisco es la instancia encargada de promover y difundir la cultura y las artes en el estado de Jalisco. Ofrece diversos programas y apoyos para la promoción y el desarrollo de proyectos culturales y artísticos, así como para el fortalecimiento de las industrias culturales y creativas en la entidad.

Secretaría de Desarrollo Económico de la Ciudad de México: La Secretaría de Desarrollo Económico de la Ciudad de México (SEDECO) tiene entre sus objetivos apoyar el desarrollo económico de la ciudad y fomentar el emprendimiento y la innovación. En este sentido, ofrece apoyos y programas específicos para el sector cultural y creativo, como el Programa de Desarrollo de Industrias Creativas y Tecnológicas de la Ciudad de México.

### 13.5 Apoyos de cámaras industriales.

Dentro de los apoyos de cámaras industriales que encontramos fueron un poco más básicos ya que no logramos encontrar para artistas:

Asesoría y capacitación: Las cámaras industriales pueden ofrecer asesoría y capacitación a las empresas culturales y creativas en temas relacionados con la producción, distribución y comercialización de sus productos o servicios.

Representación ante el gobierno y otros organismos: Las cámaras industriales pueden representar a sus miembros ante el gobierno y otros organismos para defender sus intereses, y promover políticas públicas que favorezcan el desarrollo de las industrias culturales y creativas.

### 13.6 Financiamiento Pyme banca comercial.

Proponemos el uso de esta compañía para la financiación del proyecto, Yotepresto es una empresa mexicana de tecnología financiera (fintech) dedicada a ofrecer préstamos de persona a persona en línea. Utiliza una plataforma digital para conectar a las personas que buscan préstamos con inversores dispuestos a prestar el dinero. Yotepresto se enfoca en brindar préstamos rápidos y seguros a tasas de interés competitivas, la empresa fue fundada en 2013 y desde entonces ha otorgado más de 130.000 préstamos en México.<sup>59</sup>

Tiene una tasa de interés variada según varios factores como el historial crediticio del solicitante, el plazo del préstamo y el monto solicitado. La tasa de interés puede oscilar entre el 8,9% hasta 38.9% anual. Es importante tener en cuenta que Yotepresto realiza un análisis crediticio previo antes de otorgar un crédito, por lo que la tasa de interés puede variar de acuerdo a la evaluación de riesgo que realice la empresa.

<b>Tabla de intereses</b>
---------------------------

---

<sup>59</sup> Yotepresto, <https://www.yotepresto.com/>

Calif.	Tasa anual	Calif.	Tasa anual	Calif.	Tasa anual
A1	8.90%	B1	15.90%	C1	22.90%
A2	9.90%	B2	16.90%	C2	23.90%
A3	10.90%	B3	17.90%	C3	26.90%
A4	11.90%	B4	18.90%	C4	29.90%
A5	12.90%	B5	19.90%	C5	32.90%
A6	13.90%	B6	20.90%	C6	35.90%
A7	14.90%	B7	21.90%	C7	38.90%

Tomado de Yotepresto

## 14. CONCLUSIONES

1. Carlos Alejandro Camarena Vazquez:

Con la culminación de este Proyecto de Aplicación Profesional, es importante reflexionar sobre lo aprendido, las experiencias que lo rodean, qué habilidades puse en práctica y el impacto social que le dejamos al fotógrafo.

Puedo comenzar con la oportunidad de experimentar un trabajo de internacionalización enfocado al arte, muy distinto a todo lo que he estudiado a lo largo de mi carrera ya que sale de lo tradicional. Aquí aprendí que el arte y los negocios van de la mano, un gran artista debe de estar respaldado por un gran comercializador o deberá de convertirse en uno, creando su marca-persona, me deja satisfecho y creo que será de bastante ayuda para Pablo.

El impacto social del proyecto es la difusión de la obra de Pablo en Estados Unidos, fomentando el paisajismo mexicano en un país que gusta de la fotografía. No hay duda que será una gran oportunidad para Pablo.

## 2. Álvaro Fernandez Garcirace

Me gustaría concluir diciendo que este fue mi primer PAP, no tenía muchas expectativas acerca de cómo sería y menos porque se trataba de un PAP enfocado en el Arte. Conforme se fue desarrollando el semestre fui aprendiendo infinidad de cosas pero lo que más me iba sorprendiendo era lo complejo que es comercializar las obras de artistas, yo he trabajado desde el inicio de mi carrera y también he emprendido así que tengo ya experiencia en la comercialización de productos, desde perecederos hasta artículos de aseo, pero trabajar con artistas y sus obras es totalmente otro mundo. Me percate que por lo general los artistas se enfocan solamente en hacer su arte pero carecen de ideas de cómo monetizarlo y se estancan en sus carreras por falta de recursos y tienen que recurrir a otras fuentes de ingresos, aquí es donde entramos nosotros para apoyarlos, pero tristemente no todos los artistas del país tienen acceso a programas como este y creo que se debería de educar a los artistas en estos ámbitos, deberían de existir instituciones que se enfoquen solamente en esto para así fomentar el surgimiento de mucho mas artistas.

## 3. Rodrigo Nieto González.

Desde mi punto de vista, este proyecto fue muy gratificante, ya que fue una experiencia de diversificación dentro del ámbito que abarca mi carrera, es decir el comercio. Fueron muchos los temas que se abordaron a lo largo del semestre y que

se aprendieron. Fue muy interesante aprender cómo tratar al artista, conocerlo, aprender de su trabajo y apreciar su arte.

Otro punto que me gustaría mencionar es que como siempre, el trabajo en equipo fue muy desafiante, pero creo que al final logramos tener una buena comunicación para acercarnos a los objetivos que este PAP nos planteó.

Por otro lado creo que el sentido de la colaboración con un artista aportó en el sentido del impacto social. El hecho de que no solo haya sido un proyecto interno para una materia dentro de la universidad, sino que, se trató de contribuir con alguien del exterior fue un valor agregado.

En conclusión puedo decir que fue un gran proyecto, donde todos nos dimos a la tarea de investigar, aportar y apoyar a los demás, pero como en todo siempre queda un área de oportunidad para mejorar, y que esta fue una experiencia primeriza que nos contribuye para crecer en el futuro.

#### 4. Santiago Gutierrez Elorriaga:

Para finalizar este proyecto, a lo largo del semestre he adquirido aprendizajes como la forma de comunicarse y organizarse con compañeros que están buscando la misma meta, también logré aprender a dar solución a problemas que van surgiendo a lo largo que se va desarrollando el proyecto, aprendí a buscar información y apoyos dentro del internet, buscando en páginas con información confiable y verifica.

Logre adquirir muchos aprendizajes de los temas en que los artistas están interesados, qué es lo que buscan y de qué manera desarrollar la mejor forma para darlos a conocer y desarrollar sus planes cumplir con sus metas y propósitos. Logrando tener una comunicación afectiva con el artista nos ayuda a tener una mejor guía para ir cumpliendo con sus expectativas.

Como impacto social, podría decir que el indagar e adquirir información que es útil para cumplir los planes del artista, podremos darnos cuenta sobre cómo el apoyo que necesitan ellos y el cual no hay muchas opciones en nuestro país, podemos cuenta que no hay que descartar aquellos artistas que necesitan el apoyo para cumplir con sus logros.

#### 5. Pablo Iván Orozco Beltrán:

Trabajando en el proyecto aprendimos que no solamente se trata de realizar una venta de alguna obra si no comprender el contexto del proyecto y cuales son sus objetivos ya que normalmente nos perdemos dentro de los procesos sin comprenderlos. Como competencias he aprendido a valorar una obra de arte y a generar una carpeta de artista con lo que podemos realizar una análisis más a fondo de lo que los artistas tratan de compartir al público. Además como lo mencionamos en la exposición. Pablo fue una persona muy amable y siempre nos compartió todas sus experiencias como si nos conociéramos de hace mucho tiempo.

El impacto social que tenemos con este proyecto es que nosotros podemos apoyar a más artistas a comercializar sus obras de una forma más formal así como apoyarlos con la documentación básica o más profunda que ellos necesitan para poder realizar tratos económicos y gubernamentales de una forma más sencilla para fomentar el crecimiento de su arte.

## 15. BIBLIOGRAFÍA

Aeroméxico. "Aeroméxico - Reserva ahora y vuela con la mejor aerolínea."

*Aeroméxico*, 2023, <https://aeromexico.com/es-mx>. Accessed 9 Mayo 2023.

Allianz Travel. "Compra tu plan de asistencia y viaja seguro." *Allianz Travel*,

<https://www.allianztravel.com.mx/compra-tu-seguro-de-viaje.html>. Accessed 3

Mayo 2023.

American Airlines. "Boletos aéreos y vuelos baratos en AA.com." *American Airlines*, 2023, [https://www.aa.com/homePage.do?locale=es\\_MX](https://www.aa.com/homePage.do?locale=es_MX). Accessed 9 Mayo 2023.

AMEX. "Seguro de Viajes." *AMEX*, 2023, <https://www.americanexpress.com/es-mx/seguros/travel-protection/single/planes?page=1>. Accessed 6 May 2023.

Banco Mundial. "España | Data." *Banco Mundial - Datos*, 2023, <https://datos.bancomundial.org/pais/espana>. Accessed 26 Marzo 2023.

Banco Mundial. "PIB per cápita (US\$ a precios actuales) | Data." *Banco Mundial - Datos*, 2023, <https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.PCAP.CD>. Accessed 26 Marzo 2023.

BBC. "CERRAR EL TRATO: How American's Do Business." *BBC*, <https://www.bbc.com/storyworks/specials/moving-to-america-spanish/how-americans-do-business.html>. Accessed 4 Mayo 2023.

BBC. "Las cifras que muestran el enorme poder económico de los mexicanos en Estados Unidos." *BBC*, 6 February 2019, <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-46705825>. Accessed 30 Marzo 2023.

Bellafante, Ginia. "¿Cuántos turistas puede soportar una ciudad?" *The New York Times*, 12 July 2017, <https://www.nytimes.com/es/2017/07/12/espanol/opinion/cuantos-turistas-puede-soportar-una-ciudad.html>. Accessed 13 May 2023.

Berman, Marshall, and Brian Berger. "New York Calling: From Blackout to Bloomberg, Berman, Berger." *The University of Chicago Press*,

<https://press.uchicago.edu/ucp/books/book/distributed/N/bo5666793.html>.

Accessed 20 May 2023.

Britannica. "United States | History, Map, Flag, & Population." *Encyclopedia Britannica*, <https://www.britannica.com/place/United-States>. Accessed 25 Marzo 2023.

The Brooklyn. "Booking." *The Brooklyn*, 2023,

<https://hotel2461.openhotel.com/results.cfm>. Accessed 9 Mayo 2023.

Carla Con WIFI. "Qué Es Print On Demand: Una Gran Alternativa Para 2023."

*Carla Con Wifi*, 12 August 2022, <https://carlaconwifi.com/que-es-print-on-demand-una-gran-alternativa-para-2022>. Accessed 1 Mayo 2023.

CIA. "United States - The World Factbook." *CIA*, <https://www.cia.gov/the-world-factbook/countries/united-states/>. Accessed 24 Marzo 2023.

Citibanamex. "Seguro de Viajes." *Citibanamex*, 2023,

[https://www.citibanamexchubb.com/seguro-de-](https://www.citibanamexchubb.com/seguro-de-viaje/internacional/planes?icid=MX%7Cseguros%7Cseguro-de-viaje-TextoTop-Acquisition-IrSeguroViajeProtegidoCBNX-ES)

[viaje/internacional/planes?icid=MX%7Cseguros%7Cseguro-de-viaje-](https://www.citibanamexchubb.com/seguro-de-viaje/internacional/planes?icid=MX%7Cseguros%7Cseguro-de-viaje-TextoTop-Acquisition-IrSeguroViajeProtegidoCBNX-ES)

[TextoTop-Acquisition-IrSeguroViajeProtegidoCBNX-ES](https://www.citibanamexchubb.com/seguro-de-viaje/internacional/planes?icid=MX%7Cseguros%7Cseguro-de-viaje-TextoTop-Acquisition-IrSeguroViajeProtegidoCBNX-ES). Accessed 4 Mayo 2023.

Citi Bike. "Citi Bike Single Ride | Citi Bike NYC." *Citi Bike*,

<https://citibikenyc.com/pricing/single-ride>. Accessed 5 Mayo 2023.

Diario del Exportador. "Las Misiones Comerciales: Definición, importancia y modalidades." *DIARIO DEL EXPORTADOR*,

<https://www.diariodelexportador.com/2017/09/las-misiones-comerciales-definicion.html>. Accessed 20 Marzo 2023.

El País. "El fantasma de la censura artística sobrevuela EE UU." *EL PAÍS*, 8 February 2011,

[https://elpais.com/diario/2011/02/08/cultura/1297119602\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2011/02/08/cultura/1297119602_850215.html).

Accessed 29 Marzo 2023.

Escardo, Andrés. “El arte de invertir en arte.” *BBVA*, 23 January 2018,

<https://www.bbva.com/es/arte-invertir-arte/>. Accessed 13 May 2023.

Fernández del Valle, Pablo. “Instagram.” *Instagram*, 23 February 2022,

<https://instagram.com/pablofdzdelvalle?igshid=YmMyMTA2M2Y=>. Accessed

8 Marzo 2023.

Forbes. “De artistas emergentes a NFT: cómo invertir en arte como refugio en tiempos de crisis.” *Forbes Argentina*, 22 February 2022,

<https://www.forbesargentina.com/money/de-artistas-emergentes-nft-como-invertir-arte-como-refugio-tiempos-crisis-n12953>. Accessed 28 Marzo 2023.

Gobierno de México. “Imagen Comercial: Protege las características únicas de tu producto o servicio.” *Gobierno de México*,

<https://www.gob.mx/impi/articulos/imagen-comercial-protege-las-caracteristicas-unicas-de-tu-producto-o-servicio?idiom=es>. Accessed 20

Marzo 2023.

Gobierno de México. “México y Estados Unidos: Una Relación Dinámica, Multitemática y Estratégica.” *Gobierno de México*, 2023,

<https://www.gob.mx/sre/acciones-y-programas/mexico-y-estados-unidos-una-relacion-dinamica-multitematica-y-estrategica>. Accessed 27 Marzo 2023.

Gobierno de México. “Registor de marca.” *Solicitud de registro de marca ante*

*el IMPI | Trámites | gob.mx*, <https://www.gob.mx/tramites/ficha/solicitud-de-registro-de-marca-ante-el-impi/IMPI88>. Accessed 20 Marzo 2023.

Gobierno de México. "Registro de Marca." *Solicitud de registro de marca ante el IMPI | Trámites | gob.mx*, <https://www.gob.mx/tramites/ficha/solicitud-de-registro-de-marca-ante-el-imp/IMPI88>. Accessed 20 marzo 2023.

Gobierno de México. "Seguro de viaje | Secretaría de Relaciones Exteriores | Gobierno | gob.mx." *Gobierno de México*, <https://www.gob.mx/sre/documentos/seguro-de-viaje?state=published>. Accessed 4 Mayo 2023.

Google Flights. "Google Vuelos." *Google*, <https://www.google.com/flights?hl=es>. Accessed 8 Marzo 2023.

Google Travel. "Discover Hotels For Your Next Trip." *Google*, <https://www.google.com/travel/hotels>. Accessed 8 Marzo 2023.

Guía Turística de Nueva York. "¿Cómo sacar entradas para ver deportes en Nueva York?" *Guía turística de Nueva York*, 2023, <https://www.guiaturisticanuevayork.com/ver-deportes-en-nueva-york.html>. Accessed 13 Marzo 2023.

Hofstede Insights. "Hofstede Insights." *Contry Comparations Tools*, <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison-tool?countries=united+states>. Accessed 8 Mayo 2023.

IGH. "Hotels." *IHG*, 2023, <https://www.ihg.com/holidayinn/hotels/us/es/find-hotels/select-roomrate?fromRedirect=true&qSrt=sBR&qSIH=lgabr&qRms=1&qAdlt=1&qChild=0&qCiD=08&qCiMy=052023&qCoD=15&qCoMy=052023&qAAR=6CBARC&qRtP=6CBARC&setPMCookies=true&qSHBrC=HI&qDest=300%20Schermerhorn%20St>. Accessed 8 Mayo 2023.

Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. "Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial | Gobierno | gov.mx." *Gobierno de México*, <https://www.gob.mx/imp>. Accessed 20 Marzo 2023.

Introducing New York. "New York City Taxi Cabs - Information, advice, fare and rates." *New York*, <https://www.introducingnewyork.com/taxis>. Accessed 13 Marzo 2023.

MArco Beteta. "Nueva York, una ciudad para cualquier personalidad — Marco Beteta." *Marco Beteta*, <https://mbmarcobeteta.com/nueva-york-una-ciudad-para-cualquier-personalidad/>. Accessed 30 Marzo 2023.

Moreno, Juanita. "Qué es la realidad aumentada y 20 ejemplos de uso exitoso en empresas." *Blog de HubSpot*, 20 September 2021, <https://blog.hubspot.es/service/ejemplos-realidad-aumentada>. Accessed 13 May 2023.

MTA. "NYC Transit Fares and Tolls: What to know." *MTA*, 2023, <https://new.mta.info/fares>. Accessed 13 Marzo 2023.

Nueva York. "Musicales en Broadway - Teatros y musicales de Nueva York." *Nueva York*, 2023, <https://www.nuevayork.net/broadway>. Accessed 29 Marzo 2023.

OMPI. "La propiedad intelectual y las empresas: Utilización de fotografías de marcas y de obras protegidas por derecho de autor." *WIPO*, [https://www.wipo.int/wipo\\_magazine/es/2006/02/article\\_0010.html](https://www.wipo.int/wipo_magazine/es/2006/02/article_0010.html). Accessed 14 Marzo 2023.

Pablo Fernández. "Pagina Web." *PFV*, <http://www.pfv.mx/>. Accessed 13 Marzo 2023.

Printful. "Sobre Nosotros." *Printful*, <https://www.printful.com/es/sobre-nosotros>. Accessed 4 Mayo 2023.

Santander. "Entorno Legal en los Estados Unidos - Santandertrade.com." *Santander Trade*, 2023, <https://santandertrade.com/es/portal/establecerse-extranjero/estados-unidos/entorno-legal>. Accessed 29 Marzo 2023.

Secretaría de Relaciones Exteriores. "Comercio entre México y Estados Unidos." *Consulados*, <https://consulmex.sre.gob.mx/nuevayork/images/departamentos/asunpoleco/Economicos/Comercio-Exterior.pdf>. Accessed 30 Marzo 2023.

Select Business School. "Marketing sensorial: qué es y para qué sirve." *Select Business School*, 12 July 2021, <https://escuelaselect.com/marketing-sensorial-que-es-y-para-que-sirve/>. Accessed 24 Marzo 2023.

360 Imprimir. "Impresiones online de Flyers y Folletos desde 16,99 € | El mejor precio garantizado." *360imprimir*, 2023, <https://www.360imprimir.com.mx/grupo/volantes-y-folletos-personalizados>. Accessed 13 Marzo 2023.

360 imprimir. "1000 por \$206.00 | Tarjetas de Presentación." *360imprimir*, 2023, <https://www.360imprimir.com.mx/tarjetas-de-presentacion>. Accessed 13 Marzo 2023.

Tillary Hotel. "Booking hotel." *The Tillary Hotel*, 2023, <https://bookings.travelclick.com/115463#/accommodation/room>. Accessed 9 Mayo 2023.

Trip Advisor. "Costo promedio por día de comidas en NYC: Foro de Nueva York en Tripadvisor." *TripAdvisor*, 2023, <https://www.tripadvisor.com.mx/ShowTopic-g60763-i5-k11485353->

Costo\_promedio\_por\_dia\_de\_comidas\_en\_NYC-New\_York\_City\_New\_York.html. Accessed 5 Mayo 2023.

Tripadvisor. "Hoteles y vuelos." *Tripadvisor: más de mil millones de opiniones y aportes sobre hoteles, atracciones, restaurantes y más*, <https://www.tripadvisor.com.mx/>. Accessed 8 Marzo 2023.

U-Line. "Cajas" - *U-Line*, 2023, [https://es.uline.mx/BL\\_2356/Deluxe-Artwork-Shippers?keywords=picture](https://es.uline.mx/BL_2356/Deluxe-Artwork-Shippers?keywords=picture). Accessed 28 Marzo 2023.

U-Line. "Precios" - *U-Line*, 2023, [https://es.uline.mx/BL\\_2356/Deluxe-Artwork-Shippers?keywords=picture](https://es.uline.mx/BL_2356/Deluxe-Artwork-Shippers?keywords=picture). Accessed 20 Marzo 2023.

UNESCO. "Nueva York." *UNESCO Digital Library*, 2023, [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000367634\\_spa](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000367634_spa). Accessed 29 Marzo 2023.

Volaris. "Ultra low cost airline with the cheapest flight deals-Volaris." *Volaris - Ultra low cost airline with the cheapest flight deals-Volaris*, 2023, <https://www.volaris.com/flight>. Accessed 9 Mayo 2023.

Yotepresto. "Información general." *Préstamos personales e inversiones entre personas | yotepresto.com*, 2023, <https://www.yotepresto.com/>. Accessed 11 Mayo 2023.

Yotepresto. "Informción." *Préstamos personales e inversiones entre personas | yotepresto.com*, 2023, <https://www.yotepresto.com/>. Accessed 13 May 2023.