

**INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE
DEAM: Departamento de Economía, Administración y
Mercadología PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)**

Programa de economía social



ITESO

Universidad Jesuita
de Guadalajara

3J04 Inteligencia Comercial y Cultural para los Negocios Internacionales

**INTERNACIONALIZACIÓN DE LA OBRA DEL
ARTISTA LUIS RODRIGO MEDINA: DESTINO TOKIO**

PRESENTAN

Lic. en Comercio y Negocios Globales, Santiago Martí Cortés

Lic. en Comercio y Negocios Globales, Juan Pablo Gutierrez Soto

**Lic. Comercio y Negocios Globales, Millamyn Estefanía de la Paz Serrano
Michel**

Lic. Ingeniero Industrial, Jesús Felipe Delgado Hernández

Lic. Diseño de Indumentaria y Moda. Dinorah Figueroa Ambriz

PROFESOR PAP:

Mtra. Mariana Luna Camacho

Tlaquepaque, Jal. Verano 2023

INDICE

1. FUNDAMENTACIÓN DEL TRABAJO.....	4
1.1. DESCRIPCIÓN DEL ARTISTA Y SU OBRA: CARACTERÍSTICAS GENERALES, MARCA PERSONAL, OFERTA DE VALOR.....	4
1.2. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CONTEXTO DEL ARTISTA Y DE LA INDUSTRIA (SECTOR JALISCO).....	5
1.3. PROBLEMÁTICA QUE ENFRENTA EL PROYECTO ARTÍSTICO Y OPORTUNIDADES EN LAS INDUSTRIAS CULTURALES.....	6
1.4. VALIDACIÓN DE LAS CONDICIONES DE PARTICIPACIÓN: TIEMPO REQUERIDO, BENEFICIOS, ÁREAS DE OPORTUNIDAD, COSTOS OPERATIVOS, PRESUPUESTOS, APOYO LOGÍSTICO, APOYOS PÚBLICOS.....	6
2. ARTISTA.....	6
2.1. REDES SOCIALES Y RELACIONES PÚBLICAS DEL ARTISTA.....	6
2.2. CARPETA INTEGRADORA DE LA OBRA.....	7
2.2.1 <i>Statement</i>	7
2.2.2 <i>Curaduría</i>	7
2.3. OBJETIVOS Y RECOMENDACIONES DEL ARTISTA.....	7
3. PROTECCIÓN INTELECTUAL DE MARCA Y AUTOR.....	8
3.1. PROCESO DE REGISTRO DE AUTOR.....	8
3.2. PROCESO DE REGISTRO DE MARCA.....	8
PROCESO DE SELECCIÓN DE PROYECTOS.....	9
4.1. OPCIONES DE FERIAS, MISIONES, BIENALES Y EXPOSICIONES INTERNACIONALES.....	9
4.2. CONTEXTO DE LA EXHIBICIÓN.....	9
4.3. JUSTIFICACIÓN DE PARTICIPACIÓN.....	10
4.4. PROPUESTA DE EVENTOS ALTERNATIVOS.....	10
MARCO CONCEPTUAL DE REFERENCIA: PESTEL/ PAÍS DESTINO.....	10
5.1. INFORMACIÓN GENERAL DEL PAÍS DESTINO.....	10
5.2. ANÁLISIS DEMOGRÁFICO Y MACROECONÓMICO.....	11
5.3. DIAGNÓSTICO RIESGO PAÍS Y TOMA DE DECISIONES PARA LA COMERCIALIZACIÓN.....	11
5.4. RELACIÓN ECONÓMICA, COMERCIAL, SOCIAL, CULTURAL Y POLÍTICA JAPÓN CON MÉXICO. OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN.....	12
5.5. ANÁLISIS DE RIESGOS DEL PAÍS DESTINO.....	12
5.5.1 <i>Políticos</i>	12
5.5.2 <i>Ambientales</i>	12
5.5.3 <i>Sociales</i>	13
5.5.4 <i>Comercial/ TLC</i>	13
6. ANÁLISIS DEL MERCADO/ SEGMENTO/COMPETENCIA /PRODUCTO/ CONSUMIDOR DEL PAÍS DESTINO.....	13
6.1. SEGMENTO NSE.....	13
6.2. CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMIDOR.....	13
6.3. SEGMENTACIÓN POR TRIBUS.....	13
6.4. ESTRUCTURA DE LA COMPETENCIA INTERNA.....	14
6.5. REQUISITOS DE INGRESO AL MERCADO.....	15
6.6. BARRERAS ARANCELARIAS Y NO ARANCELARIAS.....	15
7. ANÁLISIS CULTURAL: PARADIGMAS Y CÓDIGOS CULTURALES.....	16
7.1. DIMENSIONES CULTURALES: HOFSTEDE.....	16
7.2. CULTURAS DE ALTO O BAJO CONTEXTO.....	17
7.3. TEORÍA DEL ICEBERG.....	17
7.4. PERFIL CULTURAL DEL PAÍS.....	18

7.5. CÓDIGOS CULTURALES.....	19
7.6. PROTOCOLO DE NEGOCIOS.....	20
7.7. PERFIL CULTURAL DEL NEGOCIADOR LOCAL	21
8. PROPUESTA DE VALOR AGREGADO.....	22
8.1. PARA DIPLOMACIA: CENTROS CULTURALES DE MÉXICO EN EL EXTERIOR.....	27
8.3 EXPERIENCIA DEL CLIENTE (MARKETING SENSORIAL Y EMOCIONAL).....	27
8.4 JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA.	27
9. ACOMPAÑAMIENTO	28
9.1 CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL RECINTO FERIA.....	28
9.3 HORARIOS, ACREDITACIÓN Y RESTRICCIONES DEL RECINTO FERIA.....	29
9.4 EQUIPAJE RECOMENDADO.....	29
9.5 VISADO.....	32
9.6 SERVICIOS CONSULARES, FUNCIONES, HORARIOS.....	32
10.LOGÍSTICA DEL PUNTO DE VENTA/ MISIÓN COMERCIAL FERIA COMERCIAL	33
10.1 SELECCIÓN DEL ESPACIO FÍSICO IDÓNEO.....	33
10.2 PROTOTIPO DEL STAND, MATERIALES	35
10.3 MATERIALES Y MANO DE OBRA LOCAL	36
10.4 PRESUPUESTO DEL MONTAJE (PRESUPUESTOS DE EMPRESAS EN EL ÁREA).....	37
11. ANÁLISIS FINANCIERO DE LA MISIÓN COMERCIAL	37
11.1 TRANSPORTACIÓN.....	37
11.2 HOSPEDAJE.....	37
11.4 SEGUROS MÉDICOS.....	38
12. OFERTA DE OCIO Y ENTRETENIMIENTO	39
12.1 CONTEXTO HISTÓRICO Y CULTURAL	39
12.2 SITIOS DE INTERÉS PATRIMONIO UNESCO.....	39
12.3 PARQUES Y RESERVAS NATURALES.....	40
12.4 RECORRIDOS TURÍSTICOS Y DE VALOR HISTÓRICO.....	41
12.5 OFERTA GASTRONÓMICA.....	42
12.6 MUSEOS, GALERÍAS Y CENTROS CULTURALES.....	42
12.8 OFERTA TEATRAL Y CONCIERTOS.....	43
12.9 OFERTA DE ENTRETENIMIENTO CULTURAL:.....	43
13. PROGRAMAS DE FOMENTO, APOYOS Y FINANCIAMIENTO PARA PARTICIPAR EN FERIAS Y MISIONES COMERCIALES	44
13.1 APOYO ESTATAL.....	44
13.2 APOYO NO GUBERNAMENTALES.....	44
BIBLIOGRAFÍAS:.....	45

1. Fundamentación del trabajo

1.1. Descripción del artista y su obra: características generales, marca personal, oferta de valor.

Descripción del artista:

Luis Rodrigo Medina es un artista nacido en Guadalajara, Jalisco en 1973. Comenzó sus estudios con Miguel A. Lopez Medina que fue su profesor de pintura y dibujo en 1980 en el CEDART-INBA.

En 1990, siguió sus estudios en el Necromante (INBA) en San Miguel Allende, Gto. En UDG. Facultad de Artes Plásticas y Facultad Cultural Cabañas. En Guadalajara, sus maestros fueron: Luis E. González, Raymundo Ramírez y Genaro Velázquez. En Guanajuato estudió con Luis Nishisawa; en la Ciudad de México. Con Pedro Medina Guzmán "El Charro" y Patricia Soriano en San Carlos.

En 1996, emprendió un viaje de estudios a Europa y África Central con duración de un año para fortalecer sus logros artísticos y comenzar a expandirse en varios campos del arte tales como la escenografía, modelado, dibujo, acuarela y grabado. En la Ciudad de México, pasó un año con Pedro Medina Guzmán en un taller de dibujo de figuras.

Descripción de la obra: Pintura y artes plásticas.

Marca personal: Luis Rodrigo Medina

Oferta de valor: Su arte se destaca por sus pinturas contemporáneas presentando en lienzos grandes con técnicas únicas y originales. Refleja como dibujante y pintor su forma expresiva en sentimientos y sensibilidad realizando técnicas de contextura con trazos, formas y colores de la figura humana, frases, entre otras. Sus obras se presentan en grafito sobre tela, acrílico sobre tela, acuarela y acrílico sobre tela y fotografía de impresión en calidad sobre papel de algodón.

Experiencia:

Luis Rodrigo ha adquirido, a lo largo de su carrera como artista, mucha experiencia y reconocimiento a nivel mundial, esto se debe a sus numerosas exposiciones alrededor del mundo, las galerías en las que Luis Rodrigo ha participado son; Galerie Hélène Bailly Docks Art Fair en Lyon, Francia (en el año 2013) Galerie Hélène Bailly en París, Francia (en el año 2012) Galerie Bailly Contemporain en París, Francia (en el año 2009) Galería Luis Adelantado Miami, Miami (en el año 2008 y 2007) Article Gallery en Istambul, Turquía (en el año 2016) Galería Luis Adelantado en Valencia, España (en el año 2005 y 2003) y la Galería L'Aljepsar en Castellón, España (en el año 2001)

En todas estas galerías son en las que ha participado de manera individual y la experiencia de Luis Rodrigo ha ido creciendo gracias a su colaboración en exposiciones colectivas, algunas de ellas son las siguientes; Hélène Bailly Gallery en París, Francia (en el año 2014, 2013 y 2008) Luis Adelantado Gallery en Valencia, España (en el año 2011) Arte Fiera Bologna en Bolonia, Italia (en el año 2009) Namsong Museum en Gapyeong, Corea del Sur (en el año 2007) SPArte en Sao Paulo, Brasil (en el año 2007 y 2006) Contemporary Istambul en Estambul, Turquía (en el año 2006) ArteBa en Buenos Aires, Argentina (en el año 2006) ARCO en Madrid, España (en el año 2005 y 2004) Kritiku Gallery en Praga, República Checa (en el año 2005) Romania Museo Nacional de Arte en Rumania, Bucarest (en el año 2004) FIAC en París, Francia (en el año 2003 y 2001) Art Basel en Miami Beach, Miami (en el año 2003 y 2001) MIART en Milán, Italia (en el año 2003) Kulturzentrum bei den Minoritien en Graz, Austria (en el año 2002) Museo de la Ciudad de Liubliana en Liubliana, Eslovenia (en

el año 2002) Galería Adriana Schmidt en Stuttgart, Alemania (en el año 2000) y Art Cologne en Colonia, Alemania (en el año 1999)¹

Galería KAYA

Es una galería contemporánea en San Jose del Cabo, México.

Kaya - Luis Rodrigo Medina. (s.f). <https://galeriakaya.mx/artist/22>

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

Luis Rodrigo Medina, tiene un enfoque hacia el arte hiperrealista, abstracto, contemporáneo y arte multidisciplinar a través de sus obras.

En su más reciente exposición “Variables Genéticas”, que se llevó a cabo en el Museo Raúl Anguiano en el estado de Jalisco, colaboró con su papá Rutilio que es artista plástico y le compartió su técnica. Dicha exposición se conforma por 12 piezas en su mayoría acrílicos sobre tela hechos en pasta y convencional compartiendo su vida de 12 años de experiencia en el arte.

Las principales características del arte contemporáneo:

- Se basa en el expresionismo abstracto.
- Busca diferentes formas de expresión.
- Tiene bases provenientes del arte abstracto.
- Sus obras son originales y artísticas.
- Los medios o instrumentos para realizar las obras del arte contemporáneo son cambiantes y se utilizan nuevas tecnologías.

Exposiciones y participación de artistas de arte contemporáneo:

60 y más. Homenaje a los precursores del arte en Jalisco”, es una exposición colectiva del arte en Jalisco.

Los artistas de 60 y más cuentan con una destacada trayectoria a nivel local, nacional e internacional, y ofrecerán un abanico de técnicas y lenguajes a quien recorra la exposición, en la que se podrá ver el trabajo de Lucía Maya, Carmen Alarcón, Carmen Bordes, Toni Guerra, Martha Pacheco, Penélope Downes, Benito Zamora, Cornelio García, Chava Rodríguez, Ernesto Flores, Héctor Navarro, Estanislao Contreras, José Fors, Dan Kent, Luis Valsoto, Antonio Ramírez, Manuel Ramírez, Gabriel Mariscal, Javier Arévalo y Miguel Ángel López.

²

¹ Rodrigo, L. (2023). LUIS RODRIGO. Recuperado de <https://luisrodrigo.org/>

² *Pioneros del arte moderno y contemporáneo de Jalisco se reúnen en el Ex Convento del Carmen | Secretaría de Cultura. (n.d.).*
<https://sc.jalisco.gob.mx/prensa/noticia/9697>

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

La problemática a la que se enfrentará en este proyecto es el incursionar en un mercado distinto a los cuales el artista se ha acostumbrado a desempeñarse, conocer el mercado, los lugares donde se podrá exponer, así como el generar y transportar la exposición al país destino. Entre las oportunidades que hemos identificado se encuentra la entrada a un nuevo mercado. Esta estrategia brindará mayores oportunidades de venta y permitirá expandir la presencia de Luis en el mercado internacional.

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

Durante el desarrollo del proyecto de aplicación profesional, programa desarrollo de estrategias comerciales nacionales e internacionales, se tiene como objetivo analizar un nuevo mercado en el que pueda incursionar el artista Luis Rodrigo Medina a través de su participación en una feria en el extranjero de acuerdo a la selección de país que él tome. Se realizará la investigación del territorio en la que se llevará a cabo la feria, analizando puntos esenciales para incursionar comercialmente como su cultura, tipos de riesgos, apoyos gubernamentales y no gubernamentales, etc.

Se proveerán datos básicos para el registro a la feria y además un estimado de costos que se tendrán que invertir para la estancia durante los días del evento.

Los integrantes del proyecto tendrán asesorías sobre curaduría para realizar una selección de obras que se podrían integrar en el portafolio de presentación para el artista.

La recopilación de información será una guía de consulta para que el artista pueda consultarla en el momento que decida tener presencia en la feria.

2. Artista

2.1. Redes Sociales y relaciones públicas del artista.

Luis cuenta con dos tipos de redes sociales, uno es instagram donde postea sus obras de arte y la otra es su sitio web personal donde habla de su vida y de su obra de arte.



@luis.rodrigo.medina



<https://luisrodrigo.org/>

Como parte de sus relaciones públicas, Luis es uno de los colaboradores de la galería Kaya, donde se exponen sus obras y de diferentes artistas.

2.2. Carpeta integradora de la obra.

En anexos al proyecto podemos encontrar la carpeta integradora, en la cual se recibió asesoría por parte de Gabriel Sánchez Mejorada.

2.2.1 Statement.

“Mi pintura es un ir y venir entre el dibujo y la escritura automática, figuración y abstracción.

Las nociones en torno a la infancia y el viaje juegan un papel importante, como fuente inagotable de inspiración, así como cuestionamiento, renovación y reescritura constante de la realidad.

La palabra es ese punto de encuentro y divergencia entre los humanos, vehículo de cultura, ideas y conceptos que nos moldean tanto a nivel consciente como inconsciente. Matrices intelectuales que mucho tiempo nos lleva aprender y más tiempo desaprender. Liberase de construcciones adoptadas, robadas, insertadas, interpretadas.

Encontrar el verbo propio, los silencios que descubren sonidos, señales, tormentas de naturaleza intransferible”. - Luis Rodrigo Medina

2.2.2 Curaduría.

Los miembros del equipo tuvimos una asesoría de curaduría con Emmanuel Razo para la selección de obras que se incluyeron en la carpeta integradora, la cual como se mencionó previamente la pueden consultar en anexos.

2.3. Objetivos y recomendaciones del artista.

De acuerdo con la charla que tuvimos con Luis Rodrigo Medina, el objetivo que se espera durante este proyecto PAP es explorar nuevos mercados fuera de México en los que no ha tenido presencia. Luis ya tiene un posicionamiento significativo en Europa, específicamente París, por lo que ya se cuenta con experiencia previa de exposiciones y venta de piezas fuera de México.

Una de las opciones de mercado que Luis menciona estar interesado en incursionar es en el mercado asiático, del cual no ha tenido presencia reciente en su carrera como artista. Además de una posible participación en una bienal de Venecia.

Luis no cuenta con registro de su marca ni de sus obras, por lo cual está interesado conocer cuál es el proceso para solicitarlo.

De acuerdo a los comentarios recibidos por parte de Luis, su larga trayectoria lo ha enfocado completamente en el arte y hoy en día hay aspectos que quizá no tiene presentes y le gustaría recibir un apoyo fresco por parte de los miembros del PAP para así mejorar en aquellos puntos que se consideren relevantes para oportuno a su carrera artística.

3. Protección intelectual de marca y autor.

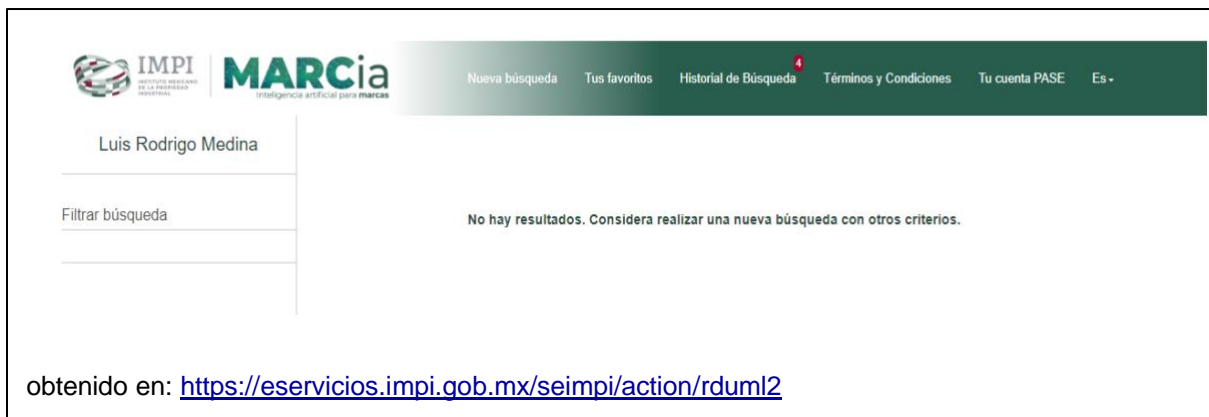
Para realizar el registro de marca, la manera más sencilla de realizarlo es la siguiente:

1. Ingresar al sitio web del IMPI (Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial) <https://www.gob.mx/tramites/ficha/solicitud-de-registro-de-marca-ante-el-imp/IMPI88>
2. Regístrate para obtener un usuario y contraseña.
3. Captura la solicitud.
 - a. Previo a este paso recomendamos hacer una búsqueda en la plataforma de MARCia para consultar si hay marcas previamente registradas con el mismo nombre.
 - b. Además de revisar en ClazNiza la categoría a la que pertenece la marca que queremos registrar para de esta manera reducir el riesgo de que nuestra solicitud sea rechazada.
4. Adjunta los anexos correspondientes en formato PDF. (Los documentos necesarios se encuentran listados en la misma página web)
5. Realiza el pago en ventanilla bancaria o por transferencia electrónica. Este tiene un costo de \$2,457.79 MXN (Precio obtenido en Mayo 2023 sin incluir IVA).
6. Firma con tu FIEL. (Es necesario contar con ella para realizar este trámite).
7. Descarga el acuse electrónico. (Después de haber firmado, la misma página señala donde descargarlo).
8. Consulta periódicamente MARCANET para conocer el estatus de tu expediente. El periodo para la primera resolución puede tomar hasta 6 meses.
9. Espera la respuesta del Instituto ya que puedes ser notificado a través de tu Tablero Electrónico en Marca en Línea. En caso de una resolución no favorable, después de analizar la respuesta, se tiene derecho de dos apelaciones como máximo.

Lista alfabética de la clase 41

Clase	41
Título	Servicios
Descripción	Educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales.
Nota explicativa	La clase 41 comprende principalmente los servicios que consisten en todo tipo de formas de educación o formación, los servicios cuya finalidad básica es el entretenimiento, la diversión o el ocio de las personas, así como la presentación al público de obras de arte plásticas o literarias con fines culturales o educativos.
Comprende	Esta clase comprende en particular: - la organización de exposiciones con fines culturales o educativos, la organización y la dirección de conferencias, congresos y simposios; - los servicios de traducción y de interpretación lingüística; - la publicación de libros y textos, que no sean textos publicitarios; - los servicios de reporteros, los reportajes fotográficos; - los servicios fotográficos; - la realización y la producción de películas no publicitarias; - los servicios culturales, educativos y recreativos prestados por parques de atracciones, circos, zoológicos, galerías de arte y museos; - los servicios de entrenamiento deportivo y para el mantenimiento físico; - la doma y el adiestramiento de animales; - los servicios de juegos informáticos en línea; - los servicios de juegos de apuestas, la organización de loterías; - la reserva de entradas y los servicios de reserva para eventos educativos, deportivos y de entretenimiento; - ciertos servicios de redacción, tales como la redacción de guiones televisivos y cinematográficos, los servicios de compositores y autores de música.

Obtenido en: <https://clasniza.impi.gob.mx/buscador>



4. Proceso de selección de proyectos.

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

Al conocer los lugares de interés del artista y presentarle opciones de países que encajan con sus objetivos. Los mejores países que cumplen con los requerimientos del artista son Japón, Corea del Sur y Suiza.

Las opciones más adecuadas según las preferencias de Luis para las ferias en los países mencionados son las siguientes:

Japón: ART FAIR TOKYO, es una de las ferias más grandes y antiguas de Asia en la cual se reúnen participantes de galerías de arte de Japón y el mundo, además tiene una gran influencia en el mercado japonés

Corea del Sur: Museo de Historia de Seúl, en este museo se alberga muchas exposiciones con el propósito de presentar la historia y las tradiciones de Corea. Museo Internacional de Corea, en el museo internacional se exhiben muchas obras de varios artistas nacionales e internacionales

Suiza: Art Basel 2024, esta feria reúne al mundo del arte internacional contado con alrededor de 200 galerías y más de 4000 artistas de todo el mundo. Art International Zurich 2025, la feria en Zúrich es una feria anual que ofrece una gran amplia gama de arte contemporáneo en la cual participan artistas y galerías internacionales en todos los formatos y casi todos los presupuestos.

4.2. Contexto de la exhibición

Al ser un participante de la feria Art Fair Tokyo el artista tendrá la oportunidad de participar en tres exposiciones principales: galerías, cruces y proyectos.

Galería: es una sección importante de la feria de arte de Tokio y resume las mejores obras modernas e históricas de las galerías japonesas e internacionales. Desde obras maestras contemporáneas hasta antiguas vajillas japonesas y bloques de madera en el período Edo, nuestra galería lo lleva al tiempo y al espacio mientras se encuentra con las obras de élite de todo el mundo

Cruces: el cruce está regulado por una organización artística y un espacio alternativo, es un lugar donde la vanguardia de la escena artística súper más moderada coincide con la cultura

histórica de arte y manualidades. Las exposiciones exhibidas aquí incluyen una institución de arte que juega un papel importante en la escena artística japonesa y una posición organizada por espacios alternativos.

Proyectos: En la sección de proyectos se muestran espectáculos individuales de artistas japoneses emergentes. En esta sección, los artistas, seleccionados especialmente por las mejores galerías, han sido invitados a mostrar su talento en un stand de 5 m², ofreciendo su propia visión única y condensada del mundo. Una oportunidad perfecta para descubrir las profundidades de la escena artística japonesa.

4.3. Justificación de participación.

Después de analizar todas las propuestas, así como conocer la opinión de Luis de cada una de ellas, se ha determinado que la mejor opción que brinda mayores beneficios es participar en la feria ART FAIR TOKYO en Japón. Japón cuenta con un rico mundo cultural y la ART FAIR TOKYO es una de las ferias más grandes y antiguas de Asia. Esta feria representa una fuerza líder en el mercado del arte japonés, atrayendo tanto a comerciantes y coleccionistas establecidos como a nuevas generaciones, tanto a nivel global como local, para apreciar una amplia gama de obras de arte.

La participación del artista en esta feria le brinda una gran oportunidad para explorar un nuevo mercado, comprender el estilo de artistas nacionales, descubrir nuevos conceptos e inspiraciones para crear obras únicas, establecer contactos con potenciales clientes y aumentar su reconocimiento a nivel mundial, por lo tanto, participar en la ART FAIR TOKYO permite al artista sumergirse en un entorno culturalmente rico y competitivo, donde podrá aprovechar diversas oportunidades para expandir su carrera artística, establecer conexiones valiosas y enriquecer su práctica creativa .

Los factores que intervinieron en esta decisión fue que para Luis ir a Japón es una nueva oportunidad para conocer un nuevo mercado, además que dicho país tiene muchos beneficios para él, como es el caso de nuevos clientes potenciales y conocimiento nuevo en un ámbito distinto a lo conocido, en cambio los otros países si son del interés de Luis, no obstante, ya ha participado en ferias similares o con un mercado ya conocido, por lo que, no sería nada nuevo participar en las otras opciones.

4.4. Propuesta de eventos alternativos.

Las propuestas alternativas son las siguientes:

Corea del Sur: Museo de Historia de Seúl y Museo Internacional de Corea, estas ferias son buenas opciones pues es parecido al mercado japonés, no obstante, el artista ya ha participado en este país

Suiza: Art Basel 2024 y Art International Zúrich 2025, este país es un lugar con buen mercado e interesante para presentar obras y crecer, sin embargo, el artista busca un nuevo mercado y oportunidad en Asia

5. Marco conceptual de referencia: PESTEL/ país destino

5.1. Información general del país destino

Japón es un país ubicado en el este de Asia, es conocido por su rica cultura, tecnología avanzada y hermosos paisajes.

Tokio, la capital de Japón, es una metrópolis que combina la tradición y la modernidad. Con una población de más de 14 millones de habitantes Tokio es el centro financiero, político y cultural de Japón. Además, la ciudad es conocida por sus innovaciones tecnológicas, como la electrónica de vanguardia, los avances en robótica y la moda de vanguardia.

La escena artística en Tokio es diversa, con una gran cantidad de galerías, museos de arte contemporáneo y eventos culturales. Distritos como Ginza y Roppongi son famosos por albergar galerías de renombre internacional y exposiciones de arte vanguardista. Además, el mercado del arte en Tokio es activo, con subastas y ferias de arte que atraen a coleccionistas y amantes del arte de todo el mundo.

5.2. Análisis demográfico y macroeconómico.

Análisis demográfico

Japón tiene una población aproximada de 126 millones de habitantes (2021). Sin embargo, el país enfrenta desafíos demográficos significativos, como el envejecimiento de la población y una baja tasa de natalidad. La tasa de fecundidad total en Japón, que indica el número promedio de hijos por mujer durante su vida fértil, ha estado por debajo del nivel de reemplazo según datos del Gobierno de Japón, la tasa de fecundidad total fue de 1.34 en 2020. Japón también enfrenta un rápido envejecimiento de la población. Se estima que más del 28% de la población japonesa tiene 65 años o más, lo que convierte a Japón en uno de los países con mayor proporción de personas mayores en el mundo.

Análisis macroeconómico

Japón es la tercera economía más grande del mundo, conocida por su tecnología avanzada, industria manufacturera y exportaciones. El país ha experimentado períodos de crecimiento económico sólido, pero también ha enfrentado desafíos persistentes, como la deflación y una deuda pública considerable.

El producto interno bruto (PIB) de Japón es uno de los más altos del mundo, el PIB nominal de Japón en 2022 fue de aproximadamente 4.17 mil millones de dólares estadounidenses. Con un enfoque en sectores como la automoción, la electrónica, la tecnología de la información, la maquinaria y la industria química.

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

Japón es considerada como la tercera economía más grande del mundo de acuerdo a su PIB, pero en cuanto a apertura para hacer negocios se encuentra en el lugar número 114.

Se destaca por tener mayores exportaciones que importaciones en cuanto a los productos que son elaborados en el país, convirtiendo también esto en una debilidad ya que se ve afectado por impactos externos que puedan tener sus principales países compradores.

La mayoría de los recursos de materia prima, Japón los importa debido a su falta de recursos, excepto en productos pesqueros ya que por su gran extensión marítima se ubica como uno de los mayores productores pesqueros a nivel mundial.

De acuerdo con el portal COFACE for TRADE, Japón se encuentra en niveles favorables en cuanto a la evaluación de riesgos y clima laboral.

El país cuenta con algunas debilidades que son importantes considerar al momento de incursionar, las cuales son:

- Su población es mayormente de la edad adulta
- Reducción de fuerza laboral y bajos índices de inmigración
- Bajo potencial de crecimiento y productividad de PYMES
- Crecimiento estancado del salario
- Tensión por disputas entre Japón, China y Rusia

5.4. Relación económica, comercial, social, cultural y política Japón con México. Oportunidades de inversión.

Japón representa para México como sexto socio comercial. Para Japón, México se convierte en el país número 15 para sus exportaciones y el número 25 en importaciones.

México y Japón cuentan con una larga historia de relaciones comerciales, desde hace más de 400 años se tiene un acuerdo de misión comercial entre ambos países para favorecer el comercio directo entre los dos países.

En septiembre de 2004 se firmó el Acuerdo de Asociación Económica México-Japón, y entró en vigor el 1 de abril de 2005. La firma de dicho acuerdo comercial favoreció para liberar el comercio e inversiones, accesibilidad al mercado, protección de inversiones, procedimientos aduaneros, entre otros aspectos.

Además, se creó un comité para la mejora de ambiente de negocios para representar ambos países, lo cual apoyó con la relación económica bilateral y tener mayor liberalización comercial y de inversión entre ambos países.

Por parte de Japón, el Acuerdo de Asociación Económica México-Japón fue el primer tratado de libre comercio que incluye todos los sectores de acuerdo con las reglas de la OMC. Mientras que, para México, fue el primer TLC con un país asiático.

Debido al buen acercamiento económico, México se ha integrado favorablemente con las cadenas de valor agregado del sector manufacturero japonés.

Por lo que se puede llevar al punto en el que, gracias a la buena relación bilateral entre Japón y México, los flujos de inversión japonesa en México han sido favorables por la certidumbre que genera el Acuerdo de Asociación Económica.

5.5. Análisis de riesgos del país destino.

5.5.1. Políticos.

Japón ha experimentado cierta estabilidad política en las últimas décadas, con un sistema de gobierno democrático estable. Sin embargo, la longevidad de los líderes políticos y la falta de renovación generacional en los líderes políticos podrían plantear desafíos a largo plazo. Además, Japón mantiene relaciones comerciales y diplomáticas importantes con diversas naciones. Los cambios en la política exterior de China en las relaciones con otros países pueden tener un impacto significativo en los negocios y la economía del país.

5.5.2. Ambientales.

Las áreas urbanas de Japón, especialmente Tokio y otras ciudades grandes, enfrentan desafíos relacionados con la contaminación del aire. Las emisiones industriales, el tráfico vehicular y las partículas en suspensión pueden afectar la calidad del aire y la salud de la población. Japón se encuentra en una región sísmicamente activa y está expuesto a

terremotos, tsunamis y erupciones volcánicas. La gestión del agua en Japón se ha vuelto una de las situaciones más delicadas del país debido a la falta de recursos hídricos naturales y a la alta densidad de población. La contaminación del agua, tanto por fuentes industriales como domésticas, representa un riesgo para los ecosistemas acuáticos y la salud humana.

5.5.3. Sociales.

Los principales problemas sociales que se presentan en Japón son una sociedad aislada y sedentaria, esto ha causado un número elevado de suicidios especialmente en jóvenes y población trabajadora, además de la discriminación hacia ciertos grupos en Japón, como los extranjeros, las minorías étnicas y la comunidad LGBTQ+. Estos grupos pueden enfrentar barreras en el empleo, la vivienda y la integración social.

5.5.4. Comercial/ TLC.

Los principales riesgos comerciales son la competencia ya que las empresas japonesas suelen ser líderes en el mercado mundial lo que puede dificultar el ingreso de marcas extranjeras, además períodos de crecimiento económico lento en las últimas décadas.

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

6.1. Segmento NSE.

El perfil socioeconómico establecida por AMAI pertenece al grupo A/B Está constituido principalmente para hogares encabezados por un profesional o graduado. Tienen al menos 3 dormitorios y al menos dos vehículos. Aproximadamente todo el mundo tiene acceso a Internet.

6.2. Características del consumidor.

En este mercado, las principales cualidades de los consumidores de este producto son:

- Una persona con educación sobresaliente a la media.
- Personas que generalmente tienen altos ingresos, poseen activos materiales de alta calidad y tienen acercamiento a una variedad de experiencias culturales y de ocio relacionadas con las artes.
- La edad de estos consumidores varía, pero la mayoría tiene más de 35 años.
- Muchos consumidores ven la adquisición de arte como una inversión a largo plazo y están dispuestos a pagar demasiado por las obras que consideran valiosas.
- En busca de privilegio, buscan obras de arte únicas y exclusivas que no se encuentran en el mercado.

6.3. Segmentación por tribus.

Lista de posibles tribus de compradores:

- Coleccionista de arte contemporáneo: están interesados en conseguir arte contemporáneo que refleja la cultura actual y sea visualmente atrayente. Ven el Pop Art como una manera de expresión artística moderna y bastante relevante.
- Entendedor y apasionado: es el comprador que disfruta, lo comprende y es sensible con el tema del arte. Le gusta comprar obras de arte por pasión y por adquisición.
- Vintage Lovers: Estos compradores tienen una inclinación por la nostalgia, prefiriendo el arte pop con una estética de una época pasada.

Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado (2020) [NSE \(amai.org\)](http://nse.amai.org)
Othón Téllez. (n.d.). *El arte y sus consumos*. <http://othontellez.com/el-arte-y-sus-consumos/>
Conoce y conquista las tribus de consumidores. (n.d.). <https://www.minderest.com/es/blog/conoce-5-tribus-consumidores#:~:text=Se%20conoce%20como%20tribu%20de.vida%20o%20aspiraciones%2C%20entre%20otros.>

6.4. Estructura de la competencia interna.³

Basándonos en la decisión de Luis en asistir Japón, su competencia interna será dentro de Art Fair Tokio, donde van artistas de todas partes del mundo y la variedad de tipos de arte es muy extensa, como pueden ser cuadros, pinturas, esculturas y mucha variedad de arte en general.

Como ejemplo mostramos fotos de obras que han participado en años pasados, donde se podrá contemplar la posible competencia interna dado que no estamos seguros de que participen esos mismos artistas.



SHU OKAMOTO: "SAVE AS TERACOTTA", ART FAIR TOKYO. (s. f.).
https://artfairtokyo.com/exhibitors/2947?artwork_fair_id=23



HIDEKAZU TANAKA: "COSMOS #14", ART FAIR TOKYO. (s. f.).
https://artfairtokyo.com/exhibitors/2947?artwork_fair_id=23

³ ART FAIR TOKYO. (s. f.). https://artfairtokyo.com/exhibitors/2947?artwork_fair_id=23



MIO YAMATO: "RED DOT", ART FAIR TOKYO. (s. f.).
https://artfairtokyo.com/exhibitors/2947?artwork_fair_id=23

6.5. Requisitos de ingreso al mercado.⁴

- Control de higiene: uno de los requisitos más importantes para exportar a Japón, que produzca y procesen de acuerdo con las leyes y reglamentos del país exportador; en particular cuando hay un sistema de registro de fábrica, un sistema de autorización para la exportación de productos, o cualquier otro sistema que regule esta materia en dicho país.
- Certificado de libre venta: tiene como objetivo avalar ante las autoridades que los productos elaborados por la empresa cumplen con la legislación sanitaria vigente en México, este certificado se realiza en las oficinas del Gobierno Local, se necesitan los siguientes documentos para ello, (Identificación Oficial, Comprobante de Pago, Formato completo, Anexo de entrega, Aviso de Funcionamiento).
- Certificado de análisis del producto: se expide cuando los organismos sanitarios del país importador (en este caso Japón) solicitan un documento en donde se revelen los resultados de algún análisis específico que se le haya realizado a algún producto concreto.
- Garantizar buenas condiciones de almacenamiento y transporte, para esto se debe tener el embalaje de cómo se llevará el producto y bajo qué medio de transporte.
- Contar con una notificación previa de exportación.
De acuerdo con la reglamentación, dichos productos que se deseen ingresar no podrán ser comercializados sin dicha notificación, la cual debe ser presentada ante los agentes aduanales al momento de concluir la verificación correspondiente, El exportador en este caso Luis Rodrigo, deben notificar su intención de exportar determinadas mercancías, es decir con la pura información de que estará exponiendo ART FAIR TOKYO es suficiente para que sea una notificación previa de exportación.

6.6. Barreras arancelarias y no arancelarias.⁵

México cuenta con tratado de libre comercio con Japón, por lo cual la exportación no depende de un arancel, ya que está exento por el tratado.

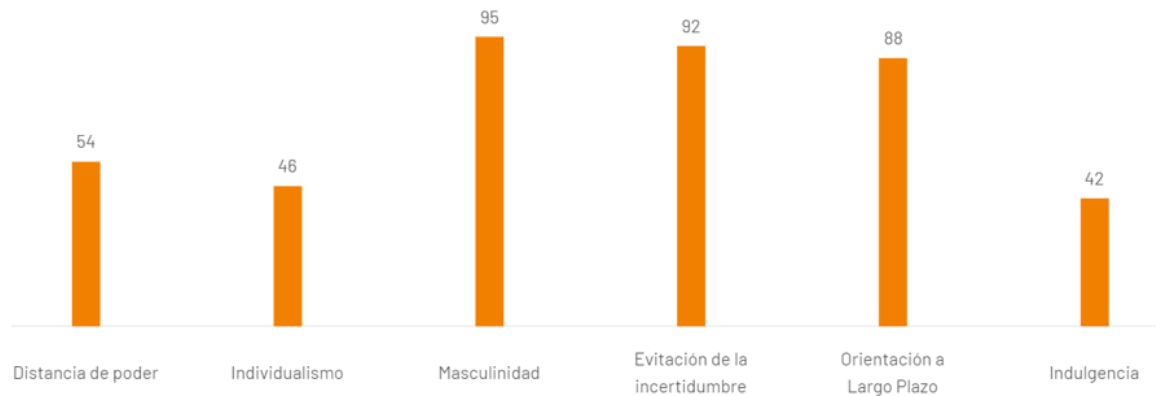
⁴ Mundi. (2022). Conoce los requisitos para exportar a Japón desde México. *Mundi*.
<https://mundi.io/exportacion/requisitos-exportar-mexico-japon/>

⁵ <http://www.siicex-caaarem.org.mx/>

- Acuerdo Regional No. 7: A partir del 1 de julio de 2012, la importación de pinturas y dibujos de artistas nacionales vivientes, originarias y procedentes de cada uno de los países miembros de la ALADI, está exenta de arancel.

7. Análisis cultural: paradigmas y códigos culturales

7.1. Dimensiones culturales: Hofstede.⁶



Dimensiones culturales Hofstede. Recuperado de <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison-tool?countries=japan>

La gráfica revela que Japón es un país con una fuerte tendencia hacia la tradición y la competitividad, poniendo en segundo plano asuntos relacionados con el movimiento social, político, sociedad y economía. Además, se observa que Japón se caracteriza por ser proactivo en el uso de sus recursos, mostrando una disposición activa a la hora de invertirlos.

Distancia al poder: Japón es una sociedad jerárquica adyacente. Algunos extranjeros consideran que Japón es extremadamente jerárquico debido a su experiencia comercial con un cuidadoso proceso de toma de decisiones: todas las decisiones deben ser confirmadas por cada nivel jerárquico y finalmente por la gerencia en Tokio. Paradójicamente, el ejemplo exacto del lento proceso de toma de decisiones muestra que no hay un solo líder en la sociedad japonesa que pueda tomar decisiones como en las sociedades jerárquicas.

Individualismo: En una cultura más colectiva, las personas son fieles a los grupos internos al nacer, como familias numerosas y comunidades locales. Los japoneses han sido experimentados como colectivos de acuerdo con los estándares del oeste y el individualismo de acuerdo con los estándares asiáticos. Son más privados y modestos que la mayoría de los otros asiáticos. Su gran familia y su comunidad

Masculinidad: Japón es una de las sociedades más masculinas del mundo. Desde una edad temprana en las guarderías, los niños aprenden a competir en días deportivos por sus grupos. Una expresión de masculinidad en Japón es el estímulo para la excelencia y la perfección en

⁶ Hofstede Insights. (s.f.). Japan country comparison tool. Recuperado de <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison-tool?countries=japan>

la producción de materiales, en servicios materiales y presentaciones (envoltura de regalos y presentaciones de alimentos).

Evitación de la incertidumbre: En Japón, se dedican mucho tiempo y esfuerzo a las justificaciones técnicas y económicas, todos los factores de riesgo deben resolverse antes de cualquier proyecto. Los gerentes solicitan todos los datos y números detallados antes de tomar cualquier decisión. Esta gran necesidad de evitar la incertidumbre es una de las razones por las cuales los cambios son tan difíciles de hacer en Japón.

Orientación a largo plazo: Los japoneses tienen una visión de vida como un momento breve en la larga historia de la humanidad, por lo tanto, algún tipo de fatalismo no es de extrañar que exista en la comunidad japonesa. Tienen una idea de que lo mejor que puedes hacer en la vida es todo lo que puedes hacer. Japón posee una tasa constante de alta inversión en I+D, lo sorprendente es que en momentos difíciles la mentalidad de los japoneses los hace conseguir y planear objetivos para el futuro.

Indulgencia: Las sociedades de baja puntuación en esta dimensión tienden al cinismo y al pesimismo. Además, a diferencia de las sociedades condescendientes, las sociedades limitadas no prestan mucha atención al tiempo libre y controlan la satisfacción de sus deseos.

7.2. Culturas de alto o bajo contexto.

La identificación de una cultura de alto o bajo contexto de acuerdo con el antropólogo Edward T. Hall nos habla de cómo tenemos que comunicarnos con otras culturas, ya que cada una de ellas cuenta con códigos de comunicación diferente e identificar el contexto de la cultura es de suma importancia dentro del ámbito comercial para evitar choques culturales.

Japón es considerada como una cultura de alto contexto cultural por lo que su comunicación es implícita, lo que refiere ser menos directa. Los detalles son importantes, el contexto en el que se está desarrollando la comunicación, los mensajes no verbales suelen ser muy importantes, por lo que incluso los silencios podrían estar otorgando un mensaje.

7.3. Teoría del iceberg.

La teoría del iceberg cultural nos ayuda a identificar aquellos aspectos culturales que el país decide tener directamente visibles o deciden mantenerlos indirectamente visibles para el resto de las culturas.

Japón se considera que tiene una mezcla de su cultura antigua con el presente, además dependiendo de la localización en la que se encuentren, la actitud de los japoneses tiende a variar.

A pesar de la apertura a personas del extranjero, su apego hacia su cultura se hace notar como una manera misteriosa de comprender. La influencia de países se ha hecho notar en algunos cambios de su cultura original, pero sin dejar por completo las

tradiciones antiguas, llevando a una mezcla que únicamente se puede comprender al vivir la cultura.

Japón es una isla que a lo largo de su superficie, existen diferencias regionales que se han cambiado con el paso de los años, y a pesar de expresar ser una cultura con mentalidad homogénea, la realidad es que hay diferencias como dialécticas, costumbres y tradiciones.

Un aspecto muy importante para considerar al incurrir en la cultura japonesa es que los habitantes de Japón desde pequeños han sido inculcados a no expresar sus sentimientos, por lo que el relacionamiento inicial tiende a ser frío y lejano.

El respeto hacia la forma de expresarse con culturas diferentes tiende a generar una tensión inicial, pero que puede ser controlada en los momentos de negociación. Como se menciona anteriormente, Japón es una cultura de alto contexto cultural, por lo que incluso los silencios pueden representar aspectos importantes para la negociación, aunado a esto, la barrera en la que no tienen a expresar sus sentimientos, cada uno de los detalles de la relación con japoneses sería importante de identificar para evitar un choque cultural.

7.4. Perfil cultural del país.

Cultura de japon:

Japón es una nación insular en Asia ubicada en el Océano Pacífico frente a las costas de China y Taiwán.

Su cultura está estrechamente influenciada por China en sus orígenes y tiene una historia de aproximadamente 2.677 años,

La cultura japonesa se rige por el giri, una combinación de obligación, deber y honor, en relación con las relaciones humanas, en contraste con las tradiciones individualistas de Occidente.

- Lenguaje japonés:

El japonés es el noveno lenguaje más hablado en el mundo y comprende un conjunto de dialectos similares a los idiomas Ryukyu (sur de Japón).

- Religión:

En Japón, un territorio donde conviven diversas religiones y supersticiones. La mayoría de los ciudadanos japoneses no practican una religión en particular, aunque pueden practicar actividades relacionadas con el budismo, el cristianismo o el sintoísmo.

- Vestimenta:

Destaca por el uso de prendas únicas tanto el kimono, un vestido largo y colorido que visten hombres y mujeres de todas las edades, atado a la cintura con una tela obi, cuya dificultad provocaba su caída usar. También hay un zapato de madera (zuecos) en forma de geta típica.

En contraste, la ropa contemporánea se inclina hacia estilos de diseñador exóticos, rococó e hiper capitalistas, lo que hace que la moda japonesa sea un reflejo límite de ciertas tendencias occidentales.

- Gastronomía:

El sushi es un plato típico en los restaurantes de comida rápida occidentales.

Sin embargo, la verdadera cocina japonesa es difícil y culinaria milenaria similar a la de China, donde predominan el arroz y los mariscos.

En cuanto a las bebidas, predominan las infusiones y el vino de arroz o el sake.

- Arte japonés:

En Japón, la caligrafía se entiende como un arte cuando se escribe con un pincel tradicional. Suele practicarse a través de frases, pensamientos o poemas.

Respecto a esto último, la tradición japonesa tiene una estructura propia de componer poesía denominada haiku, consistente en una métrica fija a partir de tres largos poemas, de carácter muy representativo y mudo.

Sugieren el arreglo floral, el arte del arreglo floral, armonizando color, ritmo y textura. También hay grabados en madera o ukiyo-e.

En términos de artes tradicionales, la pintura es particularmente prominente en Japón, y es el mismo pincel que la caligrafía.

- Arte teatral:

El teatro japonés tiene dos géneros que son el teatro Noh y el Kabuki. El teatro tradicional Noh es un drama espiritual que combinaba el simbolismo del budismo y el sintoísmo con historias centradas en el misticismo.

Kabuki es una combinación de música, teatro y danza, usando disfraces de época y coreografía.⁷

7.5. Códigos culturales.⁸

- Evitar saludar de abrazos y besos. Te recomendamos que esperes a que sean los japoneses los que extiendan su mano primero para evitar situaciones incómodas.
- No hacer ruidos ni gritar dentro de lugares cerrados y en transportes.
- Tener educación
- No molestar a las geishas ni a los maikos.
- Mantener una distancia con los demás para no incomodar, salvo que la situación sea inevitable.
- No colarte en las filas.

⁷ Equipo editorial, Etecé. (2023). Cultura de Japón: influencias, religión y características. *Enciclopedia Humanidades*. <https://humanidades.com/cultura-de-japon/#:~:text=Su%20cultura%2C%20fuertemente%20influenciada%20por,lo%20largo%20de%20los%20siglos>.

⁸ Pilar. (2023, February 21). Normas de cortesía y protocolo en Japón - Japón Secreto 🇯🇵. *Japón Secreto*. <https://japon-secreto.com/reglas-de-comportamiento/>

- Nada de propinas ni regateos.
- Deja el dinero sobre la bandeja al pagar. Cuando vas a pagar por un producto o servicio, se coloca una pequeña bandejita.
- Paga, aunque nadie te atiende. Si deseas comprar algo de lo que allí está expuesto, deja el dinero del precio en el sitio indicado.
- No comas ni bebas en la calle o en lugares inapropiados
- Pregunta antes de tomar una foto porque no sabemos si es terreno privado.
- Guarda tu basura antes de encontrar un basurero.
- Está prohibido fumar en las calles y en los transportes.
- Poner tu celular en silencio.
- Quitarte los zapatos antes de entrar a lugares privados y sagrados
- Modales en lugares sagrados.
- Evitar las demostraciones de afecto en público
- Los tatuajes no están bien vistos.
- Está prohibido fumar en las calles y en los transportes.

7.6. Protocolo de negocios.

Japón es conocido por ser un país con una fuerte adhesión a las tradiciones y costumbres, así como por tener una alta puntuación en las dimensiones de masculinidad y evasión de la incertidumbre según las tipologías culturales de Hofstede. Por lo tanto, comprender el protocolo empresarial japonés es crucial para cerrar negocios con éxito. A continuación, se presentan algunos consejos importantes que conviene tener en cuenta.⁹

Saludos: En las negociaciones en Japón, es común que las personas se saluden con un apretón de manos, aunque con un contacto suave y un contacto visual ligero. Sin embargo, es importante tener en cuenta que las reverencias son altamente valoradas en los saludos japoneses, ya que se consideran muestras de respeto. Por lo tanto, los extranjeros deben optar por una reverencia más suave como una muestra de cortesía. Durante el saludo, los hombres deben colocar su mano al costado del cuerpo (derecha e izquierda), mientras que las mujeres deben cruzar las manos justo frente al cuerpo.

Formalidad: En Japón, es importante mantener la formalidad al dirigirse a otras personas. Siempre se deben utilizar los apellidos y títulos apropiados al hablar con alguien o al presentar a alguien ante un público. Entre los japoneses, solo los amigos más cercanos se refieren entre sí por su nombre de pila en lugar de utilizar los apellidos. Solo se debe utilizar el nombre de pila de alguien si se ha recibido una invitación explícita para hacerlo. Cuando se realiza una presentación de una persona, es común mencionar su nombre, título profesional, cargo que desempeña en la empresa y el nombre de la empresa.

Tarjetas de negocios: En Japón, la primera presentación durante las negociaciones generalmente se realiza intercambiando tarjetas de presentación. Es común que los japoneses intercambien tarjetas de presentación antes de los saludos. Cuando se presenta

⁹ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (s.f.). Anexo. Recuperado de

https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PDM/Japon/anexo.html

una tarjeta de presentación, debe hacerse con ambas manos y que el lado impreso se dirige al receptor. El receptor recibe la tarjeta con ambas manos y la lee fácilmente antes de guardarla con cuidado.

Lenguaje corporal: Al estar en una conversación con una persona japonesa, es cierto que el asentimiento con la cabeza es importante para demostrar interés en la conversación. Este gesto indica que se está prestando atención y comprendiendo lo que se está diciendo. Es esencial tener en cuenta que el asentimiento no implica necesariamente estar de acuerdo con lo que se dice, sino más bien muestra una actitud receptiva. Además, es importante tener en cuenta el contacto visual durante la conversación. En Japón, mantener un contacto visual prolongado o fijar la mirada durante mucho tiempo en alguien puede considerarse una actitud ruda o invasiva. Es recomendable mantener un contacto visual adecuado, pero sin excederse en su duración. En cuanto a las sonrisas, es cierto que en Japón una sonrisa puede tener diferentes significados según el contexto. Puede expresar diversión, confusión, cortesía, entre otros. Es importante adaptar la sonrisa al contexto de la conversación y a las señales no verbales de la otra persona. Observar y comprender el lenguaje corporal y las expresiones faciales de la persona con la que se está conversando puede ayudar a interpretar mejor el significado de su sonrisa. El contacto físico es un tema importante en Japón pues es mal visto realizar muestras de afecto en público.

Vestimenta: En Japón, el vestuario generalmente tiene un enfoque moderno, pero se mantiene un estilo formal incluso en eventos sociales. En el contexto de los negocios, los hombres suelen usar trajes formales en colores oscuros como el negro, gris o azul marino. Los trajes suelen ser de corte clásico y se combinan con camisas de vestir y corbatas discretas. Es importante tener en cuenta que en Japón se valora la presentación personal y el cuidado en la apariencia. Es común que las mujeres también opten por vestirse de manera elegante y conservadora en entornos empresariales, utilizando trajes formales, faldas o vestidos.

Regalo: Para crear buena impresión con los japoneses, es bueno dar algún regalo pues es un gesto que se valora mucho e incluso el mismo acto de regalar es más valioso que objeto que se obsequia. En el ámbito de los negocios es muy importante considerar regalar algo a los posibles compradores al momento de conocerlos, si esta acción no se considera puede perjudicar los negocios e incluso hasta terminar una relación. Algunas sugerencias de regalos son las siguientes; un regalo pequeño de buena calidad, oro blanco, un vino fino, CD o libros, accesorios de escritorio o algo del país de nuestro país de origen.

7.7. Perfil cultural del negociador local

El estilo del negociador japonés se basa en el ningensei, que significa “prioridad a la humanidad”, en la conversación, comportamiento y las relaciones interpersonales. Existen factores que influyen en los valores culturales y las normas de comportamiento que son constantes y homogéneas. Un aspecto importante a considerar es que los negociadores japoneses se sienten incómodos si la distinción de estatus no está clara, pues no se establece igualdad interpersonal.

Existen tres características que engloban las actitudes para el negociador japonés, la primera es que el japonés valora la franqueza interpersonal, la segunda es que al negociador japonés

no le gusta dar “el siguiente paso” y finalmente es que exigen a los extranjeros tengan señales claras.

En japon los negocios siempre se establecen por un shokai-sha, que significa presentador, ellos establecen o arreglan reuniones, normalmente los presentadores son muy cercanos al comprador, por lo tanto, el presentador influye en la decisión final pues el comprador no quiere romper la armonía, también el shokai-sha puede dar información útil antes de negociar. ¹⁰

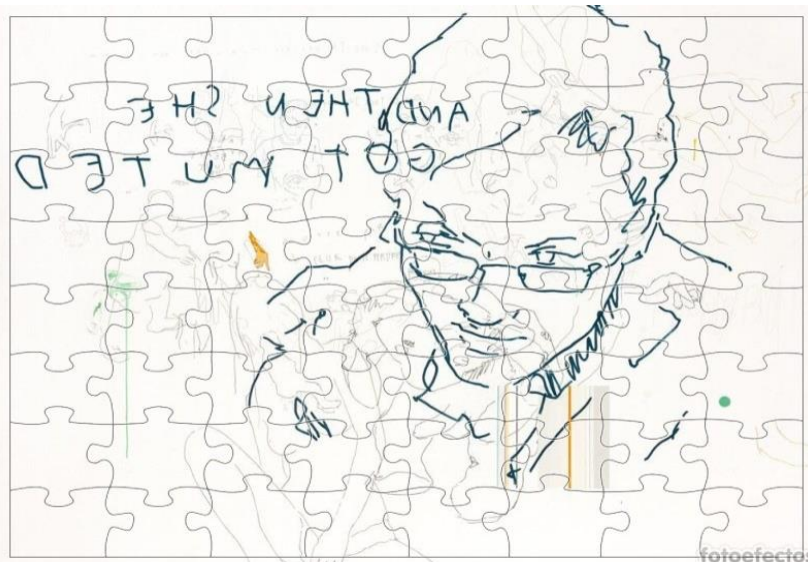
8. Propuesta de valor agregado

A continuación, se presenta una propuesta de ideas de comercialización de productos enfocados a marketing directo con el objetivo de que el artista pueda comercializar sus obras a través de productos.

Impresión de rompecabezas:

Crear una serie de rompecabezas con obras del artista que desee agregar a la colección.

- Proveedor: Amazon
- Cotización: \$189.00+\$20 del empaque.
- link: <https://www.amazon.com.mx/Rompecabezas-personalizado>



Propuesta de Diseño Rompecabezas, Creación Propia.

Empaque de Café:

Se propone al artista explorar colaborar con una marca de café, para agregar obras del artista en el diseño del empaque.

¹⁰ Anwandter Paul. (2007, abril 20). El estilo de negociación japonés. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/el-estilo-de-negociacion-japones/>

En esta propuesta no se comparten proveedores ni costos ya que puede variar de acuerdo a la elección de marca de café con la que se tenga la colaboración.

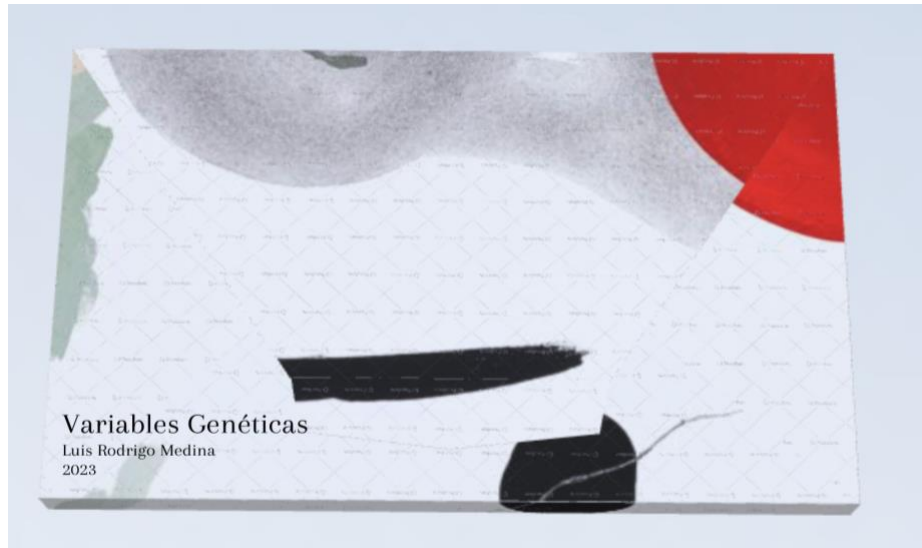


Propuesta de Diseño Empaque de Café, Creación Propia

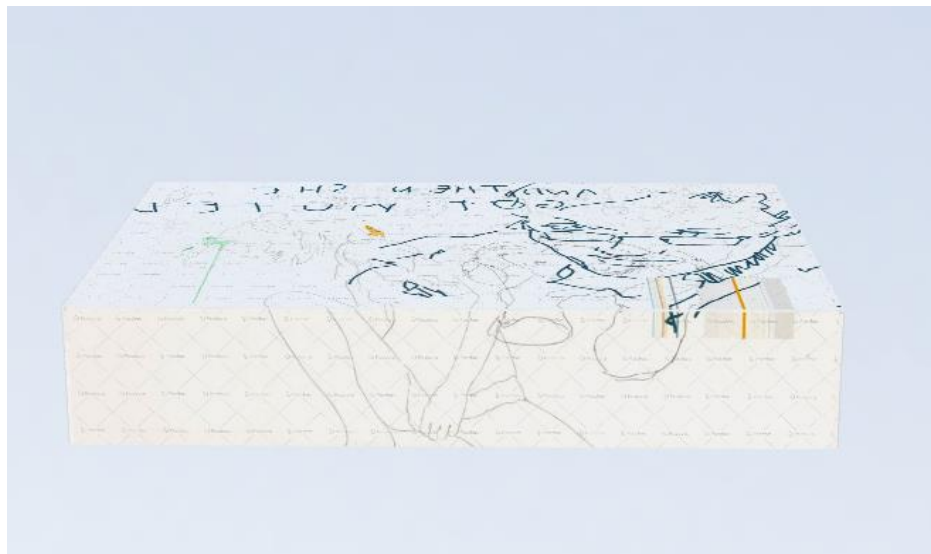
Empaques para los postales:

Empaque para postales cuadradas personalizadas con diseños de las obras del artista.

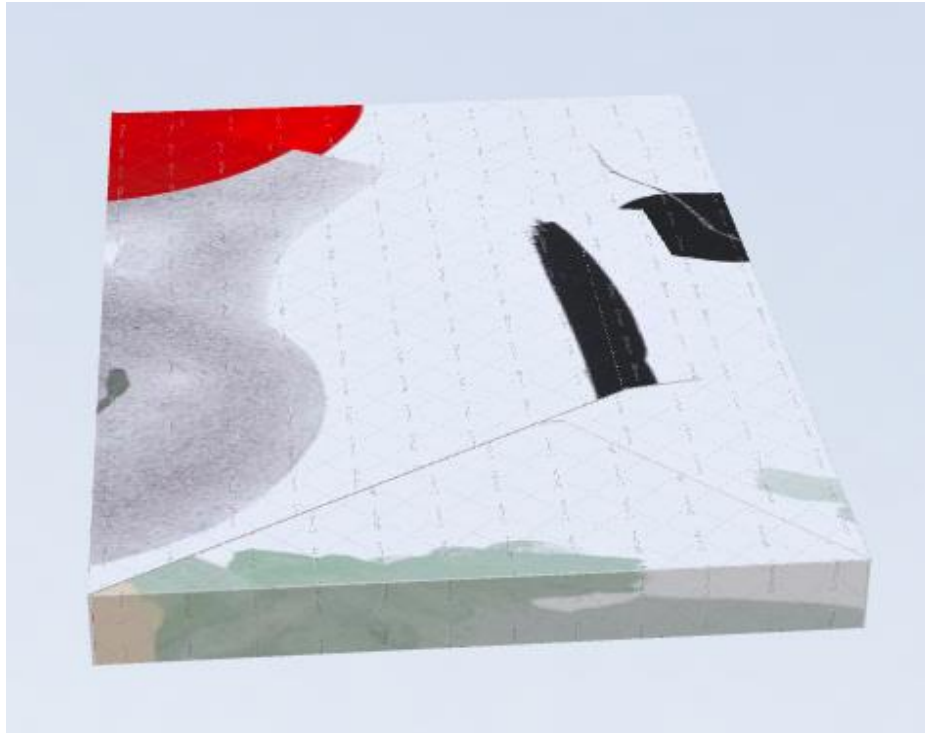
- Proveedor: VISTAPRINT
- Cotización: \$1,971.00
- Cantidad: 540
- Link: <https://www.vistaprint.com/es/empaque/articulos-para-envios/cajas-postales-cuadradas>



Vista 1. Propuesta de Empaque para Postales, Creación Propia



Vista 2. Propuesta de Empaque para Postales, Creación Propia

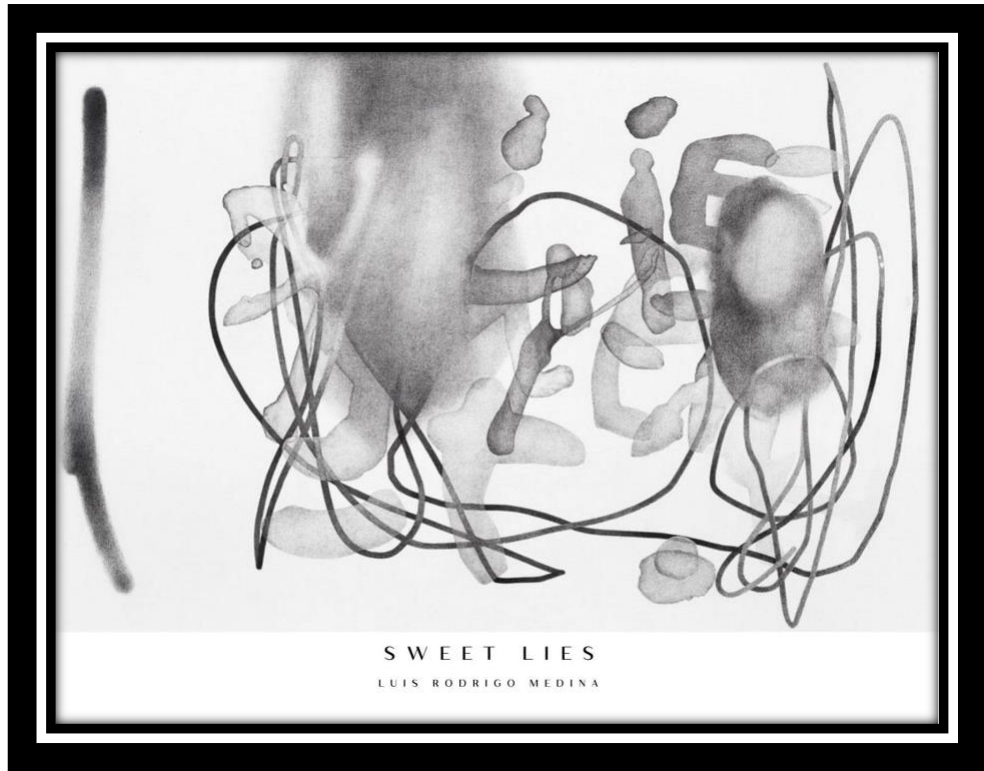


Vista 3. Propuesta de Empaque para Postales, Creación Propia

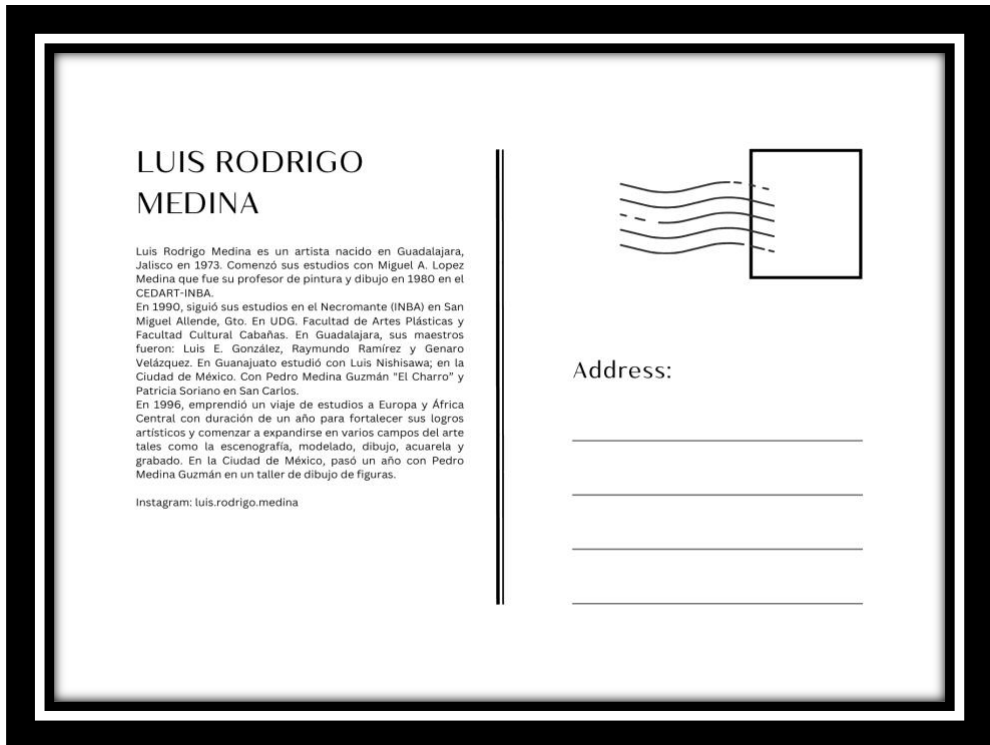
Impresión de postales:

Crear una serie de postales con diseños que incluyan obras del artista por la parte delantera, por la parte posterior agregar una breve semblanza del artista o descripción de la obra.

- Proveedor: 360imprimir
- Cotización: \$860.00
- Cantidad de impresión: 1000
- link: <https://www.360imprimir.com.mx/postales>



Vista 1. Propuesta de Postal, Creación Propia



Vista 2. Propuesta de Postal, Creación propia

8.1. Para diplomacia: centros culturales de México en el exterior.¹¹

Casa NA-NO, un proyecto dedicado a introducir artistas mexicanos a la cultura y la escena artística japonesa contemporánea, en el marco del programa de residencias de la fundación Casa Wabi, con el respaldo de la embajada de México en Japón.

La residencia, situada en el tradicional barrio de Sendagi, está vinculada a una red de museos, instituciones culturales, recintos históricos, estudios de artistas y galerías en Tokio, lo que permitirá a los artistas mexicanos tener una participación activa en la escena artística de Japón.

En caso de parecer conveniente para el artista, adjuntamos la información de contacto para que Luis Rodrigo establezca comunicación con ellos para un proyecto complementario y así pueda aprovechar aún más la visita al país asiático.

Datos de Contacto:

Rafael A. Balboa | Director de Casa NaNo

rafbalboa@casawabi.org

<https://casawabi.org/casana-no>.

8.3 Experiencia del cliente (marketing sensorial y emocional).

La participación en Art Fair Tokyo ofrece un espacio delimitado para cada uno de los artistas inscritos, con el fin de presentar sus obras.

Como parte de la escenografía se propone agregar un sillón, una mesa pequeña en las que se coloquen tazas con restos de café; adicional se pueden agregar plantas artificiales para complementar. Colocar aroma de café para que los asistentes puedan no sólo ver la obra sino sentirse dentro de ella.

La propuesta está basada en una réplica de una de las áreas del estudio de Luis Rodrigo Medina. La presencia en la feria será compartir espacio con otros artistas, por lo que queremos que Luis sienta su espacio a pesar de estar del otro lado del mundo. Desde este punto, Luis estará recibiendo a nuevos compradores y haciéndolos sentir parte de su lugar de inspiración.

8.4 Justificación de la propuesta.

La propuesta de valor planteada en este proyecto radica en la oportunidad de presentar nuestras obras en una de las ferias más importantes de Tokio. Para lograr esto se realiza una profunda investigación del país destino, desde la parte financiera hasta lo cultural. Esta ventaja nos permite estar presentes en sedes con un crecimiento económico y tecnológico

¹¹ *Inauguran residencia para artistas mexicanos en Tokio.* (2017, 9 febrero).

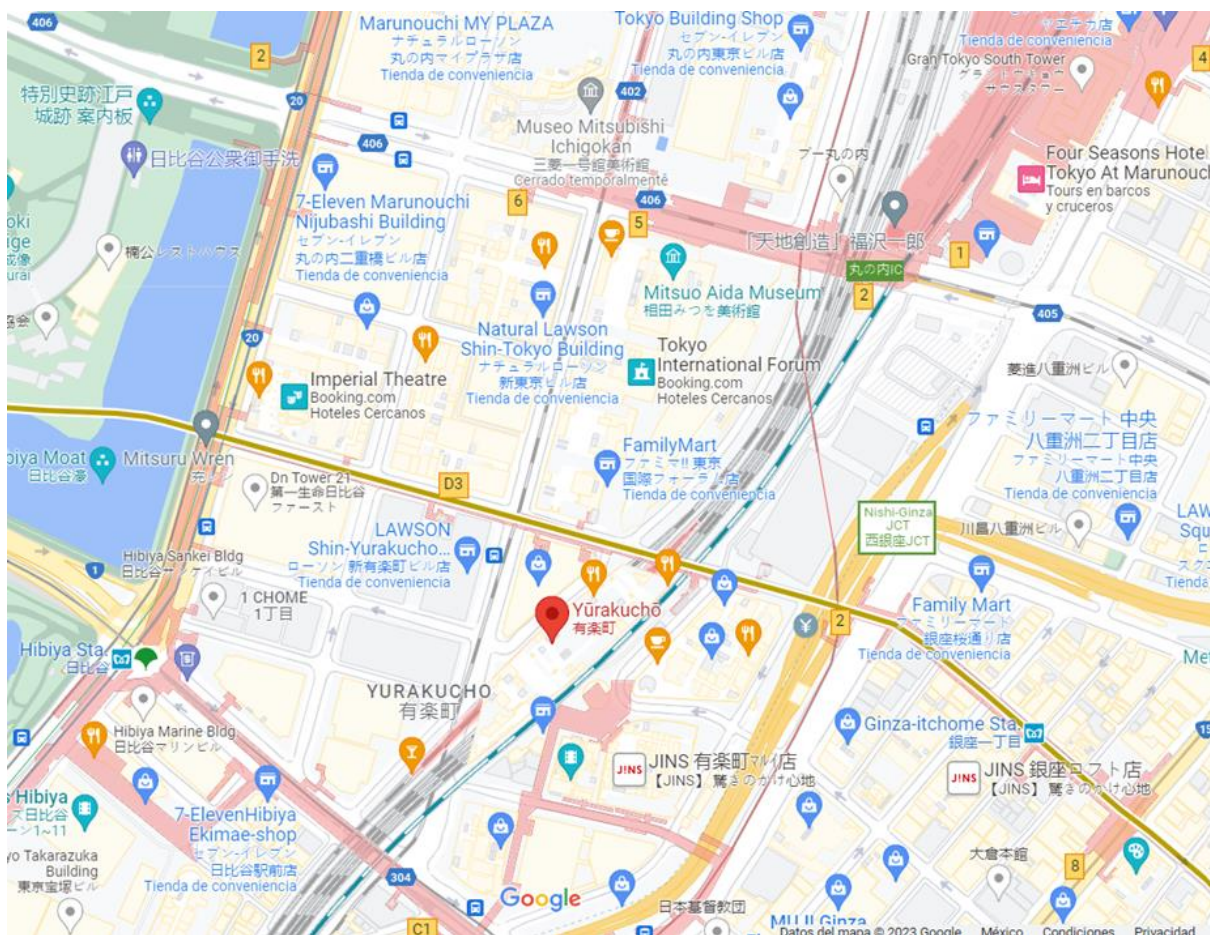
<https://portales.sre.gob.mx/saladeprensa/index.php/lista-de-embajadas/japon/8225-inauguran-residencia-para-artistas-mexicanos-en-tokio#:~:text=La%20fundaci%C3%B3n%20Casa%20Wabi%20es,de%20un%20mes%20cada%20uno>.

destacado además de dar la información adecuada para la correcta preparación del artista. Nuestro principal modelo de negocio se centra en la exposición que será una herramienta fundamental para que el artista genere nuevas conexiones con galerías, diplomáticos y potenciales clientes par que de esta manera conseguir venta de las obras de Luis Rodrigo, siendo este el enfoque principal de nuestra propuesta de valor.

9. Acompañamiento

9.1 Características generales del recinto ferial.

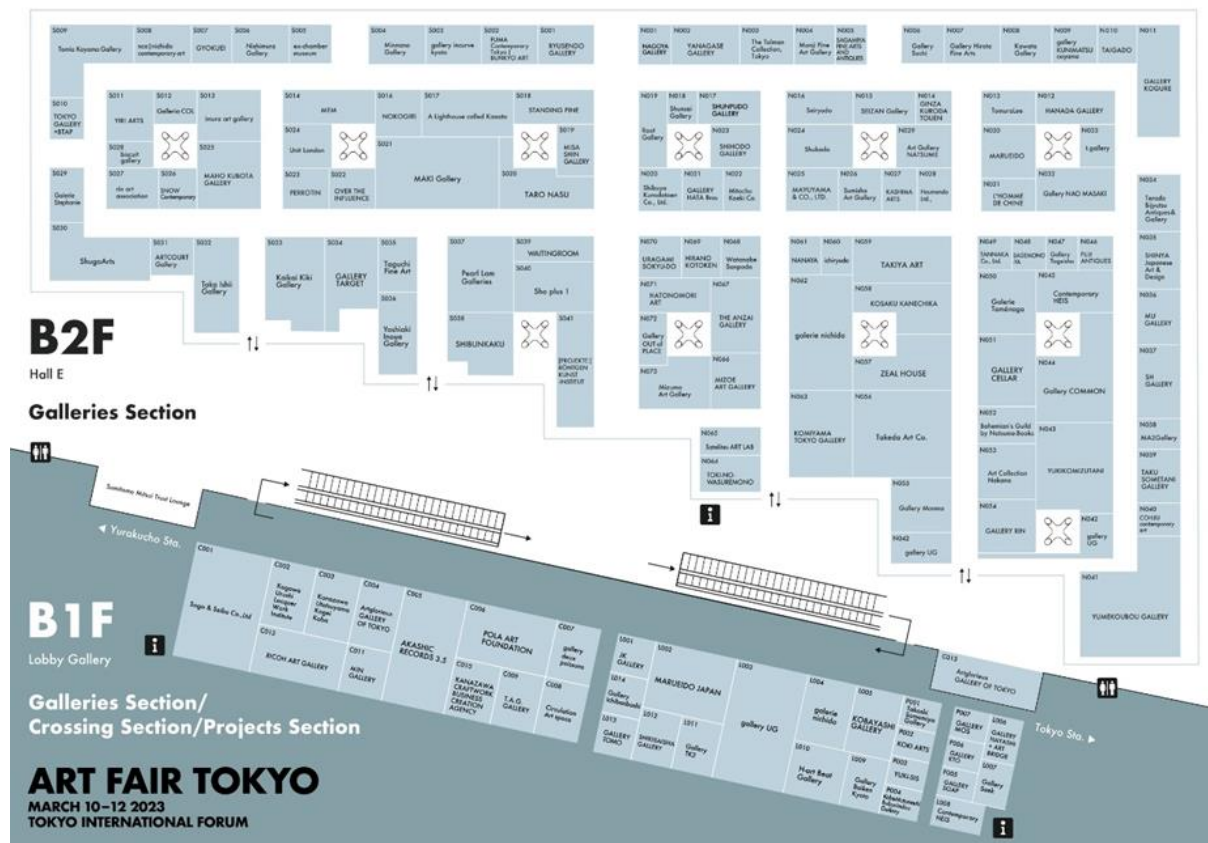
La feria tendrá lugar en el Foro internacional de Tokio, muy cerca de la estación Yurakucho en el centro de Tokio, específicamente en Forum Hall E / Lobby Gallery



Ubicación del Foro Internacional de Tokio Google Maps. (s.f.). Yūrakuchō Station [Mapa]. Recuperado de <https://www.google.com/maps/place/>

Lobby Gallery es un espacio impresionante ubicado en el B1F de Glass Building, dicho lugar representa el icónico Foro Internacional de Tokio. Cuenta con un gran atrio de techo abierto de 60 metros, que crea una atmósfera única y grandiosa. Este espacio está estratégicamente conectado al vestíbulo subterráneo y a las salas de conferencias en los pisos cuarto a séptima del edificio de cristal. Esta galería no solo ofrece un entorno efectivo para combinar

instalaciones, sino que también es perfecta para albergar diversos eventos y exhibiciones de manera individual.¹²



Secciones de las galerías. Art Fair Tokyo. (s.f.). Recuperado de <https://artfairtokyo.com/>

9.3 Horarios, acreditación y restricciones del recinto ferial.

La feria se llevará a cabo desde el viernes 8 de marzo de 2024 hasta el domingo 10 de marzo del mismo año. Es importante destacar que el día 7 de marzo estará reservado para invitados. El horario de visita para los invitados será de 11 a.m. a 7 p.m., mientras que para los demás días será de 11 a.m. a 7 p.m. El último día del evento concluirá a las 4 de la tarde¹³.

9.4 Equipaje recomendado

El equipaje para viajar a Japón depende de muchos factores, los cuales son los días en que estará en Japón, la época del año y el tipo de viaje que se hará. Para ir a Japón se recomienda llevar maleta pues en ocasiones es necesario llevar un espacio extra. Al ser un país seguro es posible llevar una maleta pequeña o una bolsa de mano con los siguientes elementos.

¹² Tokyo International Forum. (s.f.). Lobby. Recuperado de <https://www.t-i-forum.co.jp/en/facilities/lobby/>

¹³ Art Fair Tokyo. (s.f.). Recuperado de <https://artfairtokyo.com/>

Documentación: Pasaporte, licencia de conducir (si es que piensa rentar un automóvil), billetes de avión, información de seguro médico, tarjetas de débito, dinero en efectivo, bolígrafo y libreta.

Equipo electrónico: cámara, batería portátil, celular y cargador. Afortunadamente los enchufes de japon son de tipo A (dos pastillas planas) que son iguales que en México¹⁴

Durante el otoño y la primavera las temperaturas son más suaves, para marzo de 2024 se esperan temperaturas frías de 6°C y 13°C, por lo tanto, se recomienda llevar un abrigo¹⁵.



Pronóstico meteorológico del clima en Japón para marzo de 2024. Tiempo3. (s.f.). Japan. Recuperado de <https://www.tiempo3.com/asia/japan?page=month&month=March>

Para la elaboración de la maleta se recomienda llevar lo siguiente¹⁶:

- Cambios de ropa de acuerdo con los días de visita
- Ropa térmica

¹⁴ Rodriguez, P. (2021). Qué llevar en la maleta para viajar a Japón; ¡Lista de cosas! Japón Alternativo. <https://www.japonalternativo.com/blog/consejos-japon/que-llevar-en-la-maleta-para-viajar-a-japon/>

¹⁵ Tiempo3. (s.f.). Japan. Recuperado de <https://www.tiempo3.com/asia/japan?page=month&month=March>

¹⁶ Rodriguez, P. (2021). Qué llevar en la maleta para viajar a Japón; ¡Lista de cosas! Japón Alternativo. <https://www.japonalternativo.com/blog/consejos-japon/que-llevar-en-la-maleta-para-viajar-a-japon/>

- Pantalones
- Sudaderas
- Pijama
- Calzado cómodo
- Ropa o trajes formales
- Medicamentos necesarios
- Productos para higiene personal
- Algún artículo mencionado en el punto 7 para dar a futuros clientes

Es importante saber qué elementos están prohibidos ingresar con ellos o no traerlos a la mano. A continuación, se presentarán los artículos restringidos y prohibidos para ingresar al aeropuerto de Japón¹⁷.

- ❖ Artículos que no está permitido documentar ni llevar en cabina
 - Blanqueador
 - Vehículos eléctricos auto equilibrados
 - Fuegos artificiales y petardos
 - Cartuchos de gas para acampar
 - Insecticidas y pesticidas
 - Contenedores de oxígeno para deportes
- ❖ Artículos sujetos a condiciones para el equipaje de mano o facturado en vuelos internacionales.
 - Encendedores
 - Aerosoles
 - Dispositivos electrónicos generales con baterías de litio incorporadas o anexadas
 - Equipaje inteligente
 - Baterías de repuesto para silla de ruedas eléctrica
 - Cigarrillos electrónicos
 - Rizadores de pelo, herramientas para estilizar el cabello
 - Bebidas alcohólicas
 - Hielo seco
 - Municiones
 - Cera para esquí
 - Mochila de rescate para avalanchas
 - Cilindros de gas en dispositivos de seguridad personal, incluidos chalecos salvavidas inflables

¹⁷ ANA. (s.f.). Restricciones y artículos prohibidos. Recuperado de <https://www.ana.co.jp/es/mx/travel-information/baggage-information/restricted-prohibited/>

- Artículos que produzcan calor
- Medicamentos experimentales

9.5 Visado.

Visado: En el caso de Japón no es necesario un visado para nacionales mexicanos con una estadía menor a 90 días.

9.6 Servicios consulares, funciones, horarios.

Embajada de México en Japón:

Nombre de la Embajadora:

Melba María Pría Olavarrieta

Corre: mpria@sre.gob.mx / infojpn@sre.gob.mx

Asuntos Culturales:

Carmen Valeria Solis Rivera.

Correo: csolis@sre.gob.mx

Nota:

En caso de querer tener un acercamiento para tema de relaciones en Japón, lo más prudente y recomendado sería acercarse a la encargada de asuntos culturales.

Dirección:

2-15-1 Nagata-cho, Chiyoda-ku 100-0014, Tokio, Japón.

Tel:+(81-3) 3581-1131

Fax:+(81-3) 3581-4058

Correo: infojpn@sre.gob.mx

Facebook: @EmbajadadeMexicoenJapon

Twitter: @EmbamexJP

Horario de Atención: 9:00 a 17:00



<https://embamex.sre.gob.mx/japon/index.php/es/contacto>

Sección Consular:

Tel:+(81-3) 3580-2961

Fax:+(81-3) 5510-4324

Correo: conjpn@sre.gob.mx

Emergencias:

CASOS DE EXTREMA URGENCIA COMO HOSPITALIZACIÓN, FALLECIMIENTO O VIOLENCIA DOMÉSTICA

La Sección Consular cuenta con un servicio de atención telefónica para casos de extrema urgencia que opera las 24 horas, los 365 días del año.

Desde Japón: 080-9980-8022

Desde México: +(81) 80-9980-8022

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

10.1 Selección del espacio físico idóneo.

Art Fair Tokyo ofrece diferentes espacios de stand para que los artistas puedan exponer sus obras. Los stands pueden variar en formas y paredes disponibles. Los solicitantes no pueden elegir la ubicación ni la forma del stand. Es posible que no puedan atender las solicitudes de número de unidades debido a los límites de la disposición general.

Para obtener un espacio dentro de la feria se requiere completar un formato de inscripción que se encuentra en la página oficial de la feria. Posteriormente los coordinadores del evento serán los encargados de asignar el espacio; es importante enviar el formato completado tan pronto se publicó la convocatoria.

En el punto 8.3 se menciona la propuesta de diseño que podría tener el stand, el cual puede ser adaptado de acuerdo con las medidas del espacio que se obtenga.

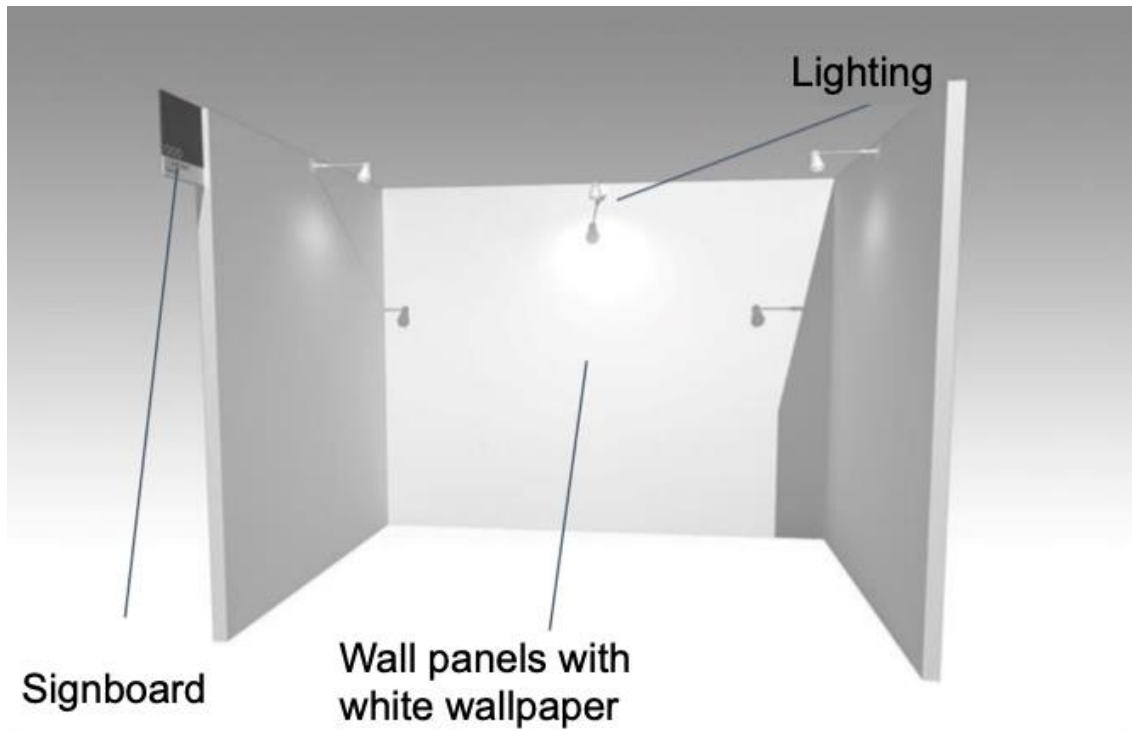
A continuación, en tabla presentamos las opciones de tamaño de stand, unidades, precios y número de focos.

No. De unidades	Tamaño del stand	Precio (Tax Inc.)	No. De focos	Precio mexicano (MXN)
1	9.5 m ²	880,000 JPY	3	\$ 107,372
1.5	14.25 m ²	1,210,000 JPY	5	\$ 147,637
2	19 m ²	1,540,000 JPY	6	\$ 187,901
2.5	23.75 m ²	1,870,000 JPY	8	\$ 228,166
3	28.5 m ²	2,200,000 JPY	9	\$ 268,430
3.5	33.25 m ²	2,530,000 JPY	11	\$ 308,695
4	38 m ²	2,860,000 JPY	12	\$ 348,959
4.5	42.75 m ²	3,190,000 JPY	14	\$ 389,224
5	47.5 m ²	3,520,000 JPY	15	\$ 429,489
5.5	52.25 m ²	3,850,000 JPY	17	\$ 469,753
6	57 m ²	4,180,000 JPY	18	\$ 510,018
6.5	61.75 m ²	4,510,000 JPY	20	\$ 550,282
7	66.5 m ²	4,840,000 JPY	21	\$ 590,547

Cada uno de los detalles antes mencionados se pueden consultar en la página oficial de Art Fair Tokyo: <https://artfairtokyo.com/>

10.2 Prototipo del stand, materiales.

Espacio que ofrece la feria:



- Paredes perimetrales.
- Iluminación básica del stand.
- Paredes blancas.
- Letrero.

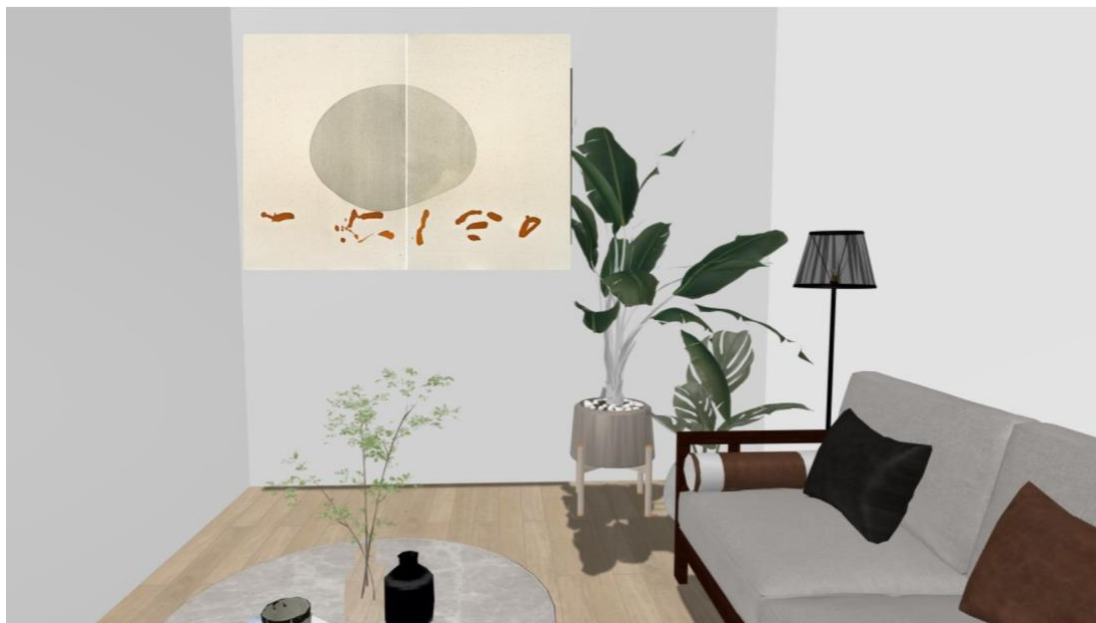
Propuesta de Intervención del espacio:



Vista 1. Propuesta de Intervención del Espacio, Creación Propia



Vista 2. Propuesta de Intervención del Espacio, Creación Propia



Vista 3. Propuesta de Intervención del Espacio, Creación Propia

10.3 Materiales y mano de obra local.

Para el montaje de la escenografía del stand tenemos como propuesta agregar un sillón, una mesa pequeña, 3 tazas, plantas artificiales, bastidores para colocar las obras que se presentarán en el stand.

La cotización se realizó con un proveedor mexicano que se encuentra situado en la Ciudad de México, el cual cuenta con servicios en México, pero adicional tiene contactos locales en Latinoamérica, y en otros países como Japón.

Al ser este proyecto una propuesta, consideramos importante tener un proveedor que pueda dar soporte en el país que se propone, pero si el artista decide acudir a otra feria podría tener el contacto listo para generar nuevas cotizaciones.

Datos de contacto:

Héctor Cruz Acevedo

IDEEFACTO

Tel. +52 55 1474 7446

Ramon Isaac Aldana n.63, Cuauhtémoc, CDMX

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

El costo aproximado para montaje del stand ronda en los \$220,000.00mx + IVA. La facturación será en México y la empresa se encargará del pago con los proveedores en Tokyo.

Los materiales y costos de montaje cambian en Tokyo por lo que una persona de México puede trabajar en conjunto con los proveedores en el país destino para que el objetivo del montaje se cumpla satisfactoriamente.

11. Análisis financiero de la misión comercial

11.1 Transportación.

Vuelo: Saliendo de la ciudad de Guadalajara al Aeropuerto Internacional de Narita en Tokio existen varias rutas, sin embargo ninguna sin escalas, la opción principal que se consideró es volando de Guadalajara a Ciudad de México y de ahí a Japón vía Aeroméxico, finalmente la otra opción es volar a Estados unido vía Delta o Nipon Airways. Los costos aproximados van entre los \$27,000 y \$35,000 MXN para marzo.

Transporte Público: En Japón el transporte público es muy amplio, va desde los camiones, trenes y taxis. El precio de estos es muy variable ya que existen categorías en los transportes, ya que existen asientos de primera clase, el precio de un viaje va entre los \$45.00 y \$75.00 MXN. Mientras que el precio de un viaje de taxi varía según la distancia sin embargo en una distancia de 5km aproximadamente se pagan \$230.00 MXN

Japan Rail Pass: Es un pase que los turistas pueden adquirir en su país de origen en con los distribuidores autorizados, para utilizar de manera ilimitada el sistema de trenes de Japón. Actualmente en pase por adulto tiene un costo de \$220.00 USD

11.2 Hospedaje.

Basados en un rango de 10km a la redonda del centro de exposición encontramos diferentes tipos de hospedajes.

- Hospedajes de lujo: Hoteles de 5 estrellas, estos hoteles cuentan con las mejores habitaciones, cuartos más espaciosos, restaurantes de lujo, algunos de los hoteles son el Westin o el InteContinental Tokio y sus precios van desde los \$6,400.00 (MXN) hasta los \$9,800 (MXN) por noche

- Hoteles ejecutivo: Hoteles de categoría Business, especializados en hospedar personas que viajan por negocios, cuentan con zonas de trabajo, en este país los cuartos son mucho mas pequeños que en el promedio y algunos no cuentan con amenidades básicas como armario. Por ejemplo, el Marriot Tokio o Grand Nikko Tokio. Los precios en este tipo de hoteles van desde los \$2,900.00 (MXN) hasta los \$5,100 (MXN) por noche.
- Hoteles Smart: Hoteles sumamente tecnológicos, es una categoría de hotel que solamente existe en Japón, son muy variados en cuanto a las amenidades y los precios que van desde los \$5,000.00 hasta los \$13,600.00 (MXN).
- 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 \$1260.00 (MXN) a \$9200.00 (MXN) por noche.

11.4 Seguros médicos.

Seguro médico: Para una estadía en Japón de 10 días aproximadamente encontramos dos seguros que podrían ser ideales para cubrir en caso de cualquier emergencia médica.

- IATI Seguros: IATI Seguros es una empresa de seguros española especializada en seguros de viaje de corta duración, sus pólizas cubren diferentes eventos, incluyendo gastos médicos, cancelación de viaje y robo de pertenencias. Además de incluir la opción de cotización dinámica basándose en las fechas de viaje y país destino. En el caso de esta exposición encontramos dos paquetes, el básico con un costo de \$194.00 USD, mientras que el paquete premium tiene un costo \$298.00 USD.
- World Nomads es una compañía que opera en más de 200 países y brinda diversos servicios, como cobertura médica, protección en caso de pérdida de equipaje, demoras o cancelaciones de vuelos, entre otros. Los costos de sus servicios varían según el destino y la duración del viaje, pero generalmente se encuentran en un rango de \$70USD a \$300USD. Además, el precio también está sujeto al nivel de cobertura que decidas seleccionar.

-	DESCRIPCIÓN	PRECIO TOTAL	PRECIO DIARIO
VUELOS	El vuelo del artista de ida y vuelta saliendo de Guadalajara (MEX) llegando a Tokio (JPN)	\$ 32,000.00	-
TRANSPORTE	Considerando la distancia entre la zona donde se hospedará el artista, además de la cantidad de trayectos aproximado se llegó a este costo diario aproximadamente en el costo de trenes o taxis.	\$ 6,960.00	\$ 580.00
HOSPEDAJE	El hospedaje recomendado	\$ 34,800.00	\$ 2,900.00
SEGURO DE VIAJE	Tomando en cuenta el punto 11.4 el seguro adecuado para el artista sería IATI seguros en su versión premium	\$ 4,920.00	\$ 410.00
GASTOS ADICIONALES	Tomando en cuenta alimentación y actividades de ocio	\$ 26,400.00	\$ 2,200.00
FERIA	Incluye el costo del espacio, instalación y renta de muebles	\$ 322,342.00	\$ 107,447.33
		\$ 427,422.00	

12. Oferta de ocio y entretenimiento

12.1 Contexto histórico y cultural¹⁸

La cultura de Japonesa es el resultado de un proceso histórico que empieza por medio de las olas inmigratorias originarias del continente asiático e islas del Pacífico, seguido por una fuerte influencia cultural proveniente de China, y posteriormente un largo periodo de aislamiento con el resto del mundo (sakoku) de parte del shogunato Tokugawa hasta el Comienza la era Meiji, donde recibe una fuerte influencia extranjera y que se acrecienta después del final de la Segunda Guerra Mundial. Esto dio como resultado una cultura distinta a otras culturas asiáticas.

En Japón, las interrelaciones personales están basadas en las ideas de "honor", "obligación" y "deber", que representa una costumbre diferente a la cultura individualista y liberal de los países occidentales. Los conceptos de moralidad y conductas esperados son menos practicados en situaciones familiares, escolares y amistades; sin embargo se observa una práctica más formal frente a superiores que frente a una persona desconocida.

12.2 Sitios de interés patrimonio UNESCO.¹⁹

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

- Monumentos budistas de la región de Hōryū-ji (Nara).
- Castillo de Himeji (Hyogo).
- Monumentos históricos de la antigua Kioto (Kyoto, Shiga).
- Aldeas históricas de Shirakawa-go y Gokayama (Gifu, Toyama).
- Cúpula Genbaku (Hiroshima).
- Santuario sintoísta de Itsukushima (Hiroshima).
- Monumentos históricos de la antigua Nara (Nara).
- Santuarios y templos de Nikkō (Tochigi).
- Sitios Gusuku y bienes culturales asociados del reino de Ryukyu (Okinawa).
- Sitios sagrados y rutas de peregrinación de los Montes Kii (Nara, Wakayama, Mie).
- Minas de plata de Iwami Ginzan y su paisaje cultural (Shimane).
- Hiraizumi: Templos, jardines y sitios arqueológicos que representan la Tierra Budista Pura (Iwate).
- Monte Fuji: objeto de culto y fuente de arte (Yamanashi, Shizuoka).

¹⁸ <https://www.eumed.net/rev/japon/08/cultura.pdf>

¹⁹ JRailPass. (2023). Lugares Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO en Japón. *Blog de viajes de Japan Rail Pass | JRailPass*. <https://www.jrailpass.com/blog/es/patrimonio-humanidad-unesco-japon>

12.3 Parques y reservas naturales.²⁰

Tokio es una ciudad llena de parques y reservas naturales increíbles por lo que después de hacer una búsqueda estos serían los 7 lugares que le recomendamos a Luis Rodrigo para que se dé la oportunidad de conocer.

- Parque Nacional de Shiretoko.

Que es: El Parque Nacional Shiretoko se encuentra en la isla japonesa de Hokkaido y cubre la mayor parte de la península de Shiretoko. Es una zona remota de Japón. De hecho, hay algunas partes de la península a las que solo se puede llegar en barco o caminando.

Cómo llegar: La estación de tren más cercana al parque es la estación de Shiretoko Shari, a la que se puede llegar, utilizando el Japan Rail Pass, desde la estación de Abashiri o la estación de Sapporo. Los autobuses están disponibles para el resto del viaje durante la temporada alta de turismo, aunque lo más recomendable es alquilar un coche, disponible en la estación de tren.

- Parque Nacional de Towada Hachimantai.

Que es: Parque Nacional de Towada-Hachimantai es un parque nacional que comprende dos áreas separadas de las prefecturas de Aomori, Iwate y Akita.

Cómo llegar: desde la estación de Tokio, toma el JR Akita Shinkansen hasta la estación de Tazawako. Hay tren cada hora y el viaje dura alrededor de tres horas.

- Parque Nacional Nikko.

Que es: Parque nacional de Nikkō es un parque nacional en la región de Kanto, en la isla principal de Honshu en Japón. El parque se extiende por cuatro prefecturas: Tochigi, Gunma, Fukushima y Niigata.

Cómo llegar: desde la estación de Tokio o la estación de Ueno, toma el tren JR Tohoku Shinkansen hasta la estación de Utsunomiya. Allí, haz cambio a la línea JR Nikko hasta la estación Nikko. El viaje dura entre una hora y media y dos horas.

- Parque Nacional de Fuji Hakone Izu.

Que es: Parque Nacional de Fuji-Hakone-Izu es un parque nacional que se distribuye por las prefecturas Yamanashi, Shizuoka, Kanagawa, y la zona metropolitana de Tokio, Japón. En él se contienen el monte Fuji, Cinco Lagos del Fuji, Hakone, la península Izu, y el archipiélago Izu.

Cómo llegar: desde la estación de Shinjuku en Tokio, toma la línea JR Chuo hasta la estación Otsuki. Allí, haz cambio a la línea de tren de Fujikyu, en dirección a la estación de Kawaguchiko. Este viaje lleva poco menos de tres horas.

²⁰ JRailPass. (2018). Los 10 mejores parques nacionales de Japón. Blog de viajes de Japan Rail Pass | JRailPass. <https://www.jrailpass.com/blog/es/mejores-parques-nacionales-japon>

- Parque Nacional de Yoshino Kumano.

Que es: Parque nacional Yoshino-Kumano es un parque nacional que comprende varias áreas no contiguas entre ellas las prefecturas de Mie, Nara, y Wakayama.

Cómo llegar: desde la estación de Tennoji en Osaka, toma el tren hasta la estación de Oji, desde donde se hará un cambio de trenes y continuarás hacia la estación de Yoshino-guchi. Una vez allí, vuelves a cambiar a la línea Yoshino hasta la estación de Kawaguchiko. Este último cambio no está incluido en el JR Pass. El viaje dura aproximadamente una hora y media.

- Parque Nacional de Aso Kujū.

Que es: El parque nacional Aso Kujū es un parque nacional en las prefecturas de Kumamoto y Ōita, Japón. El parque debe su nombre al monte Aso, el mayor volcán activo de Japón, y a las montañas Kujū.

Cómo llegar: desde la estación de Kumamoto, toma la línea principal Hohi hasta la estación de Aso. Hay autobuses disponibles desde la estación a diversas regiones del parque.

- Parque Nacional de Kushiro Shitsugen.

Que es: El Parque nacional Kushiro-shitsugen es un parque nacional ubicado al este de la isla Hokkaidō, entre la ciudad Kushiro y el Parque nacional Akan.

Cómo llegar: desde la estación de Sapporo, tome el JR Super Ozora Limited Express hasta la estación de Kushiro. El viaje dura aproximadamente cuatro horas.

12.4 Recorridos turísticos y de valor histórico.

Por las fechas en las que Luis Rodrigo va a acudir a Tokio, puede tener la oportunidad de ver los cerezos en plena floración ya que es un fenómeno de la naturaleza que solo pasa una vez al año en Japón. La gente viaja exclusivamente en ese tiempo solo para ver los cerezos florecer: Inicio 20 de marzo; plena floración 27 de marzo.



12.5 Oferta gastronómica.²¹

La gastronomía japonesa tiene un largo pasado culinario el cual se ha desarrollado en una gastronomía sofisticada, refinada y especializada para cada situación. Es similar a la gastronomía china. La cual está basada en cinco carbohidratos: arroz, trigo y avena, plantas del género Setaria, frijol, mijo común o plantas del género.

Una comida japonesa estándar siempre consiste de una taza de arroz japonés (gohan) como shushoku, y de acompañamiento tsukemono (encurtido), una taza de sopa y una variedad de platos okazu como pescado, carne o vegetales.

Le recomendamos a Luis Rodrigo que se pruebe también estas otras opciones de la gastronomía japonesa:

- Sushi (mejor conocido como Nigiri), es una bolita de arroz con un pequeño filete de marisco fresco o cocinado por encima.
- Tempura, mariscos y vegetales capeados.
- Ramen, sopa de noodles.
- Udon, sopa de noodles gruesos.
- Onigiri, bola de arroz cocido que se rellena de carnes o mariscos.

12.6 Museos, galerías y centros culturales.²²

Los tres principales lugares que le recomendamos a Luis Rodrigo son los siguientes:

- Museo Nacional de Tokio: es el museo más grande de todo Japón. Consta de 5 edificios donde se exponen piezas japonesas y de otras culturas asiáticas.
- Museo Edo-Tokyo: rememora la historia de Tokio desde finales del siglo XVI hasta su revolución industrial. Es una visita imprescindible en Tokio.
- Museo de Ciencias e Innovación: es un museo interactivo donde podrás experimentar con las últimas novedades científicas y conocer las tendencias futuras.
- Museo Shitamachi: pequeño museo con reconstrucciones de casas y negocios de la época de Meiji.

Otras opciones de museos, galerías y centros culturales:

- Museo Nacional de Arte Occidental (7-7 Ueno-koen, Taito-ku).
- Museo Nacional de Naturaleza y Ciencia (7-20 Ueno-koen, Taito-ku).
- Museo de la Caligrafía (2-10-4 Negishi, Taito-ku).
- Galería Metropolitana de Arte de Tokio (8-36 Ueno-koen, Taito-ku).
- Museo Nacional de Arte Moderno (3-1 Kitanomaru-koen, Chiyoda-ku).
- Museo Metropolitano de Fotografía (1-13-3 Yebisu Garden Place, Mita, Meguro-ku).
- Museo de Arte Contemporáneo (4-1-1 Miyoshi, Kouto-ku).
- Museo del Metro (6-3-1, Higashi-kasai, Edogawa-ku).
- Museo de la Ciencia Marítima (3-1 Higashi-yashio, Shinagawa-ku).

²¹ <https://www.eumed.net/rev/japon/08/cultura.pdf>

²² Museos en Tokio - Mejores museos y galerías de arte en Tokio. (s. f.).
<https://www.disfrutatokio.com/museos>

12.7 Turismo de aventura.

El turismo es abundante en Tokio por eso le recomendamos a Luis Rodrigo que si tiene la oportunidad de hacer alguna de estas aventuras será un valor agregado a su viaje:

KART EXPERIENCE IN SHINJUKU DRIVE METROPOLITAN AREA. por un precio de \$2,303.41 MXN.

- E-assist Bicycle tour 3 hrs or ride star Kanda, por un precio de \$969.86 MXN.
- Mt. Fuji & Hakone 1 Day Tour From Tokyo, por un precio de \$1,757.86 MXN.
- Tokyo Sumo Morning Practice Tour in Ryogou with Sumo Lunch, por un precio de \$1757.86 MXN.

12.8 Oferta teatral y conciertos.

Al no tener una idea exacta de que artistas puedan estar, puedes buscar en las siguientes tres plataformas para hacer la compra de los boletos para teatros y conciertos, ahí mismo con tiempo de anticipación puede 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.viator.com/es-ES/Japan-tours/Sightseeing-Tickets-and-Passes/d16-g8?>

<https://www.getyourguide.es/-/1169034/?>

<https://www.ticketnetwork.com/?>

<https://www.viator.com/es-ES/Japan-tours/Sightseeing-Tickets-and-Passes/d16-g8?>

El Teatro Kabuki es una importante recomendación cultural ya que al ser una atracción que está todo el año, se recomienda mucho darse la oportunidad de asistir

Teatro Kabuki-Za:

Dirección;4 Chome-12-15 Ginza, Chuo City, Tokyo 104-0061, Japón.

Pagina para comprar las entradas: <https://www.kabukiweb.net/about/ticket/>



12.9 Oferta de Entretenimiento cultural:

Como ideas acorde a lo que Luis Rodrigo nos comentó que eran actividades de sus agrado, proponemos lo siguiente:

- Roppongi Hills, mejor conocida como una pequeña ciudad dentro de Tokio: es una actividad gratuita.
- Tea Ceremony Worship in authentic Tea Room. por un precio de \$563.73 MXN.
- Japanese Pottery Class. por un precio de \$490.68

- Tokyo Studio Ghibli Museum and Ghibli Film Appreciation. por un precio de \$2,667.10 MXN

Adjuntamos el Link donde Luis Rodrigo puede reservar las actividades en caso de que sean de su agrado:

<https://www.viator.com/Tokyo-tours/Art-and-Culture/d334-tag21910>

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

13.1 Apoyo estatal

Proyecta Traslados, un programa del gobierno del estado de Jalisco que a través de la secretaría de cultura busca apoyar a artistas jaliscienses con los gastos de transporte para que puedan tener presencia en actividades nacionales o internacionales dentro del giro artístico; con el fin de incrementar la representación y visualización del arte mexicano.

El apoyo es únicamente para traslados del artista aplicante. No hay un monto definido para el apoyo del artista, siempre y cuando esté dentro de parámetro del presupuesto general de la convocatoria.

Se recomienda consultar las convocatorias vigentes y la guía para aplicar en el siguiente link: <https://sc.jalisco.gob.mx/convocatorias/10801>²³

13.2 Apoyo no gubernamentales

Beca de arte por la Fundación Botín que tiene como misión el desarrollo integral de la sociedad a través del arte.

El apoyo económico es por \$23.000 euros, la convocatoria está abierta a artistas de cualquier nacionalidad para la formación, creación y realización de proyectos personales de los artistas. Los artistas acreedores a la beca estarán recibiendo el apoyo durante 9 meses, se entregará un 45% al inicio, un 25% en los dos trimestres naturales siguientes y el 5% restante al final del proyecto.

Las obras creadas durante este proyecto serán presentadas en el centro Botín ubicado en Santander, España en una exposición junto con el resto de los artistas que fueron acreedores a la beca. Esto puede ser una oportunidad para que el artista pueda presentarse en un nuevo punto de encuentro.

Se recomienda consultar las convocatorias vigentes y guía para aplicar en el siguiente link: <https://fundacionbotin.org/becas-convocatorias/becas-de-artes-plasticas/>²⁴

²³ *Proyecta Traslados 2023*. Gob.mx. Recuperado el 09 de julio de 2023, de <https://sc.jalisco.gob.mx/convocatorias/10801>

²⁴ *Becas de Arte*. (2022, marzo 25). Fundación Botín. <https://fundacionbotin.org/becas-convocatorias/becas-de-artes-plasticas/>

Bibliografías:

Kaya - Luis Rodrigo Medina. (s.f.). <https://galeriakaya.mx/artist/22>

ANA. (s.f.). Restricciones y artículos prohibidos. Recuperado de <https://www.ana.co.jp/es/mx/travel-information/baggage-information/restricted-prohibited/>

Anwandter Paul. (2007, abril 20). El estilo de negociación japonés. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/el-estilo-de-negociacion-japones/>

ART FAIR TOKYO. (s. f.). https://artfairtokyo.com/exhibitors/2947?artwork_fair_id=23

Art Fair Tokyo. (s.f.). Recuperado de <https://artfairtokyo.com/>

Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado (2020) NSE (amai.org)

Becas de Arte. (2022, marzo 25). Fundación Botín. <https://fundacionbotin.org/becas-convocatorias/becas-de-artes-plasticas/>

Conoce y conquista las tribus de consumidores. (n.d.). <https://www.minderest.com/es/blog/conoce-5-tribus-consumidores#:~:text=Se%20conoce%20como%20tribu%20de,vida%20o%20aspiraciones%2C%20entre%20otros.>

Equipo editorial, Etecé. (2023). Cultura de Japón: influencias, religión y características. Enciclopedia Humanidades.

Hofstede Insights. (s.f.). Japan country comparison tool. Recuperado de <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison-tool?countries=japan>

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

<https://www.eumed.net/rev/japon/08/cultura.pdf>

<https://www.eumed.net/rev/japon/08/cultura.pdf>

Inauguran residencia para artistas mexicanos en Tokio. (2017, 9 febrero). <https://portales.sre.gob.mx/saladeprensa/index.php/lista-de-embajadas/japon/8225-inauguran-residencia-para-artistas-mexicanos-en-tokio#:~:text=La%20fundaci%C3%B3n%20Casa%20Wabi%20es,de%20un%20mes%20cada%20uno.>

JRailPass. (2018). Los 10 mejores parques nacionales de Japón. Blog de viajes de Japan Rail Pass | JRailPass. <https://www.jrailpass.com/blog/es/mejores-parques-nacionales-japon>

JRailPass. (2023). Lugares Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO en Japón. Blog de viajes de Japan Rail Pass | JRailPass. <https://www.jrailpass.com/blog/es/patrimonio-humanidad-unesco-japon>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (s.f.). Anexo. Recuperado de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PDM/Japon/anexo.html

Mundi. (2022). Conoce los requisitos para exportar a Japón desde México. Mundi. <https://mundi.io/exportacion/requisitos-exportar-mexico-japon/>

Museos en Tokio - Mejores museos y galerías de arte en Tokio. (s. f.).
<https://www.disfrutatokio.com/museos>

Othón Téllez. (n.d.). El arte y sus consumos. <http://othontellez.com/el-arte-y-sus-consumos/>

Pioneros del arte moderno y contemporáneo de Jalisco se reúnen en el Ex Convento del Carmen | Secretaría de Cultura. (n.d.). <https://sc.jalisco.gob.mx/prensa/noticia/9697>

Proyecta Traslados 2023. Gob.mx. Recuperado el 09 de julio de 2023, de
<https://sc.jalisco.gob.mx/convocatorias/10801>

Rodrigo, L. (2023). LUIS RODRIGO. Recuperado de <https://luisrodrigo.org/>

Rodríguez, P. (2021). Qué llevar en la maleta para viajar a Japón; ¡Lista de cosas! Japón Alternativo. <https://www.japonalternativo.com/blog/consejos-japon/que-llevar-en-la-maleta-para-viajar-a-japon/>

Rodríguez, P. (2021). Qué llevar en la maleta para viajar a Japón; ¡Lista de cosas! Japón Alternativo. <https://www.japonalternativo.com/blog/consejos-japon/que-llevar-en-la-maleta-para-viajar-a-japon/>

Tiempo3. (s.f.). Japan. Recuperado de
<https://www.tiempo3.com/asia/japan?page=month&month=March>

Tokyo International Forum. (s.f.). Lobby. Recuperado de <https://www.t-i-forum.co.jp/en/facilities/lobby/>