

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 DE LA
ARTISTA PLÁSTICA KARLA BETANCOURT: MISIÓN EUROPA**

PRESENTAN

Lic. Comercio y Negocios Globales. Santiago Martí Cortés
Lic. Comercio y Negocios Globales. Juan Pablo Gutierrez Soto
Lic. Comercio y Negocios Globales. Salvador Conde Campos
Lic. en Diseño de Indumentaria y Moda. Dinorah Figueroa Ambríz
Lic. Comercio y Negocios Globales. Estafania Serrano Michel

PROFESOR PAP:
Mariana Luna Camacho

Tlaquepaque, Jal. a 15 de mayo de 2023

ÍNDICE

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.....	4
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
2.1. Redes Sociales y relaciones públicas del artista	5
2.2. PÁGINA WEB Y PUBLICACIONES.....	6
2.3. Objetivos y recomendaciones.....	10
2.4. Colaboraciones y merchandising.....	10
2.5. Plataforma de venta en línea.....	12
3.1. Protección de la obra	13
4.1. Trayectoria y portafolio del artista	13
4.2. Contexto Misión Comercial.....	15
4.3. Justificación de participación.....	19
4.4. Propuesta de feria alternativa.....	19
5.1 Información general del país destino	20
5.2. Análisis demográfico y macroeconómico.....	21
5.3. Relación económica, comercial, social, cultural destino país con México. Oportunidades de inversión.....	22
5.4. Análisis de riesgos del país destino. Políticos.....	23
6.0 Análisis del Mercado/ Segmento/Competencia /Producto/ Consumidor del país destino	26
6.1. Segmento NSE.....	26
6.2. Características del consumidor.....	26
6.3. Segmentación por tribus.....	26
6.5. Productos sustitutos.....	27
6.6. Estructura de costos de exportación.....	27
6.7. Modelo de negocio y distribución.....	28
6.8. Requisitos de ingreso al mercado.....	28
6.9. Barreras arancelarias y no arancelarias	29
7. Análisis cultural: paradigmas y códigos culturales	29
7.1. Dimensiones culturales: Hofstede. culturales	29
7.2. Culturas de alto o bajo contexto.....	30
7.3. Teoría del iceberg.....	31
7.4. Perfil cultural del país.....	31
7.5. Códigos culturales.....	33
7.6. Protocolo de negocios.....	34
7.7. Perfil cultural del negociador local.....	35
8. Propuesta de Valor agregado	
8.1. Justificación de la propuesta.....	36
8.2. Empaque/ embalaje.....	36
8.3. Papelería (QR y documentos).....	37
8.4. Experiencia del cliente (Marketing sensorial y emocional).....	38
9. Acompañamiento	40

9.1 Características generales del recinto ferial. Horarios y Acreditaciones y Restricciones.	40
9.2 Expositores participantes.	42
9.4 Hospedajes, fiestas nacionales y horarios de negocios.	
Madrid.	42
9.5 Movilidad, plataformas, transporte público y renta de autos.	45
9.6 Guía gastronómica.	
Madrid.	46
9.7 Clima, husos horarios, corriente eléctrica, tipo de cambio y normas de seguridad.	
Madrid.	46
9.8 Presupuesto diario, equipaje recomendable.	
Presupuesto diario:	47
9.9 Emergencias médicas, seguro médico, visado.	48
10. Logística del punto de venta/ misión comercial feria comercial	49
10.1 Selección del espacio físico idóneo.	49
10.2 Prototipo del stand, materiales.	49
10.3 Materiales y mano de obra	49
10.5 Directorio de proveedores locales	49
10.6 Especificaciones del recinto expositor.	50
10.6.1 Conectividad.	50
10.6.3 Vías de acceso al recinto ferial.	50
10.9 Tarjetas de presentación, artículos promocionales, artículos de muestra.	50
11. Análisis financiero de la misión comercial	51
11.2 Costo del espacio físico.	51
11.3 Gastos de representación.	51
12. Oferta de ocio y entretenimiento.	52
12.3 Parques y reservas naturales.	52
12.5 Oferta gastronómica.	52
12.6 Museos, galerías y centros culturales. Madrid.	53
12.8 Oferta teatral y conciertos.	53
12.9 Oferta de espectáculos /oferta deportiva.	54
13. Programas de fomento, apoyos y financiamiento para participar en ferias y misiones comerciales	55
Bibliografías	57

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

Karla Betancourt es una artista tapatía de 29 años, muy joven, cuenta con amplia experiencia ya que comenzó a pintar a la edad de 8 años, actualmente se dedica solamente al arte mediante la venta de sus piezas y la participación en galerías o exposiciones. Se especializa en la pintura en óleo, escultura y artes plásticas en la corriente denominada como Neo Pop Art. Su trabajo gira principalmente en torno a tres conceptos claves: observación, representación y comunicación. El discurso principal de sus obras está enfocado en el feminismo y la lucha social ya que le gusta abordar temas de problemática social actual.

Oferta de valor: Arte con un discurso disruptivo, un estilo único y moderno que trata de romper paradigmas sociales, orientando su arte hacia un discurso empoderador de la mujer.

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

Karla Betancourt, tiene un enfoque hacia el arte pop a través de esculturas y en su mayoría pinturas.

En su más reciente exposición “HIPER”, la cual se llevó a cabo en la Biblioteca Pública del Estado de Jalisco Juan José Arreola de febrero a abril de 2023, dónde expresó un retrato de la sociedad que se encuentra obsesionada con los excesos, el crecimiento desmedido sin dirección. Hipercrecimiento, hiperconsumismo, hipersensibilidad, hiper pobreza, hiper desinformación, hipertecnología, son algunos de los sustantivos y adjetivos que podemos resaltar de la exposición que tiene Karla hacia la sociedad. El momento de concientizar lo que nos rodea plasmado a través del arte.

El arte pop en la actualidad son obras que reflejan las críticas a la sociedad, caracterizadas por el consumismo, la importancia de la imagen, el materialismo y la moda. Los artistas cuestionan los principios y valores que resaltan en ese momento en la sociedad.

1.3 Problemática y oportunidades del sector industrial producto.

Problemática: El arte pop se originó después de la primera mitad del siglo XX siendo un arte que llegó a romper el paradigma que tenía el arte “más conservador”, al ser un tipo de arte que a través de la sátira y la ironía cuestionó los principios y valores que resaltan en ese momento en la sociedad generó opiniones divididas¹.

¹ IFEMA MADRID. (2021, February 5). *Pop art: Qué es, Artistas y Características*. IFEMA MADRID. Retrieved February 13, 2023, from <https://www.ifema.es/noticias/arte/pop-art-que-es-artistas-caracteristicas>

"Nurse" (Enfermera), un cuadro icónico de Roy Lichtenstein, vendido por 95.37 millones el 9 de noviembre del 2015 en Christie's de Nueva York.²



Lichtenstein, Roy (1964) Nurse (Enfermera).

El mercado para este tipo de arte se está diversificando mucho ya que el arte digital como los NFT's tokens no fungibles (Non Fungible Token en inglés), son parte de este tipo de arte y generan una derrama económica enorme en el mercado a través de las cyber monedas.

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.

El Beneficio de la internacionalización de las obras es muy sencillo estamos hablando del posicionamiento como artistas, el que tus obras sean conocidas internacionalmente te abre mucho las puertas a invitaciones, y eso incrementa el valor de tus obras en general.

2.1. Redes Sociales y relaciones públicas del artista.

Karla Betancourt utiliza dos redes sociales que son:

- Instagram: @karlabetancourtart

2

- Facebook: Karla Betancourt Art

En total en sus redes sociales cuenta con 4 mil seguidores. Siendo Instagram su red principal, en la cual publica imágenes de sus obras y exposiciones en las que ha participado. Sabemos que no es su principal objetivo el alcance masivo por este medio, sin embargo, consideramos que se podría utilizar esta red social como un complemento al portafolio del artista. (Ver punto 4.1).

2.2. Página web y publicaciones.

Karla Betancourt ya participó en un PAP ITESO, bajo el mando de la profesora Luz Bertha Ávila Padilla, donde su principal objetivo fue el incremento de patrimonio por medio de la comercialización de las obras con un profundo sentido social usando la tecnología de innovación.

En el PAP anterior fue presentada la plataforma llamada “Wix” que es una plataforma online que ofrece una serie de herramientas para la creación de sitios web profesionales de forma rápida y sencilla. Gracias a funciones preestablecidas y la elección de plantillas personalizables, se puede construir una web en muy poco tiempo y con unos resultados de gran calidad, que es una serie de herramientas para la creación de sitios web profesionales de forma rápida y sencilla.

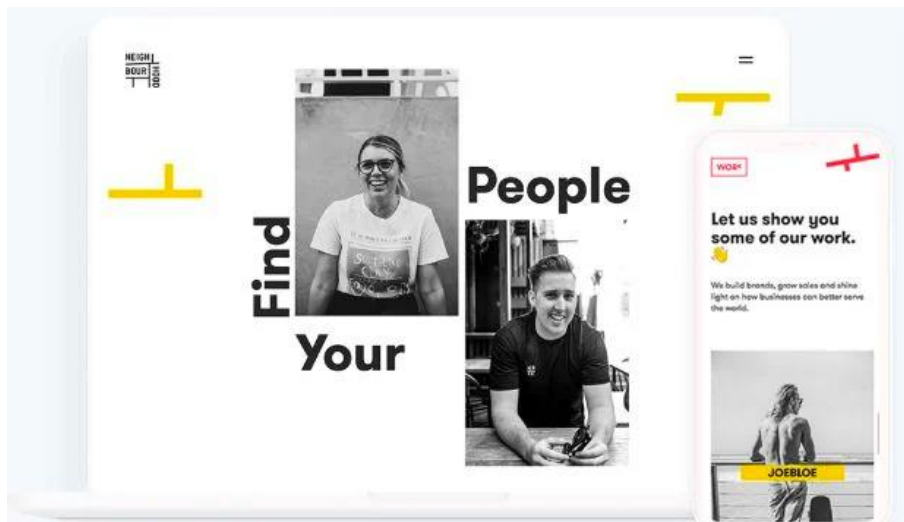
Nosotros recomendamos el sitio web porque es una forma eficaz de informar o presentar sus obras de manera ordenada para que la gente pueda encontrar fácilmente lo que buscan. El sitio web ayuda a incrementar el nivel de confianza, las ventas, la productividad y el valor del mercado.

Los mejores programas que recomendamos para crear una página web, son las siguientes:

1. HUBSPOT:

- Costo gratuito

Es una herramienta para ejecutar contenidos, funcionalidades e integraciones en el sitio web para obtener un diseño único para el mercado. Ciertas plantillas ya están prediseñadas que pueden personalizarse para reflejar la identidad de la marca. Sus principales ventajas de Hubspot es que es muy fácil de usar.

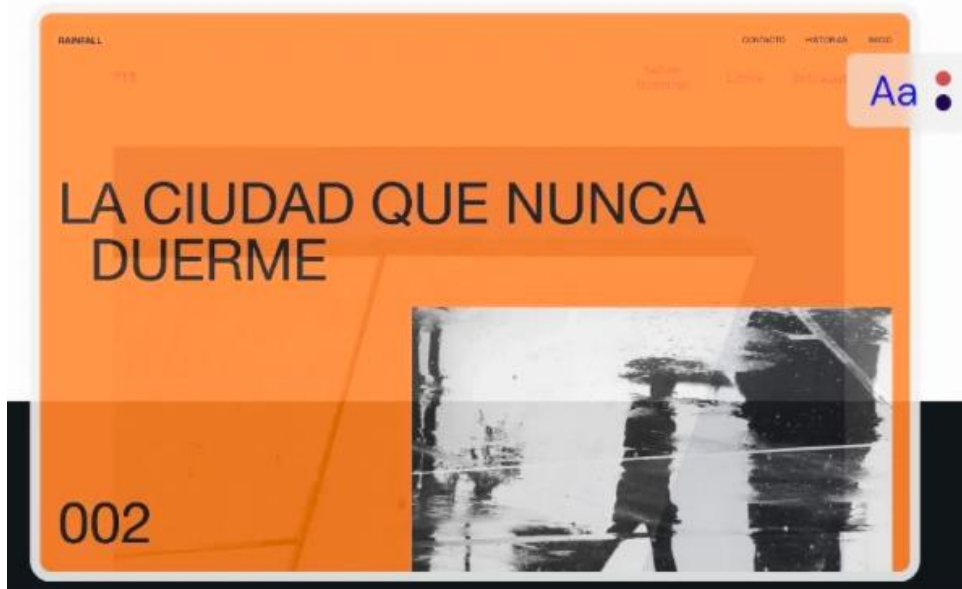


Sitio web: <https://www.hubspot.es>

2. WordPress

- Costo: gratuito y planes de suscripción de 2 USD al mes.

WordPress es una plataforma muy recomendada porque tiene una popularidad muy alta que te ayuda a lanzar tu tienda en línea de manera profesional. Ofrece una amplia variedad de opciones de herramientas y plugins (funcionalidades extras y mejorar el funcionamiento) para crear páginas webs con materiales audiovisuales.

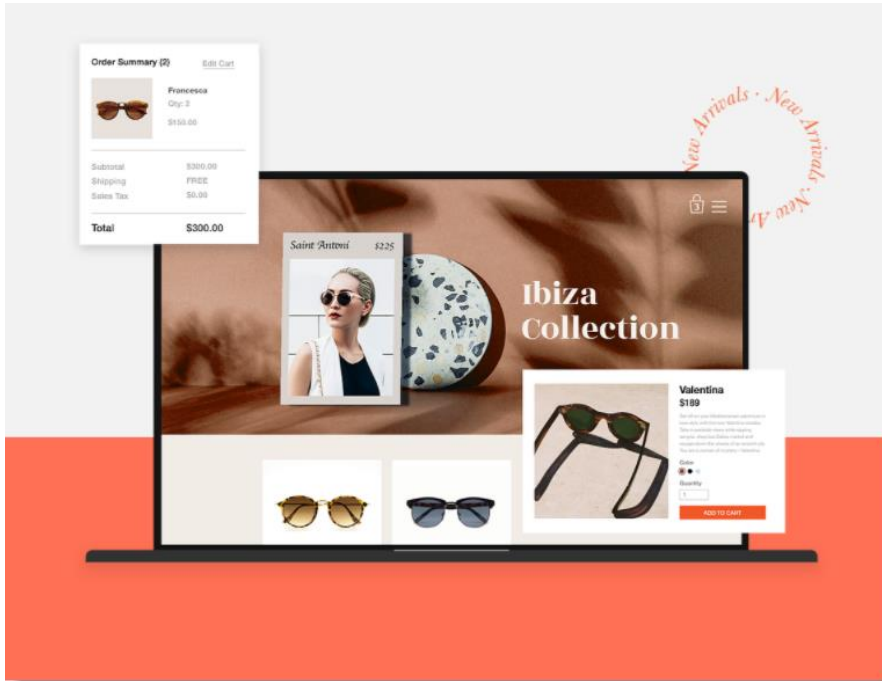


Sitio web: <https://wordpress.com/es/>

3. WIX

- Costo: versión gratuita y planes de suscripción desde 12,99 USD al mes.

WIX es una plataforma muy recomendada y popular por que te permite diseñar infografías, reportes y publicidad. Te ofrece la oportunidad de crear tu sitio web de manera creativa y original. WIX es recomendado para emprendedores o laborales creativos que quieran exponer su obra en línea.

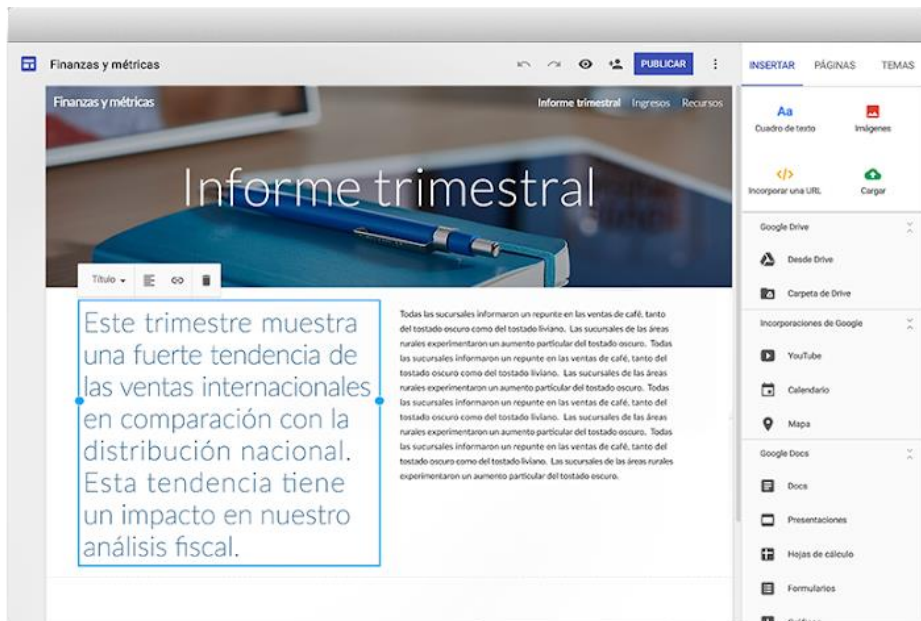


Sitio web: <https://es.wix.com>

4. Google Sites

- Costo: planes de suscripción desde 5 USD al mes

El programa es parte del paquete Google Workplace, diseñado para permitir que los usuarios que ya están en el ecosistema dominen las herramientas para crear páginas web sin ningún problema. Google Sites está diseñado para ayudar a las personas sin conocimientos de diseño o desarrollo web a crear páginas de una manera fácil e intuitiva.

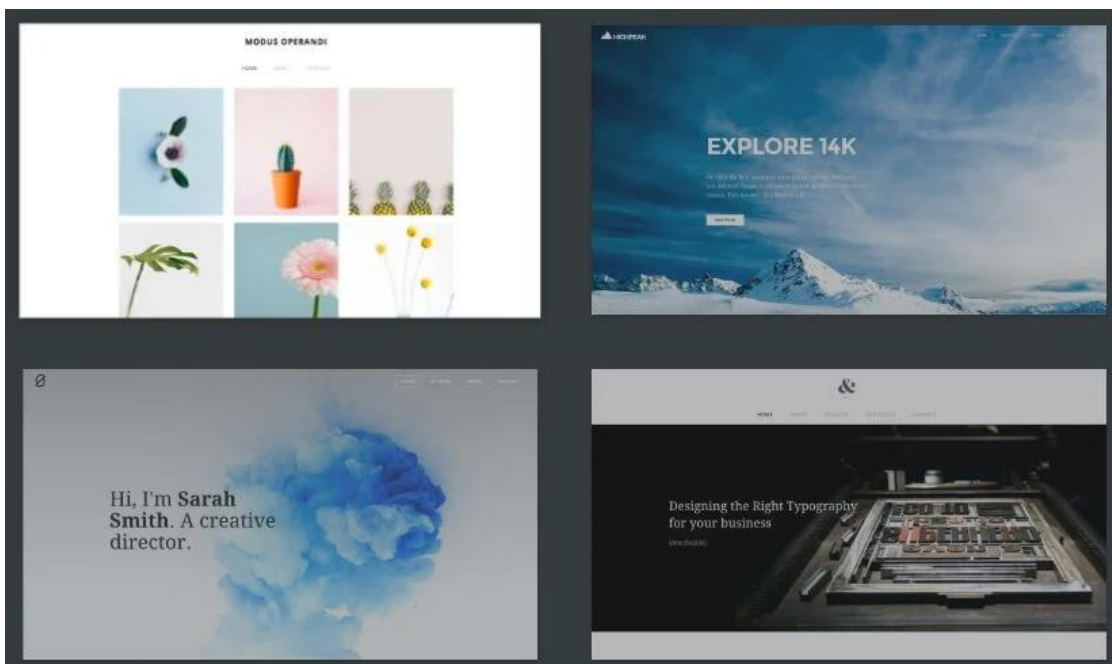


Sitio web : https://workspace.google.com/intl/es-419_mx/products/sites/

5. Weebly

- Costo: opción gratuita y planes de suscripción desde 6 USD al mes

Es una herramienta para estrategias de marketing y fácil de crear tu sitio web. Recomendamos esta página web porque su fuerte es crear portafolios públicos que también puedes incorporar con la página de venta online. Sus herramientas son avanzadas de la plataforma que te puede ayudar a monitorear compras, calcular divisas y gestionar envíos para la opción de los negocios.



Sitio web: <https://www.weebly.com>

Se recomienda tomar en cuenta los siguientes puntos para crear una página web:

1. **Tener una meta:** analizar el objetivo de lo que ofrecería la página web.
2. **Un nombre para tu sitio web.**
3. **Web hosting:** registrar tu dominio para encontrar tu sitio por medio de un navegador.
4. **Diseño:** contratar a una persona que tiene experiencia en diseñar páginas web, por ejemplo: utilizar un constructor de sitios web y diseñar tú mismo tu sitio usando plantillas. Otra opción es usar herramientas gratuitas que te ofrecimos previamente en el punto 2.2.
5. **Contenido:** Se recomienda contratar un asesor de páginas web para que puedas trabajar en conjunto sobre el contenido para que se logre cumplir el objetivo que deseas para la página web.
6. **Plan marketing digital:** crear una estrategia para que tu página web tenga el alcance deseado.
7. **Google Analytics:** esta herramienta es gratuita y te ayuda a tener información demográfica para analizar cuántas visitas o interacciones tuvo tu sitio y cómo llegaron a él.

2.3. Objetivos y recomendaciones.

El objetivo principal de la página web es obtener visibilidad a nivel tanto local como internacional, ya que nos da la oportunidad de presentar lo nuevo de su arte, anunciar eventos y promocionar algo en específico, como recomendación el sitio web debe de ser claro y interesante para que a toda persona que ingrese le sea sencillo navegar dentro de la página y poder observar de todo, como recomendación siempre es bueno tener presencia en redes, debido a que en la actualidad es un medio de comunicación masivo en el cual siempre se implementa la creación de contenido y donde uno muestra su presencia a distancia

2.4. Colaboraciones y merchandising.

Dentro de las más recientes colaboraciones, Karla realizó una co-creación junto a Synergy Studio io, en el cual se elaboró un código QR que enlaza a un filtro de Instagram, al utilizarlo sobre la obra titulada "Closer" podemos apreciar la obra en realidad aumentada.

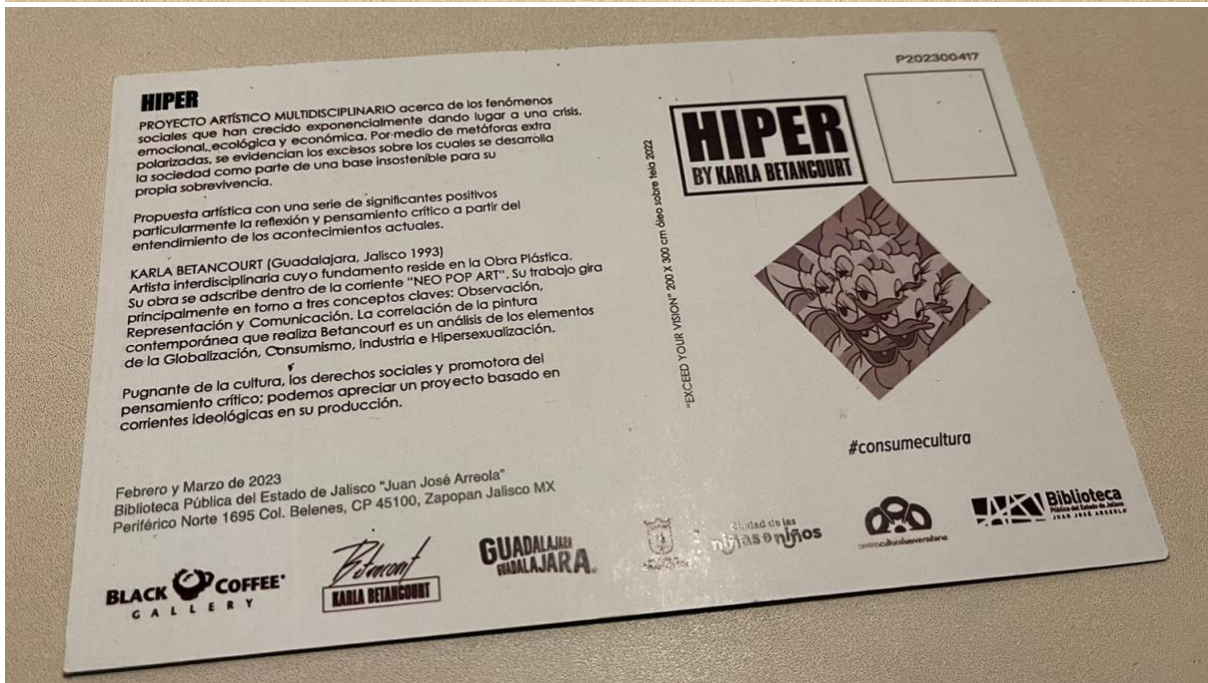
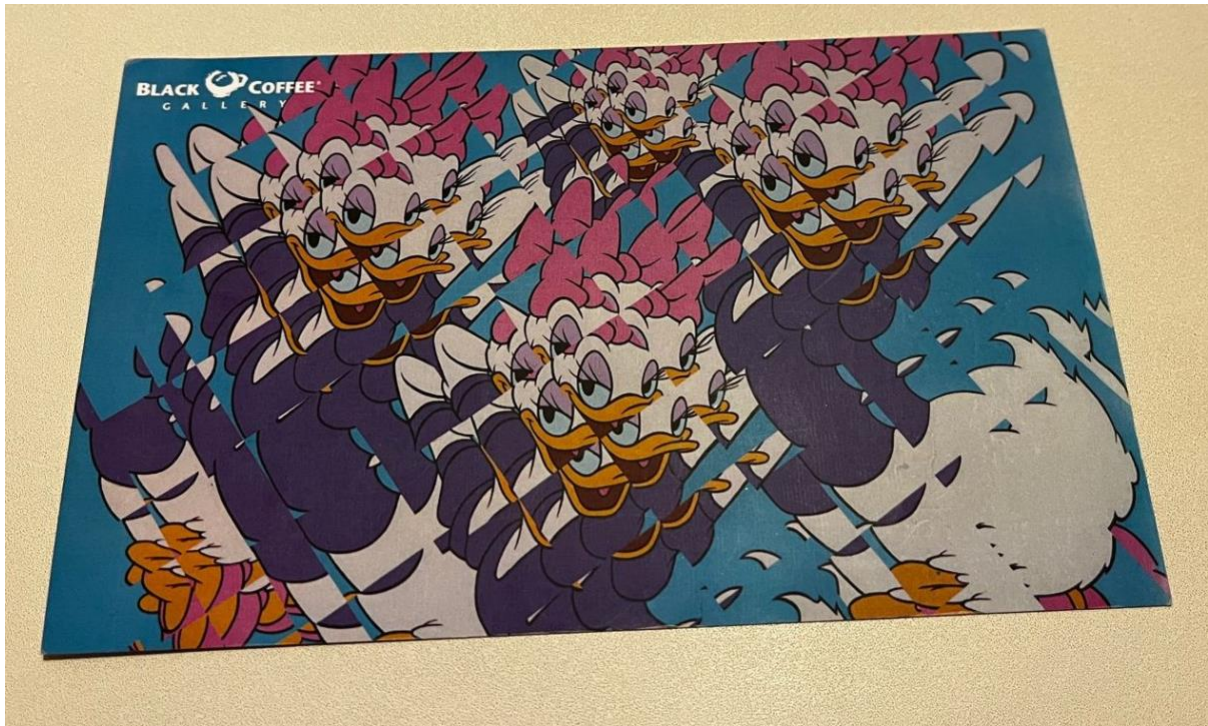


La presentación de su obra con realidad aumentada se presentó en su exposición HIPER.

En el PAP³ anterior que se llevó previamente se hizo la recomendación de lanzar productos publicitarios como tazas, sudaderas, llaveros, playeras; dicha propuesta es para aplicarla a largo plazo para que sus fans puedan tener un artículo de Karla Bentancourt. El segmento al cual quiere enfocarse Karla en este punto de su carrera no es viable la venta de objetos promocionales.

En su más reciente exposición titulada “HIPER”, uno de sus patrocinadores, Black Coffee Gallery, elaboró postales con una de las obras que fue presentada en la galería. Es importante mencionar que las postales no están a la venta, son gratuitas para las personas que acudan a la cafetería. Sin embargo consideramos que podría ser una opción adicional cómo producto para venta.

³ 3J01 PAP Desarrollo de Capacidades para la comercialización y ventas Nacionales CEDECOM. (2022, Diciembre)“Desarrollo de estrategias para mejorar la comercialización de obras de arte elaboradas por Karla Betancourt en Tlaquepaque, Jalisco en el periodo Agosto a Diciembre 2022” Recuperado 22 de Febrero 2023.



2.5. Plataforma de venta en línea.

En el PAP Desarrollo de Capacidades para la comercialización y ventas Nacionales CEDECOM se le recomendó crear una plataforma de venta en línea pero Karla no cree viable la venta de sus obras por este medio ya que su mercado no está dirigido a venta en línea.

3.1. Protección de la obra.

Karla Betancourt participó en el año pasado en el PAP “**Desarrollo de estrategias para mejorar la comercialización de obras de arte elaboradas por Karla Betancourt en Tlaquepaque, Jalisco en el periodo Agosto a Diciembre 2022**”, la información de protección de la obra, marca registrada y proceso de registro están ubicados en el documento mencionado en los objetivos 6, 7,8 y 9

4.1. Trayectoria y portafolio del artista.

Declaración del artista:

Artista Plástica mexicana, formada por maestros de gran reconocimiento nacional e internacional. Su trabajo gira principalmente en torno a tres conceptos claves: Observación, Representación y Comunicación. Pertenece a una generación que rompe con los límites entre escuelas artísticas. Un recurso recurrente en la obra de Betancourt es la multidisciplinariedad de su trabajo (Pintura, escultura, instalación y obra gráfica) todo como parte de la extensión primaria de su plástica.

La narrativa estética que plantea Betancourt va desde el Neo Pop Art, el uso de la caricatura y escuelas artísticas hasta el uso de los medios de comunicación de masas. Esto con la finalidad de que la obra en su totalidad tenga repercusión en la reflexión de la contemporaneidad, su uso, objetivo y significado.

Pugnante de la cultura, los derechos sociales y promotora del pensamiento crítico, Karla es una artista volcada totalmente al desarrollo de su producción, generando año con año exhibiciones individuales de gran escala. Su obra se caracteriza por el minucioso cuidado en los detalles y el Horror Vacui que resulta en un trabajo de alta exigencia. Ha participado en distintas exhibiciones a lo largo del país, y su obra ha sido seleccionada en distintos certámenes.

Curriculum de la artista:

ESTUDIOS

(2000-2004) Artistas: Marcela Haro y Alberto Sepúlveda

Inicia sus estudios en pintura desde los 7 años en diferentes técnicas (2012- 2016)

Artista: Waldo Saavedra

Ø Estudio de Pintura

Ø Organización y estructura espacial

(2017) Mtro. Ebert Rojas Blaquier

Historia del Arte

Otros Estudios

(2018) Artista: Miguel Vega Magallón

Taller de “Elaboración de materiales para la pintura y su correcto uso

EXPERIENCIA DIRECTIVA

- (2019 -2021) Gestión de proyectos EN “LA CONDICIÓN DE LA BELLEZA”
- (2020) Directora creativa y de producción en el apartado “VIVA LA REVOLUCIÓN SEXUAL” en the playboy México Art Book
- Directora en KARLA BETANCOURT

EXPOSICIONES INDIVIDUALES

- (2016) “ANIMALS “ , Galería Arteforo. Guadalajara, Jalisco.
- (2021) “LA CONDICIÓN DE LA BELLEZA” , MURA, Guadalajara, Jalisco.
- (2022) “CONSTRUCTOS SOCIALES” , Galería del tren ligero SITEUR, Guadalajara Jalisco.
- (2023) “HIPER”, Galería “Jesús Guerrero Galván” del Centro Cultural Universitario UDG.

EXPOSICIONES COLECTIVAS

- (2022) “A una sola voz”, MURA , Guadalajara , Jalisco
- (2019) “Selección Salón de Octubre”, Centro cultural el refugio, Tlaquepaque, Jalisco.
- (2018) “ArteNtransito” , MAYFAIR HOTEL, Miami, FI.
- (2016) “Selección Salón de Octubre”, Ex-convento del Carmen Guadalajara, Jalisco.
- (2015) “Centro de todas las distancias”, Centro cultural Jaime Sabines, Tuxtla Gutierrez., Chiapas, México.
- (2015) “Etéreo ”, Centro cultural Jesús González Gallo, Chapala, Jalisco, Mexico.
- (2015) “Etéreo”, Museo Regional de las Artes de Autlán, 2015.

ACTIVIDADES PROFESIONALES ACTUALMENTE

Ø Artista Plástica ´ Ø Gestora cultural

Semblanza

Karla Betancourt es una artista plástica y gestora cultural con amplia experiencia en el mundo del arte. Comenzó sus estudios de pintura a los 7 años con diferentes artistas, como Marcela Haro y Alberto Sepúlveda, y estudió con Waldo Saavedra de 2012 a 2016, enfocándose en la organización y estructura espacial.

En 2017, estudió historia del arte con el Mtro. Ebert Rojas Blaquier y, en 2018, tomó un taller con el artista Miguel Vega Magallón sobre la elaboración de materiales para la pintura y su correcto uso.

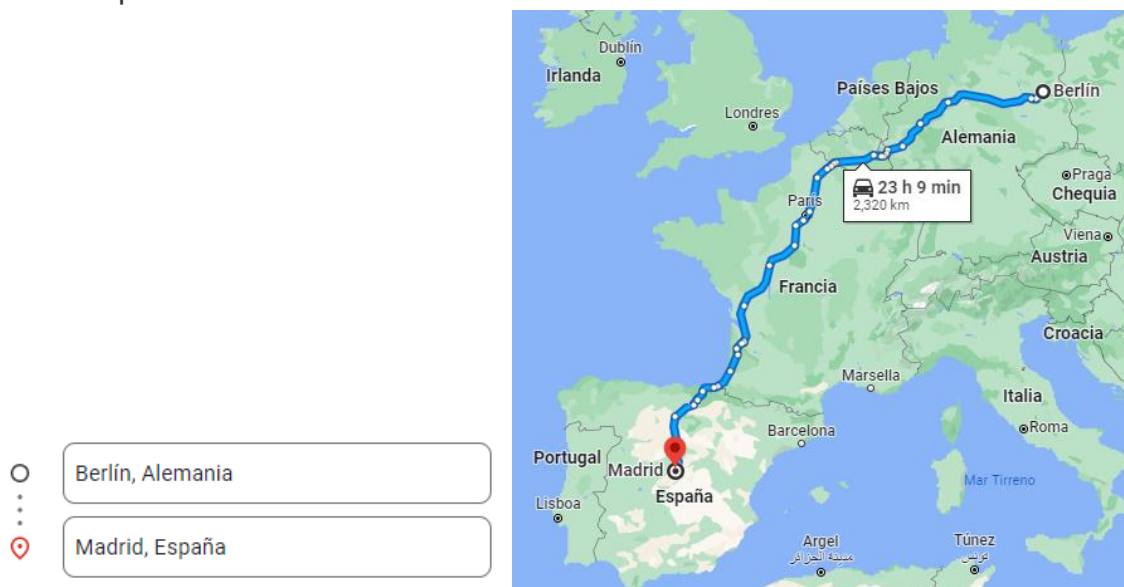
Como gestora cultural, Karla ha dirigido proyectos y ha sido directora creativa y de producción en eventos como "La Condición de la Belleza" y "Viva la Revolución Sexual" en el "The Playboy México Art Book". También ha expuesto su trabajo

individual en varias exposiciones, incluyendo "Animals" en la Galería Arteforo en 2016 y "La Condición de la Belleza" en MURA en 2021.

Además, ha participado en varias exposiciones colectivas, como "A una sola voz" en MURA en 2022 y "ArteNtransito" en el Mayfair Hotel en Miami en 2018. Actualmente, se desempeña como artista plástica y gestora cultural.

4.2. Contexto Misión Comercial

En este caso la internacionalización de la artista no está basada en ferias, sino en una misión comercial que incluya las embajadas o casas de cultura mexicanas ubicadas en Europa. Es por eso que presentamos aquí la ruta propuesta con información detallada sobre las casas de cultura, embajadas y consulados en los cuales se presentarán las obras de la artista.



Los países en los cuales mostró interés Karla fueron los siguientes:

Madrid, España. Instituto Cultural de México en España - ICME

El Instituto Cultural Hispano-mexicano es el lugar oficial para la promoción de las obras de los artistas y creadores hispano-mexicanos. Correspondiente a la Embajada de México en España, este sitio se ha convertido en un referente de la cultura mexicana en la Península Ibérica durante sus casi tres décadas de historia. El Instituto Cultural alberga una sala de exposiciones y la biblioteca Octavio Paz. Además de ser utilizado como espacio para promover el trabajo de artistas y creadores mexicanos, la sala de exposiciones también se utiliza como espacio multidisciplinario para diálogos, presentaciones de libros, mesas redondas, conciertos y proyecciones.

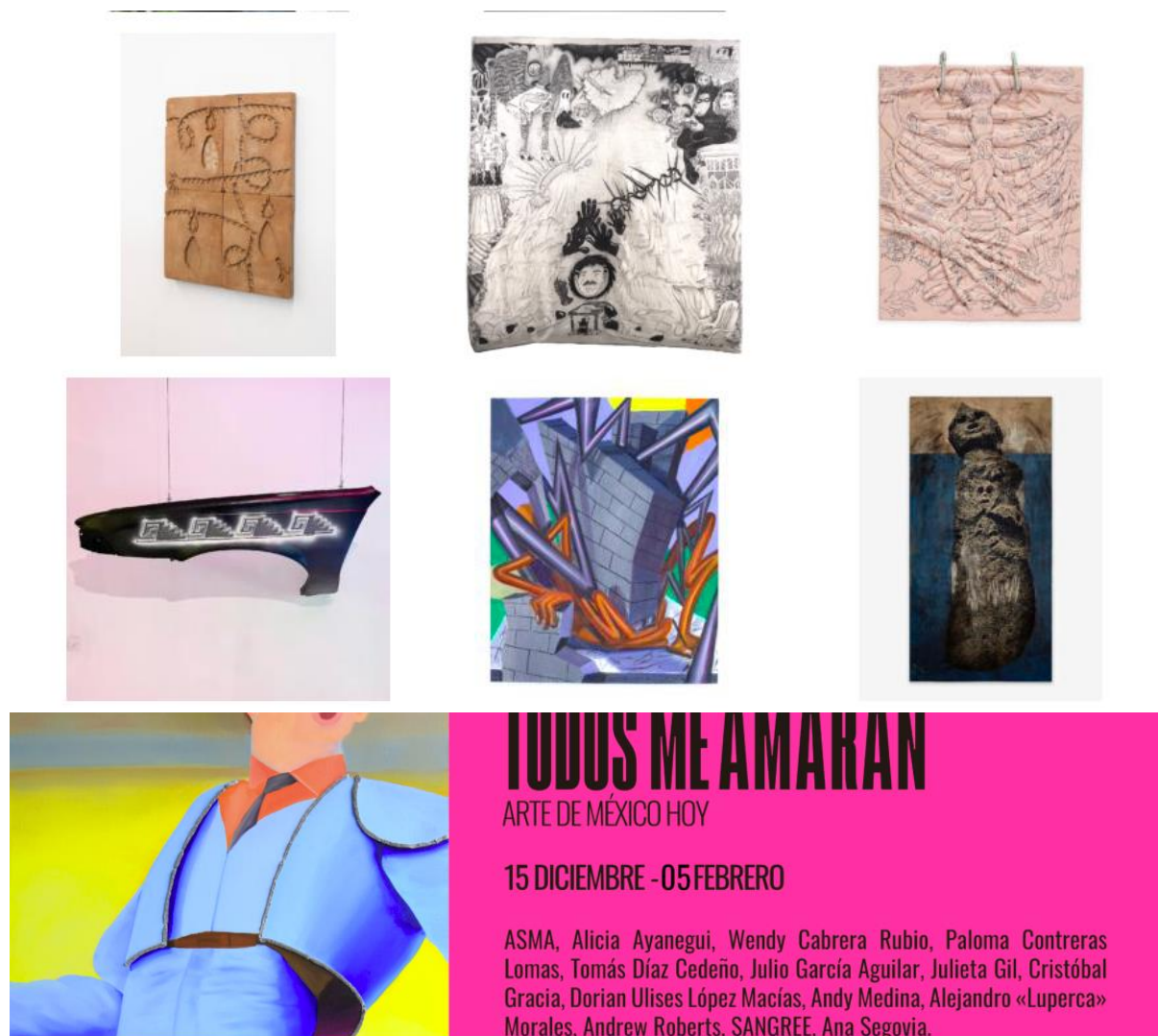
ARTEINFORMADO. (s. f.). *Instituto de México en España - Embajada de México en España. Centro y salas de exposiciones, Centro cultural* | ARTEINFORMADO. <https://www.arteinformatado.com/guia/o/instituto-de-mexico-en-espana-embajada-de-mexico-en-espana-102085>

Exposiciones:

- **Todos me amarán: arte de México hoy** (15 de diciembre - 05 de febrero)

Presenta el trabajo de catorce artistas y colectivos emergentes nacidos o basados en distintas regiones de México. Reuniendo artistas de Aguascalientes, Ciudad de México, Ciudad Juárez, Estado de México, Monterrey, Oaxaca y Tijuana, la exhibición celebra la diversidad de ideas y prácticas que distinguen la escena artística del México contemporáneo.

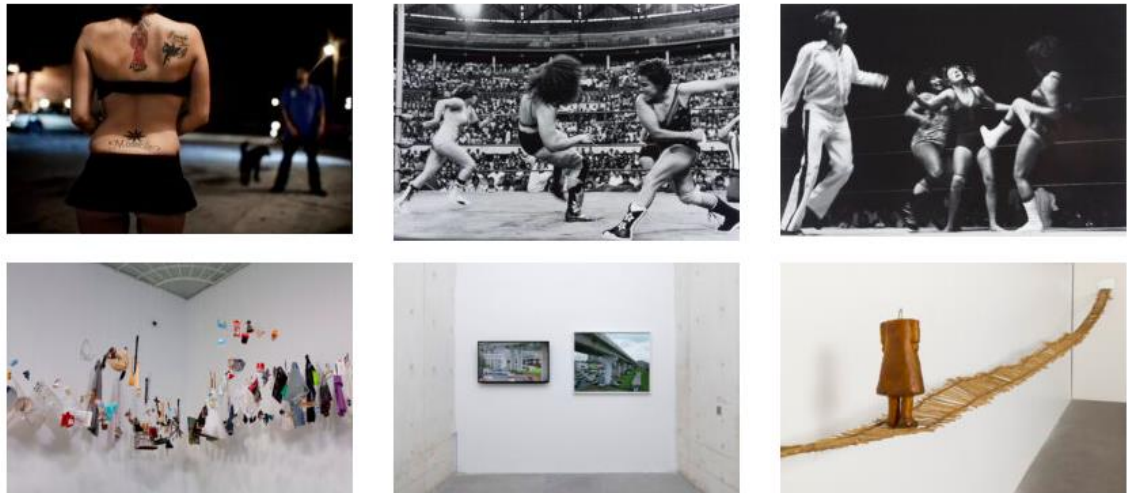
4



- **Luchadoras, mujeres en la colección del MUAC**, está compuesta por 46 obras realizadas por 30 artistas mujeres de generaciones y geografías

⁴ *Todos me amarán: arte de México hoy*. (2023, 22 febrero). Casa de Mexico. Recuperado 27 de febrero de 2023, de <https://www.casademexico.es/exposicion/todos-me-amaran-arte-de-mexico-hoy/>

distintas. Incluye obras producidas en medios tan diversos como pintura, escultura, dibujo, fotografía, instalación y registros en video.



Luchadoras, mujeres en la colección del MUAC. (2023, 28 febrero). Casa de Mexico. <https://www.casademexico.es/exposicion/luchadoras-mujeres-en-la-coleccion-del-muac/>

Berlín, Alemania. El Instituto Cultural de México en Alemania (ICM):

El Instituto Cultural de México en Alemania (ICM), el cual fue fundado en 2018 con el propósito de difundir y promover la cultura mexicana en Alemania y fomentar el diálogo intercultural. El ICM ofrece una amplia gama de eventos y actividades culturales y educativas, y busca la participación directa de la comunidad local. El ICM se ha caracterizado por identificar el arte emergente de México, brindar apoyo a la comunidad artística mexicana en Alemania y ofrecer un espacio para nuevas generaciones de creadores. (INSTITUTO CULTURAL DE MÉXICO EN ALEMANIA, 2023)⁵

Eventos:

2 de Marzo de 2023; Vernissage - In Your Face: **Chicano Art after CARA** (Chicano Art: Resistance and Affirmation):
*“Embajada de México en Alemania y el Instituto Cultural de México en Alemania ofrecen por primera vez esta gran muestra de arte chicano.”*⁶

⁵ INSTITUTO CULTURAL DE MÉXICO EN ALEMANIA. (2023, 31 enero). Secretaria de Relaciones Exteriores. Recuperado 27 de febrero de 2023, de <https://embamex.sre.gob.mx/alemania/index.php/es/instituto-cultural>

⁶ Facebook - Meld je aan of registreer je. (2023). Facebook. Recuperado 1 de marzo de 2023, de <https://www.facebook.com/unsupportedbrowser?ref=newsfeed>.



2 de junio del 2022; El pintor **Jan Siebert** en la Embajada de México: *“Se inauguró en la Embajada de México en Alemania esta exposición del pintor hamburgués. Jan Siebert lleva viviendo en Latinoamérica desde hace más de 25 años”*



2 de septiembre de 2021; Vernissage Mexikanischer Übersee Salon **Salón Mexicano de Ultramar:**

“El SMU es una iniciativa que atiende las expectativas legítimas de la comunidad mexicana residente en Alemania, para exponer su obra de forma planeada, estructurada y potenciando su relevancia y presencia cultural.”



4.3. Justificación de participación.

Se seleccionó esta ruta basada principalmente en la invitación que recibió Karla para exponer en la embajada de Berlín, una vez abordado el tema con ella determinamos que hacer una ruta por otros destinos europeos como lo son Madrid, Hamburgo & Roma, sería un excelente potencial para poder plasmar su arte.

En el caso de Berlín, la participación fue por invitación por parte de un agregado cultural que actualmente vive en Alemania, dicho agregado cultural ya ha tenido la oportunidad de colaborar con otros artistas, sumado a esto vemos que el ICM (Instituto cultural de México en Alemania) ofrece una amplia gama de eventos y actividades culturales, donde se apoya mucho el talento Mexicano, es por eso que la participación de Karla es buena opción para esta embajada.

En el caso de Madrid, tenemos una oportunidad muy grande ya que sabemos que en España se caracteriza por su arte y la gran variedad de museos y galerías donde se pueden presentar nuevas oportunidades de exhibir arte nuevo, en Madrid existe El Instituto Cultural de México, es un espacio que pertenece a la embajada es por eso que determinamos que es un excelente punto de exhibición para las obras de Karla.

4.4. Propuesta de feria alternativa.

El enfoque principal que se tiene en este proyecto es visitar 2 sedes, Madrid y Berlín, por lo que podemos optar como propuesta alternativa enfocarnos al 100% en Berlín

ya que contamos con la invitación del agregado cultural. Al tener esta oportunidad podemos aprovechar en su totalidad la importancia de llevar una exposición de una artista mexicana a la Embajada de México en Berlín.

5.1 Información general del país destino.

Madrid, España.

Madrid, como capital de España, es considerada uno de los principales centros culturales del país. Con mucha historia y variadas atracciones culturales, desde monumentos históricos hasta galerías de arte y museos de nivel internacional. Uno de los lugares más representativos es la Plaza Mayor, que ha sido testigo de importantes eventos históricos y es el corazón del centro histórico de la ciudad. (Spain.info, 2021)

El Museo del Prado es otra atracción cultural importante en Madrid, ya que alberga una de las colecciones de arte más valiosas del mundo, con obras de reconocidos artistas como Goya, Velázquez y El Greco. Además, el Museo Reina Sofía es otra de las joyas culturales de la ciudad ya que cuenta con obras de artistas españoles de renombre como Pablo Picasso y Salvador Dalí, así como de otros artistas internacionales.

La música también forma parte importante de la cultura madrileña, con una amplia escena musical que abarca desde el flamenco tradicional hasta la música electrónica. El Teatro Real es uno de los lugares más destacados para la ópera, mientras que el Auditorio Nacional de Música es una sala de conciertos con reconocimiento a nivel mundial. (UNESCO, 2021)

Finalmente, la comida es otra parte fundamental de la cultura local, ya que la ciudad es famosa por su cocina tradicional que incluye platos como el cocido madrileño, el bocadillo de calamares y la tortilla de patatas. Asimismo, Madrid es reconocida por sus bares de tapas, donde se puede degustar una amplia variedad de pequeños platos de comida mientras se disfruta de una bebida con amigos.⁷

Berlín, Alemania.

Berlín es una ciudad llena de historia y cultura, ubicada en el este de Alemania. Es la capital del país y uno de los centros culturales más importantes de Europa.

⁷ Portal oficial de turismo de España (no date) *Turismo de España | Información turística de España*. Available at: <https://www.spain.info/es/> (Accessed: March 27, 2023).

Berlín es una ciudad que ha experimentado muchos cambios a lo largo de su historia, desde la caída del Muro de Berlín en 1989 hasta su reconstrucción como centro cultural y artístico en los años siguientes. La ciudad es conocida por su escena artística y musical, con una gran cantidad de galerías, museos y salas de conciertos.

La arquitectura de la ciudad es otro aspecto destacado de su cultura. Desde la icónica Puerta de Brandenburgo hasta la moderna Torre de la Televisión, la ciudad cuenta con una mezcla única de estilos arquitectónicos que reflejan su pasado tumultuoso y su presente vibrante.

Además, la ciudad tiene una rica historia literaria, con autores famosos como Bertolt Brecht y Christopher Isherwood que vivieron y escribieron en Berlín en diferentes momentos de su historia.

5.2. Análisis demográfico y macroeconómico.

Madrid, España.

Según los datos del Instituto Nacional de Estadística de España, en 2012 Madrid contaba con una población de 6,754,000 habitantes, lo que la convierte en la ciudad más poblada de España y la tercera más poblada de la Unión Europea, después de Londres y Berlín (Instituto Nacional de Estadística, 2021)⁸.

La edad media de la población de Madrid es de alrededor de 40 años, con una tasa de natalidad relativamente baja. La mayoría de la población es de origen español, pero hay una importante presencia de inmigrantes de países como Ecuador, Colombia, Perú y Marruecos.

Análisis macroeconómico de Madrid:

Madrid es la ciudad más importante de España en términos económicos, y cuenta con un PIB que supera los 200 mil millones de euros. Es un centro de negocios y finanzas, con una importante presencia de empresas nacionales e internacionales en sectores como la banca, la energía y las tecnologías de la información. (Ayuntamiento de Madrid, 2021)⁹.

La tasa de desempleo en Madrid es más baja que la media nacional y el salario medio también es más alto. Además, la ciudad tiene una fuerte presencia en el sector turístico, con una gran cantidad de visitantes cada año que contribuyen significativamente a la economía local.

⁸ Instituto Nacional de Estadística. (2021). Cifras de población. <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=2852>

⁹ Ayuntamiento de Madrid. (2021). Economía y empleo. <https://www.madrid.es/portales/munimadrid/es/Inicio/El-Ayuntamiento/Estadistica/Economia-y-Empleo/?vgnnextfmt=default&vgnextoid=67231302c306b610VgnVCM2000000c205a0aRCRD&vgnnextchannel=7a419c5ffb310310VgnVCM100000171f5a0aRCRD>

En cuanto a la inversión extranjera, Madrid es una de las principales ciudades de España que atrae inversión extranjera directa, y es el destino de muchas multinacionales que eligen la ciudad para establecer su sede en España (Madrid International Lab, 2021)¹⁰.

En resumen, Madrid es una ciudad demográficamente diversa y económicamente próspera, que atrae tanto a empresas como a turistas y que es una de las ciudades más importantes de Europa.

Berlín, Alemania.

Análisis demográfico:

Berlín es la capital de Alemania y la ciudad más grande del país en términos de población. Según el Statistisches Bundesamt, la oficina de estadísticas de Alemania, la población de Berlín en 2021 era de aproximadamente 3.7 millones de personas. La ciudad tiene una densidad de población de 4,300 habitantes por kilómetro cuadrado, lo que la convierte en una de las ciudades más densamente pobladas de Europa. Además, Berlín es una ciudad muy diversa en términos de etnias, con una gran población de inmigrantes de todo el mundo.¹¹

Análisis macroeconómico:

Berlín es un importante centro económico de Alemania y Europa. Según el informe del World Economic Forum sobre competitividad global, Alemania ocupa el puesto 5 entre 140 países, lo que indica que su economía se encuentra en una posición altamente competitiva. La economía de Berlín se basa en gran medida en los servicios, incluyendo el turismo, la tecnología y la cultura.¹²

Según Eurostat, la oficina de estadísticas de la Unión Europea, el producto interno bruto per cápita de Berlín en 2019 fue de 41,500 euros, lo que es superior al promedio nacional de Alemania. Sin embargo, la ciudad también enfrenta desafíos económicos, como la brecha salarial entre hombres y mujeres y la falta de viviendas asequibles.¹³

¹⁰ Madrid International Lab. (2021). Madrid en cifras. <https://www.madridinternationallab.com/es/madrid-en-cifras/>

¹¹ Statistisches Bundesamt. (2021). Bevölkerung im regionalen Vergleich nach Fläche und Bevölkerungsdichte. Recuperado el 2 de marzo de 2023, de <https://www.destatis.de/DE/Themen/Laender-Regionen/Regionales/Gemeindeverzeichnis/Administrativ/05-ergebnisse-nach-gemeinden.html>

¹² World Economic Forum. (2022). The Global Competitiveness Report 2022. Recuperado el 2 de marzo de 2023, de <https://www.weforum.org/reports/the-global-competitiveness-report-2022>

¹³ Eurostat. (2021). Regional GDP per capita in the EU. Recuperado el 2 de marzo de 2023, de <https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tec00115/default/table?lang=en>

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

Madrid, España.

A lo largo de los años, México y España han tenido un fuerte lazo en cuanto a temas comerciales, sociales y culturales gracias a la relación bilateral que se tiene.

España ha sido uno de los inversionistas más importantes para México, siendo el principal socio comercial europeo.

Actualmente se cuenta con un tratado de libre comercio (TLCUEM), el cual busca apoyar la relación bilateral entre México y la Unión Europea.

Berlín, Alemania.

A pesar de que México no figura entre los primeros socios comerciales de Alemania, el comercio bilateral entre ambos países se ha visto favorecido gracias al TLCUEM. Los principales productos que enriquecen la relación comercial son bienes terminados y semiterminados, sector automotriz, farmacéutico y electrónicos.

Para México, Alemania es uno de los principales aliados estratégicos de la Unión Europea por su fuerte inversión extranjera.¹⁴

En 2021 se reforzaron los vínculos de cooperación en torno al patrimonio histórico y cultural a través de un convenio de colaboración en temas de preservación, digitalización y acceso al patrimonio histórico y cultural.¹⁵

5.4. Análisis de riesgos del país destino.

Políticos.

- España: En los últimos años, España ha vivido una crisis territorial, especialmente en Cataluña, donde ha surgido un movimiento separatista por la independencia de la región. Esto provocó una tensión política y social considerable en todo el país. La política económica es otro factor de riesgo en España con un alto desempleo y la recuperación económica tras la crisis financiera de 2008. Además, la pandemia de COVID-19 ha tenido un impacto significativo en la economía de España, lo que se suma a las preocupaciones.

¹⁴ Relaciones Exteriores (2016) Relaciones comerciales y de inversión entre México y Alemania. Recuperado 9 de mayo de 2023, de <https://embamex.sre.gob.mx/alemania/index.php/es/39-alemania/economia/419-relaciones-comerciales-y-de-inversion-entre-mexico-y-alemania>

¹⁵ Gobierno de México (2021). Alemania y México fortalecen vínculos de cooperación en torno al patrimonio histórico y cultural. Recuperado 9 de mayo de 2023, de <https://www.gob.mx/sre/prensa/alemania-y-mexico-fortalecen-vinculos-de-cooperacion-en-torno-al-patrimonio-historico-y-cultural#:~:text=Alemania%20y%20M%C3%A9xico%20comparten%20profundos,y%20documental%20de%20ambos%20pa%C3%ADses.>

La corrupción es un problema grave en España y ha afectado a diversos niveles de gobierno e instituciones públicas. Esto ha afectado la confianza en el gobierno y crea tensiones políticas y sociales.¹⁶

- Berlín: Berlín es una ciudad diversa con una población cosmopolita, pero también existen tensiones sociales en algunas áreas y entre diferentes grupos de población. Las tensiones sociales pueden crear conflictos y disturbios en la ciudad. Berlín ha sido escenario de ataques terroristas en el pasado, como el atentado con bomba en el mercado navideño de Breitscheidplatz en diciembre de 2016. Existe el riesgo de nuevos ataques terroristas en la ciudad. Los cambios políticos en Alemania podrían afectar a Berlín. Por ejemplo, un cambio en la política de inmigración del gobierno alemán podría tener un impacto significativo en una ciudad que es un destino popular para los inmigrantes. Berlín es una ciudad importante para las relaciones internacionales y la diplomacia. Las tensiones políticas entre países pueden afectar las relaciones internacionales y el papel de las ciudades en el escenario internacional.¹⁷

Jurídicos.

- Derechos de propiedad intelectual: Los artistas deben estar al tanto de las leyes de derecho de autor, marcas comerciales y deben obtener todas las autorizaciones necesarias o licencias para cualquier material con derechos de autor que utilicen y tomar medidas para proteger su propia obra de infracciones.
- Obligaciones contractuales: Los artistas pueden tener obligaciones contractuales con galerías, agentes u otras partes que puedan afectar sus riesgos legales.¹⁸
- Impuestos: El porcentaje de impuestos por vender arte en Europa, se aplican diferentes tasas de impuesto al valor agregado (IVA) en diferentes estados miembros de la UE, que van desde el 17% hasta el 27%. Además, los artistas pueden estar sujetos a otros impuestos o cargos relacionados con la venta de su trabajo, como el impuesto a las ganancias de capital o un cargo por derechos de participación.¹⁹

Ambientales.

¹⁶ Tamames, J. and Molina, I. (2023) *España en el mundo en 2023: Perspectivas y Desafíos*, Real Instituto Elcano. Available at: <https://www.realinstitutoelcano.org/policy-paper/espana-en-el-mundo-en-2023-perspectivas-y-desafios/> (Accessed: March 27, 2023).

¹⁷ Bluth, C. (2014) *Germany and the future of European security*. Palgrave Macmillan.

¹⁸ Larson, N. (2022, January 5). France's new VAT increase. Artnet News. <https://news.artnet.com/market/france-vat-increase-art-market-2260227>

¹⁹ European Commission. (n.d.). Special schemes. Taxation and Customs Union. Retrieved April 20, 2023, from https://taxation-customs.ec.europa.eu/special-schemes_en

- Madrid: Una ciudad tan grande presenta bastantes problemas ambientales, sin embargo, el más relevante y en el cual no se ha visto un panorama tan positivo es la falta de agua, especialmente durante los meses de verano cuando el consumo de agua aumenta exponencialmente. La empresa encargada del suministro de agua en la región registró un déficit en los embalses y reservas de agua, lo que aumentó el riesgo de escasez de agua en algunos puntos de la ciudad. (Canal de Isabel II, 2021)²⁰.
- Berlín: Los riesgos ambientales que encontramos en Berlín son la contaminación del aire y la contaminación del agua. La contaminación del aire en Berlín ha excedido los niveles recomendados en varias ocasiones, lo que ha llevado a un aumento de las enfermedades respiratorias en la población (OMS, 2016)²¹. La calidad del agua en Berlín también ha sido un problema debido a la contaminación por sustancias químicas, pesticidas y otros contaminantes procedentes de las industrias de la ciudad. Estos riesgos ambientales pueden tener consecuencias graves para la salud de la población y el medio ambiente en general. Es importante que se tomen medidas adecuadas para abordar estos problemas y proteger la salud pública y el medio ambiente²².

Comercial/ TLC.

- En este punto agrupamos a ambos destinos ya que la situación es muy similar ya que al pertenecer tanto Madrid como Berlín a la Unión Europea su situación comercial, arancelaria y de tratados comerciales es la misma. Para ambos destinos debido al tratado de libre comercio que tiene México con la Unión Europea no existen cuotas ni barreras arancelarias para las obras de arte, esto se describe más a fondo en los puntos 6.7, 6.8 y 6.9.

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

6.1. Segmento NSE.

A pesar de que la segmentación establecida por el AMAI no es la misma que la utilizada por la Unión Europea podemos decir que es

²⁰ Canal de Isabel II. (2021). Balance Hidrológico. <https://www.canaldeisabelsegunda.es/balance-hidrologico/>

²¹ OMS. (2016). Ambient (outdoor) air quality and health. World Health Organization. [https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/ambient-\(outdoor\)-air-quality-and-health](https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/ambient-(outdoor)-air-quality-and-health)

²² Senado de Berlin. (2021). Berlin's Waters: Status and Future Prospects. Senate Department for the Environment, Transport and Climate Protection. https://www.berlin.de/senuvk/umwelt/wasser/publikationen/berlins_waters_en.pdf

El segmento al que pertenecen los consumidores de este producto es el A/B, este segmento está compuesto por hogares en los que el jefe de familia tiene estudios profesionales o posgrado, viviendas con al menos 3 dormitorios y cuentan con al menos dos automóviles. Prácticamente todos cuentan con internet. (AMAI)²³

6.2. Características del consumidor.

En este mercado las principales características de los consumidores de este producto son:

- Personas con educación superior a la media.
- Individuos que suelen tener altos ingresos, poseer bienes materiales de alta calidad y tener acceso a una amplia variedad de experiencias culturales y de ocio relacionadas con el arte.
- La edad de estos consumidores es variable, sin embargo la mayoría son personas mayores a los 40 años de edad.
- Muchos consumidores ven la compra de arte como una inversión a largo plazo y están dispuestos a gastar grandes sumas de dinero en piezas que consideran valiosas.
- Búsqueda de la exclusividad, a menudo buscan obras de arte únicas y exclusivas que no están disponibles regularmente en el mercado.

Algunos otros datos que se obtuvieron de Othon Tellez²⁴ es que muchos de los consumidores han heredado su gusto por el arte de algún familiar y usualmente también son consumidores de servicios del arte (Museos, exposiciones, conferencias de artistas, etc.).

6.3. Segmentación por tribus.

A continuación, se enlistan algunas posibles tribus de compradores:

- Fanáticos de la cultura popular: Este grupo se compone de personas apasionadas por la música, el cine, los cómics y los iconos de la cultura popular. Están atraídos por el arte pop que representa a personajes favoritos y les gusta coleccionar obras relacionadas con ellos.
- Coleccionistas de arte contemporáneo: Estos compradores se interesan en adquirir obras de arte contemporáneo que reflejan la cultura actual y sean visualmente atractivas. Ven el arte pop como una forma de expresión moderna y muy relevante en el arte.
- Aficionados o coleccionistas retro: Estos compradores tienen una afinidad por la nostalgia y están atraídos por el arte pop

²³ Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado (2020) [NSE \(amai.org\)](http://nse.amai.org)

²⁴ Téllez O. (2020) El arte y sus consumos. [El arte y sus consumos – Othón Téllez \(othontellez.com\)](http://elarteysusconsumos-othontellez.com)

tiene la estética de épocas pasadas, como los años 50, 60 o 70. Buscan obras que capturen la esencia de esas décadas.

- **Diplomáticos:** Son un grupo de profesionales que trabajan en el servicio exterior de un país. Decidimos incluir este segmento, debido a los lugares donde se presentará la artista. Generalmente este grupo tiene intereses culturales como el arte y la música, por lo que puede ser un cliente potencial.

6.5. Productos sustitutos.

Al ser un producto de especialidad o considerado un producto de lujo sus sustitutos son escasos, en el caso particular de la obra del artista los sustitutos serían obras de otros artistas, también podrían entrar en la categoría de sustitutos las réplicas o alguna opción más económica como los cuadros impresos.

6.6. Estructura de costos de exportación.

La estructura de la exportación a Europa es la siguiente:

- Movimiento Terrestre de oficina o bodega de Karla al Aeropuerto de GDL.
- Movimiento Aéreo de Aeropuerto de GDL a Aeropuerto de Berlín.
- Movimiento recolección terrestre en Berlín a la embajada de México en Berlín.
- Movimiento terrestre de la Embajada de Berlín al Instituto Cultural de México en Madrid.

Realizamos una simulación del costo de envío aéreo, dentro de la plataforma de Fedex, se tomó en cuenta 1 paquete de 10kg como peso aproximado de una obra.

LLEGA EL jue., may. 18	ENTREGADO POR 20:00 FedEx International Economy®	\$4,493.05	
	Tarifa base	\$3,334.37	
	IVA	\$172.81	
	Valor declarado	\$415.41	
	RECARGO POR COMBUSTIBLE	\$531.25	
	Recargo por alta demanda	\$39.21	
	Total estimado	\$4,493.05	

Como se muestra en la foto anterior, el precio es de 4493.05 MXN por paquete (obra). Además, el pedido contempla recolección y entrega, digamos envío puerta a puerta. Es muy probable que las piezas se vendan, sin embargo en

de no ser así con algún cuadro, se tiene que considerar el regreso de la obra a México.

También es importante mencionar que, en la cotización anterior, viene incluido un seguro por pérdida o daño, según en valor declarado, el cual pusimos como aproximado 40,000 pesos.

6.7. Modelo de negocio y distribución.

El modelo de negocio que se recomienda llevar de acuerdo con el giro que tiene Karla, es “Modelo Artesano” el cual nos habla de generar valor a través de creaciones únicas.²⁵

Las sedes que se tienen consideradas dentro de este proyecto son la embajada de Berlín y la casa cultural de Madrid, lo cual nos lleva a un público directo con intereses artísticos, relación con diplomáticos y miembros del gremio artístico local.

La exportación de arte nos lleva a una representación no sólo del artista sino además de una representación del país. La creación de las obras no se llevará personalizada para cada uno de los invitados, pero sí se puede manejar la creación de obras únicas para generar valor agregado a la exposición en general.

6.8. Requisitos de ingreso al mercado.

Al ser mexicanos no se necesita ningún visado para ingresar a Alemania o a España.

- Alemania y España son países de la Unión Europea, está vigente el acuerdo de libre circulación de trabajadores y no es necesario permiso de trabajo. Para trabajar o vender en Alemania y España es suficiente con tener el DNI o pasaporte en vigente.

6.9. Barreras arancelarias y no arancelarias.

Por el tratado de libre y comercio que tiene México con la Unión Europea en la cual están integrados España y Alemania, la exportación de pinturas y arte originaria de México queda libre de aranceles. (No hay barreras arancelarias para la exportación del producto que se quiere llevar a Europa).

²⁵ Los 10 principales modelos de Negocios en 2021,(2021) IBERCENTER, Recuperado 9 de mayo de 2023, de <https://ibercenter.com/modelo-de-negocio-2021/>

Derechos de aduana ①

Por producto **9701910000** – Paintings, e.g. oil paintings, watercolours and pastels, and drawings executed entirely by hand (excl. over 100 years old, and technical drawings and the like of heading 4906, and hand-painted or hand-decorated manufactured articles)

Exportado desde **México** a **España**

Año arancelario: **2023 (HS Rev.2022)**

Fuente: ITC (Market Access Map)

Régimen arancelario ①	Arancel aplicado ①	EAV ①	Nota
MFN duties (Applied) ②	0.00%	0.00%	

Foto extraída de Market Access Map

7. Análisis cultural: paradigmas y códigos culturales

7.1. Dimensiones culturales: Hofstede.

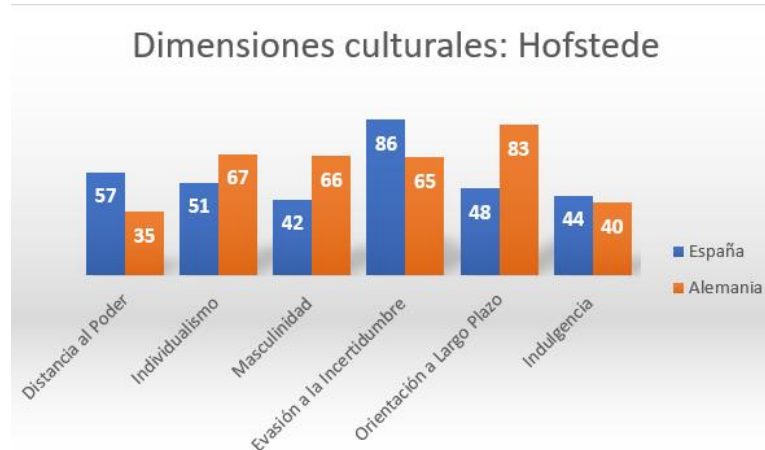


Tabla 1. Dimensiones Culturales: Hofstede. España vs Alemania

Hofstede, psicólogo social holandés nos explica a través de 6 dimensiones cómo es que se desenvuelve la cultura de cada país.

En la tabla 1 podemos ver la comparación de cada una de las dimensiones culturales que tiene España y Alemania.

En cuanto a distancia al poder, España se encuentra con mayor puntaje lo cual representa que tienen una sociedad jerárquica, lo cual significa que las personas están de acuerdo con el orden jerárquico y respetan las órdenes de los superiores.

Individualismo, Alemania con un puntaje superior representa que las personas manejan un pensamiento más en el “yo” que un “nosotros”. La cultura alemana es considerada honesta con una comunicación directa, incluso si duele.

Masculinidad, España con un puntaje más bajo nos deja ver que es una sociedad que se preocupa por las personas débiles o necesitan ayuda, son tomados en cuenta para la toma de decisiones mientras que en Alemania tienen una cultura más competitiva.

Evasión a la incertidumbre, España tiene un porcentaje bastante alto, por lo que la sociedad busca controlar la incertidumbre, tienen normas para todo y el cambio les genera estrés. Evitan las confrontaciones. La mayoría de los españoles buscan tener empleos seguros para así evitar cambios.

Orientación a largo plazo, Alemania con un indicador superior demuestra que es una cultura que se prepara para el futuro, aceptan el cambio de acuerdo con las condiciones en las que se viven. Los alemanes tienen a invertir y ahorrar ya que se preocupan por el futuro.

Indulgencia, Alemania y España tienen un nivel similar en el que de acuerdo con las consideraciones que menciona Hofstede, reflejan un porcentaje bajo de indulgencia. Los países que tienen niveles bajos de indulgencia se consideran como sociedades con tendencia cinismo y pesimismo, sus acciones están controladas por las normas sociales por lo que no ponen mucho énfasis en su tiempo libre ya que se sienten restringidos.²⁶

7.2. Culturas de alto o bajo contexto.

Las diferencias entre culturas pueden llegar a ser un problema latente si no se conoce el contexto que tiene el país en el que se quiere incursionar. Es por ello por lo que nos basamos en los conceptos de alto y bajo contexto que comparte el antropólogo Edward T. Hall en el que gracias a esta teoría podemos encontrar las diferencias comunicativas entre culturas.

Las culturas de alto contexto social son aquellas que tienen una comunicación implícita, por lo que son menos directas al momento de comunicarse; mientras que las culturas de bajo contexto social tienen una comunicación explícita, siendo así una cultura clara y directa.

España es considerada como una cultura de alto contexto, la comunicación con los españoles suele no ser clara por lo que es recomendable estar atentos a todos los elementos, como al ambiente y los mensajes no verbales. Los mensajes suelen estar más codificados, desde el lenguaje no verbal e incluso los silencios nos podrían estar dando mensajes entre líneas.

Por otro lado, tenemos a Alemania que su cultura es considerada de bajo contexto social, ya que su comunicación es explícita. Los mensajes que emiten los alemanes son verbalmente claros y directos.

Tomar en consideración los puntos de alto y bajo contexto social nos pueden ayudar a evitar choques culturales dentro de la comunicación, ya que suele ser

²⁶ Hofstede Insights. Country Comparison Germany and Spain. Abril 2023. <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/germany,spain/>

uno de los puntos importantes para generar una relación ecuánime dentro de las negociaciones.

7.3. Teoría del iceberg.

La teoría del iceberg cultural nos permite identificar los aspectos culturales que son directamente visibles o indirectamente visibles para el extranjero.

Los aspectos directamente visibles son aquellos que para los extranjeros es fácil identificar que pertenecen a la cultura del país. Por ejemplo, para España dentro del aspecto de bellas artes, podemos identificar rápidamente que Salvador Dalí y Pablo Picasso fueron pintores nacidos en España, el flamenco cómo uno de los bailes más conocidos y en cuanto a gastronomía podemos hablar de la paella y el jamón serrano ibérico. Si nos situamos en Alemania, podemos decir que es reconocido gastronómicamente por sus salchichas, pretzel y cerveza. Músicos clásicos Ludwig van Beethoven y Johann Sebastián Bach. Lugares emblemáticos de su cultura, "Muro de Berlín".

En cuanto aspectos indirectamente visibles, no son detectados a simple vista y realmente son detectados hasta que se está en el país. Tal como se menciona en el punto 7.2, España es considerada un país de alto contexto cultural, en cuanto a la comunicación, el lenguaje corporal nos puede dar más detalles que una comunicación verbal, por lo que es importante estar atento a la comunicación es identificar si los mensajes que emiten son codificados. Por parte de Alemania indirectamente visibles son las relaciones interpersonales, la interacción con alemanes tiende a ser directa y poco emocional por lo que hasta el momento en el que se tiene una conversación o incluso una relación cercana se puede identificar hasta dónde podría llegar un nivel de confianza y apertura; generalmente no es sencillo incluso en relaciones amorosas tienden a demostrar confianza hasta que sientes seguridad en la relación.

7.4. Perfil cultural del país.

España

España, país que se encuentra al sur de Europa Occidental y al norte de África, es miembro de la Unión Europea. El régimen de gobernación es una monarquía parlamentaria bajo una forma de gobierno democrático.

Dentro del país español el idioma castellano es reconocido como el idioma oficial y principal en todo el país, sin embargo, también hay idiomas cooficiales como el vasco que se utiliza en el País Vasco, gallego en Galicia, catalán en Cataluña, Islas Balceras y en la Comunidad Valenciana.

La religión que tiene más representación por los españoles es la católica, incluso algunas de las tradiciones culturales que se tienen en España están relacionadas a la religión católica, como el camino a Santiago, eventos durante la semana santa y semana de pascua. Además de lugares turísticos como la mezquita de Córdoba, la Sagrada Familia en Barcelona, la catedral de Santiago de Compostela.

El turismo es una de las principales fuentes de ingresos que tiene España, por sus costumbres, historia y arquitectura llama la atención de los turistas. La moneda que se utiliza en España es el euro²⁷.

Alemania

Alemania, se rige con un sistema de gobierno democrático dividido en poder ejecutivo, legislativo y judicial.

La religión que se practica en la mayoría de la población es cristianismo sin embargo también se practica el islam, budismo y judaísmo.

Dentro de temas artísticos podemos destacar que fue sede de importantes movimientos artísticos como el renacentista, gótico y barroco.

El idioma oficial es el alemán que cuenta con 3 géneros: masculino, femenino y neutro.

Gran parte de la economía en Alemania se basa en exportaciones para el resto de los miembros de la Unión Europea y de sus principales compradores fuera es Estados Unidos.

Alemania es reconocida por sus costumbres, en las que abundan los distintos festivales que se llevan a cabo a lo largo del año. Cada festival tiene un toque especial por sus peculiares adornos, danzas, alimentos y claro, la cerveza.

A diferencia de España, en Alemania se festeja la semana santa (Frohe Ostern) con mercaditos, decoraciones con huevos de pascua, comida y sin misas ni procesiones. La festividad se asimila a la época navideña en dónde de igual manera se tienen grandes decoraciones.

La cerveza es parte importante de la cultura alemana, y es por ello por lo que se tiene el festival Oktoberfest en dónde se festeja la pasión por la cerveza.²⁸

²⁷ *Tradiciones de España | ¡Descubre la magia de la Madre Patria!* (s. f.). <https://growproexperience.com/espana/tradiciones-de-espana/>

²⁸ Morillo, Y. (2022b, junio 10). *Cultura de Alemania | Características, costumbres y tradiciones*. El Viajero Feliz. <https://elviajerofeliz.com/cultura-de-alemania/>

7.5. Códigos culturales.

Alemania

- En la cultura alemana, la puntualidad implica llegar con cinco minutos de antelación, salvo en caso de una justificación válida. Sin embargo, si se avisa de un retraso, suele ser aceptable para la mayoría de las personas.
- En Alemania, el ruido está regulado por horarios de servicio. Cualquier persona que haga ruido entre 22 pm y 7 am, o los días festivos, puede ser considerado como molesto, excepto en el caso de los niños, ya que se considera ruido socialmente adecuado.
- Es importante avisar con anticipación antes de visitar a alguien en Alemania. A los alemanes les gusta estar preparados emocional y formalmente para recibir visitas.
- Aunque no haya tráfico y se tarde poco tiempo, es importante detenerse cuando el semáforo está en rojo en Alemania, ya que es considerado una infracción de tráfico.²⁹
- Hacer llamadas telefónicas después de las 20:00 horas se considera una interrupción de la armonía nocturna. Sin embargo, los mensajes a través de WhatsApp, Instagram o Facebook son aceptables en cualquier momento.
- La separación de basura en Alemania es muy rigurosa, y se deben seguir normas estrictas para depositar cada tipo de residuo en el contenedor correspondiente.
- En la cultura alemana, es recomendable mirar a la persona con la que se brinda a los ojos para evitar mala suerte.
- En las ciudades alemanas, el uso de bicicletas está ganando popularidad, por lo que estacionar en las ciclovías no es bien visto.³⁰

España

- El almuerzo se sirve entre la 1 y las 3 de la tarde y la cena después de las 9 pm.
- Es recomendable mantenerse neutral en conversaciones que aborden temas relacionados con el nacionalismo y el regionalismo. Este es un tema muy sensible.³¹

²⁹ EV, D. Z. F. T. (2023, 26 abril). *Página de inicio - Germany Travel*.
<https://www.germany.travel/es/home.html>

³⁰ Kleis, C. (2021, 24 marzo). *¡Ni se te ocurra! deutschland.de*.
<https://www.deutschland.de/es/topic/vida/pautas-de-comportamiento-en-alemania-no-cometer-estos-errores>

³¹ Milconsejosdeviaje. (2015, 26 octubre). *20 cosas que no deberías hacer en España. Mil Consejos de Viaje*.
<https://milconsejosdeviaje.com/2015/10/26/20-cosas-que-no-deberias-hacer-en-espana/>

- Procura no decirle a un catalán que es español, ya que la mayoría de los 7 millones de habitantes de esta región se sienten muy orgullosos de su lengua, cultura e historia, y muchos apoyan la independencia de Cataluña.
- No es apropiado usar bañadores fuera de la playa, ni llevar ropa inapropiada cuando se visita un lugar sagrado como un monasterio o iglesia. También se debe evitar usar camisetas de equipos de fútbol en ciudades donde puedan generar conflictos.
- La siesta es una costumbre arraigada en la cultura española y en algunas comunidades se sigue al pie de la letra. Durante este tiempo, que va desde las 14:00 a las 16:00 horas, muchos bares, restaurantes, tiendas y atracciones turísticas cierran.

7.6. Protocolo de negocios.

España

- En España, es importante tener contactos personales para hacer negocios y se recomienda ser presentado o introducido por alguien conocido.
- Los españoles valoran poco el producto nacional, pero piensan que España es el mejor país para vivir.
- Las citas deben establecerse con al menos una semana de antelación y se deben reconfirmar uno o dos días antes.
- La puntualidad no es una virtud en España, pero tampoco se incurre en demasiados retrasos.
- En la primera reunión, se dedica tiempo a conocer a ambas partes y explorar las posibilidades de hacer negocios.
- Los españoles son reservados y no les gusta dar información sobre su empresa o sus competidores.
- Los españoles son formales pero distendidos en el ambiente de la negociación y utilizan el sentido del humor.
- El proceso de toma de decisiones es lento y jerarquizado.
- Los españoles evitan decir "no" directamente y se muestran inaccesibles si no están interesados en llegar a un acuerdo.
- Se utiliza mucho el término "quedamos en contacto" al finalizar una entrevista comercial.³²

³² (GMS) Global Marketing Strategies. (2022). Cómo negociar con España. Recuperado de <https://embamex.sre.gob.mx/espana/images/2022/economicoturismo/ComoNegociarConEspana.pdf>

Alemania

- Es esencial ser puntual en las reuniones, incluso llegar con 15 minutos de anticipación es considerado apropiado. Los horarios laborales típicos comienzan entre las 8 y las 8:30 de la mañana y terminan a las 17:30, con una pausa para el almuerzo al mediodía.
- Es preferible utilizar el idioma alemán en las reuniones, pero si no lo habla, es mejor usar un idioma común como el inglés o contratar a un intérprete.
- Las presentaciones deben estar bien preparadas y documentadas, ya que los alemanes analizan los detalles con cuidado.
- Aunque los regalos no son comunes, si decide dar uno, debe ser de poco valor ya que el gesto es más valorado que el regalo en sí.
- La formalidad y el orden son importantes, por lo que es recomendable un enfoque bien planificado. Es apropiado vestirse de manera conservadora, con traje y corbata para los hombres y ropa elegante y discreta para las mujeres.
- Dirigirse a los demás por el apellido o título hasta que se le permita utilizar los nombres de pila. Los alemanes son conscientes de su jerarquía y esperan que se les trate con respeto adecuado. El saludo debe ser solo un apretón de manos.
- Las comidas de negocios no son tan comunes en Alemania como en otros países, y se organizan cuando hay un mayor grado de confianza. Los hombres de negocios alemanes son francos y directos y valoran los acuerdos y promesas verbales.³³

7.7. Perfil cultural del negociador local.

Alemania

La cultura alemana se caracteriza por la eficiencia, la planificación y el cumplimiento de normas y expectativas sociales. La importancia del cuidado por el medio ambiente y la educación son también aspectos importantes en su cultura. Los alemanes también valoran la objetividad y el razonamiento lógico en su comunicación, y prefieren la comunicación directa y la claridad. Además, la cultura alemana se destaca por su amor por la naturaleza y su preocupación por el medio ambiente. Por último, aunque los alemanes pueden parecer serios y reservados en un primer momento, valoran las relaciones personales estables y duraderas.

³³ Carmen. (2017, 13 julio). *Negocios con Alemania, la importancia del idioma, etiqueta y protocolo - Tipp Topp. Tipp Topp.* <https://www.tiptoppaleman.com/negocios-alemania-protocolo-empresa-cursos-de-aleman-para-empresas/>

España

Los españoles se caracterizan por ser cálidos, amistosos y extrovertidos, disfrutar del tiempo libre con amigos y familia y tener una actitud relajada y despreocupada hacia la vida en general. Además, la gastronomía es un aspecto central de la cultura española, y la música y el baile (especialmente el flamenco) también son importantes. Sin embargo, se podría decir que los españoles también pueden tener una tendencia a la impuntualidad y a ser un poco desorganizados en algunos aspectos de la vida cotidiana. En cualquier caso, los españoles muestran un gran orgullo por su patrimonio y cultura, y son conocidos por su calidez y generosidad con los demás.³⁴

8. Propuesta de Valor agregado

8.1. Justificación de la propuesta.

A diferencia de otros Proyectos de Aplicación Profesional ITESO, este proyecto se enfoca en una misión comercial individual del artista en conjunto con las Embajadas de México en Berlín y Madrid, no así en participación en ferias y exposiciones colectivas.

La propuesta de valor que se plantea en este proyecto es que, al ser presentaciones en la embajada de Berlín y en la Casa Cultural de Madrid, contamos con la ventaja de estar en las sedes más importantes del arte en Europa. Además, en cada una de las sedes, Karla sería la única artista presentando sus obras, por lo que se tendría una concentración de los asistentes hacia las obras de arte. Esto nos lleva a un canal directo de venta y exposición de Karla como artista mexicana que lleva su arte al extranjero.

El principal modelo de negocio radica en vender las obras; ahí es donde se concentra la propuesta de valor. Es decir, en estas presentaciones contamos con el apoyo del Servicio Exterior Mexicano para impulsar el arte de nuestra artista a nivel internacional.

8.2. Empaque/ embalaje.

Se propone que cada pieza de arte que sea vendida cuente con un certificado de autenticidad en el que se asegura que la pieza adquirida es única y además una breve explicación de lo que representa para Karla la obra que adquirió el comprador.

³⁴ *Cultura española: arte, deporte, gastronomía, costumbres - TANDEM.* (2019, 27 marzo). Cursos de español en Madrid. TANDEM Madrid escuela de español. <https://www.tandemmadrid.com/es/cultura-espanola/>

Es importante asegurarse que la entrega de cada una de las obras tenga un manejo adecuado, por lo que se propone sean empacadas en cajas de cartón que cuenten con espuma por dentro para evitar el movimiento de la pieza.

A continuación, podemos ver un ejemplo del empaque:



Mantiene artículos frágiles en su lugar y previene deslizamientos.

- Ideal para cuadros enmarcados, cristalería y objetos coleccionables.
- Con pestañas para mayor seguridad.

Propuesta de proveedor:

https://es.uline.mx/Product/Detail/S-8510/Foam-Shippers/24-x-24-x-2-3-4-Charcoal-Foam-Shippers?pricode=WB7510&gadtype=pla&id=S-8510&qclid=CjwKCAjwI6OiBhA2EiwAuUwWZVT6J_tUIOVIGCQYHMol9MEZdPRFXZfULB6_Twm42iw8ngfp_ErfahoCuGsQAvD_BwE

El objetivo de estos empaques es que el manejo de la obra resulte más sencilla y segura dentro de los traslados.

8.3. Papelería (QR y documentos).



Se propone el diseño de un certificado de autenticidad en el que se le pueda asegurar al comprador que la obra adquirida es una pieza única de la colección. Se ejemplifica con la obra “Contracciones del Mercado” que fue expuesta en la colección de “HIPER by Karla Betancourt”. Adicional agregar la firma en original de Karla.

Durante la exposición se recomienda tener códigos QR en cada una de las obras, que al ser escaneados te dirija a un sitio web en dónde se pueda consultar una breve explicación de la pieza.

Postales que puedan tomar los asistentes que contengan información de la exposición, para que se tenga un contexto de la representación artística.

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

Este evento es exclusivo de Karla Betancourt, es decir no es un evento colectivo. La exposición contará con una serie de obras de la artista distribuidas

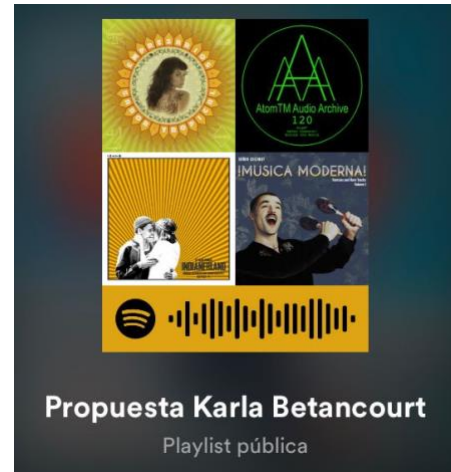
en los espacios asignados por La Casa Cultural de Madrid y la Embajada de México en Berlín, primera y segunda sede del tour.

Se propone que en ambas sedes cuente con música ambiental para que durante los días de la exposición se pueda apreciar música alternativa. Se sugiere agregar un toque latino electrónico, para generar un ambiente relajado entre los asistentes.

Algunas propuestas de canciones son:

- Sweet Dreams por Señor Coconut.
- Trans Europe Express (Cumbia Instrumental) por Señor Coconut
- Edda's Cumbia por Acid Pauli.
- Cumbia - Nickodemus Remix por Empresarios, Nickodemus.

Si cuentas con la aplicación de Spotify, elaboramos una playlist para que puedas escuchar la propuesta, únicamente tienes que ingresar a la app y escanear el código de la siguiente imagen:



Para el día de la inauguración de cada sede se propone tener un violinista o músico de su preferencia para tener música en vivo. El estilo de música que se propone es estilo mexicano, pero con el toque instrumental moderno.

Así mismo se recomienda contar con una variedad de cócteles de bienvenida (Margaritas, Gin-Tonic, Vino tinto) que amenice la estadía de los invitados durante el evento de inauguración. Cada una de las bebidas pueden estar decoradas con pequeños accesorios mexicanos y/o elementos que sean representativos de la exposición.

Además, ofrecer bocadillos salados y dulces, por ejemplo, canapés, empanadas, hielo individuales y tartas de plátano, proponemos invitar a la empresa "Helado Madrino" que es 100% jalisciense que se destaca por ofrecer paletas heladas "con piquete", eligiendo sus sabores mexicanos, como Michelada, Cazuela de Tequila, Tejuino, etc. Esto con el fin de relacionar los bocadillos con algunas de las obras (en caso de aplicar de acuerdo con la temática de la exposición) y además compartir con los asistentes un poco de la cultura mexicana a través de los alimentos, generando una fusión entre el toque mexicano y los alimentos locales de cada sede.

Durante los días de exposición incluir un difusor con un olor, proponemos que sea un olor dulce ya que habla de la cultura pop, para que al entrar a la galería el olor se pueda percibir desde que entren los visitantes.

Basados en la más reciente exposición “HIPER”, las obra “Sweet” que es una representación de un frasco con gomitas condones, y las “Constructo Social” que son paletas con distintas frases como “be mine”, se propone elaborar paletas con las frases tal cual tienen las obras y/o condones para que los asistentes puedan tomar durante la exposición. Es importante que este tipo de artículos se encuentren cerca de la obra.

Se recomienda que la envoltura de los artículos tenga el nombre de la exposición, la firma de Karla y su contacto, por ejemplo, Instagram.

9. Acompañamiento

9.1 Características generales del recinto ferial. Horarios y Acreditaciones y Restricciones.

Casa de México en Madrid:



“El inmueble de la Casa de México forma parte de la Embajada de México en España. La Fundación Casa de México ofreció hacerse cargo de la remodelación, administración y gestión de este espacio por los próximos 10 años, renovables.” (Quiénes somos - Casa de México, 2022).

Dirección

C/ de Alberto Aguilera, 20, 28015 Madrid.

Horario

Lunes: 10:00 – 19:00

Martes – sábado: 10:00 – 21:00

Domingo: 10:00 – 14:00

Construcción: Principios del siglo XX.

Dimensiones: 2,700 metros cuadrados.

Embajada de Berlín:

Es importante mencionar que el Instituto Cultural de México en Alemania se encuentra dentro de la embajada de México en Alemania, por lo que toda la información que se menciona a continuación es la de embajada.



“La sede de la Embajada de México en Alemania está ubicada en la capital alemana. Erguido en una zona céntrica, a pocos metros del Tiergarten (principal parque de Berlín), es considerado como una de las aportaciones más relevantes en materia de arquitectura moderna en Berlín.”

Dirección

Klingelhöferstraße 3, 10785 Berlín, Alemania

Horario

Lunes - Viernes: 09:00 – 19:00

Sábado - Domingo: Cerrado.

Construcción: Se inauguró el 22 de noviembre de 2000

Dimensiones: El edificio cuenta con 5 niveles y está construido en una superficie de 1,300 m².

9.2 Expositores participantes.

Karla será la única expositora dentro de la embajada de Berlín, en cuanto a la casa de Madrid se refiere habrá otras exposiciones a la par, pero en espacios distintos ya que la casa de Madrid cuenta con varios espacios en el que se rotan diferentes exposiciones relacionadas con la cultura mexicana.

9.4 Hospedajes, fiestas nacionales y horarios de negocios.

Madrid.

- **Hospedajes.**

Basados en un rango de 10km a la redonda del lugar donde se llevará a cabo la exposición encontramos diferentes tipos de hospedajes.

- I. Hospedajes de lujo: Hoteles o resorts de 5 estrellas, por ejemplo. Four Seasons Hotel Madrid o Gran Hotel Inglés, estos hoteles cuentan con las mejores amenidades, cuartos espaciosos, restaurantes de lujo y sus precios van desde los \$8,115.00 (MXN) hasta los \$15,400 (MXN) por noche
- II. Hoteles ejecutivos: Hoteles de categoría Business, especializados en hospedar personas que viajan por negocios, cuentan con zonas de trabajo, algunas amenidades como albercas y gimnasios, además de tener restaurantes o cafeterías dentro de sus instalaciones. Por ejemplo, el NH Collection Madrid o Doubletree By Hilton. Los precios en este tipo de hoteles van desde los \$2,400.00 (MXN) hasta los \$5,300 (MXN) por noche.
- III. Hoteles Locales: Hoteles de categoría Business o menor que no cuentan con un reconocimiento internacional o respaldo de alguna cadena de hoteles conocida, son muy variados en cuanto a las amenidades y los precios que van desde los \$780.00 hasta los \$3,600.00 (MXN).
- IV. Apartamentos y casas de renta: Los datos de esta categoría se obtuvieron de la aplicación AirBnB, en el cual encontramos muchas opciones dependiendo en lo que el cliente busca, se realizó un perfil de búsqueda de casas y departamentos enfocados a viajes de negocio y encontramos unidades desde \$890.00 (MXN) a \$7300.00 (MXN) por noche.

- **Fiestas Nacionales**

En Madrid al ser un país con la religión católica muy arraigada las festividades suelen tener relación con dicha religión, pero también hay otros tipos de festividades, algunas de las más importantes son:

- Noche de año nuevo: Celebrada el 31 de diciembre se acostumbra a salir a la Plaza Mayor o la Puerta de Alcalá a despedir el año viejo y recibir el año nuevo
- Fiestas de la comunidad de Madrid: Al igual que todas las comunidades españolas, Madrid celebra su aniversario con un conjunto de celebraciones en las primeras dos semanas de mayo, durante este tiempo se acostumbran las romerías de Madrid, los encierros taurinos, entre otras celebraciones.
- Semana Santa: Al ser un país que tiene muy arraigada la religión católica celebran la Semana Santa con procesiones y es una de las fechas más concurridas por los turistas en el país.
- Fiesta nacional española: Se celebra el 12 de octubre el día de la Hispanidad que conmemora el descubrimiento de América y también el día de la nación española. El espectáculo característico es el desfile de las fuerzas armadas de España
- Navidad: La celebración del nacimiento de Jesús que se celebra el día 25 de diciembre.

- **Horarios de trabajo**

Las jornadas laborales en España formalmente inician a las 9:00 a.m. sin embargo cuando se trata de puestos directivos o juntas de trabajo se acostumbra a partir de las 10:00 a.m. También se acostumbra la pausa a la hora de la comida usualmente entre las 2:00 y las 3:00 p.m. Finalmente en cuanto a la hora de salida se refiere la mayoría de las personas concluye sus actividades laborales a las 6:00 p.m.³⁵

Berlín

- **Hospedaje**

Basados en un rango de 10km a la redonda del lugar donde se llevará a cabo la exposición encontramos diferentes tipos de hospedajes.

- I. A diferencia de Madrid en el rango de 10 kilómetros no se encontraron hoteles de lujo, lo más cercano fue el hotel ejecutivo Adlon Kempinski que tiene un costo de \$7,359.00 (MXN) por noche.
- II. Hoteles ejecutivos o de cadena: En esta zona del país es el tipo de hospedaje más común con más de 70 opciones, algunas de

³⁵ Balcells Group. (n.d.). Cultura empresarial en España. Retrieved April 24, 2023, from <https://balcellsgroup.com/es/cultura-empresarial-en-espana/>

ellas son Hotel Riu Plaza Berlín o Sheraton Berlín Grand Hotel, los precios de estos hoteles van desde los \$1050.00 (MXN) hasta los \$3400.00 (MXN).

- III. Hoteles locales o económicos: En esta categoría se reduce un poco la calidad de las amenidades o el estatus de las propiedades, sin embargo, son hoteles que comúnmente utilizan viajeros o personas interesados en solamente estar en el hotel para pasar la noche y el resto del día conocer la zona o asistir a algún evento por el cual viajaron. Algunos ejemplos son Hotel Luetzow o Tiergarten Berlín, los precios de sus habitaciones promedian entre los \$1,500 y los \$1,700 aunque se pueden encontrar precios más económicos según la temporada.
- IV. Apartamentos y casas de renta: Los datos de esta categoría se obtuvieron de la aplicación AirBnB, al igual que en Madrid, en el cual encontramos muchas opciones dependiendo en lo que el cliente busca, se realizó un perfil de búsqueda de casas y departamentos enfocados a viajes de negocio, la diferencia que se encontró fue en el costo unidades que en Berlín van desde \$690.00 (MXN) a \$9300.00 (MXN) por noche, pero la cantidad de lugares ofertados es notablemente menor que en Madrid.

- **Fiestas Nacionales**

Berlín es una ciudad que tiene muchas festividades, al ser la capital de Alemania celebra todas las festividades nacionales, junto con algunas a nivel local. Estas son algunas de las más relevantes:

- Karnevalszug (Carnaval de Berlín): Es un carnaval de 4 días que celebra la multiculturalidad de la ciudad de Berlín, se acostumbra a salir a la calle a ver los desfiles, consumir alimentos y bebidas típicas, además de consumir espectáculos como música de bandas o artistas locales. Las fechas cambian anualmente, este año se celebró la última semana de mayo.
- Día de la reunificación de Alemania: Se conmemora cada 3 de octubre la caída del muro de Berlín que dividió a la República Federal Alemana y a la Alemania Democrática, con ello el final de la segunda guerra mundial
- Oktoberfest: Aunque la celebración principal es en Munich, la celebración se extiende a todos los rincones de Alemania, dura 16 días y comienza a mediados de septiembre concluyendo el 3 de octubre con la celebración mencionada en el punto anterior.

- **Horarios de trabajo**

Las jornadas laborales en Alemania han cambiado mucho en los últimos años, anteriormente se acostumbraba a laborar de 9:00 a.m. a 5:00 p.m.

Sin embargo, hoy en día la digitalización y el trabajo remoto ha impulsado jornadas parciales en las que las personas solamente laboran aproximadamente 4 horas al día sin un horario fijo.³⁶

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

Madrid.

Madrid cuenta con una amplia variedad de opciones para sus ciudadanos y visitantes las más importantes son las siguientes:

- Metro: El metro de Madrid cuenta con 13 líneas que conectan diferentes partes de la ciudad, además de una línea de Metro Ligero, el costo del pase sencillo es de 1.50€, mientras que un pase de 10 viajes cuesta 12.20€.
- Autobuses: Los precios varían dependiendo de la distancia recorrida, pero el costo del boleto sencillo es de 1.50€.
- Bicicletas públicas: el servicio público de bicicletas eléctricas en Madrid se llama BiciMAD. Las personas pueden rentar bicicletas por períodos de tiempo cortos y el costo varía dependiendo del tiempo de uso.
- Taxis: El costo del servicio depende de la distancia recorrida y el horario en el que se realice el viaje. El costo promedio de un trayecto corto en taxi es de 5 a 10€.
- Plataformas (Cabify): Ofrece servicios de transporte privado mediante una aplicación móvil. Cabify opera en varias ciudades españolas, incluyendo Madrid y cuenta con una flota de vehículos registrados y conductores profesionales.
- Renta de vehículo: La renta de autos en Madrid tiene muchas variantes en el costo, esto según el tipo de auto, los seguros y si se desea incluir un chofer. Van de los 30 € a los 190 €.

Berlín

Berlín cuenta con uno de los mejores servicios de transporte público de la Unión Europea ya que los principales métodos de transporte público de la ciudad están unificados y su costo es de 2,90 € por un billete sencillo, válido por dos horas y media con transbordo gratuito en cualquier otro transporte público dentro de este periodo.

- Metro: El metro de Berlín, conocido como U-Bahn, cuenta con 10 líneas.
- Autobuses: La red de autobuses conecta todas las zonas de la ciudad.
- Tranvía: Berlín cuenta con varias líneas de tranvía en el centro de la ciudad.

³⁶ Deutschland.de. (s.f.). Trabajar en Alemania: más flexibilidad en la jornada laboral. Recuperado el 24 de abril de 2023, desde <https://www.deutschland.de/es/topic/economia/trabajar-en-alemania-mas-flexibilidad-en-la-jornada-laboral>.

- Rentas de Autos: En Berlín hay varias empresas de alquiler de autos, tales como Sixt, Avis, Europcar, entre otras. Los precios varían según la empresa, la temporada y el modelo de vehículo. Por lo general, los precios pueden oscilar entre los 20 y 100 € por día, dependiendo del modelo de auto y de la duración del alquiler.

9.6 Guía gastronómica.

Madrid

En la ciudad de Madrid existe una gran variedad de platillos que destacan y son originarios de la región, algunos ejemplos son:

- Cocido Madrileño: Es un guiso de garbanzos con carne de cerdo, ternera y verduras.
- Bocado de calamares: Este es uno de los bocadillos más populares de Madrid, se trata de un bocadillo de pan con calamares fritos y alioli.
- Jamón serrano: Es una de las opciones más populares en los bares de tapas de la ciudad.
- Churros con chocolate.

Berlín

Esta ciudad cuenta con una cultura gastronómica que combina varias culturas, lo que la vuelve una ciudad muy diversa en cuanto a los tipos de alimentos que se suelen ver en los restaurantes locales. Algunos de los más populares son:

- Schnitzel: es una chuleta de cerdo empanizada y frita, que se suele servir con papas fritas.
- Döner kebab: es un plato turco-alemán que consiste en carne asada, servida en un pan de pita.
- Eisbein: Es un plato típico de la comida alemana que consiste en una pierna de cerdo cocida, que se sirve puré de papa.
- Buletten: Son albóndigas de carne alemana.
- Kaiserschmarrn: Es un postre alemán que consiste en masa servida con azúcar en polvo y frutas.

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

- **Clima**
Madrid

En Madrid encontramos un clima caluroso en los veranos, pero bastante frío en los inviernos. Según The Weather Channel las temperaturas promedio son:

- Primavera y Otoño: Las temperaturas varían entre 10°C y 25°C.
- Verano: Las temperaturas varían entre 25°C y 35°C.
- Invierno: Las temperaturas varían entre 0°C y 10°C.

Berlín

El clima en la ciudad de Berlín varía mucho, según la información obtenida de The Weather Channel las temperaturas promedio por temporada son las siguientes.

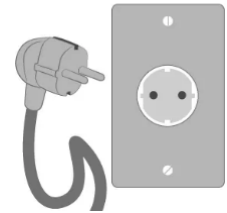
- Primavera: Las temperaturas pueden variar entre 5°C y 18°C.
- Verano: Las temperaturas pueden variar entre 18°C y 25°C.
- Otoño: Las temperaturas pueden variar entre 5°C y 19°C.
- Invierno: Las temperaturas pueden variar entre -2°C y 5°C.

- **Huso Horario**

Tanto Madrid como Berlín utilizan el huso horario de Europa Central (UTC+1) y en verano cambian al horario Verano de Europa Central (UTC+2) lo que significa una diferencia de +7 horas durante el primer huso horario y de +8 durante el horario de verano.

- **Corriente eléctrica**

En ambas ciudades se utiliza la corriente eléctrica de 230 voltios y 50 Hz, y los enchufes son de tipo F.³⁷



- **Tipo de Cambio**

Tanto en Madrid como en Berlín la moneda que se utiliza en las transacciones comerciales es el Euro, al momento que se realiza este documento, la tasa de cambio es de 1€ = \$20.01 MXN (al 26 de abril del 2023).

9.8 Presupuesto diario, equipaje recomendable.

Presupuesto diario:

Para realizar este presupuesto tomamos en cuenta todos los gastos que podría tener la artista es sus estadías tanto en Madrid como en Berlín, para calcularlo utilizamos los estimados de los 9.1 hasta el punto 9.8. El presupuesto diario que estimamos para la artista es de \$4515.00 MXN (Para ver un desglose más detallado ver punto 11).

³⁷ Ciudad de Madrid. (2020). Electricity. En España <https://www.spain.info/en/practical-information/electricity-spain/>.

Equipaje Recomendable:

Al no tener definidas las fechas exactas es difícil definir qué tipo de ropa se podría recomendar a la artista, por lo que haremos una breve lista con lo básico que necesitas, agregando opciones adecuadas a cada temporada.

- Calzado cómodo y adecuado para viajar, caminar distancias considerables.
- En temporada de verano o primavera, llevar ropa adecuada para altas temperaturas especialmente en la ciudad de Madrid.
- Chamarra impermeable.
- Vestimenta de gala para las dos inauguraciones de la presentación.
- Vestimenta adecuada para los demás días que vaya a asistir a la exposición.
- En caso de viajar en invierno llevar abrigo, guantes, gorro y zapatos adecuados para caminar en nieves (Los últimos únicamente para Berlín).

9.9 Emergencias médicas, seguro médico, visado.

- **Seguro Médico**

Estos son algunos de los seguros más recomendados para viajeros

- World Nomads: Esta empresa con presencia en más de 200 países ofrece cobertura médica, protección ante pérdidas de equipaje y retraso o cancelación de vuelos, entre otros servicios. Los precios varían según el destino y la duración del viaje, pero por lo general oscilan entre \$70USD y \$300USD. El precio también dependerá del nivel de cobertura que se elija.
- AXA Assistance USA: AXA es una compañía de seguros que ofrece una amplia gama de planes de seguro de viaje, incluyendo cobertura para emergencias médicas, evacuación médica, cancelación de viaje, pérdida y robo de equipaje, entre otros. AXA tiene diferentes niveles de cobertura los más básicos van desde los \$50USD hasta los \$200USD.

- **Visado**

Para los ciudadanos de origen mexicano existe un permiso llamado ETIAS, que se debe de tramitar cuando se busca viajar al espacio Schengen. Los ciudadanos mexicanos deben de presentar una serie de documentos, que incluyen:

- Pasaporte: deberás tener un pasaporte válido y vigente con una validez de al menos tres meses después de la fecha de salida prevista de la zona Schengen.
- Formulario de solicitud: tendrás que completar un formulario de solicitud de permiso ETIAS.
- Reserva de vuelos: necesitarás mostrar una reserva de vuelo de ida y vuelta que demuestre tus planes de viaje.
- Reservas de alojamiento: tendrás que presentar una confirmación de reserva de alojamiento, ya sea un hotel o cualquier otro tipo de alojamiento.

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

10.1 Selección del espacio físico idóneo.

Por el momento no se tienen las medidas disponibles para el espacio de la exposición. Cada una de las sedes proporciona la información disponible para la presentación de las obras.

10.2 Prototipo del stand, materiales.

Previo a la visita se tiene que acordar con cada una de las sedes los lugares disponibles para ubicar la exposición, ya que regularmente se realizan en salas.

10.3 Materiales y mano de obra local.

Acordar con cada una de las sedes la dinámica de montaje para las obras. Compartir especificaciones de montaje y cuidado para las obras.

10.5 Directorio de proveedores locales.

En ambas localidades se recomienda contratar agencias de catering locales para la logística de los servicios que se desean ofrecer a los invitados.

Algunas opciones de agencias de catering son:

España:

- CBE Catering
- Vilaplana Catering
- Grupo Casa Tomás

Berlín:

- Dallmayr Catering
- Jasmin Catering Berlin
- Butterstulle Catering und Service GmbH

10.6 Especificaciones del recinto expositor.

El Instituto Cultural de México en España y El Instituto Cultural de México en Alemania a lo largo del año tienen exposiciones de diferentes ámbitos culturales por lo que cuentan con salas adecuadas para este tipo de exposiciones. Al tener una invitación es importante definir las dimensiones de la sala disponible para la exposición.

10.6.1 Conectividad.

Dentro de las negociaciones en la invitación de cada sede se tiene que analizar si cuentan con los servicios de iluminación, internet, conexiones eléctricas para que la exposición.

10.6.3 Vías de acceso al recinto ferial.

Medios de transporte en los que podría llegar Karla al recinto.

Instituto Cultural de México en España

Estaciones de metro cercanas:

- Sol, 5 minutos caminando.
- Sevilla, 3 minutos caminando.
- Banco de España, 5 minutos caminando.

Embajada de México en Berlín

Estaciones de autobús cercanas:

- Nordische, 2 minutos caminando.
- Cornelius Brücke, 3 minutos caminando.

Además, en ambas sedes se puede tomar la opción de servicio de transporte privado del hotel al recinto.

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

Se sugiere entregar a las personas que acudan a la exposición material en donde se pueda encontrar datos para contactar a Karla. En propuestas tenemos:

- Postales que incluyan ilustraciones de sus obras más representativas de la exposición.
- Basado en la exposición "HIPER", unas de las obras de "Constructo Social" en las que podemos apreciar paletas con frases, se pueden entregar a las asistentes paletas con las frases que Karla crea representativas para la exposición y en la envoltura agregar el nombre de la exposición, la firma de Karla y su Instagram como contacto.
- Stickers con imágenes de las obras representativas de la exposición que incluyan datos de contacto y firma de Karla.

11. Análisis financiero de la misión comercial

En la siguiente tabla desglosamos un estimado de los gastos que tendría la artista diariamente y también el total de los 14 días que incluyen nuestra propuesta.

	DESCRIPCIÓN	PRECIO TOTAL	PRECIO DIARIO
VUELOS	El vuelo de la artista de ida y vuelta a Madrid, además del vuelo de Madrid a Berlín y de regreso.	\$ 28,000.00	n/a
TRANSPORTE	Considerando el costo elevado de la renta de vehículo y a que se buscará hospedarse lo más cercano posible a los lugares de exposición, creemos que lo ideal sería utilizar el transporte público para trayectos cortos y taxis o aplicaciones como Cabify.	\$ 11,200.00	\$ 800.00
HOSPEDAJE	Creemos que debido al tipo de evento que se está desarrollando y a que los hoteles ejecutivos incluyen desayuno, servicios de transporte del aeropuerto al hotel y cuentan con restaurantes ideales para comer con potenciales compradores, socios o personas del ramo del arte sería la opción ideal.	\$ 35,000.00	\$ 2,500.00
SEGURO DE VIAJE	Tomando en cuenta el punto 9.9 del documento el seguro ideal sería World Nomads por la cantidad de países en los que tiene cobertura y el precio de sus paquetes.	\$ 3,010.00	\$ 215.00
GASTOS ADICIONALES	Tomando en cuenta los gastos de alimentos y actividades de ocio.	\$ 14,000.00	\$ 1,000.00
		\$ 91,210.00	\$ 4,515.00

11.2 Costo del espacio físico.

Nuestra artista se presentará como invitada, por lo que el espacio no implica un costo.

11.3 Gastos de representación.

Este punto es sujeto a la elección de la artista, sin embargo, le recomendamos tomar en cuenta como gastos de representación por lo menos una comida con galeristas o potenciales clientes para la obra, por lo que le solicitamos adicionar un aproximado de \$4400 destinados a cada comida, tomando en cuenta el tipo de cambio y el precio promedio de una comida para 4 personas en un restaurante ideal para negocios en cada destino.

12. Oferta de ocio y entretenimiento.

12.2 Sitios de interés patrimonio UNESCO.

En la ciudad de Madrid podremos ver la variedad de patrimonios UNESCO dentro de esta ciudad tan atractiva, los cuales serían los siguientes:

- Alcalá de Henares.
- Aranjuez.
- San Lorenzo de El Escorial.
- Madrid.

En la ciudad de Berlín también hay una variedad de patrimonios de la UNESCO, los cuales con los siguientes:

- Museumsinsel.
- Parque Glienicke.

12.3 Parques y reservas naturales.

Madrid:

Uno de los parques más emblemáticos de la ciudad de Madrid es el parque del retiro, el cual vale completamente la pena ir a caminar por el parque y sus hermosas vistas, donde puedes alquilar un patín eléctrico por un precio accesible y con el recorrer por completo el parque así también te puedes sentar en los restaurantes que están dentro y disfrutar de una buena bebida.

Berlín:

Uno de los lugares más emblemáticos en Berlín sería ir al parque Tiergarten que es una atracción que vale completamente la pena, así mismo también acudir al zoológico de Berlín sería una muy buena oportunidad.

12.5 Oferta gastronómica.

En Madrid la oferta gastronómica es super amplia es por eso que nos gustaría recomendarte como los principales tours para que aproveches lo que te ofrece este país.

- Recorrido de Tapas y Vino, por un precio de \$1,604.00 MXN por persona.
- Ir al Mercado San Miguel, la entrada es Gratuita y varía el gasto en lo que quieras comer, el precio ronda entre los 15 y 50 euros por persona.
- Más adicional que en todos los restaurantes de Madrid, vas a encontrar comida típica como Huevos rotos, Tortilla española, Tapas, Paella.

En Berlín la oferta gastronómica es muy alta, es un país que se caracteriza por muchos factores positivos en relación con su gastronomía, por eso se recomienda lo siguientes:

- Tour de degustación a pie con Secret food tours, por un precio de \$1,760.84 MXN.
- Según investigaciones pudimos dar con un restaurante llamado Hacketballs, se dice ser el mejor restaurante de comida tradicional de Berlín, por un precio que ronda entre los 50 y 80 euros por persona.
- Así mismo podemos encontrar restaurantes a pie de calle o por todo Berlín que ofrecen su comida típica como lo es, Currywurst, Eisbein, Chicken Schnitzel, Bretzels y Kartoffelpuffer.

12.6 Museos, galerías y centros culturales.

Madrid:

La ciudad de Madrid es una maravilla en temas de turismo, los principales son los siguientes:

- Palacio Real de Madrid, por un precio de \$668.00 MXN por persona.
- Museo del Prado, por un precio de \$407.00 MXN por persona.

- Estadio Santiago Bernabéu, por un precio de \$376.00 MXN por persona.
- Museo Nacional de Arte de la Reina Sofía, por un precio de \$250.00 MXN por persona, algunos días a la semana son gratuitos.
- Teatro Flamenco Madrid, por un precio de \$515.00 MXN por persona.
- Plaza de toros de las Ventas, por un precio de \$335.00 MXN por persona.
- Visitar Toledo y Segovia.

Berlín:

La ciudad de Berlín es una maravilla en temas de turismo, los principales son los siguientes:

- Reichstag, por un precio de \$350.00 MXN por persona.
- ILLUSEUM Berlín, por un precio de \$250.00 MXN por persona.
- Museo Judío de Berlín, la entrada al museo es gratuita.
- Museo de Pérgamo, por un precio de \$250.00 MXN por persona.
- Río Spree, por un precio de \$420.00 MXN por persona un tour en barco por una hora.
- Marin Gropius Bau, por un precio de \$417.00 MXN por persona.

12.7 Turismo de aventura.

Madrid:

Un tour de aventura en Madrid sería agarrar un tren a Segovia que está a una hora de Madrid, hacer el recorrido en globo aerostático por Segovia, por un precio de \$4,745.00 MXN.

Berlín:

Un tour de aventura en Berlín sería agarrar el barco que recorre toda la ciudad que es una atracción increíble, por un precio de \$420.00 MXN.

Adicional a esto algo que proponemos es que los traslados los hagan por medio de una plataforma llamada "BIRD", es una plataforma como Uber pero donde rentas patines eléctricos al ser distancias cortas dentro de la ciudad es una aventura 100% recomendable.

12.8 Oferta teatral y conciertos.

Al no tener una fecha estipulada para asistir a dichos países, puedes buscar en las siguientes plataformas para hacer la compra de los boletos para teatros y conciertos, ahí mismo con tiempo de anticipación puedes ir viendo las fechas en las que sean los conciertos o teatros a los que te gustaría asistir, las plataformas son las siguientes:

https://www.classictic.com/es/ciudad/madrid/20/?gad=1&gclid=Cj0KCQjwr82iBhCuARIsAO0EAZyyxFQRg4yCwLb0zTNP3Z4YYD_B9mrRtOp80P_lafhUFtra_kqSkysaAoX1EALw_wcB

https://www.viagogo.com/ww/Concert-Tickets/Rock-and-Pop/Berlin-Tickets?AffiliateID=49&adposition=&PCID=PSROWGOOCONBERLI8F6FC18C8&AdID=655556564629&MetroRegionID=&psc=%2c&ps=%2c&ps_0&ps_c=13868041368&ps_ag=133286998468&ps_tg=kwd-31387393&ps_ad=655556564629&ps_adp=%2c&ps_fi=%2c&ps_li=1003854&ps_lp=1010088&ps_n=g&ps_d=c&qad=1&gclid=Cj0KCQjwr82iBhCuARIsAO0EAZxola4qMpKHu7dHhFrzqxZNhKg7UGXzoFkePmHASiXXBDHaOysiFgcaAr2XEALw_wcB

https://www.getyourguide.es/-/117/-tc124/?cmp=ga&cq_src=google_ads&cq_cmp=6757793888&cq_con=85148515851&cq_term=tickets%20shows%20berlin&cq_med=&cq_plac=&cq_net=g&cq_pos=&cq_plt=gp&campaign_id=6757793888&adgroup_id=85148515851&target_id=aud-848745439659%3Akwd-556145352681&loc_physical_ms=1010088&match_type=b&ad_id=389755496076&keyword=tickets%20shows%20berlin&ad_position=&feed_item_id=&placement=&device=c&partner_id=CD951&gclid=Cj0KCQjwr82iBhCuARIsAO0EAZyb1pxRnayLWXJ4BGQRAXPHIZMubyzV0swWCLe_uERpH4kTgYx9jZ8aAq6WEALw_wcB

12.9 Oferta de espectáculos /oferta deportiva.

Madrid:

Oferta deportiva:

En la ciudad de Madrid es la cuna del deporte donde podrás tener la oportunidad de ir a visitar los museos de dos de los equipos más emblemáticos del fútbol europeo como lo son el Real Madrid (Santiago Bernabeu) y el Atlético de Madrid (Wanda Metropolitano), en ambos estadios tendrás la oportunidad de recorrer los museos dentro de los estadios, a sí mismo tendrás la oportunidad de asistir a un partido de dichos equipos que es una experiencia única en la vida.

Oferta de Espectáculo:

En Madrid hay mucha oferta de espectáculos que valen la pena como los siguientes:

- Espectáculo de Flamenco en torres Bermejas de Madrid.
- Espectáculo de Flamenco en el Corral de la Morería en Madrid.
- Excursión al escorial y al Valle de los Caídos.

Berlín:

Oferta Deportiva:

En Berlín el fútbol también es una experiencia que vale la pena como lo es ir al estadio del Unión Berlín (Estadio An der Alten Forsterei) que sería una experiencia completamente recomendable.

Oferta de Espectáculo:

En Berlín hay mucha oferta de espectáculos que valen la pena como los siguientes:

- ARISE- Grand Show en el Friedrichstadt.
- Berlín Ice Bar (Incluye 3 bebidas).
- Velada en el Palacio de Charlottenburg, cena y concierto de la orquesta residente.

13. Programas de fomento, apoyos y financiamiento para

- **participar en ferias y misiones comerciales**

Apoyo gubernamental al que podría aplicar Karla:

- Programa de Estímulos a la Creación y Desarrollo Artístico (PECDA), el cual tiene como objetivo apoyar en el desarrollo de proyectos que desde el conocimiento histórico y conciencia del entorno actual, se visibilicen y respondan a situaciones y problemáticas del momento actual.³⁸

En la emisión de 2023 se ofrecieron 66 estímulos en los cuales podían aplicar distintas disciplinas, entre ellas artes visuales, categoría en la que Karla podría aplicar en próximas emisiones; se tuvieron 4 estímulos que podrían ser beneficiados con 1 ministración durante 7 meses por el monto de \$50,000 mxn.

Los requisitos que se solicitaron durante esta emisión se pueden consultar en el siguiente enlace:

https://foncaenlinea.cultura.gob.mx/archivosbases/bases_PJAL_2023_5388.pdf

Apoyos no gubernamentales al que podría aplicar Karla:

- **Boynes Artist Award BAA 9na Edición**

Boyne 's Artist Award es una convocatoria que ofrece muchas oportunidades a artistas emergentes, jóvenes y profesionales y está abierta para todo el mundo. Para los artistas emergentes puede ganar un premio en metálico de \$750 usd, creación de la página web y una entrevista pública. Si eres un artista profesional puedes ganar \$2,000 usd de premio metálico, entrevista publicada con el Boynes Artist Award, marketing en redes sociales, boletín informativo en la lista de correo y Certificado de ganador.

Las inscripciones están abiertas desde el 1 de mayo hasta el 30 de julio. A partir del 30 de mayo, las obras presentadas con anticipación podrán disfrutar de un 20% de descuento en el precio de la inscripción.

³⁸ Convocatoria PECDA 2023 Jalisco, Programa de Estímulos a la Creación y Desarrollo Artístico. Recuperado 10 de mayo de 2023 de https://foncaenlinea.cultura.gob.mx/archivosbases/bases_PJAL_2023_5388.pdf

Link de la página web de Boyne 's Artist Award: <https://boynesartistaward.com>

Administrador. (2023, April 29). *Boynes Artist Award BAA / Premios en metálico / Publicación y más*. Recursos Culturales. <https://www.recursosculturales.com/boynes-emerging-artist-award/>

Es importante mencionar que se tiene que consultar las bases de cada uno de los apoyos para validar se encuentren activas durante el periodo que se desee aplicar.

Bibliografía:

- EMT Madrid: Empresa Municipal de Transportes de Madrid. (s. f.). Inicio. Recuperado el 25 de abril de 2023, de <https://www.emtmadrid.es/>
- 3J01 PAP Desarrollo de Capacidades para la comercialización y ventas Nacionales
- CEDECOM. (2022, diciembre) “Desarrollo de estrategias para mejorar la comercialización de obras de arte elaboradas por Karla Betancourt en Tlaquepaque, Jalisco en el periodo Agosto a diciembre 2022” Recuperado 22 de febrero 2023.
- Canal de Isabel II. (2021). Balance Hidrológico. <https://www.canaldeisabelsegunda.es/balance-hidrologico/>
- Deutschland.de. (s.f.). Trabajar en Alemania: más flexibilidad en la jornada laboral. Recuperado el 24 de abril de 2023, desde <https://www.deutschland.de/es/topic/economia/trabajar-en-alemania-mas-flexibilidad-en-la-jornada-laboral>.
- Facebook Meld je aan of registreer je. (2023). Facebook. Recuperado 1 de marzo de 2023, de <https://www.facebook.com/unsupportedbrowser?ref=newsfeed>.
- Hofstede Insights. Country Comparison Germany and Spain. Abril 2023. <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/germany,spain/>
- IFEMA MADRID. (2021, February 5). Pop art: Qué es, Artistas y Características. IFEMA MADRID. Retrieved February 13, 2023, from <https://www.ifema.es/noticias/arte/pop-art-que-es-artistas-caracteristicas>
- INSTITUTO CULTURAL DE MÉXICO EN ALEMANIA. (2023, 31 enero). Secretaria de Relaciones Exteriores. Recuperado 27 de febrero de 2023, de <https://embamex.sre.gob.mx/alemania/index.php/es/instituto-cultural>
- Kleis, C. (2021, 24 marzo). ¡Ni se te ocurra! deutschland.de. <https://www.deutschland.de/es/topic/vida/pautas-de-comportamiento-en-alemania-no-cometer-estos-errores>

- Milconsejosdeviaje.(2015, 26 octubre). 20 cosas que no deberías hacer en España. Mil Consejos de Viaje.<https://milconsejosdeviaje.com/2015/10/26/20-cosas-que-no-deberias-hacer-en-espana/> (GMS) Global
- Portal oficial de turismo de españa (no date) Turismo de España | Información turística de España. Available at: <https://www.spain.info/es/> (Accessed: March 27, 2023).
- Todos me amarán: arte de México hoy. (2023, 22 febrero). Casa de México. Recuperado 27 de febrero de 2023, de <https://www.casademexico.es/exposicion/todos-me-amaran-arte-de-mexico-hoy/>
- Tradiciones de España | ¡Descubre la magia de la Madre Patria! (s. f.). <https://growproexperience.com/espana/tradiciones-de-espana/>
- World Economic Forum. (2022). The Global Competitiveness Report 2022. Recuperado el 2 de marzo de 2023, de <https://www.weforum.org/reports/the-global-competitiveness-report-2022>
- (2019, 27 marzo). Cursos de español en Madrid. TANDEM Madrid escuela deespañol. <https://www.tandemmadrid.com/es/cultura-espanola/> Balcells Group. (n.d.).
- ¿Cuáles son las 10 obras de arte más caras vendidas en subastas? (2017). El Economista. Recuperado 1 de febrero de 2023, de <https://www.eleconomista.com.mx/arteseideas/Cuales-son-las-10-obras-de-arte-mas-caras-vendidas-en-subastas-20171116-0046.html>
- ARTEINFORMADO. (s. f.). Instituto de México en España - Embajada de México en España. Centro y salas de exposiciones, Centro cultural | ARTEINFORMADO. <https://www.arteinformado.com/guia/o/instituto-de-mexico-en-espana-embajada-de-mexico-en-espana-102085>
- Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado (2020) NSE (amai.org)

- Bluth, C. (2014) Germany and the future of European security. Palgrave Macmillan. Larson, N. (2022, January 5). France's new VAT increase. Artnet News. <https://news.artnet.com/market/france-vat-increase-art-market-2260227>
- BVG. (n.d.). Official website of BVG. <https://www.bvg.de/en>
- Carmen. (2017, 13 julio). Negocios con Alemania, la importancia del idioma, etiqueta y protocolo - Tipp Topp. Tipp Topp. <https://www.tipptoppaleman.com/negocios-alemania-protocolo-empresa-cursos-de-aleman-para-empresas/>
- Ciudad de Madrid. (2020). Electricity. En España <https://www.spain.info/en/practical-information/electricity-spain/>
- Cultura empresarial en España. Retrieved April 24, 2023, from <https://balcellsgroup.com/es/cultura-empresarial-en-espana/>
- Cultura española: arte, deporte, gastronomía, costumbres - TANDEM.
- Deutsche Bahn. (n.d.). Deutsche Bahn: discover Germany and Europe by train! from <https://www.bahn.com/en/view/index.shtml>
- European Commission. (n.d.). Special schemes. Taxation and Customs Union. Retrieved April 20, 2023, from https://taxation-customs.ec.europa.eu/special-schemes_en
- Eurostat. (2021). Regional GDP per capita in the EU. Recuperado el 2 de marzo de 2023, de <https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tec00115/default/table?lang=en>.
- EV, D. Z. F. T. (2023, 26 abril). Página de inicio - Germany Travel. <https://www.germany.travel/es/home.html>

- Instituto Nacional de Estadística. (2021). Cifras de población. <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=2852> Ayuntamiento de Madrid. (2021).
- Economía y empleo. <https://www.madrid.es/portales/munimadrid/es/Inicio/El-Ayuntamiento/Estadistica/Economia-y-Empleo/?vgnnextfmt=default&vgnextoid=67231302c306b610VgnVCM2000000c205a0aRCRD&vgnnextchannel=7a419c5ffb310310VgnVCM100000171f5a0aRCRD>
- Madrid International Lab. (2021). Madrid en cifras. <https://www.madridinternationallab.com/es/madrid-en-cifras/>
- Marketing Strategies. (2022). Cómo negociar con España. Recuperado de <https://embamex.sre.gob.mx/espana/images/2022/economicoturismo/ComoNegociarConEspana.pdf>
- Metro Madrid: Bienvenidos al sitio web oficial del Metro de Madrid. (s. f.). Recuperado el 25 de abril de 2023, de <https://www.metromadrid.es/>
- Morillo, Y. (2022b, junio 10). Cultura de Alemania | Características, costumbres y tradiciones. El Viajero Feliz. <https://elviajerofeliz.com/cultura-de-alemania/>
- OMS. (2016). Ambient (outdoor) air quality and health. World Health Organization. [https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/ambient-\(outdoor\)-air-quality-and-health](https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/ambient-(outdoor)-air-quality-and-health)
- Senado de Berlin. (2021). Berlin's Waters: Status and Future Prospects. Senate Department for the Environment, Transport and Climate Protection. https://www.berlin.de/senuvk/umwelt/wasser/publikationen/berlins_waters_en.pdf
- Statistisches Bundesamt. (2021). Bevölkerung im regionalen Vergleich nach Fläche und
- Bevölkerungsdichte. Recuperado el 2 de marzo de 2023, de <https://www.destatis.de/DE/Themen/Laender-Regionen/Regionales/Gemeindeverzeichnis/Administrativ/05-ergebnisse-nach-gemeinden.html>

- Tamames, J. and Molina, I. (2023) España en el mundo en 2023: Perspectivas y Desafíos,
- Real Instituto Elcano. Available at: <https://www.realinstitutoelcano.org/policy-paper/espana-en-el-mundo-en-2023-perspectivas-y-desafios/> (Accessed: March 27, 2023).
- Téllez O. (2020) El arte y sus consumos. El arte y sus consumos – Othón Téllez (othontellez.com)