

# PMS

# Artes Visuales en Estados Unidos

2015

Documento elaborado por la Oficina Comercial de Chile en Nueva York - ProChile

**pro|CHILE**  
IMAGINA · CRECE · EXPORTA



.....	1
<b>I. Resumen Ejecutivo.....</b>	<b>4</b>
1. Nombre y descripción del servicio.....	4
2. Evaluación de oportunidades en el mercado para el servicio .....	5
3. Análisis FODA.....	5
<b>II. Identificación del servicio .....</b>	<b>8</b>
1. Nombre del servicio .....	8
2. Descripción del servicio .....	8
<b>III. Descripción general del mercado importador .....</b>	<b>9</b>
1. Tamaño del mercado.....	9
2. Actores de la Industria.....	9
3. Tipos de arte ofrecidos por la Industria .....	10
4. Distribución de los Actores de la Industria .....	11
5. Crecimiento en los últimos 5 años .....	13
6. Estabilidad económica, política, institucional y seguridad jurídica del mercado .....	13
7. Política nacional y marco legislativo aplicable al sector servicios .....	13
8. Barreras de Entrada .....	13
9. Grupos que proporcionan asistencia a la industria .....	14
<b>IV. Descripción sectorial del mercado importador .....</b>	<b>14</b>
1. Comportamiento general del mercado.....	15
2. Estadísticas de producción y comercio del servicio .....	15
3. Proporción de servicios importados .....	15
4. Número de empresas .....	16
5. Dinamismo de la demanda .....	16
6. Canales de comercialización .....	17
7. Principales compradores de arte.....	18
8. Tendencias comerciales del sector .....	19
<b>V. Competidores .....</b>	<b>20</b>
1. Segmentos y estrategias de penetración de competidores. ....	20
2. Valores aproximados de servicios provistos u ofrecidos por competidores.....	21
<b>VI. Opiniones de actores relevantes en el mercado.....</b>	<b>21</b>
<b>VII. Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado .</b>	<b>32</b>
<b>VIII. Ferias y Eventos .....</b>	<b>33</b>
<b>VIX. Galerías .....</b>	<b>35</b>
<b>VIII. Fuentes de información. ....</b>	<b>36</b>

Anexo .....37

Como vivir en Estados Unidos. ....37

VISA O-1B .....38

*El presente documento, de investigación de mercado e informativo, es propiedad de ProChile, organismo dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile. El acceso a este documento es de carácter público y gratuito. No obstante lo anterior, su reproducción íntegra o parcial sólo podrá ser efectuada citándose expresamente la fuente del mismo, indicándose el título de la publicación, fecha y la oficina o unidad de ProChile que elaboró el documento. Al ser citado en una página Web, deberá estar linkeado al sitio de ProChile para su descarga.*

# I. Resumen Ejecutivo

## 1. Nombre y descripción del servicio.

Artes Visuales es un sector de la cultura que comprende las diferentes expresiones del arte, cuyos productos son de naturaleza principalmente visual. Incluye las tradicionales artes plásticas y las nuevas formas de expresión surgidas del avance tecnológico, en las cuales se cruzan distintas disciplinas artísticas como el videoarte, las instalaciones y el arte digital. Dentro de las Artes Visuales podemos distinguir Arte Antiguo, Moderno y Contemporáneo. En este estudio se aborda principalmente el **Arte Contemporáneo**, el que puede ser descrito a través de distintos criterios: como obras producidas durante el siglo XX en general, o como obras realizadas después de eventos históricos importantes (mayo de 1968 en Francia, Caída del Muro de Berlín 1989, etc). Para el caso del presente estudio se considerará el criterio en que los museos de arte contemporáneos se definen a sí mismo, esto es “obras producidas después de 1945”, donde se inscribe la oferta chilena. Este es el mercado del arte con más posibilidades de expansión y desarrollo.

### Artes Visuales:

- Las pinturas realizadas sobre telas, lienzos, cartón, papel o cualquier otra clase de soportes con aplicaciones al óleo, acrílicos, papel, lápiz, carbón, tinta, acuarela, témpera, por cualquier procedimiento técnico, sin limitación en cuanto a la creación artística.
- Las fotografías tomadas por el artista y reveladas e impresas por el autor o bajo su control, firmadas y numeradas, sean cuales fueran sus soportes y formatos.
- Los collages.
- Las esculturas.
- Los grabados, estampas y litografías originales.
- El Arte Textil que comprende técnicas tejidas y no tejidas (papel hecho a mano y fieltro), con exclusión de cualquier procedimiento mecánico o industrial.
- Instalaciones, Videoarte, Obras Efímeras registradas.


No están comprendidas aquí las piezas provenientes de procedimientos industriales en serie como copias, réplicas o reproducciones, las tallas en coral u otros materiales de lujo, ni las realizaciones artesanales a mano.

## 2. Evaluación de oportunidades en el mercado para el servicio

Estados Unidos posee un gran desarrollo de las artes visuales siendo un nicho de vital interés para la industria. Las expresiones artísticas de todo el mundo buscan oportunidades en este mercado.

La diversidad de las expresiones artísticas que tienen cabida en el país, especialmente en la ciudad de Nueva York, junto con los canales de comercialización y el interés que existe por el arte en general en dicha ciudad, hacen de este mercado uno de especial interés para potenciar las artes visuales de nuestro país.

## 3. Análisis FODA.

<p><b>Estrategia de ingreso al mercado:</b> El circuito de arte en Estados Unidos es muy diverso lo que crea muchas oportunidades. Al mismo tiempo, es muy competitivo. Es importante que el artista visual chileno busque su nicho de inserción.</p> <p><b>Adaptación a tendencias:</b> Es importante conocer las tendencias y modas, pero más relevante aún es que el artista sepa el contexto en el cual su trabajo se inserta y que su trabajo sea original</p> <p><b>Estrategia ante competidores:</b> El contacto entre personas es fundamental al principio. Es muy importante el <i>networking</i> que el artista desarrolle para lograr exponer en galerías adecuadas.</p> 		<b>Factores Internos</b>	
		<p><b>FORTALEZAS (del producto chileno)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Características propias del arte chileno que lo hacen único y el desarrollo artístico que ha tenido Chile en los últimos 50 años.</li> </ul>	<p><b>DEBILIDADES (del producto chileno)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gran parte del arte chileno no está inserto en los circuitos comerciales del arte contemporáneo.</li> </ul>
<b>Factores Externos</b>	<p><b>OPORTUNIDADES de la industria estadounidense</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingreso Per Cápita</li> <li>• Índice de Confianza del consumidor</li> </ul>	<p>Los buenos índices que está mostrando la economía estadounidense sumado al creciente interés por el arte latinoamericano en EE.UU. hacen pensar que aumentarán las compras de arte chileno.</p>	<p>El arte chileno tiene una reducida presencia en los canales de distribución del arte contemporáneo en EE.UU. Sin embargo, el arte crítico y sobre todo de Latinoamérica es considerada una ventaja en EE.UU.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingreso por hogar</li> <li>• Competencia de mercados extranjeros y subastas en línea</li> <li>• Interés por el arte latinoamericano.</li> </ul>		
	<p><b>AMENAZAS de la industria estadounidense</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alta competencia</li> <li>• Poco conocimiento del arte chileno en EE.UU.</li> <li>• Poco coleccionismo de arte chileno en el mercado mundial del arte.</li> </ul>	<p>La alta competencia y tradicionales preferencias del mercado hacen indispensable para los artistas buscar un nicho donde tengan cabida sus obras.</p>	<p>Es indispensable vincularse a los circuitos de arte latinoamericano y dentro de ellos hacer un esfuerzo en difusión del artista y su contexto. Difundir a los artistas chilenos ya presentes en EEUU.</p>

**DESARROLLO ANÁLISIS FODA:**

**FACTORES INTERNOS**

**FORTALEZAS (DEL PRODUCTO CHILENO)**

Características propias del arte chileno que lo hacen único y el desarrollo artístico que ha tenido Chile en los últimos 50 años.

Una de las características del arte chileno es que es muy experimental, tiene gran carga social y política fuerte. Viniendo de Latinoamérica, hacer arte crítico y avanzado es algo que se puede considerar como una ventaja en Estados Unidos.

**DEBILIDADES (DEL PRODUCTO CHILENO)**

El arte chileno tiene una reducida presencia en los canales de distribución del arte contemporáneo en EEUU. Sin embargo, el arte crítico y sobre todo de Latinoamérica es considerado una ventaja en EE.UU.

## **FACTORES EXTERNOS**

### **OPORTUNIDADES (DEL MERCADO ESTADOUNIDENSE)**

Hay un gran mercado del coleccionismo en Estados Unidos. Existen varias ferias enfocadas en el mercado latinoamericano, por ejemplo la ART BASEL Miami Beach, la cual congrega 250 galerías procedentes de 31 países y con 50.000 visitantes. Los panelistas de esta feria afirman que el Mercado del Arte Latinoamericano ha crecido entre un 30 y 40% en los últimos dos años, hablando de cierta prosperidad y optimismo para el futuro. El foco de esta feria es atraer coleccionista y galeristas especialmente estadounidenses, pero también de todo el mundo. A esta gran feria se le suman otras ferias satélites: Pulse Miami, Art Miami, Art Asia Miami, Fountain Art, Red Dot, Scope y Zones Art, entre otras. Una oportunidad que se presenta al arte chileno es el perfil del coleccionista estadounidense, este es más impulsivo que su par europeo o latinoamericano, y si le gusta una obra generalmente la compra sin muchas veces conocer al artista.

El arte es un bien de lujo, considerado un símbolo de buen gusto y aprendizaje. Por lo tanto, muchas personas compran arte para reflejar sus valores, su personalidad, su educación y sus ingresos. Otra razones para adquirir arte son la colección, estética o con fines de inversión.

En el 2014 se estima que el número de hogares estadounidenses con ingresos mayores a los US\$ 100.00 se elevará a un promedio anual de 1,5% durante el período, lo que se traducirá en mayor demanda<sup>1</sup>.

**COMPETENCIA DE MERCADOS EXTRANJEROS Y SUBASTAS EN LÍNEA:** Afectan también a la industria del arte de los Estados Unidos la competencia de los mercados extranjeros, principalmente Reino Unido y China, y los nuevos acontecimientos en las subastas en línea y publicidad.

Debido a todo lo anterior se pronostica que los ingresos totales de la industria aumenten un 5,1% en el 2015.

**CADA VEZ MAYOR INTERÉS POR EL ARTE LATINOAMERICANO EN LOS ESTADOS UNIDOS:** Hoy, más que nunca, hay un gran interés por parte de los estadounidenses por el arte latinoamericano.

### **AMENAZAS (DEL MERCADO ESTADOUNIDENSE)**

**PREFERENCIAS DEL MERCADO:** La generación de los “baby boomers” (personas nacidas entre 1946 y 1964) prefiere el arte más tradicional, incluyendo el arte moderno y de posguerra. Sin

---

<sup>1</sup>IbisWorld – Art Dealers in the US Industry

embargo, el arte contemporáneo se ha incrementado enormemente en importancia en los últimos años.

**ALTA COMPETENCIA:** En Estados Unidos, y especialmente en Nueva York, existe muchísima competencia. Es posible encontrar artistas de todo el mundo viviendo y exponiendo en esta ciudad. Afortunadamente es competencia sana.

**IMAGEN QUE PROYECTA EL ARTISTA:** El artista debe cuidarse de ser usado como un productor de mercancías únicamente. El artista también debe cuidarse de que lo sobre expongan.

**POCO CONOCIMIENTO DEL ARTE CHILENO EN EE.UU.:** El arte contemporáneo chileno se conoce muy poco en el extranjero. No hay interés por arte chileno dado que no se conoce mucho. No hay una tradición que haga pensar al dueño de la galería extranjera que las obras de un artista chileno se venderán fácilmente. Muy distinto es el caso de Alemania, por ejemplo.

**POCO COLECCIONISMO EN CHILE:** cuando un artista extranjero expone en EE.UU. recibe el apoyo de galerías e instituciones estadounidenses, pero los ingresos por obra vendida vienen generalmente de coleccionistas de su país de origen. Hay poco coleccionismo en Chile, al contrario de México y Brasil, por citar algunos.

## II. Identificación del servicio

### 1. Nombre del servicio

Comerciantes de arte. Un comerciante de arte, conocido como *dealers* en Estados Unidos, es una persona natural o jurídica que compra y vende las obras.

### 2. Descripción del servicio

Compra y venta de arte de edición limitada. Los *dealers* de arte en general se especializan en tipos de arte categorizados por artista, periodo o nacionalidad.



# III. Descripción general del mercado importador

## 1. Tamaño del mercado

El mercado mundial del arte vivió el mejor año de su historia el 2013<sup>2</sup>, repercutiendo en los precios de Arte Contemporáneo los cuales experimentaron un gran aumento. Por ejemplo, el precio de fotografías subió un 25%, la pintura un 27%, la escultura un 28%, los grabados un 38% y los dibujos 185%<sup>3</sup>.

Estados Unidos es una de las economías más poderosas en el mundo, con un total 316 millones de personas aproximadamente y con un PIB total de US\$15,9 trillones durante el 2013<sup>4</sup>. Los establecimientos de la industria del arte, galerías por ejemplo, se extienden por todo el país de acuerdo con la distribución de la población, con mayor concentración cerca de los estados más adinerados. Los dealers de arte también se encuentran a menudo en ciudades grandes, cosmopolitas, pintorescas y turísticas.

## 2. Actores de la Industria

En esta sección nos enfocaremos principalmente en los dealers de arte, más que en los museos, las colecciones privadas y los curadores.

Los dealers de arte compran y venden obras de arte originales y de edición limitada, además de exhibirlas en galerías para la venta o mantener las piezas en consignación. Las casas de subastas actúan como agentes para el vendedor o el comprador a cambio de una comisión, pero también tienden de forma oportunista comprar piezas para revenderlas. Las obras se venden a través de cuatro canales principales:

- venta privada sin intermediario.
- venta a través de un dealer de arte.
- subasta a través de una casa de subastas actuando como el dealer como un intermediario.
- a través de una galería o tienda en la que el dueño de la galería es el distribuidor.

---

<sup>2</sup>IbisWorld – Art Dealers in the US Industry

<sup>3</sup>El enorme aumento de precios de los dibujos en papel se explica por la pujanza del mercado chino que aprecia más este tipo de arte, a diferencia de Occidente que prefiere el lienzo.

<sup>4</sup>Ibis World– Art Dealers in the US Industry

El primer canal no requiere los servicios de un dealer de arte y por lo tanto no se cuenta en esta industria. Los tres métodos restantes representan el 70% de los ingresos de la industria.

Los dealers de arte a menudo se especializan por categorías, artistas, período o nacionalidad, lo que permite el desarrollo de relaciones a largo plazo entre los artistas y los distribuidores, dealers y coleccionistas.

Este segmento incluye las obras de arte vendidas en grandes galerías metropolitanas y pequeñas galerías en zonas rurales.

Cerca del 30% de los ingresos totales de la industria se deriva de obras de arte vendidas en subasta. Estas generalmente generan ventas más altas en precio que las ventas privadas, ya que numerosos compradores compiten uno contra el otro y, a menudo inflan artificialmente el precio de un artículo.

Por otra parte, al reunir grandes lotes de obras de arte, las casas de subastas pueden atraer a un número significativo de compradores y ofrecer una amplia comercialización de preventa de los bienes para la subasta (por catálogos que producen, por ejemplo). Las dos principales casas de subastas en esta industria son Christie's<sup>5</sup> y Sotheby's<sup>6</sup>, que tiene operaciones en todo el mundo. Las dos principales estaciones de subastas internacionales son en primavera y otoño.

### 3. Tipos de arte ofrecidos por la Industria

Por lo general, las casas de subastas y dealers de arte venden el mismo tipo de productos: pinturas, dibujos, esculturas, grabados, fotografías y otros.

#### **Pinturas**

Las pinturas son el principal producto comercializado por esta industria en el mundo. Se espera que generen el 54% de los ingresos totales de la industria en 2014. Hay varias categorías de pinturas, incluyendo arte contemporáneo, arte de posguerra, arte impresionista, Arte Ruso, arte asiático, Arte Moderno y Arte Antiguo Maestro (pintura europea creada antes de 1800). El valor de estas pinturas varía dependiendo de la fecha de origen, la fama del artista, la calidad y rareza de la pieza.

En los últimos años, la demanda del arte contemporáneo ha experimentado un fuerte aumento, que comprende algunas de las piezas principales de los últimos años, así como el período de arte que es más rentable. Sin embargo, el Arte Moderno sigue representando cerca de la mitad de las ventas de este segmento.

---

<sup>5</sup> <http://www.christies.com>

<sup>6</sup> <http://www.sothebys.com>

## Dibujos

Esta categoría ha experimentado un salto espectacular en los últimos años, debido en gran parte a una mayor demanda de los coleccionistas de arte ubicados en China que prefieren este tipo de arte. Como resultado, este segmento es el segundo más grande de la industria mundial, y se espera que represente el 33% de los ingresos totales de la industria en 2014.

## Esculturas

Las esculturas son expresiones tridimensionales de arte. Por lo general, están hechos de arcilla, piedra o mármol. Su precio de cada pieza es generalmente mayor comparada con otras categorías de arte. Debido a su creciente popularidad, se espera que esta categoría represente un 8% de los ingresos totales de la industria en el 2014.

## Impresiones

Las impresiones suelen ser duplicados de pinturas originales. Estos permiten a un comprador tener una representación de una obra de arte famosa sin tener que pagar el alto precio de la obra original. Sin embargo, el criterio de rareza a veces hace aumentar el valor de los duplicados. Las primeras impresiones de artistas de renombre pueden ser vendidas a precios cada vez más altos. Se espera que esta categoría represente un 2% de los ingresos totales de la industria en el 2014.

## Fotografías, Videos y Otros Medios

Hay varios tipos de fotografía: documental, blanco y negro, paisaje, arquitectura y humanos. Existen galerías especializadas dedicadas a la venta de únicamente fotografía. Este tipo de arte se vende a menores precios que las pinturas y esculturas.

Algunos artistas crean joyas, muebles y ropa como una expresión de arte, para decorar o exhibir, nunca para usar.

En total, fotografías y otros medios comprenden aproximadamente 3% de los ingresos totales de la industria.

## 4. Distribución de los Actores de la Industria

### SUR-ESTE, ATLÁNTICO MEDIO Y COSTA OESTE

La mayoría de los actores de la industria tienen sucursales en las regiones del sur-este<sup>7</sup>, Atlántico Medio<sup>8</sup> y en la costa oeste<sup>9</sup> del país, lo que representa el 21,8%, 20,1% y 19,8% de los

<sup>7</sup> El sur-este contempla los estados de Alabama, Florida, Georgia, Kentucky, Mississippi, Carolina del Norte, Carolina del Sur, Tennessee, Virginia y Virginia del Oeste.

<sup>8</sup> Atlántico Medio contempla los estados de Maryland, Delaware, Pensilvania, Nueva Jersey y Nueva York.

establecimientos<sup>10</sup>, respectivamente. Estas regiones tienen la mayor proporción de población en los Estados Unidos. En conjunto, representan el 58% de la población. Además, el Sudeste, Oeste y las regiones del Atlántico Medio emplean el mayor número de trabajadores y ofrecen los salarios más altos de la industria.

Dentro de esta división territorial los estados más importantes para la industria son:

**Nueva York:** Alberga más negocios que cualquier otro estado del país, con el 13,5% de los establecimientos totales de la industria estadounidense. Nueva York es un centro mundial para el arte, y es donde se encuentran las casas de subastas de Sotheby's y Christie's.

**California:** Representa el estado con el segundo mayor número de establecimientos, con 12,4% de los establecimientos totales de la industria estadounidense, que es en gran parte el resultado de ser el estado más poblado de los Estados Unidos, con el 12,1% de la población del país.

**Florida:** Es el estado que alberga la tercera mayor cantidad de negocios, con el 8,2% del total. Es un lugar muy apetecido y visitado por turistas adinerados.

## **SUR-OESTE**

La región del sur-oeste<sup>11</sup> obtienen la segunda mayor proporción de establecimientos, con un 10,9%. Es el cuarto es mayor proporción dela población con un 12,2% del total.

## **GRANDES LAGOS**

La región de los Grandes Lagos<sup>12</sup> le sigue con el tercer lugar con un 9,2% de establecimientos. Es el quinto mayor en proporción dela población con un 14,9% del total.

## **ROCKY MOUNTAINS, LLANURAS Y NUEVA INGLATERRA**

Las regiones conocidas como Rocky Mountains<sup>13</sup>, Llanuras<sup>14</sup> y Nueva Inglaterra<sup>15</sup> tienen el porcentaje más bajo de los negocios. Tienen los niveles más bajos de población, participación del empleo y salarios.

---

<sup>9</sup> La costa oeste contempla los estados de California, Oregon y Washington

<sup>10</sup> IbisWorld – Art Dealers in the US Industry

<sup>11</sup> El sur-oeste contempla los estados de Arizona, Nuevo México, Colorado, Utah, y Nevada

<sup>12</sup> Los Grandes Lagos contempla los estados de Wisconsin, Illinois, Indiana, Michigan y Ohio

<sup>13</sup> Rocky Mountains (montañas rocosas) comprende los estados de Montana, Idaho, Wyoming, Colorado, Utah, y Nuevo México.

<sup>14</sup> Llanuras comprende los estados de Iowa, Kansas, Minnesota, Missouri, Nebraska, Dakota del Norte y Dakota del Sur.

## 5. Crecimiento en los últimos 5 años

Durante la crisis económica de año 2008 la confianza de los consumidores estadounidenses y su renta disponible disminuyeron, los que produjo una contracción de la demanda de arte.

A medida que la economía comenzó a estabilizarse en 2010, la demanda por arte comenzó a aumentar. Entre el 2009 y 2014, los ingresos de la industria crecieron a una tasa del 2,4%, llegando a US\$ 9 miles de millones<sup>16</sup>.

## 6. Estabilidad económica, política, institucional y seguridad jurídica del mercado

Para los próximos 5 años (hasta el 2019) se espera que los ingresos de la industria crezcan a una tasa del 3,8% llegando a US\$ 10,9 miles de millones<sup>17</sup>.

## 7. Política nacional y marco legislativo aplicable al sector servicios

La regulación de la industria de dealers de Arte en Estados Unidos varía según cada estado (jurisdicción). En muchos estados, las casas de subastas están sujetas a leyes y reglamentos que no se dirigen exclusivamente hacia el negocio de la subasta, como por ejemplo normativas de importación y exportación, leyes de patrimonio cultural, impuestos a la ventas, etc. Tales regulaciones no imponen un obstáculo significativo para los negocios de una casa de subastas.

No existen aranceles de importación de arte en Estados Unidos y la industria no recibe ninguna subvención o subsidio importante por parte del Gobierno.

## 8. Barreras de Entrada

Durante el 2014 se estima que el número de empresas aumentará a un promedio estimado anual de 0,9%, llegando a la cifra de 23.412 empresas. Se espera además que el número de empleados de la industria aumente a una tasa anualizada de 1.2% a llegando a 37.915 trabajadores a fines de 2014.

Las siguientes son las principales barreras de entrada de la industria según segmento:

---

<sup>15</sup> Nueva Inglaterra comprende los estados de Maine, Massachusetts, Nuevo Hampshire, Vermont, Rhode Island y Connecticut.

<sup>16</sup> IbisWorld – Art Dealers in the US Industry

<sup>17</sup> IbisWorld – Art Dealers in the US Industry

**Segmento Subastas:** es extremadamente difícil la entrada al segmento de subastas en Estados Unidos dado que sólo dos compañías, Christie's y Sotheby's, controlan alrededor del 80% del mercado internacional. Otras casas como Phillips de Pury & Company han tratado previamente de ganarse una tajada del mercado, pero han tenido poco éxito.

**Segmento Vendedores Retail:** la competencia al nivel de venta al retail, que suma el 70% de las utilidades de la industria, es menos intensa; los vendedores necesitan sólo un sentido del valor de la obra y su capacidad de venderse.

**Segmento Artistas Independientes:** el hecho que la industria este concentrada en ciudades de la costa Este y Oeste, implica menor capacidad de diversificación y mayor competencia.

## 9. Grupos que proporcionan asistencia a la industria

Existen principalmente dos grupos que proporcionan asistencia a la industria:

- Asociación de Comerciantes de Arte de América(ADAA)

ADAA<sup>18</sup> es una organización sin fines de lucro al cual pertenecen las principales galerías del país. La organización proporciona asesoría sobre legislaciones gubernamentales, da información sobre tendencias de la industria, y ayuda al FBI con temas que involucran obras de arte robadas. Cada miembro de la ADAA es un distribuidor de arte con experiencia y conocimiento de la industria. Actualmente ADAA tiene 175 galerías que son miembros de la organización en más de 25 ciudades de los Estados Unidos.

- Art Price

Art Price<sup>19</sup> es el líder mundial en información sobre el mercado del arte con datos de precios de más de 27 millones de remates e índices que cubren más de 500.000 artistas. También llevan a cabo y proporciona análisis de la industria en relación con las últimas tendencias y cambios de precios. Con 2.072.000 miembros es el lugar especializado para la compra y venta de obras de arte

# IV. Descripción sectorial del mercado importador

<sup>18</sup> [www.artdealers.org](http://www.artdealers.org)

<sup>19</sup> [www.artprice.com](http://www.artprice.com)

## 1. Comportamiento general del mercado

Los dealers de arte, casas de subastas y galerías comerciales son aceptados por los consumidores como los principales vendedores de obras de arte, nacionales e importadas. Las réplicas de arte original, que no son tan valiosas, se venden fuera de esta industria.

Aunque algunas empresas han pasado a usar el Internet para promover las ventas, ha habido poco cambio tecnológico global. La mayoría de los distribuidores usan publicidad de boca en boca y a través de referencias.

A pesar de lo anterior, las casas de subastas siguen generando la mayor parte de sus ventas a través de subastas en persona.

Hasta el 2019, la contribución de la industria de arte a la economía global se espera que aumente a una tasa anual del 6%, que está por encima de la tasa de crecimiento del PIB pronosticada (2,5%) durante el mismo período<sup>20</sup>. Aunque esto representa un crecimiento excepcional, en gran parte oculta el hecho de que la industria se ha recuperado de un momento muy malo durante la recesión.

Por tanto podemos decir que esta industria se encuentra en la fase madura de su ciclo de vida, dada la aceptación de los principales vendedores por el mercado y el relativamente bajo cambio tecnológico.

## 2. Estadísticas de producción y comercio del servicio

No existen datos oficiales del Banco Central de Chile, Aduana de Chile, etc. sobre exportaciones chilenas de artes visuales. El Museo de Bellas Artes registra las obras que salen del país, pero no especifica si salen en calidad de exportación o forman parte de una muestra que viaja a formar parte de una exposición para posteriormente regresar a Chile.

Según el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA)<sup>21</sup>, el sector de las artes visuales exportaría alrededor de 20 millones de dólares al año<sup>22</sup>.

## 3. Proporción de servicios importados

---

<sup>20</sup>IbisWorld – Art Dealers in the US Industry

<sup>21</sup><http://www.cultura.gob.cl>

<sup>22</sup>Mapeo de las Industrias Creativas en Chile, CNCA, 2011

Entre el 2009 y 2014, galerías y casas de subastas estadounidenses se han beneficiado del aumento de compradores extranjeros, especialmente provenientes los Emiratos Árabes Unidos, China, Hong Kong y Rusia.

Durante este periodo el precio de compra de arte extranjero también aumentó, lo que produjo que las galerías y casas de subastas norteamericanas que venden arte importado hayan experimentado menores ganancias.

En el año 2014 los márgenes de venta fueron alrededor de un 5,8%, un poco menor al de los años anteriores, pero significativamente mejor que durante la crisis económica, con márgenes de venta de 2,6% en el 2008 y 4,4% en el 2009.

#### 4. Número de empresas

Debido a la creciente demanda de los últimos años, después de la crisis, se espera que durante los próximos cinco años, la industria de dealers de arte de los Estados Unidos experimente un fuerte crecimiento, con una tasa de crecimiento anual del 2% llegando a 25.801 empresas el 2019<sup>23</sup>.

Este crecimiento llevara a que el número de empleados también aumente, a una tasa de crecimiento anual esperada del 2,8% llegando a 43.464 empleados el 2019<sup>24</sup>.

#### 5. Dinamismo de la demanda

La demanda de arte está determinada por varios factores, incluyendo el gasto de los consumidores adinerados, precios y disponibilidad, las regulaciones gubernamentales, tipo de cambio, etc.

- **GASTO DE LOS CONSUMIDORES ADINERADOS**

El consumo de arte por los consumidores adinerados está afectado por cambios en la tasa de interés, la tasa de impuestos, los niveles de empleo y el nivel de ahorro. Los consumidores adinerados son el principal mercado de compra de esta industria.

- **DISPONIBILIDAD**

<sup>23</sup>IbisWorld – Art Dealers in the US Industry

<sup>24</sup>IbisWorld – Art Dealers in the US Industry



Dado que las obras son piezas originales y únicas, la demanda es a menudo impulsada por su disponibilidad.

- **MODA**

La demanda de obras de arte también se ve afectada por la moda del momento. Con frecuencia, esto se debe a la opinión de los dealers y curadores de arte prominentes. En los últimos años, la demanda por Arte Contemporáneo se ha incrementado enormemente, ya que los dealers de arte la han nombrado como el “arte de la época”.

- **GRUPOS DEMOGRÁFICOS**

Los grupos demográficos basados en edad, sexo, educación, ingresos y estado civil afectan la demanda de arte. Los mayores demandantes de arte son generalmente gente de mayor edad, con estudios superiores y que se encuentran en el quintil más alto de los ingresos. Si el número de personas en este grupo aumenta, entonces la demanda por arte también lo hará.

- **TIPO DE CAMBIO**

Dado el alto nivel de la globalización de la industria, el tipo de cambio entre el dólar y la moneda local, donde reside un comprador extranjero, influye en la demanda. La industria últimamente se ha estado basando más en compradores de Asia y el Oriente Medio, ya que estas regiones se han convertido en el hogar de los consumidores cada vez más adinerados; en consecuencia, el nivel de demanda de la industria se ha vuelto más dependiente de los tipos de cambio entre los Estados Unidos y estas regiones. Dado que se espera que el dólar estadounidense se aprecie en los próximos cinco años, hasta el 2019, las compras de arte provenientes del extranjero deberían aumentar en Estados Unidos.

## 6. Canales de comercialización

Durante la recesión, posterior a la crisis financiera 2007-2008, los distribuidores de arte reestructuraron su forma de hacer negocios que se mantiene hasta la fecha.

La venta de arte se hace a través de tres formas principalmente, que detallamos a continuación:

### **CASAS DE SUBASTAS**

Actúan como *dealer* a cambio de una comisión. Estas ventas generalmente alcanzan mejores precios dado el carácter mismo de una subasta que a menudo infla artificialmente el precio de las obras. Las temporadas de subastas son en la primavera y en el otoño.

Durante la recesión, las grandes casas de subastas de arte como Sotheby's y Christie's redujeron el número de subastas realizadas y piezas ofrecidas. También disminuyeron sus garantías, que aseguraban a los vendedores de un precio mínimo. Según esta garantía, si la obra es vendida por menos de la garantía mínima, la casa de subastas debe financiar la diferencia. Sotheby's redujo sus garantías desde US\$ 626 millones en el 2008 a US\$ 7 millones en el 2009.

Un método utilizado consiste en garantizar terceros garantes, que aleja aún más las casas de subastas de las operaciones. Los terceros garantes aceptan el riesgo de la venta con anterioridad a la misma, en lugar de la casa de subastas, lo que reduce el riesgo para los operadores de la industria. Los acuerdos de garantía con terceros se han vuelto muy populares en los últimos cinco años, una tendencia que se espera que continúe.

### **PEQUEÑAS GALERÍAS O TIENDA**

En este caso el dueño de la misma es el *dealer*.

Las galerías de arte más pequeñas también cambiaron su enfoque de negocios. Algunas empresas comenzaron a vender artistas locales menos conocidos, cuyos precios se mantuvieron relativamente estables durante la crisis económica. También redujeron la cantidad de folletos, catálogos de inventario y publicidad, reemplazándolos por sitios web.

### **VENTA PRIVADA SIN INTERMEDIARIOS**

Esta opción no requiere de los servicios de un *dealer* y son de menor alcance en el mercado.

## **7. Principales compradores de arte**

Aparte de los museos podemos nombrar:

### **COLECCIONISTAS**

El segmento de mercado más grande para la industria de Dealers de Arte es el segmento de los coleccionistas, lo que representa aproximadamente el 65,7% de las ventas.

Ellos a menudo compran arte de ser parte de una colección más grande de trabajo basado en el artista, período o nacionalidad. Los coleccionistas también pueden comprar arte como

inversión, tratando de revender cuando el artista se vuelve popular (ya sea a través de cambios en los gustos, un perfil de crecimiento del artista, o incluso después de la muerte del artista). Los coleccionistas de arte tienden a ser mayores de 45 años, bien educados y en el quintil de mayores ingresos. Se espera que este mercado crezca hasta el 2019.

### **COMPRADORES DE ARTE POR RAZONES ESTÉTICAS**

Son los compradores de arte que compran arte con fines estéticos. Por ejemplo, comprar una pieza en particular que combine con sus cortinas, fundas para asientos o color de la pared, o simplemente para llenar un espacio vacío. Compran con poca frecuencia sin tener intención de coleccionar y/o revenderla obra en una fecha posterior con el fin de sacar provecho económico.

Durante el 2014 se espera que este segmento represente alrededor del 10,4% de los ingresos de la industria y que se amplíe durante los próximos 5 años hasta el 2019.

### **COMPAÑÍAS**

Las empresas invierten en obras de arte para salas de juntas, oficinas y otras habitaciones para entretener a sus clientes. Las compañías compran arte para indicar un punto de vista estético o cultural particular a los clientes y el personal; arte moderno puede sugerir una empresa de vanguardia, mientras que obras de arte mayor puede significarla tradición o la fiabilidad de una empresa. Alternativamente, obras de arte puede ser adquirido por empresas con fines de inversión o por razones fiscales. Se espera que este mercado se mantenga bastante estable.

Las empresas representan un importante mercado para esta industria y representando aproximadamente el 23,9% de los ingresos.

## **8. Tendencias comerciales del sector**

El mayor uso de Internet y redes sociales recortarán los gastos en materia de publicidad e investigación, ayudando a hacer una mayor red de contactos. Permite a los dealers de arte llegar a un público más amplio con mayor facilidad.

Las empresas Christie's y Sotheby's ya están realizando gran parte de sus subastas de manera online. Siguiendo este ejemplo, varios dealers de arte están explorando mercados alternativos para la compra y venta de arte.

Los artistas independientes también están utilizando el Internet como un medio de exposición. Se espera que esta tendencia fomente el descubrimiento de nuevos talentos.

# V. Competidores

## 1. Segmentos y estrategias de penetración de competidores.

Países latinoamericanos como Argentina, México y Brasil tienen bastante desarrollada la industria del arte. Otro país que ha desarrollado exitosamente su industria es Suecia a través de la realización de convenios con otros países, asegurándose así cupos en las residencias para sus artistas.

A continuación detallaremos el caso de Brasil y Argentina, ejemplos de políticas permanentes para fomentar la circulación y exportación del arte.

### Brasil

La Fundación Bienal de Sao Paulo y la Agencia de Promoción de Exportaciones e Inversiones de Brasil (APEX) crearon un proyecto sectorial llamado “Brasil Arte Contemporáneo<sup>25</sup>”. Este proyecto tiene por objetivo:

- Fortalecer el escenario artístico brasileiro por parte de coleccionistas, críticos, curadores y formadores de opinión internacional.
- Aumentar la visibilidad directa e indirecta de las galerías y de los artistas brasileiros en vitrinas internacionales como ferias y eventos.
- Ampliar el volumen de negocios generados por la exportación de artes visuales y otros. Para esto, el proyecto invita a coleccionistas, críticos, curadores y periodistas a un tour por las principales ciudades brasileiras con el objeto de estimular la participación de galerías en ferias internacionales, pudiendo incluso llegar a cubrir los gastos asociados.

### Argentina

Tiene varios organismos que apoyan el desarrollo y la internacionalización del arte nacional. Destaca ArteBA Fundación<sup>26</sup>, una ONG sin fines de lucro, que desde sus inicios en el año 1991 ha trabajado intensamente para apoyar la creación artística en las artes visuales, impulsando el desarrollo y difusión del arte argentino local e internacionalmente. Ellos son también los encargados de llevar a cabo la Feria de Arte Contemporáneo ArteBa<sup>27</sup>, que ha logrado consolidarse como uno de los encuentros de arte más importantes de Latinoamérica.

<sup>25</sup> [http://www.cultura.gov.br/brasil\\_arte\\_contemporanea/wp-content/uploads/2008/01/programa\\_setorial\\_integrado.pdf](http://www.cultura.gov.br/brasil_arte_contemporanea/wp-content/uploads/2008/01/programa_setorial_integrado.pdf)

<sup>26</sup> <http://www.arteba.org>

<sup>27</sup> [http://www.arteba.org/?page\\_id=201](http://www.arteba.org/?page_id=201)

## 2. Valores aproximados de servicios provistos u ofrecidos por competidores.

Los precios de obras de arte no siempre son comparables. Cubren un alto espectro que va a variar según el prestigio del artista, la calidad de la obra, el tipo de obra del que se trate, el periodo del artista, y el nivel de comisión que se cobre entre vendedor y comprador, entre muchos otros.

En 2013, la casa de subastas Christie's rompió un récord para el precio más alto pagado por una pieza en una subasta, lo que podría significar una burbuja en los precios del arte.

# VI. Opiniones de actores relevantes en el mercado

1. *Entrevista a Iván Navarro, productor artístico, radicado en Nueva York, EE.UU. desde 1997.*

### a. ¿Cómo podrías describir el arte Chileno?

Gran parte del arte chileno es muy experimental. Es un arte muy libre lo que lo hace especial. Tiene una gran carga social y política. Esto es bueno dado que no está contaminado con ciertos gustos del mercado del arte. Pero esta característica especial también es un arma de doble filo dado que el arte chileno no tiene un sentido comercial exportable. Los extranjeros no entienden nuestro arte. Los artistas chilenos debemos buscar nuevas tácticas de comunicación para poder ser exitosos en Estados Unidos y saber explicar muy bien nuestro arte a la gente que le interesa el arte chileno.

### b. ¿Cuál crees que es el mayor obstáculo para la salida del arte chileno en el extranjero?

No existe mercado interno o una infraestructura en Chile para que los artistas sepan y logren hacer en Chile un producto artístico vendible y exportable. Por citar un ejemplo, en Chile casi no se venden pinturas lo que hace que los pintores hagan sus obras sin una mirada comercial.

No existen instituciones que apoyen de manera sostenida el arte chileno para que este salga al exterior. Debe haber más continuidad. Realizar un libro de arte chileno cada 30 años no sirve mucho. El FONDART por ejemplo da a los artistas una ayuda monetaria, lo cual es muy útil, pero hay un desbalance dado que los artistas con ese dinero hacen un producto que no tiene a donde ir porque no hay distribuidores.

### c. Entonces me imagino que es difícil para los artistas emergentes o desconocidos en EE.UU. poder exponer en dicho país. Cuéntame un poco sobre eso.

Sí, es muy difícil. El mayor obstáculo es que arte chileno no es muy conocido en Estados Unidos. No se sabe lo que está pasando en Chile. Los únicos que se conoce a nivel masivo son Roberto Matta y Alfredo Jaar.

Este desconocimiento hace que haya que explicar muchas cosas para que te pongan atención (el contexto de la obra, con que artistas se relaciona, los objetivos, la historia, donde estudiaste, etc.)

Los artistas provenientes de Brasil, China, Alemania y México, por citar algunos, no tienen ese problema dado existe una tradición artística de varios años en sus países.

**d. ¿Cómo crees que se podría revertir el desconocimiento que me mencionaste hace poco del mercado estadounidense respecto al arte chileno?**

Creo que sería muy útil realizar una actividad educativa para dar a conocer el arte chileno en el extranjero. Los curadores como turistas llegan a Chile con un prejuicio de que nuestro arte se parecerá al de Nueva York o el de Brasil. El arte de Chile es distinto... es más alegórico, tiene mucha relación con la poesía, contienen mucho texto y son muy conceptuales. Pasa entonces que los extranjeros no logran entender nuestro arte.

Me parece que invitar a personas extranjeras del mundo del arte a que visiten los museos y galerías de Chile no sirve mucho. Es casi una actividad turística. Creo que sería mejor invitarlos a un *Seminario de Arte Chileno*. Se podría elegir a alguien clave (un curador de un museo o de una bienal) a que visite Chile por una semana y ahí darle clases sobre el significado del arte chileno. Que se entreviste con 5 personas importantes del medio del arte en Chile y que esas personas le cuenten momentos claves de la historia del arte en Chile, de lo que ha sido el arte chileno en siglo 20 y principios del 21.

Creo que sería muy productivo que durante la semana en que el invitado esté de visita en Chile se reúna cada día con una persona distinta (un historiador, un artista, un galerista comercial, otro galerista no comercial, un periodista, un curador, etc.). Para elegir las personas se podría pedir recomendaciones a gente importante del mundo del arte chileno.

La idea final es tener por el mundo satélites (personas) especialistas en arte chileno que lleven a nuestros artistas a exponer a sus países. Un caso concreto es el curador de Estados Unidos Dan Cameron, quien ha trabajado con muchos artistas chilenos fuera de Chile ya que se ha documentado muy bien de la escena artística nacional.

**e. Háblame un poco del camino, desafíos, etc. para poder exponer en EE.UU.**

No existe un único camino. Lo que más importa es que el trabajo sea bueno. Debes ser muy perseverante. Cuando digo perseverante me refiero a crear, y hacer tu trabajo sin importar el cómo.

**f. Cuéntame por favor un poco sobre las Residencias en Estados Unidos.**

Las Residencias duran generalmente de 3 meses a 1 año. Consiste en que las instituciones entregan a los artistas un lugar para trabajar y vivir y además te dan algo de dinero. Ellos presentan a los artistas a gente del medio del arte local donde este la residencia. Al final de la residencia regularmente se hace una exposición.

Casi siempre el artista es el que tiene que conseguirse el dinero para costearse su pasaje de avión, estadía, etc. para ir a la residencia. Creo que sería mucho mejor si el Fondart en vez de dar dinero a los artistas para aplicar a las residencias buscara lograr convenios con residencias en el mundo para tener cupos para artistas chilenos. El artista postula y la residencia elige.

Un país que hace esto es Suecia. Tiene muchos convenios en el mundo. Es un caso a imitar. Así se va construyendo algo a largo plazo y con continuidad.

**g. ¿Cómo te pagan las galerías (comisión por cuadro vendido, pagas mensualmente por tener tus cuadros en exhibición, etc.)?**

La galería me paga por obra vendida.

**h. ¿Puedes nombrarme lugares que se especialicen en arte contemporáneo latinoamericano?**

Depende de donde provenga el dinero del Museo, muchas veces los museos reciben dinero que como condición deben trabajar con arte de ciertos países o comunidades. Pero a veces si es por medio de una beca (de estudios o investigación) de una institución estadounidense no habrá incentivo para mostrar arte latinoamericano.

**i. ¿Qué tan importante es la cantidad de exposiciones que hayas hecho (tu CV digamos)?**

Muy importante, muestra tu experiencia profesional. Tu trayectoria abre puertas.

**j. ¿Se podría decir que para los artistas Nueva York es algo así como Hollywood para los actores?**

Yo prefiero vivir en Nueva York, pero no es la única opción. En Miami, Florida, hay una conexión más fuerte con Latinoamérica por la población que tiene. Se vende mucho arte allá. Los Ángeles, California, no tiene tanto eventos pero tiene gente con mucho dinero que compra. Por ejemplo está de moda que los actores de Hollywood compren arte contemporáneo.

**k. Cuéntanos por favor un poco de las ferias que existen en Estados Unidos**

Hay millones de ferias. La feria más importante es Miami-Basel<sup>28</sup>.

**l. ¿Importa estar al día con las tendencias, modas, etc.?**

<sup>28</sup> [www.artbasel.com/miami-beach](http://www.artbasel.com/miami-beach)

No, lo importante es ser original.

**m. ¿Has postulado a algún concurso chileno para recibir ayuda (fondos, etc.)?**

Si, postule una vez al FONDART.

**n. ¿Me puedes hablar sobre la visa de artista (O-1B) que te permite vivir legalmente en EE.UU.?**

Es muy buena, ayuda mucho. Yo llevo vivo en Estados Unidos desde 1997. Primero estuve con visa de turista (B-1) y después me puse a estudiar inglés bajo la visa F-1. De ahí pase a la visa O-1B de artista antes de hacerme ciudadano estadounidense.

**o. ¿Vendes tu arte también por otras vías aparte de las que haces a través de galerías?**

A través de galerías principalmente. No pongo mis obras con precios en internet, pero a veces me puede contactar directamente un coleccionista privado que está interesado a través de mi página web. Eso sí, si la persona decide comprar una obra mía debe hacerlo a través de la galería con la cual trabajo. Tengo un acuerdo con ellos.

*2. Entrevista a **Cristóbal Lehyt**, artista y profesor de arte radicado en Nueva York desde 1995.*

**a. ¿Cómo llegaste a desempeñarte en Estados Unidos como artista?**

Estudie arte, trabaje como asistente, gane becas, expuse en muchos shows colectivos e individuales. Ahora sigo exhibiendo y soy profesor de arte.

**b. ¿Cómo ves el mercado de arte contemporáneo en Estados Unidos y cuáles son las diferencias con Chile?**

En EE.UU. hay mercado. En Chile es a una escala muy pequeña considerando el número de artistas y de gente que podría comprar. No hay un interés comparable al que hay acá.

**c. ¿Crees que es difícil para los artistas emergentes o desconocidos poder exponer en EE.UU.?**

No tanto. Son difíciles las primeras exposiciones, pero una vez exponiendo se abren puertas y situaciones. Los primeros pasos son difíciles, pero hay espacio para tener acceso con tiempo y persistencia.

**d. Háblame por favor un poco de los caminos y desafíos para poder exponer en EE.UU.**

En Nueva York no es tan difícil ser de otra parte, incluso eso puede ayudar porque los que organizan shows les gusta tener variedad muchas veces y ser chileno puede ayudar en ese



sentido. Ser latino en Nueva York haciendo arte contemporáneo puede ser una ventaja con respecto a ser otro norteamericano más. Eso sí, depende del acceso que se tiene a gente y eso inicialmente pasa por donde alguien estudio, los contactos que hizo, amigos y referencias que se hicieron en la universidad o en talleres de residencia. El contacto entre personas en situaciones de arte es fundamental al principio.

**e. Según tu experiencia, son las ventajas y desventajas del arte chileno para entrar a EE.UU.**

La cosa latina es muy útil, hacer arte crítico y avanzado siendo latino es algo que se puede considerar como una ventaja.

Una desventaja es que si no hay coleccionismo en Chile no hay platas de compra, se cierra y limita demasiado a los artistas chilenos. Los mexicanos y brasileños, por ejemplo, tienen mercados que están siempre apoyando a los artistas de esos países. A veces pasa que un artista de esos países expone en Nueva York y la mayoría de las compras son hechas por coleccionistas de sus países de origen. Así que los artistas que exponen en Nueva York son apoyados por galerías e instituciones de Nueva York, pero las platas son de sus países. El arte geométrico latinoamericano ha sido apoyado por los Fundación Cisneros de una forma súper eficiente, por dar un ejemplo.

**f. ¿Cómo te pagan las galerías? Por comisión por cuadro vendido, pagas mensualmente por tener tus cuadros en exhibición, etc.**

Cada vez que se vende algo recibo el 50%. Nada más ni menos. Bueno, y pagan la producción de trabajos para exposición en la galería.

**g. ¿Puedes nombrarme algunas galerías que se especialicen en arte contemporáneo latinoamericano?**

Las galerías interesantes tienen latinos, asiáticos, estadounidenses y europeos. El punto es que se balancean con varios mercados y tipos de trabajos.

**h. ¿Qué tendencias vez en la industria del arte contemporáneo norteamericano?**

Hay demasiadas... pero para los latinoamericanos hay que ser abstracto geométrico, para el americano abstracto procesual.

**i. ¿Qué tan importante es la cantidad de exposiciones que hayas hecho (tu CV digamos)?**

Ayuda mucho. El haber mostrado en bienales y museos importantes es útil. Estar en colecciones importantes es sin duda también muy útil para las ventas.

Para exposiciones en sí, mientras más en lugares considerados serios mejor. No es la cantidad en sí, sino la calidad de lugares.

**j. Cuéntame un poco de tu experiencia en eventos y ferias.**

No sé nada de las ferias. Las galerías hacen el trabajo, yo no me meto. Baldessari dijo que las ferias de arte son como la vida sexual de los padres, uno sabe que existe pero no tiene porque verla.

**k. ¿Algún costo que debas incurrir (aparte de materia prima)?**

No. Los costos de envío, seguros y viajes los pagan las instituciones y galerías. También, por lo general, la producción de obras para exposiciones específicas.

El trabajo de taller diario lo pago yo, materiales de trabajo, pero si me invitan a un lugar específico ellos pagan los materiales de esas obras.

**l. ¿Importa estar al día con las tendencias y modas actuales?**

Sí y no. Depende del trabajo que se hace. Es más importante saber el contexto en el cual el trabajo de uno se inserta.

**m. ¿Has postulado a algún concurso para recibir ayuda (fondos, etc.)?**

Cuando chico me gane un Fondart. Hace mil años. Estuve en una residencia en Rio de Janeiro-Capacete- como parte de un grupo de artistas con ayuda de la DIRAC. Fue excelente.

**n. ¿Me puedes hablar sobre la visa de artista (O-1B) que te permite vivir legalmente en EE.UU?**

Sé que es necesario tener currículum y recomendaciones de personas en el mundo del arte. No es tan difícil de lograr. Siempre estoy haciendo recomendaciones para mis alumnos.

**o. Vendes a través de galerías y mi página oficial de internet.**

Solo a través de las galerías.

**p. Para finalizar, ¿Tiene algún consejo para los jóvenes profesionales chilenos que tratan de abrirse paso como artistas en los EE.UU.**

Exponer en cualquier parte, se empieza en lugares no ideales y asegurarse que el trabajo quede bien instalado.

*3. Entrevista a Manuela Viera-Gallo, artista visual chilena radicada en Nueva York, Estados Unidos desde el 2004*

**a. ¿Es muy difícil exponer en EE.UU. si eres un artista emergente o desconocido?**

Nueva York tiene un circuito de arte muy competitivo, pero al mismo tiempo muy diverso, por lo que te abre puertas. Lo que si es que hay que saber dónde cada trabajo funciona mejor. O sea cuál es tu nicho de inserción.

**b. Háblame un poco del camino, desafíos, etc. para poder exponer en EE.UU.**

Creo que hay tres pasos a seguir:

1er paso: tener una obra basta y poder defenderla conceptualmente y plásticamente.

2do paso: dado que el circuito en Estados Unidos es muy diverso, no como en Chile que principalmente hay solo dos circuitos, el comercial y el independiente gubernamental, creo que se debe observar el contexto de donde tu trabajo podría funcionar, investigar las galerías los museos las instituciones, etc.

3er paso: ser muy profesional. En Nueva York tienes que responder rápido y de primera calidad cuando una puerta se te abre.

**c. Según tu experiencia, desventajas del arte chileno para entrar a EE.UU.**

Creo que las desventajas son económicas. Tenemos muy buenos artistas en Chile pero falta apoyo de instituciones en Chile y un mercado activo que defienda la internacionalización de sus artistas plásticos. Falta también apoyo de iniciativas privadas, a diferencia de EE.UU. donde hay muchas.

**d. Háblame de las oportunidades en EE.UU. para los artistas chilenos**

Si logras estar en el mercado es porque una galería confió en ti, y así empieza el circuito de venta.

Pero creo que a veces no es lo más importante porque también se puede hacer una carrera no basada solamente en el mercado, sino en la investigación de la propia obra, haciendo residencias etc.

**e. ¿Algún peligro del cual los artistas deberían protegerse en EE.UU.?**

Que te sobreexpongan y te quemen la obra. Metafóricamente hablando es igual que las acciones, te pueden sobrevalorar y tirar al mercado con un precio que no es el verdadero y crear una especie de inflación que después a largo plazo no sirve.

**f. ¿Cómo te pagan las galerías (comisión por cuadro vendido, pagas mensualmente por tener tus cuadros en exhibición, etc.)?**

Con mi galería trabajamos con un 50 % obra vendida.

**g. ¿Qué tan importante es la cantidad de exposiciones que hayas hecho (tu CV digamos)?**

El CV es importantísimo, sobre todo con que curadores has trabajados y si has estado en museos y bienales.

**h. Cuéntame de tu experiencia en eventos realizados en EE.UU., como por ejemplo Pinta.**

Para mi Pinta fue una gran ventana hace 6 años, porque me invitaron a participar en un solo stand bajo la curatoria de Pablo León de la Barra, curador mexicano que está radicado en Londres, Inglaterra, que es muy profesional en su visión del arte latinoamericano.

**i. ¿Algún costo que debas incurrir, aparte de materia prima?**

Los costos de un artista profesional, es taller "studio" y materiales, aunque muchas veces si hay una galería involucrada pueden financiarte el proyecto

**j. ¿Importa estar al día con las tendencias y modas actuales?**

No.

**k. ¿Has postulado a algún concurso chileno para recibir ayuda (fondos, etc.)?**

Si DIRAC, y ventanilla abierta, y los defiendo.

**l. Vendes a través de galerías y mi página oficial de internet.**

Sí, yo tengo una galería llamada "Y Gallery" que me representa en EE.UU. Galería Aninat que me representa en Chile. Instituto visión que me representa en Colombia.

*4. Entrevista a Cecilia Vicuña, artista chilena radicada en Estados Unidos desde 1980*

**a. ¿Es muy difícil exponer en EE.UU. si eres un artista emergente o desconocido en EE.UU.?**

Todo depende de quien se interese en el trabajo de un artista.

**b. Háblame un poco del camino, desafíos, etc. para poder exponer en EE.UU.**

Muy variados. Hay varios campos distintos:

- a) el mundo alternativo, de los jóvenes y los independientes.
- b) el mundo institucional de los museos.
- c) el mundo comercial de las galerías.

Cada artista, por inclinación, orientación, o destino se ubica en uno de estos territorios, o en todos a la vez.

**c. ¿Cómo te pagan las galerías (comisión por cuadro vendido, pagas mensualmente por tener tus cuadros en exhibición, etc.)?**

Varía de galería en galería, de artista en artista. Lo más frecuente es comisión por obra vendida.

**d. ¿Qué tan importante es la cantidad de exposiciones que hayas hecho (tu CV digamos)?**

No importa la cantidad sino la calidad de la obra y los lugares, la red de conexiones que cada artista genera en torno a su obra.

**e. ¿Importa estar al día con las tendencias y modas?**

Si el artista busca la moda y el triunfo fácil, eso marca su obra y su vida. Tiene consecuencias favorables o desfavorables según se las mire.

**f. Vendes a través de galerías y mi página oficial de internet.**

Únicamente a través de galerías.

**g. Para terminar, ¿qué consejo les darías a los artistas chilenos?**

Si el artista es un derivativo, dedicado a seguir la estética de otros, encontrara el mundo que aprecia a los latinos como “imitadores o seguidores”, esto es el modo dominante.

Los artistas que son verdaderos pioneros encuentran el camino cuesta arriba en todas las culturas.

5. *Entrevista a Francisco Bustamante, pintor chileno-peruano radicado en Nueva York, Estados Unidos, desde febrero de 2012.*

**a. ¿Cómo llegaste a desempeñarte en Estados Unidos como artista?**

Buscando nuevas posibilidades para exponer, así como tener la experiencia de vivir en el extranjero fueron las motivaciones para estar viviendo y trabajando en Nueva York.

**b. ¿Me puedes hablar sobre la visa de artista O-1B que te permite vivir legalmente en EE.UU.?**

Para que te otorguen la visa O-1B<sup>29</sup> necesitas tener un sponsor en Estados Unidos que te pague un sueldo mensual. Puede ser un galerista o diseñador, por ejemplo. También es útil presentar cartas de referencia de gente del medio, cartas de otros artistas radicados en NY artículos de prensa, etc. Es un papeleo tremendo pero vale la pena.

**c. ¿Cómo ves el mercado de arte contemporáneo en Estados Unidos y cuáles son las diferencias con Chile?**

El mercado de Arte Contemporáneo en Estados Unidos es muy grande, las posibilidades son muchísimas en cuanto a variedades de expresiones artísticas. Me parece que en cuanto a Arte Contemporáneo es muy enriquecedor tener la experiencia de estar en NY y artistas chilenos pueden definitivamente hacer su aporte acá, ya que tenemos la ventaja de tener la experiencia de ser sudamericanos y todo lo enriquecedor que ello significa.

**d. ¿Qué tendencias ves en la industria del Arte Contemporáneo Estadounidense?**

La verdad es que es muy amplio el espectro. Como pintor, quisiera pensar que hay una nueva y refrescante mirada hacia el mundo de la pintura, tanto en lo figurativo como en la abstracción.

**e. ¿Es muy difícil exponer en Nueva York si eres un artista emergente o desconocido en EE.UU.?**

Es complicado dado que Nueva York es muy competitivo, pero a la vez hay muchas oportunidades. Es cosa de buscar, conocer gente, insistir, etc.

**f. Háblame un poco del camino y desafíos a la hora de querer exponer en EE.UU.**

<sup>29</sup> <http://www.uscis.gov/es/trabajar-en-los-estados-unidos/trabajadores-temporales/o-1-habilidades-extraordinarias/visa-o-1-individuos-con-habilidades-o-logros-extraordinarios>

No hay una fórmula. Es fundamental generar lazos con gente del medio (curadores chilenos y extranjeros, periodistas, etc.) Se debe asistir a inauguraciones, charlas, etc. Así nacen los proyectos.

Cada galería se especializa en un tipo de arte. Hay que buscar los espacios de acuerdo al tipo de arte que tú haces.

**g. Cuéntame un poco sobre cómo funcionan las galerías en términos de pago a artistas**

En general creo que lo mejor es encontrar una galería que te exponga y te cobra solo una comisión por cuadro vendido. En Nueva York las comisiones son altas, entre el 50% al 60% del precio de venta.

También hay otras galerías que te cobran por exponerte, que a veces es necesario como primer paso si eres un artista desconocido en el mercado. Cada galería tiene un sistema distinto de cobra. Su precio depende de su ubicación, prestigio, etc.

**h. ¿Podrías nombrarme galerías que se especialicen en arte contemporáneo latinoamericano en Nueva York?**

El Museo del Barrio<sup>30</sup>, la Sala Nuestra América (pertenece al Consulado de Venezuela en Nueva York)<sup>31</sup> y la Galería Reverse<sup>32</sup> (ubicada en Brooklyn, pertenece a la artista chilena Andrea Wolf).

**i. ¿Qué dificultades tiene trabajar desde Chile para el mercado estadounidense?**

Tengo la impresión que para entrar en el mercado norteamericano es necesario estar radicado en Estados Unidos. Es muy difícil crear lazos y conexiones desde Chile pese a la tecnología, aun es irremplazable el estar físicamente presente.

**j. ¿Qué tan importante es mostrar en tu Currículo la cantidad de exposiciones que hayas realizado en Chile y EE.UU. para abrirte puertas?**

Ayuda pero no es fundamental. Lo fundamental es el trabajo.

**k. Cuéntanos por favor un poco de tu experiencia en eventos realizados en EE.UU.**

---

<sup>30</sup> [www.elmuseo.org](http://www.elmuseo.org)

<sup>31</sup> [http://www.embavenez-us.org/\\_newyork](http://www.embavenez-us.org/_newyork)

<sup>32</sup> <http://reversespace.org>

En términos laborales es enriquecedor estar radicado en Nueva York dado que el medio es extremadamente estimulante. He podido conocer gente muy importante del medio y participar en eventos mundialmente conocidos.

**l. ¿Algún costo que debas incurrir para realizar tu arte en Nueva York, aparte de la materia prima para realizar tu arte?**

Únicamente el costo de vivir en Nueva York, que de por sí es caro. En las ferias de arte se pide un seguro que debe ser pagado por las galerías, no los artistas.

**m. ¿Crees que importe estar al día con las tendencias, modas, etc.?**

A muchos artistas sí le importa. En lo personal, si bien es interesante ver cómo se ve la corriente externa, creo que es más importante la corriente interna de tu arte.

**n. ¿Has postulado a algún concurso público chileno para recibir ayuda?**

Sí, concurre y se me otorgaron fondos de la DIRAC<sup>33</sup>. Es como un Fondart<sup>34</sup> para artistas que viven fuera de Chile. Son dineros que pueden usarse para comprar materias primas, exponer, etc.

**o. ¿Tiene algún consejo para los jóvenes profesionales chilenos que tratan de abrirse paso como artistas en los EE.UU.?**

Me parece muy importante aprovechar oportunidades que ofrece el área cultural del Gobierno de Chile en el extranjero. Hay un apoyo y posibilidades de armar proyectos a partir de fondos que ofrece la DIRAC (Dirección de Asuntos Culturales)<sup>35</sup> por ejemplo. Así también, es importante generar lazos con artistas locales, unir fuerzas para gestionar proyectos.

## VII. Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado

**Galerías que tengan un enfoque de arte contemporáneo y/o latinoamericano:** Se debe prestar especial atención a galerías que tengan un enfoque de arte latinoamericano. Muchas

<sup>33</sup> [www.dirac.minrel.gov.cl](http://www.dirac.minrel.gov.cl)

<sup>34</sup> <http://www.fondosdecultura.gob.cl>

<sup>35</sup> [www.dirac.minrel.gov.cl](http://www.dirac.minrel.gov.cl)



de ellas han trabajado con artistas chilenos. Estas galerías estarán más dispuestas a ver el *book* del artista y a comprometerse con una nueva apuesta.

**Ferias y eventos de arte latinoamericano:** es importante focalizarse en ferias y eventos que realicen agrupaciones o museos de arte latinoamericano, como por ejemplo “El Museo del Barrio”<sup>36</sup> y la feria de arte latinoamericano “Pinta”<sup>37</sup> (esta última se lleva a cabo en forma simultánea con las subastas de arte latinoamericano de Sotheby y Christie’s).

**Networking:** desarrollar relaciones sociales muy cercanas con galeristas y compradores del sector. Es fundamental el *networking* para lograr exponer en galerías adecuadas.

**Presencia Física:** Es recomendable una presencia permanente o temporal en las principales ciudades (Nueva York, Los Ángeles, Miami, etc.), dado que se encuentra la mayor parte de la industria en estas ciudades y muchos consumidores de altos ingresos y aficionados al arte residen en estas ciudades.

**Profesionalismo:** es muy importante que los artistas tengan una página web en inglés con información del artista como exhibiciones realizadas, cobertura en prensa, fotografías y cualquier otro tipo de información que le añada prestigio al artista. También es importante tener un *book* completo y actualizado.

**Relación de largo plazo:** Los *dealers* de arte en general se especializan en tipos de arte categorizados por artista, periodo o nacionalidad, etc. Esto permite el desarrollo de una relación de largo tiempo entre el artista y el *dealer* o galerista, y entre los *dealers* y los coleccionistas.

## VIII. Ferias y Eventos

### FERIAS Y EVENTOS

- Art Basel - Miami Beach  
[www.artbasel.com/miami-beach](http://www.artbasel.com/miami-beach)
- The Art Show

---

<sup>36</sup> [www.elmuseo.org](http://www.elmuseo.org)

<sup>37</sup> [www.pintamiami.com](http://www.pintamiami.com)

- [www.artdealers.org/events](http://www.artdealers.org/events)
- Art Expo NY  
<http://artexponewyork.com>
  - Redwood Media Group  
<http://redwoodmg.com/events>
  - Scope New York  
[www.scope-art.com](http://www.scope-art.com)
  - Pulse Contemporary Art Fair  
<http://pulse-art.com>
  - The Armory Show New York City  
[www.thearmoryshow.com/cgi-local/content.cgi](http://www.thearmoryshow.com/cgi-local/content.cgi)
  - The Photography Show New York  
[www.aipad.com](http://www.aipad.com)
  - The International Exposition of Sculpture Objects and Functional Art  
[www.sofaexpo.com](http://www.sofaexpo.com)
  - Art New York at Pier 94  
<http://artexponewyork.com/artexpo-new-york/about-pier-94/>
  - Works on Paper Fair  
<http://sanfordsmith.com>
  - Whitney Biennial  
<http://www.whitney.org/www/2006biennial/index.php>
  - The Affordable Art Fair in New York City  
<http://affordableartfair.com/newyork>
  - Art Off the Main  
<http://artoffthemain.com>
  - The International Fine Art and Antique Dealers Show

[www.haughton.com](http://www.haughton.com)

- Pinta Art Fair  
[www.pintamiami.com](http://www.pintamiami.com)

## VIX. Galerías

### GALERIAS

Galerías e instituciones, que si bien no necesariamente se especializan específicamente en lo Latinoamericano, tienen artistas de la región:

- Alexander and Bonin  
[www.alexanderandbonin.com](http://www.alexanderandbonin.com)
- Johannes Vogt Gallery  
[www.vogtgallery.com](http://www.vogtgallery.com)
- Federico Seve Gallery  
[www.fredericosevegalleries.com](http://www.fredericosevegalleries.com)
- Lehman College Art Gallery  
<http://www.lehman.cuny.edu/vpadvance/artgallery/gallery/>
- Y Gallery  
[www.ygallerynewyork.com](http://www.ygallerynewyork.com)
- Reverse  
<http://reversespace.org>
- Henrique Faria  
[www.henriquefaria.com](http://www.henriquefaria.com)
- The Bronx Museum of the Arts  
[www.bronxmuseum.org](http://www.bronxmuseum.org)
- Museo del Barrio  
[www.elmuseo.org](http://www.elmuseo.org)
- Mary-Anne Martina Fine Art  
[www.mamfa.com](http://www.mamfa.com)

- GaleriaRamisBarquet  
[www.ramisbarquet.com](http://www.ramisbarquet.com)
- Leon Tovar Gallery  
[www.leontovargallery.com](http://www.leontovargallery.com)

## VIII. Fuentes de información.

- Fine Art Dealers Association (FADA)  
Asociación de Concesionarios de Bellas Artes  
[www.fada.com](http://www.fada.com)
- The Art Dealers Association of America (ADDA)  
Asociación de Comerciantes de Arte de los EE.UU.  
[www.artdealers.org](http://www.artdealers.org)
- The Private Art Dealers Association  
Asociación de Comerciantes de Arte Privado  
[www.pada.net](http://www.pada.net)
- Art Info  
Información de eventos, precios, dealers, museos y galerías.  
[www.blouinartinfo.com](http://www.blouinartinfo.com)
- Art Net  
Información para dealers, galeristas y artistas sobre últimas tendencias en el arte.  
[www.artnet.com](http://www.artnet.com)
- Chelsea Art Galleries,  
Información sobre las galerías del barrio Chelsea en Manhattan, Nueva York.  
[http://art-collecting.com/galleries\\_ny\\_chelsea.htm](http://art-collecting.com/galleries_ny_chelsea.htm)
- Kara Art, fuente de información de ferias y exhibiciones a lo largo de los EE.UU.  
[www.whitney.org/www/2006biennial/index.php](http://www.whitney.org/www/2006biennial/index.php)
- NY.com

Completo listado de todos los museos de Nueva York.

[www.ny.com/museums/all.museums.html](http://www.ny.com/museums/all.museums.html)

- TheArtistList,  
Página de oportunidades de concursos y exhibiciones para artistas y fotógrafos.  
<http://www.theartistlist.com>
- The Association of International Photography Art Dealers.  
Asociación internacional de dealers de fotografía.  
[www.aipad.com](http://www.aipad.com)

## Anexo

# Como vivir en Estados Unidos.

## VISA O-1B

La Visa O-1B es una visa de tipo no inmigrante es que es otorgada a individuos con habilidades extraordinarias en las artes, o logros extraordinarios en la industria de películas o televisión.

De esta visa se desprenden 2 más:

- **O-2:** individuos que acompañarán al artista un evento o presentación específica. La asistencia del O-2 debe ser “esencial” para la conclusión de la producción del O-1B. El trabajador O-2 tiene destrezas y experiencias críticas con el O-1B que no pueden ser fácilmente ejecutables por un trabajador estadounidense y que son esenciales para el cumplimiento exitoso del O-1B.
- **O-3:** individuos que son esposos(as) o hijos(as) de O-1’s y O-2’s.

## CRITERIOS PARA LA CALIFICACIÓN

Para calificar para una visa O-1B, el beneficiario deberá demostrar habilidades extraordinarias en las artes, por aclamación nacional e internacional sostenida, y debe venir temporalmente a los Estados Unidos para continuar trabajando en el área de su habilidad extraordinaria.

Tener habilidad extraordinaria en el campo de las artes significa tener **distinción**.

**Distinción** en el campo de las artes significa haber logrado un grado de destreza superior, por encima de lo común, haber logrado un reconocimiento prominente y ser renombrada, destacada o bien conocida en el campo de las artes.

## PROCESO DE SOLICITUD

El solicitante de la Visa debe depositar el formulario I-129, Petición para un Trabajador No-Inmigrante, con la oficina de USCIS que aparece en las instrucciones del formulario. La petición no puede ser depositada por más de un año de anticipación a la fecha en la que necesita ser admitido y prestar servicio en los Estados Unidos. Para evitar retrasos, debe depositar el formulario I-129 por lo menos 45 días antes de la fecha de empleo. Favor de notar que el solicitante que estará depositando como agente para varios empleadores debe establecer que está debidamente autorizado para actuar como agente.

El solicitante debe depositar con el formulario I-129, Petición para un Trabajador No-Inmigrante, los siguientes documentos probatorios:

- Una opinión consultiva escrita por un grupo de iguales (incluyendo organizaciones de trabajo) o personas designadas por el grupo con especialidad en su área de habilidad.
- Una copia de cualquier contrato escrito entre usted y el solicitante o un resumen de los términos del contrato oral bajo el cual usted será empleado.

- Una explicación de la naturaleza de los eventos o actividades, las fechas de comienzo y terminación de los eventos o actividades y una copia de cualquier itinerario de los eventos o actividades.

Evidencia que usted ha recibido un premio o galardón reconocido, o evidencia de por lo menos tres de los siguientes:

- Haber recibido premios reconocidos nacionalmente e internacionalmente o premios a la excelencia en el campo de que se trata.
- Membrecía en asociaciones en el campo para el cual se procura la clasificación, que requiere logros destacados, como ha sido juzgado por reconocidos expertos internacionales.
- Haber publicado materiales en publicaciones principales, profesionales o de la industria, periódicos u otros medios principales sobre usted y su trabajo en el campo para el cual se procura la clasificación.
- Un salario elevado u otra remuneración para servicios como se comprueba por medio de contratos u otras evidencias confiables.
- Participación en un panel o individual, como juez del trabajo de otros en el mismo o en el campo de especialización relacionado al campo para el cual se procura la clasificación.
- Empleo en una capacidad crítica o esencial para organizaciones o establecimientos que tienen una reputación distinguida.

Si los estándares arriba mencionados no se aplican a su oficio, el solicitante podrá depositar evidencias comparables con el fin de establecer su elegibilidad.

Link formulario i-129: <http://www.uscis.gov/es/formularios/i-129>

**Documento elaborado por:**  
**Andrés Lehuedé**  
[alehuede@prochile.gob.cl](mailto:alehuede@prochile.gob.cl)