

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente



ITESO

Universidad Jesuita
de Guadalajara

Proyecto de Aplicación Profesional

Desarrollo de Estrategias Comerciales Nacionales e Internacionales:
Inteligencia cultural y comercial para los negocios internacionales

Proyecto:

*Manual de operación y participación en la Feria internacional de Arte de Chicago
One of a Kind Show para el artista plástico Daniel Naredo Betancourt*

Presentan:

Claudia Itzel Romero Castillo
Valerya Tamahara Nuño Ramirez
Andrea Lizeth Sandoval García
Daniela Razón Vázquez
Diana Madrigal Hernández
Erick Alejandro Díaz Salgado

Coordinador- Asesor PAP

Dr. Eduardo Antonio Revilla Taracena

Tlaquepaque, Jalisco a 25 de noviembre de 2022.

ÍNDICE

1. Fundamentación del trabajo	4
1.1. Descripción del escenario.....	4
1.2. Descripción general del contexto de la empresa y de la industria(sector)	4
1.3. Problemática y oportunidades del sector industrial producto	5
1.4. Validación de las condiciones de participación de la misión comercial / Feria comercial: tiempo requerido, beneficios, áreas de oportunidad, costos operativos, presupuestos, apoyo logístico, apoyos públicos	7
2. Marco conceptual de referencia	8
2.1. Información general del país destino.....	8
2.2. Análisis demográfico y macroeconómico	10
2.3. Diagnóstico riesgo País y ambiente de negocios.....	12
2.4. Relación económica, comercial, social, cultural destino país – México/oportunidades de inversión.....	13
2.5. Análisis de Riesgos País destino.....	20
2.5.1. Comercial.....	20
3. Análisis del Mercado/Segmento/Competencia/Producto/Consumidor País destino	21
3.1. Segmento NSE	21
3.1.2. Segmentación por tribus	22
3.2. Características del consumidor	22
3.3. Productos sustitutos	24
3.4. Requisitos de ingreso al mercado	24
4. Análisis cultural: Paradigmas y códigos culturales	27
4.1. Dimensiones culturales: Hofstede.....	27
4.2. Culturas de alto o bajo contexto.....	31
4.3. Teoría del Iceberg.....	32
4.4. Perfil cultural del país.....	32
4.5. Códigos Culturales.....	33
4.6. Protocolo de negocios.....	33
4.7. Perfil del cultural del negociador local.....	36
5. Propuesta de tropicalización Valor agregado	37
5.1. Adecuación cultural de la Propuesta publicitaria.....	37

5.2. Experiencia del cliente (Marketing sensorial y emocional).....	37
6. Acompañamiento.....	38
6.1. Características Generales del recinto ferial.....	38
6.2. Expositores participantes.....	40
6.3. Horarios, acreditación y restricciones del recinto ferial.....	41
6.4. Hospedajes, fiestas nacionales, horarios de negocios.....	41
6.5. Movilidad. Plataformas, transporte público, renta de autos.....	44
6.6. Guía gastronómica.....	44
6.7. Clima, husos horarios, corriente eléctrica, tipo de cambio, normas de seguridad.....	48
6.8. Presupuesto diario, equipaje recomendable.....	48
6.9. Sede diplomática-consular.....	48
7. Logística del Punto de venta / Misión comercial feria comercial.....	48
7.1. Selección del espacio físico idóneo.....	48
7.2. Prototipo del stand, materiales.....	49
7.3. Materiales y mano de obra local.....	49
7.4. Presupuesto del montaje (presupuestos de empresas en el área).....	50
7.5. Directorio de proveedores locales.....	50
7.6. Especificaciones del recinto expositor.....	51
7.6.1. Conectividad.....	51
7.6.2. Horarios de montaje y desmontaje.....	52
7.6.3. Vías de acceso al recinto ferial.....	52
7.7. Facturación/ pagos.....	53
7.8. Espacios Networking y negociación.....	53
7.9. Tarjetas de presentación, artículos promocionales, artículos de muestra.....	53
8. Análisis Financiero de la misión comercial.....	56
8.1. Transportación.....	56
8.2. Hospedaje y alimentación.....	56
8.3. Costo del espacio físico.....	57
8.4. Seguros médicos.....	58
8.5. Presupuesto recomendable.....	60
8.6. Recomendaciones y sugerencias finales.....	60
9. Oferta de ocio y entretenimiento.....	60
9.1. Contexto histórico y cultural.....	60
9.2. Sitios de interés patrimonio UNESCO.....	62
9.3. Parques y reservas naturales.....	62

9.4. Recorridos turísticos y de valor histórico.....	63
9.5. Oferta gastronómica.....	66
9.6. Museos, galerías y centros culturales.....	67
9.7. Turismo de aventura.....	69
9.8. Oferta teatral y conciertos.....	70
9.9. Oferta de espectáculos /Oferta deportiva.....	71
10. Programas de fomento, Apoyos y financiamiento para participar en Ferias y misiones comerciales.....	72
10.1. Apoyos federales secretaría de Economía.....	72
10.1.1. Programa nacional de eventos internacionales.....	72
10.1.2. Programa de asistencia técnica y campañas de imagen.....	72
10.2. Apoyo Estatales/ Jalisco Instituto de fomento al comercio exterior /secretaría de desarrollo económico Cdmex.....	72
10.3. Financiamiento Pyme Banca comercial.....	73
10.4. Apoyos federales secretaría de Cultura.....	73
10.5. Apoyo internacional.....	73
11. Anexos.....	75
12. Bibliografía.....	104

1. Fundamentación del trabajo

1.1. Descripción del escenario.

El beneficiario de este proyecto es Daniel Naredo Betancourt el cual es un artista plástico, digital autodidacta y ecléctico. Daniel Naredo, estudió la carrera de Diseño Gráfico en la Universidad de las Américas Puebla, sus creaciones en diseño de interiores se suman así a una vasta obra en artes gráficas y plásticas.

Cuenta con 20 años de experiencia dentro de la industria del diseño, comunicación visual, interiorismo y fabricación de mobiliario. En cuanto al arte digital; su trabajo es interpretativo y casi siempre se trata de retratos.

El objetivo principal de este proyecto es la internacionalización de sus obras y la elaboración de un manual operativo para llevar al artista a una feria internacional de artes plásticas/digitales, para que presente algunas de sus obras y empiece a tener mayor posicionamiento en el mercado, clientes potenciales, y conexiones que se puedan generar del medio.

Exposiciones y Exhibiciones:

- Arte, Activisme et Résilience (septiembre 2022) Montreal, Canadá.
- En Movimiento (abril 2022) CDMX, México.
- Obra permanente (mayo 2008) Sala de Juntas, Benteler México.

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

Estudio con 20 años de experiencia en diferentes rubros como el arte, diseño de interiores, diseño y fabricación de mobiliario residencial, comercial y de oficina y diseño y estructura de marcas comerciales. Define su trabajo y su estilo como expresionismo abstracto. Su arte encuentra su forma de expresión a través del Arte Digital, siendo principalmente retratos, lo que vuelve su trabajo uno más interpretativo, transmitiendo la esencia de los clientes. De esta forma sus obras se vuelven piezas únicas e irrepetibles.

Se dedica especialmente a la realización de proyectos en Interiorismo para espacios residenciales, comerciales y de oficinas. El diseño se hace a partir de las necesidades específicas de sus clientes y al mismo tiempo son fabricantes. Lo cual les permite ofrecer los mejores costos en producción y abrir su cartera de proveedores con los que han logrado generar alianzas exitosas en beneficio de sus clientes.

Un artista emergente según “Art will save us” es alguien que se encuentra en la primera etapa de su carrera, es alguien que ha captado el ojo de algún crítico o galería

pero que aún no tiene una reputación establecida entre otros críticos, compradores o galerías.

Página oficial de Instagram de Daniel Naredo Betancourt:
<https://www.instagram.com/eduardonaredobetancourt/>

También creadores de arte en distintas modalidades dentro del arte tradicional y el arte digital. Generadores de marcas comerciales y conceptos visuales, e identidad corporativa para todo tipo de negocios y espacios.

Además, brindan asesorías presenciales o remotas para todo tipo de adecuaciones o remodelaciones, diseño de imagen, diseño de identidad corporativa y estructura de marcas comerciales.

Página oficial: ¿Qué es el arte emergente? – ArtWillSave.U.s. (n.d.).

<https://artwillsave.us/que-es-el-arte-emergente/>

1.3. Problemática y oportunidades del sector industrial del producto.

De acuerdo con la RAE (s.f) el arte se define como aquella “manifestación de la actividad humana mediante la cual se interpreta lo real o se plasma lo imaginado con recursos plásticos, lingüísticos o sonoros.” Dentro del cual se encuentran diversos y tipos: pintura, danza, cine, literatura, teatro, entre otros.

Sin embargo, el tipo de arte que nos concierne es el Arte Visual, el cual hace “referencia a un conjunto de técnicas y disciplinas artísticas que van desde las artes plásticas tradicionales, hasta las tendencias más novedosas y poco convencionales que aprovechan las nuevas tecnologías disponibles, como el arte digital, el arte urbano y otras más surgidas durante el siglo XX y lo que va de XXI” (Etecé, 2021, párr.1). El término surge a partir de finales de la Segunda Guerra Mundial. El trabajo que realizaron los europeos al emigrar a Nueva York fue determinante para su origen y concretarse.

“En México se concretan a finales del XX y principios del siglo XXI, marcado por las tecnologías digitales, así como por la globalización cultural y las redes sociales” (Coordinación de Universidad Abierta y Educación a Distancia-UNAM, 2016).

Recordemos que México no sólo se caracteriza por la innovación, sino por tener una tradición cultural proveniente de sus pueblos indígenas, quienes producen artesanías. Lamentablemente, este sector artístico está más descuidado y desvalorizado que el arte contemporáneo mexicano. Por lo que, ante esta situación, nosotros a través de este PAP, podemos abordar y atender las necesidades de estos sectores, los cuales son más valorados en el extranjero, ya que, en México, el arte es considerado un “lujo”, algo “exclusivo”, por lo que vuelve difícil la venta y el posicionamiento de los

artistas mexicanos en el sector. Sin embargo, una vez que se logra el acercamiento a éste, la perspectiva cambia. El arte es una inversión.

Es a través de la comercialización local y nacional (participación en galerías y subastas) e internacional (ferias), donde se pueden posicionar estos productos. Para ello se debe de realizar una combinación entre buena visión administrativa y tener sensibilidad por el arte, lo cual resulta en una excelente oportunidad de negocio (Muñoz & Medina, 2013, pág. 45).

Actualmente la autogestión por parte del artista no es suficiente. A pesar de que el artista esté bien preparado, habiendo aprendido a moverse en el mundo del arte, le es imposible abarcar todo el trabajo que conlleva la producción, promoción y venta de sus obras. Por ello necesita de alguien que le guíe y le proporcione visibilidad en el mercado. Que muestre su obra y le ayude a exponer en otras salas, instituciones y museos, así como le ayude a crear relaciones de valor tanto con otros artistas, como con críticos, galeristas, directores de museos, coleccionistas, técnicos, ayudantes, etcétera (Díaz, 2016.pag 67).

Que se le promocióne nacional e internacionalmente haciendo que su obra sea conocida tanto por los especialistas como por el público en general. Que se gestione su obra ayudando a la producción, fijación de precios, inventario, almacenamiento, etcétera. Todo esto tiene el objetivo de que su obra sea reconocida, conocida y valorada.

Hoy en día los tres principales países que encabezan este mercado son Estados Unidos, China e Inglaterra, aunque con el área de oportunidad que se tiene, están apareciendo nuevos centros mundiales del mercado artístico. Estas áreas emergentes, junto con nuevos coleccionistas, están desplazando el centro del mercado hacia Oriente (Valenzuela, Meza, Fuenzalida & Valenzuela, 2017.pag 34).

El aumento en el interés por la venta-compra de arte puede ser comprendido por diversos factores: mayor producción, es decir, mayor número de artistas; mayor interés en el sector dada la diversidad cultural; el aumento de exposiciones, entre otros aspectos. Para quien sepa aprovechar las oportunidades que ofrece el sector, tienen una excelente oportunidad de desarrollo dada su prometedora evolución (Parrino, 2009, pág. 12). Además, que en México sí se sabe aprovechar las excepciones de pago de aranceles y beneficios que brindan los Tratados Comerciales y el trato preferencial se puede concluir la venta de artesanías y obras de arte a nivel internacional.

Sin embargo, no debemos de ignorar los retos que se presentan dentro de este sector. Uno de los principales obstáculos lo vemos en el movimiento temporal de las obras, tanto para las exposiciones y ferias internacionales, y esto se debe principalmente a los costos. Una de las partidas más fuertes es el alquiler del suelo, es decir el pago

de los metros o pies que lo conforman. Cuánto más lejos esté, más gastos ocasiona, viajes más costosos, transportes más caros, etcétera (Sostres, 2018, pág. 21).

Para hacerle frente a este reto sería necesario el desarrollo de una política cultural específica de apoyo directo a la exportación de bienes creativos y que potencie el desarrollo emprendedor en estos países, con facilitación comercial, asesoría de procesos exportables, información de ferias, convenios, subastas e instituciones internacionales especialistas en compra de estos bienes creativos. De esta forma no se pone en riesgo el ingreso del artista, para quien este sector es su forma de vida, además, que ayudaría a regularizar una práctica que va en aumento (Valenzuela, Meza, Fuenzalida & Valenzuela, 2017.pag 76).

Así como se puede acudir a galerías de arte para acceder a ayudas o subvenciones para participar en ferias internacionales. Adicionalmente, se puede encontrar un apoyo a través de la Cámara de Comercio, programas de ayuda económica tanto locales como federales (Díaz, 2016, pág. 34).

Pero dentro de los retos, también se encuentran los beneficios de participar en las ferias, y más si se es artista emergente. Este tipo de eventos son una plataforma de venta internacional, que permiten que se dé a conocer el artista, expandir el número de clientes y contactos; posicionarse en nuevos mercados; vender obra; ganar experiencia. Al ser un espacio concurrido, en pocos días puede obtener mayor visibilidad que la que obtiene en todo un año. A las ferias no sólo acuden personas por gusto, sino también, galeristas, coleccionistas, artistas, críticos, directores de instituciones, etc. Por lo tanto, no solo se propicia relaciones comerciales, es decir ventas, sino que estas van más allá.

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

El Proyecto de Aplicación Profesional (PAP) es una modalidad educativa en la cual los estudiantes del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) ponen en práctica sus saberes y competencias profesionales al desarrollar un proyecto en el cual se tendrán que dar soluciones a problemáticas reales a las que se pueden enfrentar algunas empresas, personas o incluso la sociedad en general.

El PAP de Desarrollo de Estrategias Comerciales Nacionales e Internacionales tiene como objetivo la creación de un proyecto que apoye a un artista emergente a participar en una feria o misión internacional con el objetivo de darse a conocer en ambientes extranjeros. Los alumnos deberán desarrollar un plan para su artista designado a través del cual, el mismo, pueda basarse para participar en la feria de su agrado.

Empezando por comparar distintas ferias y presentárselas al artista, quien optará por dos de ellas como primera y segunda opción, una vez que se escoja la feria, los participantes se empaparon del mundo del arte asistiendo a galerías y teniendo

pláticas tanto con artistas como con galeristas y con profesionales en mercadotecnia para conocer más sobre este entorno, muchas veces desconocido en México.

También buscarán conseguir galerías donde su artista pueda exhibir sus obras y procurar venderlas para financiar su viaje. Mientras tanto desarrollarán un documento de investigación para dar a conocer al artista todos los detalles sobre la feria y el país en el que participará, así como ayudarlo a diseñar un stand y un folleto que llame la atención de los posibles clientes.

2. Marco conceptual de referencia

2.1. Información general del país destino

Nombre oficial: The United States of América, o USA en siglas; Estados Unidos de América, de manera abreviada, Estados Unidos, EUA o EE. UU

Capital: Washington, D.C. (Distrito de Colombia).

Superficie: Incluyendo territorios y agua totalizan 9.826.675 Km² (9.161.966 Km² de territorio - contando solamente los 50 Estados y el Distrito de Columbia 664.709 Km² de agua y unas fronteras de 12.034 Km.

Población: en el censo realizado por US Census Bureau, al 19 de septiembre de 2022, se contabilizó una población aproximada de 338,289,000 millones de habitantes.

Idioma: El inglés es el idioma oficial nacional de facto. Aunque no existe ningún idioma oficial a nivel federal, algunas leyes —como los Requisitos para la Naturalización en EEUU— colocan al inglés como idioma obligatorio. El Senado de Puerto Rico (Estado Asociado) aprobó una iniciativa para que el español sea considerado como su primer idioma oficial.

El español es el segundo idioma más hablado en EEUU, el principal - y ya oficial - en Puerto Rico y uno de los idiomas oficiales, de facto, del Estado de Nuevo México. En EE.UU. hay 43 millones de hablantes nativos de español, con un 11,6 millones adicionales que son bilingües, según datos recogidos en el censo de Estados Unidos y otras fuentes gubernamentales, con una concentración en los estados del sur y suroeste (en especial en California, Arizona, Nuevo México, Texas, Florida, Nevada, Colorado), pero también en los barrios hispanos de las ciudades de Nueva York, Los Ángeles, Miami o Washington (D.C.) y municipios cercanos a estas ciudades, siendo en algunas zonas de esos estados y ciudades incluso más importante que el inglés.

Moneda: El dólar \$ ha sido la moneda oficial del país desde 1792

Forma de Estado: República Federal Constitucional con un sistema presidencialista.

División Administrativa: EEUU está compuesto por 50 estados, un distrito federal y estados asociados o no incorporados (Dependencias).

Bandera: Compuesta por 13 franjas de color rojo y blanco y 50 estrellas blancas sobre fondo azul. Las 13 franjas alternas rojas y blancas de la bandera representan las 13 colonias originales. Sus 50 estrellas blancas de 5 picos sobre un campo azul representan los 50 estados.

Clima: Al ser un país con una vasta extensión territorial, es lógico que presenten una variedad climática considerable. Sin embargo, por lo general tienen un clima continental, con inviernos fríos (a menudo gélidos) y veranos calurosos (a menudo muy calurosos), con diferente duración de las estaciones según la latitud y la distancia al mar

Página oficial:

Selected U.S. Government Information Web Sites. (2020, December 1). United States Department of State. <https://www.state.gov/selected-u-s-government-information-web-sites/>

Nombre oficial: Canadá

Capital: Ottawa

Superficie: 9.984.670 Km², de los cuales 891.163 km² (8,9% del total) corresponden a extensiones de agua dulce, incluyendo la parte canadiense de los Grandes Lagos. El perímetro costero de Canadá es de 208.080 km. Es el segundo país más grande del mundo.

Población: en el censo realizado por US Census Bureau, al 19 de septiembre de 2022, se contabilizó una población aproximada de 38,454,000 millones de habitantes.

Idioma: El inglés y el francés son los idiomas oficiales. El inglés es el idioma más extendido. En la práctica, el uso del francés apenas traspasa las fronteras de la provincia de Quebec, donde representa la lengua materna de más del 80% de la población.

Moneda: El dólar canadiense. Hay billetes de 5, 10, 20, 50, y 100 dólares y monedas de 5, 10, 25 céntimos y de 1 dólar y 2 dólares. Canadá tiene un régimen de cambios flotante.

Forma de Estado: Canadá es un estado federal y una monarquía parlamentaria en la tradición de Westminster. El Rey Carlos III de Inglaterra es el Jefe de Estado, y el poder ejecutivo está en manos de un Primer Ministro, Justin Trudeau que responde ante el Parlamento.

División Administrativa: Canadá está compuesto por 10 provincias y 3 territorios.

Bandera: Compuesta por dos rectángulos rojos a los lados, un cuadrado blanco en el centro y una hoja de arce de color rojo adornando el centro. La bandera canadiense es conocida por diversos nombres. Se le llama de forma general la 'Bandera Nacional de Canadá'. En inglés es conocida como 'The Maple Leaf' (la bandera de la hoja de arce) debido a la hoja central que adorna la bandera. Su nombre en francés también hace referencia a la hoja de arce, llamándose 'l'Unifolia' (la bandera de una sola hoja).

Clima: Dada la extensión y la diversidad del relieve del país, el clima canadiense presenta considerables variaciones regionales.

- En la costa del Pacífico, los veranos son frescos y relativamente secos. Los inviernos, en cambio, son templados, lluviosos, con nubosidad abundante.
- En el interior de la provincia de Columbia Británica, durante el invierno, vientos húmedos provenientes del oeste provocan abundantes nevadas en las laderas montañosas. Al contrario, en verano domina una climatología seca y calurosa.
- El interior del país, desde las Montañas Rocosas hasta los Grandes Lagos, presenta un clima de tipo continental, con inviernos largos y fríos, veranos cortos pero calurosos, y escasas precipitaciones.
- Las regiones meridionales de Ontario y Quebec tienen un clima húmedo, con inviernos fríos, veranos calurosos y, por lo general, abundantes precipitaciones a lo largo de todo el año.
- Las provincias de la costa atlántica se caracterizan por un clima húmedo de tipo continental, pese a la influencia del océano en el litoral.

Página oficial: Service Canada. (n.d.). *Home - Canada.ca*. <https://www.canada.ca/en.html>

2.2. Análisis demográfico y macroeconómico

Estados Unidos de América

Estados Unidos, con una población de 332.183.000 personas, es uno de los países más poblados del mundo con 34 habitantes por Km².

Estados Unidos es la primera economía del mundo por volumen de PIB. Su deuda pública en 2020 fue de 24.610.805 millones de euros, es el país más endeudado del mundo, con una deuda del 134,24% del PIB y está entre los países con más deuda respecto al PIB del mundo.

El PIB per cápita es un muy buen indicador del nivel de vida y en el caso de Estados Unidos, en 2021. Sus habitantes tienen un buen nivel de vida, ya que ocupa el puesto número 9 en el ranking de 196 países del ranking de PIB per cápita.

En cuanto al Índice de Desarrollo Humano o IDH, que elabora las Naciones Unidas para medir el progreso de un país y que en definitiva nos muestra el nivel de vida de sus habitantes, indica que los estadounidenses tienen una buena calidad de vida.

Estados Unidos se encuentra en el 8º puesto de los 190 que conforman el ranking Doing Business, que clasifica los países según la facilidad que ofrecen para hacer negocios.

En cuanto al Índice de Percepción de la Corrupción del sector público en Estados Unidos ha sido de 67 puntos, así pues, sus habitantes tienen un bajo nivel de percepción de corrupción gubernamental.

Hablando de un análisis macroeconómico sobre el arte en Estados Unidos de América, Estados Unidos es el líder de las ventas en subastas con 2700 millones y un 38% del mercado, luego vienen China con 1762 y el 25% del mercado y de capa caída el Reino Unido con 1400 millones y sólo 20% del mercado.

Muy pocos mercados han crecido tanto como el del arte. ¡En 1946 se estimaba que medio millón de personas compraban arte y hoy son 120 millones es decir 240 veces más! Las obras que se valorizan más son las que valen más de 100 mil dólares y dan rendimientos entre el 9 y el 14% anual. Y cuando el precio es superior a los 20 mil dólares se estima en un 7% la valorización anual. El futuro son las ventas online, hoy el 99% de los rematadores lo usan y hace 15 años eran solamente un 3% de ellas.

Aumentan las emisiones de CO2 en Estados Unidos. (2022, 19 septiembre).

Datosmacro.com. <https://datosmacro.expansion.com/energia-y-medio-ambiente/emisiones-co2/usa>

Canadá

Canadá, con una población de 38.246.108 personas, se encuentra en la posición 38 de la tabla de población, compuesta por 196 países y mantiene una muy baja densidad de población, 4 habitantes por Km².

Canadá es una de las 10 economías más importantes del mundo por volumen de PIB. Canadá es un país desarrollado, obtuvo un PIB corriente de US \$1.991 miles de millones en 2021, la novena economía más grande en el mundo, superando a países como Rusia y Corea del Sur.

En cuanto al Índice de Desarrollo Humano o IDH, que elabora las Naciones Unidas para medir el progreso de un país y que en definitiva nos muestra el nivel de vida de sus habitantes, indica que los canadienses tienen una buena calidad de vida.

Canadá se encuentra en el 22º puesto de los 190 que conforman el ranking Doing Business, que clasifica los países según la facilidad que ofrecen para hacer negocios. En cuanto al Índice de Percepción de la Corrupción del sector público en Canadá ha sido de 74 puntos, así pues, sus habitantes tienen un bajo nivel de percepción de corrupción gubernamental.

Indicadores Económicos y socio-demográficos 2022. (s. f.). Datosmacro.com. <https://datosmacro.expansion.com/paises/canada+>

2.3. Diagnóstico riesgo, país y ambiente de negocios

Actualmente, la situación económica mundial se encuentra en una transición económica, en la cual Estados Unidos es uno de los principales involucrados. Debido a distintos factores, actualmente Estados Unidos se encuentra en una posición económica positiva, aunque frágil en consideración a los conflictos mundiales que se avecinan.

Tras una recuperación económica durante 2021, la cual gran parte se debe a la impresión de dinero que la reserva federal entregó a los ciudadanos y empresas, hoy en día la economía se encuentra en una desaceleración gracias a la inflación creada en los dos años anteriores. Este panorama económico tiene como pronóstico la futura posición agresiva de la reserva federal americana, en la cual se verán al alza los tipos de interés, así como una política económica agresiva con la finalidad de ralentizar el actual problema de inflación.

Se espera que, durante el resto del 2022, este déficit seguirá siendo predominante gracias a la baja del comercio internacional debido a la situación de comercio internacional actual, el cual se ha visto afectado con el alza de precios en distintas secciones de la cadena de suministros.

Sin embargo, esta problemática mundial está presente en todas las economías mundiales, el debilitamiento de estas, como pueden ser la Unión Europea y Reino Unido, ha logrado que el dólar americano se encuentre en una posición de altos históricos frente a otras monedas como la Libra y el Euro.

Estados Unidos: Política y Economía (s.f). Santander. Desde:

Política y economía Estados Unidos - Santandertrade.com. (n.d.).

<https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/estados-unidos/politica-y-economia>

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

Factor	Variables/factores	Corto plazo	Mediano plazo	Largo plazo	Evaluación del impacto
---------------	---------------------------	--------------------	----------------------	--------------------	-------------------------------

P O L I T I C O	Elecciones Presidenciales		X		
	Elecciones para el congreso federal	X ¹			
	Tratados comerciales			2	<ul style="list-style-type: none"> - Las elecciones presidenciales se realizarán en el año 2024 y esto podría provocar devaluación si dichos gobiernos toman decisiones drásticas o hacen cambios en las políticas económicas del país. - Las elecciones se realizarán en el año 2022 y esto puede afectar ya que podría haber una eliminación de organismos que brinden apoyo a los artistas. - El tratado TLCAN tiene una vigencia de 16 años, pero cada 6 años se hace una revisión, en la cual podría haber ciertos cambios, tales como aumento de aranceles o distintas barreras arancelarias

¹ La economía del mercado de arte, un mercado como ningún otro (I)
<https://www.milenio.com/opinion/alejandro-gomez-tamez/columna-alejandro-gomez-tamez/la-economia-del-mercado-de-arte-un-mercado-como-ningun-otro-i>

² El impacto institucional del Tratado de Libre Comercio de América del Norte
<https://revistadigital.sre.gob.mx/index.php/rmpe/article/view/1364>

E C O N O M I C O	Devaluación/ apreciación del peso Aumento/ disminución de la inflación Déficit/ superávit comercial Expectativas de crecimiento del PIB	x			Actualmente las monedas como el euro y la libra se encuentran bajo la paridad frente al dólar, mientras que el peso se encuentra en una posición estable, principalmente gracias a la riqueza de energías tradicionales. La inflación a nivel mundial y la incertidumbre de una posible guerra mundial mantienen los mercados a la baja. Las reservas federales de las principales potencias mundiales tienen previsto que la inflación continúe por lo menos hasta el 2024.
T E G N O L O G I C O	Índice de competitividad del país Transformación digital de las empresas Patentes Apoyos e incentivos con fondos privados y públicos para el desarrollo tecnológico	X	X	X	Según una nueva investigación (Indicadores Económicos y sociodemográficos 2022, s. f.) <ul style="list-style-type: none"> • Gracias a su prestigioso sistema educativo, la calidad de sus centros de investigación y los fondos destinados a la investigación e innovación hacen un destino perfecto para la colaboración y hace que tenga una competitividad alta. • La mayoría de las compañías se encuentran en medio de una transformación de negocio hacia lo

					<p>digital destinada a mantenerse competitivas en un mercado digital en expansión e impulsar su crecimiento y la eficiencia operativa.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las patentes en vigor en todo el mundo aumentaron un 5,9% para alcanzar unos 15,9 millones en 2020. El mayor número de patentes en vigor se registró en los EE. UU. • Estados Unidos ha obtenido 83,67 puntos en el Índice de Competitividad de 2019, publicado por el Foro Económico Mundial, que mide cómo utiliza un país sus recursos y capacidad para proveer a sus habitantes de un alto nivel de prosperidad. • En relación a los apoyos e incentivos con fondos para misiones comerciales del Gob. Federal se encontró este apoyo para el tema del arte: Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA). Desde
--	--	--	--	--	---

					<p>que se creó, el 2 de marzo de 1989, al FONCA le fueron asignadas las siguientes tareas: apoyar la creación y la producción artística y cultural de calidad; promover y difundir la cultura; incrementar el acervo cultural, y preservar y conservar el patrimonio cultural de la nación.</p> <p>Recuperado de Cultura, S. de. (s. f.). <i>Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA)</i>. gob.mx. https://www.gob.mx/cultura/acciones-y-programas/fondo-nacional-para-la-cultura-y-las-artes-fonca</p>
A M B I E N T A L	<p>Huella del carbono</p> <p>Manejo de residuos tóxicos</p> <p>Manejo de energía</p> <p>Manejo de agua</p> <p>Marco regulatorio³ medioambiental</p>	X	X	X	<p>El cambio climático es una realidad que nos está afectando directamente, y puede afectar el desarrollo económico de los países, ya que ocasiona más desastres naturales. Es de menester importancia resaltar que es el segundo país que más emisiones de CO2 genera, de 182 países (Datos Macro, 2021).</p> <p>En cuanto al manejo de residuos tóxicos, no</p>

³ Referencia bibliográfica sobre el índice de competitividad de país

				<p>implica un riesgo a corto plazo, ya que se encuentra regulada en la Ley de Eliminación de Residuos Sólidos (<i>Solid Waste Disposal Act</i>, SWDA), de alcance federal, reformada por la Ley de Conservación y Recuperación de Recursos (<i>Resource Conservation and Recovery Act</i>, RCRA) (Resumen de Derecho Ambiental en los Estado Unidos, n.d).</p> <p>El manejo de la energía, se considera un problema dada la situación actual de invasión de Rusia a Ucrania, lo que desestabiliza a todo el mundo; los precios han aumentado, y los recursos como el gas natural, un combustible vital para calentar los hogares y alimentar la red eléctrica han escaseado.</p> <p>En cuanto al agua se puede afirmar que existe una problemática. La vicepresidenta Kamala Harris comentó que alrededor de 90 millones de estadounidenses actualmente viven en condiciones de sequía y que, para 2030 la mayoría tendrá dificultades para acceder a este recurso. Sin embargo, se está</p>
--	--	--	--	--

indicadores Económicos y socio-demográficos 2022. (s. f.). Datosmacro.com.

<https://datosmacro.expansion.com/paises/canada+>

					<p>buscando la implementación de políticas y programas a nivel internacional.</p> <p>En cuanto al marco regulatorio no existe hasta el momento ningún problema, la Agencia de Protección Ambiental de Estados Unidos se encarga de homologar las leyes y reglamentos en todos los sectores.⁴</p>
L E G A L	<p>Nivel de corrupción del país</p> <p>Independencia de la suprema corte de justicia</p> <p>Nivel de impunidad del país</p>		X	X	<p>Se encuentra ubicado en la 27° posición en el índice de Percepción de la Corrupción de 180 países, lo que no implica un riesgo, sin embargo la percepción ha aumentado por lo que en un futuro puede implicar un problema (Datos Macro, 2021b).</p> <p>En cuanto al Índice Global de Impunidad se encuentra con un valor de 40.21, lo que lo coloca en los valores medios a nivel internacional (Le Clerq & Rodríguez, 2020)</p>

⁴ Para mayor información respecto a la regulación ambiental revisar: <https://revistadigital.sre.gob.mx/index.php/rmpe/article/view/1129>

S O C I A L	Movimientos sociales radicales			X	Los movimientos sociales radicales normalmente buscan un objetivo que no se encuentra a corto plazo por lo que puede afectar a los artistas por largos periodos de tiempo. Actualmente en EUA existen distintos grupos radicales, feministas, ambientalistas, grupos LGBTQ+, entre otros.
	Huelgas y manifestaciones	X			Huelgas políticas, ambientales, feministas, pro-vida o de cualquier índole pueden afectar fuertemente a los artistas a corto plazo, ya que normalmente en un día se terminan, la forma en la que podría perjudicar sería mayormente con el bloqueo de calles.
	Nivel de violencia			X	El nivel de violencia impacta a largo plazo ya que no es fácil combatirlo. En EUA en el año 2020 hubo más de 21,500 homicidios, aumentó 29.4% desde el 2019. <i>Recuperado de: Staff, F. (2021, 28 septiembre). Asesinatos en EU suben casi 30% en 2020, el mayor aumento en décadas. Forbes México. https://www.forbes.com.mx/mundo-asesinatos-en-eu-suben-casi-30-en-2020-el-mayor-aumento-en-decadas/</i>

2.5. Análisis de Riesgos. 24

Clasificación arancelaria del producto a exportar 97019099

Sección:	XXI	Objetos de arte o colección y antigüedades
Capítulo:	97	Objetos de arte o colección y antigüedades
Partida:	9701	Pinturas y dibujos, hechos totalmente a mano, excepto los dibujos de la partida 49.06 y artículos manufacturados decorados a mano; collages y cuadros similares.
SubPartida:	970190	- Los demás.
Fracción:	97019099	Los demás.

2.5.1. Comercial TLC. 26

Se debe avisar a las aduanas de México para constatar que las obras no estén sujetas a disposiciones que sobre monumentos artísticos establece la Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticos e Históricas.

Debe contar con la firma electrónica

Requisitos:

1. Escrito libre de solicitud

Detalle: Escrito dirigido a la Coordinación Nacional de Artes Visuales, que indique el motivo de la importación o exportación, si es temporal o definitiva, ciudad y país de procedencia o destino y aduana de salida o entrada. Incluyendo la siguiente leyenda: "Manifiesto que la información sobre la propiedad y los datos técnicos de la obra son ciertos y verdaderos". Firmado por el solicitante con nombre completo y domicilio.

2. Lista de imágenes de obras a exportar

Detalle: Lista de obras con ficha técnica e imagen. Archivo PDF

3. Comprobante de domicilio.

Detalle: 1 copia. Archivo PDF

4. Identificación oficial vigente.

Detalle: 1 copia. Archivo PDF

A continuación, se presentan los pasos a seguir:

Tiempo que tiene la dependencia para resolver: 1 Día hábil

Web:

- 1 ingresar al portal de Ventanilla Única. Acceder al trámite con la firma electrónica, elige en la pestaña de trámites el ícono del INBA “Aviso de importación y exportación de obra de los siglos XX y XXI,
- 2 llena la solicitud y anexa un solo archivo de la lista de obra con ficha técnica e imagen en formato PDF a 300 DPI con un peso máximo de 3 MB.
- 3 firma la solicitud con tu firma electrónica (FIEL),
- 4 para consultar el oficio resolutivo ingresa nuevamente a la ventanilla única.

Liga para iniciar al trámite: <https://www.ventanillaunica.gob.mx/vucem/Ingreso.html>

3. Análisis de Mercado

3.1 Segmento NSE

¿Qué es el NSE y por qué es importante para el desarrollo de nuestro proyecto?

De acuerdo con la página oficial del AMAI:

“El Nivel Socioeconómico (NSE) es la norma desarrollada por la Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión Pública (AMAI), basada en el desarrollo de un modelo estadístico que permite clasificar a los hogares de una manera objetiva y cuantificable de acuerdo a su Nivel Socioeconómico. Esta es la segmentación social y mercadológica más usada y ha permitido a la industria, el comercio, los medios, las agencias de comunicación, las instituciones públicas, la academia y las empresas de investigación, analizar de una manera científica, estandariza y sencilla, los grupos que integran la sociedad mexicana. ” (AMAI,2022)

¿Qué NSE? Recuperado noviembre 7, 2022, de <https://www.amai.org/NSE/>

El NSE toma un papel importante en nuestro proyecto ya que parte de él es la generación de un mercado en México para el artista Daniel Naredo, esto con la finalidad de obtener financiamiento económico que permita la participación eficiente en una feria de arte internacional.

Para este caso de estudio es importante mencionar a la Zona Metropolitana de Guadalajara como nuestra principal área de estudio ya que es el lugar en dónde los principales encargados del PAP, así como los estudiantes participantes vivimos y tenemos facilidad de transporte y contacto con las galerías y personas involucradas en la escena artística.

Consideramos que el Nivel Socioeconómico al que debemos dirigir los objetivos de este proyecto es el NSE A/B, en el cual se encuentran hogares con un ingreso de 85,000 MXN en adelante. El AMAI propone la siguiente descripción del NSE A/B:

Está conformado en su mayoría por hogares en los que el jefe de familia tiene estudios profesionales o posgrado (80%). Siete de cada diez viviendas (72.5%) tienen al menos 3 dormitorios y un 67% cuentan con al menos dos automóviles. Prácticamente todos cuentan con internet (99%). (AMAI,2022) [RTEA3]

¿Qué NSE? Recuperado noviembre 7, 2022, recuperado de <https://www.amai.org/NSE/>

3.1.2 Segmentación por tribus

Actualmente no basta solo con conocer el género, la economía o la edad de nuestros consumidores, para obtener un claro panorama de nuestro consumidor ideal, es necesario saber qué es lo que lo apasiona y lo que forma y sostiene su identidad.

Para esto, existen las clasificaciones por tribus, en las cuales los individuos se unen por alguna pasión que vaya más allá de los factores demográficos como edad o género. (Asimétrica,2019)

(2019, marzo 14). Segmentación: ¿Qué son las tribus? Recuperado noviembre 7, 2022, <https://asimetrica.pe/blog/segmentacion-que-son-las-tribus-nid-94>

En el caso específico del arte, las distintas categorías que lo dividen por disciplinas, como pintura, escultura o arte digital generan por sí mismas tribus dentro de la misma escena artística, sin embargo esto no quiere decir que se encuentren interconectadas por factores en común interdisciplinarios, para esto consideramos necesario identificar la oferta del artista para poder evaluar las tribus a las cuales la propuesta podría resultar más interesante la propuesta del artista, para posteriormente sea posible generar una estrategia que comprenda lo que los une y los hace funcionar como comunidad que resulte en una integración de nuestra oferta en sus áreas de interés.

3.2 Características del consumidor

¿A qué tipo de consumidor recomendamos dirigir nuestra estrategia durante la feria?

De acuerdo con los hallazgos del investigador Dr. Clare McAndrew, por parte de Art Basel y UBS en su análisis anual de la industria valorada en \$64.1 millones, los cuales son publicados en el reporte "The Art Market 2020", obtenemos los siguientes resultados, los cuales nos proporcionarán un panorama sobre la situación del mercado actual en cuestiones demográficas que servirán como referencia para generar nuestra estrategia al entrar al mercado norteamericano.

A continuación, podemos ver las recomendaciones de Art Basel, las cuales pueden ser consultadas en el siguiente enlace:

Art Basel, A. (2020, May 03). Millennial collectors are coming of age – and women are the biggest spenders. Retrieved November 1, 2022, from <https://www.artbasel.com/stories/millennials-art-market-2020>

“En los últimos años, las galerías se han vuelto extremadamente enfocadas en atraer y retener la atención de los Millennial (actualmente con edades entre 23 y 38 años), una generación que es famosa por su escasez de dinero y tiempo. Entonces, ¿cuál es la mejor manera de atraer a esta audiencia más joven? Según la asesora de arte con sede en Nueva York, Heather Flow, de cuyos clientes aproximadamente el 70 % pertenecen al grupo demográfico, la precisión es clave. “Los coleccionistas Millennial verdaderamente atractivos requieren que las galerías reconsideren las ideas de transparencia, flexibilidad, diversidad y sostenibilidad”, dice ella. “El modelo de negocio de la galería debe adaptarse para considerar estos elementos”. (Art Basel, 2020)

Art Basel, A. (2020, May 03). Millennial collectors are coming of age – and women are the biggest spenders. Retrieved November 1, 2022, from <https://www.artbasel.com/stories/millennials-art-market-2020>

De acuerdo con la información anterior, recomendamos tener en consideración las necesidades de los consumidores Millennial, los cuales representarán una gran porción del mercado que participará en nuestra exhibición en la feria, de lo cual sugerimos hacer énfasis en la flexibilidad que buscan en su consumo, lo cual consideramos que Daniel sobresale en este ámbito debido al trato directo y personal con los clientes, sin embargo esto puede ser reforzado con métodos de pago accesibles, métodos de envío eficaces considerando el mercado americano, así como una atención especial a la necesidad del consumidor de tener un producto único que se distinga del resto.

Si bien los compradores de entre 40 y 64 años siguen representando el segmento más grande para los comerciantes (representando el 62% de todos los compradores en 2019, según The Art Market 2020), el mayor crecimiento interanual se observó en los coleccionistas menores de 40 años, habiendo aumentado en un 6%, al 19%. De esto, el sector contemporáneo tenía la mayor parte de compradores más jóvenes, con un 21% de coleccionistas contemporáneos menores de 40 años. “(Art Basel, 2020

Art Basel, A. (2020, May 03). Millennial collectors are coming of age – and women are the biggest spenders. Retrieved November 1, 2022, from <https://www.artbasel.com/stories/millennials-art-market-2020>[RTEA9]

Mientras que recomendamos tener en consideración al mercado Millennial, el mercado tradicional, dentro del rango de edad de 40 a 64 años sigue siendo una pieza vital para el éxito de nuestra participación internacional, al ser un mercado con preferencias y métodos de consumo distintos a los Millennial, recomendamos generar canales de comunicación distintos que apelen a las necesidades de ambos tipos de

consumidor, por ejemplo, las herramientas publicitarias impresas seguirán siendo una pieza clave en nuestra comunicación con el sector tradicional y se deberá dar a conocer esta opción para ellos así como continuar con los métodos modernos de interacción con el consumidor Millennial que se inclinará hacia herramientas como Realidad Aumentada, redes sociales y códigos QR.

3.3. Productos sustitutos

Determinamos que es pertinente para el artista Daniel Naredo que esté al tanto sobre la escena artística que estará presente junto a él en la feria One of a Kind.

En nuestra investigación encontramos artistas de distintos medios, en cuanto a artistas plásticos y digitales, contamos con los ejemplos siguientes, así como una recomendación posterior.

Consideramos el ejemplo de la siguiente artista, la cual participará en el evento de finales de este año, su biografía cuenta con detalles que nos permiten conocer la vida del artista y formar un vínculo con él.

Recomendamos la elaboración de una propuesta similar al momento de generar la aplicación y exposición en One Of a Kind.

Enlace de consulta artistas participantes: [2022 Artists | One of a Kind Show \(oneofakindshowchicago.com\)](https://oneofakindshowchicago.com/2022-artists)

3.4. Requisitos de ingreso al mercado

En este caso, para la feria seleccionada por el artista, “One of a Kind” en Chicago, existen una serie de criterios que será importante tener como prioridad durante el desarrollo de la estrategia de este proyecto, así como durante el futuro proceso de aplicación.

Los criterios establecidos por la feria “One of a Kind” en Chicago pueden ser consultados en la página oficial de la feria en cualquier momento y son los siguientes:

Enlace de consulta: [Apply | One of a Kind Show \(oneofakindshowchicago.com\)](https://oneofakindshowchicago.com/apply)

Criterios de aceptación para artista

El trabajo del artista, el diseño del stand y la información de la aplicación se juzgarán en función de la calidad, la autenticidad, la singularidad, la posibilidad de venta, la presentación del stand y el equilibrio general de las categorías del espectáculo.

Criterios de aceptación:

- Debes ser el artista/diseñador/creador original de tu obra

- Has dominado el proceso de creación y artesanía necesario para hacer tu trabajo.
- Estás íntimamente involucrado en el proceso de diseño, creación y producción de principio a fin.
- NO se permite compartir stand
- El trabajo de Comercio Justo NO es elegible para participar

Criterios del proceso de producción de la obra:

- Tu trabajo debe ser creado/producido en el país en el que resides
- Las manufacturas que ayudan en la producción de su artículo deben ser de origen local. NO se permitirán artículos producidos en el extranjero. [RTEA12]
- El artista puede emplear asistencia/aprendices limitados, pero ellos (el artista) deben estar en el lugar e involucrados durante la producción.
- Las ayudas de reproducción, como los moldes utilizados en joyería o cerámica, deben ser creados por el artista solicitante.

Fuente: [Apply | One of a Kind Show \(oneofakindshowchicago.com\)](http://oneofakindshowchicago.com)

Criterios "OnShow" (durante el evento) de la exposición:

- El artista original debe estar presente durante toda la duración del evento.
- Los únicos artículos aprobados para exhibir en su stand son los artículos enviados en su solicitud
- El artista no puede desarmar su stand hasta después del cierre del espectáculo (domingo a las 5 p.m.)

Categorías de medios permitidas:

- Accesorios
- Cuerpo y Baño (Bath&Body)
- Velas
- Cerámica
- Moda
- Arte de fibra
- Muebles
- Vidrio
- Gastronomía
- Artículos del hogar
- Joyas
- Niños
- Metal
- Técnica mixta
- Cuadros (Paintings)
- Papel
- Productos para mascotas
- Fotografía

- Escultura
- Madera

Paquete de stand

Precios del paquete de stand

\$2,600 por stand aproximado de 100 pies cuadrados

\$400 adicionales para cabinas de esquina

Detalles del paquete de stand

Los artistas expositores obtienen un paquete de stand todo incluido:

- Paredes duras de 8' de alto, 1" de espesor, pintadas de blanco
- 4 luces de inundación
- Múltiples opciones de configuración de stand
- Moqueta gris
- Acarreo (el movimiento del trabajo hacia y desde el muelle de carga y el espacio de la cabina del artista)
- Toma de corriente estándar
- Silla (bajo petición)
- Papelera (bajo pedido)
- Señalización de stand
- WiFi gratis
- Salón de artistas
- Detalles del paquete de stand de artistas emergentes

Fuente: [Apply | One of a Kind Show \(oneofakindshowchicago.com\)](https://oneofakindshowchicago.com)

"The Emerging Market" es un espacio dedicado a la presentación de talentosos artistas, diseñadores y creadores emergentes. Para ser considerado, debe cumplir con los criterios de aceptación enumerados en "Todos los solicitantes", así como con los siguientes criterios de mercados emergentes.

- \$1,300 por aproximadamente 50 pies cuadrados
- Participante por primera vez en el One of a Kind Show Chicago*
- Menos de 3 años de experiencia como artista en activo (tiempo completo)
- Menos de 3 años de experiencia presentando su trabajo (en instalaciones, exposiciones y/o muestras de arte)
- El espacio del stand emergente suele ser de 50 pies cuadrados. Cada espacio tendrá 1 pared trasera SIN paredes laterales divisorias. Las asignaciones de

stand están determinadas por la gestión del espectáculo en función de la categoría.

*El artista aceptado solo puede participar en 1 espectáculo de vacaciones o primavera como artista emergente. Por ejemplo, el artista emergente de primavera de 2022 no será elegible para el mercado emergente de vacaciones de 2022.

Paquete integral de marketing

Los artistas expositores están equipados con materiales generosos y oportunidades excepcionales para promover su presencia y disfrutar de su experiencia en la feria:

- Listados en el directorio en línea con imágenes y enlaces de artistas, y guía de espectáculos en el sitio
- Materiales de marketing de cortesía para uso de los artistas, incluidos boletos electrónicos de cortesía, anuncios publicitarios y señalización de cabinas
- Exposición de relaciones públicas a través de las amplias relaciones con los medios del programa.
- Oportunidades de promoción en el sitio
- Seminario web para artistas previo al espectáculo
- Programación educativa presencial

[Apply | One of a Kind Show \(oneofakindshowchicago.com\)](https://oneofakindshowchicago.com)

4. Análisis cultural: Paradigmas y códigos culturales

4.1 Dimensiones culturales: Hofstede

Valor de las 6 dimensiones Fuente: Hofstede insights

Según las 6 dimensiones de Hofstede en la comparativa de México vs Estados Unidos, nos describe cada una de las dimensiones que se presentan en el gráfico de la siguiente manera:

Distancia de Poder:

Esta dimensión trata con el hecho de que todos los individuos en las sociedades no son iguales, expresa la actitud de la cultura hacia estas desigualdades entre nosotros. La distancia del poder se define como la medida en que los miembros menos poderosos de las instituciones y organizaciones dentro de un país esperan y aceptan que el poder se distribuya de manera desigual.

Con un puntaje de 81, México es una sociedad jerárquica. Esto significa que las personas aceptan un orden jerárquico en el que todos tienen un lugar y que no necesita mayor justificación. Se considera que la jerarquía en una organización refleja

desigualdades inherentes, la centralización es popular, los subordinados esperan que se les diga qué hacer y el jefe ideal es un autócrata benévolo.

Individualismo:

El tema fundamental que aborda esta dimensión es el grado de interdependencia que una sociedad mantiene entre sus miembros. Tiene que ver con si la autoimagen de las personas se define en términos de "yo" o "nosotros". En las sociedades individualistas, se supone que las personas deben cuidar de sí mismas y de su familia directa únicamente. En las sociedades colectivistas las personas pertenecen a 'grupos' que los cuidan a cambio de lealtad.

México, con un puntaje de 30 se considera una sociedad colectivista. Esto se manifiesta en un compromiso cercano a largo plazo con el 'grupo' miembro, ya sea una familia, una familia extendida o relaciones extendidas. La lealtad en una cultura colectivista es primordial y anula la mayoría de las demás normas y reglamentos sociales. La sociedad fomenta relaciones sólidas en las que todos asumen la responsabilidad de los demás miembros de su grupo. En las sociedades colectivistas, la ofensa conduce a la vergüenza y la pérdida de prestigio, las relaciones empleador/empleado se perciben en términos morales (como un vínculo familiar), las decisiones de contratación y promoción tienen en cuenta el grupo interno del empleado, la gestión es la gestión de grupos.

Masculinidad:

Un puntaje alto (masculino) en esta dimensión indica que la sociedad estará impulsada por la competencia, el logro y el éxito, y el éxito se define por el ganador/mejor en el campo: un sistema de valores que comienza en la escuela y continúa a lo largo de la vida organizacional.

Un puntaje bajo (Femenino) en la dimensión significa que los valores dominantes en la sociedad son el cuidado de los demás y la calidad de vida. Una sociedad femenina es aquella en la que la calidad de vida es el signo del éxito y destacar entre la multitud no es admirable. El tema fundamental aquí es qué motiva a las personas, querer ser el mejor (Masculino) o gustar lo que haces (Femenino).

México obtiene un puntaje de 69 en esta dimensión y, por lo tanto, es una sociedad masculina. En los países masculinos, las personas "viven para trabajar", se espera que los gerentes sean decisivos y asertivos, el énfasis está en la equidad, la competencia y el desempeño, y los conflictos se resuelven combatiéndolos.

Evitación de la Incertidumbre:

La dimensión Evitación de la incertidumbre tiene que ver con la forma en que una sociedad lidia con el hecho de que el futuro nunca se puede conocer: ¿debemos tratar de controlar el futuro o simplemente dejar que suceda? Esta ambigüedad trae consigo ansiedad y diferentes culturas han aprendido a lidiar con esta ansiedad de diferentes

maneras. La medida en que los miembros de una cultura se sienten amenazados por situaciones ambiguas o desconocidas y han creado creencias e instituciones que intentan evitarlas se refleja en la puntuación de Evitación de la incertidumbre.

México obtiene un puntaje de 82 en esta dimensión y, por lo tanto, tiene una preferencia muy alta por evitar la incertidumbre. Los países que exhiben una alta Evitación de la Incertidumbre mantienen códigos rígidos de creencias y comportamientos y son intolerantes con el comportamiento y las ideas poco ortodoxas. En estas culturas existe una necesidad emocional de reglas (incluso si las reglas nunca parecen funcionar) el tiempo es dinero, la gente tiene un impulso interno de estar ocupado y trabajar duro, la precisión y la puntualidad son la norma, la innovación puede ser resistida, la seguridad es un elemento importante en la motivación individual.

Orientación a Largo Plazo:

Esta dimensión describe cómo cada sociedad tiene que mantener algunos vínculos con su propio pasado mientras enfrenta los desafíos del presente y del futuro, y las sociedades priorizan estos dos objetivos existenciales de manera diferente. Sociedades normativas. que obtienen una puntuación baja en esta dimensión, por ejemplo, prefieren mantener las tradiciones y normas consagradas mientras observan el cambio social con recelo. Aquellos con una cultura que puntúa alto, por otro lado, adoptan un enfoque más pragmático: fomentan el ahorro y los esfuerzos en la educación moderna como una forma de prepararse para el futuro.

El puntaje relativamente bajo de 24 significa que la cultura mexicana es normativa. Las personas en tales sociedades tienen una gran preocupación por establecer la Verdad absoluta; son normativas en su pensamiento. Muestran un gran respeto por las tradiciones, una propensión relativamente pequeña a ahorrar para el futuro y un enfoque en lograr resultados rápidos.

Indulgencia:

Un desafío al que se enfrenta la humanidad, ahora y en el pasado, es el grado de socialización de los niños pequeños. Sin socialización no nos convertimos en "humanos". Esta dimensión se define como la medida en que las personas tratan de controlar sus deseos e impulsos, en función de la forma en que fueron criados. El control relativamente débil se llama "Indulgencia" y el control relativamente fuerte se llama "Restricción". Las culturas pueden, por lo tanto, describirse como indulgentes o restringidas.

Con un puntaje muy alto de 97, la cultura mexicana tiene una clara tendencia hacia la indulgencia. Las personas en sociedades clasificadas por una puntuación alta en Indulgencia generalmente muestran una voluntad de realizar sus impulsos y deseos con respecto a disfrutar de la vida y divertirse. Poseen una actitud positiva y tienen

tendencia al optimismo. Además, dan mayor importancia al tiempo libre, hacen lo que les da la gana y gastan el dinero como les apetece.

Hofstede Insights. (2021, 21 junio). Country Comparison. <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/mexico,the-usa/>.

A continuación, se describe un comparativo entre Estados Unidos y México en base al análisis de las dimensiones de Hofstede de ambas culturas para saber, en que aspectos coinciden o difieren ambas culturas y entender así los comportamientos que suelen tener los mexicanos y estadounidenses en el ambiente de negocios.

En el caso de la primera dimensión, distancia al poder, se puede observar que Estados Unidos tiene una baja puntuación a comparación de 6 México que es del doble; por lo tanto, es importante que los mexicanos al negociar con Estados Unidos comprendan que para esa sociedad la jerarquía y la centralización del poder no es lo importante dentro de la empresa, al contrario, se deben fomentar la participación y la comunicación entre los trabajadores y confiar en las capacidades y competencias de éstos.

En lo que respecta a la dimensión de Individualismo/Colectivismo, en la gráfica se puede observar una gran diferencia entre estas sociedades; Estados Unidos se caracteriza por ser una sociedad individualista, mientras que México se destaca por ser colectivista, en el momento de negociar se tiene que tomar en cuenta que para las personas de Estados Unidos es importante que sus socios y empleados sean personas autosuficientes y tengan la iniciativa para alcanzar los objetivos, que vean por ellos mismos y sean tenaces para conseguir lo que quieren.

En la dimensión de Masculinidad/Feminidad, se encuentra la única similitud siendo ambos países una sociedad masculina, lo que quiere decir que se preocupan por el éxito, los logros y la competencia a lo largo de sus vidas. También es importante para ellos que sus socios y contrapartes sean personas capaces, tengan logros memorables y reaccionen hábilmente ante los problemas encontrando una solución inmediata.

Por último, en el caso de la dimensión de evasión al riesgo, se observa una diferencia de casi el doble entre ambos países, siendo México una cultura intolerante a la incertidumbre por lo que suelen trabajar bajo códigos y reglas, son personas emocionales y se resisten a los cambios, debido a que la seguridad suele ser una motivación para ellos; sin embargo Estados Unidos es una cultura que acepta los riesgos y la incertidumbre, lo ven como un reto, aceptan y promueven la innovación, además alientan la libertad de expresión y no son necesarias las reglas. Por lo tanto, es importante que los mexicanos al tener una relación de negocios con socios estadounidenses se muestren seguros y acepten cambios, deben ser espontáneos y

olvidarse de los códigos y reglas; además de que deben aportar ideas y permitir la participación.

Análisis entre Estados Unidos y México. (s. f.). catarina. udlap. Recuperado 26 de octubre de 2022, de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/perramon_l_p/capitulo3.pdf.

4.2 Culturas de alto o bajo contexto

Las culturas de bajo contexto se basan en su mayoría en el mensaje verbal y raramente buscan información adicional en el medio ambiente. Estados Unidos es considerada como una cultura de bajo contexto.

En ésta, las personas cuentan generalmente con grandes redes de información y tienen muchas relaciones personales cercanas. En la interacción diaria de estas culturas, no es necesario tener gran cantidad de información verbal y tampoco se espera que esto suceda, pues muchas personas comparten experiencias similares y tienen una perspectiva parecida de cómo funciona el mundo.

Análisis entre Estados Unidos y México. (s. f.). catarina.udlap. Recuperado 26 de octubre de 2022, de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/perramon_l_p/capitulo3.pdf.

Según la Universidad De las Américas Puebla para poder llegar a un acuerdo que beneficie a ambas organizaciones es necesario conocer el estilo de negociación que maneja nuestra contraparte, por lo tanto, se describen los estilos de negociación que se manejan en Estados Unidos y México, y los aspectos que deben tomarse en cuenta en el momento de establecer una relación de negocios con socios estadounidenses.

Los elementos que componen los estilos de negociación de acuerdo a lo dicho son los siguientes:

- Composición del grupo: En el caso de Estados Unidos, el grupo estará orientado al marketing, todo lo que tenga que ver con el producto o servicio será lo relevante; sin embargo, en México el grupo estará orientado a las relaciones, la interacción y creación de confianza será lo más importante.
- Número de involucrados: En el caso de México y Estados Unidos es similar, el equipo se constituirá entre 2 y 3 personas, un número ideal para tener soporte de los colegas, aportar ideas y evitar conflictos.
- Orientación del espacio: Los estadounidenses establecerán un espacio de confrontación y competencia, mientras que el de los mexicanos será un espacio cercano y amistoso.

- Establecimiento de una relación: En Estados Unidos el enfoque en la relación es de corto plazo y directo a la tarea, y en el caso de México es de largo plazo y suelen hablar de temas personales como la familia, con esto su objetivo es crear una relación más personal y no tanto laboral.

4.3. Teoría del Iceberg

Báez menciona que EE. UU. es un país de una historia guerrerista, belicista, inmensamente rico, pobremente educado y en la actualidad totalmente dividido. En su origen tuvo la necesidad real de tener y portar armas para sobrevivir y protegerse. Así nació, una estructura jurídica “santificada”, ratificada junto a otras nueve enmiendas el 15 de diciembre de 1791, la Segunda Enmienda de la Constitución Norteamericana que reconoce el derecho de poseer y portar armas. Se estableció que ni el gobierno federal ni los gobiernos estatales ni locales pueden infringir ese derecho.

Ningún presidente de EE. UU. puede aparecer en público sin un batallón fuertemente armado del Servicio Secreto. Varios presidentes han sido asesinados, Abraham Lincoln fue el primero en 1865, seguido por James Garfield en 1881, William McKinley en 1901 y John Kennedy en 1963. También se han producido varios intentos felizmente fallidos, entre ellos a los presidentes Gerald Ford y Ronald Reagan. Ni el ciudadano común ni sus hijos pueden disponer de esta costosísima protección.

En el presente la violencia doméstica se expande como una pandemia en el territorio de EE. UU.

Este terrorismo interior no proviene de islamistas extranjeros, sino del corazón de esa gran nación, que requiere ser sanado. La historia nos enseña que todo proceso de disminución de la violencia descansa en instituciones públicas fortalecidas que actúen como interlocutores de la sociedad y los ciudadanos. Hoy el sistema de partidos, la Suprema Corte de Justicia y el Congreso Norteamericano están más divididos que nunca, se hace más difícil asumir agendas bipartidistas unificadoras.

(Julio Báez, Diario Libre publicado en noviembre de 2022).

4.4. Perfil cultural del país

Estados Unidos es famoso por muchas cosas, pero el deporte, la música y las artes son unos de los elementos más importantes de la cultura norteamericana. El fútbol americano, el béisbol, el baloncesto y el hockey sobre hielo son los cuatro principales deportes que se juegan en el país. Estados Unidos ha ganado más medallas de oro que cualquier otro país en los Juegos Olímpicos a través de los años, y los deportes de la universidad juegan un papel importante en la cultura deportiva de este país.

Desde el pop y el rock, hasta el jazz y el rhythm and blues, los Estados Unidos de América tiene el segundo mayor mercado de la industria de la música en el mundo.

Junto a la música, las artes son una parte muy importante de la cultura norteamericana.

Entre estas, se destacan: el teatro musical, la danza, las artes escénicas, la moda y la fotografía.

Chicago ha hecho significativos aportes a la cultura popular. En el campo de la música, Chicago es conocida por los Chicago blues, Chicago soul, jazz y su música góspel. Es conocida además como la cuna del house, cuya historia está relacionada con el desarrollo y adopción de la música tecno-electrónica de Detroit.

(StoryWorks, 2022).

4.5. Códigos culturales

Estados Unidos es una nación compuesta por personas de diversidad étnica. La mayoría de los estadounidenses pueden rastrear su ascendencia en otro país y cultura.

El código cultural de los Estados Unidos tiene origen en su propia Historia. Estados Unidos representa la búsqueda eterna por la libertad y la lucha en contra de la tiranía; sus valores fundacionales le permitieron basar su política exterior en favor a Dios. Su sistema judicial se basa en una moralidad puritana y el sentido estricto de la verdad, ambos como elementos coercitivos de una sociedad liberal pero tradicional. El sistema económico tiene una raíz protestante, la riqueza no es vista como un problema ni una culpa.

Los saludos en EE. UU. son muy informales. Se tiene que sonreír y llamar a las personas por sus nombres. En un grupo, asegúrate de presentar a todos entre sí. Los apretones de manos son bastante comunes, y un simple "hola" a menudo es todo lo que se necesita para empezar una conversación. Los estadounidenses son a menudo muy directos, trata de no ofenderte o sentirte insultado por esto, ya que no están tratando de ser groseros, sino simplemente prefieren ir directo al grano en lugar de perder el tiempo.

La mayoría de los estadounidenses habla inglés, lo que significa que será difícil comunicarse sino se tiene conocimiento del idioma, aunque la mayoría de los estadounidenses tratarán de ayudarlo lo mejor que puedan, incluso si no pueden entenderlo.

Inteligencia de Mercados/Cultura de Negocios con Estados Unidos. (2016, abril). LEGISCOMEX.COM.

<https://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20Office/cultura-negociaciones.pdf>.

4.6. Protocolo de negocios

Primero en palabras de García en su libro de "Como negociar con éxito", es muy importante la seriedad en la relación de negocios, es decir, los americanos no mezclan como sucede en otras culturas el ámbito de los negocios con aspectos personales o sociales, cuando se está negociando no se piensa en la posibilidad de convertir esa relación comercial en una relación de amistad.

Al reunirse con un colega o cliente, es educado pararse y ofrecer un breve y firme apretón de manos con contacto visual y una sonrisa. Esto es universalmente apropiado, independientemente de la edad, el género o la antigüedad de alguien. Los empleados a menudo se refieren a los superiores por su nombre, en lugar del apellido. Cuando no esté seguro, puede preguntar cómo prefiere que se dirija a su superior, o cometer un error en el lado de la formalidad.

Comunicación.

El idioma oficial de los Estados Unidos es el inglés, por esta razón debe de estar preparado para que la negociación se lleve a cabo en este idioma. Conviene recordar que el inglés que se habla en Estados Unidos hay palabras que tienen diferente significado al inglés británico.

Es importante que al momento de conocer a las personas con las que se va a reunir les ofrezca sus tarjetas de presentación. De igual manera lea correctamente las tarjetas de presentación de su contraparte para evitar equivocaciones en sus nombres ya que esto se verá de mal gusto.

El estilo de comunicación de los estadounidenses es directo y al punto. Esto puede parecer terminante para algunos, pero los estadounidenses consideran que las personas sencillas son confiables y eficientes. Sabido esto, la crítica directa no será bien recibida. El desacuerdo se presenta mejor en términos no conflictivos ("Veo su punto de vista, sin embargo ..."). Trate de tener un enfoque de "ganar-ganar" cuando difiera con los colegas.

Una pequeña charla sobre ingresos, edad, política y religión generalmente se considera tabú en los lugares de trabajo estadounidenses. Es mejor no preguntar a los colegas sobre estos temas ni expresar una opinión firme. En su lugar, elija temas neutrales como pasatiempos, entretenimiento, deportes u otras actividades de ocio. Entre los temas favoritos están el trabajo, los viajes, la comida, el deporte, el cine y la música.

Hay que tener cuidado con no criticar su cultura o su forma de vivir. Ellos son muy educados y no critican otras culturas.

García, O. L. (2008), páginas 75 y 76.

Lenguaje corporal.

A los estadounidenses les gustan los colegas que son accesibles y amigables, y tienden a sonreír más que otras culturas. Pero como "cultura de no contacto", los estadounidenses también prefieren tener una "burbuja" de espacio personal. Tenga en cuenta que no debe pararse demasiado cerca al hablar y minimice el contacto físico. El contacto físico rara vez sucede aparte de un apretón de manos, y los gestos como los abrazos generalmente se consideran inapropiados en el lugar de trabajo.

García, O. L. (2008). páginas 75 y 76.

Contacto visual.

El contacto visual se percibe como un signo de interés, sinceridad y confianza ser directo, aunque no continuado; periodos de cinco a siete segundos, interrumpidos por pausas de dos a tres segundos.

García, O. L. (2008). páginas 75 y 76.

Reuniones.

Las reuniones son generalmente de 30 a 60 minutos, con una agenda libre. La puntualidad es importante. El jefe puede llegar tarde, pero los empleados que reportan deben llegar a horario. Se espera que los asistentes escuchen y participen activamente. Quedarse tranquilo o usar computadoras portátiles o teléfonos puede interpretarse como desinterés.

Al reunirse con clientes, se pueden intercambiar tarjetas de presentación. Esto se hace con poca formalidad; por ejemplo, los estadounidenses guardarán sin ceremonias tarjetas de negocios para futuras referencias. Esto no se considera un signo de falta de respeto.

García, O. L. (2008), páginas 78 y 79.

Vestimenta.

Los códigos de vestimenta varían mucho en los Estados Unidos, y algunas áreas aún requiere vestimenta formal como traje y corbata. Su cultura corporativa, campo, nivel de antigüedad e incluso el clima de su ciudad afectarán las normas de vestimenta en el lugar de trabajo. Dado que hay muchas variables en juego, es mejor preguntar al departamento de Recursos Humanos sobre los códigos de vestimenta al momento de la entrevista, y recuerde que siempre es una buena idea estar demasiado arreglado en lugar de estar vestido de manera inapropiada para una entrevista de trabajo, su primer día de trabajo o una reunión importante.

García, O. L. (2008), páginas 75, 76.

4.7 Perfil cultural del negociador local

Los americanos como menciona el artículo de Legis Comex en el año 2016 son personas muy cordiales y atentas, se caracterizan por ser directos en relación al producto y precio; pero también son muy buenos negociadores, persistentes, ágiles y tienden a no darle largas al asunto.

Suelen demostrar el desacuerdo de una manera recia; si hay algo en lo no están de acuerdo dentro de la negociación, lo dicen sin dudarlo y procurando la mejor solución.

El factor calidad prevalece. De modo que el americano espera obtener productos y servicios de buena calidad y que verdaderamente correspondan a lo que se ofrece. También, es muy importante la transparencia, puesto que en Estados Unidos se negocia bajo el esquema “ganar-ganar”, que básicamente les garantiza rentabilidad y un buen resultado a las dos partes.

Si bien para los estadounidenses todos los acuerdos y contratos que se lleven a cabo deben quedar por escrito, la palabra es igualmente muy valiosa, ya que creen mucho en lo que se promete.

Por su parte, los estadounidenses, valoran mucho que la contraparte se adapte a su ritmo, sea proactivo, ágil y atienda a las necesidades que surjan de forma inmediata.

En Estados Unidos no es bien visto el regateo. La gente parte de la base de que si se está pidiendo un precio por un producto es porque ese es justamente su precio, por lo tanto, es inútil y nada serio proponer una rebaja.

Es de gran importancia, la perspectiva de hacer negocios a futuro o de que exista, porque cuando una compañía es capaz de demostrar su capacidad negociadora con marcas líderes del mercado durante varios años, se convierte en una garantía para un tercero, porque demuestra su seriedad, confiabilidad y cumplimiento. Por ésta misma razón, hoy día con mucha frecuencia las empresas en sus tarjetas, páginas web y presentaciones relacionan el listado de sus clientes, puesto que esto tiene un efecto repetitivo y generador de confianza muy alto. Adicionalmente, Estados Unidos es también uno de los países que más promueve prácticas postventa, lo cual es muy común en su tipo de negociaciones, para ellos es vital responder a quejas y reclamos y cumplir con garantías, lo que demuestra que parte de su prioridad esté enfocada en el servicio al cliente.

Inteligencia de Mercados/Cultura de Negocios con Estados Unidos. (2016, abril). LEGISCOMEX.COM.

<https://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20Office/cultura-negociaciones.pdf>

5. Propuesta de tropicalización Valor agregado

5.1. Adecuación cultural de la Propuesta publicitaria

Al no ser un producto perecedero no se tuvo que hacer un análisis de tropicalización. El arte tiene diferentes formas de expresión, y está abierto a todos los gustos, sectores y edades, por lo que lo vuelve un bien fácil de transportar. En este sentido, no se debe de realizar una adecuación cultural, creemos que es suficiente con saber transmitir la esencia del artista, su obra y sus objetivos, con lo que se podrá conectar con los posibles clientes, abriendo así diversas oportunidades para colocar su obra en más espacios internacionales.

5.2. Experiencia del cliente (Marketing sensorial y emocional)

La propuesta está dirigida al proceso de creación y de presentación del Stand para la feria. Después de realizar un análisis con expertas en Marketing se decidió que para el estilo de Daniel Naredo se recomienda lo siguiente:

Sensorial:

- Olores: madera y flores
- Sonido: música de ruidos urbanos, es decir, el ruido cotidiano de una ciudad.
- Hacer uso de códigos QR para hacer de la experiencia una más accesible; su uso permitirá que su obra tome vida, a través de la realidad aumentada.

Emocional:

- Al considerar a Daniel como un artista urbano, se buscó que a través del diseño del stand se diera esta atmósfera y vibra que va de la mano con la esencia de sus obras, mismas que buscan cautivar la esencia de las personas a través de los retratos, lo cual es su fuerte como artista, y es lo que primordialmente se busca vender.
- El stand permite transmitir quién es y qué busca transmitir con su obra. Al ser un trabajo colorido se nos permitió jugar los fondos, sin perder de objetivo su obra.
- También se pondrá una pantalla, a través de la cual se expondrá una síntesis de la trayectoria como artista de Daniel.
- También se hará entrega de postales con una imagen referente a una obra realizada por Daniel, con sus datos de contacto.

Dirigirse a Anexos. Propuesta de Stand, para observar las imágenes relacionadas con este apartado.

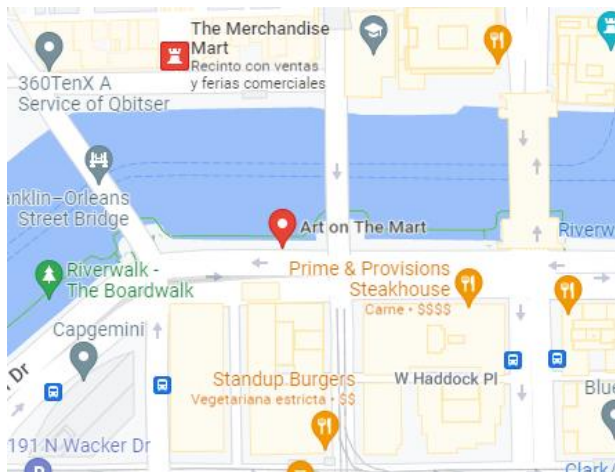
6. Acompañamiento al viaje de negocios

6.1 Características generales del recinto

La dirección del recinto es

THE MART, 7th floor 222 Merchandise Mart. Chicago, IL 60654

<https://www.google.com/maps/place/The+Merchandise+Mart/@41.8880774,-87.635251,15z/data=!4m5!3m4!1s0x0:0x43f86a8214e286bb!8m2!3d41.8880774!4d-87.635251>



Los expositores tienen dos opciones de participación entre las que están la renta de un espacio 10 x 10 o un espacio de 5 x 10 por la mitad del precio, esta última se recomienda para artistas emergentes.

El pago del espacio incluye:

- Limpieza al principio de la feria y de ser necesario en otro momento se puede solicitar y se atenderá según disponibilidad.

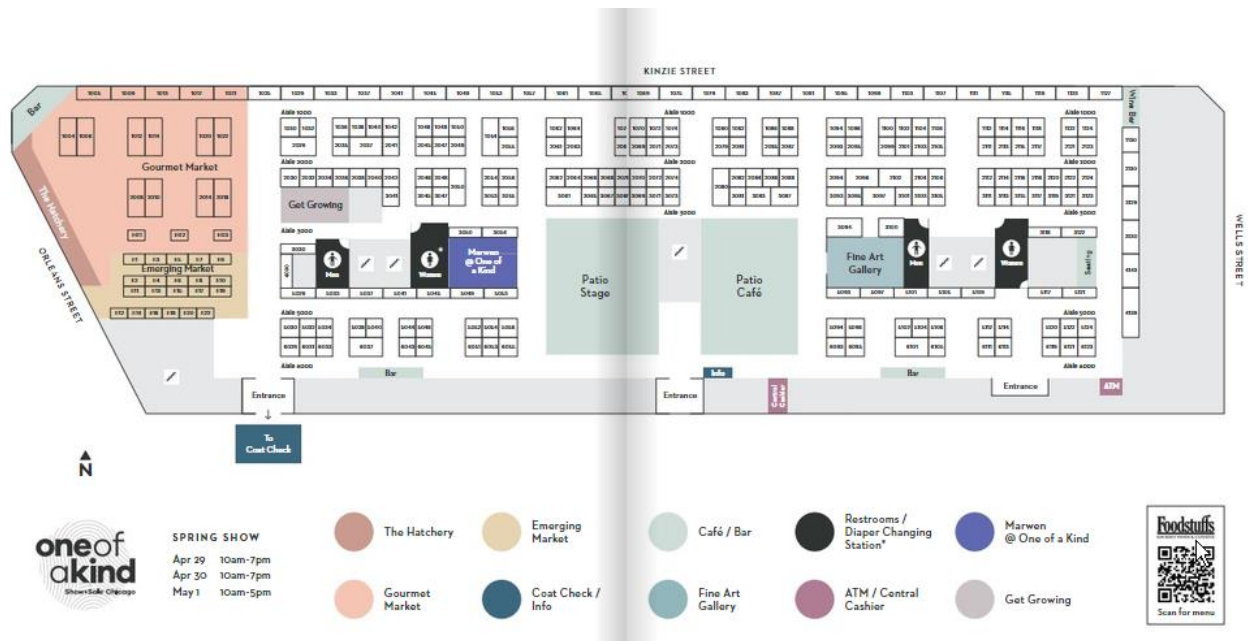
- Ayuda para la instalación de tu exhibición, se cobrará extra si son objetos de gran tamaño.
- Una silla, canasto de basura
- Las mesas se pueden pedir por un costo extra.
- Incluye dos focos estándar de iluminación, si se requiere iluminación extra se debe solicitar permiso.
- Hay una bodega donde se puede guardar mercancía extra en caso de necesitarlo.
- Wifi

Todos los espacios se crean con paredes gruesas, altas y blancas, si se requieren paredes de otro color se debe solicitar aparte.

Los pisos son de alfombra gris, si quisieras instalar un piso especial en tu espacio debes notificar a la feria antes para que se apruebe.

Información recabada del sitio web de la feria, para consultar más información ingresar al siguiente link: [FAQs - Exhibit | One of a Kind Show \(oneofakindshowchicago.com\)](https://oneofakindshowchicago.com)

El mapa del acomodo del recinto es el siguiente:



Entre los socios participantes se encuentran:

PARTNERS

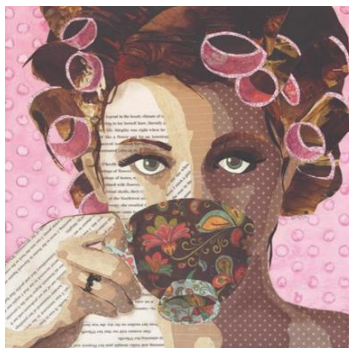


6.2 Expositores participantes

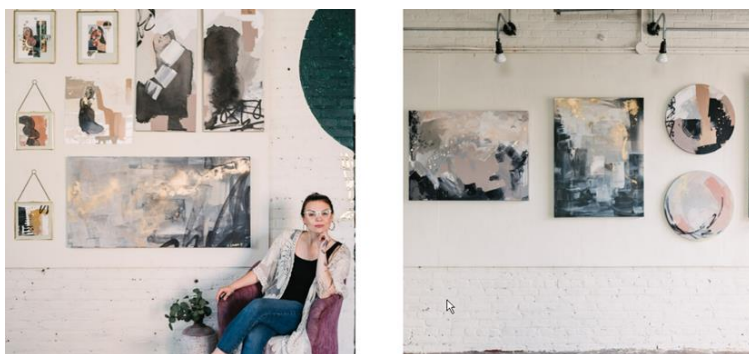
Daniel participará en la categoría de “mixed media”, dentro de esta categoría se encuentra el arte digital, que es la técnica que utiliza Daniel para la creación de sus obras; el arte digital son todas aquellas obras que han sido mayormente realizadas a través de una computadora, las obras de Daniel son intervenidas manualmente también, pero al ser realizadas en su mayoría por computadora, se clasifica en el área de mixed media dentro del recinto.

Aunque los participantes para la feria del 2023 no han sido seleccionados todavía, se mencionan en el presente apartado algunos de los participantes en la categoría de mixed media de versiones anteriores de la feria One of a Kind.

- Kerri Warner(2011) www.kerrywarner.com



- Shelly Svonavec (2020) www.clevelandartistregistry.org



- Lucky Skye Graphics <https://luckyskyegraphics.com/>

-



Información recabada del sitio web de la feria, para consultar más información ingresar al siguiente link: [2022 Artists | One of a Kind Show \(oneofakindshowchicago.com\)](https://oneofakindshowchicago.com/2022-Artists-One-of-a-Kind-Show)

6.3 Horarios, acreditaciones y restricciones del recinto

Los horarios de participación para los visitantes de la feria son de jueves a sábado de 10:00 am a 7:00 pm y el domingo de 10:00 am a 5:00 pm.

Acreditaciones:

- GBAC Star Certification: Es un estándar de oro que acredita limpieza, prevención, respuesta y recuperación. Se mantiene el aire limpio y en movimiento.




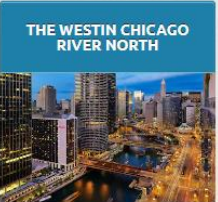

Los protocolos de seguridad por COVID son opcionales, por lo que no es obligatorio el uso de cubrebocas. El recinto está diseñado para que haya suficiente distancia entre personas y habrá gel antibacterial en las entradas, elevadores y a lo largo del lobby para quien quiera usarlo.

Información recabada del sitio web de la feria, para consultar más información ingresar al siguiente link: [Health & Safety | One of a Kind Show \(oneofakindshowchicago.com\)](https://oneofakindshowchicago.com)

6.4 Hospedaje, fiestas nacionales, horarios de negocio

- **Hospedaje:**

La feria tiene convenio con hoteles de 4 y 4.5 estrellas, donde los expositores podrán hospedarse con descuento, los precios varían, ya con descuento entre \$139 y \$175 dólares la noche. Si se prefiere hospedarse en un hotel por cuenta propia los precios incrementan considerablemente ya que en un hotel 3 estrellas los precios se encuentran entre \$250 y \$265 dólares la noche.

 <p>HOLIDAY INN CHICAGO DWTN WOLF POINT, AN IHG HOTEL</p> <p>\$163 USD avg/night</p> <p>Up to 25 rooms available</p> <p>distance: 0.2 Miles rating: ★★★★★</p>	 <p>HOTEL CHICAGO DOWNTOWN, AUTOGRAPH COLLECTION BY MARRIOTT</p> <p>\$149 USD avg/night</p> <p>Up to 4 rooms available</p> <p>distance: 0.4 Miles rating: ★★★★★</p>	 <p>KINZIE HOTEL</p> <p>\$139 USD avg/night</p> <p>Up to 6 rooms available</p> <p>distance: 0.4 Miles rating: ★★★★★</p>	 <p>THE WESTIN CHICAGO RIVER NORTH</p> <p>\$175 USD avg/night</p> <p>Up to 24 rooms available</p> <p>distance: 0.4 Miles rating: ★★★★★</p>	 <p>VOCO CHICAGO DOWNTOWN</p> <p>\$173 USD avg/night</p> <p>Up to 25 rooms available</p> <p>distance: 0.2 Miles rating: ★★★★★</p>
--	--	--	--	--

Información recabada del sitio web de la feria, para consultar más información ingresar al siguiente link: [One of a Kind Show Holiday 2022 - Compass Reservation System® \(onpeak.com\)](https://onpeak.com)

Posteriormente se mostrarán en el mapa los hoteles y su cercanía con el recinto ferial en el que se llevará a cabo One of a Kind Show, en rojo, se encontrará la ubicación del hotel y en azul el recinto.

1. Holiday INN Chicago Wolf Point, AN IHG Hotel

<https://www.google.com/maps/place/Holiday+Inn+Chicago+Dwtm+Wolf+Point,+an+IHG+Hotel/@41.8880705,-87.6382634,15z/data=!4m8!3m7!1s0x0:0x3936cc667d8556f15m2!4m1!1i2!8m2!3d41.8880705!4d-87.6382634>



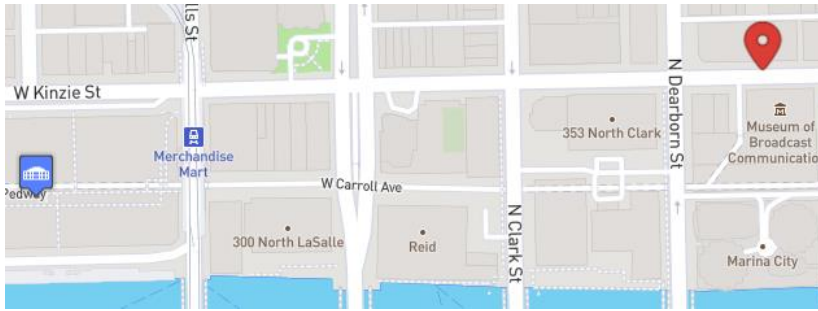
2. Hotel Chicago Downtown, Autograph Collection by Marriot

<https://www.google.com/maps/place/Hotel+Chicago+Downtown,+Autograph+Collection/@41.8886169,-87.6288741,15z/data=!4m8!3m7!1s0x0:0x277f22d4b64d5732!5m2!4m1!1i2!8m2!3d41.8886169!4d-87.6288741>



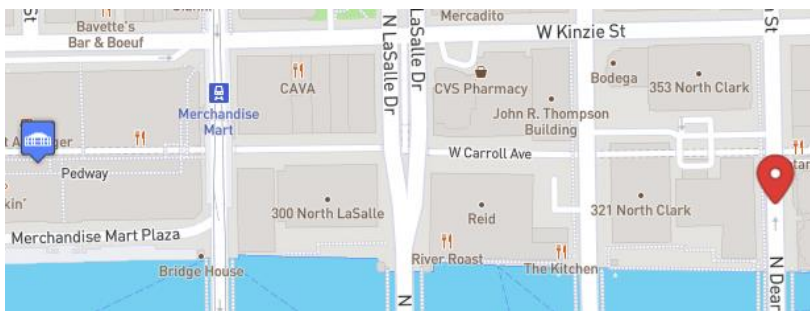
3. Kinzie Hotel

<https://www.google.com/maps/place/Kinzie+Hotel/@41.8894622,-87.6288984,15z/data=!4m8!3m7!1s0x0:0xcb10d11301febba6!5m2!4m1!1i2!8m2!3d41.8894622!4d-87.6288984>



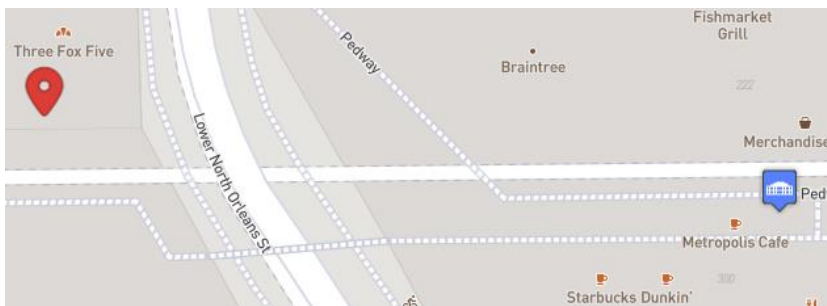
4. The Westin Chicago River North

<https://www.google.com/maps/place/Arrive+Streeterville/@41.89362,-87.62292,16z/data=!4m5!3m4!1s0x0:0xc8d36b6bf825863018m2!3d41.8932746!4d-87.6187098?hl=es-ES>



5. VOCO Chicago Downtown

<https://www.hoteles.com/ho2447693216/voco-chicago-downtown-chicago-estados->



● Fiestas

nacionales

- Año nuevo – 1ro de enero
- Día de Martin Luther King, Jr. – Tercer lunes de enero
- Día de los presidentes – 3er lunes de febrero

- Día de la conmemoración a los caídos (Memorial Day) – Último lunes de mayo
- “Juneteenth” – 19 de junio
- Día de la independencia – 4 de julio
- Día del trabajo – primer lunes de septiembre
- Día de la raza (Columbus Day) – segundo lunes de octubre
- Día de los veteranos (Veterans Day) – 11 de noviembre
- Día de Acción de Gracias (Thanksgiving) – cuarto jueves de noviembre
- Navidad: 25 de diciembre

- **Horarios de negocio**

El horario de trabajo en EUA suele ser de lunes a viernes de 9 am a 6 pm con una hora para comer y dos descansos de 15 minutos.

6.5 Movilidad, plataformas, transporte público, renta de autos

El transporte público de Chicago es el segundo más grande del país con 8 líneas de tren con 145 estaciones en total que ofrecen servicio las 24 horas del día todos los días y 129 rutas de autobús con servicio hasta las 2 am, por lo que se recomienda moverse en transporte público dentro de la ciudad, ya que con una aplicación llamada “Ventra” se podrá conocer las horas de llegada y salida de trenes y autobuses.

Los precios:

- **Tren:** La opción más rápida y económica \$2.5 el viaje, pase de 24 horas \$10 dólares con viajes ilimitados
- **Autobús:** Opción lenta porque dependen del tráfico, pero económica con precios similares al tren
- **Taxi:** La opción más cara para moverse en Chicago y además dependen del tráfico, la tarifa es de \$3.25 dólares por kilómetro.
- **Renta de automóvil:** Cuesta alrededor de \$24 dólares el día un carro pequeño

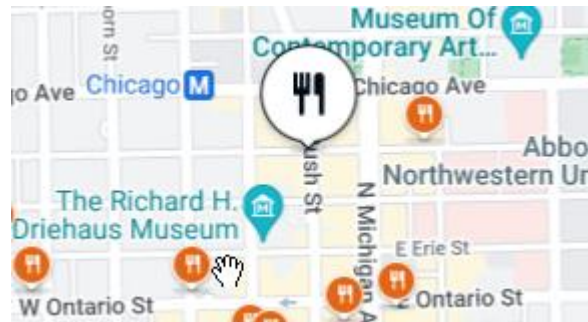
Se puede tomar la “Blue Line” desde el aeropuerto Chicago O’Hare hasta Downtown.

Se puede consultar el transporte público a través de la app de Move it: [Chicago, Estados Unidos: Tu Guía de Transporte Público | Moovit \(moovitapp.com\)](#)

6.6 Guía gastronómica

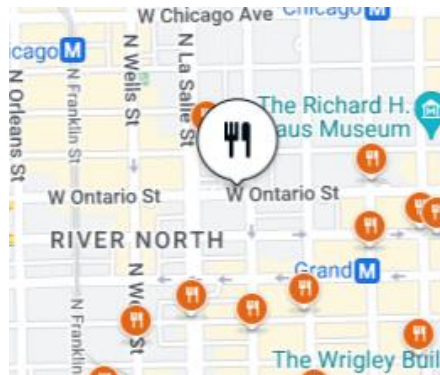
En el presente apartado se mencionan 9 platos imperdibles de Chicago, junto con una recomendación de el mejor lugar para probar el platillo, se mostrará en un pequeño mapa y en letras azules debajo del mapa podrá acceder a la ubicación del restaurante con solo un clic.

- Pizza Deep Dish: en forma de tartaleta y con relleno, para probar esta deliciosa pizza se recomienda el restaurante Giordano's



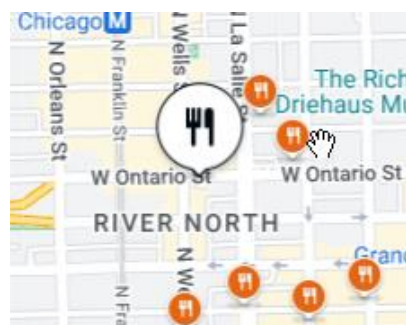
[730 N Rush St, Chicago, IL 60611](#)

- Chicago hot dog: con salchicha de carne de ternera y pan de semillas de amapola se pueden probar los mejores hot dogs en Portillo's Hot Dogs.



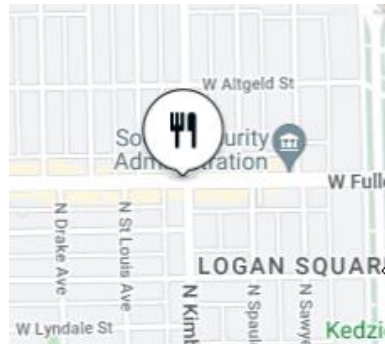
[100 W Ontario St, Chicago, IL 60654-3710](#)

- Italian beef sandwich: carne de ternera cocinada en sus jugos sobre delicioso pan francés, los mejores los encontrarán en Al's 1 Beef.



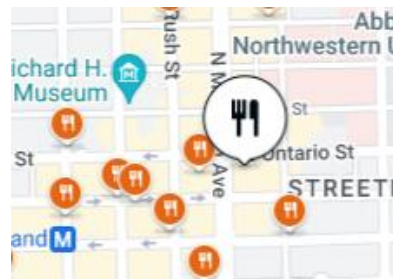
[548 N Wells St Wells Street And Ohio Street, Chicago, IL 60654-7119](#)

- Jibarito: En lugar de pan se utilizan plátanos machos verdes fritos y se puede rellenar de mariscos, carne asada de cerdo o ternera o verduras. Se recomienda probarlos en Jibaritos y Más.



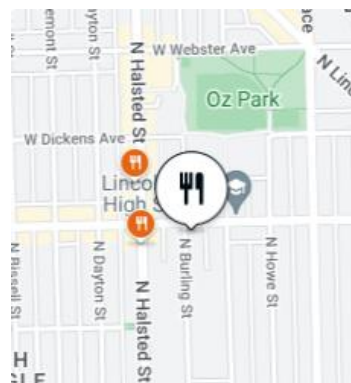
[3400 W Fullerton Ave, Chicago, IL 60647-2416](https://www.google.com/maps/place/3400+W+Fullerton+Ave,+Chicago,+IL+60647-2416)

- Palomitas de queso en Garrett Popcorn Shops.



[625 N Michigan Ave, Chicago, IL 60611-3110](https://www.google.com/maps/place/625+N+Michigan+Ave,+Chicago,+IL+60611-3110)

- Barbacoas y asadores: Chicago es conocida por sus excelentes carnes, recomendado por Ella 's BBQ.



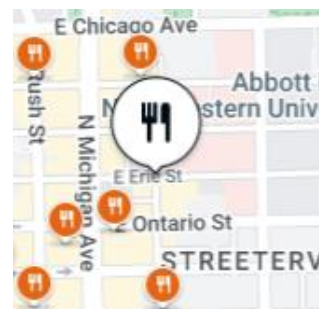
[723 W Armitage Ave, Chicago, IL 60614-4409](#)

- Cocina creativa, molecular y de fusión: Chicago es una ciudad llena de premios culinarios y restaurantes con estrellas Michelin, el mejor restaurante de la ciudad, llamado Alinea, cuenta con 3 estrellas Michelin.



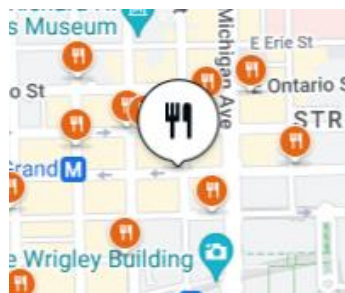
[1723 North Halsted St, Chicago, IL 60614-5501](#)

- Donuts, uno de los lugares de donas más recomendado es Do-Rite Donuts & Chicken - Streeterville, aunque Chicago tiene muchos lugares para probar donas deliciosas, nuestra recomendación es la siguiente.



[233 E Erie St, Chicago, IL 60611-2926](#)

- Shrimp de Jonghe: Camarones al ajillo en salsa Jerez con mantequilla y tostadas se recomienda Joe's Seafood, Prime Steak & Stone Crab.



[60 E Grand Ave, Chicago, IL 60611-3533](#)

Información recabada de Tripadvisor, para consultar más información ingresar al siguiente link: [Tripadvisor: Over a billion reviews & contributions for Hotels, Attractions, Restaurants, and more](#)

6.7 Clima, husos horarios, tipo de cambio

En Chicago el clima es muy variado, ya que en verano es caluroso, húmedo y mojado con temperaturas de hasta 30° C y en invierno puede ser extremo de entre -10° y -18° C y nieve.

La feria se llevará a cabo en abril del 2023, las temperaturas están entre 6° y 16° C, rara vez pasan por debajo de los 4° C o sobrepasan los 24° en este mes.

Más información sobre el clima todo el año en Chicago: [El clima en Chicago, el tiempo por mes, temperatura promedio \(Illinois, Estados Unidos\) - Weather Spark](#)

6.8 Presupuesto diario

Sin incluir el hospedaje y el avión de México a Chicago, el presupuesto diario que se propone considerar es de aproximadamente 80 dólares al día por persona, en ese gasto se está considerando la movilidad dentro de la ciudad, comidas y turismo.

La movilidad puede ser tan económica o cara como se desee como se mencionó en el punto 6.5, lo mismo con la comida, un platillo en un restaurante puede variar entre los 15 y 20 dólares por comida o se puede comer más callejero por unos 5 u 8 dólares.

Las entradas a distintas zonas turísticas, si el artista lo desea, también varían en precio.

6.9 Sede diplomática - consular

Consulate General of Mexico
204 S Ashland Ave, Chicago, IL 60607
+1 312-491-8813

Mapa: [Consulate General of Mexico Chicago IL - Bing Maps](#)

<https://www.google.com/maps/place/Consulado+General+de+Mexico+en+Chicago/@41.8786591,-87.6670943,15z/data=!4m5!3m4!1s0x0:0xe553dd7b33ac246d!8m2!3d41.8786591!4d-87.6670943>

7. Logística del Punto de venta / Misión comercial feria comercial

CHICAGO:

7.1. Selección del espacio físico idóneo

Programa de artistas emergentes:

- El stand es de 5 x 10 y tiene la mitad del precio de un stand normal.

7.2. Prototipo del stand, materiales

A continuación, se encuentra el link con fotos y videos de la exhibición que hubo en el año 2019.



- <https://oneofakindshowchicago.com/holiday/exhibit/gallery>



Material: Paredes duras de 8' de altura, 1" de grosor, pintadas de blanco

7.3. Materiales y mano de obra local

- Paredes duras de 8' de altura, 1" de grosor, pintadas de blanco
- Focos: 4 for Spring/4 for Holiday
- Alfombra gris
- Transporte (el traslado del producto hacia y desde el muelle de carga y al espacio de la exposición del artista)
- Toma de corriente estándar
- Cesto de basura
- Señalización del stand
- Almacenamiento para reabastecimiento de inventario
- Paquete completo de marketing

Página de referencia : <https://oneofakindshowchicago.com/spring/exhibit/apply>

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

- Transporte (el traslado de las obras hacia y desde el muelle de carga y el espacio del stand del artista)

7.5. Directorio de proveedores locales

Proveedores de flores

- Florería La Orquídea <https://www.orquideachicago.com>
- Flores del amor <http://floresdelamor.com/contact-us/>
- Flora Chicago <https://florachicago.com>

Proveedores para material de stand

Dimensión Craft ofrece una variedad de exhibiciones y exhibiciones comerciales de alquiler e híbridas (alquiler personalizado). Los componentes y gráficos personalizados agregados a nuestro amplio inventario de componentes de alquiler crean una apariencia única y personalizada capaz de competir en el piso de la feria comercial.

Otros accesorios de alquiler como muebles, alfombras, equipos de A/V, mostradores, pedestales e iluminación completan el paquete, creando una exhibición profesional que parece haber sido diseñada exclusivamente para su organización.

Dimension Craft Inc. <https://www.dimensioncraftinc.com>

Una vez que el proyecto ha sido validado, se crea una guía de producción para acompañar su stand.

Esta guía contiene toda la información necesaria para crear el stand de su cliente:

- Vistas y diseños en 3D
- Lista de partes que componen la estructura del marco
- Información relativa a los gráficos para ayudar al diseñador gráfico a crear los archivos
- Instrucciones de instalación, acompañadas de instrucciones entregadas con la cabina

- Duo Display <https://duodisplay.com/us/>
- Canica Exhibits International <https://www.canicaexhibits.com>

7.6. Especificaciones del recinto expositor

One of a Kind Spring Show es una exposición de 3 días que presenta obras de arte y artesanía de una selección de artistas con talento que se celebra en el Mart de Chicago.

Programa de artistas emergentes

La sección de Artistas Emergentes de la feria incluye espacios designados para artistas, diseñadores y creadores con talento. Para ser considerado, debe cumplir los siguientes requisitos (además de los criterios de aceptación de artistas):

- Participar por primera vez en una exposición única
- Menos de 3 años de experiencia profesional como artista en activo
- Menos de 3 años de experiencia profesional presentando su obra (instalaciones, exposiciones y/o muestras de arte)
- Trabajo y presentación excepcionales

- \$ 900 por espacio para artistas emergentes

Su paquete incluye:

- Transporte
- Señalización
- Iluminación
- Alfombra
- Almacenamiento en un espacio designado para artistas emergentes.

Coste del paquete emergente = \$900 aproximadamente 5'x10'

Las dimensiones del espacio y los detalles se darán una vez finalizado.

Apply. (2022, 20 octubre). One of a Kind Show.

<https://oneofakindshowchicago.com/holiday/exhibit/apply>

7.6.1. Conectividad

- Listado en el directorio online con imágenes y enlaces de los artistas, y en la guía de la feria.
- Material de marketing gratuito para los artistas, como correos electrónicos personalizados con códigos de promoción de entradas gratuitas, banners de la feria y señalización del stand
- Exposición de relaciones públicas a través de las extensas relaciones con los medios de comunicación de la feria
- Oportunidades para desfiles de moda in situ
- Seminario web para artistas antes de la feria
- Artist lounge
- Aparcamiento cómodo y tarifas de hotel con descuento
- Almacenamiento para reponer el inventario

7.6.2. Horarios de montaje y desmontaje

Fechas y horarios de la exposición:

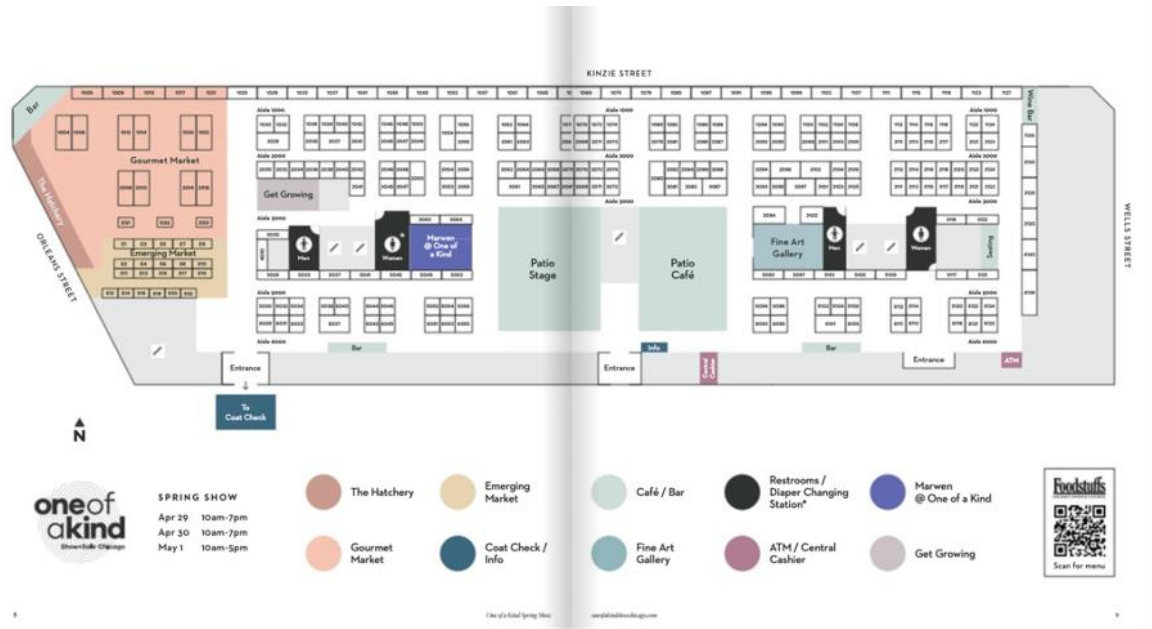
Viernes, 28 de abril - 10am-7pm

Sábado, 29 de abril - 10am-7pm

Domingo, 30 de abril - 10am-5pm

7.6.3 Vías de acceso al recinto ferial

Ubicación: THE MART (Indoor venue). Chicago, Illinois.



Costo del viaje del tren en Chicago:

El viaje sencillo cuesta 2,50 dólares y por 0,25\$ más puedes hacer hasta dos cambios de tren.

Generalmente los visitantes usan dinero en efectivo o compran un Visitor Pass. El pasaje completo en autobús cuesta \$2 y el \$2.25 si se paga con Chicago Card Plus, Chicago Cards o Tarjetas de Tránsito. Si se paga en efectivo el autobús cuesta 2.25.

Cómo llegar al recinto:

Direcciones a The Merchandise Mart (Chicago) en transporte público

Las siguientes líneas de transporte tienen rutas que pasan cerca de The Merchandise Mart

 **Autobús:** [147](#), [2](#), [22](#), [24](#), [3](#), [37](#), [62](#), [65](#)

 **Tren:** [ME](#), [RI](#), [UP-N](#), [UP-NW](#)

 **Chicago 'L':** [BLUE LINE](#), [BROWN LINE](#), [GREEN LINE](#), [ORANGE LINE](#), [PURPLE LINE](#)

Consultar anexo 2.3. para observar las rutas del metro.

Fuente: [https://moovitapp.com/index/es-419/transporte público-The Merchandise Mart-Chicago IL-site 18134728-81](https://moovitapp.com/index/es-419/transporte_público-The_Merchandise_Mart-Chicago_IL-site_18134728-81)

7.7. Facturación/ pagos

- Pago de solicitud \$40 dólares
- Pago del stand de artista \$1,950 dólares
- Pago del stand de artista emergente \$900 dólares

7.8. Espacios Networking y negociación

Seminario web para artistas antes de la feria

Artist Lounge

Listado en el directorio en línea

Localizador de artistas en línea con imágenes y enlaces de artistas

Apply. (2022, 02 noviembre). One of a Kind Show.
<https://oneofakindshowchicago.com/holiday/exhibit/apply>

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

Postales con información y datos del artista

Contacto INB Impresión

Celular: 33 1601 5760

Con laminado mate

Cotización

DIANA MADRIGAL HERNANDEZ

Codigo	Producto	Medida	Material	Precio	CanL.	Importe
0045631	Tabloide Couche 300g	13 x 19 Pulgadas	Couche 300g	14	24	336
00001234	Corte	N/A	N/A	95	1	95
0035001	Laminado Mate	13 x 19 Pulgadas	Pet 1.5 micras	9	24	216
SUBTOTAL						\$ 647.00
IMPUESTOS						\$ 103.52
DESCUENTO						\$ 0.00
TOTAL						\$ 750.52

PRODUCCION DOCUCOLOR / entrega: 3 días hábiles/laminado mate

- TODO PEDIDO SERA ACOMPAÑADO DEL PAGO O ANTICIPO (GARANTÍA DE FABRICACIÓN)
- ESTA ES UNA COTIZACIÓN Y NO TIENE VALOR FISCAL
- ESTA COTIZACIÓN PIERDE VALIDEZ A LOS 30 DÍAS DE HABER SIDO EMITIDA

Sin laminado mate

Cotización

DIANA MADRIGAL HERNANDEZ

Codigo	Producto	Medida	Material	Precio	CanL.	Importe
0045631	Tabloide Couche 300g	13 x 19 Pulgadas	Couche 300g	14	24	336
00001234	Corte	N/A	N/A	95	1	95
SUBTOTAL						\$ 431.00
IMPUESTOS						\$ 88.96
DESCUENTO						\$ 0.00
TOTAL						\$ 499.96

PRODUCCION DOCUCOLOR / entrega: 3 días hábiles

- TODO PEDIDO SERA ACOMPAÑADO DEL PAGO O ANTICIPO (GARANTÍA DE FABRICACIÓN)
- ESTA ES UNA COTIZACIÓN Y NO TIENE VALOR FISCAL
- ESTA COTIZACIÓN PIERDE VALIDEZ A LOS 30 DÍAS DE HABER SIDO EMITIDA

8. Análisis Financiero la misión comercial

8.1. Transportación

A continuación se muestra la variación entre los precios del transporte:

- **Tren:** La opción más rápida y económica \$2.5 el viaje, pase de 24 horas \$10 dólares con viajes ilimitados.
- **Autobús:** Opción lenta porque dependen del tráfico, pero económica con precios similares al tren.
- **Taxi:** La opción más cara para moverse en Chicago y además dependen del tráfico, la tarifa es de \$3.25 dólares por kilómetro.
- **Renta de automóvil:** Cuesta alrededor de \$24 dólares el día un carro pequeño.

[Chicago, Estados Unidos: Tu Guía de Transporte Público | Moovit \(moovitapp.com\)](#)

8.2. Hospedaje y alimentación

Los precios varían en los hoteles que se sugirieron en el **punto 6** , ya con descuento entre **\$139** y **\$175** dólares la noche. Si se prefiere hospedarse en un hotel por cuenta propia los precios incrementan considerablemente ya que en un hotel 3 estrellas los precios se encuentran entre **\$250** y **\$265** dólares la noche.

[One of a Kind Show Holiday 2022 - Compass Reservation System® \(onpeak.com\)](#)

En la tabla que se muestra a continuación se muestra un desglose de precios para la alimentación:

Comida, restaurante barato	319 MXN (232-483)	16 EUR (12-24)	17 USD (12-25)
Comida para 2 personas, restaurante de gama media, tres platos	1,500 MXN (1,000-2,800)	77 EUR (53-144)	80 USD (55-150)
McMeal en McDonalds (o menú equivalente)	155 MXN (135-193)	7.70 EUR (6.70-9.60)	8.00 USD (7.00-10.00)
Cerveza local (0,5 litro de barril)	97 MXN (58-155)	4.80 EUR (2.90-7.70)	5.00 USD (3.00-8.00)
Cerveza importada (botella de 0,33 litros)	126 MXN (97-174)	6.20 EUR (4.80-8.60)	6.50 USD (5.00-9.00)
Coca Cola/Pepsi (botella de 0,33 litros)	39 MXN (29-58)	1.90 EUR (1.40-2.90)	2.00 USD (1.50-3.00)
Agua (botella de 0,33 litros)	33 MXN (24-43)	1.70 EUR (1.20-2.20)	1.70 USD (1.30-2.30)
Capuchino (regular)	87 MXN (58-116)	4.30 EUR (2.90-5.80)	4.50 USD (3.00-6.00)
Café expreso	52 MXN (35-70)	2.60 EUR (1.70-3.50)	2.70 USD (1.80-3.60)
Hamburguesa con queso (comida rápida)	46 MXN (41-58)	2.30 EUR (2.00-2.90)	2.40 USD (2.10-3.00)

<http://hikersbay.com/prices/usa/chicago?lang=es>).

8.3. Costo del espacio físico

- Pago del stand de artista \$1,950 dólares
- Pago del stand de artista emergente \$900 dólares

8.4. Seguros médicos

https://www.aseguratuviaje.com.mx/?utm_source=google&utm_medium=cpc&gclid=CjwKCAiAs8acBhA1EiwAgRFdw1tByVPLf7jAWgKmY4Nnkr23ADe_sjnBdQH80fRiFhSKRYIs2oZLa1hoCz3cQAvD_BwE



En situaciones difíciles
somos tu respaldo



Inburmedic, Con Restricción Hospitalaria

Folio de Cotización:3779498

DATOS GENERALES

Cliente:	DANIEL NAREDO
Cobertura	Suma Asegurada*
NACIONAL	\$200,000
EMERGENCIA INTERNACIONAL	\$200,000
Deducible*	\$13,500
Coaseguro*	10%

Valores agregados

Reinstalación de la suma asegurada para nuevos padecimientos
Renovación vitalicia

Conceptos con límite por Reembolso

	En México cubre hasta
1. Honorarios médicos y/o quirúrgicos, con tabulador	\$101,000
1.1 Honorarios de anestesiólogo (1)	30%
1.2 Honorarios de 1er ayudante (1)	20%
1.3 Honorarios de 2do ayudante (1)	10%
2. Cuarto privado estándar y alimentos (Diarios)	\$6,100
3. Consultas o visitas médicas (Diarias)	\$1,800
4. Consultas en terapia intensiva (Diarios)	\$2,900
5. Enfermera a domicilio (Por turno)	\$1,050
6. Ambulancia aérea	Excluido
7. Ambulancia Terrestre	\$18,250
8. Aparatos auditivos, ortopédicos y/o prótesis	Cubierto
9. Maternidad(Parto y Cesárea)(2)	Excluido
10. Atención en Hospitales Restringidos:	Excluido

Hospitales Restringidos.- En la Ciudad de México: ABC Observatorio, ABC Santa Fe, Médica Sur, Ángeles del Pedregal, Ángeles Mocol, Hospital Español, Clínica Londres, Hospital Sedna y Hospital Bite Médica; en el Estado de México: Ángeles Interlomas, Corporativo Ciudad Satélite; en Monterrey: San José de Monterrey, Centro Médico Zambrano Hellion, Hospital Ángeles (antes Hospital Cima Santa Engracia) y Christus Muguerza de alta especialidad; en Jalisco: Hospital San Javier, Hospital Real San Jose y Hospital Onkos; en Colima: Centro Médico Puerta del Hierro; en Nayarit: Puerta de Hierro de Tepic; así como Angeles de Culiacán, Angeles de Jalapa, Angeles León, Angeles de Puebla, Angeles de Querétaro, Angeles de San Luis Potosí, Angeles de Tijuana, Angeles de Torreón, Angeles de Villahermosa y Angeles de Ciudad Juárez; En Sonora: ADN Oncología y Hospital Cima Hermosillo. A este listado se integrarán los nuevos hospitales que formen parte del Grupo Ángeles y Grupo Puerta de Hierro en el interior de la República Mexicana.

(1) De lo pagado al cirujano por Seguros Inbursa S.A.

(2) Siempre y cuando se presenten 10 meses o más después del inicio de vigencia de la cobertura para la asegurada, se incluye la atención fisiológica del recién nacido sano

* Por Enfermedad Cubierta

Consideraciones generales

1. Esta cotización es ilustrativa, no forma parte del contrato de seguro y en caso de emisión se aplicarán los lineamientos de selección médica para cada asegurado.
2. La prima estará en función de la edad y tarifas vigentes al momento de la contratación
3. Cotización exclusiva para la zona 3) CIUDAD DE MEXICO
4. Estudio sujeto a condiciones generales del producto.

WEB-2015.13.06
NOVIEMBRE(029B) WEB

25-nov-2022, Estudio: 06 39 06-0%,
T: 23

Página 1



En situaciones difíciles
somos tu respaldo



Inburmedic, Con Restricción Hospitalaria

Folio de Cotización:3779498

DATOS GENERALES

Cliente: DANIEL NAREDO

Resumen de Costos

Datos del Asegurado

Prima por Cobertura

Asegurado	Sexo	Parentesco	Edad	Fumador	Gastos Médicos
DANIEL NAREDO	M	TITULAR-E	42	N	\$17,529.60

Moneda	NACIONAL
Forma de Pago	ANUAL
Prima Neta de Gastos Médicos	\$17,529.60
Costo por Disminución de Coaseguro en Pago Directo	\$1,170.00
Costo por Disminución Deducible por Accidente	\$390.00
Costo por Atención de Accidente en Hospitales Restringidos	\$550.00
Derecho de póliza	\$650.00
Subtotal	\$20,289.60
IVA del 16 %	\$3,246.34
Total a pagar	\$23,535.94

Tipo de pago:
NORMAL

Importante

LA PRESENTE COTIZACIÓN CONSIDERA \$5,147.40 DE DESCUENTO POR PÓLIZA INICIAL, ESTE DESCUENTO NO APLICA PARA LAS COBERTURAS DE SERVICIO DE ASISTENCIA.

EL TOPE DE COASEGURO POR CADA ENFERMEDAD ESTARÁ EN FUNCIÓN DE LA EDAD DE CADA ASEGURADO DE ACUERDO A LO SIGUIENTE:

	POR REEMBOLSO	POR PAGO DIRECTO
DE 0 A 49 AÑOS	\$37,000	\$12,000
MAYOR DE 49 AÑOS	\$50,000	\$15,000

LOS MONTOS DE TOPE DE COASEGURO ARRIBA SEÑALADOS CORRESPONDEN A UN COASEGURO DEL 10%, EN CASO DE UN COASEGURO DISTINTO, POR CADA 5 PUNTOS PORCENTUALES ADICIONALES, INCREMENTAR AL TOPE DE COASEGURO \$ 4,000 PESOS

En caso de un accidente cubierto que se atienda en los hospitales mencionados en el punto 10 de la presente cotización, quedará a cargo del asegurado un deducible de \$430, ya sea por reembolso o pago directo, en caso contrario quedará exento de deducible.

En caso de enfermedad:

En pago directo aplicará una disminución de \$4,100 de deducible siempre y cuando la reclamación sea mayor al deducible contratado y se disminuirán 5 puntos porcentuales al coaseguro contratado.

En pago vía reembolso aplicará el deducible y coaseguro contratados.

Es importante mencionar que tanto para Medicamentos como para Laboratorios, siempre se aplicará coaseguro independientemente si es Reembolso o Pago Directo. En caso de que sean medicamentos de patente en Pago Directo, el coaseguro se reducirá 5 puntos.

I = Incluye cobertura de maternidad.

E = Excluye cobertura de maternidad.

Toda cotización queda sujeta a la previa comprobación del domicilio al momento de emisión, en caso de existir variación aplicarán las tarifas correspondientes al domicilio comprobado.

*SI LA ATENCIÓN ES EN EL HOSPITAL ÁNGELES DEL CARMEN DE GUADALAJARA QUEDARÁ CUBIERTA CON UN DEDUCIBLE ADICIONAL DE \$1,000 AL DEDUCIBLE POR ENFERMEDAD CUBIERTA INDICADO EN LA CARÁTULA DE LA PÓLIZA.

Asesor: JUAN MANUEL ROMERO SEPULVEDA
Teléfono: 3521102384

Clave: 301490
Correo: romeroasesoria@inbursaasesores.com



8.5. Presupuesto recomendable

Debido al análisis presentado, se recomienda un presupuesto estimado de **\$50,000 MXN**, para cubrir gastos de hospedaje, alimentación y entretenimiento u otros gastos que se puedan presentar.

8.6. Recomendaciones y sugerencias finales

- Se recomienda hacer un seguimiento de todo el progreso, realizar una lista de tareas que hay que hacer y cuál es la fecha límite para completarlas para evitar que se junten los pendientes a último momento para mantener al artista y a su equipo organizado.
- Realizar un itinerario para organizar los tiempos y estimar algunos lugares a los que se pudiera ir en ese día y contemplar un presupuesto aproximado de acuerdo a los lugares e información sugerida anteriormente.
- La preparación es fundamental para mostrar profesionalidad y seriedad con respecto al evento.
- Para el primer contacto de los clientes con el stand es muy importante que sea creativo y de gran calidad, así como tener una apariencia profesional.
- Los asistentes pasarán por muchos stands durante la jornada, por lo tanto, es importante entregar información promocional impresa de buena calidad.
- Conversa e intercambia con tanta gente como se pueda ya que puede ser un cliente potencial.

9. Oferta de ocio y entretenimiento

9.1. Contexto histórico y cultural

Chicago se encuentra en el nordeste del estado de Illinois, Estados Unidos. Ubicada junto al lago Michigan y el río Chicago. Chicago es la tercera ciudad más grande de los Estados Unidos, después de Nueva York y Los Ángeles.

Chicago se ha convertido en una ciudad global, un próspero centro de comercio y comercio internacional, y un lugar de interrelación cultural. Se fundó en 1830 y creció rápidamente hasta convertirse de un centro de tránsito fluvial, en una metrópolis industrial que procesaba y transportaba las materias primas que se producían en su interior (History of Chicago, 2020, pág.1).

Chicago se convirtió en una ciudad en 1837. Estaba estratégicamente situada para beneficiarse de las oportunidades comerciales que trajo consigo la migración del país hacia el oeste. Tras la finalización del Canal de Illinois y Michigan en 1848, se estableció una vía fluvial que conectaba el río Misisipi y los Grandes Lagos. Sin embargo, el ferrocarril dejó rápidamente obsoleto el canal. A pesar de que Chicago se ha convertido en el centro de aviación más activo del país, con los aeropuertos internacionales de O'Hare y Midway, el 50% de la carga ferroviaria estadounidense sigue pasando por la ciudad. (City of Chicago, s.f).

En octubre de 1871 un voraz incendio destruyó gran parte de la ciudad y dejó a casi 100.000 personas sin hogar. Chicago fue reconstruida rápidamente y desde entonces el centro de la ciudad es considerado mundialmente como un museo al aire libre de la historia de la arquitectura. Chicago fue sede de la World's Columbian Exposition en 1893, evento que dio origen a los rascacielos con estructura de acero a fines del siglo XIX y otros edificios diseñados por eminentes arquitectos, como Louis H. Sullivan, Frank Lloyd Wright y Ludwig Mies van der Rohe (Duis & Schallhorn, 2021, pág. 78).

Desde la década de 1890 hasta la de 1920, Chicago fue un imán para escritores artísticamente ambiciosos y con talento, pero a menudo poco conocidos, muchos de los cuales habían huido de los polvorientos pueblos rurales del Medio Oeste (Duis & Schallhorn, 2021, pág. 45).

En 1942, los científicos nucleares produjeron la primera reacción nuclear en cadena en la Universidad de Chicago. Después de la Segunda Guerra Mundial, la ciudad vivió otro período de auge de la construcción, pero, como sucede en otras ciudades, su población disminuyó a medida que crecían los barrios residenciales en la periferia (Britannica Moderna, s.f.).

El crecimiento también se vio reflejado en el arte y la cultura. A principios de la década de 1970, varias pequeñas compañías de teatro crearon salas en el barrio de Lincoln Park, en el North Side. Entre ellos se encuentran los teatros Steppenwolf y Body Politic, así como el Organic Theatre, que fue uno de los primeros en presentar las obras de David Mamet. La avenida Michigan podría considerarse la principal vía cultural de Chicago, ya que la mayoría de las principales instituciones están situadas en ella o cerca de ella (Duis & Schallhorn, 2021, pág. 32).

El censo de Estados Unidos de 2000 registró el primer aumento de población de una década en Chicago desde 1950. Aun así, ahora llegan a la "ciudad del viento" más personas de Asia y América Latina que de Europa. El famoso parque de la Bolsa Mercantil de Chicago sirve de parque electrónico para los futuros agricultores, y los aeropuertos han sustituido a los antiguos centros de tránsito ferroviario y marítimo de la ciudad. (History of Chicago, 2020, pág. 2).

Chicago es un centro industrial, comercial y de transporte importante, con su propia bolsa mercantil y cámara de comercio. Tiene también muchos museos. Varias instituciones notables de educación superior se encuentran en el área de Chicago, entre ellas la Universidad de Chicago, la Northwestern University (Evanston) y la Universidad de Illinois en Chicago (Duis & Schallhorn, 2021, pág. 54).

9.2. Sitios de interés patrimonio UNESCO

La casa de Frederick C. Robie House ubicada en Chicago, Illinois, es una de las ocho obras diseñadas por el arquitecto Frank Lloyd Wright, a quien se le reconoce la influencia en el diseño moderno, tanto en Estados Unidos como en Europa.

9.3. Parques y reservas naturales

· Lincoln Park

Aquí se encontrará el Lakefront Trail, el zoológico de Lincoln Park, el Conservatorio de Lincoln Park, la playa de North Avenue, el Museo de la Naturaleza Peggy Notebaert, el Museo de Historia de Chicago, el Nature Boardwalk, la Granja en el Zoológico, el Teatro en el Lago.

Así como se pueden llevar a cabo diversas actividades, como disfrutar de un momento de tranquilidad en la piscina Alfred Caldwell Lily. Disfrutar de un cóctel en la azotea del J. Parker, con impresionantes vistas del lago Michigan. Escuchar blues al estilo de Chicago en el legendario Kingston Mines, donde encontrarás música en directo hasta las 4 de la madrugada todas las noches de la semana.

Para observar el mapa del parque revisar ANEXO 1. Numeral 1.1.

· Millennium Park

Es más que una atracción: es una expresión de la experiencia de Chicago. El campus frente al lago, situado en el corazón del centro de Chicago, alberga la icónica estatua Cloud Gate (también conocida como "The Bean"), fuentes interactivas, tranquilos jardines, eventos gratuitos, arte público, pistas de patinaje, escalada en roca y muchos espacios verdes.

Para observar el mapa del parque revisar ANEXO 1. Numeral 1.2.

· Maggie Daley Park

Está ubicado en el Grant Park, entre la costa del lago Michigan al este y el Millenium Park al oeste. Se accede desde el Millennium Park a través del BP Pedestrian Bridge, que cruza sobre la calle Columbus.

Para revisar actividades: <https://maggiedaleypark.com/>

Para observar el mapa del parque revisar ANEXO 1. Numeral 1.2.

· Grant Park

Es el parque más importante de Chicago. Este extenso parque está compuesto por jardines, senderos y atractivos naturales y culturales. Los parques Millenium Park y

Maggie Daley Park, la Fuente de Buckingham y monumentos como la estatua de Cristóbal Colón y el monumento a Abraham Lincoln, forman parte del Grant Park.

Para observar el mapa del parque revisar ANEXO 1. Numeral 1.3.

Para observar el mapa de los principales sitios de interés dentro de los parques dirigirse a ANEXOS 2.

9.4. Recorridos turísticos y de valor histórico

A continuación, se presenta un listado de recorridos turísticos tanto gratuitos como con costo. Para hacer de la experiencia algo más gratificante se sugiere hacer uso de aplicaciones que te pueden apoyar con el itinerario, ubicar más sitios de interés, llevar control de gastos, entre otros beneficios, algunas aplicaciones son: TripAdvisor, Triplt, Google Maps, Expensify y FourSquare.

Recorridos gratuitos.

Chicago Architecture Tour.

Características:

- A pie
- Duración: 2 horas
- Comienza a las 10 am
- Idioma: inglés
- Se visitan en total 16 lugares arquitectónicos
- Checar fechas para reservar.
- Costo: es gratuito y al final uno decide cuánto aportar voluntariamente.

El tour es a lo largo del Riverwalk y a través de la historia del paisaje industrial que alberga el primer rascacielos del mundo. Comenzando en el segundo edificio más alto del país, la antigua Torre Sears, y concluyendo en el pabellón Pritzker de Frank Ghery y la Fuente de la Corona en el Parque del Milenio, este tour le llevará a lo largo del río y hasta el paseo marítimo a través de un camino de obras de arquitectura históricamente monumentales e internacionalmente reconocidas en el bucle del centro de Chicago.

Chicago Pedway Tour

Características:

- A pie
- Duración: 2 horas
- Comienza a las 10 am
- Idioma: inglés
- Se visitan en total 8 lugares

- Checar fechas para reservar.
- Costo: es gratuito y al final uno decide cuánto aportar voluntariamente.

Es un recorrido al interior, durante la mayor parte del recorrido se explorará el sistema Pedway de Chicago. El Pedway es una serie de túneles, puentes y caminos, en su mayoría interiores, que recorren el centro de Chicago.

Riverwalk and History Tour

Características:

- A pie
- Duración: 2 horas
- Horarios: 2 pm & 6 pm
- Idioma: inglés y español
- Checar fechas para reservar.
- Costo: es gratuito y al final uno decide cuánto aportar voluntariamente.

Conocerá los mayores triunfos de Chicago, así como sus tragedias más devastadoras. Verá el lugar de nacimiento de la ciudad, donde estaban los asentamientos originales del ejército.

Para más información y reservas de **cualquiera de los recorridos gratuitos** visitar: <https://freetoursbyfoot.com/chicago-tours/>

Recorridos con costo.*

Segway Tours from Michigan Avenue at Millennium Park

- Duración: 1 hora a 1 hora y media.
- Los primeros 15-30 minutos se dedican a enseñar cómo funciona el Segway
- Costo: \$75 USD

El recorrido es de Grant Park hasta la glamurosa Buckingham Fountain, disfrutando de las espectaculares vistas del skyline de Chicago, el Millennium Park y el Museum Campus, incluyendo el Soldier Field, el Shedd Aquarium, el Field Museum y el Adler Planetarium.

Para reservar y comprar boletos:

<https://bikeandrollchicago.rezgo.com/details/34521/segway-tours-from-michigan-avenue-at-millennium-park>

Recorrido en autobús

Big Bus Chicago

→ Billete Classic

- Tiene 10 paradas donde puede bajar y visitar atracciones y lugares de interés.

- La frecuencia de los autobuses es de 30-45 minutos.
- El circuito completo dura aproximadamente 2 horas.
- El primer autobús sale de la parada núm. 1 a las 10:00 h y el último sale de ella a las 17:00 h.
- Costo boleto: \$50 USD, hay descuentos en línea.

Para revisar paradas y comprar boletos:

<https://www.bigbustours.com/es/chicago/billete-classic-chicago-tour>

Big Bus Chicago

→ Tour Nocturno

- El Tour nocturno de Big Bus dura 75 minutos y es un tour panorámico sin paradas.
- El recorrido nocturno sale desde la parada núm. 1: Chicago Riverwalk a las 19:30 h.
- Los tours nocturnos operan de mayo a octubre.
- Costo boleto: \$35 USD, hay descuentos en línea

Para revisar paradas y comprar boletos:

<https://www.bigbustours.com/es/chicago/billete-tour-nocturno-chicago>

Para revisar la ruta completa de los autobuses dirigirse a ANEXOS 2. 2.2.

The Barrel Run Chicago Bus Tour

→ Brewery Tour

- Visita a 3 Cervecerías pueden ser: Lake Effect, Revolution, Goose Island, On Tour, y Great Central.
- Duración: 3 hrs y 30 min.
- Se prueba cerveza artesanal en el recorrido.
- Los recorridos son jueves, viernes y sábado.
- Costo: \$85 USD

Para reservar y comprar boletos: <https://www.thebarrelrun.com/>

***Chicago City Pass**

Algunos de los recorridos se encuentran en paquete con Museos, sí es de interés varios recorridos y museos con costo es recomendable adquirirlos mediante el City Pass, ya que se reducen los costos.

https://es.citypass.com/chicago?mv_source=artinstitute&campaign=cart-buytickets&cp_overref=

9.5. Oferta gastronómica

Comida clásica de Chicago

- **Deep dish pizza**

Uno pizzería

- Ubicación más cercana: 29 E Ohio St, Chicago, IL 60611, Estados Unidos
- Página: <https://www.unos.com/>

Lou Malnati's Pizzeria Chicago – Gold Coast

- Ubicación más cercana: 1120 N. State St., Chicago IL 60610
- Página: www.loumalnatis.com

Giordano's Famous Stuffed Pizza

- Ubicación más cercana: Prudencial Plaza, Chicago IL 60601
- Página: www.giordanos.com

- **Hot Dogs estilo Chicago**

Portillo's

- Ubicación más cercana: 100 W Ontario St, Chicago, IL 60654, Estados Unidos
- Página: <https://www.portillos.com/index.html>

- **Diferente tipo de comida**

Al's Beef – Italian Beef

- Ubicación más cercana: 548 N Wells St, Chicago, IL 60654, Estados Unidos
- Página: https://www.alsbeef.com/chicago-river-north-wells-st?utm_source=gmb&utm_medium=Yext

The Original Rainbow Cone

- Ubicación más cercana: 600 E Grand Ave, Chicago, IL 60611, Estados Unidos
- Página: <https://www.rainbowcone.coenm/>

Green Street Smoked Meats

- Ubicación más cercana: 112 N Green St, Chicago, IL 60607, Estados Unidos
- Página: <https://greenstreetmeats.com/>

Chicago Q

- Ubicación más cercana: 1160 N Dearborn St, Chicago, IL 60610, Estados Unidos
- Página: <https://www.chicagoqrestaurant.com/>

Smoque BBQ

- Ubicación más cercana: 125 S Clark St, Chicago, IL 60603, Estados Unidos
- Página: <https://smoquebbq.com/>

Para explorar más opciones visitar la siguiente página:
<https://www.choosechicago.com/things-to-do/food-drink/>

9.6. Museos, galerías y centros culturales

The Art Institute of Chicago

- Costo: \$25 USD*
- Horarios: viernes a Lunes de 11:00 a 17:00; martes y miércoles cerrado, y jueves de 11:00 a 20:00
- Página: <https://www.artic.edu/>

Coleccionan, cuidan e interpretan obras de arte a través del tiempo, las culturas, las geografías y las identidades, centrando la visión de artistas y creadores.

Museo Field de Historia Natural

- Costo: de acuerdo con el tipo de admisión o recorrido varía, además hay días en que la entrada es gratuita, revisar página.
- Tres tipos de admisión:
 - Pase All-Access: Incluye toda la admisión general y exhibiciones con entrada, además de una película 3D (sujeto a disponibilidad)
 - Pase Discovery: Incluye todas las exhibiciones de entrada general y una exhibición que requiere boleto o una película en 3D
 - Entrada básica: Incluye todas las exhibiciones de admisión general, entre ellas SUE, IA *T. rex* y Máximo, el titanosaurio
- Horario: Todos los días de 9:00 a 17:00
- Página: <https://www.fieldmuseum.org/>

El Field Museum es una venerada institución de Chicago y uno de los grandes museos de historia natural del mundo. Sus inmersivas exposiciones exploran todo, desde las culturas antiguas hasta los últimos descubrimientos científicos, a partir de una asombrosa colección de más de 24 millones de objetos.

Museo Nacional de Arte Mexicano

- Costo: Gratuito
- Horario: Martes a Domingo de 10:00 am – 17:00 pm
- Página: <https://nationalmuseumofmexicanart.org/>

Estimular el conocimiento y la apreciación del arte y la cultura mexicana de ambos lados de la frontera a través de una importante colección permanente de arte mexicano, ricos programas de artes visuales y escénicas, programas y recursos de educación artística de alta calidad y desarrollo profesional de artistas mexicanos.

Museo de Fotografía Contemporánea

- Costo: Gratuito, pero se sugiere una donación voluntaria de \$5 USD
- Reserva: en línea
- Horario: todos los días 10:00 am – 17:00 pm

El MoCP es el primer museo de arte universitario del mundo dedicado a la fotografía. Es un museo pequeño pero poderoso, que presenta regularmente la obra de los fotógrafos locales.

National Museum of Puerto Rican Arts and Culture

- Costo: Gratuito
- Horario: martes a viernes de 10:00 a 17:00 y sábados de 10:00 a 14:00
- Página: <https://nmprac.org/>

Las exhibiciones expresan diversas experiencias y formas de arte desde Puerto Rico hasta la diáspora.

Smart Museum of Art

- Costo: Gratuito
- Horario: lunes cerrado; martes y miércoles de 10:00 a 17:00; jueves de 10:00 a 20:00, y viernes a domingo de 10:00 a 17:00.
- Página: <https://smartmuseum.uchicago.edu/>

El Smart Museum of Art de la Universidad de Chicago es un lugar de investigación e intercambio riguroso que fomenta el examen de cuestiones complejas a través de la lente de los objetos de arte y la práctica artística. A través de sólidas asociaciones comunitarias y académicas, el Museo incorpora diversas ideas, identidades y experiencias a sus exposiciones y colecciones, a la investigación académica y a la programación pública.

Chicago Cultural Center

- Costo: gratuito
- Horario: todos los días 10:00 am – 17:00 pm

- Página:
https://www.chicago.gov/city/en/depts/dca/supp_info/chicago_culturalcenter.html

El Centro Cultural de Chicago es una de las atracciones más populares de la ciudad y el corazón cultural del céntrico barrio del Loop. Ocupando toda una manzana de la ciudad, el impresionante edificio emblemático alberga la mayor cúpula de vidrieras Tiffany del mundo y presenta más de 700 programas de humanidades al año, muchos de ellos gratuitos y abiertos al público.

***Chicago City Pass**

Algunos de los recorridos se encuentran en paquete con Museos, si es de interés varios recorridos y museos con costo es recomendable adquirirlos mediante el City Pass, ya que se reducen los costos.

https://es.citypass.com/chicago?mv_source=artinstitute&campaign=cart-buytickets&cp_overref=

Para observar la ubicación de alguno de los museos dirigirse a ANEXOS 1, en el apartado de sitios de interés.

9.7. Turismo de aventura

§ Urban Kayaks

Características:

- Costo: de 45\$ a 75\$ USD
- Dependiendo de la aventura que se busque, es el tour que se compra
- Tour los 7 días de la semana

Situado en el corazón del centro de Chicago, en el recientemente renovado Chicago Riverwalk, ofrece excursiones guiadas en kayak por el río Chicago, clases para todos los niveles de habilidad y alquiler de kayaks para remadores experimentados.

Para reservar y comprar boletos: <https://urbankayaks.com/kayak-tours/>

§ Centennial Wheel

Características:

- Costo: 18\$ USD

La Rueda del Centenario del Muelle de la Marina es una parte icónica del horizonte de Chicago y una pieza preciada de la historia cultural de la ciudad. Con una altura

de casi 60 metros, la noria ofrece a los visitantes unas vistas incomparables de 360 grados de Chicago y el lago Michigan.

Para reservar y comprar boletos: <https://navypier.org/eat-drink-play/rides-and-games/listing/centennial-wheel>

§ Pier **Park Rides**

Parque de atracciones, para elegir los juegos y reservar: <https://navypier.org/plan-your-visit/buy-tickets/pier-park>

§ Amazing **Chicago's Funhouse Maze**

Casa con efectos interactivos. Piérdete en el laberinto de los espejos, tropiece con el túnel giratorio y mucho más.

Para reservar y comprar boletos: <https://navypier.org/eat-drink-play/rides-and-games/listing/amazing-chicago-funhouse-maze>

9.8. Oferta teatral y conciertos

El ***Distrito Teatral de Chicago*** es un centro de producciones y estrenos de talla mundial, especialmente en los tres teatros de Broadway In Chicago del distrito:

- El Teatro CIBC, que abrió sus puertas como teatro de vodevil en 1906
- James M. Nederlander Theatre, un lujoso palacio del cine de principios del siglo XX
- Cadillac Palace Theatre, un ornamentado local diseñado inspirándose en el Palacio de Versalles

El distrito de los teatros alberga también el Goodman Theatre, el mayor y más antiguo teatro sin ánimo de lucro de Chicago. Este teatro, ganador de un premio Tony, produce obras clásicas y contemporáneas, dando voz a una amplia gama de artistas y visiones.

A pocas manzanas al sur, el Teatro Auditorium de la Universidad Roosevelt es otra joya de Chicago. Este teatro, un monumento histórico nacional conocido por su asombroso tamaño y su incomparable acústica, es la sede del Joffrey Ballet.

Chicago es conocida por su vanguardista escena teatral, con cientos de grupos innovadores repartidos por toda la ciudad. Para empezar a buscar la próxima gran obra, echa un vistazo a los estrenos poco convencionales en el Red Orchid Theatre, una experiencia inmersiva en el RedTwist Theatre de Edgewater, o haz un viaje a Lakeview para ver un espectáculo realmente provocativo en la Strawdog Theatre Company.

Visite chicagoplays.com para ver el calendario completo de lo que se está representando ahora y lo que está por venir, y como una segunda opción visite: <https://www.choosechicago.com/things-to-do/theater-performing-arts/>

9.9. Oferta de espectáculos /Oferta deportiva

Deportes de primavera - verano

Béisbol de los Chicago Cubs

En el barrio de Lakeview se encuentra el segundo estadio de béisbol más antiguo de Estados Unidos: el Wrigley Field, sede de los Chicago Cubs.

Béisbol de los Chicago White Sox

En el lado sur de Chicago se encuentra otra de las franquicias con más historia de las Grandes Ligas de Béisbol y ganadora de las Series Mundiales de 2005: los Chicago White Sox. La sede de los Sox, el Guaranteed Rate Field, se encuentra justo al sur del Loop, en el barrio de Bridgeport, donde los locales ofrecen excelentes comidas y bebidas baratas.

Deportes y actividades recreativas de verano

Si quieres salir del banquillo y entrar en el juego en el centro de la ciudad, practica la escalada en el parque Maggie Daley o saca tu esterilla y estírate en una sesión de yoga gratuita durante los entrenamientos de verano en el parque Millennium. Para divertirse aún más bajo el sol, aproveche los 18 kilómetros de senderos frente al lago de la ciudad, perfectos para montar en bicicleta, hacer footing o patinar con el amplio horizonte de Chicago como telón de fondo. A lo largo del sendero del lago, encontrará numerosas playas que salpican el litoral. Juegue un partido de voleibol en la playa en North Avenue Beach o alquile motos acuáticas, kayaks o flyboards para una aventura en el lago Michigan con Chicago Watersport Rentals.

Deportes de otoño e invierno

Hockey de los Chicago Blackhawks y baloncesto de los Chicago Bulls

Los Blackhawks y los Bulls tienen su sede en el United Center, y su conveniente ubicación en el Near West Side, cerca del centro de la ciudad, ofrece una serie de lugares para ver la acción.

Después del partido, haz una parada en el Goose Island Taproom para disfrutar de una exclusiva selección de cervezas artesanales que no encontrarás en ningún otro lugar de la ciudad, o ve a tomar una copa a lo largo de Restaurant Row, el tramo de moda de la calle Randolph lleno de bares, salones y restaurantes galardonados.

10. Programas de fomento, Apoyos y financiamiento para participar en Ferias y misiones comerciales

10.1. Apoyos federales secretaría de Economía

10.1.1. Programa nacional de eventos internacionales

Este programa no se encuentra vigente.

10.1.2. Programa de asistencia técnica y campañas de imagen

Este programa no se encuentra vigente.

10.2. Apoyo Estatales/ Jalisco Instituto de fomento al comercio exterior /secretaría de desarrollo económico CDMX

- **JALTRADE**: Instituto de Fomento al Comercio Exterior del Estado de Jalisco, es un organismo público, su propósito, como el nombre lo dice, es el impulsar el comercio internacional en el Estado de Jalisco a través de distintas funciones como:
 - Capacitaciones y consultorías para incrementar el conocimiento sobre procesos de exportación.
 - Proporcionar a los empresarios interesados información estratégica y análisis de comercio.
 - Promover los productos y servicios de Jalisco en el extranjero a través de la participación de empresarios en misiones comerciales, ferias internacionales y la articulación con Organismos Federales e Internacionales.
 - Coordinar acciones con Instituciones y Organismos relacionados con el comercio exterior del Estado de Jalisco para la unificación de esfuerzos en el impulso de las exportaciones.
 - Operar recursos económicos estatales para apoyar proyectos que fomenten la exportación (Programa Productividad Jalisco) - El Programa Productividad Jalisco apoya incubadoras y aceleradoras de negocios de universidades públicas y privadas.

Información recuperada de: [Instituto de Fomento al Comercio Exterior del Estado de Jalisco - JALTRADE | Instituto de Fomento al Comercio Exterior del Estado de Jalisco - JALTRADE](#)

- **SEDECO**: Secretaría de desarrollo económico de la CDMX, sus principales objetivos es el fortalecimiento de mecanismos de financiamiento para la creación y desarrollo de pymes para impulsar el crecimiento económico de la CDMX, también fomenta las inversiones que favorezcan el empleo la tecnología y el desarrollo inmobiliario de la ciudad y busca mejorar la

competitividad y el ambiente de los negocios para impulsar el crecimiento de las empresas.

Información recuperada de: [Secretaría de Desarrollo Económico de la Ciudad de México \(cdmx.gob.mx\)](http://Secretaría de Desarrollo Económico de la Ciudad de México (cdmx.gob.mx))

10.3. Financiamiento Pyme Banca comercial

No se proporcionó información sobre las tasas de interés, ya que no somos los responsables de la empresa, y se requiere que alguien autorizado marque para poder cotizar.

10.4. Apoyos federales secretaría de Cultura

- Programa de estímulos a la creación artística, reconocimientos a las trayectorias y apoyo al desarrollo de proyectos culturales. Fomento a proyectos y coinversiones culturales (FPCC).

El propósito del programa es “apoyar la iniciativa de creadores, intérpretes, investigadores, gestores, promotores, educadores, curadores, agrupaciones, espacios culturales independientes, entre otros, para la realización de proyectos artísticos y culturales que se lleven a cabo en máximo 12 meses y que consideren salida al público en ese plazo”.

- Se otorga un apoyo de hasta \$250,000.00 mil pesos MXN.
- La exposición se realiza en la disciplina de “Artes aplicadas”, para la categoría de promoción.

Estas son las bases de la convocatoria del 2022, la cual cierra el 29 de noviembre: https://foncaenlinea.cultura.gob.mx/archivosbases/bases_FPCC_2022_5379.pdf

Para una futura convocatoria estar pendiente de la siguiente página: https://fonca.cultura.gob.mx/sacpc/index.php/convocatorias_sacpc/

10.5. Apoyo internacional

- Fundación JUMEX Arte Contemporánea

Otorga apoyos a individuos, agrupaciones, colectivos e instituciones comprometidos con la producción, investigación y divulgación del arte contemporáneo. Los patrocinios se otorgan anualmente a través de una convocatoria abierta.

- La categoría de participación es en Producción de Exposiciones.
- El período máximo para el ejercicio de los recursos asignados es de 12 meses, pero se considera que el desarrollo del proyecto podrá abarcar hasta 24 meses.
- El monto máximo de apoyo para cada proyecto será de \$200,000.00 mil pesos MXN.

Revisar la convocatoria del 2022:

<https://cdn.filepicker.io/api/file/EI4e54TWQq1vlq1hTcJA?&fit=max>

Estar pendiente de la página para la convocatoria del 2023:

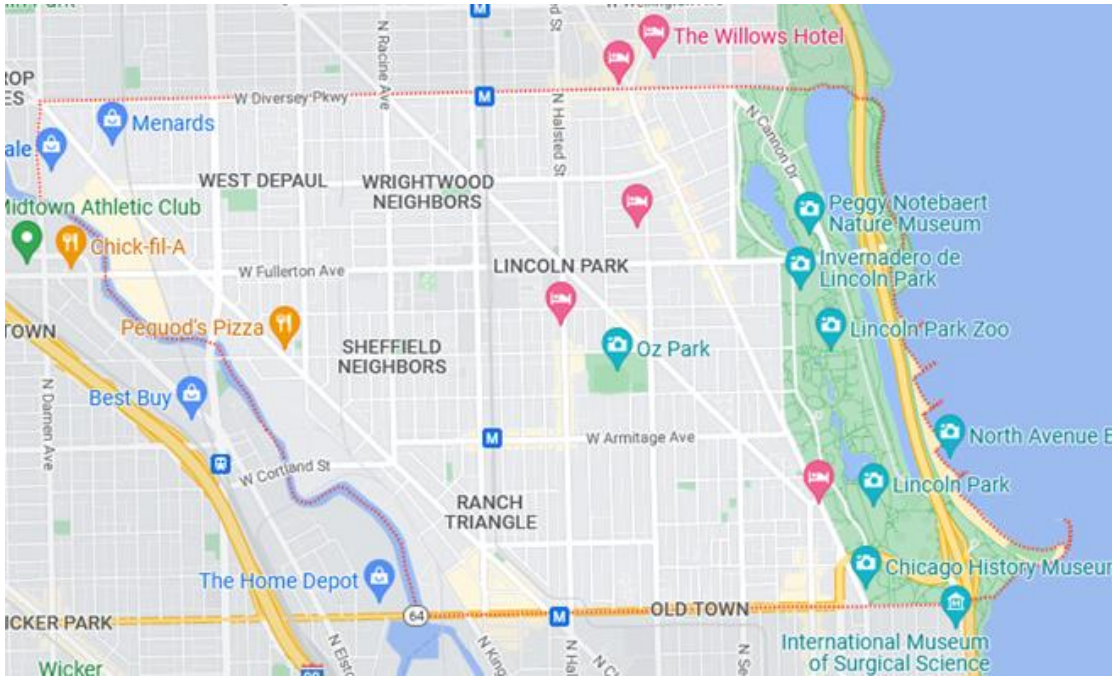
<https://www.fundacionjumex.org/es/fundacion/fomento/patrocinos>

11. Anexos

Anexo 1.

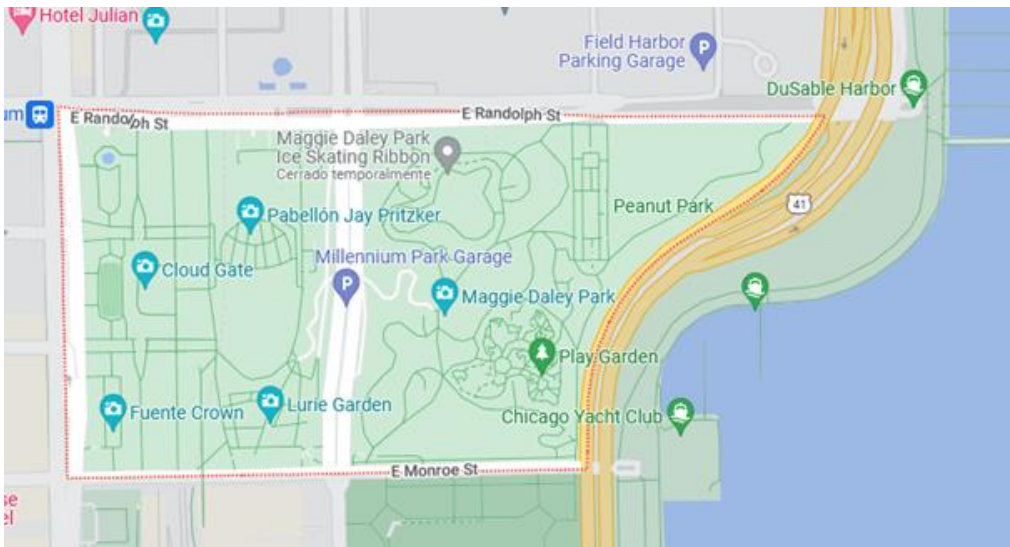
1.1. Lincoln Park

<https://www.google.com/maps/place/Lincoln+Park,+Chicago,+Illinois,+EE.+UU./@41.9218996,-87.6514631,14z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x880fd31bb9a2181f:0x19e7354e990f3992!8m2!3d41.9254701!4d-87.6487783>



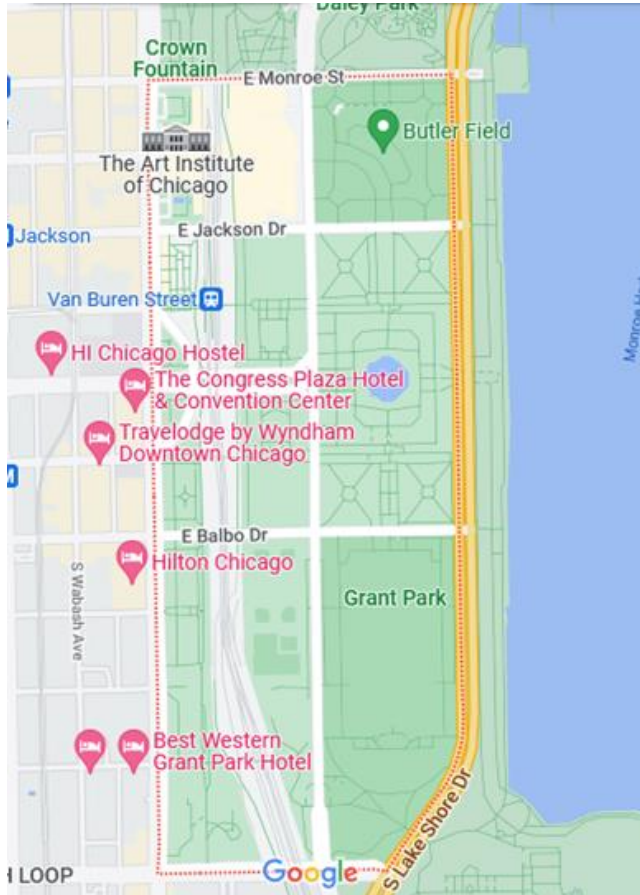
1.2. Millennium Park y Maggie Daily Park

<https://lifechicago.com/guide-to-maggie-daley-park/>



1.3. Grant Park

<https://www.google.com/maps/place/Grant+Park/@41.8721722,-87.6187505,15z/data=!4m5!3m4!1s0x0:0x3daab95490cf8cb4!8m2!3d41.8721722!4d-87.6187505>



Anexo 2.

2.1. Sitios de Interés

<https://www.viajarchicago.com/mapa-turistico-chicago.php>



2.2. Ruta de autobuses

https://www.ctabustracker.com/bustime/wireless/html/SetLocale.jsp?request_locale=es

DOWNTOWN TOUR

HOP ON TO TOUR, HOP OFF TO EXPLORE!

Tours start daily at 9 a.m.

- 1 Skydeck Chicago**
On Jackson across from the Skydeck entrance
- 2 Michigan Avenue Bridge**
Northwest corner of Wacker and Michigan
- 3 Art Institute / Millennium Park**
Across from museum at Michigan and Adams
Plus, pick up a FREE gift bag and \$50 gift card at [Cyanide & Blue](#)
- 4 Hilton Chicago / Grant Park**
Northwest corner of Michigan and 8th, near bus stop
- 5 Adler Planetarium**
On westbound Solidarity Drive
- 6 Field Museum / Shedd Aquarium**
Near the bus stop at the south main Field Museum entrance, east end
- 7 Maggie Daley Park / Millennium Park**
North side of Monroe, east of Columbus
- 8 Sheraton Hotel**
Northeast corner of Columbus and North Water, across from NBC Tower
- 9 Navy Pier**
Blue tents on north side of horseshoe driveway
Plus, pick up a FREE bag of popcorn at [Cyanide & Blue](#)
- 10 The Magnificent Mile**
Northeast end of Michigan Avenue bridge
- 11 Water Tower**
Southeast corner of Pearson and Michigan
- 12 360 Chicago**
(Formerly John Hancock Observatory)
Southeast corner of Delaware and Michigan
- 13 Hard Rock / River North**
West side of Clark between Ontario and Ohio

● Day Tour Stop ONLY
 ● Day & Night Tour Stop

The stops listed above are the only places where passengers may get on and off the tour. Road is subject to change, and starting and ending times may be subject to change. Road closures and traffic may affect route. Please check with your tour guide or sales person for any restrictions. No alcohol, smoking or consumption of food allowed. For additional questions, call 773.462.6200

2.3. Ruta de Metro

<https://mapa-metro.com/es/Estados%20Unidos/Chicago/Chicago-L-mapa.htm>

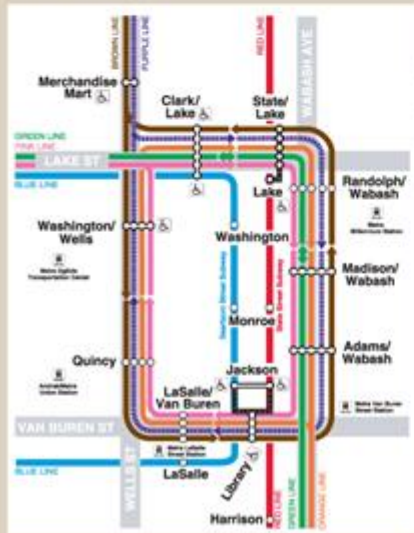


Chicago Transit Authority

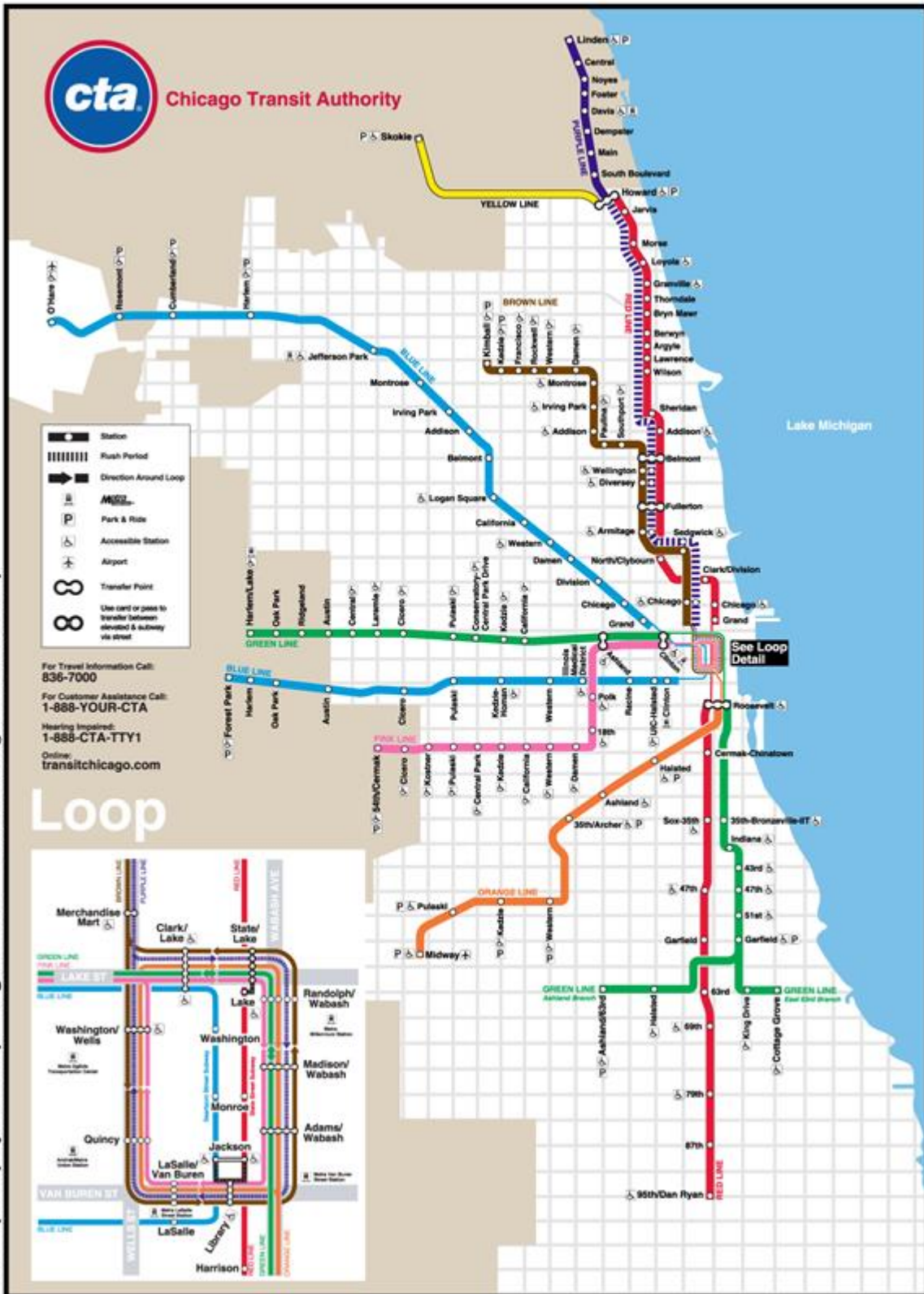
- Station
- Rush Period
- Direction Around Loop
- AMT
- Park & Ride
- Accessible Station
- Airport
- Transfer Point
- Use card or pass to transfer between elevated & subway via street

For Travel Information Call: 836-7000
 For Customer Assistance Call: 1-888-YOUR-CTA
 Hearing Impaired: 1-888-CTA-TTY1
 Online: transitchicago.com

Loop

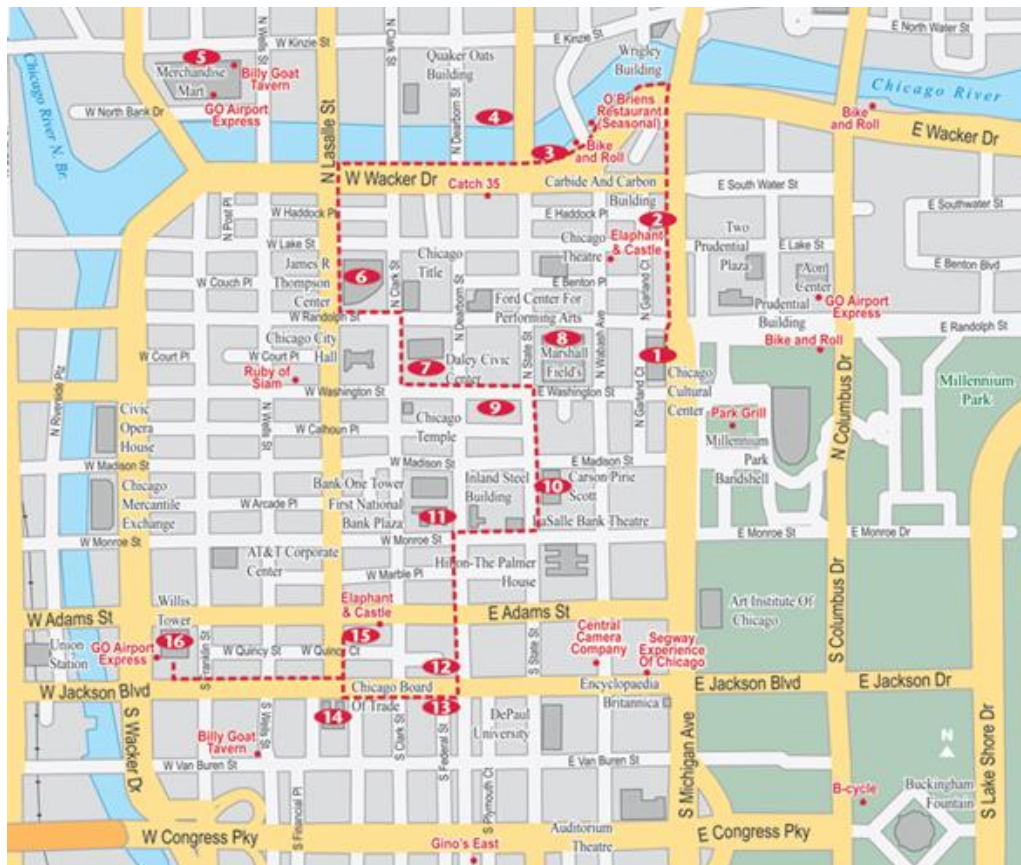


CTA 'L' (Train) System Map - August 2009 ©2009 Chicago Transit Authority

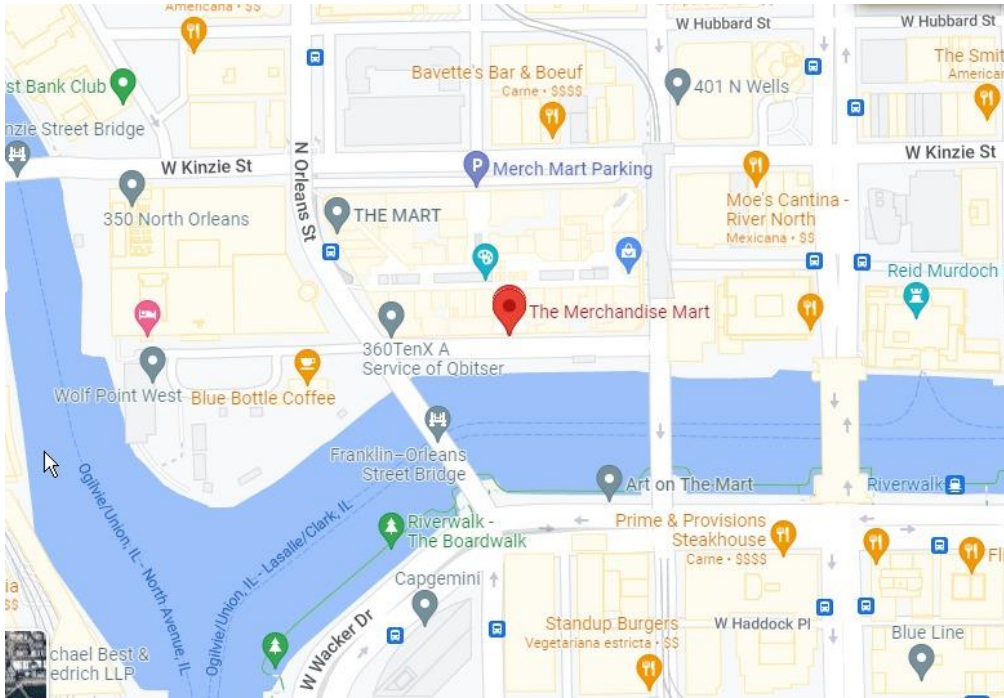


2.4. Ruta a pie

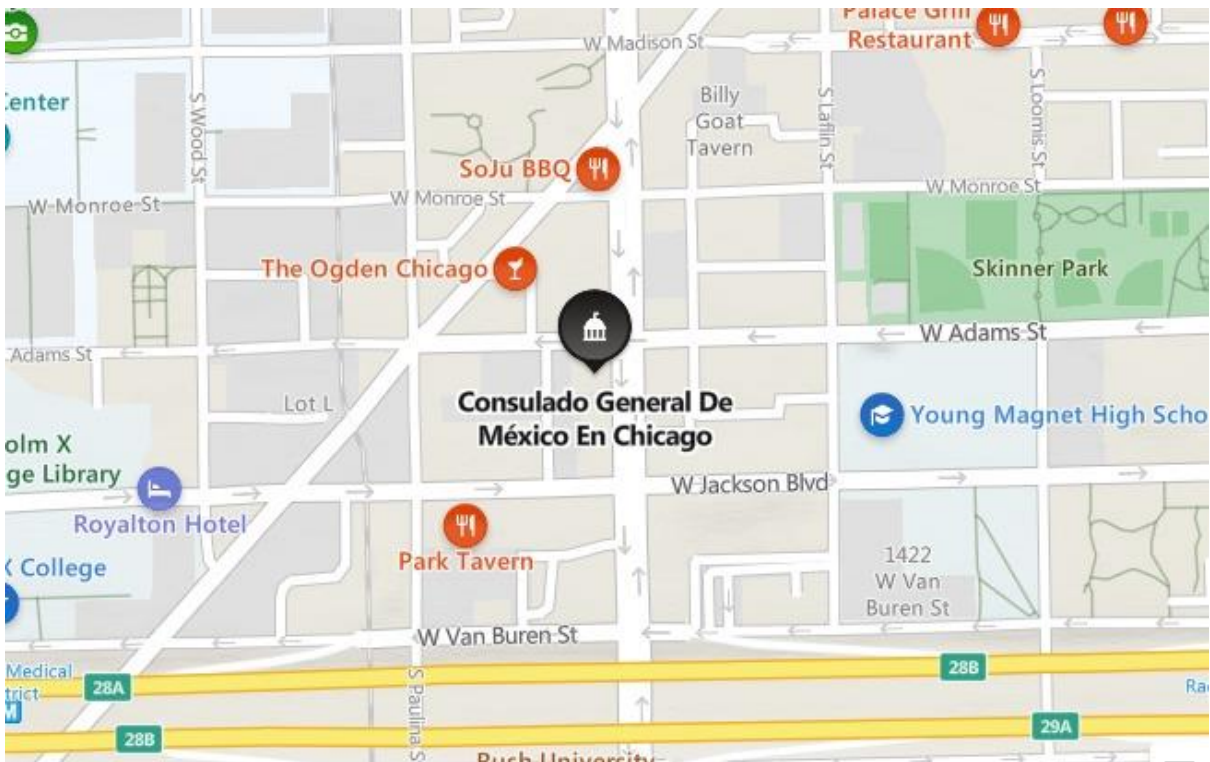
<https://www.viajarchicago.com/itinerario-chicago-7-dias.php>



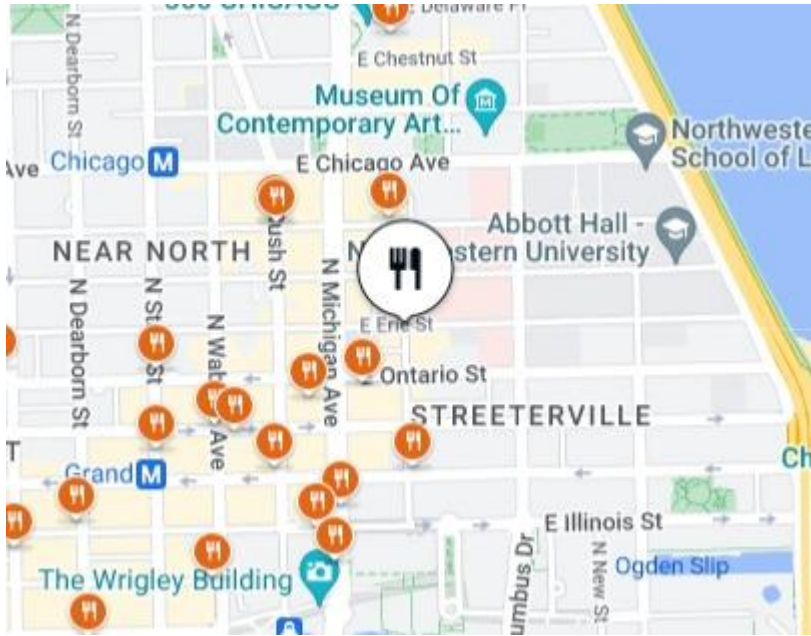
Anexo. Mapa del recinto



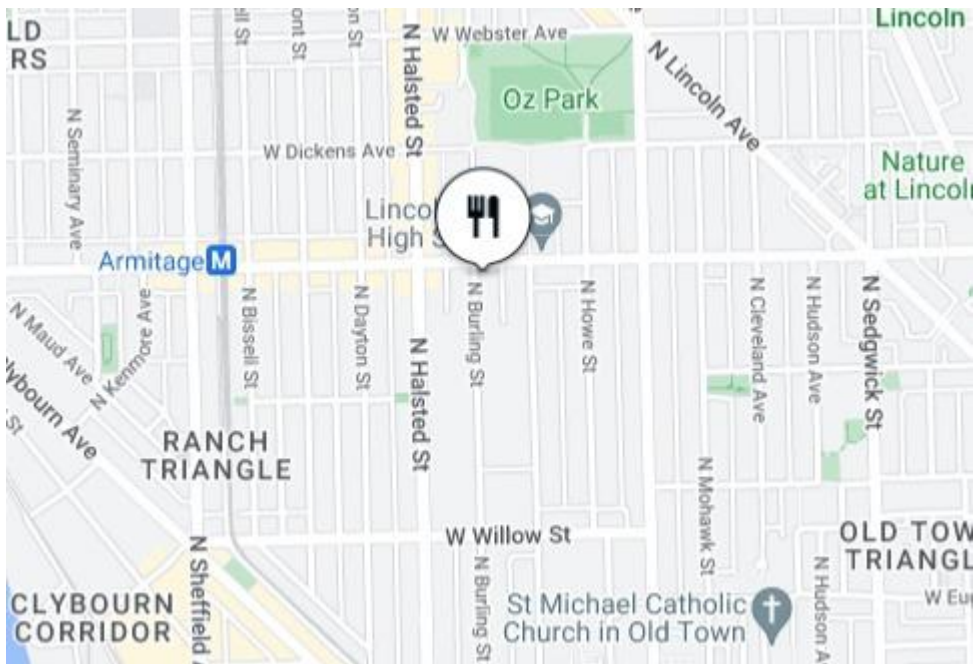
Anexo. Mapa del Consulado General de México en Chicago



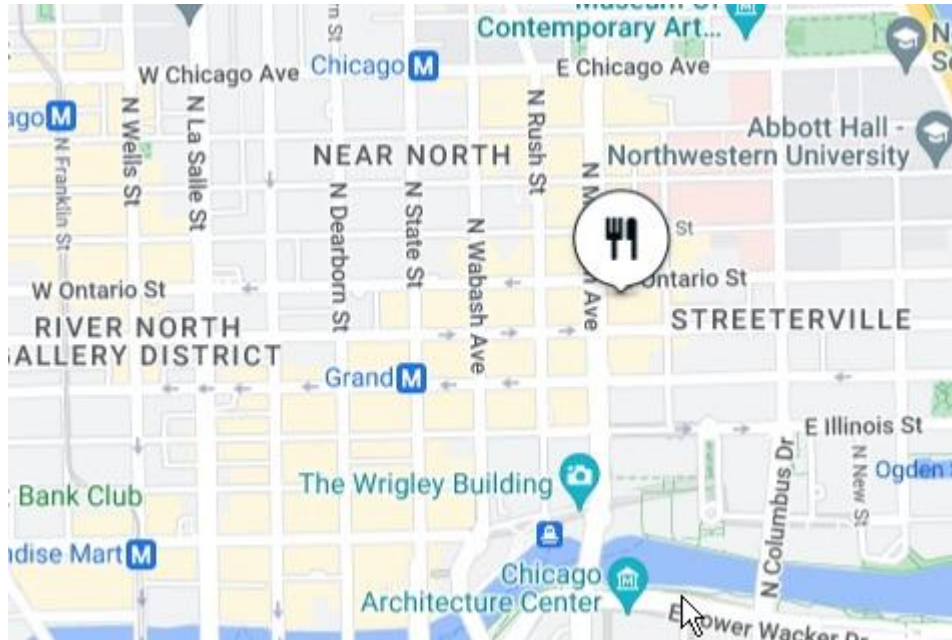
Anexo. Restaurantes para visitar



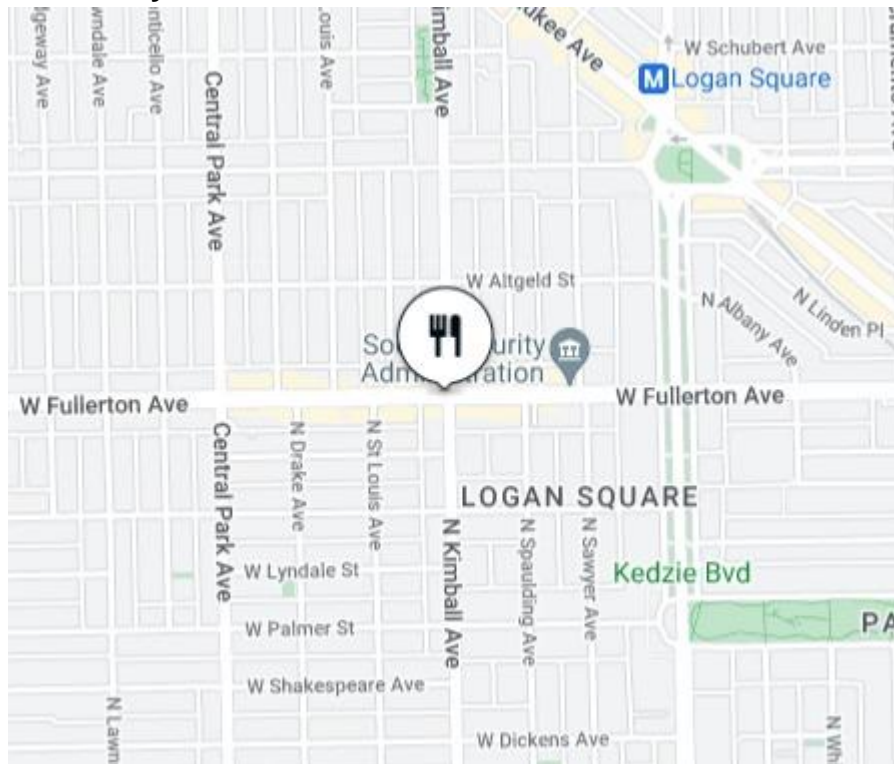
- **Ella's BBQ**



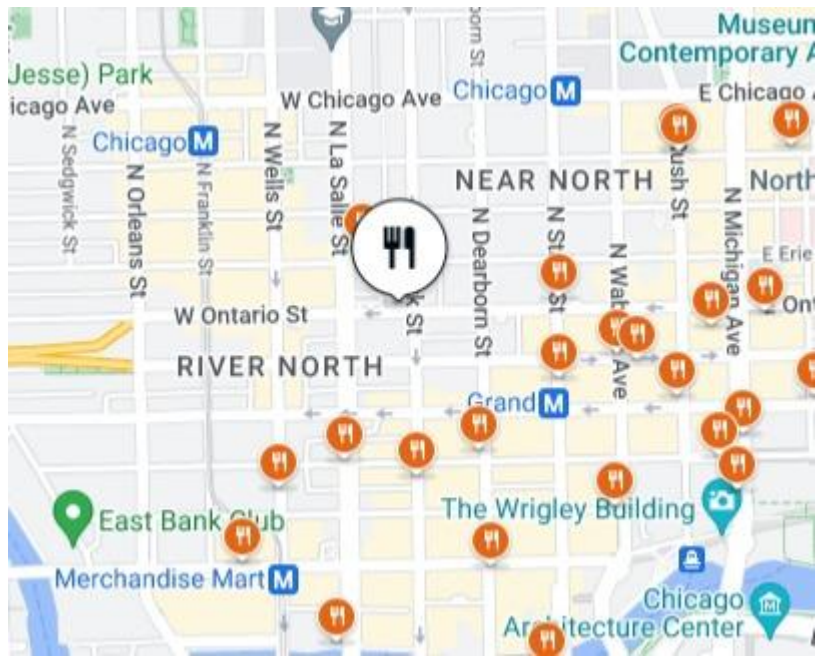
- **Garrett Popcorn Shops**



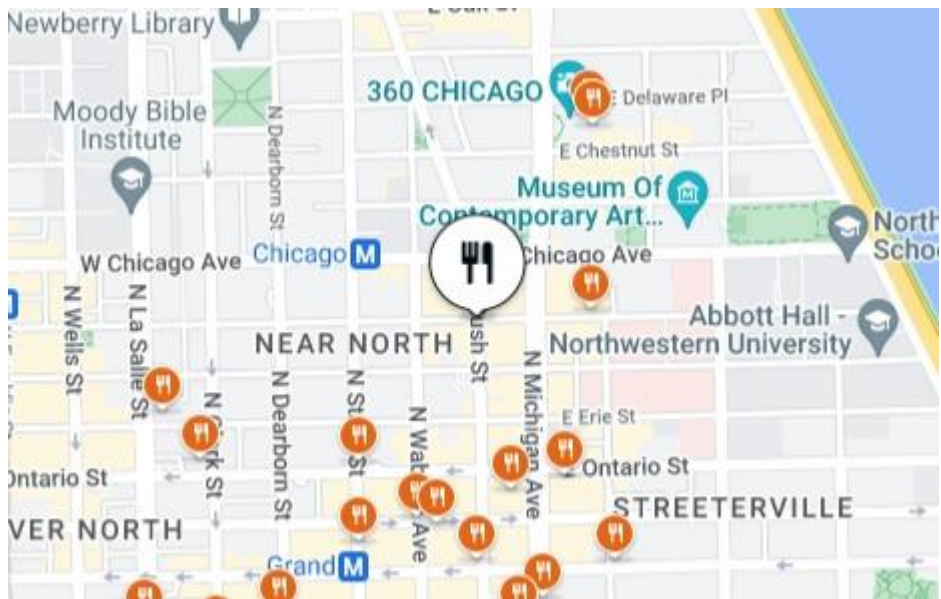
- Jibaritos y más



- Portillo's Hot dogs

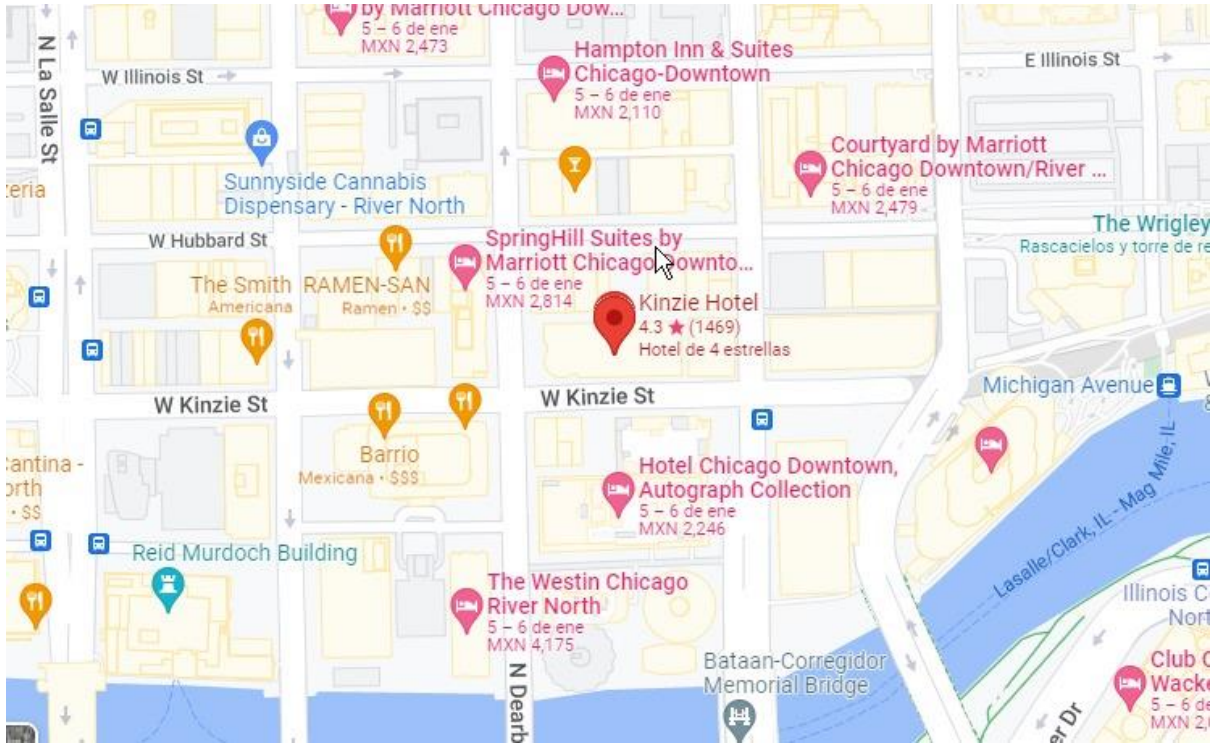


- **Giordano's**

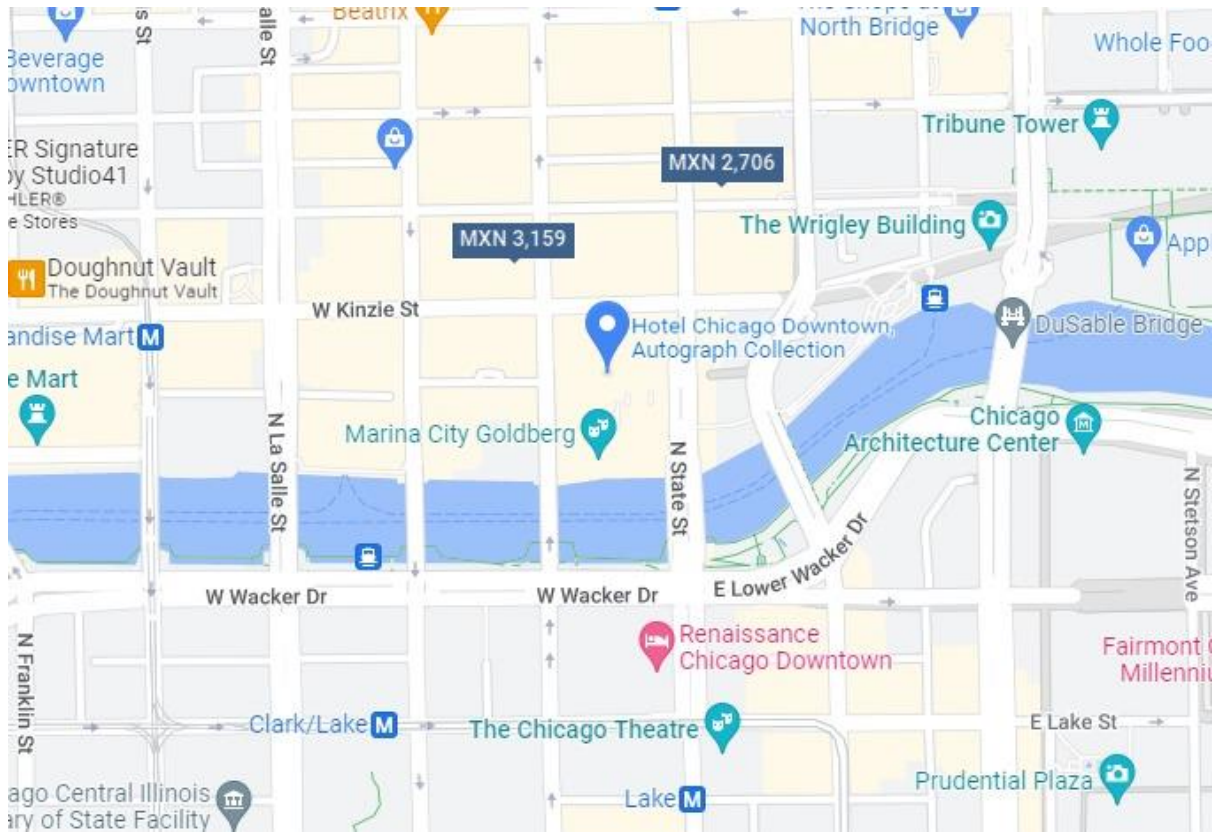


Anexo. Hoteles cercanos al recinto con descuento para los participantes

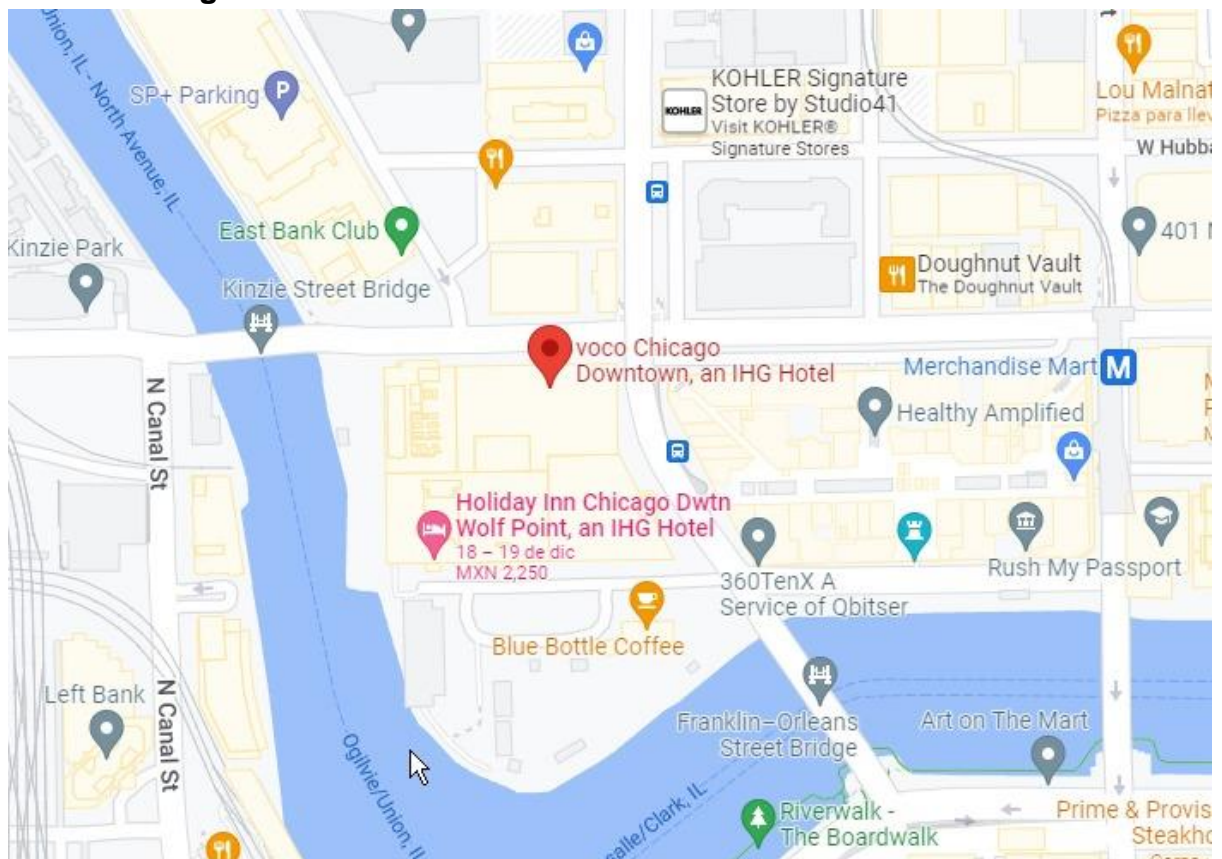
- **Kinzie Hotel**



- **Hotel Downtown Chicago, Autograph Collection**



- **VOCO Chicago Downtown**



- **The Westin Chicago**



2.4 Visitas de campo

Galerías: Exposiciones de arte

-Casa Blanca







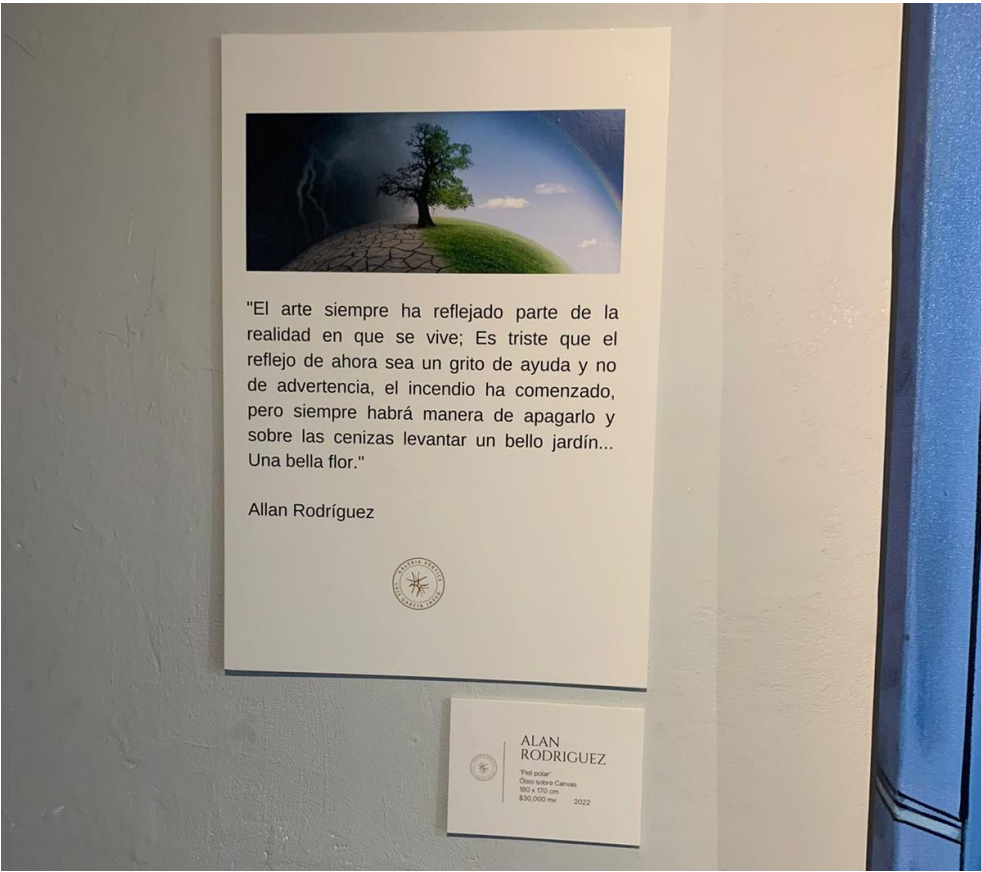


-VÉRTICE



JUAN PEDRO PONCE
 "Flower"
 Oil on canvas
 100 x 170 cm
 \$20,000 ml 2022

JUAN PEDRO PONCE
 "Flower"
 Oil on canvas
 100 x 170 cm
 \$20,000 ml 2022



"El arte siempre ha reflejado parte de la realidad en que se vive; Es triste que el reflejo de ahora sea un grito de ayuda y no de advertencia, el incendio ha comenzado, pero siempre habrá manera de apagarlo y sobre las cenizas levantar un bello jardín... Una bella flor."

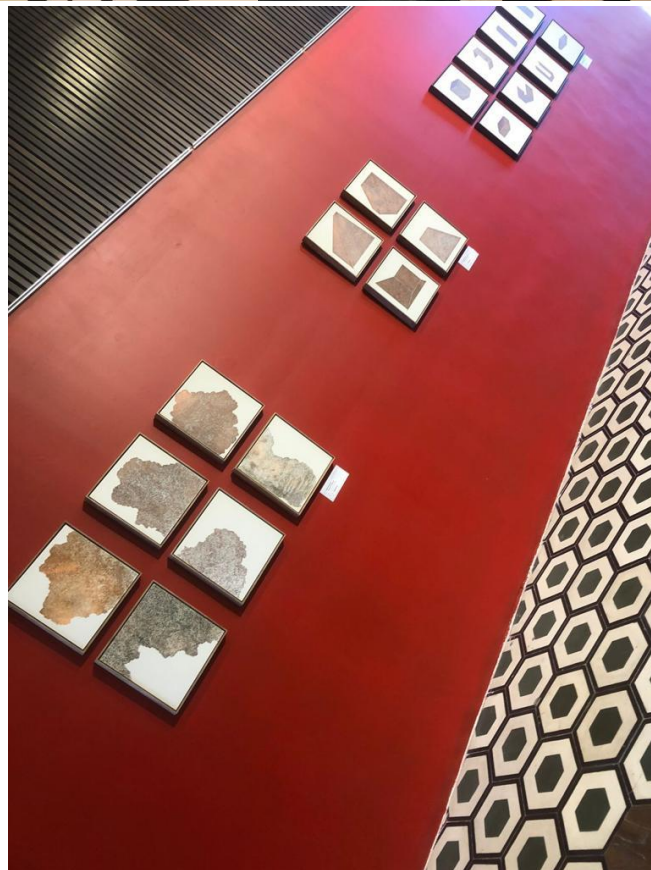
Allan Rodríguez



ALAN RODRIGUEZ
 "Flower"
 Oil on canvas
 100 x 170 cm
 \$20,000 ml 2022

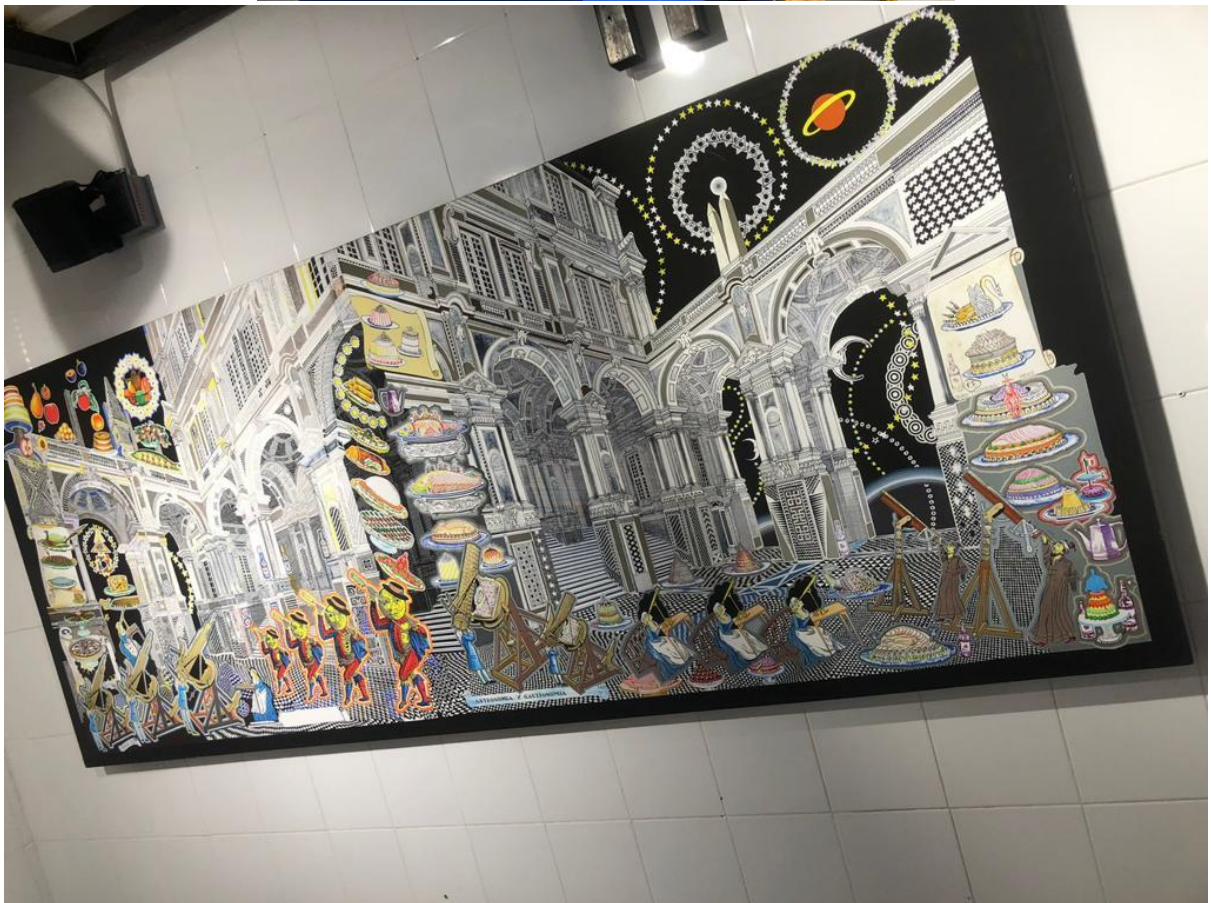
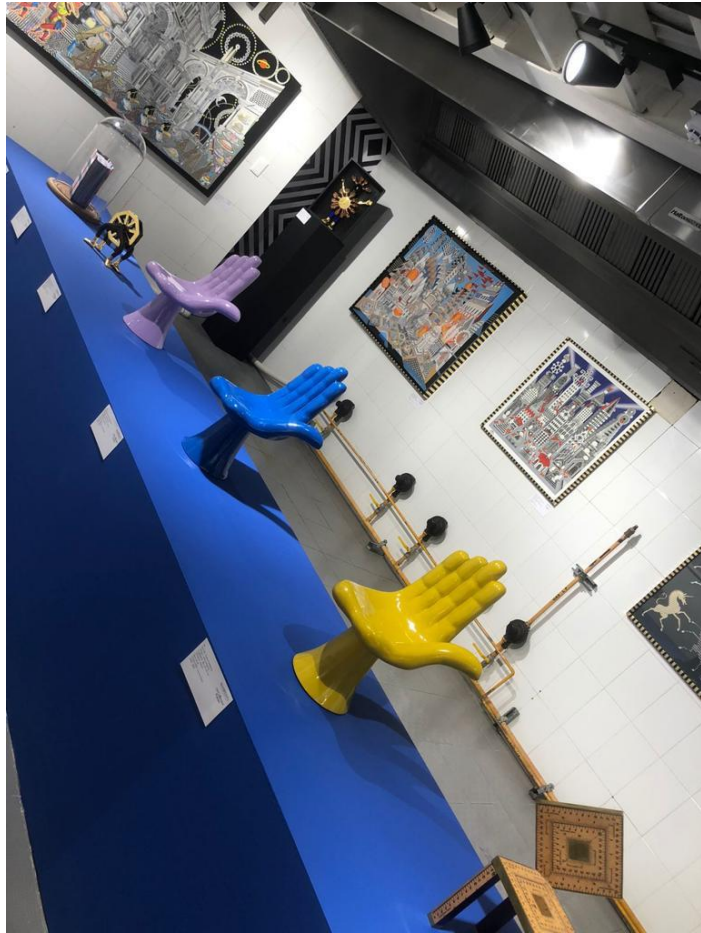


-Galería Manifesto en The Landmark, Zapopan, Jalisco









Anexo. Entrevista a María Sara Gonzalez Gestora Cultural

En el presente apartado se realizó una entrevista a María Sara Gonzalez, es una galerista con 30 años de experiencia en producción de eventos culturales y deportivos, estudió arquitectura en diseño de interiores y actualmente se dedica a organizar galerías en las cuales los artistas tienen libertad de escoger las obras que expondrán con una comisión inferior a las galerías comunes, esto con el objetivo de apoyar el arte en México y a sus artistas.

1. ¿Nos puedes describir como es el proceso de “curaduría” de una exposición de arte?

Depende mucho el evento, ellos escogen al artista por su trayectoria, pero les dan carta abierta, realmente no ponen lineamiento a las exposiciones, algunos piden cierto renombre, depende mucho de cada galería o de cada evento, pero el 95% de los que se presentan ya tienen cierta trayectoria y ellos designan el acomodo de la obra.

2. ¿Cuáles son en tus palabras los elementos más complejos dentro de la planeación de una exhibición de arte?

- El poder juntar a los artistas que quieres en una misma fecha, ya que las agendas pueden ser complicadas con artistas con trayectoria.
- Otra con las personalidades de los artistas, ya que muchos tienen tratos complicados.
- La promoción de los eventos y el poder conjuntar gente que de verdad quiera comprar arte

3. ¿Podrías describirme el proceso y los trámites para tener aseguradas las obras?

Mientras la obra está en la galería, el galerista se hace responsable de la obra, algunas galerías no tienen seguro, pero siempre se hacen responsables y hay ciertas garantías. Ellas no cuentan con seguro, las que tienen seguro son las casas en las que se hacen exhibición

4. ¿En promedio cuál sería el costo de comisión que cobran a los artistas por la venta de su obra?

Es variable, las galerías le cobran al artista entre 40 y 50% de comisión, María Sara les cobra menos ya que buscan apoyar a los artistas y cobran el 35% dentro de los eventos y con la carpeta se cobra 20%.

5. ¿En tu opinión existe un mercado (demanda) del arte en México o no?

Si hay mercado, últimamente hay mucha más apertura al mercado artístico de nuevo, las generaciones nuevas son más receptivas al arte y entienden que el arte

es una inversión y no un gasto por lo que hay más mercado, pero no ha sido fácil ya que no hay mucha cultura.

6. Bajo qué criterios evalúas el precio para tu obra (costo de los materiales, tiempo invertido, técnicas utilizadas, estudios previos, trayectoria del artista etc.)

El artista pone precio a su obra, y si el artista pide ayuda, ellos evalúan trayectoria, técnica.

7. ¿Consideras necesario el formar públicos y tener más espacios para la formación de públicos que demandan y consumen arte?

Si hace falta y eso es básicamente el proyecto de María Sara, para crear conciencia de que el arte es una inversión, no es solo un gasto por gusto, sino que también es algo que a largo plazo aumenta en valor, cuando se compra arte original y certificado.

8. ¿Consideras el arte como una forma de inversión segura en tiempos de crisis e incertidumbre?

Claro, no cualquier arte, hay arte que son copias de otras obras, eso no vale tanto, pero las obras originales, certificadas y sobre todo las de artistas con grandes trayectorias son inversiones completamente seguras, se sabe que el valor del arte aumenta, y cuando muy mal te va, permanece, el arte es algo que no baja de precio.

9. ¿Cuánto tiempo dedican a planear una exhibición?

Aproximadamente un año, van haciendo agendas para organizar a los participantes/artistas, por lo que es necesario ir planeando con mucho tiempo, aunque los eventos se realizan cada dos meses y en cuanto un evento acaba se envía invitación del siguiente.

10. ¿Cuáles son los elementos operativos y técnicos que se tienen que cubrir durante una exposición?

Medios de comunicación, seguridad, buen equipo/staff de ventas y logística de montaje y desmontaje

11. ¿Consideran importantes elementos como: ambientación, iluminación, sonidos, aromas, degustaciones como parte del proceso de compra durante las exhibiciones tienen una estrategia al respecto?


Claro, todo es importante, tanto lo visual como lo no visual, la música, deleitar al oído e incluso los aromas, en lo que más se enfocan ellos es en dar una buena iluminación a las obras ya que se considera que éstas son indispensables para

la atracción de las personas.

Hasta el momento cual ha sido la exposición en donde considera que tuvieron mucho éxito con respecto a la venta de la obra y a que atribuye este éxito de este año, la de febrero tuvo mucho éxito, aunque en casi todas les ha ido bien, nunca han tenido un evento en el que no vendan y cree que se debe mucho a la promoción del evento

ANEXO.

CERTIFICADO DE AUTENTICIDAD

<p>_____</p> <p>DANIEL NAREDO BETANCOURT</p>	
<p>CERTIFICADO DE AUTENTICIDAD</p> <p><i>Certifico que el trabajo descrito en éste folleto es original. I certify that the work described in this brochure is original.</i></p> <p>• Titulo / Title</p> <p>• Material / Material</p> <p>• Medidas / Measurement</p> <p>• Edición / Edition</p> <p>• Año de elaboración / Cast in</p> <p>• Nombre y Apellido / Name and Last name</p> <p>• Fecha / Date</p>	

ANEXO.

PROMOCIÓN DE GALERÍAS DE ARTE

FIREFLY NIGHTS

Se envió la información de Daniel Naredo a María Sara y actualmente se está trabajando en un portafolio; Este portafolio será enviado a los clientes de María Sara para promover y ofrecer las obras de arte.

Contacto: 33 18853256

ART CONNECTION

Exposición colectiva en un evento tipo abierto, incluye artistas, artesanos, artes manuales, etc. Se lleva a cabo dentro de un centro comercial, en las áreas comunes. Cada expositor debe traer su propio medio de exhibición, el espacio destinado es de 2 x 1.5 mt.

- No tiene costo.
- 1 vez por mes.
- Requisitos inscripción: Nombre completo, correo electrónico, imágenes de su trabajo y tipo de técnica que aplica.



Contacto: Erick Raigosa 33 11725615

Instagram: artconnectionlakeside

GALERÍA ADRIANA VALDÉS

FEBRERO 2023

Exposición colectiva. Una obra que no exceda 1 metro de ancho o 2, 3 obras que juntas no excedan el metro de ancho.

Costo de inscripción: \$1,200.

Incluye:

- Museografía
- Publicidad en redes sociales
- Obra en la web (durante periodo de exposición)
- Una breve entrevista
- Inauguración virtual
- Al final de la expo se entrega un reconocimiento
- La galería cobra el 50% en caso de venta

Enviar CV o semblanza y 2 o 3 imágenes de obras para reservar el lugar.

Contacto: galeria_avalde@hotmail.com

ANEXO.

PROPUESTA STAND

1.



2.



12. Referencias Bibliográficas

Agencia de Protección Ambiental de Estados Unidos. Leyes y Normas -

Reglamentos ambientales. Desde: <https://espanol.epa.gov/espanol/leyes-y-normas-reglamentos-ambientales>

Análisis entre Estados Unidos y México. (s. f.). catarina.udlap. Recuperado 26 de octubre de 2022, de

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/perramon_l_p/capitulo3.pdf.

Apply (2022b, octubre 20). One of a Kind Show.

<https://oneofakindshowchicago.com/holiday/exhibit/apply>

Art Basel, A. (2020, May 03). Millennial collectors are coming of age – and women are the biggest spenders. Retrieved November 1, 2022, from

<https://www.artbasel.com/stories/millennials-art-market-2020>[RTEA14] (n.d.). A/B.

Retrieved November 2, 2022, from

<https://www.amai.org/NSE/index.php?queVeo=niveles>

Báez, N. E. (2022, 1 junio). EE.UU.: La violencia visible es la punta del iceberg. Diario Libre. <https://www.diariolibre.com/opinion/en-directo/2022/05/31/la-violencia-visible-en-eeuu-es-la-punta-del-iceberg/1862474>.

Britannica Moderna. (s.f). Chicago. Britannica Moderna. Recuperado el 24 de

octubre de 2022. Desde: <https://moderna-eb->

<com.ezproxy.iteso.mx/levels/academica/article/Chicago/409830>

CERRAR EL TRATO: CÓMO LOS ESTADOUNIDENSES HACEN NEGOCIOS. (s. f.). Recuperado 24 de octubre de 2022, de

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

City of Chicago. Chicago History. Recuperado el 24 de octubre de 2022. Desde:

<https://www.chicago.gov/city/en/about/history.html>

Coordinación de Universidad Abierta y Educación a Distancia-UNAM (2016). Arte Mexicano del Siglo XX. Unidad de Apoyo para el Aprendizaje. Coordinación de Universidad Abierta y Educación a Distancia-UNAM. Recuperado el 13 de septiembre 2022, desde:

https://programas.cuaed.unam.mx/repositorio/moodle/pluginfile.php/164/mod_resource/content/1/arte-mexicano-s-xx/index.html

Datos Macro. (2021b). Estados Unidos - Índice de Percepción de la Corrupción.

Datos Macro. Desde: <https://datosmacro.expansion.com/estado/indice-percepcion-corrupcion/usa>

Datos Macro. (2021). Estados Unidos - Emisiones de CO2. Desde:

<https://datosmacro.expansion.com/energia-y-medio-ambiente/emisiones-co2/usa>

Días festivos federales en Estados Unidos. USA Gov en español. Recuperado de:

<https://www.usa.gov/espanol/feriados-nacionales>

Díaz, C. (2016). La gestión de las galerías de arte. Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo.

Duis, P., & Schallhorn, C. (2021). Chicago. Britannica. Recuperado el 24 de octubre de 2022. Desde: <https://www.britannica.com/place/Chicago/Cultural-life>

Egan, M. (01 junio de 2022). El mundo puede estar acercándose a una crisis energética como la de la década de 1970, o peor. CNN en español. Recuperado el 26 de septiembre de 2022. Desde: <https://cnnspanol.cnn.com/2022/06/03/mundo-energia-1970-trax/>

Estados Unidos, un mercado tecnológico con grandes posibilidades para las empresas. (2020, 9 octubre). #PerspectivaCDTI.es. Recuperado 26 de septiembre de 2022, de <http://perspectivacdti.es/estados-unidos-un-mercado-tecnologico-con-grandes-posibilidades-para-las-empresas-espanolas-innovadoras>

Etecé, (5 agosto, 2021). Artes Visuales. Concepto de. Editorial Etecé. Recuperado el 13 de septiembre 2022, desde: <https://concepto.de/artes-visuales/#ixzz7eoC9qUvz>

Fondos, subsidios y apoyos para artistas: todas las convocatorias. (2022, 31 octubre). Recursos Culturales. <https://www.recursosculturales.com/secciones/fondos-subsidios-apoyo/>

Forbes Staff. (2021). Asesinatos en EU suben casi 30% en 2020. Forbes. Desde: [Asesinatos en EU suben casi 30% en 2020, el mayor aumento en décadas \(forbes.com.mx\)](https://forbes.com.mx/Asesinatos-en-EU-suben-casi-30%-en-2020-el-mayor-aumento-en-decadas)

Gallery Exhibit. (2022, 16 mayo). One of a Kind Show. <https://oneofakindshowchicago.com/holiday/exhibit/gallery>

García, O. L. (2008). Cómo negociar con éxito en 50 países (Spanish Edition). Global Marketing.

History (28 abril, 2022). Chicago. History.com Recuperado el 24 de octubre de 2022. Desde: <https://www.history.com/topics/us-states/chicago>

Hofstede Insights. (2021, 21 junio). Country Comparison. <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/mexico,the-usa/>.

INBA-04-001 - CONAMER. (s. f.). Recuperado 19 de septiembre de 2022, de <https://catalogonacional.gob.mx/FichaTramite?traHomoclave=INBA-04-001>

Indicadores Económicos y socio-demográficos 2022. (s. f.). Datosmacro.com.

Recuperado 19 de septiembre de 2022, de

<https://datosmacro.expansion.com/paises/canada+>

Indicadores Económicos y socio-demográficos 2022. (s. f.-b). Datosmacro.com.

Recuperado 19 de septiembre de 2022, de

<https://datosmacro.expansion.com/paises/usa+>

Indicadores mundiales de propiedad intelectual: La presentación de solicitudes de registro de marcas en todo el mundo se dispara en 2020 a pesar de la pandemia mundial. (s. f.). Recuperado 26 de septiembre de 2022, de

https://www.wipo.int/pressroom/es/articles/2021/article_0011.html.

Inteligencia de Mercados/Cultura de Negocios con Estados Unidos. (2016, abril). LEGISCOMEX.COM.

<https://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20Office/cultura-negociaciones.pdf>.

Las empresas de EEUU líderes en transformación digital. (s. f.). Dirigentes digital.

Recuperado 26 de septiembre de 2022, de

<https://dirigentesdigital.com/mercados/eeuu/las-empresas-de-eeuu-lideres-en-transformacion-digital-YC1499247>

Le Clerq, J., & Rodríguez, G. (2020). Índice Global de Impunidad 2020. Universidad de las Américas Puebla. Desde: <https://www.udlap.mx/cesij/files/indices-globales/0-IGI-2020-UDLAP.pdf>

Moovit APP. (s.f). ¿Cómo llegar a The Merchandise Mart en Chicago en Chicago “L”, Autobús o Tren? (2022, October 28). <https://moovitapp.com/index/es->

[419/transporte_p%C3%BAblico-The_Merchandise_Mart-Chicago_IL-site_18134728-81](#)

Muñoz, V., & Medina, E. (2013). La Comercialización de Artesanías, Piezas de Arte y Patrimonio Cultural en México. *International Journal of Good Conscience*. 8(1) 44-54. ISSN 1870-557X

Novo, C. (10 de junio 2022). EE. UU. presenta un plan para afrontar la escasez de agua como prioridad de seguridad nacional. *I Agua*. Recuperado el 26 de septiembre de 2022. Desde: <https://www.iagua.es/noticias/redaccion-iagua/ee-uu-presenta-plan-afrontar-escasez-agua-como-prioridad-seguridad-nacional>

Resumen de Derecho Ambiental en los Estados Unidos. Desde: <https://moose.cec.org/moose/lawdatabase/us12.cfm?varlan=espanol>

N/A. (2022). Que comer en Chicago: Gastronomía. *Viajar Chicago*. Recuperado de: [10 platos típicos qué comer en Chicago: Gastronomía \(viajarchicago.com\)](#)

Parrino, C. (2009). Exportación de Obras de Arte. Normativa Internacional y Nacional para la exportación de Objetos de interés Cultural. (Tesis de Licenciatura) Universidad Abierta Interamericana.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: Diccionario de la lengua española, 23.^a ed., [versión 23.5 en línea]. <<https://dle.rae.es/arte>> [21 de noviembre de 2022].

Sostres, S. (2018). Internacionalización del arte contemporáneo. Un abordaje a la ley 24.633. Universidad de San Andrés.

Valenzuela, B., Meza, J., Fuenzalida, D, & Valenzuela, I. (2017). Exportación de Objetos de Arte, Editorial Industria Gráfica: Perspectiva para Argentina y Chile. Journal of Technology Management & Innovation.

Valenzuela, B., Meza, J., Fuenzalida, D., & Valenzuela, I. (2017). Exportación de Objetos de Arte, Editorial e Industria Gráfica: Perspectiva para Argentina y Chile. 12(1). Journal of Technology Management & Innovation. Universidad Alberto Hurtado, Facultad de Economía y Negocios.

Zaldívar, I. G. (2019, 12 septiembre). Mercado del arte: Estados Unidos lidera las ventas con u\$s 2700 millones. ECC. Recuperado 19 de septiembre de 2022, de <https://www.cronista.com/clase/trendy/Mercado-del-arte-Estados-Unidos-lidera-las-ventas-con-us-2700-millones-20190911-0004.html>