



PROGRAMA DE BECAS CIUDAD DE MÉXICO-CHINA 2011

Propuesta para la implementación de un programa gubernamental de asesoría para emprendedores creativos y culturales de la Ciudad de México, interesados en China.

Samanta Varela
samanta.vrl@gmail.com

Ciudad de México, diciembre de 2011

Propuesta para la implementación de un programa gubernamental de asesoría para emprendedores creativos y culturales de la Ciudad de México, interesados en China.

Antecedentes y justificación del tema

La presente propuesta se inserta en el campo que resulta de la intersección entre la cultura, el intercambio comercial de bienes y servicios creativos y culturales, y la relación entre el Distrito Federal y China -un país que, aunque está aún comenzando a desarrollar este tipo de industrias, comienza ya a dominar las exportaciones de bienes y servicios creativos y culturales en el mundo-. La competencia del proyecto es a nivel de cooperación internacional descentralizada porque involucra la colaboración entre el Gobierno del Distrito Federal y diferentes instituciones y niveles gubernamentales en China.

El propósito central es sugerir al GDF; en el marco del Programa de Becas Ciudad de México-China 2011, la creación de un *programa gubernamental de asesoría para emprendedores creativos y culturales de la Ciudad de México, interesados en China*. La justificación para llevarlo a cabo es que paulatinamente, China fortalecerá sus industrias culturales, creando nuevas perspectivas de negocio para los empresarios creativos mexicanos. Por otro lado, si la Ciudad de México no tiene un plan concreto para responder a este escenario, sus industrias culturales estarán amenazadas porque perderán terreno en los mercados internacionales.

Las industrias culturales y creativas

Según especialistas en el tema, se observa una tendencia a nivel mundial en la que los modelos tradicionales de apropiación de la cultura han cambiado y por ello se ha comenzado a crear y/o mejorar las políticas relacionadas con la dimensión económica de la cultura, misma que se ocupa de las actividades de las “industrias creativas y culturales” (en adelante ICC). Estas industrias son “aquellas que tienen su origen en la creatividad y el talento, tienen el potencial para la creación de riqueza y trabajo a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual”. Según Ernesto Piedras, las industrias creativas constituyen la categoría más amplia en la que se insertan las industrias culturales, que la UNESCO describe como “aquellas que combinan la creación, producción y comercialización de contenidos que son intangibles y culturales en su naturaleza. Estos contenidos están típicamente protegidos por los derechos de autor y pueden tomar la forma de bienes y servicios que tienen una doble valoración: como expresión cultural y como generadores de valor económico.”¹ Dado que las ICC usan la creatividad, el conocimiento y la propiedad intelectual para generar productos y servicios con significado social, también inciden en la innovación, generan competitividad y desarrollo productivo -en todos los sectores-², además de que cumplen con la función que desempeña la cultura

¹ Piedras, Ernesto. (2010) *Economía y cultura en la Ciudad de México*. México: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.

² Del Corral, Milagros (2000). *Cultura, comercio y globalización*. Francia: División de la Creatividad, Industrias

históricamente en la sociedad. En el Plan General de Desarrollo 2007-2012 del Gobierno del Distrito Federal se menciona que: “se reconocerá a la cultura como un sector de la economía -las llamadas industrias culturales- con cadenas productivas y circuitos de producción, distribución y consumo establecidos. Esta visión y estrategia a seguir permitirá, que la cultura contribuya a necesidades sociales como la creación de empleo y la búsqueda de condiciones más equitativas, al mismo tiempo que se estimula y fomenta la creatividad social”³. El Gobierno del Distrito Federal además ha comenzado a hablar de Producto Interno Bruto Cultural en acuerdos internacionales como La Ciudad del 2030, un documento que se firmó junto con los principales Alcaldes del mundo en 2010 en el Distrito Federal.

Forman parte de las ICC la industria de la música, las artes escénicas, el cine, las expresiones populares, los servicios turísticos, la publicidad, el patrimonio cultural intangible, la radio y televisión, el material audiovisual distribuido por Internet y por nuevos medios de comunicación, el diseño y la industria editorial. Las ICC generan externalidades positivas y su desarrollo crea un efecto multiplicador. Cabe señalar que algunos organismos internacionales afirman que las ICC tienen ventajas particulares con respecto a otros rubros de actividad económica. Durante el Foro Internacional de Industrias Culturales de Pekín del 2010, por ejemplo, la Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) reconoció que las ICC son uno de los sectores más dinámicos en el comercio internacional y que la última crisis global no pudo desacelerar su desarrollo, asimismo requiere menos inversión en capital y tiene más posibilidades de sobrevivir a largo plazo⁴. Por todo lo anterior, la UNCTAD y la UNESCO han insistido en los últimos años en que los gobiernos deben elaborar y/o mejorar sus políticas públicas y planes para detonar el crecimiento de las ICC, sobretodo en países en desarrollo. Además estos especialistas opinan que en el contexto global, la libre comercialización de bienes y servicios de naturaleza creativa y cultural genera asimetrías en el acceso a los mismos, y la peor consecuencia de esta situación es la paulatina eliminación de la diversidad cultural en el mundo, por lo que los gobiernos deben actuar para reducir estas brechas o asimetrías.

Necesidad de implementación en la Ciudad de México.

Según la UNCTAD México figura en la lista de los veinte mayores exportadores de bienes creativos; sin embargo, esta situación puede cambiar rápidamente si consideramos que China fortalecerá sus industrias culturales al 2015, generando entonces menos oportunidades para los empresarios culturales mexicanos en el mundo. Si tomamos en cuenta lo que dice la Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de Expresiones Culturales de la ONU, este escenario significaría una amenaza para nuestra

Culturales y Derecho de Autor de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

³ Gobierno del Distrito Federal. *Programa General de Desarrollo 2007-2012*. 2007. Ciudad de México: México. Recuperado de: www.df.gob.mx

⁴ Seminario sobre elaboración de proyectos de desarrollo cultural sustentable. *Economía solidaria en el siglo XXI por Alfons Martinell* (2011) México: Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal.

diversidad cultural. Es necesario entonces diseñar estrategias para prevenir este escenario, mismas que deben comprender la generación de información especializada y la elaboración de política pública. Asimismo es necesario ayudar a los empresarios culturales a establecer vínculos con China para aprovechar las oportunidades que surgen y surgirán en ese país. Si se piensa en establecer un intercambio comercial-cultural con China puede generarse mayor competitividad para las empresas de este sector y ayudar a proteger el desarrollo de nuestras ICC ante la expansión rápida del país asiático.

Según Ernesto Piedras, las ICC contribuyen en un 6.7% al PIB nacional. Además este sector de actividad económica se encuentra sólo por debajo de la industria maquiladora, del petróleo y del turismo y supera a los de construcción, telecomunicaciones y agricultura.

El Distrito Federal es la zona del país con mayor necesidad de ayudar a sus emprendedores a fortalecerse y a intercambiar bienes y servicios creativos con China porque es un polo cultural en México. Además tiene una mayor y más diversa oferta cultural (y de bienes y servicios culturales), tanto pública como privada y uno de los niveles más altos de poder adquisitivo en el país⁵. El DF cuenta con 29,938 Unidades Económicas (UE) dedicadas a la provisión de bienes y servicios creativos y culturales lo cual representa 13.2% de las UE dedicadas a estas actividades en nuestro país, cifra que se encuentra por arriba del promedio nacional. En el DF existen empresas en el ámbito del cine, televisión y el arte contemporáneo. Las ICC más desarrolladas del DF son el cine, la música, los servicios turísticos, la publicidad y la radio⁶.

La Secretaría de Cultura del GDF (SCGDF) ya ha incluido el fomento a las empresas culturales en sus prioridades de trabajo y ha avanzado un poco en el diseño de política pública para detonar el crecimiento de las ICC; de hecho, planea crear en los próximos años un fondo especial para financiar el desarrollo del sector. Además cuenta con un programa para estimular la creación de circuitos o cadenas productivas para los emprendedores creativos de la ciudad y recomendar medidas para continuar el desarrollo del cine, la industria editorial, la radio y la televisión. Además el programa brinda asesoría técnica a MiPYMEs, aunque no tiene proyección internacional. En el 2010 ayudó a 350 empresas culturales y creativas, las cuales se calcula que generaron cerca de 4,900 empleos, y sus beneficios se extendieron a cerca de 15,000 espectadores⁷.

China y la economía creativa

China está dando importancia sin precedentes al desarrollo de sus ICC, está mejorando su política pública, invirtiendo en infraestructura, formando cuadros, creando fondos de financiamiento, institutos de investigación, alianzas estratégicas y planes de

⁵ Piedras, Ernesto. (2010) *Economía y cultura en la Ciudad de México*. México: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.

⁶ Ídem

⁷ Información del Programa de Desarrollo de Industrias Culturales de la Secretaría de Cultura del DF.

fomento sectorial nacionales y locales. En el Doceavo Plan Quinquenal, declararon a estas industrias un “pilar de desarrollo” por los múltiples beneficios que generan tanto en el ámbito económico como en el social. El crecimiento de las ICC en China es visto además como un tema estratégico para la reforma de la estructura industrial y se relaciona con la competitividad y la influencia del país en el mundo, así como con la “construcción de una cultura socialista” para los chinos. Ya desde el 2003 se había comenzado a descentralizar el funcionamiento de las ICC y a trabajar con un modelo más cercano a la inversión privada, en 2009 se lanzó el “Plan para Revitalizar las Industrias Creativas” y hoy el Gobierno tiene la meta de aumentar la presencia de estas empresas en el PIB nacional de 2.5% a 5% al 2015.

La medida más concreta que el gobierno chino ha tomado para desarrollar sus ICC es el modelo de formación de “*clusters*” o “parques industriales creativos” que buscan crear la cadena de valor de las empresas en este ámbito. Las Universidades de Tsinghua y Pekín tienen además programas educativos para preparar a los administradores de las ICC y el gobierno tiene ya alianzas con los principales bancos para facilitar el acceso de las PyMEs a financiamiento. Según la UNCTAD como resultado de lo anterior, los mercados mundiales de las ICC están comenzando a ser dominados por China. Según su informe del 2010, este país está incrementando la competitividad de sus productos creativos y se encuentra en la lista de los mayores 20 exportadores, de hecho, se perfiló como el principal en 2008 con un 20% de segmento de mercado (de \$79,000 millones de yuanes). Para el 2009, el tamaño del mercado de las ICC en este país alcanzó los \$800,000 millones de yuanes. El mismo año, el gobierno gastó \$110,000 millones en cuestiones culturales. Además la contribución de este sector en China al PIB mundial alcanzó un 2.15% con una tasa de crecimiento anual alrededor del 7%. Las ICC más fuertes de China desde la perspectiva del comercio internacional son el diseño, el cine, las artes escénicas, la fotografía y la industria editorial, también son fuertes las exportaciones relacionadas con las nuevas tecnologías y medios de comunicación. Esto implica la creación de oportunidades de intercambio para los empresarios creativos y culturales mexicanos que deben ser aprovechadas.

Los casos de Pekín y Shanghai

Las ciudades con mayores oportunidades en este campo son Pekín y Shanghai. La capital de hecho quiere posicionarse como ciudad global, como polo turístico y de desarrollo financiero y para ello esperan mantener el crecimiento de las ICC en cifras de dos dígitos. Según números del gobierno municipal, las industrias culturales en Pekín crecieron 20% (anual), y generaron un valor agregado de \$199,220 millones de yuanes en 2010, (el 12.3% del PIB de la ciudad). El gobierno de Pekín también afirma que este sector no fue afectado por la crisis económica y que por el contrario ha mostrado crecimiento

(sobretudo el cine, el teatro, y el libro electrónico)⁸. Pekín tiene la mayor cantidad de museos, teatros y recintos para el arte y es la capital del patrimonio cultural tangible de China. Su modelo de desarrollo de las ICC se basa en doce políticas que incluyen la creación de fondos de financiamiento para empresas y proyectos del sector.

Shanghai por su parte, ha realizado fuertes inversiones en las ICC, sobretudo a partir de la Expo del 2010. Esta ciudad pertenece además a la “Red de Ciudades Creativas” de la UNESCO y tiene los mejores ejemplos de *clustering* en China, así como algunas de las más importantes galerías de arte. En 2009, las ICC de Shanghai habían aumentado \$114,900 millones de yuanes en ganancias netas, un 7.7% del PIB de la ciudad y desde el 2010 ha atraído a más de 6,100 empresas de 30 países diferentes hacia alguno de sus 80 parques industriales, creando oportunidades de empleo para 80,000 personas.

La justificación entonces para llevar a cabo este proyecto es que China está fortaleciendo rápidamente sus ICC, lo cual crea nuevas oportunidades de negocio y de aprendizaje para los emprendedores mexicanos que pueden y deben ser aprovechadas. Además permanecer inactivos ante este escenario puede poner en riesgo a nuestras ICC por las asimetrías que se están creando en el acceso a los mercados internacionales de bienes y servicios de esta naturaleza.

Tener un programa como el que aquí se propone busca además ayudar al Gobierno del Distrito Federal a cumplir con sus compromisos internacionales –incluso a los del Acuerdo de Hermanamiento entre Pekín y la Ciudad de México- y a generar competitividad para las empresas del sector.

China es un país que limita la libertad de expresión, y en el que la gestión cultural se lleva a cabo de manera centralizada. Además existen muchas barreras relacionadas con la legislación de derecho de autor, logísticas y comunicacionales para los emprendedores; por lo que un programa gubernamental de asesoría que los ayude de manera institucional y que además les permita conocer los mercados, canales de distribución, contactos clave, etcétera, es fundamental.

Objetivo general

Crear un programa público de asesoría para emprendedores creativos y culturales de la Ciudad de México, que les brinde la información necesaria para que puedan aprovechar las oportunidades de intercambio cultural-comercial con China (para exportar productos culturales de la Ciudad de México hacia ese país; para invertir, y para intercambiar recursos, personal, capital y tecnología), en un lapso de diez meses a partir de noviembre del 2012 y que opere en la lógica institucional de la Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal.

⁸ Peking University. *Annual Report on the Development of Cultural Industries* (2011) China.:PKU Press.

Objetivos específicos

1. Crear una red de vínculos entre emprendedores creativos de la Ciudad de México, de Pekín y Shanghai, y entre ellos y la Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal.
2. Generar estudios de mercado para productos y/o actividades específicas.
3. Generar estudios específicos por industria sobre derecho de autor en China.
4. Generar estudios sectoriales específicos que además puedan utilizarse en el futuro para la mejora de la política pública relacionada con el desarrollo de las ICC.
5. Elaborar un reporte de buenas prácticas en China relacionadas con el desarrollo de las ICC, que pueda ser utilizado para formular estrategias similares en la Ciudad de México.

Metodología

La metodología a seguir para la implementación de esta propuesta se ha definido mediante los instrumentos tradicionales de Planeación Estratégica y se detalla en el Anexo de este documento.

El plan operativo que se desprende de lo anterior puede resumirse en lo siguiente: el programa se inserta dentro de las prioridades programático-presupuestales de la Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal (SCGDF), está sustentado por un análisis de la legislación internacional, federal y local pertinente. Asimismo es compatible con lo que los especialistas en el tema consideran que debe hacerse para aumentar la competitividad de las empresas del sector creativo y cultural. La población objetivo está formada por ciudadanos del Distrito Federal que tengan en funcionamiento una organización creativa o cultural de tipo empresarial y que tengan interés en iniciar operaciones, comercializar sus productos o encontrar socios potenciales en China y se seleccionarán con el mismo método que utiliza el Programa de Empresas Culturales de la Secretaría.

El programa busca abarcar todos los ámbitos de las industrias creativas y culturales y considera a grandes, medianas, pequeñas y micro empresas. Se considerarán empresas de la industria de la música, artes escénicas, cine, expresiones populares, turismo cultural, publicidad, artesanías, patrimonio cultural, radio y televisión, material audiovisual, nuevas tecnologías, diseño, libros y revistas. Se comenzará por las ICC con mayor potencial y oportunidades; es decir, el cine, la televisión y proyectos relacionados con el turismo cultural. Los servicios que se planea proporcionar son de información, búsqueda de oportunidades de mercado, socios, oportunidades en ferias y en exposiciones en China - particularmente en Pekín y Shanghai-. En este marco, se planea crear un portal electrónico que sirva para conformar una red de emprendedores en la que se intercambie información clave para sus actividades.

El marco institucional del programa está diseñado para operar de manera conjunta con la Subdirección de Empresas Culturales de la SCGDF que trabaja de forma cercana

con el Consejo Académico de la Fundación Cultural de la Ciudad de México. La Subdirección que se menciona tiene ya un programa que se dedica a consolidar empresas del sector cultural, otorgando diferentes tipos de apoyo (técnico, legal, financiero) a los artistas de la Ciudad de México para la creación de proyectos. Se planea que el programa de asesoría aproveche y complemente las operaciones de la Subdirección de Empresas Culturales y que sirva para vincular a los emprendedores con China.

La estructura de Recursos Humanos está diseñada para funcionar con un equipo de cinco personas con sus respectivos apoyos operativos y la contratación de traductores. Se requiere el establecimiento de una relación directa con un consultor en Pekín que sirva como vínculo para obtener información en China y que conozca bien el funcionamiento de los mercados de las ICC. El proyecto tiene posibilidades de implementarse en el mediano plazo porque no se requiere invertir en infraestructura y si se analiza bajo una óptica de costo-beneficio, puede deducirse que la inversión requerida es mínima y los beneficios muchos.

Resultados Esperados

1. Mayor cumplimiento de los compromisos internacionales sobre ICC.
2. Incremento del intercambio comercial-cultural con China y posicionar mejor la imagen de la Ciudad de México en ese país. En el primer año se espera asesorar a por lo menos veinte empresas.
3. Generación de información que ayude a retroalimentar los planes de desarrollo para las ICC en años venideros, así como la política cultural. En el primer año se espera tener por lo menos tres estudios sectoriales.
4. En una primera fase se puede analizar el panorama de la industria del diseño, el cine y la música, que son fuertes en la Ciudad de México y en China.
5. Innovación institucional (el programa de asesoría para emprendedores creativos de la Ciudad de México-China es el primero en su tipo en todo el país).

Experiencia profesional en el tema

Samanta Varela es internacionalista. Trabajó en la Cámara Árabe de Industria y Comercio, en el Grupo Consultor de Mercados Agrícolas y en la Oficina de Representación del Ontario Ministry of Economic Development de la Ciudad de México. Posteriormente trabajó como Asesora en la Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal, en el área de Asuntos Internacionales. Gracias a esta experiencia conoce los campos pertinentes para este proyecto y tiene la capacidad y liderazgo para entender y ejecutar acciones en el marco de la cooperación cultural descentralizada. Asimismo comprende el funcionamiento interno y las necesidades de una consultoría, de un programa gubernamental y del intercambio comercial y cultural entre organizaciones de diferente naturaleza.

Cronograma

ACTIVIDAD	Nov			Dic			Ene			Feb			Mar			Abr			May			Jun			Jul			Ago			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
Solicitud y obtención de presupuesto																															
Selección del espacio																															
Selección del esquema de Recursos Humanos y contratación de personal																															
Contacto y definición de esquema de trabajo con consultor en Pekín																															
Inicio de elaboración de estudios sectoriales y búsqueda de oportunidades de mercado específicas																															
Trámites y negociaciones interinstitucionales																															
Obtención de bases de datos e información pertinente para iniciar operaciones.																															
Elaboración de plan de trabajo para el 2013																															
Difusión																															
Lanzamiento e inicio de operaciones																															

Presupuesto

COSTOS			
NIMINA			
PERSONAL	CANTIDAD	COSTO APROXIMADO	AGREGADO
Coordinador del programa	1	\$390.000	\$390.000
Consultor en China	1	\$325.000	\$325.000
Investigador	2	\$234.000	\$468.000
Jefe de Unidad	2	\$234.000	\$468.000
Asistente	6	\$104.000	\$624.000
SUBTOTAL			\$2.275.000
MOBILIARIO			
UNIDAD	CANTIDAD	COSTO APROXIMADO	AGREGADO
Escritorio	12	\$1.500	\$18.000
Silla	20	\$500	\$10.000
Equipo individual de cómputo	12	\$10.000	\$120.000
Scanner	2	\$1.000	\$2.000
Impresora	2	\$5.000	\$10.000
Teléfono	12	\$300	\$3.600
Fax	1	\$500	\$500
Archiveros	4	\$500	\$2.000
Pizarrón	1	\$200	\$200
Mesa	1	\$500	\$500
SUBTOTAL			\$166.800
COSTOS OPERATIVOS			
CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO APROXIMADO	AGREGADO
Papelería	-	\$40.000	\$40.000
Mensajería	-	\$5.000	\$5.000
Acervo (libros, catálogos, etc.)	-	\$50.000	\$50.000
Organización de reuniones	-	\$50.000	\$50.000
Mantenimiento sitio web	-	\$3.000	\$3.000
Comisiones al extranjero	-	\$100.000	\$100.000
Organización de conferencias	-	\$20.000	\$20.000
SUBTOTAL			\$268.000
COSTOS DE DIFUSIÓN			
CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO APROXIMADO	AGREGADO
Material impreso	-	\$30.000	\$30.000
Conferencias de prensa	-	\$5.000	\$5.000
Desplegados en medios	-	\$5.000	\$5.000
SUBTOTAL			\$40.000
OTROS			
CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO APROXIMADO	AGREGADO
Capacitación para el personal	-	\$50.000	\$50.000
Fondo revolvente	-	\$20.000	\$20.000
SUBTOTAL			\$70.000
TOTAL ANUAL			\$2.819.800

Nota: Cabe aclarar que en la presentación de proyectos al Gobierno del Distrito Federal no se contabilizan costos de renta, luz, gas, agua, mantenimiento y limpieza si la operación de los programas se inserta en instalaciones y en la lógica institucional ya existente.

Contactos

CIUDAD DE MEXICO			
Nombre	Institución	Datos	Tipo
Bermejo, Edgardo	Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. Director de Asuntos Internacionales.	Av. Reforma e Insurgentes. Tel. 4155-0200 ext. 9985 Correo: edgardoberme@yahoo.com.mx	Real
Botton, Flora	Profesora-investigadora del Colegio de México	Camino al Ajusco No. 20 Col. Pedregal de Sta. Teresa C.P. 10740 botton@colmex.com	Real
Ding Wen Lin	Embajada de China en México. Agregado de Educación.	Calle Hortensia No. 245, Casa 4. Col. Florida. CP. 01030. Tel. 561 0609 Ext. 115 Correo: embajadachinamx@yahoo.com.mx	Real
Jiménez, Marcela	Subdirectora y responsable del programa de Empresas Culturales de la Secretaría de Cultura del DF.	Av. de la Paz No. 26. Tercer Piso. Chimalistac. CP 01070. Tel. 17 3000 Ext. 1307 Correo: marcelajimenez@gmail.com	Real
Meng Aiqun	Directora del Instituto Confucio	República de Cuba No. 92, Centro Histórico. CP 06010. Tel. 044 40985786. Correo: aigunmeng@sohu.com	Real
Mesa, Rafael	Miembro del Consejo Académico de la Fundación Cultural de la Ciudad de México	Av. de la Paz No. 26. Quinto Piso. Chimalistac. CP 01070. Tel. 17 3000 Ext. 1526 Correo: rafaelmesaiturbide@gmail.com	Real
PEKÍN			
Nombre	Institución	Datos	Tipo
Cisneros, Pedro	Secretaría de Relaciones Exteriores. Embajada de México en China. Agregada Cultural.	Sanlitun Dongwujie #5, Chaoyang, C. P. 100600, Beijing, República Popular China. Tel. (008610) 6532-2070 Ext. 14 Correo: cultural@embmx.cn , embmexcul@public3.bta.net.cn	Real
Droste, Katharina	Talent manager. Islands Art Center in Shanghai	Island 6. 50 Moganshan Rd. Bld 6, 2F Shanghai 20060. Email katharinad@island6.org	Real
Durán, Sandra	Promotora cultural mexicana radicada en China	Cel. 13692515294 E-mail sangtan@gmail.com	Real
González, Inmaculada	Directora del Instituto Cervantes en Pekín.	Spain Building Al-B Gongtianlu, Chaoyang, Beijing. Tel. 6532-3728 Correo: dirpek@cervantes.org.ch	Real
Haining Zhu	Networks Manager. Connections Through Culture. Cultural and education section of the British Embassy	4/F Landmark Building Tower 1, 8 North Dongsanhuan Rd, Chaoyang District.	Real
Mendoza, Jenny	Analista de mercado. Especialista en Empresas Culturales de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en China	Spain Building Al-B Gongtianlu, Chaoyang, Beijing. Tel. 5879-9733 beijing@comercio.mityc.es	Real
Mendoza, Pablo	Cineasta mexicano radicado en China	Cel. 13911218594	Real
Musacchio, Marusia	Periodista mexicana residente en China	Correo: marux@hotmail.com	Real
Saks, Ari Ben	Consejero de PROMEXICO	5 Sanlitun Dongwujie, Chaoyang District, Beijing, China 100600, Mexican Embassy	Real
Yang Zhimin	Subdirector del Departamento de Economía del Instituto de Estudios Latinoamericanos de la Academia de Ciencias Sociales de China	P.O. Box 1104 Beijing, China. Tel. 6403-9012 Mail: yangzhmn2000@126.com	Real

Fortalezas del proyecto

- Dado que en China las expresiones culturales permitidas por el sistema gubernamental están limitadas, para que los emprendedores culturales puedan penetrar estos mercados es necesario que se les brinde ayuda a nivel oficial e institucional, lo cual otorga mayor relevancia y pertinencia al proyecto.
- Más allá de la estancia de cuatro meses en China, que ha motivado la elaboración de esta propuesta, el programa de asesoría es un espacio de generación permanente de información y puede servir para la creación de otros planes estratégicos, que tengan también efectos multiplicadores.
- La inversión es pequeña comparada con otros proyectos de la Secretaría de Cultura.
- El programa busca brindar atención en el corto, mediano y largo plazo para el desarrollo de un sector que tiene gran potencial de crecimiento en los próximos años y que tiene un impacto considerable en el PIB.
- La estrategia es innovadora, de hecho, la única iniciativa similar en México es el programa de asesoría para emprendedores creativos de la Secretaría de Cultura, y la reciente creación de una incubadora para empresas culturales en el Tecnológico de Monterrey. Ninguno de los dos proyectos está enfocado a China.

- El programa puede generar de manera indirecta oportunidades para el posicionamiento de marcas y productos mexicanos de todo tipo en China y para atraer turismo.

Limitaciones del proyecto

- Este proyecto puede ser parte esencial de una estrategia de posicionamiento en China y si no se continúa con los esfuerzos para mejorar la política pública referente al desarrollo de las ICC, el proyecto puede ver disminuido su potencial.
- En China existen fuertes restricciones a la libertad de expresión; sin embargo, se ha trabajado ya en esquemas de cooperación cultural con la Ciudad de México a pesar de esta situación.

Temas de interés para China en la Ciudad de México

- A nivel de política pública cultural gracias a este proyecto puede comenzar a hablarse de “intercambio comercial-cultural” o “comercio cultural” con la Ciudad de México y de internacionalización del programa de empresas.
- Coproducciones y festivales de cine entre China y la Ciudad de México.
- Enseñanza de arte circense y artes marciales.
- El Instituto Cervantes de Pekín tiene interés en suscribir un Acuerdo de Colaboración con el Centro de Estudios China-México para intercambiar Recursos Humanos e información.