

Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco
División de Ciencias y Artes para el Diseño (CyAD)
Grupo de Reflexión sobre Economía y Cultura (GRECU)
Diplomado en Dirección de Empresas Culturales.

Del sábado 23 de septiembre de 2017 al sábado 21 de abril de 2018.

Sede

Casa Rafael Galván de la UAM, Zacatecas 94, colonia Roma, entre Córdoba y Orizaba, Delegación Cuauhtémoc, C.P. 06700, Ciudad de México.

Duración

Son 23 sesiones para la suma de 138 horas.

Una sesión semanal de 6 horas, los sábados de las 10 a las 16 horas.

Coordinación General

Mtra. Ana Julia Arroyo, Coordinadora del Programa de Educación Continua de CyAD de la UAM Xochimilco y Lic. Eduardo Cruz Vázquez, Coordinador del GRECU.

Contactos para consultas e inscripciones

Coordinación Técnica: Virginia Laguna, del GRECU. Correo pecgreco@gmail.com Teléfono celular 5519147023.

Beatriz Díaz. Correo peccad@correo.xoc.uam.mx Teléfono fijo 5483 7136.

Objetivo general

Dotar a los directivos de empresas culturales y a los emprendedores culturales, de un conjunto de conocimientos y prácticas que puedan incidir en la mejora de los procesos de dirección, gestión, gerencia, planeación y de responsabilidad social de sus negocios, así como de sus planes financieros.

De las bases del Diplomado.

La Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco, a través de la División de Ciencias y Artes para el Diseño y del Programa de Educación Continua y del Grupo de Reflexión sobre Economía y Cultura (GRECU), convoca al Diplomado en Dirección de Empresas Culturales, bajo las siguientes bases:

1.- El Diplomado está dirigido a dueños y socios de empresas culturales, a quienes se desempeñan como CEO (Chief Executive Order), directores, gerentes y en cualquier otro nivel de cargo directivo en las empresas culturales, así como a los emprendedores que se encuentran en proceso de iniciar sus negocios.

Por las características del Diplomado, también puede ser cursado por estudiantes de educación media y superior, por egresados de cualquier licenciatura o carrera técnico profesional y por cualquier persona con intereses comerciales y de responsabilidad social en el sector cultural.

Entre los tipos de actividades económicas que son objetivo del Diplomado se encuentran las generadas por la producción artesanal, música, laudería, artes plásticas y visuales, artes escénicas, danza (en todas sus expresiones), editorial y medios impresos, producción de contenidos audiovisuales, desarrollo de tecnologías, contenidos digitales y servicios de consultoría (sociología, antropología, economía, planeación).

De igual forma servicios educativos (academias, escuelas, etc.), cine, diseño (industrial, moda, interior, gráfico y joyería), gastronomía e industria restaurantera, turismo cultural y turismo de experiencia.

Así mismo considera ámbitos como la producción de vino, tequila, mezcal y cerveza artesanal, comercio en internet, administración de empresas, productores de espectáculos, representantes de artistas (agentes-agencias), festivales, ferias, fiestas populares, fondeadoras, incubadoras, comercio de antigüedades y producción de cómic.

Campos como el de las instituciones de gobierno, de carácter privado (fundaciones, patronatos, etc.) y sociales (asociaciones civiles, sociedades civiles, cooperativas, etc.), empresas dedicadas a la importación y exportación de bienes culturales; despachos de arquitectura, servicios inmobiliarios, planeación territorial, medio ambiente y sustentabilidad, y mercados de bienes intangibles, entre otras actividades.

Este listado tiene fines ilustrativos, por lo cual podrán participar con cualquier otro tipo de actividad económica vinculada al sector cultural.

2.- Para efectos de esta convocatoria se entenderá por empresa cultural a la unidad económica que desempeña una actividad productiva legalmente establecida, basada en bienes, servicios, mercancías y/o productos que están constituidos, fundamentalmente, por un componente creativo en su cadena de producción.

De igual forma, se estima que la empresa cultural coloca en circulación valores simbólicos para la sociedad y que no necesariamente deben tener producción masiva ligada a corporativos nacionales y/o extranjeros para cubrir mercados locales y globales.

La empresa cultural comercia bienes, servicios, mercancías y/o productos como resultado de la transformación del proceso creativo y media en el mercado con el propósito de colocarlo a disposición de diversos consumidores y/o clientes, así como para promover –en los casos posibles- un comercio justo y equitativo.

Es importante señalar que para los fines del Diplomado, esta definición de empresa cultural incluye a quienes trabajan bajo el régimen de honorarios profesionales, a las personas físicas con actividad empresarial, a distintas formas jurídicas en que se constituyen las micro, pequeñas y medianas empresas.

Se toman en cuenta también a fundaciones, asociaciones civiles, sociedades civiles y fideicomisos que de alguna forma generan actividad económica que interviene en el mercado cultural.

3.- La inscripción se hará mediante el llenado del formulario de información general y con la presentación en una página escrita en Word Arial 12 puntos interlineado sencillo, en la que se describa la empresa cultural a la que se pertenece, o en su caso, la idea de negocio por emprender.

Si la inscripción obedece a un interés general, es requisito presentar una exposición de motivos.

4.- En el caso de los emprendedores culturales, sólo se podrá inscribir un emprendimiento por interesado.

5.- Las autoridades universitarias y el cuerpo docente del Diplomado evaluarán las solicitudes con el propósito de emitir la aceptación. Vía correo electrónico se hará la notificación.

6.- La convocatoria queda abierta a partir de su publicación y cerrará el viernes 8 de septiembre de 2017 a las 14:00 horas.

El costo del Diplomado es de \$18,000.00. (Dieciocho mil pesos netos).

Para quienes se inscriban antes del viernes 14 de julio (sólo 20 cupos) el costo es de \$9,000.00 (Nueve mil pesos).

Para quienes se inscriban antes del viernes 1 de septiembre (sólo 10 cupos) el costo es de \$12,000.00 (Doce mil pesos).

Para quienes se inscriban entre el lunes 4 y el viernes 8 de septiembre, no habrá descuento.

Informes sobre el pago directamente en la oficina del Programa de Educación Continua del CyAD, ubicada en el edificio Q, segundo piso de la UAM Xochimilco.

7.- El Diplomado se llevará a cabo los días sábados en la Casa Rafael Galván de la UAM, Zacatecas No. 94 Col. Roma, de 10 de la mañana a 4 de la tarde.

8.- El Diplomado se integra de doce módulos, con 23 sesiones que combinan elementos teóricos, prácticos y testimoniales bajo las siguientes líneas temáticas:

- I. Análisis económico para empresas culturales. Eduardo Cruz Vázquez.
- II. Emprendimientos, gestión cultural, empresa y trabajo comunitario. Bárbara Martínez.
- III. Manejo de relaciones públicas y prensa. Patricia Ornelas Vargas.
- IV. Nociones generales de marketing cultural. J. Octavio Cuéllar.
- V. .Diseño de marca e innovación. Eduardo Caccia y José Antonio Díaz.
- VI. Creatividad y trama legal. José Manuel Hermosillo Vallarta.
- VII. Formas de organización para la expansión de los negocios culturales. Guadalupe Gómez y Fernando Gómez Pintel.
- VIII. Diseño de proyectos. J. Ricardo Fuentes G.
- IX. Lecciones de las empresas culturales. Sesión bajo la coordinación de Patricia Chavero.
- X. Panorama económico de México y análisis financiero para empresas culturales. Antonio Mier Hughes.
- XI. Desafíos de la empresa cultural ante el desarrollo de la cultura digital. Jorge Bravo.
- XII. Laboratorio de prospectiva. Sesión bajo la coordinación de Francisco Moreno.

9.- Para obtener el Diploma con validez oficial, se requiere de la asistencia a 18 de las 23 sesiones.

10.- Los objetivos, contenidos y el cuerpo docente enunciados en la presente convocatoria podrán ser cambiados a criterio de los organizadores, en función de las características del grupo que se conforme, de la dinámica, el rendimiento y las necesidades de los cursantes.

11.- Se contará con asesoría permanente por parte del cuerpo docente, coordinado por Eduardo Cruz Vázquez, Coordinador del GRECU.

12.- En caso de no cubrirse el mínimo de alumnos para la apertura del Diplomado, será pospuesto para otra fecha y las inscripciones serán devueltas.

13.- Cualquier asunto no previsto en la convocatoria, es competencia de las autoridades universitarias y de los coordinadores del Diplomado resolverlas. Sus determinaciones serán inapelables.

Objetivos particulares.

- Actualizar conocimientos para mejorar las capacidades de dirección, gerencia y gestión de las empresas culturales.
- Identificar los fenómenos culturales que más inciden en el desempeño de las empresas culturales.
- Reforzar las posibilidades del análisis económico de la cultura.
- Conocer los alcances de la Cuenta Satélite de la Cultura de México, elaborada por el INEGI.
- Caracterizar las diferentes modalidades de empresas culturales.
- Dimensionar los desafíos del liderazgo.
- Abordar las nuevas tendencias en el empleo del marketing cultural y el diseño de marca.

- Enriquecer las nociones sobre la innovación en las empresas culturales.
- Poner al día las relaciones entre creatividad y marco jurídico en México.
- Revisar las condiciones de las estructuras organizacionales de las empresas culturales y sus posibilidades de cambio.
- Reaprender la elaboración de proyectos para el crecimiento de las empresas culturales.
- Actualizar los escenarios de la economía mexicana y su incidencia en la estructura financiera de las empresas culturales.
- Vislumbrar los desafíos de la cultura digital y deliberar sobre el futuro del mercado cultural.

Relación de actividades para el cumplimiento de los objetivos.

- El cuerpo docente imparte su clase, al tiempo de propiciar el diálogo y debate entre los alumnos.
- Cobra relevancia la lectura diaria de información económica y la identificación de la que concierne a la economía cultural, particularmente al nicho de interés de cada estudiante, a efecto de exponerla al inicio de cada sesión durante todo el Diplomado.
- Se aplican una serie de ejercicios durante las sesiones, ya sean de manera individual o en grupo.
- Los distintos módulos comprenden actividades de búsqueda de información en aula, sistematización de la misma y exposición frente al grupo, proceso que será articulado por cada uno de los docentes.

Contenido y calendario

Primer Módulo. Análisis económico para empresas culturales. Eduardo Cruz Vázquez.

Sábados 23 y 30 de septiembre.

Dos semanas. Dos sesiones. 12 horas.

Segundo Módulo. Emprendimientos, gestión cultural, empresa y trabajo comunitario. Bárbara Martínez.

Sábados 7 y 14 de octubre.

Dos semanas. Dos sesiones. 12 horas.

Tercer Módulo. Manejo de relaciones públicas y prensa. Patricia Ornelas Vargas.

Sábados 21 y 28 de octubre.

Dos semanas. Dos sesiones. 12 horas.

Cuarto Módulo. Nociones generales de marketing cultural. J. Octavio Cuéllar.

Sábados 4 y 11 de noviembre.

Dos semanas. Dos sesiones. 12 horas.

Quinto Módulo. Diseño de marca e innovación. Eduardo Caccia y José Antonio Díaz.

Sábados 25 de noviembre y 2 de diciembre.

Dos semanas. Dos sesiones. 12 horas.

Sexto Módulo. Creatividad y trama legal. José Manuel Hermosillo Vallarta.
Sábados 9 de diciembre de 2017 y sábado 13 de enero de 2018.
Dos semanas. Dos sesiones. 12 horas.

Séptimo Módulo. Formas de organización para la expansión de los negocios culturales. Guadalupe Gómez y Fernando Gómez Pintel.
Sábados 20 y 27 de enero.
Dos semanas. Dos sesiones. 12 horas.

Octavo Módulo. Diseño de proyectos. J. Ricardo Fuentes G.
Sábados 3 y 10 de febrero.
Dos semanas. Dos sesiones. 12 horas.

Noveno Módulo. Lecciones de las empresas culturales. Sesión bajo la coordinación de Patricia Chavero.
Sábados 17 y 24 de febrero.
Dos semanas. Dos sesiones. 12 horas.

Décimo Módulo. Panorama económico de México y análisis financiero para empresas culturales. Antonio Mier Hughes.
Sábados 3 y 10 de marzo.
Dos semanas. Dos sesiones. 12 horas.

Onceavo Módulo. Desafíos de la empresa cultural ante el desarrollo de la cultura digital. Jorge Bravo.
Sábados 7 y 14 de abril.
Dos semanas. Dos sesiones. 12 horas.

Doceavo módulo. Laboratorio de prospectiva. Sesión bajo la coordinación de Francisco Moreno.
Sábado 21 de abril.
Una semana. Una sesión. 6 horas.

Algunos antecedentes

El primer Diplomado en Cultura y Negocios tuvo lugar entre mayo y octubre de 2012, en el cual participaron 28 alumnos. En el año 2013, se implementó el Diplomado en Creación de Empresas Culturales, que tuvo lugar entre mayo y octubre en la Unidad Xochimilco, con 20 alumnos, y el cual se impartió en el año 2014, entre junio y agosto, con 28 alumnos, en el estado de Hidalgo, a través del Consejo Estatal para la Cultura y las Artes.

Para el año 2015, se formó una cuarta generación del Diplomado, la suma de 20 alumnos, bajo el título Desarrollo Equitativo de Negocios en el Sector Cultural, el cual, a diferencia de los tres primeros dirigidos más a la formación de emprendedores, tuvo por propósito analizar las oportunidades de negocios en el sector cultural.

De esta forma, en el 2016 se dio otro ajuste al modelo con el Diplomado en Dirección de Empresas Culturales. Al redefinirlo se incorporó un elemento innovador, ya que se concibe para ser cursado, de manera especial, por empresarios culturales. Se trata de ofrecer un rango de mayor calidad de contenidos, los cuales puedan incidir en la dirección, gestión y gerencia de unidades económicas culturales. De igual forma, se pone énfasis en el sentido de la Responsabilidad Social y del comercio justo.

De la misma manera, el modelo consolida, por un lado, su acento en la estructura económica, en la economía cultural y en el sector cultural. Resulta importante señalar que en la edición 2017-2018 se ofrece de nuevo este diseño del Diplomado que se sostiene, además, como herramienta fundamental de estudio, la Cuenta Satélite de la Cultura de México, que fue puesta instalada por el INEGI en enero de 2014 (serie 2008-2011) y que ha sido actualizada al año 2014, la cual es de enorme utilidad para el análisis sectorial.

A su vez, los contenidos para 2017-2018 del Diplomado se diseñaron para ser cursados por emprendedores que se encuentran en proceso de abrir sus negocios, pero también es apto para todo interesado en el sector cultural y su dinámica económica.

Esta nueva oferta académica toma también en consideración las experiencias que han tenido lugar, en versiones varias, como cursos, talleres, diplomados cortos y concursos. La UAM Xochimilco y el GRECU han desarrollado sus tareas en los estados de Baja California, Campeche, Coahuila, Hidalgo, Jalisco, Morelos, Nuevo León, San Luis Potosí, Oaxaca y Veracruz.

Es importante destacar que la labor del GRECU nutre la propuesta académica que ahora se ofrece, tanto en virtud de la actividad propia de sus integrantes, como por ser varios de ellos la plantilla docente del Diplomado.

Cabe mencionar que el GRECU ha hecho aportaciones significativas que consolidan su papel en el campo y que se pueden leer en el portal que tiene en el sitio de la unidad (<http://economiacultural.xoc.uam.mx>). Nos referimos a los libros coeditados entre la UAM y la Universidad Autónoma de Nuevo León: *Economía cultural para emprendedores. Perspectivas (2010), 1988-2012. Cultura y transición (2012)*, y *TLCAN/Cultura ¿Lubricante o engrudo? Apuntes a 20 años (2015)*.

En ese sentido, el portal del GRECU se ha convertido en un referente en el medio debido a la información que ofrece a los interesados, tanto a través de los blogs de los integrantes, como de secciones como Reportes especiales y Economía cultural: dominios. También lo es por su activismo en temas coyunturales, a través de numerosas convocatorias a talleres, conferencias y foros.

A 8 años de creación del GRECU, el Diplomado en Dirección de Empresas Culturales, no sólo consolida el trayecto y presencia de la UAM Xochimilco en la

promoción y difusión de la economía cultural. Es, sin duda, el modelo académico más acabado para la formación de emprendedores y empresarios culturales.

Semblanzas del cuerpo docente.

Eduardo Cruz Vázquez. Es egresado de la licenciatura en Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco (UAM-X), con Especialidad en Políticas Culturales y Gestión Cultural por la UAM Iztapalapa. Ejerce el periodismo desde 1980, como también la gestión cultural. En la década reciente ha desplegado una amplia labor de análisis de la economía cultural, de las empresas culturales y en la de formación de emprendedores culturales. En su trayectoria destaca su desempeño como agregado cultural en las embajadas de México en Chile y Colombia, cuyo gobierno le condecoró con la Medalla al Mérito Cultural. Cuenta con dos obras que reúnen buena parte de su quehacer como analista, reportero y cronista: *Desde la frontera norte* (UAM-Iztapalapa, 1991) y *Del mismo cuero salen las correas* (UAM-Xochimilco, 2002). La editorial colombiana Común Presencia publicó el volumen de prosas poéticas *Saldo a favor* (2005). Coordinó las obras *Diplomacia y cooperación cultural de México: una aproximación*, obra pionera en su ámbito (UNICACH/UANL, 2007), 1968-2008. *Los silencios de la democracia* (Editorial Planeta, 2008), serial de entrevistas que abordan la situación de los medios de comunicación en el país y *Economía cultural para emprendedores. Perspectivas* (UAM/UANL, 2010), obra también sin precedente en la materia. De 2008 a 2013 fue Asesor de la Rectoría de la UAM Xochimilco, y de 2013 a 2015 lo fue del Rector General de la UAM. Es en la Unidad Xochimilco donde crea el Programa de Economía Cultural y el Grupo de Reflexión sobre Economía y Cultura (GRECU) que fue instalado en junio del año 2009. Desarrolla una amplia tarea como consultor en análisis sectorial. En esa perspectiva destaca la coordinación del Programa Sectorial de Cultura del Gobierno del Estado de Oaxaca (2011- 2016), su análisis sobre la aportación del Festival Internacional Cervantino a la economía de Guanajuato y la caracterización de la economía cultural de la cultura digital. En 2011 apareció el reportaje novelado *Colombia tiene nombre de mujer*, en coedición de Ediciones Sin Nombre y la UANL. En el campo del análisis sectorial, se cuenta con la obra coordinada al lado de Carlos A. Lara González es 1988-2012. *Cultura y transición* (UANL/ICM, 2012). De igual forma fue coordinador del libro *TLCAN/ Cultura ¿Lubricante o engrudo? Apuntes a 20 años* (UAM/UANL, 2015). Desde 2001 es colaborador de la emisora cultural HJCK El Mundo en Bogotá. Desde marzo de 2015 es Coordinador del centro de extensión académica y cultural Casa Rafael Galván, de la UAM. Su más reciente obra es *Sector cultural. Claves de acceso* (Editarte Publicaciones/UANL, 2016).
ecruz@correo.xoc.uam.mx

Bárbara Martínez Moreno. Estudió Etnología en la Escuela Nacional de Antropología e Historia y se ha especializado en gestión cultural y en el diseño y desarrollo de proyectos socioculturales en ámbitos comunitarios. Gestora cultural en Morelos desde hace 17 años donde ha fundado y es integrante de asociaciones civiles, colectivos y movimientos encaminados a la gestión cultural y el diseño de políticas culturales. Ha desarrollado varios programas y proyec-

tos que se han replicado en otros estados: Construcción colectiva de una ley de cultura para Morelos, Red de Centros Culturales de Morelos, Movimiento Cultura 33, Biblioteca Vagabunda y el Programa de apoyo a empresas culturales de Morelos, entre otros. Actualmente se colabora como Directora General de Desarrollo Cultural Comunitario en la Secretaría de Cultura de Morelos. Es integrante del GRECU.

barbara.palabras@gmail.com

Patricia Ornelas Vargas. Socia-Directora de Consultoría en Relaciones Públicas, firma con más de 20 años de trayectoria que ha posicionado entre el público la imagen de marcas como Cinemex, Sushi Itto; Canacine (Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica); MPA-México (Motion Picture Association); Burger King; Grant Thornton y Blockbuster; entre otras. Tiene una larga experiencia como periodista y actualmente colabora como comentarista especializada en la industria cinematográfica en Telefórmula y ADN 40, y como columnista en el periódico Diario de México, la agencia de noticias Almomento.mx y los sitios web especializados en marketing TheMarkethink y iWayMagazine. Ha impartido Media Training a un gran número de emprendedores a través de la incubadora de negocios Endeavor en asociación con el INADEM. Es egresada de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la UNAM. Su tesis para obtener la licenciatura se tituló "La importancia del periodismo financiero en la carrera de Ciencias de la Comunicación".

patyornelas.crp@gmail.com

J. Octavio Cuéllar Rodríguez. Egresado de la UAM Xochimilco, es licenciado en Diseño de la Comunicación Gráfica. Tiene la maestría en Publicidad por el Centro Avanzado de Comunicación A.C. "Don Eulalio Ferrer" Grupo Ferrer. Ha trabajado como asesor para empresas como: la firma Lowes, Abrego "Café de altura", GELIM de la empresa Shanidar Company S.A. de C.V., ha colaborado en diversas empresas e instituciones como prestador de servicios de arte y diseño para: García Prounitic Distribuidora, Televisa (La Casa al Final de la Calle), SECTUR-GDF, Magazine de arte AXA, DF., Pemex-Campeche, IMDOSOC, DF, la UAM, Diario Morelos Hoy, ITWARE Technology, Diseño de señalética para los embarcaderos Las Flores y Zacapa en la Delegación Xochimilco, para GDF-UAM Xochimilco, y la Señalética para el Instituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición Salvador Zubirán. Es profesor titular de Diseño en CyAD, UAM Xochimilco.

ocuellar@correo.xoc.uam.mx

Eduardo Caccia. Desde pequeño ha estado en búsqueda de respuestas a cuestiones intrigantes. Quiso ser arqueólogo, pero la vida lo situó en la ruta que conduce a la innovación y la investigación de mercados por vías no tradicionales. En sus palabras, su actividad mucho refleja la del arqueólogo que tiene que investigar profundo a través de diversas capas de profundidad, ahí donde se esconden los tesoros. Es socio fundador de la empresa trasnacional Mindcode, con oficinas en cinco países y habiendo realizado proyectos en cuatro continentes, autodescribe su puesto como "Any Possibility Officer". No es una ambigüedad, comenta, es el recordatorio de que a la innovación se llega

por cualquier vía, por ello hay que estar abierto a las posibilidades. Sus aportaciones han permitido la creación de metodologías de posicionamiento de marca, como el brandgenetic, donde ha sido pionero en la incorporación de las ciencias sociales para explicar la conducta del consumidor. Ha sido catedrático universitario en la Universidad Panamericana, también ha formado parte de la oficina de extensión profesional de la Universidad de San Diego, y como conferencista ha dado más de 300 pláticas y conferencias en diversos foros dentro y fuera de México. Como escritor, ha publicado varios artículos en la revista Expansión, periódico La Jornada, revista Proceso y actualmente participa de manera regular en las páginas editoriales de Grupo Reforma. Sus aportaciones han servido a varias empresas, mexicanas y trasnacionales, para innovar y posicionar mejor sus marcas. Algunas de estas empresas están dentro de las 500 listadas en la revista Fortune. Entre sus clientes destacan Nextel, Sabritas, Danone, Fiesta Americana, Fiesta Inn, Hotel Aqua, Maseca, Kodak, Tequila Cuervo, Tequila Sauza, Brandy Terry, Apasco, Scotiabank, Avon, USG Tablaroca, Bacardi, Italiannis, Deloitte, Tv Azteca, British American Tobacco, Promexico, Lawry's Prime Rib, Banorte, Bimbo, Wings Restaurantes, Pastelerías El Globo, Los Altos Food Company, Farmacias Roma, Cinépolis, Pedro Domeq, Microsoft, Mabe, Smuckers, Folgers Cafe, Reynolds, Marlboro, Coca Cola, Oxxo, Pepsico, Tecno Lite, entre otras. Es integrante del GRECU.
ecaccia@mindcode.com

José Antonio Díaz Bojorges. Licenciado en Mercadotecnia con Maestría en Alta Dirección y ha cursado diversas especialidades en las áreas de economía del comportamiento, estrategia e innovación. Consultor de Negocios con especialidad en las áreas de marketing, ventas, innovación, comunicación y liderazgo, en sectores industriales y de consumo masivo. Tiene experiencia de más de 20 años trabajando para compañías como GoodYear, Procter & Gamble y 3M, en esta última durante 18 años como Director de Planeación Estratégica y Marketing de la compañía en México. Fundador y Director General de la empresa Fronesis Consulting Group, empresa enfocada al diagnóstico, estrategia y ejecución de modelos de crecimiento y competitividad organizacional y "Coaching" ejecutivo. Socio Fundador de Brainscan empresa de Neuromarketing. Socio de empresas de Branding e Innovación como Mind code, FutureLab y CustomerCenricity. Miembro de diferentes asociaciones como la American Marketing & Sales Organization e International Neuromarketing Organization. Integrante activo de comités y directorios de empresas nacionales e Internacionales. Conferencista en foros nacionales y extranjeros. Son sus temas de interés y desarrollo: modelos de crecimiento para la empresa; gestión de liderazgo ejecutivo y organizacional; innovación en base a excelencia en procesos experiencia y certificación en Six Sigma; modelos de emprendurismo; planeación estratégica y modelos de competencia.
jadiaz@mindcode.com

José Manuel Hermosillo Vallarta. Es Licenciado en Derecho por la Universidad de Guadalajara y Maestro en Derecho, con la vertiente en Derecho Fiscal por la Universidad Nacional Autónoma de México. En diciembre de 2013 concluyó los estudios de Doctorado en Administración Pública en el Instituto Nacional

de Administración Pública, con la tesis “La responsabilidad jurídico-administrativa del Estado Mexicano en la preservación, fomento y desarrollo de la cultura”. En el ámbito laboral, se ha desempeñado como director y docente de la preparatoria Formación Integral Metropolitana A. C. También, en el Sistema de Educación Media Superior de la Universidad de Guadalajara fungió como abogado y profesor de asignatura. Abogado litigante desde 1994, en la materia electoral, fue asistente, comisionado propietario y asesor de consejero del Instituto Federal Electoral. En el Senado de la República fue asesor y secretario técnico de la Comisión de Hacienda en la LX Legislatura. En el campo cultural, desde el año de 2005 y hasta 2011, fungió como Abogado General y Representante Legal del Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías, y como Vocal Propietario del Comité Técnico Especializado de Información Cultural, participó en la elaboración de la reciente Cuenta Satélite de la Cultura. Durante 2012 se desempeñó como director jurídico de fideicomisos de la Secretaría de Educación Pública. Entre 2013 y principios de 2014, se desplegó como asesor jurídico-administrativo del Fideicomiso Central de Abasto de la Ciudad de México. Actualmente es miembro del Consejo Asesor de la Comisión de Cultura y Cinematografía de la Cámara de Diputados y desarrolla actividades de investigación, de consultoría externa en normatividad cultural y administrativa. Es integrante del GRECU.

jmheva@yahoo.com.mx

Guadalupe Gómez Sánchez. Es egresada de la UAM Azcapotzalco donde cursó la carrera de Diseño de la Comunicación Gráfica, egresada en el año de 1995. Posteriormente realizó un Master en Multimedia en Barcelona, España. Ha colaborado en diversas empresas e instituciones como Canal 11, Editorial Televisa, Códica diseño (Despacho de diseño y multimedia en Barcelona, España), Agencia de publicidad como GREY y Grupo Vale Euro RSCG, donde fue Directora de Arte de cuentas como Seat, Telmex y Nokia, entre otras. En el 2006 inició su camino independiente ofreciendo servicios creativos y de diseño con su boutique creativa Lunática Comunicación y en el 2008 abrió las puertas a su concepto de negocio REMEDIOS MÁGICOS® al cual al día de hoy dedica toda su energía y sueños. Es integrante del GRECU.

guadalupe@remediosmagicos.com

Fernando Gómez Pintel. Egresado de la Escuela Nacional de Arte Teatral del INBA, con más de 15 años de trayectoria profesional. Productor escénico, director de escena, locutor radiofónico, docente, gestor cultural y artístico. Cuenta con el Posgrado de Especialización en Políticas Culturales y Gestión Cultural, a través de la OEI, CONACULTA y UAM-I. Cursó el diplomado del GRECU. Es Director General de ethos11 Corporativo Artístico, en donde produce y promueve proyectos artísticos y culturales de nuevas compañías y jóvenes creadores.

fernando.pintel@gmail.com

J. Ricardo Fuentes G. Es Licenciado en piano, Maestro en Pedagogía y Diplomado en Administración Pública de la UNAM. Actualmente cursa el doctorado en administración pública en el INAP. Es profesor titular del Conservatorio Nacional de Música. En Oaxaca fue Director de Operación en la Radio Estatal y

posteriormente Director de Fomento en el Instituto Oaxaqueño de las culturas. Ha desempeñado diversos cargos en la Administración Pública, en la SHCP, en el Indesol, en el INAH y en el CONACULTA. También fue Director Académico del Centro Cultural Ollin Yoliztli. Actualmente es colaborador en Radio Educación, asesor de la Secretaría de Cultura de la Ciudad de México y asesor en la Cámara de Diputados.

j_ricardofg@yahoo.com.mx

Patricia Chavero Gómez. Es docente e investigadora teatral. Su trabajo se centra en el estudio de los procesos de circulación de la cultura y las artes, especialmente el teatro. Actualmente desarrolla el proyecto de investigación *Revisión del Gasto público con fines culturales, subsector teatro* en el Centro de Investigación Teatral "Rodolfo Usigli" del INBA. Obtuvo el grado de Maestría en Sociología en la UIA, con una tesis dedicada a la política cultural en los gobiernos de la Ciudad de México desde 1997. Es integrante del GRECU.

chavero_gomez@yahoo.com.mx

Antonio Mier Hughes. Economista egresado de la UAM Xochimilco y el CIDE, con experiencia en el análisis y seguimiento de la evolución de la economía mexicana y de los resultados de la gestión financiera del sector público. Responsable hasta 2010 de la elaboración del Panorama Económico, los Resultados de las Finanzas Públicas y diversos apartados del Capítulo Orientación Funcional del Gasto, que se integran en la Cuenta Pública Federal. Actualmente se desempeña como Subgerente de Información y Estadística en el Fideicomiso Fondo de Pensiones del Sistema Banrural, donde da seguimiento a los resultados del Servicio Médico para la integración del Presupuesto Anual y el Informe de Resultados del Fideicomiso. Cuenta además con nueve años de experiencia docente en las carreras de Economía y Ciencias de la Comunicación en la UNAM y la UNITEC. Es integrante del GRECU.

amierhugues@gmail.com

Jorge Bravo Torres Coto. Es doctor en Ciencias Políticas y Sociales con orientación en Comunicación por la UNAM. Maestro en Comunicación por la Universidad Nacional Autónoma de México. Actualmente es director Editorial de Grupo Mediatelecom (www.mediatelecom.com.mx), espacio especializado en telecomunicaciones y radiodifusión. Productor del programa de radio *Mediatelecom: convergencia plena*, que se transmitía todos los martes a las 21.00 horas por Noticias MVS 102.5 FM. Ha colaborado en distintas publicaciones impresas y electrónicas sobre cultura y medios de comunicación de masas. También ha sido autor de artículos de investigación sobre el mismo tema en revistas especializadas y como capítulos de libros y ha participado con ponencias en diversos encuentros y coloquios académicos en el campo de los medios de comunicación en México. Se encuentra en prensa un libro sobre los medios de comunicación y elecciones durante el sexenio de Vicente Fox. Es autor del libro *El presidencialismo mediático. Medios y poder durante el gobierno de Vicente Fox* (Gernika-UNAM, 2011). Ha impartido clases de Géneros Periodísticos, Taller de Redacción, Taller de Diseño Editorial, de Metodologías de la Investigación y de Teorías de la Comunicación en el sistema escolarizado de licenciatura de

la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. Ha impartido diversos cursos en instituciones como la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y el Senado de la República. Fue editor de la revista *Zócalo*, publicación mensual de periodismo especializado en medios de comunicación. Coordinador del Comité Editorial de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI). Editor Adjunto de la revista *Derecho a Comunicar*, revista científica electrónica de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información. Representante de la AMEDI ante el Consejo de Programación de Radio Ciudadana del Instituto Mexicano de la Radio (IMER).

jorgebravo@mediatelecom.com.mx

Francisco Moreno Domínguez. Estudios Profesionales en Lengua y Literatura Hispanoamericana y en Artes Visuales por la UNAM. Diplomado en Museología y Museografía en el Museo Nacional del Virreinato. Posgrado en Políticas Culturales y Gestión Cultural por la UAM Iztapalapa. Diplomado en Desarrollo Equitativo de Negocios en el Sector Cultural por la UAM-Xochimilco. Es fundador y Director General de: Gestión y Acción Cultural A.C., asociación civil que enmarca sus objetivos y actividades en tres acciones fundamentales: el estudio, evaluación y análisis de la política cultural en México; la profesionalización y capacitación del gestor cultural; y la generación de un observatorio cultural nacional. Ha constituido las empresas culturales Editarte, dedicada a la edición e impresión de libros; del sello editorial Editarte Publicaciones, que se perfila como la primera editorial especializada en gestión y política cultural, y de la empresa Arte a tu Alcance Promotores, la cual tiene como objetivo la promoción, exhibición y venta de obra de arte y antigüedades. Es integrante del GRECU.

editarte.servicios@gmail.com

Bibliografía, documentos y materiales necesarios y aconsejables

Bibliografía básica

Sector cultural. Claves de acceso, de Eduardo Cruz Vázquez.

Cuenta Satélite de la Cultura de México. INEGI, 2014.

Encuestas de consumo, hábitos y prácticas culturales/Conaculta 2004, 2010.

Atlas de infraestructura cultural/Conaculta 2003, 2010.

Encuesta Nacional de Lectura/Conaculta.

1988-2012. *Cultura y transición*, Eduardo Cruz Vázquez y Carlos A. Lara González (Coordinadores).

Economía cultural para emprendedores. Perspectivas, Eduardo Cruz Vázquez (Coordinador).

Programa Sectorial de Cultura 2011-2016. Gobierno del Estado de Oaxaca.

Cuenta Satélite de Cultura. Manual metodológico para su implementación en Latinoamérica.

Convenio Andrés Bello.

Cultura Mainstream, de Frédéric Martel.

Modernidad líquida, de Zygmunt Bauman.

Dinero para la cultura, de Gabriel Zaid.

Mitos y mentadas de la economía mexicana, de Jaques Rogozinski.

Voces, ecos y propuestas para la agenda cultural del siglo XXI, de Carlos A. Lara.

La reforma cultural, de Carlos A. Lara.
Los Anteojos de Baskerville, introversiones editoriales en torno a las McReglas que rigen el arte y la cultura, de Carlos Lara.
Manual para la diseñadora descalza, de Carla Fernández.
Jóvenes creativos: estrategias y redes culturales, de Néstor García Canclini y Ernesto Piedras.
La política cultural. Temas, problemas y oportunidades, de Eduardo Nivón.
Políticas culturales en transición, de Lucina Jiménez.
Mundialización y cultura, de Renato Ortiz.
Economía y cultura, de David Throsby.
Economía y cultura, de Paul Tolila.
Economía y cultura, Marissa Reyes Godínez y Jorge Linares Ortiz (coordinadores).
La economía del arte, de Cristina Rascón Castro.
Las políticas culturales y las editoriales independientes, de Dolores Díaz Aguirre.
Industrias culturales en México: reflexiones para actualizar el debate, de Delia Covi Druetta.
¿Cuánto vale la cultura?, de Ernesto Piedras.
El código cultural, de Clotilde Rapaille.
Marketing editorial: la guía, de David Cole.
Gerente por primera vez, de Loren Belker y Gary Topchik.
Diagnóstico Integral de la Cultura en México. Mari Carmen Serra Puche y Hernán Salas Quintanal.
Plan de negocios para emprendedores al éxito, de Diana González Salazar.
Plan de negocios. Entrepreneur. Iasa Comunicación.
Liderazgo de marca, Líderes del Management Marketing, de David Aaker, David.
Introducción a la teoría de los diseños, de Juan Acha.
Imagen corporativa, Cómo crearla y proyectarla, de Thomas Garbett.
Psicología del color, Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón, de Eva Heller.

Bibliografía complementaria

Diferentes, desiguales y desconectados, de Néstor García Canclini.
Democracia cultural. Una conversación a cuatro manos, de Sabina Berman y Lucina Jiménez.
Cultura mexicana: revisión y prospectiva, de Enrique Florescano (Coordinador).
Los amos de México, de Jorge Zepeda Patterson.
Diplomacia y cooperación cultural de México: una aproximación, Eduardo Cruz Vázquez (Coordinador).
Una nueva diplomacia cultural para México, de César Villanueva (Coordinador).
De la retórica a la imagen, Universidad Autónoma Metropolitana, de Alejandro Tapia.

Hemerografía

Revista *Expansión*.
Secciones de cultura, economía y finanzas de los periódicos *Reforma* y *El Universal* así como los diarios *El Economista* y *El Financiero*.

Referencias en línea o páginas electrónicas de interés

<http://economiacultural.xoc.uam.mx>

<http://www.inegi.org.mx>

www.cultura.gob.mx

www.sic.cultura.gob.mx

www.oecd.org

www.unesco.org

www.economia.gob.mx

<http://www.mcu.es/emprendedores/Inicio.html>