

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente



**ITESO**

Universidad Jesuita  
de Guadalajara

**PAP primavera 2023**

Desarrollo de Estrategias Comerciales Nacionales e Internacionales

**Documento Final:**

**Manual para el acompañamiento a la Feria Internacional De Arte HYBRID Art para el  
artista plástico Juan Diego Covarrubias García**

**Presentan:**

Licenciatura en Comercio y Negocios Globales: Daniela Vidrio Ochoa

Licenciatura en Comercio y Negocios Globales: Mariana Gutiérrez Martínez

Licenciatura de Ingeniería Industrial: Santiago Del Río Amutio

Licenciatura de Ingeniería Industrial: Luis Diego Álvarez Tostado Ruiz

Licenciatura de Ingeniería Industrial: Jesús Felipe Delgado Hernández

**Profesor:**

Dr. Eduardo Antonio Revilla Taracena

# ÍNDICE

## **1. Fundamentación del trabajo**

- 1.1. Descripción del escenario y trayectoria del artista.
- 1.2. Descripción general del contexto de la empresa y de la industria (sector Jalisco).
- 1.3. Problemática y oportunidades de las industrias culturales.
- 1.4. Validación de las condiciones del proyecto y del cambio.

## **2. Artista**

- 2.1. Redes Sociales y relaciones públicas del artista.
- 2.2. Objetivos y recomendaciones.

## **3. Protección intelectual**

- 3.1. Protección de la obra.
- 3.2. Proceso de registro.

## **4. Proceso de selección de ferias/ país**

- 4.1. Contexto de la feria.
- 4.2. Justificación de participación.
- 4.3. Propuesta de feria alternativa

## **5. Marco conceptual de referencia: PESTEL/ país destino**

- 5.1. Información general del país destino.
- 5.2. Análisis demográfico y macroeconómico.
- 5.3. Diagnóstico riesgo país y toma de decisiones para la comercialización.
- 5.4. Análisis de riesgos del país destino.
  - 5.5.1. Políticos.
  - 5.5.2. Jurídicos.
  - 5.5.3. Ambientales.
  - 5.5.4. Sociales.

5.5.5. Comercial/ TLC.

5.5.6. Sanitarios, fitosanitarios y acceso a mercado.

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

6.1. Segmento NSE.

6.2. Características del consumidor.

6.3. Segmentación por tribus.

6.4. Estructura de la competencia interna.

6.5. Estructura de costos de exportación.

6.6. Modelo de negocio y distribución.

## **7. Análisis cultural: paradigmas y códigos culturales**

7.1. Dimensiones culturales: Hofstede.

7.2. Culturas de alto o bajo contexto.

7.3. Teoría del iceberg.

7.4. Perfil cultural del país.

7.5. Códigos culturales.

7.6. Protocolo de negocios.

7.7. Perfil cultural del negociador local.

## **8. Propuesta de Valor agregado**

8.1. Justificación de la propuesta.

8.2. Empaque/ embalaje.

## **9. Acompañamiento**

9.1 Características generales del recinto ferial.

9.2 Hospedajes, fiestas nacionales y horarios de negocios.

9.3 Movilidad, plataformas, transporte público y renta de autos.

9.4 Clima, husos horarios, corriente eléctrica, tipo de cambio y normas de seguridad.

9.5 Presupuesto diario, equipaje recomendable.

9.6 Emergencias médicas, seguro médico, visado.

9.7 Servicios consulares, agregado comercial, funciones, horarios.

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

10.1 Selección del espacio físico idóneo.

10.2 Prototipo del stand, materiales.

10.3 Materiales y mano de obra local.

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

10.5 Directorio de proveedores locales.

10.6 Especificaciones del recinto expositor.

10.6.1 Conectividad

10.6.2 Horarios de montaje y desmontaje

10.6.3 Vías de acceso al recinto ferial.

10.7 Facturación y pagos.

10.8 Espacios de networking y negociación.

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

## **11. Análisis financiero de la misión comercial**

11.1 Transportación.

11.2 Recomendaciones y sugerencias finales.

## **12. Oferta de ocio y entretenimiento**

12.1 Contexto histórico y cultural.

12.2 Sitios de interés patrimonio UNESCO.

12.3 Parques y reservas naturales.

12.4 Recorridos turísticos y de valor histórico.

12.5 Oferta gastronómica.

12.6 Museos, galerías y centros culturales.

12.7 Oferta de espectáculos /oferta deportiva.

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

13.1 Apoyos federales/ Secretaría de Economía.

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

14. Bibliografía

15. Anexos

15. 1 Propuesta de intervención de espacio de exhibición

15. 2 Propuesta de certificado de autenticidad de piezas

15.3 Propuesta de marketing directo

15.4 Carpeta del artista

15.5 Formatos para el registro de marca y derechos de autor

## 1. Fundamentación del trabajo.

### 1.1. Descripción del escenario.

Lograr la participación exitosa de una empresa del estado de Jalisco en una misión internacional, dotándola de todos los elementos necesarios para lograrlo.

### 1.2. Descripción del contexto de la empresa y de la industria.

La industria del arte es una que se ha transformado a lo largo del tiempo pasando de ser un no solamente un lujo adquirido por las motivaciones que despertará en el sentir del comprador, sino que hoy en día ya también se ve como una inversión, ya que el arte no pierde valor y la industria se maneja de manera global.

El arte del autor gira entorno a la estética relacional y la corriente post-internet. La estética relacional es el conjunto de prácticas artísticas que toman como punto de partida teórico y práctico el conjunto de las relaciones humanas y su contexto social, más que un espacio autónomo y privado (2006, p. 142)<sup>1</sup>.

El post-internet es un movimiento de arte contemporáneo del siglo 21 influenciado por la cultura de internet.

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

Una oportunidad en el sector industrial del producto es la alta generación de oportunidades a través de conexiones con personas del medio o industria a la que pertenece la empresa, otra oportunidad presente en este sector es la buena planeación que garantiza relacionarse con gente del medio y así crecer

La problemática presente en el sector industrial el cliente desconoce el proceso para agregarle valor al producto, así como la manera adecuada de monetizarlo e internacionalizarlo.

### 1.4. Validación de las condiciones del proyecto y del cambio.

- Ver de manera concentrada, en un mismo lugar y en breve tiempo, la oferta de un sector lo que permite realizar un elevado número de contactos personales, con clientes actuales y potenciales, intermediarios, etc.
- Evaluar el interés que despierta su producto, a través de presentaciones de este durante el evento.
- Analizar los productos, incluyendo el producto, mercadeo, imagen, presentación y los precios de la competencia.
- Conocer todas las novedades tecnológicas y las nuevas tendencias del mercado.

---

<sup>1</sup> Bourriaud, N. (2006). *Estética relacional*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo Editores.

- Obtener documentación técnica y publicitaria de la competencia (catálogos y folletos, argumentos de venta, capacidad de respuesta, forma de atención en la feria, etc.).
- Analizar las estrategias utilizadas por los que ya están operando en ese mercado.
- Difundir la imagen de su empresa, darla a conocer y presentar sus productos ante una gran cantidad de potenciales clientes.
- Evaluar si la empresa está en condiciones de atender el volumen de tráfico que se pretende manejar a los precios requeridos.
- Hacerse, en pocos días, de una gran cantidad de contactos los que le llevaría mucho más tiempo y dinero hacerlo por cualquier otro medio.

## 2. Marco conceptual de referencia.

### 2.1. Información general del país destino.

España es un país miembro de la unión europea ubicado en la península Ibérica, cuya capital es Madrid. Manejan como sistema político una democracia parlamentaria y una monarquía constitucional con un jefe del Gobierno.

El comercio intracomunitario representa el 61 % de las exportaciones de España (Francia 16 %, Alemania 11 %, Italia 8 %), mientras que el extracomunitario tiene destinos como Reino Unido (8 %) y Estados Unidos (5 %).<sup>2</sup>

Los españoles se caracterizan por tener un sentido del honor y orgullo muy arraigado a su personalidad, por lo que hay que tener cuidado para no herir sensibilidades. Una vez que adoptan una posición es difícil que cambien de parecer precisamente por una actitud orgullosa.

### 2.2. Análisis demográfico y macroeconómico.

Según el INE (Instituto Nacional de Estadística) a 1 de julio de 2022 la población residente extranjera es de 5 579 947, la población española 42 035 087 y el total 47 615 034

---

<sup>2</sup> Obtenido de *España*. (s/f). European Union. Recuperado el 1 de febrero de 2023, de [https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/country-profiles/spain\\_es](https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/country-profiles/spain_es)

habitantes, siendo la densidad de población de 94,11 hab/km<sup>2</sup>. España es el cuarto país más poblado de la Unión Europea y el 30º del mundo.

<b>Distribución por edad de la población española (2020)<sup>17</sup></b>	
<b>Grupo de edad</b>	<b>%</b>
0 a 14 años	14,38%
15 a 29 años	15,45%
30 a 44 años	21,55%
45 a 59 años	23,04%
60 a 74 años	15,91%
75 años y más	9,66%

La economía española ha variado un 0,22% en el trimestre 4 de 2022, según los datos aportados por la estadística de la Contabilidad Nacional Trimestral publicada por el Instituto Nacional de Estadística (INE).

La tasa interanual del PIB fue de 2,68% en el trimestre 4 de 2022. Desde que comienza la serie histórica en 1996 la mayor tasa interanual se registró en el primer trimestre del año 2000, con un avance interanual del PIB del 5,58%, mientras que la mayor caída se produjo en el segundo trimestre del año 2009, con un retroceso del 4,26%. <sup>4</sup>

### 2.3. Diagnóstico riesgo, país y ambiente de negocios.

España ha crecido en un ritmo superior al conjunto de Europa, aunque todavía tiene una diferencia importante en el nivel de riqueza y grado de desarrollo con los países más avanzados de la Unión Europea. Madrid y Barcelona tienen los dos centros de negocios más importantes de todo el país; estas dos ciudades son sedes de las grandes empresas

---

<sup>3</sup> INE, Instituto Nacional de Estadística. (2020) Estimaciones de población, censos y cifras oficiales de población.

<sup>4</sup> España - Los datos de la macroeconomía española. (s. f.).

<https://www.epdata.es/datos/datos-macroeconomia-espana/124/espana/106>

del sector de la construcción, industrial (en especial el automovilístico, químicos, farmacéuticos y maquinaria), energía, y servicios en general.

Aparte de estos dos centros de negocios existe una gran especialización sectorial en las diferentes regiones del país; por ejemplo, en Valencia la industria del mueble y calzado esta fuerte, en Andalucía la más grande es la de la alimentación, en Castilla-La Mancha y Rioja es la industria del vino, y en el País Vasco es la maquinaria y de herramienta.

Con la ampliación de la Unión Europea al Este, España ha sido el país más perjudicado en el reparto de fondos y ayudas a empresas, de ser de los mayores receptores a convertirse a solo un contribuyente neto.

De acuerdo con estadísticas de COFACE España tiene una evaluación del riesgo de país de A3, esto significa que no está mal posicionado en cuanto a la estimación de riesgo de crédito promedio de las empresas de este país.

España tiene un ambiente de negocios A1, es decir es muy bueno. Es decir, los datos financieros de las empresas están disponibles y son confiables; los mecanismos para recuperar una deuda en caso de tenerla son eficientes; la calidad de las instituciones es muy buena, además de que las transacciones entre empresas se realizan de manera fluida.

#### 2.4. Relación económica, social, cultural destino país (México)

La página del Gobierno de México presenta información sobre las relaciones económicas y de cooperación entre México y España. Se destaca que ambos países tienen una relación bilateral histórica y estrecha, que se basa en aspectos culturales, políticos, económicos y de cooperación.

En términos económicos, España es uno de los principales socios comerciales de México en Europa y la quinta fuente de inversión extranjera directa en el país. Las empresas españolas tienen presencia en varios sectores clave de la economía mexicana, como el energético, el financiero, el turístico y el de infraestructura.

En cuanto a la cooperación, se menciona que México y España colaboran en diferentes áreas, incluyendo educación, ciencia, tecnología, cultura y medio ambiente. También se destaca la importancia de la relación entre ambos países en el ámbito político y de seguridad, así como en temas globales como la lucha contra el cambio climático y la promoción de los derechos humanos.

En resumen, la página del Gobierno de México presenta información detallada sobre la relación bilateral entre México y España, destacando su importancia en términos económicos, de cooperación y políticos.

## 2.5. Análisis de Riesgos.

2.5.1. Políticos.

2.5.2. Jurídicos.

2.5.3. Ambientales.

2.5.4. Sociales.

2.5.5. Comercial TLC.

2.5.6. Sanitarios, fitosanitarios y acceso a mercado.

Factor	Variables/factores	Corto plazo	Mediano plazo	Largo plazo	Evaluación del impacto
POLÍTICO	Elecciones Presidenciales			X	Los cambios de gobierno tardan en implementarse y no tendrían efecto inmediato.  Un estancamiento en relaciones comerciales entre países afectaría en poco tiempo la capacidad de artistas
	Elecciones para el congreso federal	X		X	

	Tratados comerciales				para ir a festivales internacionales
E C O N O M I C O	Devaluación/ apreciación del peso  Aumento/ disminución de la inflación  Déficit/ superávit comercial  Expectativas de crecimiento del PIB		X  X  X  X		La devaluación del peso y una posible crisis económica tardaría tiempo en asentarse y afectar las obras del artista.
T E G N O L O G I	Índice de competitividad del país  Transformación digital de las empresas  Patentes	X	X	X	El aumento de la competitividad de los artistas dificulta el sobresalir en el mercado, pero aumenta el estatus del país como productor de arte. Igualmente, una reducción en la competitividad afectaría la imagen del país y su demanda.  Una falta de patentes afecta de manera

C O	Apoyos e incentivos con fondos privados y públicos para el desarrollo tecnológico			X	inmediata la capacidad del artista de promover su obra.
A M B I E N T A L	Huella del carbono	X			Una crisis ambiental a gran escala afectaría de gran manera a todo el mercado.
	Manejo de residuos tóxicos	X			
	Manejo de energía	X			
	Manejo de agua	X			
	Marco regulatorio medioambiental	X			
L E G A L	Nivel de corrupción del país		X		El aumento en la corrupción de funcionarios públicos podría repercutir en la relación entre distintos gobiernos y dificultar el acceso a eventos de exposición si no se cuenta con el favor de la gente que los lidera.
	Independencia de la suprema corte de justicia		X		
	Nivel de impunidad del país		X		

S O C I A L	Movimientos sociales radicales	X			Un movimiento social radical a gran escala , e incluso un evento como una guerra afecta de manera inmediata y extrema a todo el mercado.
	Huelgas y manifestaciones	X			
	Nivel de violencia	X			
	Nivel de discriminación e intolerancia	X			

### 3. Protección intelectual

Conjunto de derechos exclusivos que puede poseer una persona (moral-jurídica- o física) sobre una patente, signo distintivo (marca), diseño industrial, indicación geográfica, secreto comercial o derecho de autor.

Derecho de Autor. – Describe los derechos de los creadores sobre sus obras literarias y artísticas.

Ejemplos: libros, la música, la pintura, la escultura, las películas, programas informáticos, las bases de datos, los anuncios publicitarios, los mapas y los dibujos técnicos.

### 4. Análisis del mercado / Segmento / Competencia/Producto /Consumidor del país destino

#### 4.1. Segmento NSE.

El nivel socioeconómico que corresponde a las clases AB y C+, ya que es el segmento de mercado con la capacidad adquisitiva de asistir a la feria de arte y comprar las obras del artista pertenece a la clase media alta o alta del país.

#### 4.2. Características del consumidor.

El consumidor puede tener características diversas que afectan su comportamiento de compra, como sus necesidades y deseos, perfil demográfico, personalidad, motivaciones, influencias sociales, experiencias previas, actitud hacia la marca y conocimiento del producto. Cada persona es única y puede tener diferentes motivaciones y preferencias que influyan en su comportamiento de compra.

Podría decirse que los asistentes a Hybrid Art Fair, feria de arte contemporáneo, pueden tener ciertas características comunes. Por ejemplo, probablemente tienen interés en el arte contemporáneo y en conocer nuevas tendencias y propuestas artísticas. Asimismo, podrían tener un nivel educativo elevado, una sensibilidad cultural destacada, una capacidad adquisitiva media o alta y una actitud curiosa e inquieta para explorar nuevas propuestas y tendencias artísticas. No obstante, estas características no son exclusivas de este tipo de público, ni son aplicables a todos los individuos, ya que cada persona tiene motivaciones, intereses y características únicas que influyen en su comportamiento de consumo.

#### 4.3. Segmentación por tribus

La segmentación de mercado es el proceso de dividir el mercado total en grupos más pequeños de consumidores con características y necesidades similares. El objetivo de la segmentación es identificar grupos de consumidores que puedan tener una respuesta similar a las estrategias de marketing de una empresa. Los criterios utilizados para segmentar el mercado pueden incluir factores demográficos (edad, género, ingresos, educación), geográficos (ubicación), psicográficos (estilo de vida, valores, personalidad) y comportamentales (hábitos de compra, lealtad a la marca, uso del producto). Una vez que se han identificado los segmentos de mercado, las empresas pueden adaptar sus productos, precios, promoción y distribución para satisfacer mejor las necesidades y deseos de cada grupo de consumidores.

*Los seniors y los “silver surfers”*

Los seniors son clientes que precisan de productos que se adapten a su nuevo estatus, disponen de mucho tiempo libre y buscan realizar actividades que les aporten tranquilidad y les hagan estar activos. Los silver surfers son consumidores mayores de 50 años que adoran los viajes, los artículos de lujo y los portales informativos. Son muy constantes en sus compras y en sus marcas y se manejan muy bien con las nuevas tecnologías.

#### *Las mujeres alfa*

Entre los 25 y los 54 años. Pueden o no vivir en pareja y de ser este el caso aporta más dinero que su pareja. Es una mujer preparada profesionalmente, con un estilo de vida moderna, interesada en la cultura y en su imagen.

#### *Los luxuryness<sup>5</sup>*

El lujo se está extendiendo como categoría en sí, hasta el punto de que el informe Lens on the WorldWide Luxury Consumer, de Bain & Company, se atreve a establecer siete categorías de consumidores de lujo: los omnívoros (mujeres que están empezando a conocer el lujo y no son fieles a ninguna marca); el conocedor (reconocen las diferencias entre las marcas y saben lo que compran); el inversor (buscan artículos de alta calidad); el hedonista (compra por exhibicionismo, infiel y caprichoso); el conservador (busca valores seguros sobre todo en joyería y relojería); el desilusionado; y, por último, los wannabes (los quiero y no puedo, buscan las categorías más accesibles).

#### *Los élite*

Si tenemos en cuenta que el 1% de la población mundial tiene el 50% de la riqueza y que el 20% consume el 80% de los recursos existentes, está claro que hay un perfil elitista que busca diferenciarse mediante la exclusividad extrema. “Dispone de mucho dinero para gastar y consume lujo y servicios premium”.<sup>6</sup>

#### 4.5. Requisitos de Ingreso al mercado.

---

<sup>5</sup> Arredondo Zermeño Pablo (2023). Dirección de Mercadotecnia

<sup>6</sup> Esaine, N. M. O. (2016). Tribus de consumo. Hacia la autosegmentación del consumidor. *Correspondencias & Análisis*, 6, 121–137. <https://doi.org/10.24265/cian.2016.n6.07>

Las normas para participar en Hybrid incluyendo pasos para inscribirse, así como regulaciones y características dentro de la feria se encuentran en el anexo 1, se requiere de llenar el formulario con todos los requisitos que se encuentran en dicho anexo.

#### 4.6. Barreras arancelarias y no arancelarias.

De acuerdo con la fracción arancelaria 9701.10.01 que corresponde al producto (pinturas y dibujos) que se llevará a la Feria Internacional hay ciertos requisitos que se deben de cumplir para poder llevarlo a cabo, entre ellas están:<sup>7</sup>

- Se deberá de presentar a la secretaria de Hacienda y Crédito Público el Aviso correspondiente, para dar cumplimiento a lo dispuesto en el Art. 18 fracción VI de la Ley Federal para la Prevención e Identificación de Operaciones con Recursos de Procedencia Ilícita. ya que su incumplimiento podría originar cancelación de la Patente de A.A, conforme el Art. 59 de la citada Ley (Arts. 17fracc. XIV de la LFPIORPI y 7 de la Resolución que expide los formatos oficiales de los avisos e informes que deben presentar quienes realicen actividades vulnerables). En este sentido, en la Circular T-172/14se da a conocer una aclaración a los Reportes que les llegan a los A.A cada mes del sistema SIGA, respecto al color verde y rojo de los pedimentos. (SIICEX, s.f.) (CAAAREM, 2023).

## 5. Análisis cultural: paradigmas y códigos culturales

### 5.1. Dimensiones culturales: Hofstede.

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

- La distancia de poder es una dimensión que habla acerca de cómo no todos los individuos son iguales, y expresa la actitud de la cultura ante estas desigualdades entre la sociedad. La puntuación de España es de 57, lo cual es alto; esto dice que las personas aceptan un orden jerárquico en el que no necesita mayor justificación. Se considera que la jerarquía en una organización refleja desigualdades inherentes, la centralización es popular, los subordinados esperan que se les diga lo que tiene que hacer y el jefe ideal es un autócrata benevolente

---

<sup>7</sup> <http://www.siicex-caaarem.org.mx/>

- El individualísimo es una dimensión que aborda el grado de interdependencia que una sociedad mantiene entre sus miembros. Este tiene que ver con que si la autoimagen de las personas se define en términos de “yo” o de “nosotros”. En España se puede observar que tiene una puntuación de 51, lo cual la hace colectivista. Pero en comparación con otras zonas del mundo se considera individualista, esto ha hecho que los españoles se relacionen con bastante facilidad con ciertas culturas.
- En la dimensión de masculinidad España tiene una puntuación de 42, lo cual significa que la polarización no está bien vista ni se aprecia la competitividad excesiva. Existe una preocupación por las personas débiles o necesitadas que genera una corriente natural de simpatía. En cuanto a la gestión, a los directivos les gusta consultar a sus subordinados para conocer su opinión y, en función de ella, tomar sus decisiones. En política, es deseable la participación de todas las minorías, tratando de evitar la presencia dominante de un solo partido ganador. Es el país opuesto al "el ganador se lo lleva todo"
- La dimensión de evitación de la incertidumbre tiene que ver con el modo en que la sociedad afronta el hecho de que el futuro nunca puede conocerse, lo que lleva a que se genere ansiedad. En el caso de España esto se refleja de una manera alta, tiene una puntuación de 86, lo que pasa es que a la gente le gusta tener normas para todo, los cambios provocan estrés, pero, al mismo tiempo, se ven obligados a evitar normas y leyes que, de hecho, hacen la vida más compleja. Se evitan los enfrentamientos, ya que provocan un gran estrés y escalan muy rápidamente al nivel personal. Existe una gran preocupación por las situaciones cambiantes, ambiguas e indefinidas.
- La dimensión sobre la orientación a largo de plazo describe cómo cada sociedad tiene que mantener ciertos vínculos con su propio pasado a la vez que afronta los retos del presente y el futuro, y las sociedades priorizan estos dos objetivos existenciales de forma diferente. España es un país normativo, es decir, les gusta vivir el momento, sin una gran preocupación por el futuro. Además, la gente busca resultados rápidos, sin demoras. Y prevalece la necesidad de estructuras claras y reglas bien definidas frente a enfoques más pragmáticos y relajados de la vida, sobre todo, a largo plazo.

- La dimensión de indulgencia se define como el grado en que las personas intentan controlar sus deseos e impulsos, basándose en la forma en que fueron criadas. España tiene una puntuación de 44, es decir no es indulgente; las sociedades con una puntuación baja en esta dimensión tienen tendencia al cinismo y al pesimismo. Además, a diferencia de las sociedades Indulgentes, las Sociedades Restringidas no dan mucha importancia al tiempo libre y controlan la satisfacción de sus deseos. Las personas con esta orientación tienen la percepción de que sus acciones están restringidas por las normas sociales y consideran que darse un capricho es algo malo.<sup>8</sup> (Hofstede Insights ,2023)

## 5.2. Culturas de alto o bajo contexto.

Las culturas de alto contexto no dependen exclusivamente de la comunicación verbal para comprender plenamente el significado de una determinada interacción. Este es un patrón común en las culturas ubicadas en el Medio Oriente, Asia, África y América del Sur. Estas culturas suelen tener amplias redes de información y relaciones personales cercanas. En la interacción diaria, no se requiere una gran cantidad de información verbal, ya que muchas personas tienen experiencias similares y una visión compartida del mundo. Este es un patrón común en las culturas de alto contexto. Por el contrario, las culturas de bajo contexto se basan principalmente<sup>9</sup> en el mensaje verbal y no buscan información adicional en el ambiente. Estas culturas se encuentran comúnmente en Europa Occidental, Estados Unidos y Canadá, y las relaciones personales suelen establecerse a través de actividades compartidas. En éstas, las personas cuentan generalmente con grandes redes de información y tienen muchas relaciones personales cercanas. En la interacción diaria de estas culturas, no es necesario tener gran cantidad de información verbal y tampoco se espera que esto suceda, pues muchas personas comparten experiencias similares y tienen una perspectiva parecida de cómo funciona el

---

<sup>8</sup> Hofstede Insights. (s.f.). Country Comparison Tool: Spain. Recuperado de <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison-tool?countries=spain>

<sup>9</sup> Anónimo. (2019). Contributions of Edward T. Hall for Friends of AFSES. Recuperado de <https://d22dvihj4pfop3.cloudfront.net/wp-content/uploads/sites/27/2019/02/13110951/ContributionsofEdwardTHallforFriendsofAFSES.pdf>

mundo. Por el contrario, un mensaje de bajo contexto es aquel en el cual la mayoría del mensaje es transmitido explícitamente a través de las palabras. Las culturas de bajo contexto se basan en su mayoría en el mensaje verbal y raramente buscan información adicional en el medio ambiente. Las culturas de bajo contexto se encuentran usualmente en Europa Occidental, como también en Estados Unidos y Canadá. En estas culturas las relaciones personales suelen darse porque las personas se involucran en determinadas actividades

En las culturas de alto contexto, las personas suelen tener una gran cantidad de relaciones personales cercanas y redes de información amplias. En la interacción diaria, no es necesario que haya una gran cantidad de información verbal, ya que muchos individuos comparten experiencias similares y una perspectiva común sobre cómo funciona el mundo. En contraste, las culturas de bajo contexto dependen principalmente del mensaje verbal y rara vez buscan información adicional en el entorno. Estas culturas suelen encontrarse en Europa Occidental, Estados Unidos y Canadá, y las relaciones personales tienden a formarse a través de actividades compartidas.

### 5.3. Teoría del iceberg.

La teoría del iceberg es una metáfora utilizada en diferentes contextos para describir la idea de que hay una parte visible y otra oculta de cualquier fenómeno o situación. Al igual que un iceberg, que sólo muestra una pequeña porción de su masa por encima del agua, la mayoría de los fenómenos tienen una parte visible y una parte oculta que no es fácilmente visible.

En psicología, la teoría del iceberg se refiere a la idea de que la mayoría de los procesos mentales son inconscientes, es decir, están debajo de la superficie de la conciencia y no son fácilmente accesibles. Según esta teoría, sólo una pequeña parte de nuestros pensamientos, sentimientos y comportamientos están conscientes, mientras que la mayor parte de ellos son inconscientes y están fuera de nuestro alcance.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Benavides Segura, B., Herrera Morera, G., & Saborío Pérez, I. (2009). *En torno a la Teoría del Iceberg: adquisición real de la cultura meta en el aula de L2*. <https://repositorio.una.ac.cr/handle/11056/19458>

#### 5.4. Perfil cultural del país.

El perfil cultural de España es muy rico y diverso, y está influenciado por su historia, geografía y las diferentes culturas que han coexistido en la península ibérica a lo largo de los siglos.

Entre las características culturales más destacadas de España se encuentran:

La lengua: El español es la lengua oficial de España y es hablada por la gran mayoría de la población. Además, existen otras lenguas cooficiales en algunas regiones del país, como el catalán, el gallego y el vasco.

La gastronomía: La comida y la bebida son muy importantes en la cultura española, y la gastronomía es reconocida en todo el mundo. Entre los platos más populares se encuentran la paella, el jamón ibérico, las tapas y el vino.

Las fiestas y tradiciones: España es famosa por sus fiestas y celebraciones, muchas de las cuales tienen raíces religiosas o históricas. Entre las más conocidas se encuentran la Semana Santa, la Feria de Abril en Sevilla, la Tomatina de Buñol, y los Sanfermines en Pamplona.

El arte y la arquitectura: España ha sido el hogar de muchos artistas y arquitectos famosos, como Pablo Picasso, Salvador Dalí, Antoni Gaudí y Santiago Calatrava. El arte y la arquitectura españoles se caracterizan por su colorido, su complejidad y su originalidad.<sup>11</sup>

La música y el baile: España es el hogar de muchos estilos musicales y bailes tradicionales, como el flamenco, la jota y la rumba. La música y el baile son parte importante de la cultura española y se pueden encontrar en todas partes, desde los bares hasta los teatros.

---

<sup>11</sup> Pritchett, V.S., *The Spanish Temper* (1954). Alfred A. Knopf, New York.

En resumen, el perfil cultural de España es muy diverso y está marcado por su rica historia y geografía, su lengua, su gastronomía, sus fiestas y tradiciones, su arte y arquitectura, y su música y baile.<sup>12</sup>

#### 5.5. Códigos culturales.

Los códigos culturales están formados por los hábitos y costumbres del entorno en el que se vive, al igual que estos son moldeados conforme a los distintos significados y grado de importancia que se le den a objetos o situaciones.

En España se deben tomar algunos en cuenta como lo serían el saludo, la comida, los horarios entre otros. En España, es común saludar a alguien con dos besos en las mejillas. Este saludo es utilizado entre amigos y familiares, pero no necesariamente en un ambiente de negocios. En un ambiente más formal, es mejor utilizar un apretón de manos.

Como se ha mencionado anteriormente, la comida forma parte importante de la cultura española, es común comer tarde en comparación con otros países, y tomar una siesta después de la comida (conocida como "siesta"). También es común compartir platos y pedir varias tapas para probar diferentes sabores<sup>12</sup>(Leer S, 2023)

#### 5.6. Protocolo de negocios y perfil cultural del negociador local

El conocimiento del protocolo de negociación de diferentes países es crucial para cualquier empresa que busque expandir su negocio internacionalmente. Cada país tiene

---

<sup>12</sup>Leer, S. (s/f). *La cultura en España*. Gobiernodecanarias.org. Recuperado el 15 de marzo de 2023, de <https://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/edublog/ceipvalsequillo/wp-content/uploads/sites/657/2020/03/la-cultura-en-espana.pdf>

su propia cultura, normas y costumbres en lo que respecta a las negociaciones comerciales, y el desconocimiento de estas diferencias puede resultar en malentendidos y errores que afecten negativamente el éxito de la negociación. Por lo tanto, es importante que los empresarios y negociadores tengan una comprensión clara del protocolo de negociación de los países con los que planean hacer negocios, y adapten su enfoque y estrategia en consecuencia. Al conocer y respetar las prácticas de negociación de otras culturas, las empresas pueden aumentar su eficacia en el mercado global y mejorar sus relaciones comerciales internacionales.

En España los comportamientos sociales son una parte importante de la cultura española. La familia es la base de la estructura social y se valora mucho la amabilidad y la extroversión, aunque siempre de una manera educada y diplomática. El protocolo y la formalidad son importantes cuando se recibe a visitas de trabajo, pero la sociedad es igualitaria y las mujeres tienen una importante presencia en el mundo laboral.

En cuanto al saludo, se acostumbra estrechar la mano de todos los presentes en una reunión social o de negocios. Además, los españoles suelen anteponer el Don o Doña al primer nombre como una regla formal. Las mujeres, por su parte, suelen besarse en las mejillas iniciando con la izquierda y se abrazan si así lo consideran.

En lo que respecta a la puntualidad, los españoles tienen una visión flexible del tiempo y es común presentarse tarde en situaciones sociales, pero se espera llegar a tiempo para situaciones de negocios. Las reuniones de trabajo son formales y directas, con una comunicación formal y directa. Las reuniones de negocios son estructuradas, aunque no demasiado formales, y el propósito principal es analizar y no tomar decisiones.

Refiriéndose a la vestimenta, los españoles valoran la elegancia en todo momento, incluso en ocasiones casuales. Los hombres deben vestir de traje, corbata y zapatos lustrados, mientras que las mujeres pueden usar traje sastre, vestidos, blusas y faldas, y los accesorios y el maquillaje son complementos apreciados.

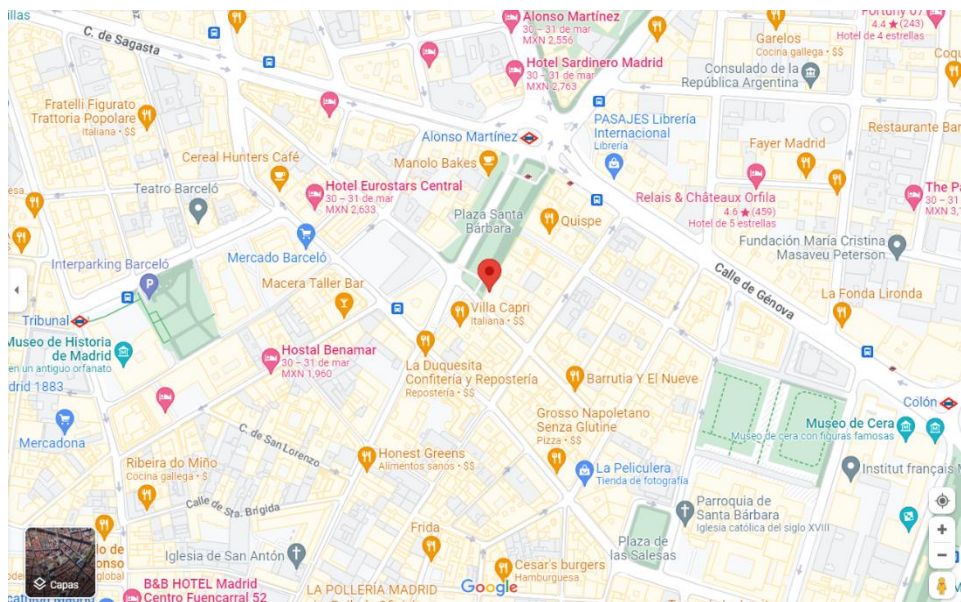
Por último, los regalos se entregan al finalizar una reunión y deben ser sencillos y de buen gusto, como artículos de arte, de escritorio o libros. Sin embargo, no es aconsejable regalar crisantemos, lirios blancos o rosas rojas y las flores deben estar en números

impares, excepto el número 13 que se considera de mala suerte. Los españoles son abiertos al momento de recibir obsequios.<sup>1</sup>

## 6. Acompañamiento

### 6.1 Características generales del recinto ferial.

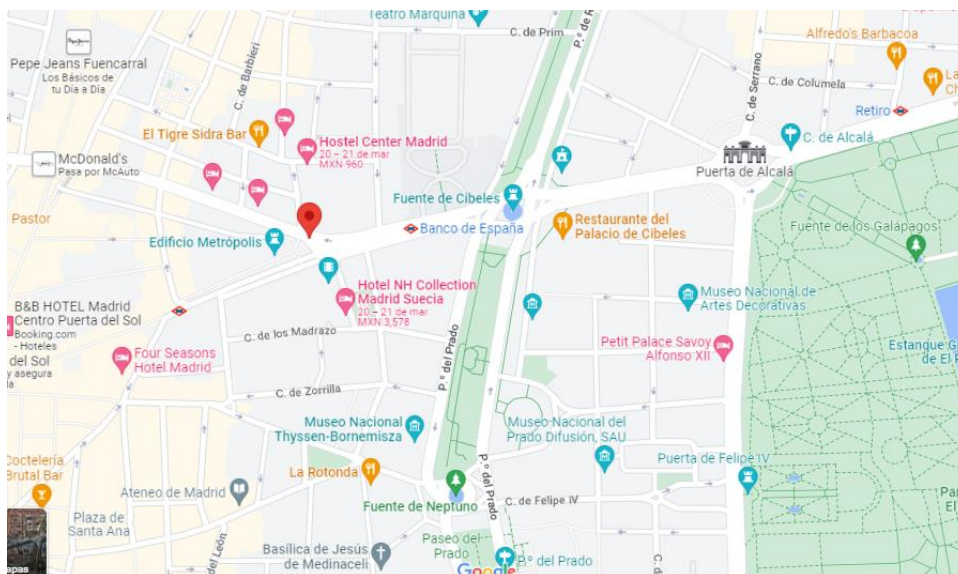
Corresponde a las instalaciones del Hotel Petit Palace Santa Bárbara ubicado en Plaza de Sta. Bárbara, 10, 28004 Madrid Metro Alonso Martínez



Recuperado de Google maps el 20/04/2023 en

<https://www.google.com/maps/place/Petit+Palace+Santa+Barbara/@40.4264258,-3.6989545,17z/data=!3m1!4b1!4m9!3m8!1s0xd42288ee86d4b39:0x16a69f1303f64e55!5m2!4m1!1i2!8m2!3d40.4264258!4d-3.6963796!16s%2Fq%2F1tfk14l3>

La exposición que se hará en el *Hybrid Art Fair* se hace en un entorno especial, es decir, en las habitaciones de un hotel. Es un hotel boutique (Hotel Petit Palace Santa Bárbara), que era el antiguo palacio de los Marqueses de Quintanar, este está situado en la céntrica plaza de Santa Barbara, entre los barrios de Chueca y Malasaña.



Recuperado de Google maps el 20/04/2023 en

<https://www.google.com/maps/place/Petit+Palace+Santa+Barbara/@40.4264258,-3.6989545,17z/data=!3m1!4b1!4m9!3m8!1s0xd42288ee86d4b39:0x16a69f1303f64e55!5m2!4m1!1i2!8m2!3d40.4264258!4d-3.6963796!16s%2Fq%2F1tfk14I3>

Instalaciones del Hybrid Art

Ubicación: C/ Gran Vía, 28014 Madrid, España<sup>13</sup>

## 6.2 Expositores participantes

La convocatoria para la feria de 2024 aún no abre, por lo tanto, los expositores se darán a conocer después

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

Horarios de ferias pasadas

Viernes – 24 febrero 2023

11:00h. – 20:00h. – Acceso general

Sábado – 25 febrero 2023

11:00h. – 21:30h. – Acceso general

Domingo – 26 febrero 2023

11:00h. – 20:30h. – Acceso general

Checar actualización de horarios en @petitpalacehotels y @hybrid\_arte

---

<sup>13</sup> Hybridart. (s.f.). Home. Recuperado de <https://hybridart.es/>.

#### 6.4 Hospedajes, fiestas nacionales y horarios de negocios.

Hay una diversa variedad de hoteles en los que se pueden hospedar al momento de ir a la feria en Madrid, algunos de estos son:

- Hotel Santa Barbara: Plaza de Sta. Bárbara, 4, 28004 Madrid, España
- Safety Madrid Central: C. de Sagasta, 22, 28004 Madrid, España
- Hotel Asunción: Plaza de Sta. Bárbara, 8, 2do piso, 28004 Madrid, España
- H-A San Mateo suites: C. de San Mateo, 21, 28004 Madrid, España
- Apartment in Madrid center: Calle de Apodaca, 5, 28004 Madrid, España

Algo que se debe de tomar en cuenta al momento de viajar a España es conocer sobre las fiestas nacionales que se festejan en ese momento.

Entre las principales festividades nacionales están:

- 6 de enero (viernes), Epifanía del Señor.
- 20 de marzo (lunes), traslado de la festividad de San José.
- 6 de abril, Jueves Santo.
- 7 de abril, Viernes Santo.
- 1 de mayo (lunes), Fiesta del Trabajo.
- 2 de mayo (martes), Fiesta de la Comunidad de Madrid.
- 15 de agosto (martes), Asunción de la Virgen.
- 12 de octubre (jueves), Fiesta Nacional de España.
- 1 de noviembre (miércoles), Todos los Santos.
- 6 de diciembre (miércoles), Día de la Constitución Española.
- 8 de diciembre (viernes), Día de la Inmaculada Concepción
- 25 de diciembre (lunes), Natividad del Señor.

Hay otras dos festividades que se celebran solamente en Madrid, estas son:

- Día 15 de mayo, lunes, San Isidro Labrador
- Día 9 de noviembre, jueves, Nuestra Señora de La Almudena

Al momento de ir a España también se debe de tomar en cuenta los horarios habituales en este país:

- Los desayunos se realizan entre las 7:00 y hasta las 12:00 horas del mediodía.
- Entre las 12:00 y las 14:00 es muy típico “ir de cañas” o “ir de tapas” con amigos, es decir, se trata de quedar para tomar algo antes de comer. Los restaurantes suelen ofrecer comidas desde las 13:00 hasta las 16:00 horas y cenas entre las 20:00 y las 22:30 horas. En grandes ciudades y durante el verano es normal que se sirva la cena hasta las 23:30 horas.
- La hora de entrada habitual en los hoteles suelen comenzar a las 14:00 horas y la de salida concluir a las 12:00 horas. En ocasiones, se cierra entre las 14:00 y las 17:00 horas, sobre todo en verano.
- Las obras de teatro, conciertos y espectáculos suelen comenzar entre las 20:00 y las 21:00 horas. En verano, la hora de inicio se puede retrasar hasta incluso las 22:00 ó 23:00 horas.
- Los autobuses públicos en las grandes ciudades suelen funcionar entre las 6:00 y las 23:00 horas, el metro suele tener un horario más prolongado. Entre las 23h30 y las 6:00 horas es habitual que exista un servicio nocturno.
- El domingo es el día habitual de cierre de tiendas y negocios.

#### 6.5 Movilidad, plataformas, transporte público y renta de autos.

Hay diferentes maneras en las que se puede mover por toda la ciudad, entre las principales están:

Taxi: 14 minutos de trayecto (puede variar con el tráfico)

### Aeropuerto

28042 Madrid, España

- > Accede a E-90/A-2 desde Av. Sur del Aeropuerto de Barajas/M-22 y A-2/Vía de Servicio.  
2 min (1.8 km)
- ▲ Incorpórate a E-90/A-2  
5 min (6.9 km)
- > Continúa por Avenida de América. Toma Calle de María de Molina, C. de Serrano y C. de Almagro hacia Calle de Sta. Teresa.  
12 min (3.4 km)

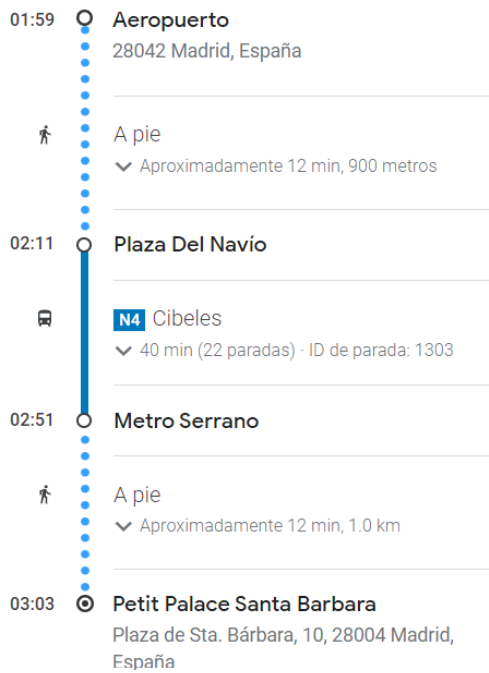
### Petit Palace Santa Barbara

Plaza de Sta. Bárbara, 10, 28004 Madrid, España

Recuperado de Google maps el 20/04/2023 en

<https://www.google.com/maps/place/Petit+Palace+Santa+Barbara/@40.4264258,-3.6989545,17z/data=!3m1!4b1!4m9!3m8!1s0xd42288ee86d4b39:0x16a69f1303f64e55!5m2!4m1!1i2!8m2!3d40.4264258!4d-3.6963796!16s%2Fq%2F1tfk14!3>

Transporte público: 1 hora y 4 minutos (puede variar por la demanda de uso)



Recuperado de Google maps el 20/04/2023 en

<https://www.google.com/maps/place/Petit+Palace+Santa+Barbara/@40.4264258,-3.6989545,17z/data=!3m1!4b1!4m9!3m8!1s0xd42288ee86d4b39:0x16a69f1303f64e55!5m2!4m1!1i2!8m2!3d40.4264258!4d-3.6963796!16s%2Fq%2F1tfk14!3>

## 6.6 Guía gastronómica

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

El clima en Madrid durante los meses de febrero y marzo es de una temperatura de 12°C la máxima, una mínima de 4°C

### 6.8 Presupuesto diario, equipaje recomendable.

El presupuesto diario para las fechas de febrero y marzo es de alrededor de 300 euros por persona. Esto te incluye alojamiento de 150 euros aproximadamente de 98 euros (hoteles de 3 a 4 estrellas), comidas diarias por 60 euros (restaurantes de comida rápida y un buen restaurante cada 4 días), transporte de 50 euros (transporte pública y taxis), y actividades y visitas de 9 euros (actividades, excursiones y visitas limitadas).

### 6.9 Emergencias médicas, seguro médico, visado.

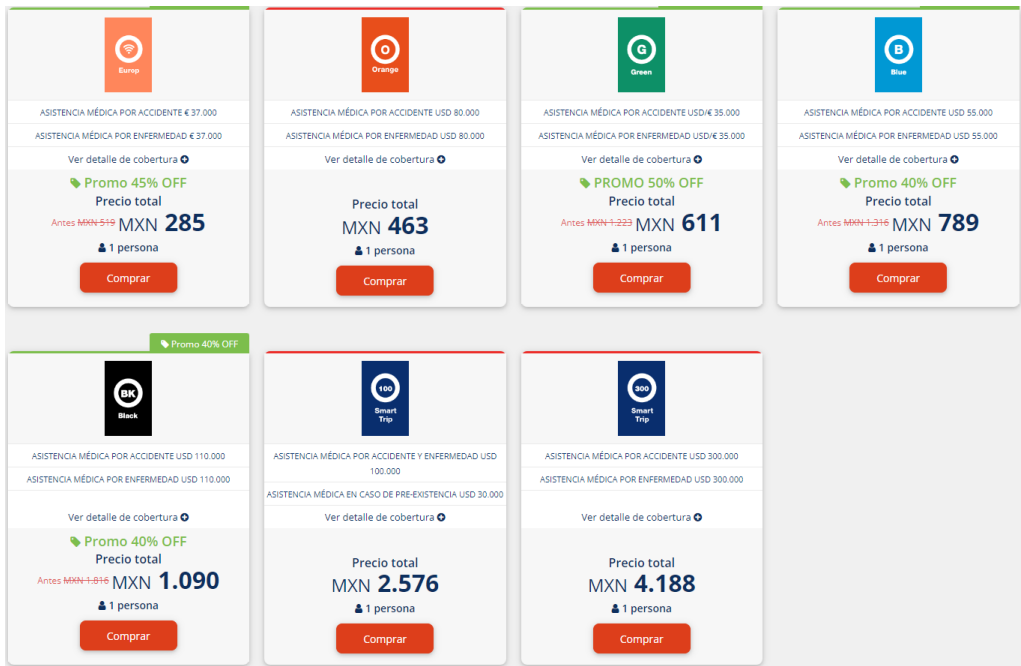
En caso de que se presente una emergencia se puede comunicar con el número de emergencia en Madrid el cual es SUMA 112, 091 y 062

Al momento de viajar a otro país es importante contar con un seguro médico de viaje en caso de que se ocupe atención médica urgente, de accidentes, robos o pérdida de equipo, y cancelación de viaje por diferentes motivos, a continuación, se enseñan diferentes cotizaciones de seguros de viaje<sup>14</sup>:

I.

---

<sup>14</sup> Assist-Med. (s.f.). Asistencia médica en viajes. Recuperado de [https://www.assist-med.mx/?utm\\_source=google&utm\\_medium=cpc&utm\\_campaign=1006\\_Always\\_On\\_MX&utm\\_id=1006&utm\\_term=Branded\\_Keyword&utm\\_content=TI-Branded&gclid=CjwKCAjw\\_YShBhAiEiwAMomsEA6h-b9Wh\\_z9IplqUGF5jOZq-py9DkDM-btHSbFJ3fTm8qfc4U0-mBoCOdAQAvD\\_BwE](https://www.assist-med.mx/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=1006_Always_On_MX&utm_id=1006&utm_term=Branded_Keyword&utm_content=TI-Branded&gclid=CjwKCAjw_YShBhAiEiwAMomsEA6h-b9Wh_z9IplqUGF5jOZq-py9DkDM-btHSbFJ3fTm8qfc4U0-mBoCOdAQAvD_BwE)



Assist-Med. (s.f.). Asistencia médica en viajes. Recuperado de [https://www.assist-med.mx/?utm\\_source=google&utm\\_medium=cpc&utm\\_campaign=1006 Always On MX&utm\\_id=1006&utm\\_term=Branded Keyword&utm\\_content=TI-Branded&qclid=CjwKCAjw\\_YShBhAiEiwAMomsEA6h-b9Wh\\_z9IplqUGF5jOZq-py9DkDM-btHSbFJ3fTm8qfc4U0-mBoCOdAQAvD\\_BwE](https://www.assist-med.mx/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=1006 Always On MX&utm_id=1006&utm_term=Branded Keyword&utm_content=TI-Branded&qclid=CjwKCAjw_YShBhAiEiwAMomsEA6h-b9Wh_z9IplqUGF5jOZq-py9DkDM-btHSbFJ3fTm8qfc4U0-mBoCOdAQAvD_BwE)

## 6.10 Servicios consulares, agregado comercial, funciones, horarios.

La sección consular de la embajada de México en España y el consulado de México en Barcelona son las representaciones consulares con las que cuenta México para la atención de la comunidad mexicana.

Esta es la información sobre la sección consular de la embajada de México en España:

*Cónsul Titular:* Isaías G. Noguez Tinoco

*Cónsul Adscrito:* Henry Cristoper Valdivia Sandoval

*Comunidades Mexicanas y Asuntos de Género:* Nayeli Ceceña Alvarez

*Protección y Asuntos Administrativos:* Carina Guerra García

*Ubicación:* Carrera de San Jerónimo 46, 28014, Madrid.

*Correo electrónico:* \_consmadrid@sre.gob.mx )

*Horario de atención al público:* de lunes a viernes de 09:00 a 14:00 horas.

*Fax:* 913 69 45 23.

*Teléfono de emergencias para mexicanos (hospitalización, accidentes, detenciones):*\_(34) 900 701 067 (marcación gratuita) o (34) 660 86 26 25.

Esta es la información sobre el consulado de México en Barcelona:

*Ubicación:* Paseo de la Bonanova 55, 08017, Barcelona.

*Correo electrónico:* \_infoabar@sre.gob.mx

*Horario de atención al público:* \_de lunes a viernes de 09:00 a 14:00 horas.

*Teléfono:* 932 01 18 22. *Fax:* 932 00 92 06.

*Teléfono de emergencias para mexicanos (hospitalización, accidentes, detenciones):* (34) 608 32 25 69.

*Sitio de internet:* <https://consulmex.sre.gob.mx/barcelona>

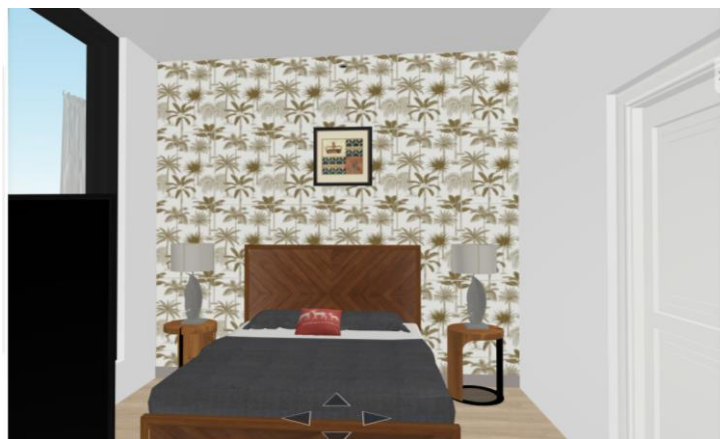
## 7. Logística del punto de venta/ misión comercial feria comercial

### 7.1 Selección del espacio físico idóneo.

El espacio físico que se va a intervenir es una habitación del Hotel Petit Palace Santa Bárbara.

### 7.2 Prototipo del stand, materiales.

El espacio a intervenir consiste en una habitación, la cual también cuenta con un baño para libre intervención, los materiales propuestos fueron el uso de artículos de decoración que acentuarán la obra, al igual de hacer uso de elementos como música y aromas de los cuales entran en la propuesta la obra musical de Juan Diego y algunos aromas fuertes y penetrantes como lo sería el cigarro.



*Ilustración 1 imagen propia*



Ilustración 2 imagen propia



Ilustración 3 imagen propia

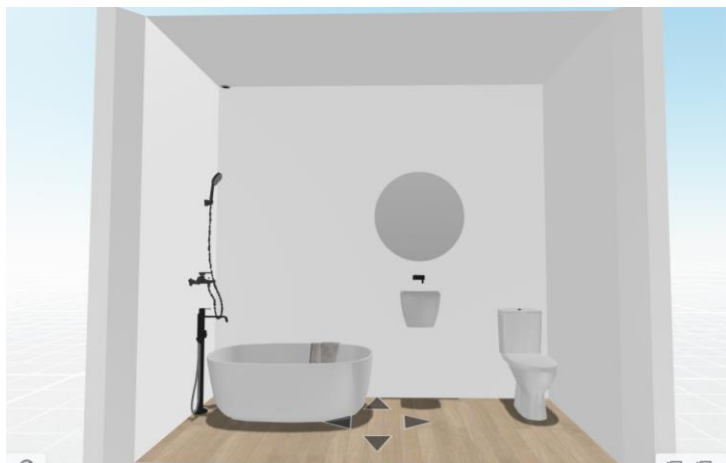


Ilustración 4 imagen propia

### 7.3 Especificaciones del recinto expositor.

Debido a que las fechas de las ferias son para marzo del 2024, recién se abrió la convocatoria pero las especificaciones aún no han sido publicadas ya que la naturaleza del espacio de exposición es una habitación de Hotel para libre intervención del artista.

### 7.4 Facturación y pagos.

Existe una cuota de participación de 300 euros. Dicha cantidad se descontará del total en caso de aceptación o se reembolsa en caso de rechazo de la solicitud.

Además, se tendrá que hacer una transferencia de acuerdo al tipo de habitación la cual se quiera intervenir, por ejemplo:

-Una habitación doble (permite el alojamiento de dos personas durante cuatro noches) y cuesta 1350 euros + 21% IVA

-Una habitación cuádruple (permite el alojamiento de cuatro personas durante cuatro noches) y cuesta 1550 euros + 21% IVA

-Una habitación séxtuple (permite el alojamiento de seis personas durante cuatro noches) y cuesta 1650 euros + 21% IVA

Una vez recibido el correo de aceptación

### 7.5 Tarjetas de presentación, artículos promocionales, artículos de muestra.

Las siguientes dos imágenes son una propuesta para tarjeta de presentación



*Ilustración 5 imagen propia*



Juan Diego  
Covarrubias  
"JunCiego"  
Artista Multidisciplinario

+123-456-7890

junciego@gmail.com

INSTAGRAM:JUNCIEGO

*Ilustración 6 imagen propia*

Para las propuestas de marketing se muestran en las siguientes ilustraciones donde se optó por productos textiles como lo son una bolsa ecológica y camisas con prints de la obra y una libreta con portada ilustrada de la obra.



*Ilustración 7 imagen propia*



*Ilustración 8 imagen propia*



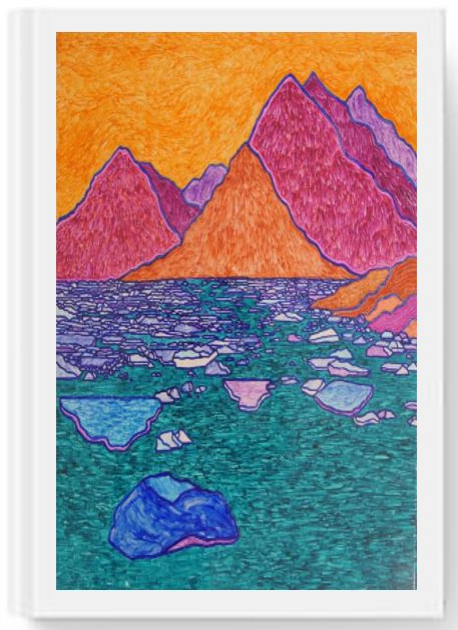
*Ilustración 9 imagen propia*



*Ilustración 10 imagen propia*



*Ilustración 11 imagen propia*



*Ilustración 12 imagen propia*

## 8. Oferta de ocio y entretenimiento

### 8.1 Contexto histórico y cultural.

Madrid es la capital de España y tiene una larga historia y cultura que se remonta a la época romana. Sin embargo, el Madrid moderno se desarrolló principalmente a partir del siglo XVI, cuando Felipe II trasladó la corte de España de Toledo a Madrid.

Durante los siglos XVI y XVII, Madrid se convirtió en un centro importante de la cultura y las artes, con la construcción de importantes monumentos y edificios, como el Palacio Real, la Plaza Mayor y el Monasterio de El Escorial. Durante este período, Madrid también se convirtió en un importante centro comercial y financiero, y la ciudad comenzó a atraer a una gran cantidad de inmigrantes de otras regiones de España y del extranjero.

En el siglo XVIII, Madrid experimentó un período de renovación urbana y cultural bajo el reinado de Carlos III. Durante este tiempo se construyeron importantes edificios y monumentos, como el Museo del Prado y el Puente de Segovia.

En el siglo XIX, Madrid se convirtió en el centro político y cultural de España, con la construcción de nuevos edificios gubernamentales y la apertura de importantes instituciones culturales, como el Teatro Real y el Teatro de la Zarzuela. Durante este

período, Madrid también experimentó un rápido crecimiento económico y demográfico, y se convirtió en una ciudad cosmopolita y diversa.<sup>15</sup>

En el siglo XX, Madrid sufrió los estragos de la Guerra Civil española (1936-1939) y la dictadura de Francisco Franco (1939-1975). Sin embargo, tras la muerte de Franco, Madrid experimentó un renacimiento cultural y económico y se convirtió en una de las ciudades más importantes y vibrantes de Europa.

Hoy en día, Madrid es una ciudad cosmopolita, moderna y vibrante, que combina su rico patrimonio histórico y cultural con una vibrante escena artística, cultural y gastronómica.<sup>16</sup>

## 8.2 Sitios de interés patrimonio UNESCO.

Madrid cuenta con varios sitios que han sido declarados Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. A continuación, te presento algunos de los sitios de interés patrimonial en Madrid:

1. El Monasterio y el Real Sitio de San Lorenzo de El Escorial: Este sitio se encuentra a las afueras de Madrid y es un complejo monumental construido en el siglo XVI bajo el reinado de Felipe II. Este monasterio ha sido declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO desde 1984.
2. El Paisaje Cultural de Aranjuez: Este sitio es un conjunto de jardines, palacios y paisajes naturales que se encuentran en la localidad de Aranjuez, a unos 50 kilómetros de Madrid. Este paisaje cultural ha sido declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO desde 2001.
3. El Centro Histórico de Madrid: El casco antiguo de la ciudad de Madrid, con sus plazas, calles y edificios históricos, ha sido declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO desde 1998. En este centro histórico se encuentran lugares

---

<sup>15</sup> Fernández Montes, Matilde (2004). «La Tierra de Madrid en la época del Fuero (siglos XII-XIII)»

<sup>16</sup> Pané, G. H. (2019, 3 mayo). *¿Por qué Madrid es la capital de España?* historia.nationalgeographic.com.es. [https://historia.nationalgeographic.com.es/a/por-que-madrid-es-capital-espana\\_12693](https://historia.nationalgeographic.com.es/a/por-que-madrid-es-capital-espana_12693)

emblemáticos como la Plaza Mayor, la Puerta del Sol, la Catedral de la Almudena y el Palacio Real.

4. El Monasterio de las Descalzas Reales: Este monasterio, fundado en el siglo XVI por Juana de Austria, hermana del rey Felipe II, es un ejemplo del arte religioso renacentista y barroco. El Monasterio de las Descalzas Reales ha sido declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO desde 1984.
5. El Museo del Prado: El Museo del Prado es uno de los museos más importantes del mundo y cuenta con una colección de obras de arte que abarca desde la Edad Media hasta el siglo XIX. Este museo ha sido declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO desde 1984.<sup>17</sup>

### 8.3 Parques y reservas naturales.

1. Parque del Retiro: uno de los parques más emblemáticos de Madrid, que cuenta con más de 125 hectáreas de zonas verdes, jardines, estanques, monumentos y espacios culturales.
2. Casa de Campo: este es el parque más grande de Madrid, con más de 1.700 hectáreas de bosques, lagos, senderos y espacios deportivos. (ANPR, 2023)<sup>18</sup>
3. Parque Juan Carlos I: un gran parque urbano situado en la zona norte de Madrid, que cuenta con una gran variedad de jardines, lagos, áreas deportivas, espacios culturales y un auditorio.
4. Reserva Natural de la Pedriza: situada en la sierra de Guadarrama, es un lugar espectacular de rocas, barrancos y arroyos que atrae a senderistas, escaladores y amantes de la naturaleza.
5. Parque Nacional de la Sierra de Guadarrama: este parque protegido se encuentra en la sierra de Guadarrama y cuenta con numerosos senderos y rutas de montaña, así como lagos, bosques y praderas.

---

<sup>17</sup> Lazaro, L. (2022, 4 marzo). *Los 4 lugares Patrimonio Mundial por la UNESCO en Madrid*. España. <https://www.smartbox.com/es/blog/lugares-patrimonio-mundial-unesco-madrid/>

<sup>18</sup> ANPR. (s.f.). Parque El Retiro. Recuperado de <https://anpr.org.mx/parque-el-retiro/>

6. Parque Regional de la Cuenca Alta del Manzanares: un espacio natural protegido que abarca más de 50.000 hectáreas, con una gran variedad de flora y fauna, rutas de senderismo y zonas de picnic.
7. Parque Natural de las Lagunas de Peñalara: situado en la sierra de Guadarrama, es un espacio natural protegido que cuenta con numerosas lagunas de origen glaciar, senderos y rutas de montaña<sup>18</sup>.

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

1. Museo del Prado: uno de los museos más importantes del mundo, con una gran colección de arte español y europeo, desde la Edad Media hasta el siglo XIX.
2. Palacio Real de Madrid: la residencia oficial de la familia real española, que cuenta con más de 3.000 habitaciones y una impresionante colección de arte.
3. Plaza Mayor: una de las plazas más famosas de Madrid, que data del siglo XVII y es el escenario de muchos eventos culturales y festividades.
4. Puerta del Sol: el corazón de la ciudad, que cuenta con la estatua del oso y el madroño, y donde se encuentra el famoso reloj que marca el comienzo de cada año.
5. Monasterio de El Escorial: situado a las afueras de Madrid, este imponente edificio del siglo XVI es un ejemplo de la arquitectura renacentista española y contiene una gran colección de arte y reliquias.
6. Mercado de San Miguel: un mercado histórico situado en el centro de Madrid, que data de principios del siglo XX y es famoso por su gran variedad de productos gastronómicos.
7. Barrio de los Austrias: el barrio histórico de Madrid, que se caracteriza por sus estrechas calles, plazas encantadoras y edificios históricos de los siglos XVI y XVII.
8. Templo de Debod: un templo egipcio antiguo que fue donado a España y trasladado a Madrid en la década de 1960, situado en un hermoso parque con vistas impresionantes de la ciudad.

#### 8.5 Oferta gastronómica.

1. Tapas: Madrid es famosa por sus tapas, que son pequeñas porciones de comida que se sirven en los bares y restaurantes como aperitivo. Algunas de las tapas más populares incluyen tortilla española, patatas bravas, croquetas, pulpo a la gallega y jamón ibérico.
2. Cocina tradicional española: Si quieres probar la cocina española tradicional, hay muchos restaurantes en Madrid que ofrecen platos como paella, fabada asturiana, gazpacho, cocido madrileño, rabo de toro, entre otros.
3. Cocina internacional: Madrid es una ciudad cosmopolita y multicultural, por lo que hay muchos restaurantes que ofrecen cocina internacional. Puedes encontrar restaurantes que sirven comida italiana, francesa, japonesa, mexicana, peruana, china, tailandesa y muchos otros tipos de cocina.
4. Mercados gastronómicos: En los últimos años, los mercados gastronómicos se han vuelto muy populares en Madrid. Estos mercados reúnen a varios restaurantes y puestos de comida bajo un mismo techo, por lo que puedes probar una gran variedad de platos en un solo lugar. Algunos de los mercados gastronómicos más populares incluyen Mercado de San Miguel, Mercado de San Ildefonso y Platea Madrid.
5. Cocina de autor: Para una experiencia gastronómica más sofisticada, Madrid cuenta con una gran cantidad de restaurantes de alta cocina y con chefs de renombre internacional. Estos restaurantes ofrecen platos elaborados y creativos, con ingredientes de alta calidad. Algunos de los restaurantes de alta cocina más populares en Madrid incluyen DiverXO, Santceloni, Coque y Ramón Freixa Madrid.

#### 8.6 Museos, galerías y centros culturales

Madrid es una ciudad rica en historia y cultura, y cuenta con una amplia variedad de museos, galerías y centros culturales que ofrecen una gran cantidad de exposiciones y eventos durante todo el año. Aquí te presento algunos de los más destacados:

1. Museo del Prado: Es uno de los museos más famosos del mundo, cuenta con una colección impresionante de pinturas y esculturas que datan de la Edad Media

hasta el siglo XIX. En su colección se pueden encontrar obras de artistas como Goya, Velázquez, Rubens, El Greco y Bosch, entre otros.

2. Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía: Este museo es otro de los grandes de Madrid, y es famoso por su colección de arte contemporáneo y moderno. Aquí se pueden encontrar obras de artistas como Picasso, Miró, Dalí, y muchas más.
3. Museo Thyssen-Bornemisza: Este museo cuenta con una colección de más de 1.000 pinturas, desde la época medieval hasta el siglo XX. Aquí se pueden encontrar obras de artistas como Van Gogh, Degas, Caravaggio y Monet.
4. CaixaForum Madrid: Este centro cultural ofrece una amplia variedad de exposiciones y eventos relacionados con el arte y la cultura. Además, cuenta con una amplia biblioteca y una tienda de libros y regalos.
5. Real Academia de Bellas Artes de San Fernando: Este edificio histórico alberga una gran colección de arte, incluyendo obras de Velázquez, Murillo y Goya. Además, también cuenta con una escuela de arte y una biblioteca.
6. Matadero Madrid: Este centro cultural es uno de los más modernos de Madrid, ofrece una amplia variedad de exposiciones, talleres, conciertos y eventos. También cuenta con varios espacios para la creación y producción de arte contemporáneo.

Estos son solo algunos de los muchos museos, galerías y centros culturales que se pueden encontrar en Madrid.<sup>19</sup>

### 8.7 Turismo de aventura.

Si estás buscando turismo de aventura en Madrid, hay varias opciones interesantes que puedes explorar. Aquí te presento algunas de las actividades más populares:

1. Senderismo en la Sierra de Madrid: La Sierra de Madrid ofrece una gran variedad de rutas de senderismo con paisajes impresionantes. Algunas de las rutas más populares incluyen la Ruta de los Pueblos Negros, la Ruta de los Miradores de la Pedriza, y la Ruta del Agua y de los Molinos.

---

<sup>19</sup> *Grandes centros culturales.* (s. f.). Turismo Madrid.  
<https://www.esmadrid.com/grandes-centros-culturales>

2. Escalada en la Pedriza: La Pedriza es uno de los lugares más populares para la escalada en Madrid. Aquí puedes encontrar una gran variedad de rutas para escalada deportiva y clásica, con diferentes niveles de dificultad.
3. Descenso de barrancos: El descenso de barrancos es una actividad emocionante que combina la escalada, el rappel y la natación. En Madrid, puedes hacer esta actividad en el barranco de Somosierra, en la sierra de Guadarrama.
4. Rafting en el río Jarama: El río Jarama ofrece una experiencia única de rafting en Madrid. Durante el recorrido, podrás disfrutar de los paisajes naturales de la zona y enfrentarte a los rápidos del río.
5. Vuelo en parapente: Si te gusta la adrenalina, el vuelo en parapente es una actividad que te encantará. En Madrid, puedes hacer esta actividad en la Sierra de Guadarrama, y disfrutar de unas vistas impresionantes mientras vuelas en parapente.

Estas son solo algunas de las opciones de turismo de aventura que puedes encontrar en Madrid. La ciudad ofrece una gran variedad de actividades emocionantes para todos los gustos y niveles de experiencia.

### 8.8 Oferta teatral y conciertos

Algunos de los principales teatros y salas de conciertos de Madrid son:

- Teatro Real
- Teatro de la Zarzuela
- Teatro Español
- Teatro Lara
- Nuevo Teatro Alcalá
- WiZink Center
- Palacio de los Deportes
- Sala But
- Joy Eslava

Además, también te sugiero que estés atento a los eventos y festivales que se llevan a cabo en la ciudad, como el Festival de Otoño a primavera, el Festival Internacional de Jazz de Madrid o el Festival de Veranos de la Villa, entre otros.

### 8.9 Oferta de espectáculos /oferta deportiva

Oferta de espectáculos en Madrid:

Madrid es una ciudad que ofrece una amplia variedad de espectáculos y eventos para todos los gustos y edades. Entre los principales espectáculos que puedes encontrar en la ciudad se encuentran:

1. Teatro: Madrid cuenta con una gran cantidad de teatros que ofrecen una amplia variedad de obras y espectáculos teatrales, tanto clásicos como contemporáneos. Algunos de los teatros más importantes son el Teatro Real, el Teatro de la Zarzuela, el Teatro Español, el Teatro Lara y el Nuevo Teatro Alcalá.
2. Música en vivo: En Madrid también podrás disfrutar de una gran variedad de conciertos y eventos musicales. Hay numerosas salas de conciertos y locales de música en vivo en toda la ciudad, como el WiZink Center, la Sala But, la Joy Eslava, el Palacio de los Deportes y la Sala Caracol.
3. Espectáculos de flamenco: El flamenco es una de las principales expresiones culturales de España y Madrid es uno de los mejores lugares para disfrutar de este arte. Hay varios tablaos flamencos en la ciudad que ofrecen espectáculos en vivo, como el Corral de la Morería, el Café de Chinitas y Las Tablas.
4. Espectáculos circenses: En Madrid también podrás disfrutar de espectáculos circenses, como el Circo Price, que ofrece una gran variedad de espectáculos de circo contemporáneo.

Oferta deportiva en Madrid:

Si eres un amante del deporte, Madrid ofrece una amplia variedad de actividades deportivas que puedes disfrutar. Algunas de las principales opciones son:

1. Fútbol: Madrid es conocida por sus dos equipos de fútbol de élite, el Real Madrid y el Atlético de Madrid. Ambos equipos juegan en el estadio Santiago Bernabéu y en el estadio Wanda Metropolitano, respectivamente. Además, también puedes

disfrutar de partidos de fútbol de equipos más modestos en otros estadios de la ciudad.

2. Running: Madrid cuenta con una gran cantidad de parques y zonas verdes que son ideales para correr. Algunos de los más populares son el Parque del Retiro, la Casa de Campo y el Parque de la Cuña Verde.
3. Ciclismo: La ciudad cuenta con varias rutas de ciclismo que son ideales para los amantes de este deporte. Una de las más populares es el Anillo Verde Ciclista, que es un recorrido de unos 64 kilómetros que rodea la ciudad.
4. Esquí: A pocos kilómetros de Madrid se encuentra la Sierra de Guadarrama, que es un destino popular para los amantes del esquí y los deportes de invierno. Aquí puedes encontrar varias estaciones de esquí, como la estación de esquí de Navacerrada y la estación de esquí de Valdesquí.

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

### 9.1 Apoyos federales/ Secretaría de Economía

#### Fondo PYME

El propósito principal del Fondo de Apoyo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa es colaborar en el avance de la economía a nivel nacional. Su enfoque está dirigido a brindar respaldo a proyectos que impulsen la creación, estabilidad y competitividad de las empresas en sus diferentes etapas, desde el emprendimiento hasta la consolidación. Además, se otorgan apoyos a iniciativas que estimulen la inversión productiva y propicien la generación de empleos de calidad. De esta manera, se fomenta la creación de más y mejores empresas y se impulsa el desarrollo de emprendedores en el país.

Tiene como objetivo los siguientes puntos:

- Promover una mayor participación de las mujeres en el desarrollo económico nacional;
- Contribuir al fortalecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas a través de la mejora de sus procesos;
- Promover y difundir los programas, instrumentos, productos, herramientas y acciones para elevar la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas, y viernes 23 de diciembre de 2011 DIARIO OFICIAL (Tercera Sección)

- Fomentar el acceso al financiamiento en general y al crédito en particular, de las micro, pequeñas y medianas empresas. Con excepción de la categoría VI: Realización de eventos PYME y otras actividades e instrumentos de promoción.

El reglamento y condiciones del fondo se encuentran en el anexo 2

### 9.2 Apoyos estatales/ Instituto de fomento al comercio exterior / secretaria de desarrollo económico Cdmex /secretaria de cultura de jalisco

- Programa de Entrega de Estímulos del Fondo Estatal para la Cultura y las Artes

El enfoque principal del programa es brindar atención a aquellos individuos involucrados en el desarrollo de proyectos culturales y artísticos en Jalisco. Se tiene en cuenta que estas personas enfrentan limitaciones en la creación, producción y distribución de bienes y servicios relacionados con proyectos de contenido cultural y artístico.

En el siguiente link se encuentra la ficha y os requisitos para poder aplicar para obtener el apoyo:

<https://misprogramas.jalisco.gob.mx/programas/apoyo/Programa-de-Entrega-de-Estimulos-del-Fondo-Estatal-para-la-Cultura-y-las-Artes/726/2022#:~:text=El%20apoyo%20se%20extiende%20por,y%20la%20determinaci%C3%B3n%20del%20jurado.>

### 9.3 Financiamiento Pyme banca comercial

Un líder de asesoría financiera es un profesional que ofrece servicios de asesoramiento y planificación financiera personalizada para ayudarte a alcanzar tus objetivos financieros. Este experto te brindará recomendaciones sobre cómo manejar tus ingresos, gastos, inversiones, ahorros, deudas y cualquier otro aspecto relacionado con tus finanzas personales. En resumen, contar con un líder de asesoría financiera puede ser clave para lograr una estabilidad financiera a largo plazo.

SOC Líderes en Asesoría Financiera es el primer bróker de crédito empresarial en México. Ayudamos a los empresarios a conseguir financiamiento a través de diferentes Instituciones Financieras.

Realizan la gestión total de la operación hasta el momento en que se reciben los recursos.

El servicio es totalmente GRATIS. Los honorarios son cubiertos por la Institución Financiera que otorga el financiamiento002E (SOC, 2023)<sup>20</sup>

## Bibliografía

- Bourriaud, N. (2006). *Estética relacional*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo Editores.
- Obtenido de *España*. (s/f). European Union. Recuperado el 1 de febrero de 2023, de: [https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/country-profiles/spain\\_es](https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/country-profiles/spain_es)
- INE, Instituto Nacional de Estadística. (2020) Estimaciones de población, censos y cifras oficiales de población.
- *España - Los datos de la macroeconomía española*. (s. f.). <https://www.epdata.es/datos/datos-macroeconomia-espana/124/espana/106>
- Arredondo Zermeño Pablo (2023). Dirección de Mercadotecnia
- Esaine, N. M. O. (2016). Tribus de consumo. Hacia la autosegmentación del consumidor. *Correspondencias & Análisis*, 6, 121–137. <https://doi.org/10.24265/cian.2016.n6.07>
- Madrid, C. C. (n.d.). *Ceremonial y Protocolo en el Mundo Reino de España*. Gob. Mx. Retrieved March 30, 2023, from <https://centrogilbertobosques.senado.gob.mx/docs/ESPANA.pdf>
- Benavides Segura, B., Herrera Morera, G., & Saborío Pérez, I. (2009). *En torno a la Teoría del Iceberg: adquisición real de la cultura meta en el aula de L2*. <https://repositorio.una.ac.cr/handle/11056/19458>
- [7 características del consumidor de hoy](https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/7-caracteristicas-del-consumidor-de-hoy). (s/f). Edu.pe. Recuperado el 12 de mayo de 2023, de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/7-caracteristicas-del-consumidor-de-hoy>

---

<sup>20</sup> SocAsesores. (s.f.). Calculadora de créditos empresariales. Recuperado de <https://socasesores.com>

- [de la República EPN, P. \(s/f\). Relaciones económicas y de cooperación México-España. gob.mx. Recuperado el 12 de mayo de 2023, de https://www.gob.mx/epn/es/articulos/relaciones-economicas-y-de-cooperacion-mexico-espana?tab=](https://www.gob.mx/epn/es/articulos/relaciones-economicas-y-de-cooperacion-mexico-espana?tab=)
- Pritchett, V.S., *The Spanish Temper* (1954). Alfred A. Knopf, New York.
- Leer, S. (s/f). *La cultura en España*. Gobiernodecanarias.org. Recuperado el 15 de marzo de 2023, de <https://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/edublog/ceipvalsequillo/wp-content/uploads/sites/657/2020/03/la-cultura-en-espana.pdf>
- Hybridart. (s.f.). Home. Recuperado de <https://hybridart.es/>.
- Assist-Med. (s.f.). Asistencia médica en viajes. Recuperado de [https://www.assist-med.mx/?utm\\_source=google&utm\\_medium=cpc&utm\\_campaign=1006 Always On MX&utm\\_id=1006&utm\\_term=Branded Keyword&utm\\_content=TI-Branded&gclid=CjwKCAjw YShBhAiEiwAMomsEA6h-b9Wh z9lplqUGF5jOZq-py9DkDM-btHSbFJ3fTm8qfc4U0-mBoCOdAQAvD BwE](https://www.assist-med.mx/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=1006 Always On MX&utm_id=1006&utm_term=Branded Keyword&utm_content=TI-Branded&gclid=CjwKCAjw YShBhAiEiwAMomsEA6h-b9Wh z9lplqUGF5jOZq-py9DkDM-btHSbFJ3fTm8qfc4U0-mBoCOdAQAvD BwE)
- Fernández Montes, Matilde (2004). «La Tierra de Madrid en la época del Fuero (siglos XII-XIII)»
- Pané, G. H. (2019, 3 mayo). *¿Por qué Madrid es la capital de España?* historia.nationalgeographic.com.es. [https://historia.nationalgeographic.com.es/a/por-que-madrid-es-capital-espana\\_12693](https://historia.nationalgeographic.com.es/a/por-que-madrid-es-capital-espana_12693)
- Lazaro, L. (2022, 4 marzo). *Los 4 lugares Patrimonio Mundial por la UNESCO en Madrid*. España. <https://www.smartbox.com/es/blog/lugares-patrimonio-mundial-unesco-madrid/>
- ANPR. (s.f.). Parque El Retiro. Recuperado de <https://anpr.org.mx/parque-el-retiro/>
- *Grandes centros culturales*. (s. f.). Turismo Madrid. <https://www.esmadrid.com/grandes-centros-culturales>
- SocAsesores. (s.f.). Calculadora de créditos empresariales. Recuperado de [https://socasores.com/calculadora-creditos-empresariales/?utm\\_term=cr%C3%A9dito%20pyme&utm\\_campaign=CE++T%C3%A9rminos+gen%C3%A9ricos&utm\\_source=adwords&utm\\_medium=ppc&hsa\\_acc=8037277272&hsa\\_cam=17445681311&hsa\\_grp=139197841324&hsa](https://socasores.com/calculadora-creditos-empresariales/?utm_term=cr%C3%A9dito%20pyme&utm_campaign=CE++T%C3%A9rminos+gen%C3%A9ricos&utm_source=adwords&utm_medium=ppc&hsa_acc=8037277272&hsa_cam=17445681311&hsa_grp=139197841324&hsa)

[\\_ad=603049235180&hsa\\_src=g&hsa\\_tgt=kwd-4063081330&hsa\\_kw=cr%C3%A9dito%20pyme&hsa\\_mt=p&hsa\\_net=adwords&hsa\\_ver=3&gad=1&gclid=CjwKCAjwjMiiBhA4EiwAZe6jQxeoH7VL7jgizGRvaWUwKA\\_0ZlVrgHyzoLKPYP1PKugPCloIQN\\_WD3hoCk-8QAvD\\_BwE](https://www.google.com/search?q=ad=603049235180&hsa_src=g&hsa_tgt=kwd-4063081330&hsa_kw=cr%C3%A9dito%20pyme&hsa_mt=p&hsa_net=adwords&hsa_ver=3&gad=1&gclid=CjwKCAjwjMiiBhA4EiwAZe6jQxeoH7VL7jgizGRvaWUwKA_0ZlVrgHyzoLKPYP1PKugPCloIQN_WD3hoCk-8QAvD_BwE)

- [Gobierno de Jalisco \(2023\) Mis Programas. Programa de Entrega de Estímulos del Fondo Estatal para la Cultura y las Artes: https://misprogramas.jalisco.gob.mx/programas/apoyo/Programa-de-Entrega-de-Estimulos-del-Fondo-Estatal-para-la-Cultura-y-las-Artes/726/2022](https://misprogramas.jalisco.gob.mx/programas/apoyo/Programa-de-Entrega-de-Estimulos-del-Fondo-Estatal-para-la-Cultura-y-las-Artes/726/2022)

## Anexos

[Anexo 1](#) Normas y formulario para participar en Hybrid

[Anexo 2](#) Fondo PYME

---