

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

DEAM: Departamento de Economía, Administración y Mercadología

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)

Programa de economía social



ITESO

Universidad Jesuita
de Guadalajara

3J04 Inteligencia Comercial y Cultural para los Negocios Internacionales

**INTERNACIONALIZACIÓN DE LA OBRA DEL
ARTISTA OCTAVIO TORRES: AFFORDABLE ART FAIR NEW YORK**

PRESENTAN

Lic. Ingeniería Industrial – Luis Diego Alvarez Tostado Ruiz

Lic. Ingeniería Industrial – Santiago Del Río Amutio

Lic. Ingeniería Industrial – Alberto Machuca Martínez

Lic. Comercio y Negocios Globales – Ximena Uribe Reyes

**Lic. Comercio y Negocios Globales – Juan Manuel Félix López Lic. Comercio
y Negocios Globales – Pablo Iván Orozco Beltrán**

PROFESOR PAP:

Mtra. Mariana Luna Camacho

Tlaquepaque, Jal. a 15 de mayo de 2023

1. Fundamento del trabajo	4
1.1. Descripción del artista y su obra: características generales, marca personal, oferta de valor.	4
1.2. Descripción general del contexto del artista y de la industria (sector Jalisco).....	5
1.3. Problemática que enfrenta el proyecto artístico y oportunidades en las industrias culturales.	5
1.4. Validación de las condiciones de participación: tiempo requerido, beneficios, áreas de oportunidad, costos operativos, presupuestos, apoyo logístico, apoyos públicos.	5
2. Artista.....	6
2.1. Redes Sociales y relaciones públicas del artista.....	6
2.2. Carpeta integradora de la obra.....	7
2.2.1 Statement.....	7
2.2.2 Curaduría.....	8
2.3. Objetivos y recomendaciones del artista.	8
3. Protección intelectual de marca y autor	9
3.1. Proceso de registro de autor.	9
3.2. Proceso de registro de marca.....	11
4. Proceso de selección de proyectos.....	12
4.1. Opciones de ferias, misiones, bienales y exposiciones internacionales.	12
4.2. Contexto de la exhibición.....	13
4.3. Justificación de participación.....	14
4.4. Propuesta de eventos alternativos.	15
5. Marco conceptual de referencias: PESTEL / País destino	16
5.1. Información general del país destino.	16
5.2. Análisis demográfico y macroeconómico.	16
5.3. Diagnóstico riesgo país y toma de decisiones para la comercialización.	17
5.4. Relación económica, comercial, social, cultural destino país con México. Oportunidades de inversión.	18
6. Análisis del mercado / segmento / competencia / producto / consumidor del país destino.....	21
6.1. Segmento NSE.	21
6.2. Características del consumidor.	21
6.3. Segmentación por tribus.....	22
6.4. Estructura de la competencia interna.....	23
6.5. Requisitos de ingreso al mercado.....	26
6.6. Barreras arancelarias y no arancelarias.....	27
7. Análisis cultural: paradigmas y códigos culturales	29
7.1. Dimensiones culturales: Hofstede.....	29
7.2. Culturas de alto o bajo contexto.	32
7.3. Teoría del iceberg.....	33

7.4. Perfil cultural del país.....	33
7.5. Códigos culturales.....	34
7.6. Protocolo de negocios.....	35
7.7. Perfil cultural del negociador local.....	36
8. Propuesta de valor agregado	36
8.1 Experiencia del cliente y justificación (marketing sensorial y emocional).	36
9. Acompañamiento	37
9.1 Características generales del recinto ferial.....	37
9.2 Expositores participantes.....	41
9.3 Horarios, acreditación y restricciones del recinto ferial.....	42
9.4 Equipaje recomendado.....	43
9.5 Emergencias médicas, seguro médico, visado.....	43
9.6 Servicios consulares, agregado comercial, funciones, horarios.....	44
10. Logística del punto de venta/ misión comercial feria comercial	45
10.1 Selección del espacio físico idóneo.....	45
10.2 Prototipo del stand, materiales.....	45
10.3 Materiales y mano de obra local.....	46
10.4 Presupuesto del montaje (presupuestos de empresas en el área).	46
10.5 Directorio de proveedores locales.....	46
10.6.1 Conectividad.....	47
10.6.2 Horarios de montaje y desmontaje.....	47
10.6.3 Vías de acceso al recinto ferial.....	48
10.7 Facturación y pagos.....	48
10.8 Espacios de networking y negociación.....	49
10.9 Tarjetas de presentación, artículos promocionales, artículos de muestra.....	50
11. Análisis financiero de la misión comercial.....	53
11.1 Transportación.....	53
11.2 Hospedaje y alimentación.....	56
11.3 Costo del espacio físico.....	60
11.4 Seguros médicos.....	60
11.5 Gastos de representación.....	62
11.6 Presupuesto recomendable.....	62
12. Oferta de ocio y entretenimiento.....	63
12.1 Contexto histórico y cultural.....	63
12.2 Sitios de interés patrimonio UNESCO.....	64
12.3 Parques y reservas naturales.....	66
12.4 Recorridos turísticos y de valor histórico.....	67
12.5 Oferta gastronómica.....	68
12.6 Museos, galerías y centros culturales.....	68

12.7 Turismo de aventura.....	69
12.8 Oferta teatral y conciertos.	70
12.9 Oferta de espectáculos /oferta deportiva.....	71
13. Programas de fomento, apoyos y financiamiento para participar en ferias y misiones comerciales.....	73
13.1 Apoyos federales/ Secretaría de Economía.	74
13.2 Financiamiento Pyme banca comercial.....	74

1. Fundamento del trabajo

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

Octavio Torres es un escultor nacido en Guadalajara, Jalisco que trabaja con materiales como madera, barro o metal creando figuras de mediana a gran escala. Busca imprimir personalidad a cada una de sus piezas. Homenajea la figura de la mujer en sus obras por su feminidad y la sutileza de su silueta. Su diálogo permanente y compenetración con la escultura se ve reflejado en la espontaneidad, ligereza y la frescura de su obra. Sus figuras en vuelo reflejan el idealismo con el que concibe sus creaciones, mismo que transmite y contagia al espectador. Sus rostros clásicos son reinterpretados con una visión moderna que busca atrapar a las nuevas generaciones.

Referencia: Rodríguez. G. (2022). Biografía del artista – Octavio Torres. Galería Gabriela Rodríguez <https://gabrielarodriguez.mx/profile/octavio-torres/>

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

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

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

La problemática presente en el sector industrial es que el artista desconoce el proceso para agregar valor al producto, así como la manera adecuada de monetizarlo e internacionalizarse. También suele existir una falta de apoyo gubernamental (con excepciones) al arte y una supremacía por parte de corrientes artísticas específicas y artistas pertenecientes a círculos sociales que excluyen estilos distintos a los suyos.

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

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

El propósito de este proyecto es que Octavio logre internacionalizar y crear una red de contactos para comercializar sus obras. Proponemos el registro y asistencia a una feria internacional previamente seleccionada. La propuesta de ir a una feria se presenta ya que una de las ventajas es presentar sus obras al público internacional, lo que nos permite ampliar la base de seguidores y atraer clientes potenciales.

Una feria internacional va a generar un aumento de popularidad para Octavio ya que en estos momentos se encuentra en uno de sus mejores momentos de crecimiento artístico internacional. Utilizaremos las invitaciones que Octavio ha tenido como la principal referencia para su internacionalización.

2. Artista

2.1. Redes Sociales y relaciones públicas del artista.

Octavio cuenta con dos redes sociales las cuales son uno de sus principales medios de comunicación con el público, tomando en cuenta que tiene publicadas una gran parte de sus obras. En ambas redes sociales las personas pueden apreciar las piezas y solicitar el precio. Además, Octavio nos comentó que en algunas ocasiones las personas lo contactan por medio de sus redes sociales para crear obras nuevas o distintas especiales para algunos lugares icónicos como lo son Plaza Andares o el Paseo de las estrellas en Hollywood.

Facebook: Octavio torres escultor

Instagram: #octaviotorresescultor



Octavio Torres Escultor

Imágenes de referencia obtenidas de los sitios web oficiales de Octavio Torres

2.2. Carpeta integradora de la obra.

Un portafolio o carpeta integradora muestra el trabajo del artista el cuál puede incluir una variedad de elementos, como pinturas, dibujos, esculturas, fotografías, instalaciones o cualquier otro medio artístico en el que el artista se especialice. En este caso, el portafolio presentado para el escultor Octavio Torres, se verán algunas de sus esculturas para poder ser presentada junto con su exhibición en la feria internacional.

Este portafolio lleva como finalidad que coleccionistas, galerías y/o promotores conozcan las obras del artista, que sepan los materiales de las cuales están hechas, medidas y precio.

Serán presentados dos portafolios, uno será en español y el otro en inglés, esto por que la feria está ubicada en Estados Unidos, pero puede que haya interesados hispanoparlantes. Lo que cambia aparte del idioma, son las unidades de medida y la moneda en que se manejan los precios.



2.2.1 Statement.

Semblanza

Octavio Torres es un talentoso escultor nacido en Guadalajara, Jalisco el 10 de octubre de 1974. Escultor egresado de la escuela de artes plásticas del centro universitario de arte, arquitectura y diseño de la Universidad de Guadalajara años de 1994 - 1999. También egresó como restaurador de bienes muebles en la escuela de conservación y restauración de los años 2005-2010. Octavio cuenta con una especialización en conservación de monumentos de piedra hecha en Argentina y un diplomado en historia del arte mexicano.

Las exposiciones más destacadas de Octavio han sido en el museo del premio nacional de cerámica en Tlaquepaque, Jalisco. Participó en Gallery Weekend en la

Ciudad de México con una exposición titulada “Motor de impulso” y también participó en el Bienal de las Artes en la Habana, Cuba.

2.2.2 Curaduría.

La curaduría es una práctica artística y cultural que involucra la selección, organización y presentación de obras de arte o exhibiciones. El curador, también conocido como comisario, es el profesional encargado de llevar a cabo esta labor. Su objetivo principal es crear una experiencia significativa y coherente para el público al establecer conexiones conceptuales y narrativas entre las obras seleccionadas.

Las obras elegidas para la exposición en la feria internacional se encuentran en el portafolio del artista. Fueron elegidas por su valor estético, materiales, número de reproducciones y rango de precio, ya que para participar en la feria elegida no puede superar cierto precio.

2.3. *Objetivos y recomendaciones del artista.*

Uno de los objetivos de Octavio es poder aumentar el número de espectadores, así como poder generar más contactos para comercializar un número mayor de esculturas. También mencionó que desea realizar el pago de sus impuestos en especie y no solo en efectivo. Estos objetivos se van desglosando en las siguientes páginas de este documento.¹²³⁴

Los objetivos de Octavio son:

- Atraer más público y seguidores para popularizar su arte
- Lograr un número mayor de ventas y proyectos

Compartir sus procesos artísticos y nuevos materiales con todas las personas del mundo artístico.

Los objetivos de Octavio son concretos y alcanzables ya que la feria nos da un amplio repertorio de contactos y puede lograr un alcance bastante grande con todas las personas que se encuentran viendo las obras. Lo que se busca es que Octavio pueda tener pedidos a futuro de personas interesadas en sus esculturas. Estamos seguros que su cartera de clientes va a crecer, desde personas que quieren las piezas para su hogar o personas que quieren sus piezas para hoteles o negocios.

¹ <https://www.rotter.mx/sat/ayi.pdf>

² <https://www.sat.gob.mx/declaracion/72869/declaracion-anual-de-pago-en-especie-con-obras-de-arte>

³ <https://hc-eq.com/soliscamara/wp-content/uploads/2020/11/beneficios-fiscales-obras-puntos.pdf>

⁴ <https://www.gob.mx/shcp/articulos/conoce-el-programa-pago-en-especie?idiom=es#:~:text=Artistas%20residentes%20en%20México%2C%20dedicados,del%20SAT%20de%20tu%20preferencia.>

3. Protección intelectual de marca y autor

3.1. Proceso de registro de autor.

¿Quién es el autor?

Toda persona que crea una obra literaria y artística

¿Qué es una obra?

Es toda creación original susceptible de reproducirse por cualquier medio o forma

El derecho de autor es el reconocimiento que otorga el estado a todo creador de obras literarias y artísticas en virtud del cual el autor goza de los derechos de tipo moral y patrimonial. El autor cuenta con el derecho sobre el destino y la integridad de su obra así como la explotación de la misma. Octavio podría decidir a quien autoriza o prohíbe dicha explotación y pactar límites al momento de su comercialización.

Este derecho tiene una duración vigente durante la vida del autor y cien años después de su muerte. En caso de coautoría, se contará a partir de la muerte del último coautor.

El registro de autor protege las siguientes obras:

- Literarias
- Musicales con o sin letra
- Teatrales
- Danza
- Pictóricas de dibujo
- Escultóricas y de carácter plástico
- Caricatura e historieta
- Arquitectónicas
- Cinematográficas y audiovisuales
- Programas de radio y televisión
- Programas de cómputo
- Fotográficas
- Obras de arte aplicado
- Bases de datos
- Las demás que por analogía se puedan incluir en la rama más a fin a su naturaleza, obras derivadas, tales como las compilaciones, arreglos, adaptaciones y traducciones

Debemos excluir las ideas, conceptos, métodos, sistemas, actos e invenciones que no constituyan por sí mismos una creación original de la naturaleza literaria o artística.^{5 6 7 8}

En caso de no contar con un registro es necesario seguir los siguientes pasos:

- Es necesario presentar la solicitud de registro debidamente registrada con original y copia.
- Se debe presentar el pago de derechos de acuerdo a la tarifa vigente el cual puede realizarse en cualquier institución bancaria.
- Es necesario presentar los datos específicos de al menos dos obras las cuales serán el soporte para el registro. Deberá presentarse cada una de ellas con el título de la obra y el nombre del autor o autores.
- En caso de nombrar a un representante legal, se presentará una carta al poder o poder notarial para acreditar la personalidad.
- Quien ostenta la titularidad de los derechos patrimoniales distinto del autor respecto a la obra, deberá acreditar dicha titularidad mediante el documento legal correspondiente.
- En caso de que el solicitante sea una persona moral, deberá acreditarse, tanto su existencia legal como la personalidad de su representante legal, mediante instrumento notarial o documento legal correspondiente.

3.2. Proceso de registro de marca.

Tener una marca registrada es importante para todos los artistas, ya que es la forma de proteger su imagen ante el mundo para evitar algún robo de identidad y propiedad intelectual (plagio). Junto con el proceso de registro de autor, el registro de marca es lo que va a respaldar y dar garantía de que en el futuro no se realice plagio de ninguna de las obras de nuestro artista. Podemos realizar un registro tanto de una palabra, un sonido o una imagen, las cuales logren representar al artista y a sus obras como él lo desee.

En caso de que Octavio no cuente con un registro de marca, es necesario cumplir con los siguientes pasos para poder solicitar el registro de cualquiera de los puntos anteriores (Palabra, Sonido o imagen).

⁵ https://www.indautor.gob.mx/documentos/informacion-general/Derecho_de_autor.pdf

⁶ https://www.indautor.gob.mx/servicios/documentos_registro/RPDA01.pdf

⁷ <https://tramitesindautor.cultura.gob.mx/tramites-mas-informacion/01/indautor-01-001.html>

⁸ <https://www.gob.mx/tramites/ficha/inscripcion-de-obra-literaria-o-artistica/INDAUTOR3258#:~:text=Opciones%20para%20realizar%20tu%20trámite&text=Presencial%3A%20Acude%20a%20la%20Dirección,30%20a%2014%3A00%20horas.>

1. Realización de la búsqueda fonética a fin de verificar que no existan otros signos distintivos ya sea en trámite o concedidos ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) que puedan ser objeto de impedimento legal para la marca a proponer.
2. Presentación de la solicitud de registro de marca ante el IMPI, el cual otorga un número de expediente para referencia interna del trámite.
3. Una vez que la solicitud es ingresada al sistema de marcas del IMPI, es turnada a una Coordinación de Examen de Forma, en la cual un examinador evalúa que la solicitud cumpla con los requisitos formales establecidos en la Ley de la Propiedad Industrial. En caso de existir un requisito por cumplimentar, el IMPI lo hará saber por escrito otorgando un plazo de cuatro meses sin prórroga para darle contestación.
4. Una vez satisfecho el examen de forma, la solicitud es turnada a un nuevo examinador quien realizará el examen de fondo, verificando que los elementos gráficos, fonéticos e ideológicos de la marca propuesta a registro no invada los derechos de terceros. Asimismo verifica que no caiga en los supuestos de denegación de registro de marca señalados por el artículo 90 de la Ley de la Propiedad Industrial.
5. En caso de existir una objeción derivada del examen de fondo, el IMPI lo notificará por escrito al interesado, otorgándole un plazo de cuatro meses sin prórroga para darle contestación.
6. En caso de que el impedimento legal sea desestimado por el interesado, el Instituto concederá el Título de Registro de Marca en su favor, con una vigencia de diez años contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud, siendo renovable por períodos de diez años.
7. En caso de no desestimar el impedimento legal, el Instituto girará la negativa de registro de marca por escrito al interesado, teniendo éste un plazo de quince días para interponer recurso de revisión ante el propio instituto, o bien cuarenta y cinco días para iniciar el juicio de Nulidad ante el Tribunal Federal de Justicia Fiscal y Administrativa.⁹

9

http://www.crece.cuvalles.udg.mx/sites/default/files/adjuntos/proceso_para_el_registro_de_una_marca_en_mexico_0.pdf

4. Proceso de selección de proyectos

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

Existen numerosas ferias internacionales, misiones y exposiciones artísticas en todo el mundo dirigidas a la escultura, en donde podemos ver exhibidas distintas piezas de distintos materiales y representaciones. Estas son algunas ferias de las cuales se consideran de las más destacadas dentro de este sector:

- Feria internacional de escultura de Carrara (Italia): Esta feria, celebrada en la ciudad Carrara, es reconocida mundialmente como un punto de encuentro para escultores, galerías y amantes del arte escultórico.
- Affordable Art Fair (Amsterdam) (Australia) (Nueva York): esta feria reúne a más de diez mil amantes del arte que acuden a la feria para examinar y comprar miles de pinturas, esculturas, fotografías y grabados contemporáneos originales en un ambiente relajado y cordial. Se celebra en 10 ciudades: Londres, Nueva York, Hong Kong, Hamburgo, Ámsterdam, Bruselas, Singapur, Estocolmo, Melbourne y Sydney.
- Bienal internacional de Escultura de Changchun (China): Esta bienal, que se lleva a cabo en la ciudad de Changchun, destaca por exhibir esculturas monumentales y obras de artistas nacionales e internacionales. Es una oportunidad para explorar el desarrollo y la diversidad de la escultura contemporánea.
- Bienal Internacional de Escultura de Buenos Aires (Argentina): Esta bienal, que se realiza en Buenos Aires, reúne a destacados escultores de todo el mundo para exhibir sus obras en parques, plazas y espacios públicos de la ciudad. Es un evento que busca acercar el arte a la comunidad y promover la interacción.
- Exposición Internacional de Escultura al Aire Libre de Gwangju (Corea del Sur): Esta exposición, que se lleva a cabo en la ciudad de Gwangju, presenta esculturas de gran formato en un entorno natural. Los artistas internacionales tienen la oportunidad de exhibir sus creaciones al aire libre, integrándose armoniosamente con el paisaje.
- Exposición Internacional de Escultura de Dubai (Emiratos Árabes Unidos): Esta exposición, es un escaparate de artistas de todo el mundo que trabajan en el ámbito de la escultura. Proporcionan una plataforma para exhibir y promover la diversidad de estilos y técnicas escultóricas contemporáneas.
- Feria internacional de Escultura de Bogotá (Colombia): Esta feria reúne a destacados escultores nacionales e internacionales. Es un evento que busca

fomentar el intercambio cultural y artístico, así como promover la apreciación y valoración de la escultura en la sociedad.

4.2. Contexto de la exhibición

La Feria de Arte asequible (Affordable Art Fair) es un evento reconocido a nivel mundial que se lleva a cabo en diferentes ciudades, incluyendo Nueva York. Este evento reúne a galerías de arte y artistas emergentes con el objetivo de ofrecer obras de arte a precios accesibles para un público amplio. La feria se enfoca en artistas que representan a galerías, ya que las participaciones individuales son reservadas para casos especiales.

Uno de los principales objetivos de la feria es fomentar la conexión directa entre los artistas y los visitantes. Esto permite que los asistentes puedan conocer y dialogar con los creadores de las obras, brindándoles una experiencia más enriquecedora y personal.

Es un evento que reúne a galerías y artistas con el propósito de hacer que el arte sea accesible para un público amplio. La feria ofrece una oportunidad única para explorar y adquirir obras de arte contemporáneo a precios asequibles, al tiempo que promueve el diálogo directo entre los artistas y los visitantes. Es un evento destacado en la escena artística de Nueva York y atrae a entusiastas y coleccionistas de todo el mundo.

Las ferias internacionales de esculturas son eventos de renombre mundial que reúne a escultores, coleccionistas, galerías y amantes del arte de todo el mundo. Esta feria se celebra anualmente en una ubicación específica y se ha convertido en un punto de referencia mundialmente reconocido para el mundo.

Durante estas ferias, se exhiben una amplia gama de esculturas que abarcan diversos estilos, técnicas y materiales. Los artistas tienen la oportunidad de mostrar estilos, técnicas y materiales. Los artistas tienen la oportunidad de mostrar su trabajo más reciente y cautivar al público, desde pequeñas piezas, hasta esculturas monumentales que ocupan espacios al aire libre.

Las ferias internacionales son un punto de encuentro para la comunidad escultórica global. Los escultores tienen la oportunidad de establecer contactos, intercambiar ideas y establecer colaboraciones con otros artistas, curadores, compradores y críticos del arte.

También se puede destacar que gracias a estas ferias internacionales, los artistas de distintas partes del mundo, se reúnen al igual que coleccionistas y amantes del arte. Se vuelve todo una pasarela de creatividad y la expresión escultórica contemporánea expresa una interacción inmensa de ideas, emociones y aprendizaje para el público, como para el artista.

4.3. Justificación de participación.

Affordable Art Fair de Nueva York ofrece una plataforma excepcional para exhibir el trabajo del artista, ya que será posible establecer conexiones significativas con otros artistas y amantes del arte, así como para expandir su alcance a nivel internacional. Una feria internacional de esculturas representa una oportunidad única para exhibir y dar a conocer sus creaciones a un público diverso y global. El evento atrae a una amplia gama de visitantes, desde entusiastas del arte hasta coleccionistas y profesionales de la industria. La posibilidad de que el artista muestre su trabajo en un escenario de esta magnitud le permitiría llegar a un público mucho más amplio que en exposiciones locales o regionales.

Además, la feria ofrece un espacio propicio para establecer contactos y colaboraciones en el mundo del arte. Al participar en este evento, tendrá la oportunidad de interactuar con otros escultores talentosos, expertos en la industria, críticos de arte y potenciales compradores.

Esta feria igualmente promueve la utilización de nuevos materiales en las obras de los artistas. Es muy importante el hecho de que la feria requiere estar asociado con una galería en particular al momento de inscribirse. Ésto es un requerimiento común en las mejores ferias de la ciudad y al estar asociado a una permitirá que éstas puedan contactar a artistas de gran potencial de manera más formal. La feria también tiene como restricción el hecho de que por cada escultura solo pueden haber 25 réplicas en el mercado y tienen que ser obras totalmente originales. Ésto habla de la gran exclusividad y seriedad del evento.

4.4. Propuesta de eventos alternativos.

A continuación se van a presentar 2 propuestas en caso de que no se pueda asistir a la Affordable Art Fair en la ciudad de Nueva York.

- Bienal internacional de Escultura de Changchun (China):

La Bienal internacional de escultura de Changchun es un evento que exhibe esculturas y obras de artistas nacionales e internacionales.

Esta Feria se lleva a cabo en la ciudad de Changchun en China, la temática de esta feria varía en cada edición y se invitan a distintos escultores dependiendo la temática. En esta feria los materiales con las que se hacen las esculturas son diversos, abarca desde el bronce, la madera, piedra y otros materiales contemporáneos.

- Exposición Internacional de Escultura al Aire Libre de Gwangju (Corea del Sur):

La Exposición internacional de escultura al aire libre en Gwangju en Corea del Sur exhibe las esculturas en la plaza del parque cultural de Gwangju, lo cual es muy hermoso y es perfecta para exponer las esculturas de gran formato en un entorno natural.

Además esta exposición suele incluir una serie de actividades complementarias, cómo conferencias, algunos talleres de las técnicas que se utilizan en las esculturas y distintos programas educativos. Estas actividades lo que ofrecen es aprender más sobre la escultura y sobre el proceso creativo qué hay detrás.

5. Marco conceptual de referencias: PESTEL / País destino

5.1. Información general del país destino.

New York es una de las ciudades más pobladas de Estados Unidos y la segunda más aglomerada del continente, además de que el centro de la ciudad está considerado como uno de las cinco más aglomerados del mundo. Los principales centros mundiales de comercio y finanzas se encuentran en la ciudad, además de que cuentan con una alta influencia en la moda y el arte.

La ciudad cuenta con influencia artística y cultural considerada una de las más fuertes del país y del continente lo que también la convierte en una de las más importantes para las relaciones internacionales con respecto al arte.¹⁰

5.2. Análisis demográfico y macroeconómico.

A través de un censo realizado, se ha determinado que la población de Nueva York supera los ocho millones de habitantes, con más de cuatro millones de hogares en toda la ciudad. Esta metrópolis alberga una gran cantidad de inmigrantes, entre los cuales destacan más de veinte mil personas hispanohablantes, la mayoría de ellos provenientes de México.

Es importante destacar que la población de Nueva York se concentra principalmente en el rango de edades comprendido entre los veinticinco y cuarenta y cuatro años. Este dato resulta especialmente relevante debido a que la ciudad se convierte en un lugar altamente atractivo para la comercialización de arte. La combinación del contexto artístico de la ciudad y el rango de edades mencionado permite una

¹⁰ [https://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/ecoblog/harmsan/nueva-york-una-ciudad-para-visitarse#:~:text=Nueva%20York%20\(en%20inglés%20y,urbanas%20más%20grandes%20del%20mundo.](https://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/ecoblog/harmsan/nueva-york-una-ciudad-para-visitarse#:~:text=Nueva%20York%20(en%20inglés%20y,urbanas%20más%20grandes%20del%20mundo.)

integración exitosa entre la capacidad adquisitiva de los habitantes y su gusto por el arte.

Gracias a esta combinación favorable, Nueva York se ha convertido en un epicentro cultural donde la industria artística florece. Los artistas y galerías de arte encuentran en esta ciudad una audiencia diversa y receptiva, compuesta por una población enérgica y apasionada por el arte. Esta sinergia crea un ambiente propicio para la difusión y venta de obras de arte, así como para el desarrollo de diversas expresiones artísticas.

En conclusión, Nueva York, con su vasta población de más de ocho millones de habitantes y más de cuatro millones de hogares, destaca por su diversidad cultural y la presencia de una considerable comunidad hispanohablante, principalmente de origen mexicano. La ciudad se posiciona como un lugar atractivo para la comercialización de arte, gracias a la combinación del contexto artístico y el rango de edades de su población. Esta conjunción crea un ambiente propicio para el florecimiento de la industria artística y permite la integración exitosa de la capacidad adquisitiva y el gusto por el arte de los neoyorquinos.¹¹

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

Dentro de la ciudad, existen ciertos riesgos que deben tenerse en cuenta, como el alto nivel de competitividad y un clima bastante cambiante. Sin embargo, es importante destacar que las obras de Octavio no se verán afectadas por los cambios climáticos debido a los materiales que utiliza en cada una de ellas.

Las obras de Octavio están diseñadas de tal manera que los materiales utilizados se ven favorecidos por el entorno natural. De hecho, el óxido y los deterioros naturales son considerados por Octavio como elementos fundamentales y atractivos para sus obras. Estos factores aportan un toque distintivo y especial a cada una de sus creaciones.

Al utilizar materiales que interactúan con el medio ambiente de forma única, Octavio logra que sus obras se conviertan en una expresión viva y dinámica. El paso del tiempo y los cambios climáticos contribuyen a la evolución de sus piezas, otorgándoles una belleza orgánica y una conexión especial con el entorno urbano.

A pesar de los riesgos y el clima cambiante que existen en la ciudad, las obras de Octavio encuentran una armonía con su entorno y se convierten en una manifestación artística única. El contraste entre la competitividad urbana y la naturaleza en constante transformación se refleja en sus creaciones, generando una experiencia visual y emocional para quienes aprecian su trabajo.

¹¹ <https://www.turismonuevayork.com/demografia/>

En resumen, a pesar de los riesgos como la alta competitividad y el clima cambiante en la ciudad, las obras de Octavio se ven beneficiadas por estos factores. Los materiales utilizados en sus creaciones, que interactúan con el medio ambiente, permiten que sus obras evolucionen y adquieran un carácter único. El óxido y los deterioros naturales se convierten en elementos esenciales y atractivos en su arte, generando una conexión especial con el entorno urbano en constante cambio.

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

Político

Variables / factores

El ámbito político en Nueva York es altamente dinámico y diverso, reflejando la naturaleza cosmopolita y progresista de la ciudad. Nueva York es reconocida por su influencia política tanto a nivel nacional, y es considerada un centro importante para la política y el gobierno.

Corto Plazo

Legislaciones y regulaciones: la aprobación de leyes y regulaciones a nivel estatal y local puede tener un impacto inmediato en diversos aspectos de la vida en Nueva York. Esto incluye la política fiscal, leyes de vivienda, regulaciones ambientales y reformas policiales.

Mediano Plazo

La inmigración en este país es un tema importante debido a su alta diversidad y su papel como puerta de entrada para muchos inmigrantes. Las políticas relacionadas con la inmigración, como la protección de los derechos y la reforma migratoria.

Largo Plazo

Tecnología y desarrollo urbano: este puede tener un impacto a largo plazo en Nueva York. Las políticas relacionadas con la tecnología, la infraestructura digital y la planificación urbana sostenible pueden influir en la evolución futura de la ciudad.

Evaluación del impacto

Implica analizar cómo las decisiones y acciones políticas afectan a la ciudad en diferentes aspectos, ya sea en la economía, desigualdad y bienestar social, medio ambiente y sostenibilidad, diversidad, transporte e infraestructura.

Tabla 1 de creación propia, con información ¹²¹³

¹² *Control de Errores - Gobierno de Canarias.* (s. f.). <https://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/ecoblog/harmsan/nueva-york-una-ciudad-para-visitar/>

¹³ EasyExpat.com. (s. f.). *Política de Nueva York, Panorama de* - EasyExpat.com. dotExpat. <https://www.easyexpat.com/es/guides/ee-uu-/nueva-york/panorama/politica.htm>

Económico

Variables / factores

El mercado financiero de Nueva York es un centro global y es el hogar de Wall Street. Sus variables están relacionadas con las tasas de interés, los precios de las acciones, los tipos de cambio y la volatilidad del mercado.

Corto Plazo

Las tendencias del mercado financiero mundial varían diariamente, las cuales afectan directa e indirectamente los precios de las acciones y las fluctuaciones cambiarias. Así como también las inversiones del gobierno y de grandes empresas.

Mediano Plazo

La tecnología y el sector informático se puede ver afectado por el crecimiento continuo y de gran avance. Las inversiones en infraestructura digital, políticas de innovación y el desarrollo de start-ups tecnológicas.

Largo Plazo

Innovación y economía del conocimiento: se refleja en la capacidad de la ciudad para mantener su competitividad económica y puede depender de su capacidad para fomentar la innovación y el desarrollo de nuevas industrias.

Evaluación del impacto

El impacto económico en Nueva York implica analizar cómo las actividades económicas y las políticas afectan a la ciudad en términos de crecimiento, empleo, ingresos y bienestar en general.

Tabla 2 de creación propia, con información¹⁴¹⁵

Tecnológico

Variables / factores

La presencia y el crecimiento de empresas tecnológicas en Nueva York es un factor clave. Empresas de renombre mundial, startups y empresas emergentes contribuyen a la innovación y al desarrollo en la ciudad todos los días.

Corto Plazo

Los avances tecnológicos, como el desarrollo de nuevas aplicaciones, plataformas y servicios digitales, pueden impulsar la innovación y la creación de start-ups en la ciudad. Esto impacta a la generación de empleo, atracción de inversión externa e interna y el desarrollo de nuevos productos y servicios.

Mediano Plazo

La transformación digital y la aceptación generalizada de estas tecnologías siguen creciendo en temas de manufactura, construcción y logística todos los días. También está la implementación de la industria 4.0 y la digitalización de varios procesos.

Largo Plazo

La inteligencia artificial y automatización ya no es a tan largo plazo, sin embargo, se sigue desarrollando e implementando nuevas barreras, ya que ha ido cambiando la forma en la que se realizan diversas tareas y trabajos.

Evaluación del impacto

La evaluación y crecimiento del sector tecnológico implica como esta misma ha transformado la economía, la sociedad y la calidad de la vida en la ciudad.

Tabla 3 de creación propia, con información¹⁶

¹⁴ 2021). La economía de Nueva York es la peor de Estados Unidos. *CNN*. <https://cnnespanol.cnn.com/2021/06/24/la-economia-de-nueva-york-es-la-peor-de-estados-unidos/>

¹⁵ El Economista. (2023, 19 mayo). Nueva York y Tokio son las ciudades con más residentes millonarios. *El Economista*. <https://www.economista.com.mx/economia/Nueva-York-y-Tokio-son-las-ciudades-con-mas-residentes-millonarios-20230519-0029.html>

¹⁶ Maki, B. J. S. (2019, 5 febrero). Nueva York, la mejor ciudad para la tecnología. *El Financiero*. <https://www.elfinanciero.com.mx/tech/nueva-york-la-mejor-ciudad-para-la-tecnologia/>

Social

Variables / factores

La alta diversidad cultural en Nueva York es codiciada, ya que su cultura y etnia es muy amplia. Esta variedad incluye, grupos sociales, culturales, y étnicos, así como la interacción entre ellos.

Corto Plazo

La migración y movilidad atrae a migrantes de todo el mundo y esto hace que los movimientos migratorios internos puedan tener un impacto en la demografía de la ciudad y en la dinámica social. Esto puede llegar a generar un intercambio cultural, así como tensiones y desafíos con la integración y diversidad.

Mediano Plazo

Movimientos sociales y activismo: los movimientos sociales pueden tener un alto impacto ya que se abordan temas como la desigualdad de género, los derechos de la comunidad LGBTQ+, justicia racial, entre otros.

Largo Plazo

El cambio climático y la sostenibilidad tienen un impacto social significativo en Nueva York. Los efectos de dicho cambio, como el aumento del nivel del mar y los eventos climáticos extremos, puede requerir adaptación y mitigación.

Evaluación del impacto

El impacto social en Nueva York implica analizar cómo los factores sociales y las dinámicas han afectado a la población y a la calidad de la vida en la ciudad.

Tabla 4 de creación propia, con información¹⁷¹⁸

Ambiental

Variables / factores

La calidad del aire: su medición de la concentración de contaminantes atmosférico como partículas finas, óxidos de nitrógeno, dióxido de azufre y ozono son los principales contaminantes y que amenazan con la calidad de vida en Nueva York, hablando de manera ambiental,

Corto Plazo

La calidad del aire ya es uno de los principales factores que están presentes en cuanto a descuido ambiental. Luego le sigue la generación excesiva de residuos sólidos y líquidos en la ciudad, donde muchos son tóxicos al ambiente.

Mediano Plazo

Las políticas y medidas para mejorar la eficiencia energética en los edificios, el transporte y la infraestructura de Nueva York puede tener un impacto significativo en el consumo de energía y las emisiones de gases de efecto invernadero.

Largo Plazo

La planificación urbana sostenible y la adopción de prácticas de desarrollo sostenible son factores clave para minimizar el impacto ambiental. Esto incluye la construcción de edificios verdes, la promoción de la movilidad sostenible y la implementación de estrategias de economía circular.

Evaluación del impacto

Esto implica analizar y medir los efectos de las actividades humanas y los factores ambientales en el entorno natural de la ciudad. La calidad del agua es un factor importante a analizar ya que es vital para la supervivencia humana.

Tabla 5 de creación propia, con información¹⁹²⁰

¹⁷ BBC News Mundo. (2016, 19 abril). Nueva York rico, Nueva York pobre: las dos caras de la ciudad más icónica de EE.UU. *BBC News Mundo*. https://www.bbc.com/mundo/noticias/2016/04/160418_nueva_york_ricos_pobres_primarias_ps

¹⁸ Libretexts. (2022). 6.4: La clase social en Estados Unidos. *LibreTexts Español*. [https://espanol.libretexts.org/Ciencias_Sociales/Ciencias_Sociales/Sociologia/Introducci%C3%B3n_a_la_Sociolog%C3%ADa/Libro%3A_Sociolog%C3%ADa_\(Barkan\)/06%3A_Estratificaci%C3%B3n_social/6.04%3A_La_clase_social_en_Estados_Unidos](https://espanol.libretexts.org/Ciencias_Sociales/Ciencias_Sociales/Sociologia/Introducci%C3%B3n_a_la_Sociolog%C3%ADa/Libro%3A_Sociolog%C3%ADa_(Barkan)/06%3A_Estratificaci%C3%B3n_social/6.04%3A_La_clase_social_en_Estados_Unidos)

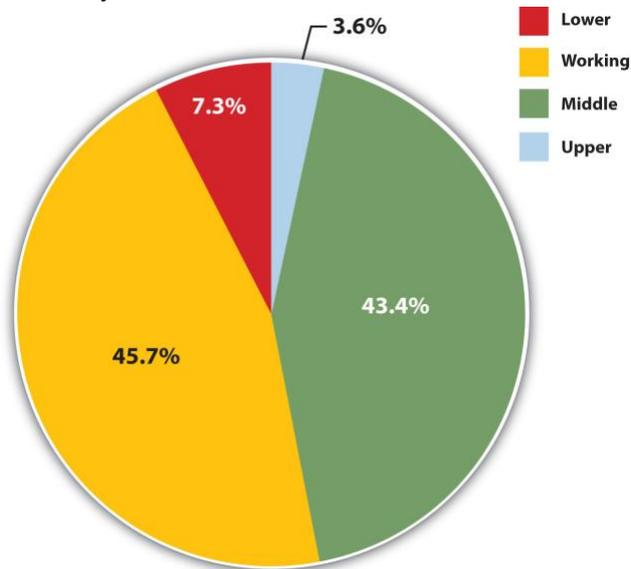
¹⁹ *Desarrollo de un índice de vulnerabilidad al calor para el estado de Nueva York*. (2023, 25 mayo). Ciudades Verdes. <https://ciudadesverdes.com/download/desarrollo-de-un-indice-de-vulnerabilidad-al-calor-para-el-estado-de-nueva-york/>

²⁰ BBC News Mundo. (2019, 11 mayo). Qué es lo que más contamina en Nueva York y que la hace tan distinta de otras ciudades a la hora de luchar contra el cambio climático. *BBC News Mundo*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-48023700>

6. Análisis del mercado / segmento / competencia / producto / consumidor del país destino

6.1. Segmento NSE.

El nivel socioeconómico correspondiente a las clases AB es el objetivo, ya que es el segmento de mercado con la capacidad adquisitiva de asistir a la feria de arte y comprar las esculturas del artista pertenece a la clase media o alta del país. Las esculturas tienen un precio poco accesible para personas pertenecientes a clases más bajas.



Distribución de clases sociales en EU. Información de General Social Survey, 2008.²¹
22

6.2. Características del consumidor.

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

Podría decirse que los asistentes a la Affordable Art Fair tienen ciertas características comunes, por ejemplo, probablemente tienen interés en el arte contemporáneo, internacional y en conocer nuevas tendencias y propuestas artísticas. Asimismo, podrían tener un nivel educativo medio a elevado, una sensibilidad cultural destacada, una capacidad adquisitiva media o alta y una actitud curiosa e inquieta para explorar

²¹ Beeghly, Leonard. 2008. *The Structure of Social Stratification in the United States*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

²² Coleman, R. P., & Rainwater, L. (1978). *Social standing in America*. New York, NY: Basic Books.

nuevas propuestas y tendencias artísticas. No obstante, estas características no son exclusivas de este tipo de público, ni son aplicables a todos los individuos, ya que cada persona tiene motivaciones, intereses y características únicas que influyen en su comportamiento de consumo.

6.3. Segmentación por tribus.

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

Los seniors y los “silver surfers”

El concepto de seniors se refiere a clientes que necesitan productos que se adapten a su nuevo estatus, cuando tienen mucho tiempo libre y buscan realizar actividades que les aporten tranquilidad y les hagan estar activos. Los “silver surfers” son consumidores mayores de 50 años a los que les gusta viajar, al igual que los artículos de lujo y los portales informativos. Son muy constantes en sus compras y leales a sus marcas. Son buenos utilizando nuevas tecnologías.

Las mujeres alfa

Mujeres entre 25 y 54 años. Pueden tener pareja o ser solteras. Si están en una relación aportan más dinero que su pareja. Están preparadas profesionalmente, tienen estilos de vida modernos y se interesan por la imagen y la cultura.

Los luxuryness

Existen siete categorías de luxuryness: omnívoros (mujeres que empiezan a sentirse atraídas por el lujo pero no han desarrollado lealtad por ninguna marca en particular); conocedores (saben diferenciar entre distintas marcas y saben lo que compran); inversores (siempre buscan artículos de alta calidad); hedonistas (son exhibicionistas y compran por cumplir caprichos); conservadores (buscan sobre todo joyería y relojería); desilusionados; y, por último, wannabes (los que quieren comprar lujos pero no pueden).

Los élite

Existe un pequeño porcentaje de la población con un perfil elitista que busca diferenciarse mediante la exclusividad extrema. “Dispone de mucho dinero para gastar y consumir lujos y servicios premium”.²³

6.4. Estructura de la competencia interna.

Estados Unidos ha sido líder en el mercado mundial del arte durante los últimos 50 años. Estados Unidos se convirtió en el principal mercado para el arte durante este tiempo, con una participación de más del 50 % del mercado en la mayoría de los años hasta el año 2000. Este margen se ha reducido en los últimos años debido al crecimiento de China en el mercado del arte a nivel internacional. Sin embargo, Estados Unidos ha mantenido una posición dominante. En 2019, las ventas en el mercado de arte de EE. UU. alcanzaron una participación del 44 % de las ventas globales, más del doble que los siguientes mercados más grandes; Reino Unido y China. A continuación se muestran unas gráficas que muestran más a profundidad este tema.

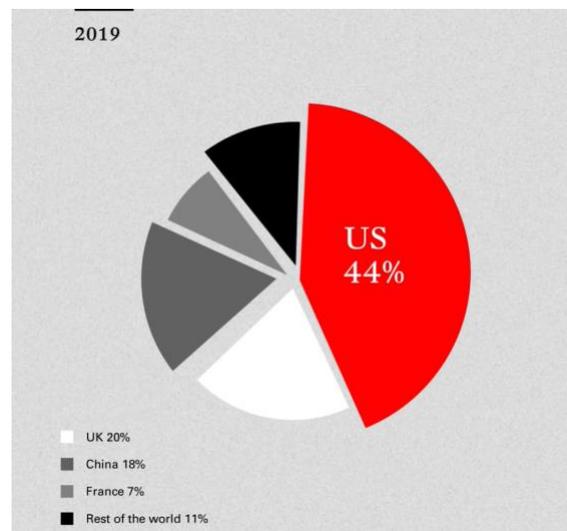


Imagen 3. Participación en el mercado global (2019)

²³ Referencia: Arredondo Zermeño Pablo (2023). Dirección de Mercadotecnia Esaine, N. M. O. (2016). Tribus de consumo. Hacia la auto segmentación del consumidor. Correspondencias & Análisis, 6, 121–137. <https://doi.org/10.24265/cian.2016.n6.07>

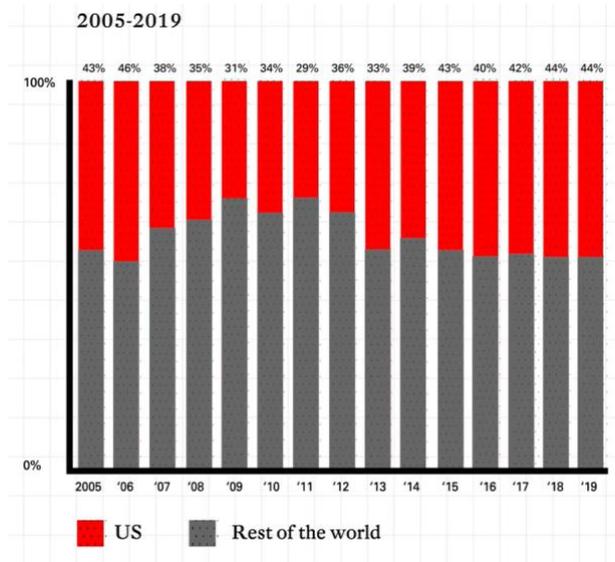


Imagen 4. Participación de Estados Unidos vs el resto del mundo (2005-2019)

No obstante, la ciudad que domina con creces el mercado del arte dentro de Estados Unidos es Nueva York. De hecho, Nueva York representa el 90% del valor total de las ventas en todo Estados Unidos durante los últimos 20 años. Un factor clave que impulsa el dominio del mercado del arte de EE. UU. y Nueva York es que es el lugar principal para las ventas del arte de mayor precio en el mundo. La mayoría de las ventas de arte multimillonario en subasta se llevan a cabo en Nueva York, y la mayoría de las galerías más grandes del mundo tienen su sede allí.

Galerías

En Estados Unidos el sector de galerías y comerciantes comprende más de 74,000 empresas incluidas galerías de arte, antigüedades y comerciantes privados. Teniendo en cuenta sólo las galerías y los comerciantes con empleados, Nueva York representó la mayor cantidad de negocios en los EE. UU., con una participación del 16 % de todos los negocios de comerciantes de arte en 2019.

Las galerías de Nueva York también son generalmente más grandes y tienen más empleados que en cualquier otro estado. En 2019, las galerías de Nueva York representaron el 27% de todos los empleados del sector en el país. Esto respalda el hecho de que Nueva York domina en número y en ser la ubicación de las galerías de primer nivel y de más alto nivel en los EE. UU.

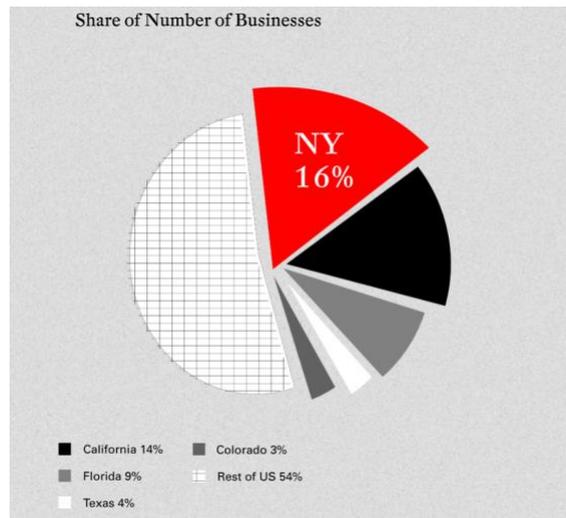


Imagen 5. Negocios de comerciantes de arte en los EE. UU. por estado en 2019

Las estadísticas oficiales muestran que 248,000 artistas trabajaron en los EE. UU. en 2019, y más de 21,000 de los que trabajaron en Nueva York, o el 9% del total nacional. Sin embargo, si nos enfocamos solo en el número de artistas empleados, el número de artistas en ha disminuido un 9% desde 2010 en Nueva York y un 14% desde 2000. Esto nos dice que probablemente los artistas están comenzando a trabajar más por cuenta propia, y nos habla de una fuga de artistas de Nueva York por ser un mercado tan competido y el crecimiento en el costo de vida.

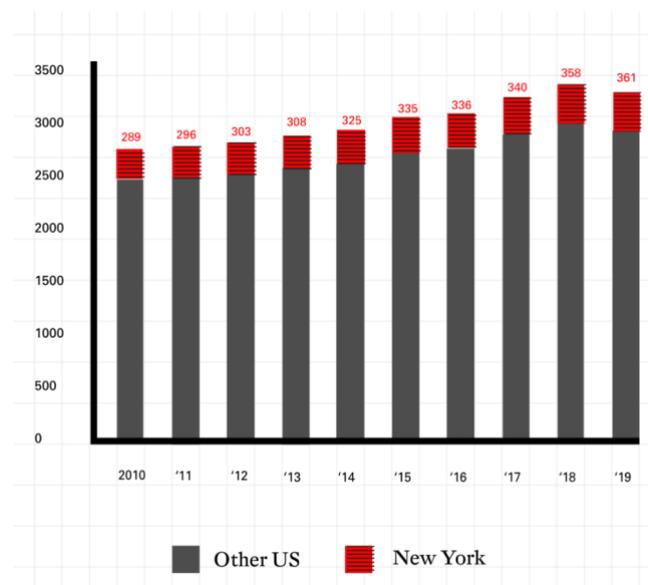


Imagen 6. Empleo en la industria del arte

Escuelas de Arte

Nueva York también produce una gran cantidad de graduados en el mundo del arte. Un estudio de clasificación de universidades dedicadas al arte reveló que de 100 de las mejores universidades líderes del arte, 15 tienen su sede en Nueva York. De estas universidades con sede en Nueva York egresaron 62,000 estudiantes en artes en 2019.

Las universidades con sede en Nueva York representan un porcentaje mayor de graduados de estudios superiores de posgrado que el resto de los EE. UU. El 48 % de los graduados de las 15 principales instituciones en las artes obtuvieron maestrías o calificaciones superiores en 2019, en relación con el 35 % en el resto de las instituciones de arte en EE.UU.

6.5. Requisitos de ingreso al mercado.

- **Aplicación:** El artista tendrá que completar una solicitud para participar en el evento. En esta solicitud, deberá proporcionar información sobre el artista y su trabajo artístico.
- **Tener obras de arte adecuadas:** Es importante tener un conjunto de obras de arte que se ajusten a la visión del Affordable Art Fair. Por lo general, buscan piezas contemporáneas en una variedad de estilos y medios.
- **Calidad y originalidad:** Las obras del artista deben de ser de alta calidad y mostrar una chispa creativa. Deben de exhibir trabajos únicos y bien hechos para atraer a los visitantes.
- **Precios asequibles:** Como su nombre lo indica, el Affordable Art Fair se enfoca en obras de arte que sean asequibles para la gente. Por lo tanto, los precios deben ser razonables y accesibles para los posibles compradores.
- **Experiencia previa:** No es un requisito importante, sin embargo tener experiencia previa en exposiciones o ferias de arte puede ser beneficioso. Esto demuestra que el artista ya ha participado en eventos similares y conoce el entorno.²⁴

²⁴ Affordable Art Fair NY. (2023). Exhibitor QAs. <https://affordableartfair.com/fairs/new-york-fall/>

6.6. Barreras arancelarias y no arancelarias.

De acuerdo a la fracción arancelaria 9703.00.01 que corresponde al producto de Obras originales de estatuaria o escultura, de cualquier materia, que es el producto que se llevará a la feria internacional hay ciertos requisitos que se deben cumplir para poder llevarlo a cabo, entre ellas están:

Barreras arancelarias:

- De acuerdo con el anexo 27, Si la escultura es reconocida por su valor y calidad por las instituciones competentes la escultura no está sujeta al pago de IVA, siempre y cuando se destinen a exhibición pública en forma permanente y sean realizadas por su autor. En caso de que la escultura se venda en el extranjero se tendrá que pagar el iva de esa escultura.

Barreras no arancelarias:

- Autorización previa del INBAL (Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura): Esta institución es esencial en México en el área del arte ya que se encarga de promover y difundir todo el arte que crean los mexicanos.
- Registro en Ventanilla Única de Comercio Exterior Mexicano (VUCEM). Este registro se hace para notificar a las aduanas de México que la obra que estás exportando no está sujeta a las disposiciones sobre monumentos artísticos que establece la Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticas e Históricas.
- Contar con e.firma vigente: La e.firma es un archivo digital que te identifica al realizar trámites por internet en el SAT e incluso en otras dependencias del Gobierno Federal; es única, es un archivo seguro y cifrado, que tiene la validez de una firma autógrafa. Por sus características, es segura y garantiza tu identidad.²⁵

²⁵ [http://www.siicex-
caaarem.org.mx/bases/tigie2002.nsf/4caa80bd19d9258006256b050078593c/6193d
71e11d9775d06256b56005504d9?OpenDocument](http://www.siicex-
caaarem.org.mx/bases/tigie2002.nsf/4caa80bd19d9258006256b050078593c/6193d
71e11d9775d06256b56005504d9?OpenDocument)

https://tramites.inba.gob.mx/INBA_04_001.html

7. Análisis cultural: paradigmas y códigos culturales

7.1. Dimensiones culturales: Hofstede.

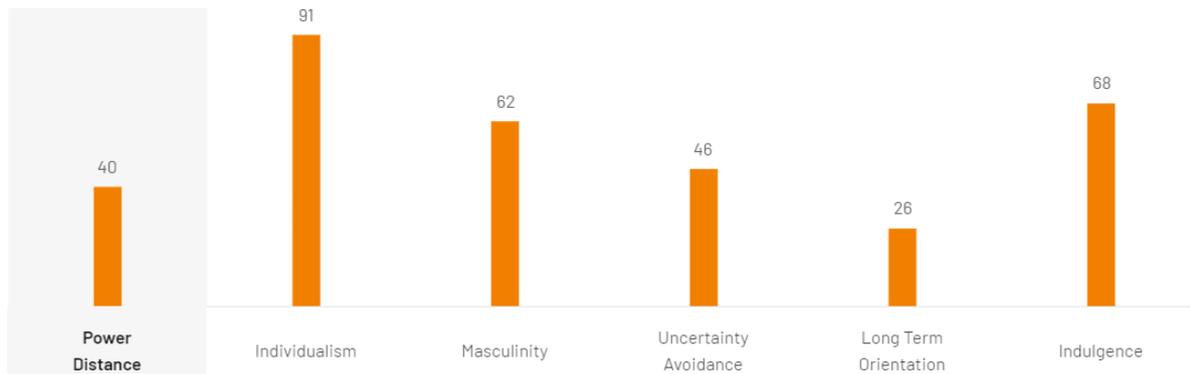


Gráfico 1 con puntuación de dimensiones culturales de Hofstede en EU. Hofstede Insights²⁶

El hecho de que todos seamos únicos implica que todos somos también desiguales. Una de las características de esa desigualdad es el nivel de poder que una persona puede ejercer sobre otra(s). El poder se define como el nivel en el que una persona puede influenciar el comportamiento e ideas de otros. La dimensión de distancia de poder habla de ese aspecto de desigualdad y la actitud que tiene una cultura hacia esa diferencia en niveles de poder entre nosotros. Se define como la medida en que los miembros menos poderosos de las instituciones y organizaciones de un país esperan y aceptan que el poder se distribuya de forma desigual. Tiene que ver con el hecho de que la desigualdad de una sociedad es promovida tanto por los seguidores como por los dirigentes.

Por otro lado, la cuestión fundamental que aborda el individualismo es el grado de interdependencia que una sociedad mantiene entre sus miembros. Tiene que ver con si la imagen propia de las personas se define en términos de "yo" o de "nosotros". En las sociedades individualistas, se supone que las personas sólo se preocupan por sí mismas y por su familia directa. En las sociedades colectivistas, las personas pertenecen a grupos que se cuidan entre ellos a cambio de lealtad. La puntuación bastante baja en Distancia de Poder (40) en combinación con una de las culturas más Individualistas (91) del mundo se refleja en lo siguiente:

La premisa estadounidense de "libertad y justicia para todos". Esto se pone de manifiesto en el énfasis explícito en la igualdad de derechos en todos los aspectos de la sociedad y el gobierno estadounidenses. Dentro de las organizaciones americanas, la jerarquía se establece por conveniencia, los superiores son accesibles y los directivos confían en los empleados individuales, y en los equipos por su experiencia.

²⁶ Hofstede Insights. (s.f.) Country Comparison Tool. De <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison-tool?countries=united+states>

Tanto los directivos como los empleados esperan ser consultados y la información se comparte con frecuencia. Al mismo tiempo, la comunicación es informal, directa y participativa hasta cierto punto. La sociedad está poco cohesionada y se espera que las personas se ocupen sólo de sí mismas y de sus familiares directos y no dependan (demasiado) de las autoridades para obtener ayuda.

La puntuación de Estados Unidos en Masculinidad es alta, 62. Una puntuación alta en esta dimensión indica que la sociedad estará impulsada por la competición, el logro y el éxito, definiéndose el éxito por el ganador - un sistema de valores que comienza en la escuela y continúa a lo largo de toda la vida organizativa. Una puntuación baja (femenina) en la dimensión significa que los valores dominantes en la sociedad son el cuidado de los demás y la calidad de vida.

Esto puede verse en los típicos patrones de comportamiento estadounidenses y puede explicarse por la combinación de un elevado impulso de masculinidad con el impulso más individualista del mundo. En otras palabras, los estadounidenses, por así decirlo, muestran su impulso masculino individualmente. El comportamiento en la escuela, el trabajo y el juego se basa en los valores compartidos de que las personas deben "esforzarse por ser lo mejor que puedan ser" y de que "el ganador se lo lleva todo". En consecuencia, los estadounidenses tienden a exhibir y hablar libremente de sus "éxitos" y logros en la vida. Tener éxito "per se" no es la gran motivación de la sociedad estadounidense, sino ser capaz de demostrar el propio éxito. Muchos sistemas de evaluación estadounidenses se basan en la fijación de objetivos precisos, mediante los cuales los empleados estadounidenses pueden demostrar lo bien que han hecho un trabajo. Existe una mentalidad de "se puede hacer" que crea mucho dinamismo en la sociedad, ya que se cree que siempre existe la posibilidad de hacer las cosas de mejor manera. Típicamente, los estadounidenses "viven para trabajar", para poder obtener recompensas monetarias y, como consecuencia, alcanzar un estatus más alto en función de lo bueno que uno pueda ser.

La dimensión de Evitación de la Incertidumbre tiene que ver con el modo en que una sociedad afronta el hecho de que el futuro nunca puede conocerse y si debemos intentar controlar el futuro o simplemente dejar que ocurra. Estados Unidos obtiene una puntuación por debajo de la media, con un 46. En consecuencia, el contexto percibido en el que se encuentran los estadounidenses influirá más en su comportamiento que si la cultura hubiera puntuado más alto o más bajo. Así, este patrón cultural se refleja de la siguiente manera:

Existe un buen grado de aceptación de las nuevas ideas, los productos innovadores y la voluntad de probar algo nuevo o diferente, ya se trate de tecnología, prácticas empresariales o alimentos. Los estadounidenses tienden a ser más tolerantes con las ideas u opiniones de cualquiera y permiten la libertad de expresión. Al mismo tiempo, los estadounidenses no exigen muchas normas y son menos expresivos emocionalmente que las culturas con mayor puntuación. Al mismo tiempo, el 11-S ha

creado mucho miedo en la sociedad estadounidense, que ha culminado en los esfuerzos del gobierno por vigilar a todo el mundo a través de la NSA (National Security Agency) y otras organizaciones de seguridad.

La dimensión de Orientación al Largo Plazo describe cómo cada sociedad tiene que mantener algunos vínculos con su propio pasado al tiempo que afronta los retos del presente y el futuro, y las sociedades priorizan estos dos objetivos existenciales de forma diferente. Estados Unidos obtiene una puntuación normativa en esta quinta dimensión, con 26. Esto se refleja en lo siguiente:

Los estadounidenses son propensos a analizar la información nueva para comprobar si es cierta. Por lo tanto, la cultura no necesariamente hace que la mayoría de los estadounidenses sean pragmáticos, pero esto no debe confundirse con el hecho de que los estadounidenses en general sean muy prácticos, lo que se refleja en la mentalidad "can-do" mencionada anteriormente. La polarización antes mencionada se ve, por así decirlo, reforzada por el hecho de que muchos estadounidenses tienen ideas muy firmes sobre lo que es "bueno" y "malo". Esto puede referirse a cuestiones como el aborto, el consumo de drogas, la eutanasia, las armas y los derechos del gobierno frente a los Estados y frente a los ciudadanos.

Un reto al que se ha enfrentado la humanidad es el grado de socialización de los niños pequeños. Sin socialización no llegamos a ser "humanos". Esta última dimensión de Indulgencia se define como el grado en que las personas intentan controlar sus deseos e impulsos, basándose en la forma en que fueron criadas. Un control relativamente débil se denomina "Indulgencia" y un control relativamente fuerte, "Restricción". Estados Unidos puntúa como una sociedad Indulgente (68) en la sexta dimensión. Esto, en combinación con una puntuación normativa, se refleja en las siguientes actitudes y comportamientos contradictorios:

Trabajar duro y festejar duro. Los Estados Unidos han librado una guerra contra las drogas y siguen muy ocupados en ello, sin embargo, la adicción a las drogas en los Estados Unidos es mayor que en muchos otros países ricos. Es una sociedad mojjigata, pero incluso algunos conocidos tele evangelistas suelen ser inmorales.²⁷

7.2. Culturas de alto o bajo contexto.

Las culturas de alto contexto no dependen exclusivamente de la comunicación verbal para comprender plenamente el significado de una determinada interacción. Este es un patrón común en las culturas ubicadas en el Medio Oriente, Asia, África y América del Sur. Estas culturas suelen tener amplias redes de información y relaciones personales cercanas. En la interacción diaria, no se requiere una gran cantidad de

²⁷ Hofstede Insights. (s.f.). Country Comparison Tool: United States. Recuperado de <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison-tool?countries=united+states>

información verbal, ya que muchas personas tienen experiencias similares y una visión compartida del mundo. Este es un patrón común en las culturas de alto contexto. Por el contrario, las culturas de bajo contexto se basan principalmente en el mensaje verbal y no buscan información adicional en el ambiente. Estas culturas se encuentran comúnmente en Europa Occidental, Estados Unidos y Canadá, y las relaciones personales suelen establecerse a través de actividades compartidas. En estas, 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. Por el contrario, un mensaje de bajo contexto es aquel en el cual la mayoría del mensaje es transmitido explícitamente a través de las palabras. Las culturas de bajo contexto se basan en su mayoría en el mensaje verbal y raramente buscan información adicional en el medio ambiente.

En las culturas de alto contexto, las personas suelen tener una gran cantidad de relaciones personales cercanas y redes de información amplias. En la interacción diaria, no es necesario que haya una gran cantidad de información verbal, ya que muchos individuos comparten experiencias similares y una perspectiva común sobre cómo funciona el mundo. En contraste, las culturas de bajo contexto dependen principalmente del mensaje verbal y rara vez buscan información adicional en el entorno. Estas culturas suelen encontrarse en Europa Occidental, Estados Unidos y Canadá, y las relaciones personales tienden a formarse a través de actividades compartidas.²⁸

7.3. Teoría del iceberg.

La teoría del iceberg es una metáfora utilizada en diferentes contextos para describir la idea de que hay una parte visible y otra oculta de cualquier fenómeno o situación.

Al igual que un iceberg, que sólo muestra una pequeña porción de su masa por encima del agua, la mayoría de los fenómenos tienen una parte visible y una parte oculta que no es fácilmente visible.

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

²⁸ Hofstede Insights. (s.f.). Country Comparison Tool: Spain. Recuperado de <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison-tool?countries=spain>

La parte visible del iceberg en cuanto al arte presente en la ciudad de Nueva York está presente en su arquitectura, las bellas artes, museos y gastronomía. Esta parte se ve claramente en la Estatua de la Libertad, el edificio del Empire State o el MoMA (Museum of Modern Art). La parte invisible se puede entender como todo aquello que soporta ese arte, o ha sido la base del mismo pero no se tiene tan presente por su complejidad cultural e histórica. Esta segunda parte incluye la herencia cultural, las relaciones entre los individuos, la movilidad en la escala social, la expresión de emociones, los conflictos pasados y corrientes políticas de la ciudad.

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

7.4. Perfil cultural del país.

El perfil cultural de Estados Unidos es muy rico y diverso, y está influenciado por su historia, geografía y las diferentes culturas que han coexistido al migrar a Norteamérica a lo largo de los siglos.

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

Una gran representación de la multiculturalidad del país se evidencia a través de la música que se escucha allí. Desde el pop, el house y el rock, hasta el jazz y el R & B, los Estados Unidos tienen 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. Estados Unidos es el hogar de algunos de los diseñadores de moda más conocidos, y la ciudad de Nueva York, en particular, es el hogar de Broadway, conocido por sus populares obras de teatro, que a menudo se van de gira por todo el país. El cine es otra rama del arte estadounidense que ha adquirido gran reconocimiento y popularidad a nivel internacional a través de los años. Muchas películas famosas como Spider-Man, King Kong o Taxi Driver fueron filmadas en NY.

Estados Unidos no tiene un idioma oficial, pero el inglés es predominante en el espacio público y es la lengua materna de la mayoría de la población. Algunas leyes federales exigen el conocimiento del inglés de manera implícita. Se hablan, sin

embargo, cientos de otros idiomas y dialectos, siendo el español el más común entre ellos, idioma que además posee reconocimiento en algunas jurisdicciones del Suroeste.

La gastronomía de Estados Unidos corresponde a una mezcla muy variada y algo de otras gastronomías. Por una parte está la comida rápida llena de su atractivo marketing, como hamburguesas, hot dogs y pollo frito. Por otra parte está la comida tradicional fundamentada en las tradiciones ganaderas de antaño, tanto de ganado vacuno como ovino y caprino. Los alimentos extranjeros más populares son los italianos, seguido de los chinos y de sus vecinos de México.

7.5. Códigos culturales.

Estados Unidos es una nación compuesta por personas de gran diversidad étnica. La mayoría de los estadounidenses pueden rastrear su ascendencia en otro país y cultura, por lo que los códigos culturales pueden variar dependiendo de cada persona. De igual manera hay algunas generalidades:

Una buena parte de los estadounidenses son bastante relajados e informales. Probablemente se puede tener una conversación con la persona que se puso a tu lado en una fila o cola. Igualmente, los saludos en Estados Unidos son muy informales. Hay que asegurarse de sonreír y de llamar a las personas por sus nombres. Si estás con un grupo, se suele 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, hay que tratar de no ofenderse o sentirse insultado por esto, ya que no están tratando de ser groseros, sino simplemente prefieren ir directo al grano en lugar de perder el tiempo.

Los modales en la mesa tienden a ser muy relajados, y el tenedor se mantiene generalmente en la mano derecha, pero nadie se ofenderá si prefieres utilizar la izquierda. No es raro que ciertos alimentos se coman con la mano, como pueden ser las hamburguesas o hot dogs. Es mejor esperar hasta que te hayan dicho para comenzar a comer, y esperar hasta que te inviten a sentarte.

La gente en la costa este del país tiende a vestirse de manera más formal; en la costa oeste tienden a vestirse un poco más casual. Los estudiantes tienden a optar por la comodidad y escogen ropa apropiada para el clima; tienden a ser bastante relajados e informales, parecido a nuestro país. Si vas a asistir a una entrevista, ya sea para un curso o trabajo, se acostumbra a vestir con elegancia.²⁹

²⁹ HC Latinoamérica. (2021) Conoce la cultura de Estados Unidos e inicia tu carrera en el extranjero con la mejor actitud. De <https://www.hotcourseslatinoamerica.com/study-in->

7.6. Protocolo de negocios.

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

En el caso de Estados Unidos, primero, 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.

El factor calidad prevalece, seguido de la rentabilidad. 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 le garantiza rentabilidad y un buen resultado a las dos partes.

Ellos buscan establecer negociaciones a largo plazo, y es por esto que esta alternativa de que ambos ganen requiere estar basado en la transparencia, lo cual permite que se genere un nivel de confianza que permita una reciprocidad en el acuerdo.

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. En materia de rentabilidad, siempre buscan sacar el mejor provecho a la negociación, lo que hace que factores como el tiempo sean determinantes y considerados un factor importante de dinero.

7.7. Perfil cultural del negociador local.

Los negociadores estadounidenses, y por tanto neoyorquinos, en general cuentan con las siguientes características:

- Personas muy cordiales y atentas en lo que se refiere al trato
- Directos en relación con el producto, el precio, las fechas y toda la estructuración del negocio.

[usa/essentials/culture/#:~:text=Cultura%20estadounidense&text=es%20famoso%20por%20muchas%20cosas,se%20juegan%20en%20el%20pa%C3%ADs.](#)

- Muy buenos negociadores, persistentes, ágiles y tienden a no darle largas al asunto.
- Suelen demostrar el desacuerdo de una manera directa
- Si hay algo en lo no están de acuerdo dentro de la negociación, lo dicen sin dudar y procurando la mejor solución.³⁰

8. Propuesta de valor agregado

8.1 Experiencia del cliente y justificación (marketing sensorial y emocional).

Al ingresar a la exhibición del artista, el cliente se adentrará a una experiencia inolvidable. El ambiente está lleno de muestras de diferentes tipos de madera y materiales utilizados para esculpir. A medida que camina, percibe un agradable aroma a pino y leña, transportándolo mentalmente a un bosque tranquilo. Los sonidos de la naturaleza, los cantos de los pájaros y la música medieval griega. Además, se proyectará un video sobre reciclaje en el cual se explica como Octavio crea su arte reciclando sus materias primas, transmitiendo un mensaje de conciencia ambiental y sustentabilidad. Para explorar más, el cliente verá un código QR que lo dirige hacia un portafolio digital, donde puede ver la obra completa del artista.

9. Acompañamiento

9.1 Características generales del recinto ferial.

Corresponde a las instalaciones del Metropolitan Pavilion ubicado en 125 West 18th Street, New York, NY



Imagen 6. Ubicación del Metropolitan Pavilion. Google Maps

³⁰ LegisComex.com (2016) “La transparencia, rentabilidad y calidad, son los ejes fundamentales de la política empresarial de Estados Unidos”

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

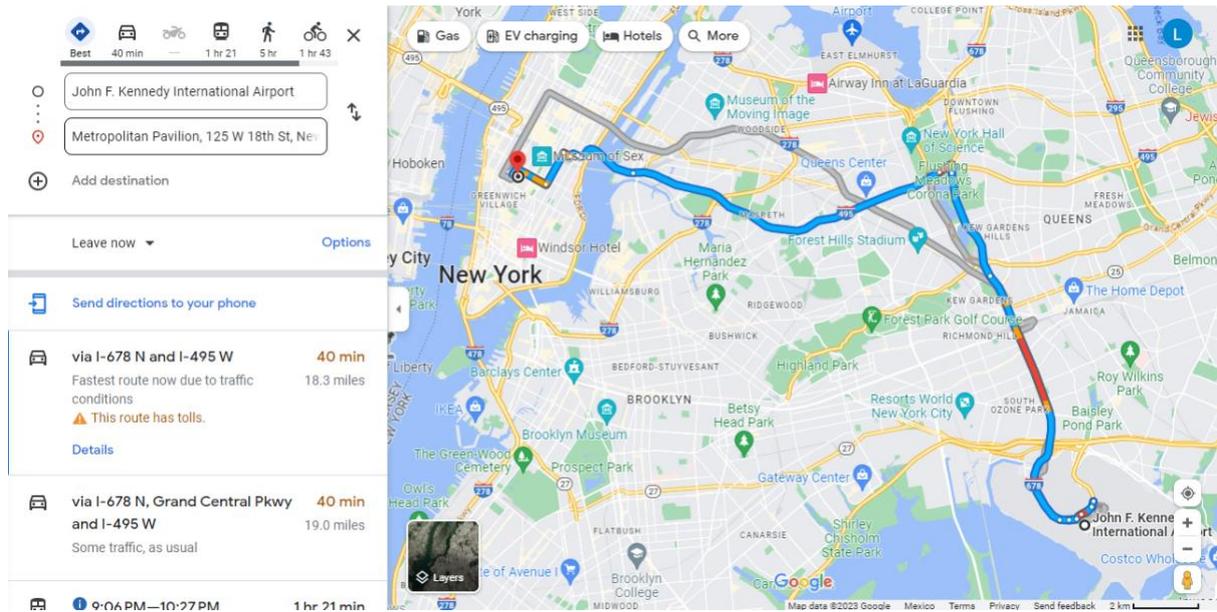


Imagen 7. Ruta del Aeropuerto Internacional John F. Kennedy en Queens al Metropolitan Pavilion

El Metropolitan Pavilion cuenta con espacios flexibles para eventos especiales y servicios completos de producción de eventos. Cada lugar estilo loft combina un diseño versátil y acabado con ambientes de iluminación y sonido intensos. Estos incluyen proyección HD en pantallas o en las paredes, tecnologías de visualización LED y velocidades de Internet fenomenales. Hay disponible una variedad de servicios de conserjería y producción de eventos. Estos incluyen servicio de bar y catering, alquileres, personal y más.

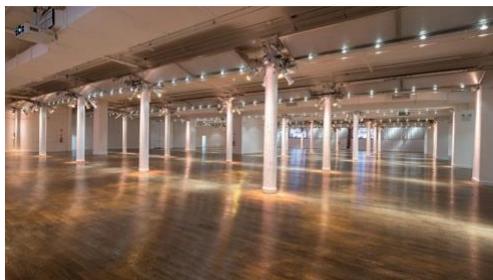


Imagen 8. Interior del Metropolitan Pavilion. Metropolitanevents.com

Metropolitan Pavilion ofrece cuatro espacios para eventos en una ubicación privilegiada:

1. El pabellón completo (2.300 metros cuadrados) ofrece un piso de roble americano pulido, alturas de techo de 3.5 a 4.8 metros y una pared de sonido retráctil para escalar la sala para eventos más pequeños.



Imagen 9. Interior del pabellón completo. Metropolitanevents.com

2. La suite (790 metros cuadrados) cuenta con pisos oscuros de roble cosechado de manera sostenible, techos de 4.8 metros y exposiciones al norte y al sur.



Imagen 10. Interior de la suite. Metropolitanevents.com

3. La Galería (650 metros cuadrados) tiene un piso de resina blanca y una sala de descanso de 140 metros cuadrados. Techos de 2.7 a 4.2 metros de altura.



Imagen 11. Interior de la galería. Metropolitanevents.com

4. The Level (700 metros cuadrados) ofrece iluminación de cala y pisos de roble de tonos cálidos.



Imagen 12. Interior de The Level. Metropolitanevents.com

Los pisos se conectan a través de una escalera interior y un ascensor para 20 personas.

Referencia:

Anónimo (s.f.) "NYC Event Spaces & Production Services." De Metropolitan Pavilion
<https://www.metropolitanevents.com/location/metropolitan-pavilion/>

9.2 Expositores participantes.

La directora de la feria, Erin Schuppert eligió cinco galerías que participarán en la exposición como algunas de las más prometedoras de la feria de 2023, los expositores participantes para 2024 aún no han sido revelados.

Galería Azart

Esta galería con sede en Brooklyn fue uno de los expositores más vendidos en el otoño de 2022. Presentan principalmente artistas que se inspiran en el arte pop y el arte callejero, que son estilos que siempre hacen una declaración dentro de la estética contemporánea de la feria. Azart es consistentemente un favorito para la audiencia de Nueva York.

ArtStar

Es un sitio de comercio electrónico integral para coleccionistas, curadores, diseñadores de interiores y asesores que buscan la decoración de pared perfecta. Chrissy Crawford Corredor fundó ArtStar cuando detectó una brecha en el mercado entre el arte mural basado en carteles y las bellas artes de primer nivel. El trabajo que tienen en oferta encarna la experiencia de Affordable Art Fair, con precios accesibles y calidad de museo. Muestran paisajes urbanos en colores pastel y usualmente utilizan el color rosa.

AC Contemporary

Basada en las obras de artistas latinoamericanos contemporáneos esta galería tiene sede en Buenos Aires y Miami. Ya sea arte mural, escultura o un híbrido innovador, siempre aportan un gran color y mucha energía.

Philippe Labaune

Con un enfoque en el arte narrativo y la ilustración, cuentan con una gama de obras de arte al estilo de los cómics que destacan el equilibrio entre las bellas artes y la ilustración gráfica. Catherine Meurisse es el ejemplo perfecto de un artista que camina por esta línea; sus suaves ilustraciones de carboncillo y crayón están llenas de vida y experiencia. Es su primera participación en la feria.

La colección Tolman de Nueva York

Una de las favoritas de los visitantes de nivel 2, esta galería local exhibe artistas japoneses. Siempre estoy impresionado por su gama de artistas técnicamente brillantes y recomendado para cualquier coleccionista de grabados inteligente que haga un viaje a su stand.³¹

³¹ Erin Peacock (2022) "Five Highlight Galleries for New York Spring" de Affordable Art Fair. De <https://affordableartfair.com/inspiration/five-highlight-galleries-for-new-york-spring/>

9.3 Horarios, acreditación y restricciones del recinto ferial.

Horarios:

- El horario de El Pabellón Metropolitano de la Ciudad De Nueva York es de 9:00 - 17:00 normalmente, pero para affordable art fair se encuentran algunas excepciones.
- Para padres, niños y niños en carriola, abren las puertas temprano, antes de abrir al público, de 10 am a 1 pm.
- En Affordable Art Fair el primer día de la feria existe la oportunidad de exponer tus piezas de noche, para que la gente vaya con sus amigos, con su novia, con su mamá, con su perro. Esto se hace el primer día de exposición de 6:00 pm - 9:00 pm.

Restricciones:

- Affordable Art Fair cuenta con restricción de precios en las piezas que exponen y venden, En esta feria el rango de precios va de 100 USD a los 12,000 USD.
- En caso de llevar perro o alguna mascota es necesario llevarlo en una bolsa, mochila o neceser. Ya que en el pabellón no se permiten pisadas de perro.
- En caso de vender una pieza, encontrarás una estación de envoltura. Esta estación estará equipada con todo el plástico de burbujas y cinta que necesites para llevar tu nueva obra de arte a casa.

9.4 Equipaje recomendado.

Para un vuelo largo, es recomendable e importante llevar un equipaje que sea conveniente y cómodo, algunas recomendaciones que le daríamos al artista, son las siguiente:

- Maleta o mochila de un tamaño adecuado para llevar todo lo necesario, asegurándose de que sea resistente y de buena calidad.
- Documentos importantes y esenciales, como el pasaporte, la identificación oficial, boleto de avión y cualquier otro documento necesario para el viaje.
- Artículos para el viaje, como una almohada pequeña, una maleta o mochila pequeña y de ser necesario tapones para oídos y mascarilla para dormir.

- Alguna ropa cómoda que te permita moverte con facilidad, pero también te mantenga protegido y cubierto durante el vuelo.
- Artículos de aseo personal, como cepillo de dientes, pasta, jabón y desodorante.
- Si es necesario, medicamentos para el mareo o algún medicamento que nuestro artista necesite.
- Dispositivos de entretenimiento, como el celular o una tableta, junto con audífonos y sus respectivos accesorios.
- Si el vuelo no incluye comida intermedia, se sugiere llevar algo de comer, como snacks o algo que no sea tan complejo.

9.5 Emergencias médicas, seguro médico, visado.

En caso de que se presente una emergencia se puede comunicar con el número de emergencia en Nueva York el cual es 911.

Teléfonos de emergencia de la Red Consular de México en Estados Unidos:

Si vives o viajas a Estados Unidos no dudes en llamar a los teléfonos de emergencia de la Red Consular

Teléfonos de emergencia:

Centro de Información y Asistencia a Mexicanos (CIAM)

Desde Estados Unidos: 520 623 7874

Desde México: 001 520 623 7874

Consulado de México en Nueva York

Marcación local: (917) 459 2143

Marcación Internacional: 001 (917) 459 2143

9.6 Servicios consulares, agregado comercial, funciones, horarios.

Consulado General de México en Nueva York

Función: La función del consulado es proteger los derechos e intereses de los ciudadanos mexicanos en Estados Unidos.

El consulado proporciona asistencia en casos de emergencia, como accidentes, enfermedades, detenciones, desastres naturales o situaciones de crisis. Además, ayuda a los mexicanos que requieren apoyo legal y consular.

Dirección: 27 E 39th St, New York, NY 10016, Estados Unidos

Horas:

lunes	7:00–18:00
martes.	7:00-18:00
miércoles	7:00–18:00
jueves.	7:00–18:00
viernes	7:00–18:00
sábado	Cerrado
domingo	Cerrado

Teléfono:

Marcación local: (917) 459 2143

Marcación Internacional: 001 (917) 459 2143

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

10.1 Selección del espacio físico idóneo.

El espacio asignado a Octavio será de 4 x 2 metros y contará con 6 podios de color blanco para resaltar más las texturas y los colores para exhibir sus esculturas de forma estética. Se eligió música de naturaleza para crear un ambiente tranquilo y agradable en el que se puedan apreciar las obras de una manera más adecuada. Al brindarle al espectador y posible comprador una mejor experiencia de apreciación, tendremos mayores oportunidades de que gente se interese por las obras.

Adicionalmente, buscamos presentar cuadros con descripciones de las esculturas y la semblanza de Octavio. Con esto buscamos darle una mayor visibilidad a las obras y a la presentación del artista. Además, se incluirán plantas en el espacio, para crear una presentación más estética, y para promover la sustentabilidad la cual Octavio busca transmitir con sus obras.

10.2 Prototipo del stand, materiales.



Imagen 13. Propuesta de intervención de espacio, de creación propia.

10.3 Materiales y mano de obra local.

Un stand con podiums, marcos y paredes es una opción muy buena y profesional para mostrar las esculturas. Estos stands están diseñados para resaltar lo que se está exhibiendo y también para que sea más atractivo.

El precio aproximado es de \$3,600 a \$3,800 dólares puede variar dependiendo de varios factores. Por ejemplo, el tamaño del stand, mano de obra, etc; esto puede hacer que el precio suba.

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

10.5 Directorio de proveedores locales.

El seguimiento de proveedores locales en el caso de las ferias internacionales puede estar un poco saturado debido a la alta demanda de stands en la ciudad. Existen proveedores como AEX Convention Services la cual se dedica al diseño y elaboración de stands para ferias desde 1960, la cual es una de las opciones más confiables debido al tiempo de experiencia que tienen.³² Recomendamos el uso de la página

³² <https://www.nstand.com/new-york/>

web N´Eventum la cual contiene un amplio catálogo de ferias internacionales y se ajusta a los requerimientos de cada uno de los expositores ofreciendo a los proveedores más solicitados en la feria destino.³³

10.6.1 Conectividad.

La conectividad está cubierta en términos de redes wifi por parte de la feria ya que el recinto cuenta con la conectividad necesaria para poder realizar una correcta comunicación con los equipos de trabajo. Si bien la conectividad será compartida con todos los artistas expositores será la suficiente ya que las obras de Octavio no requieren ningún tipo de conectividad o corriente eléctrica para poder apreciarse.

Solo necesitamos conexiones de luz eléctrica para poder conectar el stand y tener mejor iluminación.

10.6.2 Horarios de montaje y desmontaje.

La logística para el montaje y desmontaje de las piezas del artista dentro de la feria, podrían ser los siguientes:

La feria normalmente abre de 9am a 5pm, pero durante la exposición de esta feria, tiene horarios de la tarde a noche. Entonces, para nosotros, lo ideal sería comenzar a montar desde la hora en la que normalmente abren, para poder acomodar las piezas un día antes de la feria.

9:00 am, comenzar a montar las piezas de acuerdo con la planeación previamente revisada con el artista y el espacio asignado.

Después procederemos a revisar detalles del montado, con el artista y las regulaciones de la galería.

La feria dura normalmente 4 días, entonces, en el cuarto día después de la hora del cierre 9:00 pm, procederemos a desmontar las piezas que no fueron vendidas para empacar y mandar de regreso.

10.6.3 Vías de acceso al recinto ferial.

La vía de acceso exclusiva al Metropolitan Pavilion se encuentra en la W 18th Street.

³³ <https://www.neventum.com>



Imagen 14 .Vista de la entrada al Metropolitan Pavilion. Google Maps

10.7 Facturación y pagos.

Estados Unidos cuenta con uno de los mercados con formas de pago más eficientes del mundo ya que prácticamente en todo el país existe red bancaria tanto física como digital. Para comercializar las obras, Octavio debe de contar con pago digital o con tarjeta ya que las personas en Estados Unidos prefieren el pago digital que manejar efectivo ya que en todos los establecimientos pueden pagar de esta forma.

Así mismo recomendamos que Octavio cuente con tarjetas o cuentas bancarias digitales para que pueda realizar transacciones económicas dentro del país, desde lo más básico como lo son las comidas así como poder pagar su hospedaje de hotel. No descartamos el uso de efectivo, pero cada vez es menos común que las personas en Estados Unidos utilicen este método de pago, de igual forma recomendamos tener unos cuantos dólares disponibles para alguna emergencia. ³⁴

³⁴ Rodríguez, P. (2023). Tarjetas, cajeros y cambio de moneda en EE.UU. *Los apuntes del viajero*.

<https://losapuntesdelviajero.com/tarjetas-cajeros-cambiar-moneda-eeuu/#:~:text=La%20manera%20ideal%20de%20pagar,menos%20una%20tarjeta%20de%20cr%C3%A9dito.>

Airbnb | Nueva York - Alojamientos vacacionales y espacios para hospedarte - Nueva York. (2024, 24 marzo).

Airbnb. https://www.airbnb.mx/s/New-York-City--United-States/homes?adults=2&checkin=2024-03-24&checkout=2024-03-27&drawer_open=true&tab_id=home_tab&refinement_paths%5B%5D=%2Fhomes&query=New%20York%20City%2C%20NY%2C%20United%20States&place_id=ChIJOwg_06VPwokRYv534QaPC8g&flexible_trip_lengths%5B%5D=one_week&monthly_start_date=2023-08-01&monthly_length=3&price_filter_input_type=0&price_filter_num_nights=3&channel=EXPLORE&ne_lat=40.79907856670278&ne_lng=-73.85794843550727&sw_lat=40.63777572050145&sw_lng=-74.0608925644928&search_by_map=true&zoom_level=12.19784004975007&map_toggle=true&search_type=user_map_move

27&drawer_open=true&tab_id=home_tab&refinement_paths%5B%5D=%2Fhomes&query=New%20York%20City%2C%20NY%2C%20United%20States&place_id=ChIJOwg_06VPwokRYv534QaPC8g&flexible_trip_lengths%5B%5D=one_week&monthly_start_date=2023-08-01&monthly_length=3&price_filter_input_type=0&price_filter_num_nights=3&channel=EXPLORE&ne_lat=40.79907856670278&ne_lng=-73.85794843550727&sw_lat=40.63777572050145&sw_lng=-74.0608925644928&search_by_map=true&zoom_level=12.19784004975007&map_toggle=true&search_type=user_map_move

10.8 Espacios de networking y negociación.

El networking y la negociación al momento de ponerse en contacto con clientes potenciales es sumamente importante. Este espacio es donde se pueden llegar a acuerdos durante la visita o cerrar acuerdos comerciales con personas o asociaciones, por lo que tiene que ser un espacio que vaya acorde con lo que se busca; un lugar tranquilo en donde ambas partes se sientan cómodas. Por tal motivo recomendamos las siguientes ubicaciones:

- Metropolitan Pavilion Affordable Art Fair

La feria donde se expondrán las obras escultóricas es el lugar ideal para hacer negocios y vender piezas. Es donde los compradores van a buscar piezas de arte que les gusten y les genere sensaciones, y es el principal centro donde se podría conocer gente del medio del arte. Por ende, es importante estar preparado acerca del negocio del arte en Nueva York, conocer a sus principales competidores, tener una visión clara y objetiva de hasta dónde puede llegar su arte, conocer sus precios y entender la necesidad de los compradores. Así, se podrán lograr acuerdos comerciales de una manera más sencilla y podrá llamar más la atención de los clientes.

Es importante también generar un espacio agradable para la vista, en donde las obras luzcan y resalten apropiadamente. La primera impresión es la más importante, ya que, aunque las obras resaltan por sí solas, crear un ambiente que vaya de acuerdo con ellas y que sea estético ayudará mucho a generar interés por parte de la audiencia.

- Hotel

El hotel donde se hospedará puede ser un buen lugar para cerrar compras y tratos, en caso de que el acercamiento hacia el artista por parte del cliente potencial va más allá de las pláticas que pudieron haber existido en el Affordable Art Fair. El hotel podría ser un lugar ameno en el que el artista se sienta seguro y cómodo. Es conveniente buscar lugares donde se pueda conversar en el hotel de una forma tranquila como salas de juntas, salas o estudios de trabajo. Esto le dará una formalidad a la negociación

- Restaurante o café

Un restaurante o café son lugares donde pueden existir negociaciones serias o bien casuales. Al estar rodeado de más gente es un lugar seguro y agradable para ambas partes. No obstante, el lugar a elegir debería de ir acorde al cliente con el que se va a tratar, basándose un poco en sus gustos, preferencias o lugares a los que frecuente. Los establecimientos de calidad suelen ofrecer un servicio personalizado y atento, esto puede impresionar a tu cliente y demostrar tu capacidad para cuidar los detalles. Además, un buen servicio puede crear una experiencia. Además, una comida o una

taza de café permite un mayor tiempo para interactuar con tu cliente en comparación con una reunión en una oficina. Este tiempo nos podría permitir una discusión más profunda y establecer una conexión personal más fuerte y construir una relación de confianza.

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

Las propuestas de marketing directo a continuación tienen como objetivo poder alcanzar un público mucho más extenso que el que se tiene solo con las obras. De igual manera, sirve para ofrecerle al mercado objetivo una experiencia mucho más completa y original, una experiencia que resalte de la competencia y sea memorable para la gente que tenga contacto con ellas.

Primero se encuentra una propuesta de tarjeta de presentación por ambas caras. Ésta tiene como objetivo el poder compartir número de teléfono, correo electrónico y cuentas de redes sociales de manera efectiva con posibles contactos o interesados en adquirir una obra.



Imágenes 15 y 16. Propuesta de tarjetas de presentación para el artista, de creación propia.

También se presenta otra propuesta de marketing directo, que es un tablero de ajedrez con distintas esculturas del artista representando las piezas de juego. Ésta opción representa un producto original que igualmente atrae a un público mucho más amplio y de gustos más diversos. De igual manera da a conocer varias obras al mismo tiempo y puede presentar mayor valor si el artista se encarga de producir el número deseado de piezas de juego. Igualmente podría producir el tablero o mandarlo a hacer.



Imagen 17. Propuesta de marketing directo (ajedrez), de creación propia.

Por último se presentan piezas de joyería como una opción más de artículos promocionales. Se hicieron cotizaciones para mandar a hacer las opciones de joyería presentadas debajo: Una cadena o collar tiene un costo de \$1650, las pulseras con dijes \$544 y los aretes \$350, todos fabricados con plata. Se puede manufacturar el número de artículos deseados, utilizando moldes proporcionados por el artista.



Imagen 18. Propuesta de marketing directo (aretes) como parte de catálogo de joyería, de creación propia.



Imagen 19. Propuesta de marketing directo (collar) como parte de catálogo de joyería, de creación propia.



Imagen 20. Propuesta de marketing directo (pulseras) como parte de catálogo de joyería, de creación propia.

11. Análisis financiero de la misión comercial

11.1 Transportación.

Las tres alternativas más convenientes para transportarse del Aeropuerto Internacional John F. Kennedy son en automóvil, el camión/ transporte público o en transporte hectométrico o "People Mover" (Similar al tren ligero). Ambos medios de transporte están disponibles en el mismo aeropuerto.

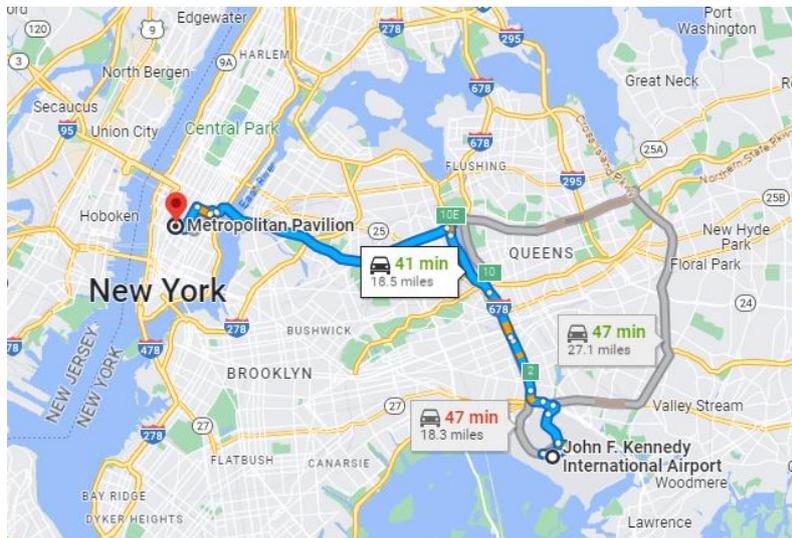


Imagen 21. Distancia y duración del trayecto del Aeropuerto Internacional John F. Kennedy al Metropolitan Pavilion en automóvil. Google Maps

A continuación se muestra una opción de página web en la que se pueden rentar autos de diferentes empresas, marcas, tamaños y lujo. Ahí se puede cotizar la renta del auto por el tiempo requerido.

La imagen muestra la interfaz de usuario de Alamo para la renta de autos en Nueva York. En la parte superior, se indica el destino "New York City John F Kennedy Airport" y el periodo "Mar 01 10:00 AM - Mar 05 10:00 AM".

Se muestran varias categorías de autos con sus respectivos precios:

- Economy: desde 7914 MXN
- Compact: desde 7983 MXN
- Midsize: desde 7983 MXN
- Fullsize: desde 8044 MXN
- Special: desde 13811 MXN
- Luxury: desde 7500 MXN

El resultado principal es un "NISSAN KICKS or similar SUV car" con un precio de **MXN 7423.97** por 4 días. El precio original era ~~MXN 11421.49~~. El coche tiene 5 asientos, 2 de equipaje y transmisión automática. El precio de alquiler incluye impuestos y tasas. Se muestra un botón "View deal" y un botón "Email quote".

Imagen 22. Vista de la página web Economybookings para la renta de automóvil por un lapso de 5 días. (EconomyBookings.com)

Una opción más barata y mucho más popular para transportarse en la ciudad de Nueva York es en taxi. Los taxis funcionan igual que en nuestro país, se les puede pedir la parada en cualquier esquina de transporte público y el precio dependerá del trayecto. En la página web de Booking también se puede reservar un taxi que vaya del aeropuerto al recinto ferial. Se puede elegir entre taxi estándar o ejecutivo dependiendo del número de pasajeros y equipaje.

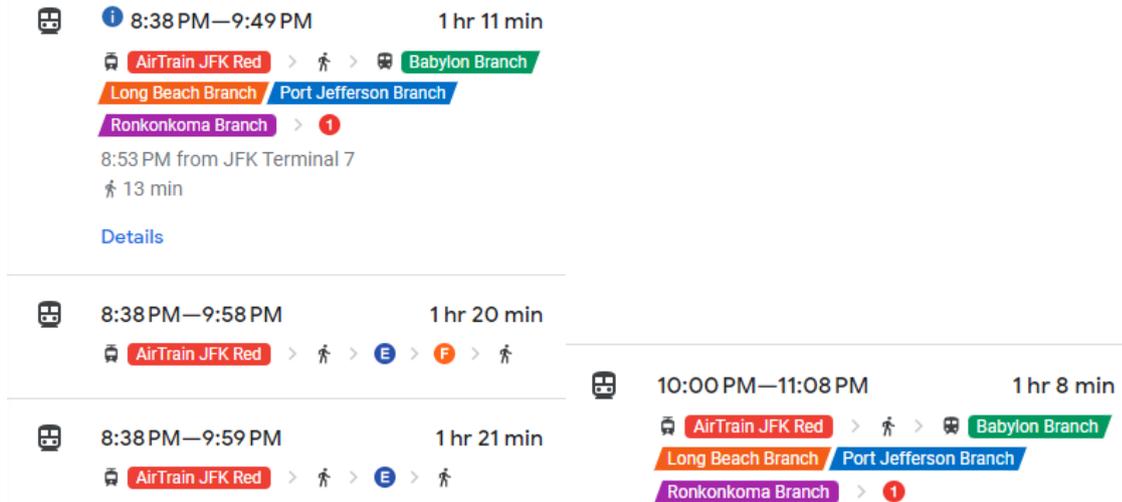
De igual manera el camión requiere pararse en una esquina de transporte público y revisar cual sigue la ruta deseada.³⁵

Por último se muestran las diferentes opciones de transporte en People Movers. La opción más viable para moverse del aeropuerto al recinto ferial es el AirTrain JFK. AirTrain es gratis a menos que comience o finalice su viaje en las estaciones de Jamaica y Howard Beach. Allí, la tarifa es de \$8.25, la cual se puede pagar solo con MetroCard.

La MetroCard se puede conseguir de las siguientes maneras:

1. Stands de Hudson News ubicados antes y después de la seguridad en las Terminales 1, 4, 7 y 8.
2. Las máquinas expendedoras de boletos de AirTrain Howard Beach y Jamaica Station y los puestos de MetroNews.
3. Cualquier estación de metro MTA.

³⁵ Referencia: Economy Booking (s.f.) Car rental options. De https://www.economybookings.com/car-rental/north-america/usa-new-york/new-york-city/jfk?btag=google&customerid=6533289313&gad=1&gclid=Cj0KCQjwTO-kBhDIARIsAL6Lorck_xagtTQsuj9wjYtNEK9XzNQM1a0yaNGKtcqb3_qhdOMyVGZ9KeMaAt2qEALw_wcB



Imágenes 22 y 23. Duración y distancia del Aeropuerto Internacional John F. Kennedy al Metropolitan Pavilion en diferentes opciones de transporte público. Google Maps.

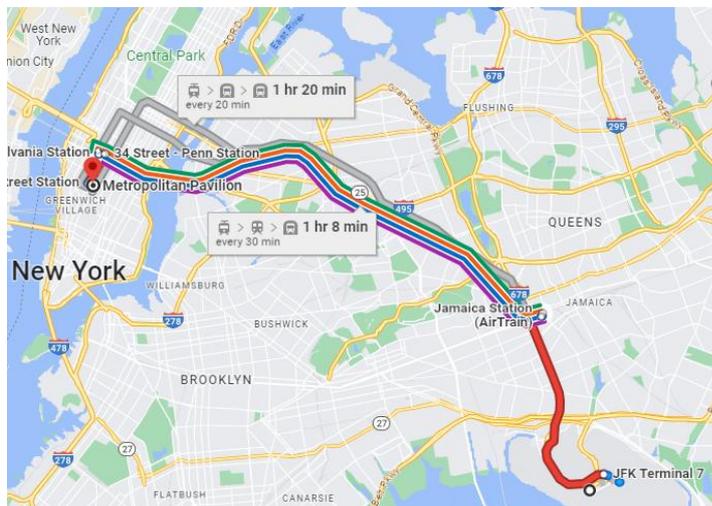


Imagen 24. Distancia y duración del trayecto con los distintos People Movers del Aeropuerto Internacional John F. Kennedy al Metropolitan Pavilion. Google Maps.

11.2 Hospedaje y alimentación.

Las opciones seleccionadas fueron con base en factores de ubicación, presupuesto, seguridad, comodidades y servicios:

Ubicación:

La ubicación es clave en una ciudad grande cómo Nueva York y es preferible estar cerca de los principales lugares de interés que tienes. Seleccionamos el área de Manhattan ya que tienes cerca muchas opciones de transporte público, distintas opciones de comida y lo más importante queda muy cerca el pabellón metropolitano.

Presupuesto:

El hospedaje en Nueva York varía mucho dependiendo de la ubicación, categoría del hotel y la temporada del año. Seleccionamos un presupuesto de 2,000 a 2,600 por noche, ya que al buscar hospedajes más baratos encuentras hostales y hoteles en zonas de la ciudad muy inseguras.

Seguridad:

La seguridad en Manhattan es muy buena, aunque siempre es muy importante tomar precauciones básicas. Manhattan ofrece un entorno muy seguro en general, con mucha presencia de la policía y una infraestructura para garantizar la seguridad de todos.

Comodidades y servicios:

Las opciones que seleccionamos ofrecen una serie de comodidades y servicios para poder satisfacer todas las necesidades que tienen los huéspedes.

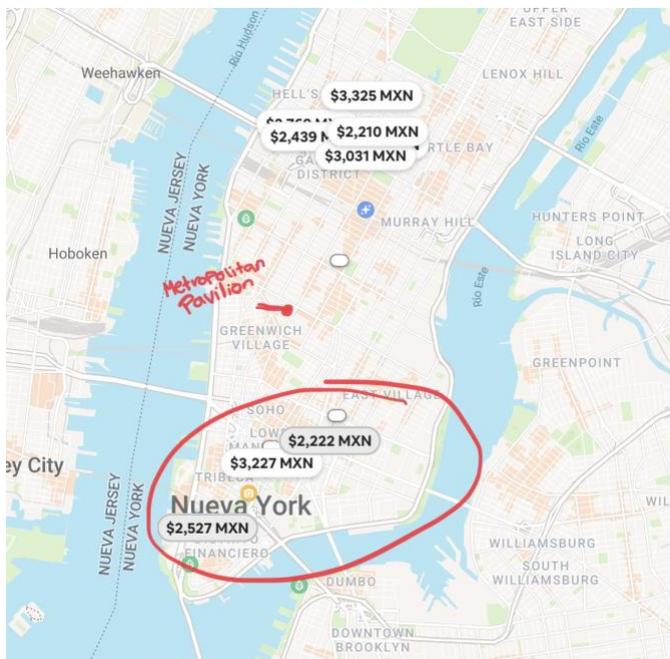


Imagen referencial google maps

Hospedaje en Manhattan:

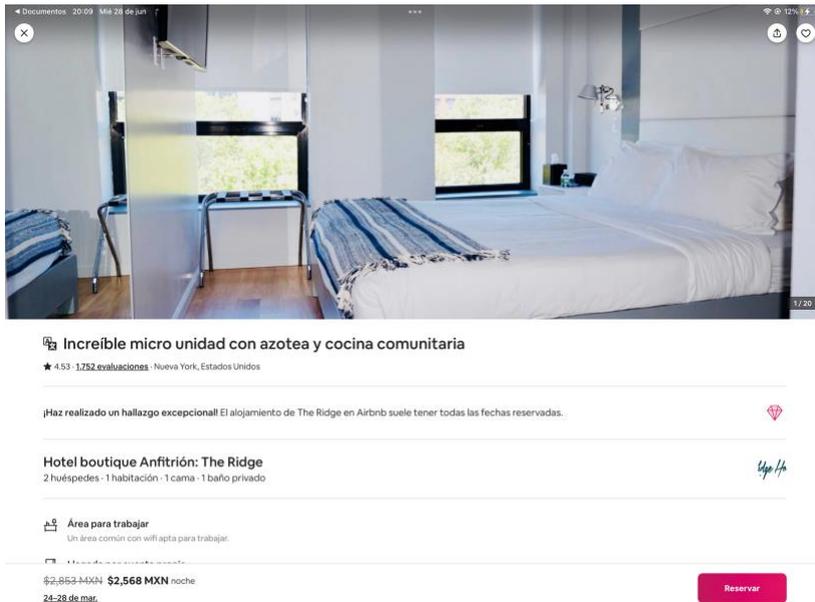


Imagen 26. Hotel boutique The Ridge de AIRBNB.

Hotel boutique: The Ridge

The Ridge Hotel te ofrece una terraza en la azotea y está a solo 15 minutos a pie de la Universidad de Nueva York. Asimismo, tanto Quinta Avenida como Wall Street están a solo cinco minutos en auto. Otros visitantes hablan muy bien de las amenidades y características como el personal amable. La propiedad está a una corta distancia a pie de algunas opciones de transporte público: 2 Av. Station está a 3 minutos y Bowery St. Station está a 7 minutos.

Precio por noche: 2,568 MXN.

Sin título en 3 Freeman - Studio Queen

★ 4.87 · 705 evaluaciones · Superhostión · Nueva York, Estados Unidos

Compartir Guardar



Alojamiento entero: vivienda rentada.

Anfitrión: Untitled

2 huéspedes · 1 habitación · 1 cama · 1 baño



\$3,057 MXN \$2,222 MXN
noche

★ 4.87 · 705 evaluaciones

Imagen 27. Studio Queen de AIRBNB.

Studio Queen en Manhattan

Este acogedor estudio ha sido recientemente renovado y amueblado de manera inteligente, incluida una cama tamaño queen.

El estudio está equipado con todas las comodidades necesarias: jabón, champú y acondicionador, toallas, sábanas, vajilla básica, cápsulas de café, aire acondicionado, calefacción, un altavoz bluetooth y un televisor inteligente para dispositivos Android.

* Se puede organizar un servicio de limpieza adicional por un cargo adicional.

* Debe ser mayor de 21 años para hacer el check-in *

Precio por noche: 2,222 MXN.

Vistas del horizonte en el Bajo Manhattan

★ 4.43 · 1.298 evaluaciones · Nueva York, Estados Unidos

↑ Compartir ♥ Guardar



Hotel. Anfitrión: Millennium Downtown

2 huéspedes · 1 habitación · 1 cama · 1 baño privado



~~\$3,082 MXN~~ \$2,527 MXN
noche

Imagen 28. Vistas del horizonte en el bajo Manhattan de AIRBNB.

Hotel Millennium Downtown

Millennium Hilton New York Downtown, un hotel para familias que te acerca a lo mejor de Nueva York.

Para que te sientas como en casa, las habitaciones en el hotel incluyen televisor de pantalla plana, minibar y frigorífico, y mantenerte conectado es fácil, ya que hay internet gratuito disponible.

Los huéspedes tienen acceso a recepción abierta 24 horas, servicio de habitaciones y conserje durante su estancia en Millenium Hilton. Además, Millenium Hilton Hotel ofrece piscina y desayuno, lo que hará tu viaje a Nueva York incluso más gratificante. Y otra ventaja es que hay aparcamiento disponible para los huéspedes.

Salta en el metro y llega a Times Square, a 11 paradas a una manzana de la propiedad y disfruta de acceso en ferry a solo 10 minutos a pie.

Precio por noche: 2,527 MXN.

11.3 Costo del espacio físico.

De acuerdo con la información de la propia Affordable Art Fair, el costo del espacio tiene un costo de \$68 USD por metro cuadrado requerido. En el caso de una exposición para Octavio se contempló un área de 8 metros cuadrados, lo que representan \$5,855, es decir, \$99,860 pesos mexicanos. Estas son las dimensiones recomendadas para la exhibición, tomando en cuenta tanto el espacio como el precio óptimo. ³⁶

11.4 Seguros médicos.

Al momento de viajar a otro país es importante contar con un seguro médico de viaje en caso de que se ocupe atención médica urgente, de accidentes, robos o pérdida de equipaje, y cancelación de viaje por diferentes motivos. A continuación, se muestran diferentes cotizaciones de seguros de viaje:

³⁶ Referencia: Small, Z. (2022). "Inside the Affordable Art Fair, Where Artists Pose as Dealers and Paintings Fly Off the Walls."
2 De <https://news.artnet.com/market/inside-the-affordable-art-fair-2182064#:~:text=On%20average%2C%20booths%20at%20the,feet%20at%20%2468%20per%20foot.>

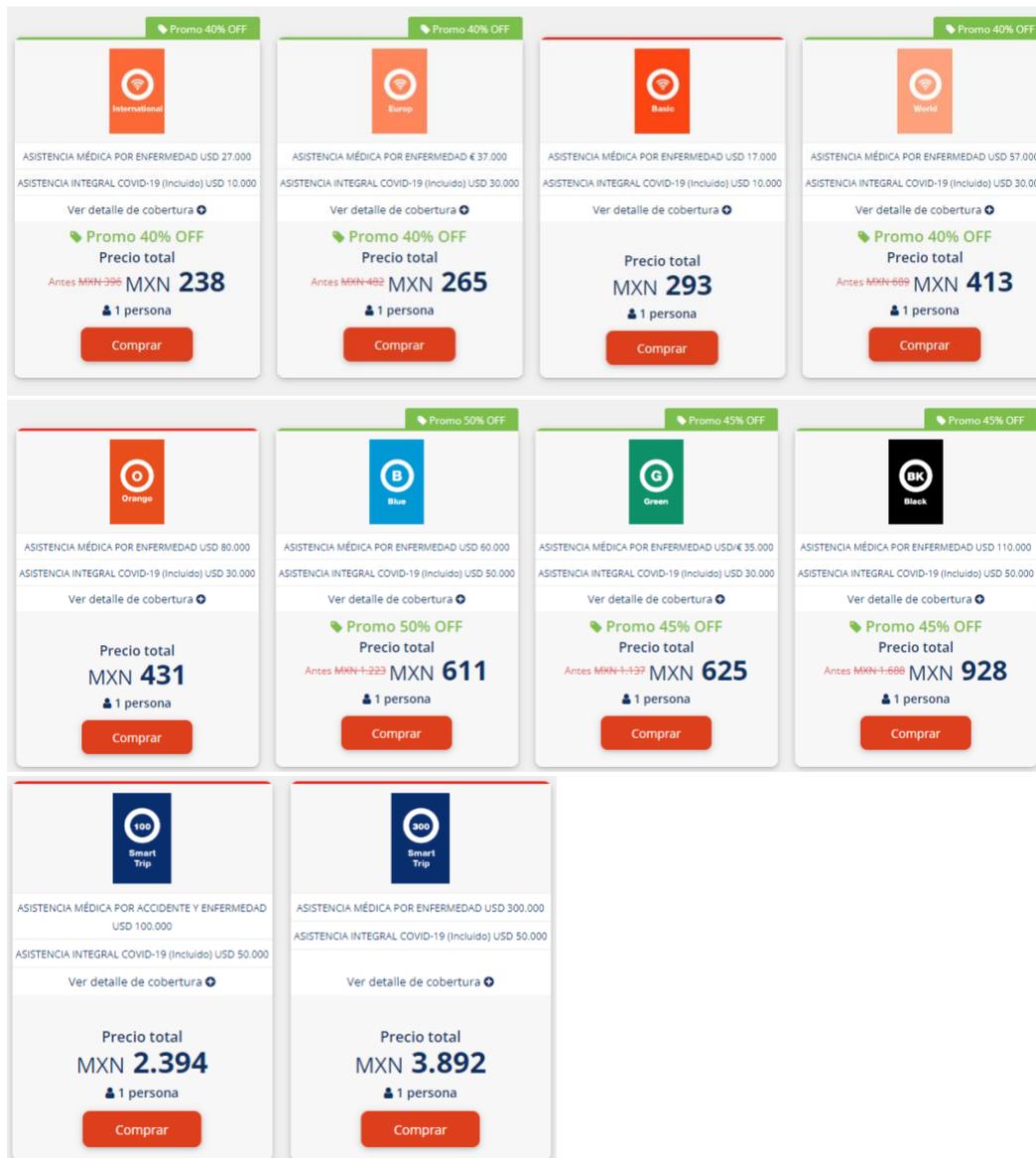


Imagen 29. Cotización de diferentes seguros médicos para viajes. De Safe Travel Assistance

Se recomienda elegir uno de los primeros seguros presentados en la imagen, ya que por un precio accesible cubren con las necesidades básicas de un viaje relativamente corto, que sería el caso para la feria internacional. ³⁷

³⁷ Assist-Med. (s.f.). Asistencia médica en viajes. Recuperado de <https://www.safetravelassistance.com/mx/asistencia/resultados/false/010324/050324/5/5/0-1-0-0/0/0/48/0/0>

11.5 Gastos de representación.

Nuestros gastos de representación se basarán en tarjetas de presentación, las cuáles tienen un precio de 1,000 tarjetas a \$206 MXN.

Consideramos que una cantidad de 2,000 tarjetas es adecuada para repartirlas y crear relaciones públicas durante su participación en la feria.

Su costo final sería de \$410 MXN por las tarjetas.

Otro gastos que consideramos es el gasto del montaje dentro de la galería, el cuál acudimos a una empresa la cuál se encarga de llevar y armar tu stand en el lugar donde lo necesitas.

Actividad	Costo
Cotizacion de transporte para 6 piezas	\$23,016.00
Vuelo	\$ 9,088.00
Hospedaje	\$ 2,000.00
Espacio de la feria	\$99,860.00
Alimentos	\$ 1,275.00
Seguro	\$ 239.00
Stand	\$64,000.00

11.6 Presupuesto recomendable.

- El costo promedio del alquiler de un estudio o una habitación en la ciudad de Nueva York es de \$2,295.
- Gasto promedio en comida al día: El gasto promedio diario en comida en Nueva York varía dependiendo de tus gustos.

Comida económica: entre 10 a 15 dlls por comida.

Comida rango medio: entre 15 a 30 dlls por comida.

Comida de rango alto: entre 50 a 100 dlls por comida.

- Transporte:

En cuanto a los gastos logísticos, realizamos una cotización con dos empresas logísticas que hacen envíos al extranjero, Vantec Logistics y DHL. Con ambas empresas se realizó una cotización para ver cuál nos daba un mejor precio. La cotización se realizó tomando como base 6 esculturas, que son las que se estarán exhibiendo en la feria conforme a lo previsto en el punto 10.

Avantec nos brindó una cotización de \$4,312 pesos mexicanos por pieza, lo que en total por las 6 piezas vendría representando un costo logístico de \$25,872 (considerando únicamente el flete de ida).

Por su parte DHL nos brindó una cotización de \$3,836 por pieza, lo que en total por las 6 piezas vendría representando un costo logístico de \$23,016 (considerando únicamente el flete de ida). Por esta razón, consideramos que sería una mejor opción escoger a DHL como proveedor logístico.

Hay que tomar en cuenta que el flete de regreso en caso de que no se venda la totalidad de las piezas sería el mismo; \$3,836 por pieza.

Metro y autobús: El costo de un viaje sencillo en metro o autobús es de 2.75 dls, pero si planeas usar mucho este servicio puedes comprar la Metro Card que te da pases ilimitados para usar este servicio por solo 33 dls.

Gasto promedio al día:

- 135 dls por día de hospedaje
- 40 dls diarios de comida
- Alrededor de 8 dls de transporte

El gasto promedio al día por hospedaje, transporte y comida es de 183 dls.

12. Oferta de ocio y entretenimiento

12.1 Contexto histórico y cultural.

Nueva York es una de las ciudades más famosas de los Estados Unidos y de todo el mundo. Es la ciudad más poblada y extensa del país, así como un centro global cultural, financiero, tecnológico, de entretenimiento, glamour, y medios de comunicación con una influencia significativa en el comercio, la salud y las ciencias biológicas, la investigación, la tecnología, la educación, la política, el turismo, la gastronomía, el arte, la moda y los deportes.

Es la sede de las Naciones Unidas y ha llegado a ser descrita como la capital del mundo. La ciudad comprende cinco distritos. La metrópolis es el hogar del mayor número de multimillonarios, personas con un patrimonio neto de más de 30 millones de dólares y millonarios de cualquier ciudad del mundo. La ciudad y su área metropolitana constituyen la principal puerta de entrada para la inmigración legal a los Estados Unidos. En Nueva York se hablan hasta 800 idiomas, lo que la convierte en la ciudad con mayor diversidad lingüística del mundo.

Alberga a más de 3.2 millones de residentes nacidos fuera del país, la mayor población nacida en el extranjero de cualquier ciudad del mundo a partir de 2016. Es la ciudad estadounidense más visitada por turistas internacionales.

La ciudad se fundó como un puesto comercial en el extremo sur de la isla de Manhattan por colonos holandeses en 1624. El asentamiento recibió el nombre de Nueva Ámsterdam en 1626. La ciudad pasó a estar bajo control británico en 1664 y pasó a llamarse Nueva York después de que el rey Carlos II de Inglaterra le concediera las tierras a su hermano, el duque de York. La ciudad fue recuperada por los holandeses en julio de 1673 y pasó a llamarse Nueva Orange; ha recibido el nombre de Nueva York desde noviembre de 1674. La ciudad de Nueva York fue la capital de los Estados Unidos desde 1785 hasta 1790, y ha sido la ciudad más grande de los Estados Unidos desde entonces.

La Estatua de la Libertad recibió a millones de inmigrantes en barco a fines del siglo XIX y principios del siglo XX, y es un símbolo de los EE. UU. y sus ideales de libertad y paz. Los cinco distritos se crearon en 1898 cuando los gobiernos locales se consolidaron en una sola entidad municipal y son: Brooklyn, Queens, Manhattan, el Bronx y Staten Island.

Referencia: "History of New York City, New York". (2012) U-S-History.com.

12.2 Sitios de interés patrimonio UNESCO.

El único sitio que oficialmente es reconocido como patrimonio de la UNESCO es la Estatua de la Libertad. Sin embargo, hay tres más a los que aún no se les ha otorgado el título oficial de Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO, pero están en la lista tentativa desde 2017:

Estatua de la Libertad

Fue un regalo de los franceses a Estados Unidos de América en 1886, es el primer sitio del Patrimonio Mundial de la UNESCO en la ciudad de Nueva York. Inscrito en la lista en 1984. La enorme estatua de cobre representa a Libertas, la diosa romana de la libertad. Tiene una altura de 96 metros desde el nivel del suelo hasta la antorcha, y está situada en Liberty Island a lo largo del puerto de Nueva York.

Una de las mejores vistas para ver la Estatua de la Libertad se encuentra en el extremo sur del Bajo Manhattan: Battery Park. Pero si se desea ver más de cerca, se puede tomar un ferry de \$12 desde el Battery Park en Nueva York o el Liberty State Park en Nueva Jersey.

Museo Guggenheim

Ubicado en la esquina de 1071 Fifth Avenue en la esquina de East 89th Street, el Museo Solomon R. Guggenheim es parte de la Arquitectura del siglo XX de Frank Lloyd Wright Sitios del Patrimonio Mundial de la UNESCO que abarca ocho edificios a lo largo de seis estados del país.

Fue incluido en la lista de sitios del Patrimonio Mundial de la UNESCO en 2019. La estructura cilíndrica blanca fue construida en 1937 y es el hogar de impresionistas, postimpresionistas, arte moderno temprano y contemporáneo. El costo de entrada es de entre \$18 y \$25.

El Puente de Brooklyn

Es el puente que une a la isla de Manhattan y Long Island a través del East River. Es uno de los lugares emblemáticos de la ciudad de Nueva York. El puente de 486 metros fue construido en 1883.

No hay tarifa de admisión para cruzar el Puente de Brooklyn, y hay una banqueta designada para que la usen los peatones. Se necesitaría alrededor de una hora para cruzar el puente de punta a punta.

Ellis Island

Ubicada al norte de la Estatua de la Libertad; de hecho, es parte del Monumento Nacional de la Estatua de la Libertad. Es una pequeña isla llena de historia, desde una estación de inspección de inmigrantes, una instalación militar, un centro de detención para inmigrantes, hasta una prisión de guerra y un hospital.

Ellis Island se puede visitar junto con su recorrido por la Estatua de la Libertad a través de Statue City Cruises por alrededor de \$23.50.³⁸

³⁸ Referencia: Anónimo. (2021). "USA | UNESCO WORLD HERITAGE SITES IN NEW YORK CITY". Lakad Pilipinas. De <https://www.lakadpilipinas.com/2021/07/unesco-world-heritage-sites-in-new-york-city.html>

12.3 Parques y reservas naturales.

Nueva York cuenta con algunos de los parques más populares del país. Entre ellos se encuentran:

1. Central Park: Ubicado entre los barrios Upper West Side y Upper East Side de Manhattan. Es el quinto parque más grande de la ciudad, con 341 hectáreas, y el parque urbano más visitado de los Estados Unidos.
2. High Line: Es un parque lineal elevado, una vía verde y un sendero ferroviario de 2,33 km de largo creado en un antiguo ramal del Ferrocarril Central de Nueva York en el lado oeste de Manhattan. Ha sido rediseñado como un "sistema vivo" que se basa en múltiples disciplinas que incluyen arquitectura paisajista, diseño urbano y ecología.
3. El parque Bryant: es un parque público de 39 000 m² de gestión privada, está ubicado entre la Quinta Avenida y la Avenida de las Américas (Sixth Avenue) y entre las calles 40 y 42 en Midtown Manhattan. La mitad este de Bryant Park está ocupada por la sucursal principal de la Biblioteca Pública de Nueva York. La mitad occidental, que contiene césped, pasillos sombreados y servicios como un carrusel, está ubicada completamente sobre una estructura subterránea que alberga las estanterías de la biblioteca.
4. El World Trade Center's Liberty Park: es un parque público elevado de 0.40 ha en el World Trade Center, con vista al Museo y Memorial Nacional del 11 de septiembre en el Bajo Manhattan. El parque está ubicado sobre el Centro de Seguridad Vehicular del World Trade Center. El Santuario Nacional de San Nicolás se encuentra dentro del parque, así como La Esfera de Fritz Koenig, la icónica escultura rescatada del sitio del World Trade Center.
5. El Washington Square Park: Es un parque público de 39 500 m² en el barrio de Greenwich Village del Bajo Manhattan. Es uno de los parques públicos más conocidos de la ciudad de Nueva York, además de un lugar de encuentro y centro de actividad cultural.³⁹

³⁹ Referencia:

TripAdvisor (s.f.) Parques y atracciones naturales de Nueva York. De https://www.tripadvisor.com.mx/Attractions-g60763-Activities-c57-New_York_City_New_York.html

12.4 Recorridos turísticos y de valor histórico.

1. Recorrido en autobús con paradas libres Big Bus por Nueva York

El Big Bus Tours es un festival turístico que incluye treinta puntos de referencia en un solo viaje. Esta ruta pasa por el centro, la zona residencial, Harlem y Brooklyn y va desde la estatua del toro de Wall Street hasta Central Park con. Básicamente, es una opción fácil para ver tanto o tan poco como quieras de la ciudad en un día, y no estresarte con mapas y transporte privado.

2. Recorrido en bicicleta por Central Park para grupos pequeños

Antes de empezar el recorrido hay que reunirse con un guía en Central Park Tours Inc. para elegir la bicicleta para el día, y partir desde el extremo sur del parque. El recorrido siempre tiene un límite de solo ocho personas así que hay oportunidad de hacer preguntas en el camino.

3. Circle Line: crucero por los monumentos de Nueva York

El paisaje de NY incluye la Estatua de la Libertad en Ellis Island, el Puente de Brooklyn y el Empire State, todo lo cual crea una vista impresionante desde el agua. En este tour se puede navegar por el puerto de Nueva York en el crucero Circle Line, que sube por el Hudson y rodea las áreas de la bahía de Brooklyn. También incluye la historia detrás de todos los lugares de interés, así que complete los hechos y no dude en hacer una o dos preguntas.

4. Recorrido a pie por el monumento conmemorativo del 11 de septiembre y la Zona Cero para recordar las vidas perdidas durante la tragedia del 11 de septiembre se puede visitar el sitio donde una vez estuvo el World Trade Center. Ahora conocido como Ground Zero, el guía comparte hechos, cifras e historias de la vida real, lo que hará que el viaje sea revelador, informativo y conmovedor, todo a la vez. Comienza en City Tales Sightseeing, pasa por el Fireman's Memorial, las piscinas reflectantes gemelas, el One World Observatory y St Paul's Chapel.⁴⁰

12.5 Oferta gastronómica.

Nueva York posee un ambiente gastronómico amplio y en constante cambio que siempre sorprende a locales y turistas por su diversidad y calidad. Una visita a un mercado o restaurante en la ciudad, trae variedad de sabores, culturas y distintas maneras de degustar la comida.

⁴⁰ Referencia:

A, Floyd-Douglass. (2023). "The 19 best tours and walks in NYC". De TimeOut: <https://www.timeout.com/newyork/things-to-do/best-nyc-tours-and-walks>

1. Chelsea Market: Se encuentra en una fábrica reutilizada, donde se hizo la primera galleta Oreo. Ahí encontrarás pasillos de puestos que venden deliciosa comida y productos artesanales. Se puede encontrar desde quesos hasta langosta fresca y variedad de pasta fresca, cafés, tacos etc.

Ubicación: 75 9th Avenue, New York, NY 10011, EUA

Horarios: Lunes a sábado de 7:00 a 2:00, Domingo de 8:00 a 22:00

2. Gansevoort Market: Este mercado cuenta con un estilo tipo rústico-industrial con una gran variedad de comidas, desde alitas coreanas, hasta hamburguesas americanas clásicas, también cuenta con postres, cafés y bebidas refrescantes.

Ubicación: 353 West 14th Street, Nueva York, NY 10014, EUA

Horarios: Todos los días de 7:00 a 21:00

3. Restaurante Vapiano: Es una cadena alemana que sirve comida italiana de gran calidad. Se puede comer platos de pasta y pizza a partir de \$8. Además cuenta con locales muy bonitos, decoraciones sencillas y originales.

Ubicación: 113 University Pl, New York, NY 10003, EUA

Horarios: Lunes a domingo de 11:00 a 23:00

4. TGI Fridays: Es una cadena de comida americana conocida mundialmente, ahí podrás encontrar desde entradas, bebidas sin alcohol, cervezas y una gran variedad de platillos, también tiene un distintivo que es su hamburguesa especial estilo americana.

Ubicación: 211 W 34th St., New York, NY 10001, EUA

Horarios: Lunes a domingo de 11:00 a 00:00

12.6 Museos, galerías y centros culturales.

Considerando que la feria se realiza en septiembre es importante conocer los lugares y actividades que se realizan en la ciudad en torno al arte. Una de las actividades que recomendamos es visitar el museo y memorial del 9/11 el cual se hace en memoria de las fuerzas de resistencia neoyorquinos, se realiza un homenaje a la luz la cual se enciende después de la puesta de sol y se da lugar en donde se localizaban las torres gemelas. Mucha gente alrededor del lugar enciende velas y es un evento bastante conmovedor y solemne.

También podremos encontrar Photoville el cuál es una feria fotográfica en la que fotógrafos de distintas partes del mundo presentan su arte a lo largo de toda la ciudad

de Brooklyn. Este evento no tiene costo alguno y todas las personas pueden apreciar el arte ya que se encuentra en las calles principales de la ciudad. Incluso en ocasiones los artistas se encuentran en el lugar en donde sus obras son presentadas y puede realizarse un buen sentido de relaciones artísticas entre colegas ya que acuden más de 600 artistas.

12.7 Turismo de aventura.

Cuando se piensa en explorar Nueva York, lo primero que se viene a la mente son las obras de Broadway, los restaurantes de clase mundial y todo lo demás que la ciudad de Nueva York tiene para ofrecer. La verdad es que las oportunidades para la aventura al aire libre en el estado de Nueva York pueden competir, e incluso superar, a las atracciones de la ciudad. Desde Adirondacks hasta Catskills y en cualquier lugar intermedio, hay ríos sinuosos, vistas únicas, hermosas cascadas y campamentos alejados del bullicio de la vida de la ciudad. Entre las actividades más divertidas se encuentran:

1. Caminar por las cataratas Kaaterskill de las montañas Catskill: Hay varias maneras de llegar desde Nueva York hasta Kaaterskill Falls, las más populares son en autobús o en coche. Se puede tomar el autobús desde Hoboken hasta Hunter Mountain en un trayecto de aproximadamente 2 horas con un costo de entre \$140 y \$155.
2. Explorar el bosque Smith: El viaje en autobús entre Nueva York y Trumansburg, el pueblo cercano al bosque, dura aproximadamente 5h 18min y cubre una distancia de aproximadamente 382 km. Tiene un costo de \$502.
3. Nadar en el Peekamoose Blue Hole: A continuación se presentan varias opciones para viajar de la ciudad de Nueva York a la atracción natural.

RECOMMENDED OPTION

Train, taxi



2h 43m \$4125 - \$6061 →

CHEAPEST OPTION

Bus



3h 35m \$1740 - \$2684 →

3 ALTERNATIVE OPTIONS

Bus, taxi



2h 41m \$4201 - \$4801 →

Imagen 30. Opciones de transporte de NYC al Peekamoose Blue Hole. Rome2Rio.com

4. Escalar los acantilados del parque estatal Shadmoor: La tarifa del autobús al Parque Estatal cuesta alrededor de \$2.25 a \$44.00. ⁴¹

12.8 Oferta teatral y conciertos.

Los teatros más emblemáticos de Nueva York se han convertido en una de las actividades de entretenimiento más destacadas y concurridas de la ciudad. Nueva York es uno de los destinos que más destacan a nivel mundial y cuenta con una gran variedad de eventos de entretenimiento, conciertos, presentaciones teatrales y presentaciones en vivo. Muchos de los shows y espectáculos más exitosos del mundo comienzan en los teatros de Nueva York.

Broadway, conocido como el Circuito de Broadway, engloba una variada colección de producciones teatrales que se presentan en los 41 destacados teatros profesionales que lo conforman. Estos teatros se encuentran ubicados en el distrito teatral de la Avenida Broadway y en el Lincoln Center, en Manhattan. El distrito teatral de Broadway es una atracción turística popular en la ciudad de Nueva York.

⁴¹ Referencia: The Outbound Collective. (s.f.) "25 Must-Do Adventures in New York". De <https://www.theoutbound.com/theoutbound/25-must-do-adventures-in-new-york>

Las obras que se estarán presentando durante el tiempo sugerido de la visita a Nueva York son las siguientes:

- A Beautiful Noise: The Neil Diamond Musical
- & Juliet
- Little Shop of Horrors
- Blue Man Group
- Harmony

Todas las anteriores se estarán presentando durante el 21, 22 y 23 de mayo.

Adicional a esto, Nueva York también cuenta con múltiples conciertos y show en vivo para disfrutar durante la estancia en la ciudad. Los conciertos confirmados a día de hoy en Nueva York que se pueden disfrutar durante la estancia:

- Brownstone (Jazz Fest Concert) (22 marzo)
- Bailey Zimmerman (22, 23 marzo)
- The Machine (22, 23 marzo)
- PIAF! The Show (23 marzo)

12.9 Oferta de espectáculos /oferta deportiva.

Oferta de espectáculos en Nueva York:

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

1. Música en vivo: En NY también podrás disfrutar de una gran variedad de conciertos y eventos musicales. Hay numerosas salas de conciertos y locales de música en vivo en toda la ciudad, como el Auditorio de Williamsburg, el Teatro Beacon, el estadio Forest Hills, la bodega de música electrónica de Elsewhere y la Radio City Music Hall.

2. Espectáculos circenses: En “la Gran Manzana” también podrás disfrutar de espectáculos circenses en el Big Apple Circus, el Empire Circus o el Circus Vazquez que ofrecen una gran variedad de espectáculos de circo contemporáneo.⁴²

Oferta deportiva en Nueva York:

⁴² Referencia:

Frisicano, A. & Samarth, R. (2018). “The best live music venues in NYC”. De TimeOut: <https://www.timeout.com/newyork/music/best-live-music-venues-in-new-york-city>

Si eres un amante del deporte Nueva York ofrece una amplia variedad de eventos deportivos que puedes disfrutar. Algunas de las principales opciones son:

1. Fútbol Americano: Nueva York es conocida por sus dos franquicias de NFL, los Jets y el los Gigantes. Ambos equipos juegan en el estadio MetLife en las afueras de la ciudad, en East Rutherford, Nueva Jersey. Los Gigantes han ganado cuatro anillos de Super Bowl y están entre los 10 equipos más populares de la liga.
2. Béisbol: Los NY Yankees son el equipo insignia de la ciudad. El equipo fue fundado en 1903 y desde entonces ha ganado 27 Series Mundiales, siendo el equipo más exitoso de la MLB. Los Yankees juegan en el Yankee Stadium, ubicado en el Bronx. El equipo menos exitoso de la ciudad es el de los Mets, fundado en 1962, ya que solo ha sido campeón de la liga en 2 ocasiones. Los Mets juegan en el Citi Field en Queens.
3. Basquetbol: La ciudad cuenta igualmente con dos franquicias de la NBA, los Knicks en Manhattan y los Nets de Brooklyn. Los Knicks juegan en el famoso Madison Square Garden y han ganado 2 campeonatos. Por su parte, los Nets juegan en el Barclays Center y nunca han ganado el campeonato nacional.
4. Fútbol: Aunque el fútbol no es tan popular en Estado Unidos, la MLS norteamericana cuenta con dos franquicias en Nueva York que esperan aumentar la audiencia del deporte más popular del mundo en el país. La primera franquicia es el New York City FC, fundado hace apenas 10 años y aún sin estadio propio, ya que sus partidos se llevan a cabo en el Yankee Stadium. La franquicia pertenece al City Football Club, empresa dueña del actual campeón de la UEFA Champions League, el Manchester City. El segundo equipo es el NY Red Bulls perteneciente a la famosa empresa de bebidas energéticas del mismo nombre. Los "Bulls" juegan en la Red Bull Arena de Harrison, Nueva Jersey.
5. Hockey: Nueva York es la casa de dos franquicias de la NHL, los Rangers de Manhattan y los Islanders de Long Island. Los Rangers juegan en el mismo Madison Square Garden y los Islanders en la UBS Arena de Elmont. Ambos equipos han ganado 4 Stanley Cups respectivamente.

Una buena opción para conseguir entradas a los distintos eventos deportivos en Nueva York es la página web de SeatGeek, ahí se pueden comprar entradas para la MLB, NHL, MLS, NFL y NBA.

New York Yankees

Tickets

Events Premium Seating

Change Location Filter by Date Home & away

No events near Zapopan, MX

All Events

Jul 14 Fri · 6:40pm	New York Yankees at Colorado Rockies Coors Field · Denver, CO	From \$34
Jul 15 Sat · 6:10pm	New York Yankees at Colorado Rockies Coors Field · Denver, CO	From \$37

New York Giants

Tickets

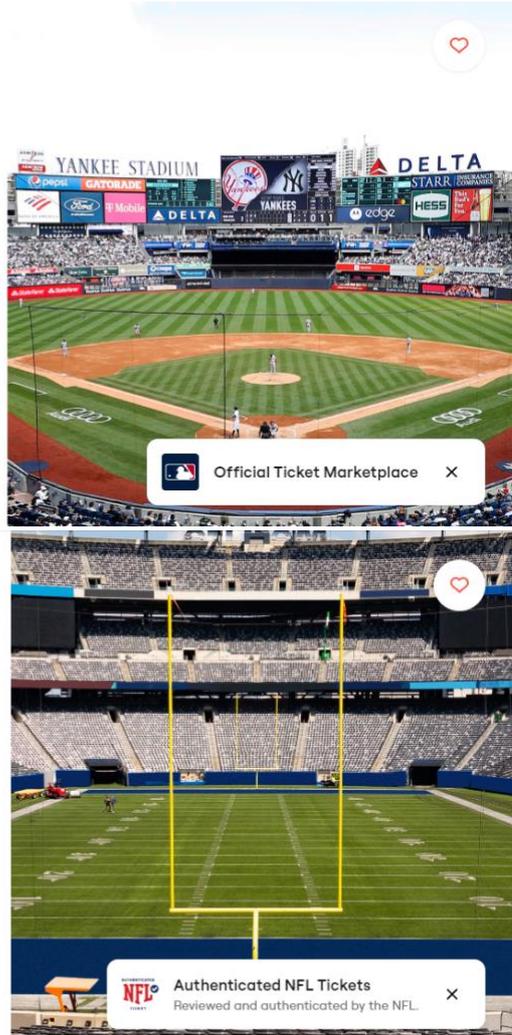
Events Parking Preseason

Change Location Filter by Date Home & away

No events near Zapopan, MX

All Events

Aug 11 Fri · 7:00pm	Preseason: New York Giants at Detroit Lions Ford Field · Detroit, MI	From \$17
Aug 18	Preseason: Carolina Panthers at New York	



Imágenes 31 y 32. Vista de la página principal con precios por partido de los NY Yankees y NY Giants. SeatGeek.com⁴³

⁴³ Referencia:

Anónimo. (s.f.) SeatGeek. De https://seatgeek.com/new-york-giants-tickets?aid=34&pid=17695371248&gid=139100451837&rid=dsa-1559977392875&dt=c&ap=&adId=611209651578&loc_interest=&loc_physical=1010088&n=g&mt=&ext=&gclid=Cj0KCQjwnrmlBhDHARIsADJ5b_kpqsh9fCJQYxLy84XeCGvkaYPmGPfRgRKIUStbSQZftP0GwB_TcP4aAii3EALw_wcB

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

13.1 Apoyos federales/ Secretaría de Economía.

México cuenta con diversos apoyos financieros los cuales mencionaremos a continuación:

FONCA: Tiene como objetivo apoyar la creación artística y promover, distinguir, incrementar y preservar el patrimonio cultural. Este organismo financiero cuenta con varias comisiones que abocan a la toma de decisiones para la de supervisión de artes y letras, consultiva de adquisición de bienes culturales y de proyectos de coinversiones culturales. Este fondo apoya la labor del artista e intelectuales por medio de becas que se comprenden en las siguientes categorías.

- Creadores intelectuales
- Ejecutantes
- Jóvenes creadores
- Grupos artísticos

CECA: El objetivo principal es apoyar el arte jalisciense el cual se logra a partir de becas otorgadas a los artistas inscritos en el programa. Las convocatorias suelen abrirse a finales del mes de junio y cierran en los últimos días de agosto. Este programa cuenta con un fondo de 1 millón 250 mil pesos los cuales son repartidos entre los artistas seleccionados entre las distintas disciplinas.

13.2 Financiamiento Pyme banca comercial.

Programa de apoyo de arte popular (Citibanamex)

Misión, objetivos y línea de acción. Iniciado en 1996 este programa ha marcado un hito en su ámbito y actualmente es considerado una referente nacional e internacional de apoyo al arte popular.

Este planteo fue un modelo de apoyo integral cuyos objetivos fundamentales son los siguientes:

- Evitar la extinción de las manifestaciones artesanales ancestrales a través de la formación de talleres y la capacitación de maestros y aprendices.
- Reforzar la identidad cultural y el orgullo de los artesanos a través de su mejor conocimiento y dignificación.
- Auxiliar al arraigo de los grandes maestros y al desarrollo de sus comunidades, a partir de la creación de nuevos empleos y actividades productivas.

- Apoyar la generación de alternativas para la comercialización de las piezas artesanales.⁴⁴

⁴⁴ *Fomento Cultural Citibanamex | Programa de Apoyo al Arte Popular.* (n.d.). Fomento Cultural Citibanamex. <https://fomentoculturalbanamex.org/gmap.html>