

Dirección General de Comercio Exterior

# GUÍA PARA LA EXPORTACIÓN DE OBRAS DE ARTE



Ministerio de Desarrollo Económico



Buenos Aires Ciudad

Haciendo  
buenos aires

**Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires**

**Jefe de Gobierno**

Mauricio Macri

**Jefe de Gabinete**

Horacio Rodríguez Larreta

**Ministro de Hacienda**

Néstor Grindetti

**Ministro de Desarrollo Económico**

Francisco Cabrera

**Director General de Comercio Exterior e Industrias Creativas**

Enrique Avogadro

**Coordinadores Generales**

Marisa Bircher

Marcos Amadeo

**Director General de Estadística y Censos**

José María Donati

**Director del Centro de Estudios para el Desarrollo Económico Metropolitano**

Pablo Perelman



## ÍNDICE

1. Introducción.....	04
2. Internacionalizando el Arte Argentino.....	05
3. El ABC exportador: primeros pasos del camino exportador.....	05
3.1. Clasificación de mercaderías.....	07
3.2. Condiciones de venta.....	08
3.3. Construcción del precio de exportación.....	09
3.4 Ingreso de divisas.....	10
3.5. Medios de pago.....	11
3.6. Logística Internacional.....	12
3.7. Seguros.....	13
4. Aspectos aduaneros e impositivos.....	14
4.1. Obtención de Licencia para la exportación de obras de arte.....	14
4.2. Modalidades de exportación.....	15
5. Promoción Comercial.....	17
5.1. Ferias Internacionales.....	17
5.2. Ruedas de Negocios.....	23
5.3. Bienales.....	25
5.4. Semanas Argentinas en el exterior.....	25
6. Glosario.....	25
7. Direcciones útiles.....	27
Anexo.....	29



## EDITORIAL

Desde los inicios de la humanidad el arte se ha caracterizado por ser un elemento fundamental en el desarrollo de las civilizaciones y la cultura. En su elaboración cada artista deja plasmada en su obra, sus huellas, pensamientos y vivencias, de por vida.

En consecuencia el arte forma y es parte de nuestra historia cultural contada a través de todas sus manifestaciones.

La Ciudad de Buenos Aires se caracteriza por ser una de las metrópolis con mayor diversidad y riqueza artística a nivel internacional, lo que permite posicionarla como un referente latinoamericano. Para ello nuestros artistas cumplen un rol central.

El Gobierno de la Ciudad de Bs.As., por medio de esta guía busca incentivar y colaborar con los artistas en la internacionalización de sus obras, acercándoles soluciones y respuestas a sus posibles inquietudes. Deseamos que el arte argentino siga creciendo y consolidando su espacio a nivel internacional y esperamos que esta herramienta que elaboramos pueda facilitarles el camino hacia ese objetivo.

Enrique Avogadro  
Director General de Industrias Creativas y Comercio Exterior

## INTRODUCCIÓN

Esta guía tiene por objetivo generar la necesidad de proyectar al mundo nuestra capacidad creativa, de lo que sabemos hacer promoviendo nuestra producción artística al mundo.

Se focalizará particularmente en el proceso de exportación de obras de arte: sus etapas, beneficios y dificultades, buscando brindar herramientas a quienes ya exportan o quieren comenzar a hacerlo.

Es fundamental definir la estrategia y modalidades de organización para operar en mercados internacionales incluyendo la asociación con otras empresas del propio país o de otros países.

Para esto se debe desarrollar un plan de negocios donde se analicen los factores que intervienen en la puesta en marcha de este proyecto de exportación de obras de arte.

Respondiendo a preguntas básicas como: En qué mercado deseo insertar la obra de arte que estoy promoviendo de acuerdo a lo que puedo ofrecer o a las oportunidades que se generen en un momento preciso. En qué ferias quiero participar y qué criterios utilizo al definir el tipo de feria.

Existen ciertas dificultades a la hora de exportar una obra de arte: la falta de crédito en el mercado cultural, la dificultad de valuar los bienes, la falta de normativas concisas a la hora de exportar una obra de arte, la poca adaptabilidad del producto.

Entonces, ¿ por qué exportar?

Exportando se diversifica el riesgo, se amplía la facturación, mejora el posicionamiento del artista, la galería y el país como generador de bienes culturales. Salir al exterior además genera reconocimiento, construcción del valor y amplía nuestro propio conocimiento del mercado internacional.

De acuerdo a datos del Centro de Estudios para el Desarrollo Económico Metropolitano de la Ciudad de Buenos Aires (CEDEM), para el 2009, el volumen total exportado de bienes culturales en Argentina fue de 87.665.448 dólares, lo que representa el 0,16% de las exportaciones totales del país.

Para el caso del sub-sector “objetos de arte, colección y antigüedades”, el país exportó en el mismo año 7.618.335 dólares, representando el 8,69% de las industrias culturales.

En el caso de la Ciudad de Buenos Aires, durante el sexenio comprendido entre el 2003 y el 2009, las exportaciones de obras de arte crecieron considerablemente, aumentando 32 veces sus exportaciones entre estos 7 años, y representando en el 2009, el 16,5% del total los bienes culturales vendidos al exterior.

Esta alza en el mercado ofrece indicios de que es un negocio en el que se puede crecer si logramos un plan consistente que nos permita la continuidad necesaria para insértnos en el mundo.

2

## INTERNACIONALIZANDO EL ARTE ARGENTINO

Internacionalizar nuestro producto implica un proceso de planificación en la que es fundamental la toma de decisiones coherentes y racionales.

El comercio internacional está compuesto por el intercambio de bienes y servicios en donde interactúan diferentes actores en calidad de vendedores y compradores u oferentes y demandantes. Tradicionalmente, estos agentes suelen ser empresas constituidas que se dedican a la producción, comercialización o distribución de mercancías.

Particularmente en la comercialización de obras de arte, los actores intervinientes suelen ser los mismos artistas en conjunto con entidades especializadas (galerías de arte, museos, casas de la cultura, entre otros).

Si bien, el desempeño de las obras de arte en el volumen total de las exportaciones argentinas es mínimo, es un sector que ha ido crecido de forma paulatina y a escala. Desde el 2005 al 2008, la Argentina incrementó sus exportaciones de obras de arte en un 65%, pasando de la venta de 17.465 a 29.319 piezas (1).

Las razones del crecimiento son varias, desde la movilidad de recursos humanos que percibió la Argentina desde el 2001 en adelante por medio del turismo receptivo, hasta el incremento de la promoción de exportaciones que las instituciones representativas han ido realizando durante los últimos años, generando un incremento de las ventas de obras de arte argentinas compradas en el exterior.

La Argentina se ha destacado globalmente en presentar obras de arte de gran influencia para los mercados más exigentes del mundo. Así, obras de autores argentinos se exponen durante todo el año en las galerías más prestigiosas de EE.UU., Europa y Latinoamérica. No obstante, la influencia del arte argentino ha llegado hasta mercados más remotos, como el asiático, en donde varios artistas tuvieron la posibilidad de mostrar sus piezas en museos y galerías de Tokio y Beijing, principalmente.

Esta situación se potencia por la diferencia del valor monetario existente entre el arte argentino y el internacional que repercute en la competitividad de las piezas promocionadas.

La Asociación Argentina de Galerías de Arte identifica como variables fundamentales al momento de la evaluación por parte de los compradores externos: la autenticidad, calidad, rareza, condición, proveniencia y valuación. En cada uno de ellos trabajan expertos que analizan cada pieza con el fin de construir un precio de referencia para el mercado internacional. Por lo que, el trabajo de los marchand es esencial para ello.

La exportación de obras de arte tienen dos modalidades: temporarias y definitivas. En el primero de los casos, está relacionado a la presentación de piezas argentinas para muestras o ferias de arte, en donde las galerías internacionales las utilizan para eventos culturales específicos. Las exportaciones definitivas se relacionan a la preferencia de los consumidores finales quienes deciden comprar obras de arte argentinas para uso personal o comercial.

3

## EL ABC EXPORTADOR: PRIMEROS PASOS DEL CAMINO EXPORTADOR

¿Cómo me hago exportador?

Para realizar operaciones de importación o exportación es necesario inscribirse como exportador/importador, ante la Dirección General de Aduanas de la Administración Federal de Ingresos Públicos.

La inscripción otorgará facultades al importador/exportador para actuar como tal, en todas las Aduanas del país. La misma, se realizará ante la División Registro de la Subdirección General de Legal y Técnica



1) Datos extraídos de la Dirección de Artes Visuales de la Secretaría de Cultura de la Nación

Aduanera.

Es necesario mencionar que el interesado o la empresa deberán acreditar solvencia económica y en caso que no puedan, deberán constituir garantía con anterioridad a la presentación del formulario N° 420/R, de acuerdo con lo dispuesto en la [Resolución General AFIP N° 2570/2009](#).

Referencias Normativas:

[Decreto N° 1214/2005](#)

Art. 12 (...) los Importadores y los Exportadores deberán:

a) Acreditar solvencia a través de sus ventas brutas por un importe no inferior a PESOS TRESCIENTOS MIL (\$ 300.000) en el año calendario inmediato anterior o a través de un patrimonio neto de igual monto.

b) Cuando no se pueda acreditar la solvencia económica prevista en el inciso a), se deberá constituir una garantía por un valor de PESOS TREINTA MIL (\$ 30.000). (...).

[Resolución General N° 2144/2006](#)

[Resolución General N° 2162/2006](#)

Por otra parte, es preciso señalar que podrán registrarse como exportador/importador monotributistas, estando exentos de demostrar su solvencia pero limitado a los montos máximos de ingreso de su categoría.

Por último señalamos la figura de exportador eventual, la cual puede ser una opción para pequeños potenciales exportadores, siendo éste un carácter más flexible para la operatoria y avales solicitados. La inscripción como importador/exportador no habitual tendrá una validez de 60 días corridos, al cabo de los cuales, dicha inscripción quedará sin efecto. En ese período, y de conformidad a lo establecido en el art. 92 del Código Aduanero, se podrá autorizar hasta 1 (UNA) destinación por año calendario de importación o exportación, no acumulable

## DIRECCIÓN GENERAL DE ADUANAS

La Dirección General de Aduanas es la autoridad competente en la aplicación de la legislación que regula el despacho aduanero, así como los sistemas, métodos y procedimientos a que deben sujetarse las aduanas.

Su función principal es valorar, clasificar, verificar y controlar la entrada y salida de mercaderías, como así también los medios en que son transportadas, asegurando el cumplimiento de las disposiciones vigentes.

Algunas de sus funciones son intervenir en el estudio y formulación de los proyectos de aranceles, cuotas compensatorias y demás medidas de regulación y restricción del comercio exterior; dar cumplimiento a los acuerdos y convenios que se celebren en materia aduanera; realizar el seguimiento y control de la operatoria de comercio exterior de los distintos operadores que actúan en todo el país a través de las distintas Aduanas.

Las aduanas en todos los países tienen un papel fundamental y son un actor clave en el proceso exportador/importador.

## DESPACHANTE DE ADUANAS

Los despachantes de aduana y consignatarios son personas de existencia visible con licencia para despachar que actúan como agentes auxiliares del comercio y del servicio aduanero.

Son los agentes encargados de realizar la clasificación de la mercadería, la declaración aduanera correspondiente, la confección y tramitación de los documentos requeridos para todas las operaciones de comercio exterior. El despachante de aduanas opera en representación de la empresa importadora/exportadora o de la persona o ente que lo contrata a tal efecto.

Para obtener mayor información sugerimos acercarse comunicarse o acercarse a la Dirección General de Aduanas, situada en Azopardo 350, Capital Federal.

### 3.1

#### CLASIFICACIÓN DE LAS MERCADERÍAS

Con el objetivo de abordar mercados externos es necesaria la codificación del producto, lo cual nos permitirá acceder a una vasta información relevante para su negocio.

La codificación de las mercaderías permite que al pasar por las aduanas, se logre: obtener información para definir su situación arancelaria (general o preferencial); identificar los incentivos gubernamentales; establecer correctamente los impuestos aplicables y vigilar el cumplimiento de las regulaciones no arancelarias que se aplican ( permisos previos, certificaciones técnicas o sanitarias, etc.), existencia de derechos compensatorios y anti-dumping, los impuestos internos y las observaciones (mercaderías prohibidas, normas de empaque, etc.), entre otros.

Por otra parte, este detalle permite obtener una interpretación legal uniforme en todos los países miembros de la OMC, en el marco del Sistema Armonizado de Clasificación de Mercaderías que define cada posición en términos de denominación técnica y de referencia a nivel mundial.

Es deseable que las empresas vinculadas de alguna manera al comercio internacional estén familiarizadas con la estructura de la Nomenclatura Común del Mercosur (NCM), con el fin de poder ubicar correctamente su producto.

La estructura de la Nomenclatura Común del Mercosur esta conformada por 21 Secciones y 99 Capítulos. Las secciones están ordenadas, en general, según el grado de elaboración de los productos.

Para encontrar en la estructura la codificación buscada es conveniente utilizar el índice de la nomenclatura y seleccionar las secciones y/o capítulos donde el producto pueda estar ubicado. También hay que tener en cuenta las Reglas Generales para la Interpretación del Sistema Armonizado.

Todo producto está comprendido en la nomenclatura de acuerdo a los siguientes criterios:

- Su origen según la clásica división de los reinos de la naturaleza
- La materia prima utilizada en su fabricación
- La naturaleza del producto
- Su función

Por último, los artículos para los cuales no se encontró un criterio adecuado porque ha sido materialmente imposible enumerarlos completamente a causa de su diversidad, se engloban en una partida genérica denominada "los demás".

Al referirnos a posición arancelaria, hacemos mención al código numérico integrado por los siguientes pares de dígitos:

- Capítulo (2 dígitos)
- Partida (4 dígitos)
- Subpartida Sistema Armonizado (6 dígitos, comunes en el marco de la OMC)
- Subpartida Regional (8 dígitos, comunes dentro del Mercosur)

A continuación citamos un ejemplo de muestra:

97	Objeto de arte o colección y antigüedades
9701	Pinturas y dibujos, hechos totalmente a mano, excepto los dibujos de la partida 49.06 y los artículos manufacturados decorados a mano; "collages" y cuadros similares.
9701.10	Pinturas y Dibujos
9701.90	Las Demas
9703	Obras originales de estatuaria o escultura, de cualquier materia
9703.00	Obras originales de estatuaria o escultura, de cualquier materia

El Sistema Informático María (SIM) operativo en Argentina, agrega cuatro dígitos más. De los cuales tres son números y el cuarto es una letra denominada dígito control.

Para establecer la correcta posición de su producto, el exportador podrá pedir asesoramiento sobre clasificación arancelaria con alcance técnico-orientativo en:

Dirección General de Aduanas  
Área Clasificación Arancelaria  
Azopardo 350 2do piso,  
Tel: 4338-6400 de 9:30 a 13 y de 14 a 18 hs.  
[www.afip.gov.ar](http://www.afip.gov.ar)

### 3.2

#### CONDICIONES DE VENTA

Al momento de querer exportar nuestro producto es esencial determinar con nuestro cliente cual será el Término de venta. Para esta situación, la Cámara de Comercio Internacional (CCI), elaboró una serie de reglas que definen las obligaciones y responsabilidades recíprocas entre vendedor y comprador en relación al desplazamiento de la mercadería, la transferencia de costos, riesgos y gestión de documentos.

A partir del 1 de Enero de 2011, los INCOTERMS se simplificarán a 11 términos de referencia y reemplazarán a los 13 creados en el año 2000. Estos Términos de Venta, serán utilizados por las partes en los contratos comerciales.

Están ordenados de manera creciente de acuerdo a la obligación que el exportador contrae con el importador y se dividen en 4 categorías o grupos:

#### GRUPO E

Es el de menor obligación para el vendedor, obligándose a poner las mercancías a disposición del comprador en el lugar indicado. Por lo general se sitúan en la fábrica o depósito del vendedor. El término de referencia de este grupo es el EXW (Ex Works).

#### GRUPO F

Requiere que el vendedor entregue las mercaderías para el transporte de acuerdo a las indicaciones del comprador, ya sea mediante la simple entrega, su puesta a bordo o al costado del buque. De acuerdo a lo que se opte, los términos utilizados serán:

- Lugar convenido: FCA (Free Carrier)
- Franco al costado del buque: FAS (Free Alongside Ship)
- Franco a Bordo: FOB (Free on Board)

El término FOB, es uno de los más utilizados en el comercio internacional.

#### GRUPO C

Bajo los términos de este grupo, el vendedor debe contratar y pagar el transporte principal, en tanto que los riesgos de pérdida o daño de la mercancía y los costes adicionales ocurridos después de la entrega corresponderán al comprador. Los términos correspondientes son:

- Costo y Flete: CFR (Cost and Freight)
- Costo, Seguro y Flete: CIF (Cost, Insurance and Freight)
- Transporte pagado hasta: CPT (Carriage paid to)
- Transporte y seguro pagado hasta: CIP (Carriage and Insurance paid to)

El término CIF es uno de los más utilizados en el comercio internacional

#### GRUPO D

Implica que el vendedor asume la totalidad de riesgos y costes hasta la entrega de la mercancía en el lugar o punto de destino convenido con el comprador, sea en la frontera o dentro del país.

- Entregado, derechos pagados: DDP (Delivery Duty Paid)

Mientras que el término EXW representa la menor obligación para el vendedor, DDP representa la obligación máxima.

La modificación que se produce en los INCOTERMS 2010, conlleva a eliminar cuatro términos utilizados en los INCOTERMS 2000 y a agregar dos nuevos.

Los INCOTERMS que desaparecen son:

- DDU (Delivered Duty Unpaid)
- DAF (Delivered At Frontier)
- DES (Delivered Ex Ship)
- DEQ (Delivered Ex Quay).

Los que se incorporan son:

- el DAT (Delivered At Terminal)
- el DAP (Delivered At Place)

La característica de ambos casos son términos polivalentes, que pueden ser utilizables con cualquier tipo de transporte y también en la combinación de todos ellos. Los mismos se adecuan a la tendencia del comercio internacional de flexibilizar las operaciones logísticas.

### 3.3

#### CONSTRUCCIÓN DEL PRECIO DE EXPORTACIÓN

El precio de una obra de arte es uno de los temas más influyentes a la hora de vender una pieza en el exterior. Saber cuál es el precio de referencia de una obra por parte de su artista es fundamental para que el producto pueda internacionalizarse y el artista posicionarse internacionalmente.

Por tal razón, a diferencia de lo que sucede en la exportación de bienes tradicionales el precio de la obra está dado por diferentes factores que los galeristas tendrán en cuenta para valuarla. Por lo que, a pesar de existir condiciones subjetivas en cuanto a gustos y preferencias de una obra, existen indicadores objetivos para que el mismo mercado internacional, por medio de la demanda, genere los precios de referencia de las piezas de arte.

No obstante, obra y artista van de la mano. Así, en la medida que un artista va aumentando su reconocimiento

y sus ventas, el mercado se encarga de establecer el precio internacional.

Si bien, la obra tiene su valor propio y debe mantenerlo en el mercado de destino, la rotación y exposición de objetos de arte y la promoción de los artistas en los diferentes mercados internacionales, puede generar una escalada en la construcción del precio de las obras, repercutiendo en el posicionamiento del artista en el circuito internacional. Por lo que el precio en las obras de arte no es fijo, sino variable en función de los factores que se analicen en cada pieza.

Sin embargo, para aquellos artistas emergentes o que recién están en los inicios de su carrera es importante que los precios sean fijados con mucha precaución, para así poder crear una sólida base de coleccionistas y seguidores.

En consecuencia, los oferentes deben tener en cuenta cuestiones relacionadas al contexto artístico en el cual se diseñó la obra, la posición del mercado local y los precios de referencia de otros artistas similares, así como también la coyuntura del mercado de destino.

En este caso, el rol de las galerías de arte es de vital importancia ya que ellas no solo cuentan con el equipo de especialistas y técnicos evaluadores de las obras, sino también sirven como fuentes de información del mercado y sus tendencias, y agentes de promoción de estos bienes.

Con el advenimiento de las nuevas tecnologías, existen varias herramientas que permiten a los inversores extranjeros obtener cotizaciones referenciales de las obras de arte. De todos modos el valor justo de una obra sigue dependiendo de la combinación de múltiples factores como: la trayectoria del artista, autenticidad de la obra, tema expuesto, medio al cual se expuso, estado del bien, tamaño de la obra, historia, estilo utilizado, fecha, rareza y calidad, entre otros.

El soporte de la tecnología, también es funcional con los sistemas de seguridad y control en relación a la autenticidad o falsificaciones de las piezas ofrecidas.

En adición a lo expuesto anteriormente, en el costo de exportación de una obra de arte también inciden otros factores.

El proceso exportación tiene costos operativos implícitos, tales como comisiones bancarias, seguro de la mercancía, flete internacional y honorarios de despachante de aduana. Los valores de los mismos serán consecuentes con las características específicas de cada operación y pueden variar de una a otra exportación. Por otra parte, existen otros costos a considerar, entre ellos podemos mencionar el embalaje de la obra y cualquier elemento protector adicional que nosotros consideremos imprescindible para mantener inalterable el objeto que estaremos exportando.

Claramente estas cuestiones deben estar presentes y ser previsibles a la hora de llevar adelante nuestra negociación de exportación.

### 3.4

#### INGRESO DE DIVISAS

Mediante el Art. 5to. Del Decreto Nro. 1606/2001 el Poder Ejecutivo Nacional (PEN), restableció la obligación de ingresar y liquidar las divisas provenientes del cobro de la exportación de bienes y servicios, obligación que se cumple actualmente con la liquidación de las mismas en el Mercado Único y Libre de Cambios (MULC), dentro de los plazos establecidos por la normativa. Son fijados por la Secretaría de Industria, Comercio y de la Pequeña y Mediana Empresa del Ministerio de Economía y Producción, y se cuentan a partir de la fecha del cumplimiento de embarque. Dependiendo del tipo de producto, varían entre 60 y 360 días corridos (Resolución N° 120/2003 de la ex Secretaría de Industria, Comercio y Minería).

Nota: Para cada tipo de mercadería exportada se deberá cumplir con un determinado plazo para liquidar divisas, por lo cual sugerimos consultar a su banco.

Para el caso de la exportación de bienes, las Entidades Financieras (EFI) Autorizadas, deberán realizar el seguimiento de las Destinaciones de Exportación a Consumo (Permisos de embarque) que les fueron designadas. La designación de una EFI como “Banco de Seguimiento”, la realiza el exportador (Su despachante de Aduana) al momento de oficializar la Destinación del Exportación a consumo en el “Sistema María”. El Banco Central de la Republica Argentina procederá a liquidar las divisas al tipo de cambio comprador del día anterior al cierre de la operación según la cotización del BNA.

En forma mensual el Banco Central informa los cambios, en caso que los hubiese, referidos a la normativa existente.

Más información: [www.bcra.gov.ar](http://www.bcra.gov.ar)

### 3.5

#### MEDIOS DE PAGO

Los factores que inciden en su elección son: la confianza, el tamaño de las partes, el monto de la transacción y los costos financieros. La seguridad de un medio de pago está en estrecha relación con su costo.

Basándose en estos factores, se identifican distintos medios de cobro en términos generales. Entre ellos podemos mencionar:

#### TRANSFERENCIA / ORDEN DE PAGO

Es una transferencia de fondos que el importador le envía al exportador mediante los bancos comerciales, ya sea por adelantado o al momento de recibir la mercadería.

Este instrumento se caracteriza por su costo reducido y su facilidad para el cobro.

Su uso se recomienda siempre y cuando exista la confianza entre las partes que garantice seguridad de pago.

En la mayoría de los casos es el medio más utilizado y difundido en el sector.

#### CHEQUE

El cheque se define como un mandato de pago a favor de una persona, emitido por el librador, que será atendido con cargo a los fondos que tiene depositados en poder del librado, que necesariamente ha de ser una Caja de Ahorros o un Banco.

El cheque puede ser librado para que se pague a una persona determinada, con o sin cláusula de “a la orden”, o al portador.

Esto no implica que el cheque sea una forma idónea de pago en el comercio internacional. Tanto el cheque personal como el cheque bancario presentan serios inconvenientes, que lo hacen útil solamente cuando el grado de confianza entre las partes es total.

#### COBRANZA DOCUMENTARIA

En este caso el exportador encarga de la gestión de cobro a un banco comercial. Usualmente, el exportador entrega documentos, tales como factura comercial, certificado de origen, conocimiento de embarque y letra de cambio, indicando las condiciones en las que debe realizarse el pago por parte del importador. Esta es una herramienta relativamente económica y su utilización en el caso de pago diferido, deriva de la confianza absoluta que existe entre el vendedor y el comprador. De esta forma, los bancos sólo se hacen responsables del cobro de la transacción contra el envío de los documentos, sin tener ninguna obligación de pago en caso de incumplimiento del importador.

## CARTA DE CRÉDITO

La carta de crédito es una de las modalidades más utilizadas en aquellos casos donde la empresa no tiene relación comercial previa con el importador y existe desconfianza. En la misma se especifican las cláusulas y las condiciones que vendedor y comprador deben cumplir y han acordado en lo referido a los plazos de pagos y entrega de la mercadería, los términos de venta, la modalidad de transporte, el seguro que involucra a la mercadería, las características del producto, el volumen comercializado y el precio. Los bancos comerciales solicitan documentación que certifique la realización de la operación de compra-venta (factura, remito, certificado de origen, de tipificación, etc).

La emite el banco del comprador a favor del vendedor, también a través de una entidad bancaria (puede ser elegida por el vendedor o el banco del comprador).

Para profundizar sobre los medios vigentes sugerimos consultar la [Guía para la Primera Exportación](#), de la Dirección General de Comercio Exterior del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

### 3.6

## LOGÍSTICA INTERNACIONAL

Al momento de elegir el medio de transporte, es conveniente considerar las características del producto a exportar, su peso, su volumen, las distancias al punto de carga o la aduana de despacho, la distancia al país destino, el costo del flete, y los servicios e instalaciones en destino. La elección del medio de transporte responde a criterios de rapidez (plazo de entrega), seguridad (exigencias del producto), costo y oportunidad. Es importante conocer para la contratación del medio de transporte, las condiciones establecidas en los puertos de embarque para la contratación de la carga (si la modalidad de contratación es FOB, CIF, etc.).

Existen distintos tipos de transporte internacional:

### Transporte Marítimo:

Es lento y económico, pero se adapta bien para el envío de grandes volúmenes. Éste transporte, ofrece servicios regulares, continuados y eficientes.

La tarifa de flete mantiene una relación directa con el destino de la mercadería, como así también con el tipo de producto, ya sea perecedero, peligroso, frágil y su embalaje. Asimismo, en qué unidad de contención será transportado, es decir en contenedor completo, carga consolidada o a granel.

Documento que emite: Conocimiento de Embarque o Bill of Lading

### Transporte Aéreo:

Es rápido y el flete es el más costoso. Es utilizado, generalmente, cuando se trata de productos perecederos o aquellos con alto valor agregado. Por ejemplo: material de cirugía, instrumental científico, arándanos, entre otros. Los gastos de aeropuerto son menores que los gastos marítimos. Permite el envío simultáneo de la documentación de embarque.

Documento que emite: Guía Aérea o Airway Bill.

### Transporte Terrestre:

Puede ser por carretera y se caracteriza por su simplicidad y disponibilidad para transportar cualquier tipo de mercadería.

Documento que emite: Carta de Porte o Ground Bill of Lading.

### Transporte Ferroviario:

Es lento, apto para grandes cargas a tarifas económicas. Se caracteriza por tener tarifas de bajo costo, buena disponibilidad de depósitos y almacenamiento. En determinados países, la infraestructura está muy desarrollada.

Documento que emite: Carta de Porte o Rail Road Bill of Lading

Transporte Multimodal:

Es la combinación de dos o más modos de los indicados. Se utilizan, generalmente, contenedores a fin de facilitar la transferencia de un modo a otro.

Documento que emite: Conocimiento de Transporte Multimodal o Multimodal Transport Bill.

En la mayoría de los casos la exportación de obras de arte se realiza mediante el transporte aéreo, gracias al cual se reducen los riesgos latentes y los tiempos de transporte.

### EMBALAJE DE LAS OBRAS DE ARTE

Al momento de trasladar objetos de arte, el embalaje se convierte en la herramienta fundamental ya que de ello depende que la obra preserve su esencia sin tener transformaciones que pudiesen modificar su valor comercial en el mercado internacional.

Cabe destacar que este tipo de mercadería no siempre se traslada de la misma manera. De acuerdo al tipo de objeto que se esté trasladando, se realizará el embalaje correspondiente.

Por ejemplo en el caso de los cuadros, suelen transportarse en cajones de madera compuestos en su interior por papel anti-humedad, aislamiento térmico y burletes para que no se filtre el aire. Esto le permite a la obra poder conservar la temperatura y la humedad correspondiente para su mejor preservación. En el caso de pinturas realizadas con pastel, se deben transportar de manera horizontal para que los pigmentos no se deslicen por la obra y preserven su forma original.

Por su parte, es fundamental que los transportistas tengan experiencia en el manipuleo de este tipo de cargas ya que deben tener el conocimiento correspondiente para el mejor envío de la misma. Generalmente, las empresas que transportan obras de arte capacitan a su personal y utilizan un transporte adecuado para el traslado de la mercancía, los cuales están revestidos y protegidos para que sean térmicos.

## 3.7

### SEGUROS

En el Comercio Internacional, la manipulación de la carga puede estar sometida a diferentes riesgos que pueden ocasionar problemas al momento de generar la transacción del bien entre las partes.

Ya sea que la exportación se realice vía terrestre, aérea o marítima es fundamental contar con un “seguro a la carga”, más aún si nos referimos a obras de arte en donde la pieza es única e irreproducible.

Para eso existen empresas aseguradoras que se dedican a comercializar pólizas con el fin de otorgarle seguridad a la carga ante cualquier eventualidad.

Los ítems en los que trabajan suelen superar los tradicionales de robo, pérdida o daño y avanzan en actividades relacionadas a las falsificaciones de obras de arte.

Asimismo, es común que los coleccionistas suelen ceder sus obras para exposiciones temporarias en museos. En estos casos, las aseguradoras suelen ofrecer un seguro especial llamado “De Clavo a Clavo” que asegura el bien durante todo el traslado desde el lugar de origen hasta el museo. También puede ser requerido por cualquier persona que tenga un interés especial en resguardar un objeto de arte.

En aquellos casos que el valor de la pieza sea muy elevado, las empresas aseguradoras recurren al asesoramiento de un marchand, quien certifica la autenticidad y origen de la misma.

## ASPECTOS ADUANEROS E IMPOSITIVOS

Desde hace varios años la circulación internacional de obras de arte se encuentra regulada por la ley nacional 24.633 que fue sancionada el 20 de marzo de 1996, y se puso en funcionamiento por decreto reglamentario en el año 1997. La Dirección de Artes Visuales dependiente de la Secretaría de Cultura de la Nación, lo que trata dentro del marco de esta ley, es agilizar todos los trámites tendientes a la importación – exportación de obras de arte.

Específicamente, la disposición que la ley indica se aplicará a la importación y/o exportación de las obras de arte de artistas vivos o fallecidos hasta 50 años a contar de la fecha del deceso del autor, sean argentinos o extranjeros, hechas a mano con o sin auxilio de instrumentos de realización o aplicación, incluyendo pinturas, esculturas, grabados, estampas, cerámica y arte textil entre otros.

No están comprendidas en esta ley las copias, réplicas o reproducciones de obras de arte; las tallas en coral, marfil u otros materiales de lujo, ni las realizaciones artísticas a mano sobre piezas provenientes de procedimientos industriales en serie.

Asimismo, la exportación definitiva y la exportación temporaria -utilizada normalmente para exhibiciones fuera del país- aún cuando se convierta en definitiva por vencimiento del plazo de retorno u otra causa legal, están exentas del pago de todo recargo y/o tasa aduanera o portuaria, incluyendo las tasas por servicios estadísticos y por almacenaje, el impuesto sobre fletes y los gastos consulares.

La importación o la exportación temporaria de obras de arte de artistas vivos o fallecidos hasta 50 años a contar desde la fecha de deceso del autor, sean argentinos o extranjeros, no estarán sujetas al régimen de garantía establecido por la ley 22.415, su Título III, en el que regula los deberes y derechos de los exportadores e importadores para las destinaciones aduaneras suspensivas (2).

4.1 

### OBTENCIÓN DE LICENCIAS PARA LA EXPORTACIÓN DE OBRAS DE ARTE

Previamente a realizar cualquier tipo de despacho de exportación, es obligatorio gestionar la autorización ante la Dirección de Artes Visuales.

El trámite es gratuito y se realiza presentando por duplicado los formularios y planillas anexas que proporciona dicha Dirección en su sitio web (3), en los que se deberá contemplar la siguiente información:

1. Nombre y apellido, documento de identidad, domicilio y teléfono del exportador.  
En caso de tratarse de personas de existencia ideal deberá constar la razón social, el nombre, apellido y documento de identidad de su representante y copia autenticada por escribano del instrumento que acredite la representación (Formulario E111).
2. Causa y país de destino de la exportación.
3. Precio o valor de la obra a exportar, acorde a los valores actuales de mercado.
4. Nombre, apellido y antecedentes del autor de la obra. En caso de autor fallecido, se consignará la fecha del deceso (Formulario E112).
5. Descripción, medidas o datos que permitan individualizar la obra a exportar (Formulario E113).
6. Acompañar dos (2) fotografías color (10 cm x 13 cm) de cada obra. Las fotografías no deben estar fijadas a ningún soporte. (Formulario E113).

2) Para mayor información sobre la ley se recomienda ver: [http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/15000-19999/16536/Ley22415\\_S1\\_TituloIII.htm](http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/15000-19999/16536/Ley22415_S1_TituloIII.htm)

3) <http://www.cultura.gov.ar/direcciones/?info=detalle&idd=5&id=51>

El trámite se realiza personalmente en la sede central de la Secretaría de Cultura de la Nación, Av. Alvear 1690, Ciudad de Buenos Aires. En aquellos casos que el trámite no sea personal, se puede otorgar mandato a otra persona ante escribano público.

La solicitud de licencia demora 3 (tres) días y como se mencionó el trámite es sencillo. Incluso los interesados podrán recibir mayor información en la Dirección de Artes Visuales.

La licencia se solicitará en la Aduana de Salida para el embarque de la obra. Por lo tanto, cuando se trate de una exportación temporaria se informará hasta qué fecha es válida esa exportación. Cuando el peticionante no se presentare a retirar la Licencia, y transcurridos 120 días desde la fecha de su solicitud, se archivará el expediente.

Por otra parte, las obras de arte, los objetos para colección y las antigüedades mayores de CIEN (100) años, dada su naturaleza y en virtud de su dimensión cultural, son favorecidas en nuestro país y en la mayoría de los países del mundo con tratamientos especiales que pretenden eliminar los trámites innecesarios y facilitar la libre circulación del resto de los productos.

Algunos beneficios son que están exentas del pago de todo recargo y/o tasa aduanera o portuaria, incluyendo las tasas por servicios estadísticos y por almacenaje, el impuesto sobre los fletes y los gastos consulares. Asimismo, dichas obras están excluidas del Programa de Inspección de Preembarque de Importaciones

El exportador de obras de arte puede analizar distintas alternativas para realizar la exportación, utilizando el abanico de opciones vigentes.

Para más información se recomienda contactar a:

Dirección de de Artes Visuales  
Dirección: Alsina 1169, Piso 1º, Ciudad de Buenos Aires  
Telefono:(011) 4381-6656 internos 154 y 155  
Email: [artesvisuales@correocultura.gov.ar](mailto:artesvisuales@correocultura.gov.ar)  
Horario de atención: de 12 a 16 hs

## 4.2

### MODALIDADES DE EXPORTACIÓN

Para aquellos importadores y exportadores inscriptos, una de las opciones es realizar la exportación a través del despachante de aduana con el que trabajan, quien sería el encargado de hacer la oficialización de la exportación. No obstante, se puede prescindir de los servicios de un despachante optando por el procedimiento establecido a través del Decreto N° 855/97 - "Régimen Simplificado", sus modificaciones y normas complementarias.

Para aquellos exportadores no inscriptos, podrán registrar la operación de exportación ante la Aduana de Salida mediante procedimiento sumario. Para cumplimentar tal procedimiento deberán presentar distinta documentación y especificaciones sobre la operación.

La presentación la tendrá que dirigir a la Aduana por donde egresará la obra de arte, solicitando la exportación definitiva, conteniendo los siguientes datos:

- a. Autor y título de la obra, técnica empleada en su elaboración, medidas y año de producción de la obra.
- b. Detalle de la mercadería y valor.
- c. Aduana de Salida/Ingreso.
- d. Indicación del destino de la Obra de Arte, (en caso de exportación).
- e. Indicación del origen de la Obra de Arte (en caso de importación).
- f. Vía (Aérea, Terrestre, Acuática).
- g. Modo de egreso/ingreso (equipaje acompañado o por carga).

La solicitud para el egreso será firmada por el consignatario y su presentación y trámite serán realizadas por el mismo en forma personal, salvo que otorgare mandato para ello a otras personas mediante poder ante Escribano Público o en las condiciones del artículo 38 de la Ley N° 22.415 a un Despachante de Aduana.

Acompañar original de la Licencia de Exportación / Declaración Jurada de Aplicación de Franquicia emitida por la Dirección de Artes Visuales (antecedentes del autor, fotos, planilla anexa con detalle de las obras) debidamente consignado al peticionante y factura comercial original o copia autenticada ante escribano público.

Para la exportación, y de tratarse de una donación u obsequio se deberá presentar Declaración Jurada con los datos (Apellido, Nombres, Domicilio, etc.) del donante u obsequiante.

Del mismo modo para los despachos de importación, debe contemplarse dichos requisitos.

#### DECLARACIÓN JURADA DE APLICACIÓN DE FRANQUICIAS

Para gozar del beneficio establecido por el Decreto 279/97, (reducción del 50 % del Impuesto al Valor Agregado) y de la exclusión del pago de la Percepción del IVA y del Impuestos a las Ganancias, determinado por la Resolución AFIP N° 234/98, los importadores de obras de arte deberán presentar la “Declaración Jurada de Aplicación de Franquicia – Decreto N° 279/97”.

Este beneficio se aplica únicamente a las mercaderías clasificadas en las partidas 9701, 9702 y 9703, estén o no comprendidas en la Ley 24.633. (Pinturas y dibujos, hechos totalmente a mano; artículos manufacturados decorados a mano “collage” y cuadros similares; grabados, estampas y litografías originales; obras originales de estatuaria o escultura, de cualquier materia).

Están excluidos de este beneficio los planos y dibujos originales hechos a mano, de arquitectura, ingeniería, industriales, comerciales, topográficos o similares; textos manuscritos; reproducciones fotográficas papel sensibilizado y copia con papel carbónico, de los planos, dibujos o textos antes mencionados.

Tal Licencia se solicitará en la Aduana de Salida para el embarque de la obra. Por lo tanto, cuando se trate de una exportación temporaria se le informará hasta qué fecha es válida. Cuando el peticionante no se presentare a retirar la Licencia, y transcurridos 120 días desde la fecha de su solicitud, sin que medie notificación al respecto, el expediente será archivado.

#### DEL EQUIPAJE

En el caso de que las franquicias ingresen obras de arte al país por la vía del equipaje acompañado, el costo será de 300 U\$S (vía marítima o aérea) y 150 U\$S (vía terrestre o fluvial). Estas franquicias no rigen para el equipaje no acompañado.

Si la obra de arte supera dichos importes, deberá pagarse un tributo único del 50% sobre el excedente. De optarse por no abonar el tributo único, y en caso de tratarse de mercadería alcanzada por la Ley N° 24.633, se gozarán de las exenciones de esta última, pero deberán abonarse los demás tributos no contemplados en ella. De hacer uso de la reducción del 50 % del IVA y de la exclusión de los regímenes de percepción de las Resoluciones Generales (DGI) Nros. 3431/91 y 3543/92, y sus modificatorias, tendrá que tramitarse la Declaración de Aplicación de Franquicia ante la Dirección de Artes Visuales.

En los casos del equipaje acompañado, no acompañado u otra modalidad de egreso / ingreso, el Servicio Aduanero podrá, en caso de dudas, detener la salida / ingreso de las obras, de considerar pertinente consulta a la base de datos de Interpol para evaluar la existencia de avisos de robo a nivel nacional e internacional o consultas a museos o academias sobre las características de la obra, autor y/o escuela pictórica a los efectos de la determinación del valor declarado.

En lo que respecta a egresos por la vía aérea en el área metropolitana el trámite se realiza ante la División Registro (ubicada en el Aeropuerto Internacional de Ezeiza frente a la Terminal de Cargas Argentina).

En lo que respecta a egresos por la Aduana de Buenos Aires el trámite se realiza en la Sección Trámites de la División Resguardo o dependencia equivalente en otro punto Operativo.

Para aquellos casos donde la obra de arte no está alcanzada por la Ley N° 24.633, no gozará de las exenciones que en la misma se prevén. De no contar con la Declaración de Aplicación de Franquicia, el interesado deberá ingresar la mercadería a depósito fiscal y completar los formularios correspondientes (OM-1629/A).

5

## PROMOCIÓN COMERCIAL

Una de las formas más comunes para divulgar las obras de arte e intentar ingresar a un nuevo mercado es por medio de la participación en ferias, exposiciones, bienales, semanas argentinas en el exterior, y ruedas de negocios. Por medio de estos instrumentos los artistas se dan a conocer en el extranjero con el fin de potenciar y estimular las ventas de sus mercaderías.

5.1

### FERIAS INTERNACIONALES

Las ferias son centros de distribución para el intercambio de productos y servicios, brindan la oportunidad de conocer de manera directa a nuestra competencia, permite obtener un contacto estrecho entre expositores y visitantes de diferentes países del mundo, y también fortalece los vínculos preexistentes que se tengan en los mercados de destino.

Las ferias son el lugar idóneo para enterarse de las últimas novedades del sector así como también ver las últimas tendencias en materia de promoción, diseño e innovación. Si se planifican de forma adecuada, pueden ser el medio ideal para obtener información valiosa en un período de tiempo muy breve.

Para el caso de la promoción de obras de arte, las ferias internacionales son una de las actividades más tradicionales, importantes y útiles ya que reúne a artistas, coleccionistas y potenciales compradores en un mismo espacio físico. Asimismo, las ferias suelen contar con la participación de representantes de galerías de diferentes países, lo que puede potenciar nuestras ventas y generar espacios de cooperación.

Para escoger las ferias a las cuales puedo asistir, es recomendable, ver los comentarios de las ediciones anteriores, revisar los expositores que participaron y en el caso en que ya hayan participado otros artistas argentinos, es conveniente comunicarse con ellos para que les den referencias de las mismas, la cantidad y origen de sus visitantes, y resultados de las exposiciones.

Siempre es aconsejable en una primera vez, asistir como visitante, de esta forma se puede evaluar realmente si es conveniente o no participar con un stand.

Cabe destacar que los artistas no realizan actividades de promoción comercial de manera independiente, siendo que solo las galerías son las que participan en este tipo de acciones. De este modo, la participación de los artistas es por medio de sus obras y a través de las galerías de arte.

Entre las ferias de obras y objetos de arte más importantes del mundo se descartan: la Feria de Basilea y ARCO.

Puntos a tener en cuenta para la elección:

- Definir si su participación en una feria es la mejor estrategia o si existen otras formas más convenientes de llegar al mercado de destino.
- Considerar la frecuencia en la cual se realiza la feria.
- Identificar previamente quiénes visitarán la feria.

- Revisar el catálogo de la última feria.
- Identificar en cuáles mercados tiene mayor influencia la feria.
- Evaluar las posibilidades de la participación de su empresa: producción, distribución, personal, requisitos de entrada, presupuesto entre otros.

La Fundación Exportar ([www.exportar.org.ar](http://www.exportar.org.ar)) cuenta con un calendario oficial de las ferias internacionales más importante. Las empresas interesadas en participar acceden a un stand dentro del Pabellón Argentino, donde los costos de participación son más económicos y tienen la ventaja adicional de estar enmarcados dentro de una iniciativa oficial con el apoyo de las Embajadas argentinas en el exterior y un tutor que acompaña a la empresa en la preparación previa y durante la feria. En general, los municipios como el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, se suman a algunas ferias sectoriales que consideran estratégicas, asumiendo también una parte de los costos, abaratando aun más el costo para las empresas.

## TIPOS DE FERIAS

Según el público visitante	Según el ámbito geográfico	Por sectores
<b>Profesionales</b>	<b>Locales</b>	<b>Generales</b>
Ferias dirigidas exclusivamente a profesionales de una actividad o sector específicos.	Ferias a la que acuden mayormente visitantes y expositores de la ciudad en la que se lleva a cabo.	Ferias no especializadas, presentan una variada oferta de productos y servicios.
<b>Abiertas al público</b>	<b>Nacionales</b>	<b>Sectoriales</b>
Ferias dirigidas a los consumidores, por lo que el ingreso no está restringido.	Ferias a las que acuden visitantes y expositores de todo el país. Puede darse el caso de que participen expositores internacionales	Ferias especializadas en un sector específico.
<b>Mixtas</b>	<b>Internacionales</b>	
Ferias dirigidas tanto a profesionales como al público en general, ya sea durante todo el evento o durante una parte de éste.	En general se trata de ferias profesionales a las que acuden visitantes y expositores de diversos países.	

En algunas ferias se desarrollan otras actividades de forma simultánea como rondas de negocios, congresos, seminarios entre otras que multiplican aun más la cantidad de visitantes.

## ALGUNAS FERIAS INTERNACIONALES

Entre las ferias más importantes del sector se encuentran:

EUROPA:

[Alemania, Berlín. Art Forum.](#)

Art Forum es una de las principales muestras de arte internacional que se realiza en Alemania. De las muestra anual participan las principales galerías que exponen obras de más de 2.000 artistas internacionales.

Web: [www.art-forum-berlin/englisch/index.html](http://www.art-forum-berlin/englisch/index.html)

#### España, Madrid: Arco

La Feria de Arte Contemporáneo se realiza anualmente desde hace treinta años y en ella participan los principales artistas y galerías internacionales. En paralelo a la feria se llevan adelante encuentros de negocios con compradores de obras de arte y foros profesionales donde diversos artistas pueden intercambiar ideas y proyectos entre sí.

Web: [www.ifema.es/web/ferias/arco/default.html](http://www.ifema.es/web/ferias/arco/default.html)

#### España, Madrid: Artefaim

Es una Feria que nació en el año 2000, la cual se lleva adelante todos los años y se orienta a artistas independientes. FAIM se sitúa como la única feria de arte independiente de Madrid sin intermediarios, dotando al artista y a su obra de todo protagonismo. Anualmente recibe la visita de más de 25.000 personas que participan de la exposición de diversas disciplinas artísticas.

Web: [www.artefaim.net/index.html?=#inicio](http://www.artefaim.net/index.html?=#inicio)

#### España, Madrid: Estampa

Estampa es la feria Internacional de Arte Múltiple Contemporáneo, que reúne a artistas y galerías de arte de distintas partes del mundo. La Feria lleva más de 18 años de vigencia, incrementando el público visitante año tras año.

Web: [www.estampa.org/spain/home.html](http://www.estampa.org/spain/home.html)

#### Francia, París: FIAC

La Feria internacional de Arte Contemporáneo es una exposición que se lleva adelante desde 1975 y desde 2005 se realiza anualmente en París. Es una de las ferias más importantes y exponen únicamente galerías. Más del 60% de las mismas son extranjeras y representan a más de 20 países.

En sus ediciones recibe 80 mil visitantes.

Web: [www.fiac.com](http://www.fiac.com)

#### Suiza, Basilea: Art. Basel

Art Basel Suiza es una de las principales ferias de arte moderno y contemporáneo que convoca a más de 300 de las principales galerías de todo el mundo. Más de 2.500 artistas participan anualmente de esta reconocida feria.

Web: [www.artbasel.com](http://www.artbasel.com)

#### AMÉRICA

##### Argentina, Buenos Aires: Arte BA

Feria de Arte Contemporáneo más importante de la región promoviendo el arte argentino y latinoamericano, con el objetivo de posicionarlos en el mercado mundial.

Anualmente es visitado por más de cien mil personas, las cuales confirman al evento como una cita obligada en la agenda cultural.

Web: [www.arteba.org](http://www.arteba.org)

##### Argentina, Buenos Aires: Expo trastiendas

Es una feria de arte en Argentina, es organizada por la Asociación Argentina de Galerías de Arte, AAGA desde el año 2001.

Este gran evento tiene como misión promover y difundir las artes visuales,

Web: [www.expotrastiendas.com.ar](http://www.expotrastiendas.com.ar)

##### Canadá, Toronto: ART FAIR

La Feria Internacional de Arte se lleva adelante anualmente y en ella participan las principales galerías de Canadá y distintas partes del mundo. La feria es la principal en su tipo en Canadá y tiene reconocimiento

local e internacional.  
Web: [www.tiafair.com](http://www.tiafair.com)

#### Estados Unidos, Miami: Feria internacional de arte de Miami

MIA es una feria joven que nació en el año 2010 y en cuya primera edición contó con más de 17.000 visitantes. Participaron de aquella edición como expositores distintos galeristas y artistas exponiendo sus trabajos, ya sea de pinturas, como así también fotografía.

Web: [www.mia-artfair.com](http://www.mia-artfair.com)

#### Estados Unidos, Miami: Art Basel Miami

ART Basel Miami es el evento hermano de ART Basel Suiza. La edición americana reúne a las obras de las más prestigiosas galerías internacionales junto a distintos eventos especiales que se llevan a cabo en paralelo a la exposición. Más de 250 de las principales galerías se dan cita en este evento de prestigio internacional. La feria se realiza anualmente y es una cita obligada para los artistas.

Web: [www.artbaselmiamibeach.com](http://www.artbaselmiamibeach.com)

#### Estados Unidos, New York: Pinta

Pinta es un evento anual donde se exhiben las principales obras latinoamericanas y cuya exposición es visitada por las principales galerías de Estados Unidos, Europa y Latinoamérica.

Web: [www.pintaart.com](http://www.pintaart.com)

#### México DF, México: ZONA Maco

Zona Maco es la feria de arte más importante de arte contemporáneo en México y anualmente se presentan obras de más de 900 artistas, entre ellos pintores, escultores y fotógrafos.

Web: <http://zonamaco.com>

#### San Pablo, Brasil: SP Arte

San Pablo Arte es una exposición en la cual participan galerías brasileñas e internacionales, exponiendo sus obras más destacadas. Años tras año la exposición es visitada por la comunidad artística brasileña y por visitantes de distintos países.

Web: [www.sp-arte.com](http://www.sp-arte.com)

### ESTIMACIÓN DE PRESUPUESTO

La participación en una feria cuenta con los siguientes costos:

- Alquiler, diseño y armado del stand.
- Campaña de comunicación y de difusión (envío de invitaciones, publicidad en revistas especializadas).
- Servicios adicionales (conexión a Internet, luces, escritorio)
- Material promocional (folletos, catálogos, cartelería).
- Alojamiento, pasajes, viáticos, almuerzos y cenas del personal de la empresa que va a asistir a la feria.
- Transporte, aduana y seguro para el envío de las obras.

### PREPARACIÓN PREVIA

En el momento de planificar, el primer paso, es elegir el tamaño y la ubicación del stand según con el presupuesto que se cuenta (mejor ubicación mayor costo), para ello es necesario tener un plano de la misma y considerar los lugares que cuentan con mayor circulación de visitantes.

Luego hay que pensar en el diseño del stand, es importante que invite a los visitantes a entrar. Habrá que tener en cuenta el guión para el emplazamiento de las obras que permita que todas las obra se puedan ser vistas según la prioridad de exposición que deseemos darles. También es importante disponer de un espacio confortable y privado para tener las reuniones con los más interesados.

El siguiente paso es la preparación del material previo, en especial contar con material en el idioma del país donde se realiza la feria (se recomienda traducciones hechas por nativos para evitar los errores culturales locales). Se recomienda la elaboración de carpetas de presentación de los artistas que contengan su trayectoria e imágenes de su producción artística, permitiendo a los interesados conocer mejor al artista en cuestión. Este material se prepara especialmente para potenciales compradores de mayor relevancia (curadores de museos, coleccionistas reconocidos, etc.), teniendo a su vez material de difusión como pueden ser postales o flyers que presenten a los artistas y tengan los datos de contacto de la Galería.

Otro aspecto a tener en cuenta es la preparación del personal que estará en el stand. Éste debe conocer todo lo incómodo a la obra y los artistas para poder resolver cualquier consulta que surja. También estar preparados para responder sobre la logística de la compra de la obra (posibles formas de pago, medios para entregar la obra en la locación deseada por el comprador, etc.)

La confección de un formulario de control de visitantes es indispensable para poder darle seguimiento a los contactos una vez finalizada la feria, los expositores deben tomar apuntes de lo conversado con cada uno de los visitantes y mantener sus notas y tarjetas de presentación organizadas.

Es recomendable realizar una campaña de difusión de la participación del artista en la feria en el país de destino. La misma se puede llevar a cabo notificando a los clientes preexistentes y a los que se hayan identificado con antelación algunas de las galerías, museos, embajadas e instituciones afines del lugar de destino que podrían estar interesadas en sus obras, también se puede publicar un aviso en algún medio especializado.

Con respecto a las reservaciones de los pasajes aéreos y del hotel (si se hacen con suficiente anticipación, los costos generalmente son menores) conviene averiguar si los organizadores de la feria tienen una promoción especial con alguna aerolínea u hotel. Si la feria en la que se va a participar es de gran envergadura, donde asiste un gran número de participantes, se recomienda reservar con al menos seis meses de anticipación ya que se corre el riesgo de no encontrar rutas directas y hoteles cercanos a la Feria.

## DURANTE LA FERIA

Es importante lograr que la participación en la Feria cumpla con los objetivos planteados por el expositor. Antes de la apertura, hay que estar presente para estar atento a cada detalle y que todo este en orden para la apertura. Pueden surgir imprevistos a último momento que deben ser resueltos rápidamente.

Durante la feria, es primordial que en el stand siempre haya alguien atendiendo. La postura de los representantes es uno de los elementos que más influye en la percepción de los visitantes, es importante evitar permanecer sentado o dar la sensación de aburrimiento.

El principal desafío durante la feria es atraer y retener a los clientes que verdaderamente estén interesados en las obras. Las ferias son lugares estratégicos para hacer inteligencia de mercados, las entrevistas con los visitantes son una fuente directa para obtener información y conocer el posicionamiento de su producto.

Durante las entrevistas, con el fin de poder clasificar adecuadamente a sus clientes potenciales, es necesario que el empresario, galerista e incluso el artista pueda identificar los siguientes aspectos: nivel y cantidad de exposiciones realizadas por la contraparte, artistas con los cuales está relacionado profesional y comercialmente, productos que le interesaría comprar, posibles cantidades a negociar, segmentos de mercado que atiende, principales clientes, entre otros.

Al abarcar un nuevo mercado, es aconsejable conocer las costumbres de negocios como la forma de saludar, los gestos, la distancia que se guarda entre una persona y otra, la puntualidad, la forma de vestir, el uso de las tarjetas de presentación, entre otros. Respetar las diferencias culturales implica tener la capacidad de adaptarse no solo a las prácticas comerciales del país de destino sino también a sus formas protocolares.

## VUELTA A LA EMPRESA

Al regresar, se recomienda iniciar el seguimiento lo antes posible y así adelantarse a la competencia además de mostrarse como una persona seria, formal y con profesionalismo.

El empresario debe cumplir los compromisos asumidos en sus conversaciones y enviar la información complementaria que corresponda. En caso de no tener esa información, es bien visto enviar una nota aclarando que se está trabajando en el tema con una fecha aproximada de envío. Lo mismo aplica si el galerista se comprometió a enviar una cotización.

También una de las primeras actividades del seguimiento es enviar una nota de agradecimiento a las personas que visitaron el stand.

Luego, se debe elaborar un informe de la feria, donde se tenga un estimado de ventas, número total de visitantes, número de contactos nuevos, entre otros y así determinar si se lograron o no los objetivos propuestos para el evento.

Los resultados de ventas puede que no se vean en el corto plazo ya que la apertura de un nuevo mercado es algo que toma tiempo, la perseverancia y el cumplimiento de los compromisos serán de ayuda a la hora de cerrar algún negocio en el mercado destino.

#### VENTAJAS DE PARTICIPAR EN FERIAS INTERNACIONALES

- Abren nuevos mercados (nos conocen y conocemos a nuevos clientes).
- Un gran número de potenciales compradores se concentran en un lapso breve de tiempo y espacio delimitado.
- Hacen posible una comparación directa entre precios y servicios, permitiendo evaluar a la competencia y su posición frente al mercado en cuestión
- Conocer las particularidades del mercado y ver las preferencias de sus consumidores.
- Contactar distribuidores y analizar los canales existentes en el mercado.

#### ALGUNAS DE LAS PRINCIPALES GALERÍAS A NIVEL INTERNACIONAL

##### [Gagosian Gallery](http://www.gagosian.com)

<http://www.gagosian.com>

Cadena de galerías de arte fundada por Larry Gagosian, tres ubicadas en New York City (Madison Avenue, West 24th St. y 21st St.), dos en Londres, una en Los Angeles, una en Roma y una en Atenas.

##### [Acquavella Galleries - Nueva York](http://www.acquavellagalleries.com)

<http://www.acquavellagalleries.com>

##### [The Pace Gallery](http://thepacegallery.com)

<http://thepacegallery.com>

Pace gallery incluye cuatro galerías en New Cork, Pace Beijing, Pace/MacGill, especializada en fotografía, Pace Prints and Pace Master Prints y Pace Primitive.

##### [Sperone Westwater - Nueva York](http://www.speronewestwater.com)

<http://www.speronewestwater.com>

##### [Mary Boone Gallery - Nueva York](http://www.maryboonegallery.com)

<http://www.maryboonegallery.com>

##### [Galerie Emmanuel Perrotin - Paris / Miami](http://www.perrotin.com)

<http://www.perrotin.com>

##### [MAEGHT Galleries - Paris](http://www.maeght.com)

<http://www.maeght.com>

##### [Galerie Denise Rene - Paris](http://www.deniserene.com)

<http://www.deniserene.com>

## 5.2

### RUEDAS DE NEGOCIOS

Son organizadas la mayoría de las veces dentro del contexto de ferias, congresos y exposiciones y las agendas se efectúan en base a los inscriptos en la actividad.

Existen distintas modalidades de ruedas, en general, las agendas son armadas por los propios participantes a través de un sistema online y se generan reuniones de doble vía, tanto para vender como para comprar. En otras ocasiones, el cruce de oferta y demanda lo realiza el organizador.

Se recomienda que siempre que se inscriba a una rueda, informarse sobre el mecanismo utilizado ya que una u otra modalidad hace variar su grado de involucramiento.

También existen ruedas de negocios inversas, generalmente organizadas por organismos públicos de promoción comercial, quienes invitan con pasaje y/o alojamiento a posibles compradores. Estas ruedas por lo general son de tipo sectoriales y suelen enmarcarse en el contexto de una Feria.

### VENTAJAS DE PARTICIPAR EN UNA RUEDA DE NEGOCIOS

- Se tienen una cantidad mayor de reuniones, ya que se ahorra el tiempo de traslado de una cita a otra.
- Son más económicas ya que los aranceles de participación son bajos o inexistentes.
- Es una excusa para conocer una feria aprovechando la actividad que la misma ofrece.
- Como suelen durar sólo tres días puede aprovecharse los días restantes para visitar a clientes o potenciales compradores que no hayan participado de la misma.
- En el caso de rondas inversas, se puede invitar al potencial comprador a conocer la galería.

### ACTIVIDADES A REALIZAR ANTES, DURANTE Y DESPUÉS DE LA PARTICIPACIÓN DE ALGUNOS DE ESTOS MECANISMOS

#### Antes de participar

- Desarrollar una metodología de trabajo con objetivos claros.
- Identificar el público objetivo al cual se quiere llegar.
- Invitar empresarios locales con mailing de la ciudad donde se lleva a cabo la muestra.
- Estimar un presupuesto.
- Contactarse con los organizadores para conocer el mecanismo de trabajo y despejar todas las dudas.
- Preparar el material que entregará durante la feria.
- Llevar consigo tarjetas de presentación en el idioma local.
- Capacitar al personal que participará.
- Coordinar los aspectos logísticos del viaje.
- Realizar un cronograma de actividades y un check list.

#### Durante la participación

- Analizar lo que ofrece la competencia y realizar inteligencia comercial.
- Ser atento y amable con todas las personas con las que se entreviste.
- Crear una base de datos de clientes potenciales para seguimiento.
- Visitar a su Embajada para que le de un panorama económico y comercial del país visitado.

Después  
de la participación

- Hacer un seguimiento de los contactos realizados durante la actividad.
- Realizar una evaluación de los resultados y compararlos con los objetivos establecidos previamente.
- Enviar la información solicitada y cumplir con los compromisos adquiridos.
- Invitar a su potencial cliente a que conozca su empresa y su ciudad.
- Volcar la información generada en un documento y/o base de datos.

## TIPS DE VIAJE

- Verifique si su pasaporte se encuentra vigente, algunos países requieren para entrar a su país que el mismo no venza antes de los seis meses. En caso de visitar algún país que requiera visa, tenga presente hacer el trámite con bastante antelación al viaje.
- Contactarse con la Embajada del país a visitar en nuestra ciudad y/o con las Cámaras binacionales también puede ayudarnos a tener una impresión previa sobre el empresariado, la cultura de negocios y en especial sobre las características del sector.
- Al participar, piense si hay empresas que Ud. conoce de nombre, o con las que tuvo contacto previo, que Ud. no desea volver a reunirse. Indique esos datos para que los organizadores de su agenda NO se comuniquen con esa contraparte y viceversa.
- Piense si hay empresas con las que Ud. ya tiene relación directa y no quiere que los organizadores contacten.
- Considere cualquier instrucción o dato adicional que pueda servir para determinar cuáles son las contrapartes que resultan de más utilidad para el propósito del viaje, y transmitale estas indicaciones a los organizadores.
- Conocer la etiqueta de vestimenta requerida en las reuniones de negocios como así también algunas modalidades y costumbres del empresariado local, de esta forma podemos evitarnos malas impresiones de nuestro interlocutor o malestares involuntarios.
- Averiguar si su teléfono móvil tiene cobertura en el lugar de destino. Si no la tiene, se aconseja alquilar uno temporalmente.
- Preguntar cuál es el voltaje que se utiliza en el país de destino: algunos países utilizan 120W y otros 220W, por lo que podría necesitar adaptadores.
- Preguntar cuál es el peso por valija que permite la aerolínea en la cual viajará, así evitar cobros por sobrepeso.
- Ser puntual en las reuniones y en caso de no poder asistir o llegar tarde, no deje de comunicarse con su potencial cliente, este tipo de acciones no solo genera una mala imagen de su empresa sino también de su país.
- Intentar quedarse en la ciudad algunos días después de finalizada su actividad, así podrá volver a reunirse con los contactos mas interesantes.
- No tener grandes expectativas de venta durante este tipo de actividades. En general, los resultados se ven entre los seis y doce meses posteriores.

- Fotografiar a sus potenciales compradores puede ser una estrategia de marketing efectiva, permitiendo mantener el contacto al enviarla vía e-mail. También servirá para recordar algunos aspectos de la reunión mantenida.

### 5.3

#### BIENALES

La Bienal es una exposición de arte internacional, sin fines comerciales, que se celebra cada dos años. El propósito de la actividad es generar un encuentro cultural entre diferentes artistas y representantes del mundo de las artes.

Así, la bienal se dedica a la promoción del artista y su pieza, por medio de pabellones representados por cada país. Las temáticas comprendidas son: Artes Visuales, Música contemporánea, Cine, Poesía, Teatro, Arquitectura y Danza contemporánea.

Las más destacadas del circuito mundial son la Bienal de Venecia y la de San Pablo. La primera fue creada en 1893 y genera un movimiento de alrededor de 300.000 personas. La segunda tuvo sus inicios en 1951, y genera un movimiento de alrededor de 670.000 visitantes.

### 5.4

#### SEMANAS ARGENTINAS EN EL EXTERIOR

Tienen la finalidad de promocionar al país por medio de sus productos y los aspectos más representativos de la cultura y el folklore.

Los encuentros se desarrollan en las diferentes capitales y ciudades más importantes del mundo, durante un lapso de tiempo que puede ir de una semana a un mes.

Generalmente se organizan por medio de la Cancillería Argentina y los organismos de Promoción Comercial provinciales y municipales del país.

### 6

#### GLOSARIO

**AEC:** Arancel Externo Común. Se imponen para aquellas mercaderías de origen externo al Mercado Común. El MERCOSUR dispone de su propio AEC.

**Canales de distribución:** formas y medios para comercializar el producto exportable.

**Carta de Crédito:** es un instrumento de pago bancario que otorga mayor seguridad de cobro, reduce riesgos por incumplimiento en el pago, pero es el más costoso. La abre el importador.

**Certificado de origen:** documento que certifica el origen de la mercadería.

**Clasificación arancelaria:** determina la posición arancelaria en la cual se ubica la mercadería.

**Conocimiento de Embarque:** el documento necesario en el transporte marítimo.

**Destinación definitiva de importación para consumo:** es aquella en virtud de la cual la mercadería importada puede permanecer por tiempo indeterminado dentro del territorio aduanero.

**Destinación definitiva de exportación para consumo:** es aquella en virtud de la cual la mercadería exportada puede permanecer por tiempo indeterminado fuera del territorio aduanero.

**Destinación suspensiva de exportación temporaria:** es aquella en virtud de la cual la mercadería exportada puede permanecer con una finalidad y por un plazo determinado fuera del territorio aduanero, quedando sometida, desde el mismo momento de su exportación, a la obligación de reimportarla para consumo con anterioridad al vencimiento del mencionado plazo.

**Destinación suspensiva de importación temporaria:** es aquella en virtud de la cual la mercadería importada puede permanecer con una finalidad y por un plazo determinada dentro del territorio aduanero, quedando sometida, desde el mismo momento de su libramiento, a la obligación de reexportarla para consumo con anterioridad al vencimiento del mencionado plazo.

**Destinación suspensiva de tránsito de exportación:** es aquella en virtud de la cual la mercadería de libre circulación en el territorio aduanero, que fuera sometida a una destinación de exportación en una aduana, puede ser transportada hasta otra aduana del mismo territorio aduanero, con la finalidad de ser exportada desde esta última.

**Destinación suspensiva de tránsito de importación:** es aquella en virtud de la cual la mercadería importada, que careciera de libre circulación en el territorio aduanero, puede ser transportada dentro del mismo desde la aduana por la que hubiere arribado hasta otra aduana, para ser sometida a otra destinación aduanera.  
Extra-zona: países no miembros del bloque económico.

**Guía Aérea:** es el documento requerido para transportar la mercadería por avión.

**Incoterms:** las distintas formas de contratación asignarán derechos, obligaciones y transferencia de riesgos a las partes de un contrato de compraventa internacional.

**Intercambio compensado o “countertrade”:** las empresas que quieren incursionar en un mercado externo, aceptan la compra en contrapartida de productos locales como medio para evitar, reducir o balancear la salida de divisas del país.

**Intra-zona:** se denomina así al flujo comercial que deriva de los países integrantes del Mercosur (u otros países miembros de un mismo bloque económico).

**Letra de Cambio:** es un título de crédito autónomo y completo que se utiliza para el cobro. El exportador es quien libra la letra (librador) a favor del importador.

**Mercado Común:** a la Unión Aduanera se suma la libre circulación de los factores productivos y de servicios. Ello implica la armonización de legislaciones en las áreas pertinentes, y la coordinación de políticas macroeconómicas. La Unión Europea hasta que unificó su moneda, fue un ejemplo de Mercado Común.

**Prácticas Asociativas (grupos asociativos/uniones empresarias/consorcios, etc.):** son distintas formas de uniones entre empresas, que pueden ser competidoras entre si o no, que se asocian con el único fin de exportar, de acceder de manera más fácil a los mercados internacionales, de compartir costos, etc.

**Reembolso:** restitución total o parcial de los importes que se hubieren pagado en concepto de tributos internos en todas las etapas de producción y comercialización, así como los que se hubieren podido pagar en concepto de tributos por la previa importación para uso y/o consumo.

**Reintegro:** los exportadores de mercadería manufacturada en el país, nueva y sin uso, tendrán derecho a obtener el reintegro total o parcial de los importes que se hubieran pagado en concepto de tributos internos en las distintas etapas de producción y comercialización. Dicho reintegro se aplicará sobre el precio FOB de la mercadería a exportar al que se le deducirá el valor CIF de los insumos importados por el exportador y el monto abonado en concepto de comisiones.

**Sistema Informático María (SIM):** sistema de registración aduanera basado en medios informáticos más verificación selectiva.

**Tasa de Estadística:** es un porcentaje fijo y general del 0,5%.

**Territorio Aduanero Especial:** aquel en el cual se aplica un sistema especial arancelario y de prohibiciones de carácter económico a las importaciones y exportaciones.

**Territorio Aduanero General:** aquel en el cual es aplicable el sistema general arancelario y de prohibiciones de carácter económico a las importaciones y exportaciones.

**Territorio Aduanero:** es el ámbito terrestre, acuático y aéreo sometido a la soberanía Argentina, como así también los enclaves constituidos a su favor donde se aplica un mismo sistema general arancelario y de prohibiciones de carácter económico a las importaciones y exportaciones.

**Unión Aduanera:** a la eliminación de aranceles y restricciones no arancelarias intrazona, se agrega la fijación de un arancel externo común y la coordinación de las políticas comerciales, sectoriales y macroeconómicas. El Mercosur se encuentra actualmente más encuadrado en este nivel de integración (Unión Aduanera Imperfecta).

7

## DIRECCIONES ÚTILES

### Dirección General de Comercio Exterior

Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires

Dirección: Villarino 2498.

Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Tel: 54 11 4126-2977

Página Web: [www.comex.mdebuenosaires.gov.ar](http://www.comex.mdebuenosaires.gov.ar)

### Dirección General de Aduanas

Dirección: Azopardo 350 Buenos Aires, Argentina

Tel: 4338-6400

Página Web: [www.afip.com.ar](http://www.afip.com.ar)

### Dirección de Artes Visuales, dependiente de la Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación

Dirección: Alsina 1169, Piso 1º, Ciudad de Buenos Aires.

Tel: 4381-6656

E-mail: [artesvisuales@cultura.gov.ar](mailto:artesvisuales@cultura.gov.ar)

Página Web: [www.cultura.gov.ar](http://www.cultura.gov.ar)

### Fundación Export.Ar

Dirección: Paraguay 864

Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Tel: 54 11 4315 4841

E-mail: [exportar@mrecic.gov.ar](mailto:exportar@mrecic.gov.ar)

Página Web: [www.exportar.org.ar](http://www.exportar.org.ar)

### Fundación Standard Bank – Área Cultura

Dirección: Riobamba 1276 - Buenos Aires

4820-3993 / 4811-1305

E-mail: [cultura@fstb.com.ar](mailto:cultura@fstb.com.ar)

Página Web: [www.fstandardbank.com.ar](http://www.fstandardbank.com.ar)

### Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto

Dirección: Esmeralda 1212 Buenos Aires, Argentina

Tel: 4819-7000 (conmutador)

Página Web: [www.mrecic.gov.ar](http://www.mrecic.gov.ar)

#### Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional

Dirección: Paseo Colón 185 Buenos Aires, Argentina

Tel: 4349-5325/5323

Fax: 4349-5413

Página Web: [www.sepyme.gov.ar](http://www.sepyme.gov.ar)

#### Asociación de Importadores y Exportadores de la República Argentina ( A.I.E.R.A.)

Dirección: Av. Belgrano 124 Piso 1º (1092) - Buenos Aires, Argentina

Tel.: 4342-0010/0019

Fax: 4342-1312

E- Mail: [aiera@aiera.org.ar](mailto:aiera@aiera.org.ar)

Página Web: [www.aiera.org.ar](http://www.aiera.org.ar)

#### Bairexport – La Red de Exportadores de Buenos Aires

Dirección: Chacabuco 869 2ºF

Tel: 5411 4362- 2091/2097

E-Mail: [info@bairexport.com](mailto:info@bairexport.com)

Página Web: [www.bairexport.com](http://www.bairexport.com)

#### Cámara Argentina de Comercio

Dirección: Av. Leandro N. Alem 36 Piso 8º

Tel.:5300-9000 Fax.: 5300-9058

E-Mail: [infocomex@cac.com.ar](mailto:infocomex@cac.com.ar)

Página Web: [www.cac.com.ar](http://www.cac.com.ar)

#### Cámara de Exportadores de la Republica Argentina

Dirección: Av. Roque Sáenz Peña 740, Piso 1º C1035AAP

Tel: 5411 4394-4482 (líneas rotativas)

E-mail: [contacto@cera.org.ar](mailto:contacto@cera.org.ar)

Página Web: [www.cera.org.ar](http://www.cera.org.ar)

#### Cámara de Importadores de la República Argentina (CIRA)

Dirección: Belgrano 427 Piso 7º (1092) - Buenos Aires, Argentina

Tel./Fax: 4342-0523

E-Mail: [cira@cira.org.ar](mailto:cira@cira.org.ar)

Página Web: [www.cira.org.ar](http://www.cira.org.ar)

#### Agradecimientos

Se agradecen los aportes realizados por Estela Gismero Totha, Directora de la Galería Del Infinito Arte; Gachi Prieto, Vicepresidente de la Asociación Galerías Argentinas de Arte Contemporáneo (GALAAC) y Directora de Gachi Prieto Gallery y al Arq. Andrés Dupart, Director de Artes Visuales. Asimismo la colaboración de Agustina Punte del área de Cultura de la Fundación Standard Bank, por sus aportes para la realización de esta Guía.



## SECTOR OBRAS DE ARTE

### CAPITULO 97 – Objetos de arte o colección y antigüedades

Este informe fue elaborado debido a que en los últimos años el rubro ha conseguido colocarse en mercados exigentes y de alto poder adquisitivo, con una potencialidad muy interesante para desplegar, demostrando que es un sector a considerar seriamente por los ingresos que genera al país.

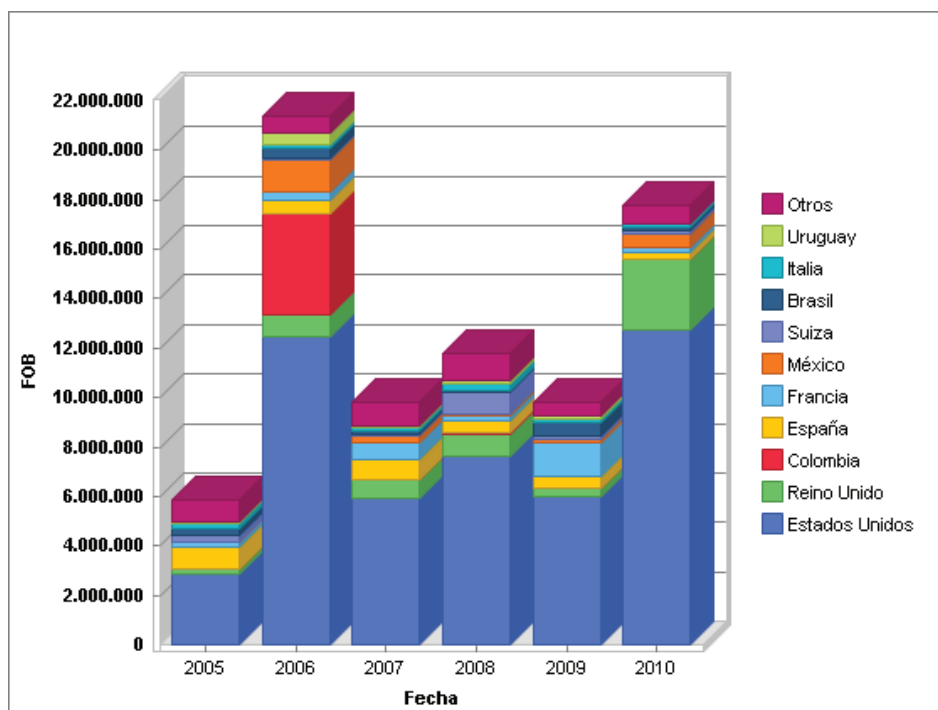
A lo largo del informe analizaremos las evoluciones que han tenido cada una de las partidas arancelarias que forman parte de este capítulo a fin de observar cada sección en particular.

Cabe mencionar que en el año 2006 las exportaciones del capítulo 97 referente a objetos de arte o colección y antigüedades superaron el record histórico a casi 22 millones de dólares tratando de alcanzar esos valores en la actualidad hasta los 10 primeros meses de este año.

Entre los destinos más destacados se encuentran Estados Unidos, Uruguay, Italia, Brasil, Suiza, México, Francia, España, Colombia y Reino Unido

Estos indicadores demuestran que dada la recuperación del sector a partir del notable incremento de las exportaciones y su posicionamiento como sector relevante dentro de la economía de la ciudad, existe un importante potencial a desarrollar con lo cual se justifica la puesta en marcha de acciones conjuntas para la promoción y expansión del sector.

Se podrá observar en el siguiente gráfico las exportaciones del rubro en montos FOB y sus respectivos destinos.



Fuente: Elaboración Propia con datos extraídos de NOSIS S.A.

## EXPORTACIONES DE ARGENTINA POR AÑO POR PRINCIPALES SUBPARTIDAS ARANCELARIAS

Los envíos de objetos de arte al exterior han aumentado notablemente en los últimos años pudiendo ver en detalles las posiciones de mayor interés que quedan reflejadas en el cuadro siguiente.

A pesar de tratarse de exportaciones en las que se deberá cumplir con ciertas formalidades y particularidades ajenas a las exportaciones tradicionales, en los últimos años Buenos Aires empezó a posicionarse como un destino novedoso que aloja obras de arte de un gran valor diferencial por su importante atractivo pictórico y por los favorables precios respecto a otros mercados.

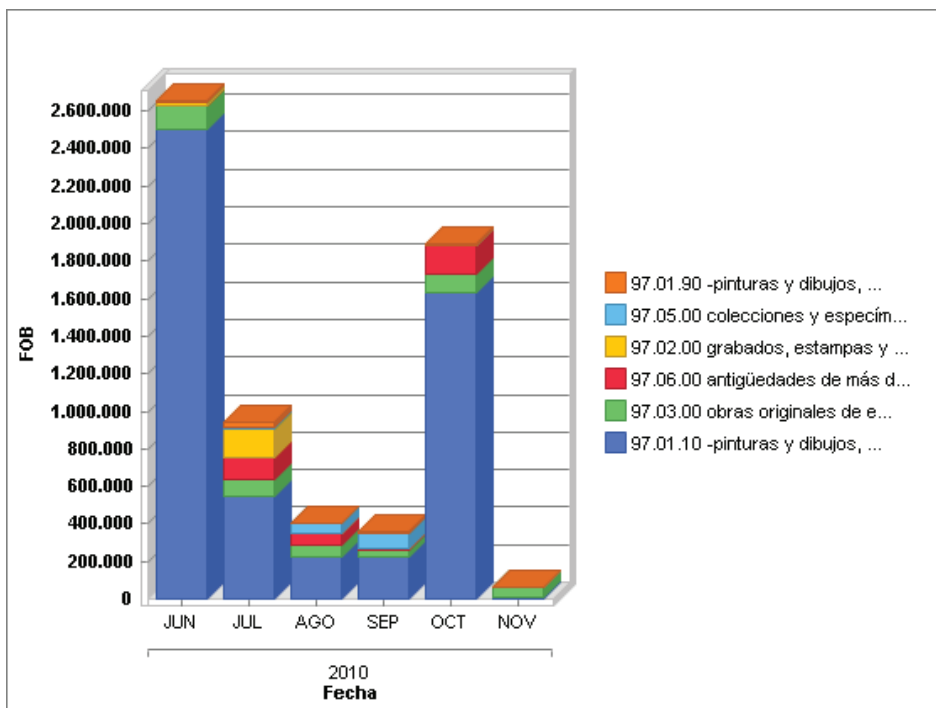
Cuadro de precios FOB por años de las 7 mayores Posiciones (Subpartidas) que se comercializan al exterior

Posiciones (Subpartidas)	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Argentina Exportaciones						
97.01.10 -pinturas y dibujos, hechos totalmente a mano, excepto los dibujos de la partida 49.06 y artículos manufacturados decorados a mano; collages y cuadros similares.pinturas y dibujos	3.684.343	14.516.376	7.291.545	6.205.819	5.587.156	15.406.867
97.03.00 obras originales de estatuaria o escultura, de cualquier materia.	1.031.829	1.533.341	1.059.006	2.495.773	2.402.214	1.072.546
97.01.90 -pinturas y dibujos, hechos totalmente a mano, excepto los dibujos de la partida 49.06 y artículos manufacturados decorados a mano; collages y cuadros similares.los demás	102.488	3.716.156	539.375	676.413	794.287	153.179
97.06.00 antigüedades de más de cien años.	539.467	1.126.995	422.127	740.856	480.146	667.087
97.05.00 colecciones y especímenes para colecciones de zoología, botánica, mineralogía o anatomía o que tengan interes histórico, arqueológico, paleontológico, etnográfico o numismático.	208.609	424.111	394.021	609.626	493.555	295.940
97.02.00 grabados, estampas y litografías originales.	263.563	56.191	94.997	1.053.339	63.512	175.664
Subtotal	5.830.299	21.373.169	9.801.071	11.781.826	9.820.870	17.771.283
Total	5.830.299	21.373.169	9.801.071	11.781.826	9.820.870	17.771.283

La evolución anual de las exportaciones alcanzó un crecimiento promedio del 17% desde el 2005 hasta la actualidad, lo que demuestra que el arte argentino se está colocando en un lugar cada vez más destacado en el mercado internacional, convirtiéndose en un sector altamente fructífero para la economía de la Ciudad de Buenos Aires.

A continuación analizaremos los productos y los destinos más relevantes de cada partida.

### 9701 – 9706 - EXPORTACIONES DE ARGENTINA EN LOS ÚLTIMOS 6 MESES



#### POSICIÓN ARANCELARIA 9701:

PINTURAS Y DIBUJOS, HECHOS TOTALMENTE A MANO, EXCEPTO LOS DIBUJOS DE LA PARTIDA 49.06 Y ARTÍCULOS MANUFACTURADOS DECORADOS A MANO; COLLAGES Y CUADROS SIMILARES.

Luego de un moderado incremento entre el 2003 y el 2005, se produjo el punto más alto de exportaciones de esta partida en el año 2006, donde se vió una suba de casi el 30% con respecto al año anterior.

Es posible destacar que considernado los datos obtenidos hasta Septiembre de este año, el 2010 tendrá el segundo pico más fuerte de los últimos 7 años, con exportaciones por USD 13.638.996, lo que representa una proyección más que favorable para los artículos comprendidos en esta posición, como se puede observar en el próximo gráfico.

EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES - PARTIDA ARANCELARIA 9701  
 En dólares FOB. Argentina. Años 2003-2010

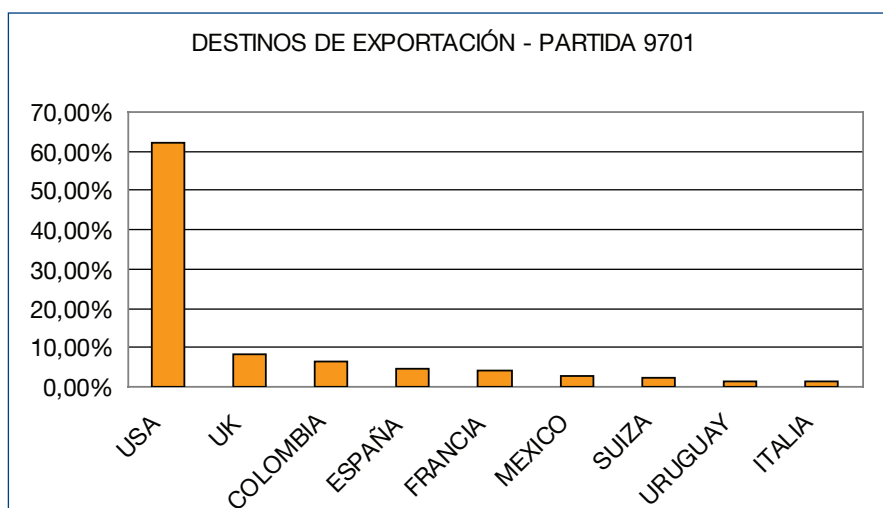


Fuente: Elaboración Propia con datos extraídos de NOSIS S.A.

Con referencia a los destinos de las exportaciones, el principal receptor de arte argentino del período analizado es Estados Unidos, superando el 60% de las exportaciones de ese sector, seguido por Reino Unido en menor escala, que representa el 8.18% de las mismas. Estos datos se podrán observar en el gráfico siguiente.

Dentro del plano Latinoamericano, el principal país importador de estos productos es Uruguay, destino al que se exportarán USD 1.001.239,94 en pinturas y dibujos, constituyendo el 1.61% del mercado exportador.

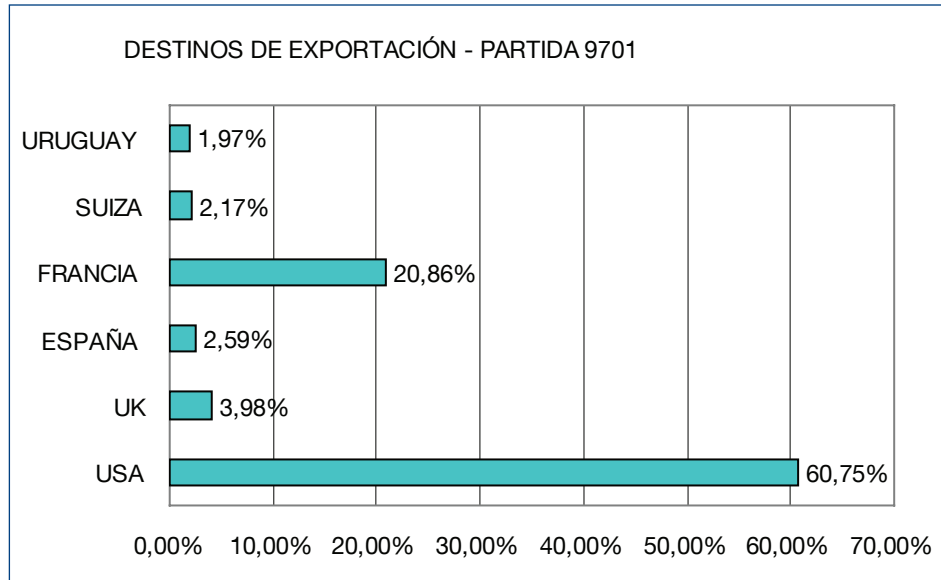
PRINCIPALES DESTINOS - PARTIDA ARANCELARIA 9701  
 AÑOS 2003 - 2010



Fuente: Elaboración Propia con datos extraídos de NOSIS S.A.

Sin embargo, este hecho varía levemente cuando estudiamos individualmente el período 2009, como se observa en el gráfico que veremos a continuación, donde el principal importador continúa siendo Estados Unidos, pero vemos que Francia se posiciona en segundo lugar como receptor de arte argentino por USD 1.331.350,96, representando el 21% de las exportaciones.

PRINCIPALES DESTINOS - PARTIDA ARANCELARIA 9701  
AÑOS 2009



Fuente: Elaboración Propia con datos extraídos de NOSIS S.A.

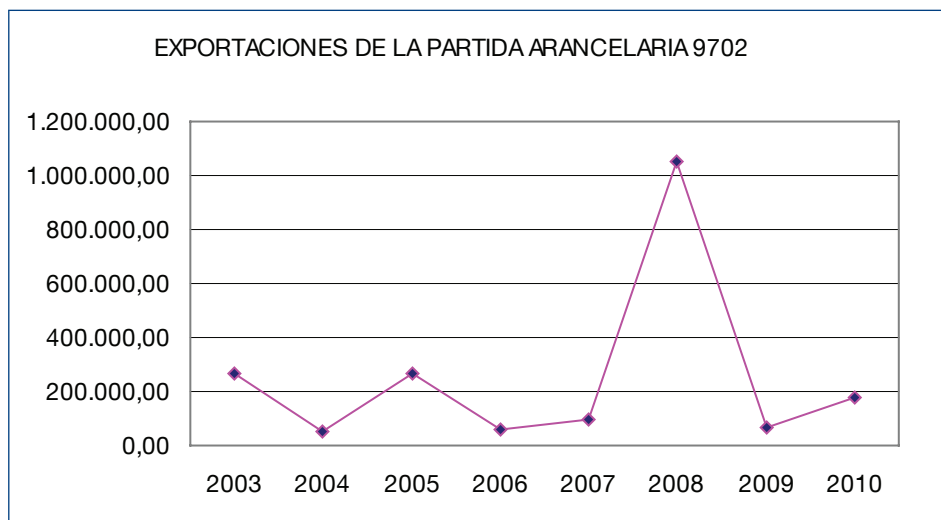
POSICIÓN ARANCELARIA 9702:  
GRABADOS, ESTAMPAS Y LITOGRAFÍAS ORIGINALES

Luego de años con leves altibajos, la exportación de grabados, estampas y litografías alcanzó su punto máximo en el 2008 con un FOB total de USD 1.053.338. Sin embargo, dada la crisis que afectó mundialmente en el 2009, este sector se vió fuertemente retraído en un 93%.

Actualmente podemos observar que en los primeros 10 meses del 2010 este sector se fue recuperando hasta alcanzar un total FOB de exportaciones por USD 175.664, representando una suba del 6%

EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES - PARTIDA ARANCELARIA 9702

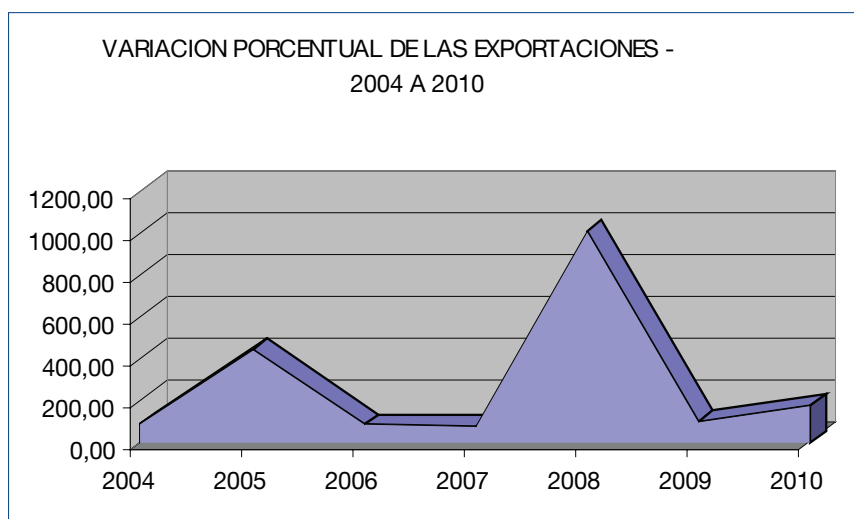
En dólares FOB. Argentina. Años 2003-2010



Fuente: Elaboración Propia con datos extraídos de NOSIS S.A.

VARIACIÓN PERCENTUAL - PARTIDA ARANCELARIA 9702

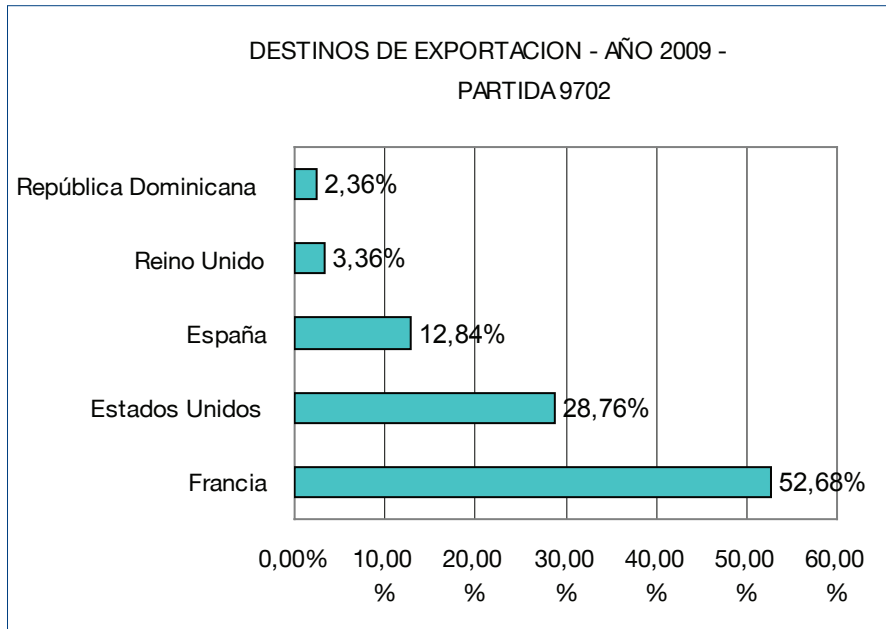
Años 2003-2010



Fuente: Elaboración Propia con datos extraídos de NOSIS S.A.

A diferencia de lo que ocurre con las exportaciones de pinturas u obras de escultura donde el destino por excelencia es Estados Unidos, en el 2009 el principal receptor de ésta partida arancelaria fue Francia, constituyendo el 52% del mercado, seguido por Estados Unidos y España con el 29% y 12% respectivamente.

PRINCIPALES DESTINOS - PARTIDA ARANCELARIA 9702  
Años 2009

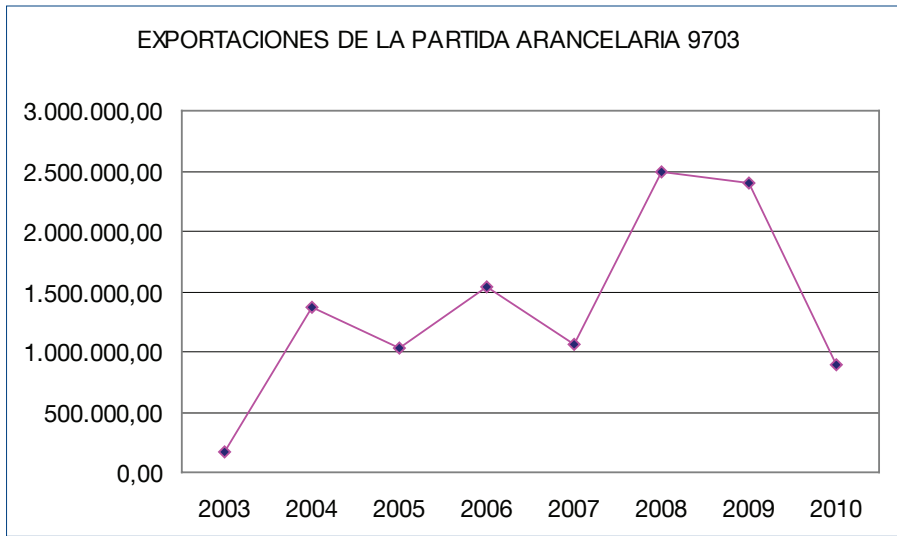


Fuente: Elaboración Propia con datos extraídos de NOSIS S.A.

**POSICIÓN ARANCELARIA 9703:  
OBRAS ORIGINALES DE ESTATUARIA O ESCULTURA, DE CUALQUIER MATERIAL**

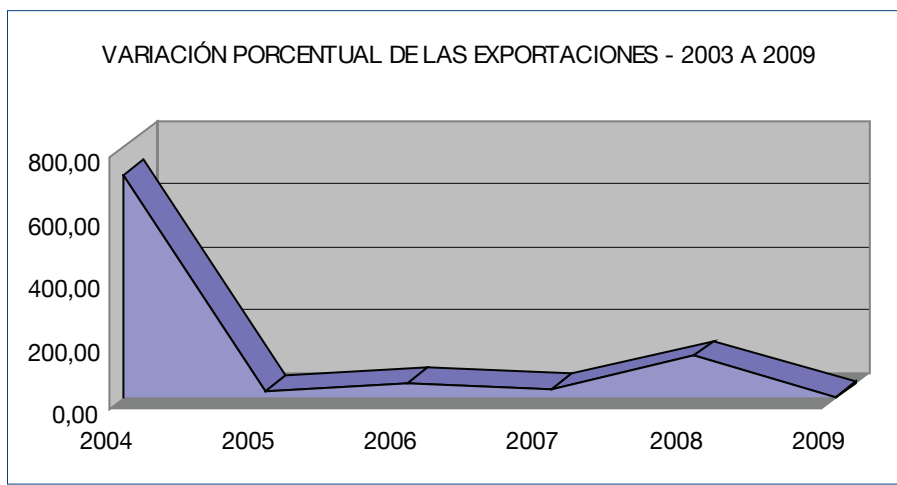
En el caso de la partida referida a obras originales de estatuaria o escultura podemos observar que uno de los años que tuvo mayor implicancia en las exportaciones de esta posición arancelaria fue el 2004 constituidas por un total USD 1.369.283. Hecho que no se pudo mantener al año siguiente ya que los envíos al exterior disminuyeron en un 25%, tal como se puede ver en el consecutivo gráfico. En cuanto a los años subsiguientes se puede distinguir que se mantuvieron estables hasta el 2008 que resurgió con un incremento en sus exportaciones de un 135%, estableciéndose como el segundo pico más destacado del período 2003-2010.

**EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES - PARTIDA ARANCELARIA 9703**  
En dólares FOB. Argentina. Años 2003-2010



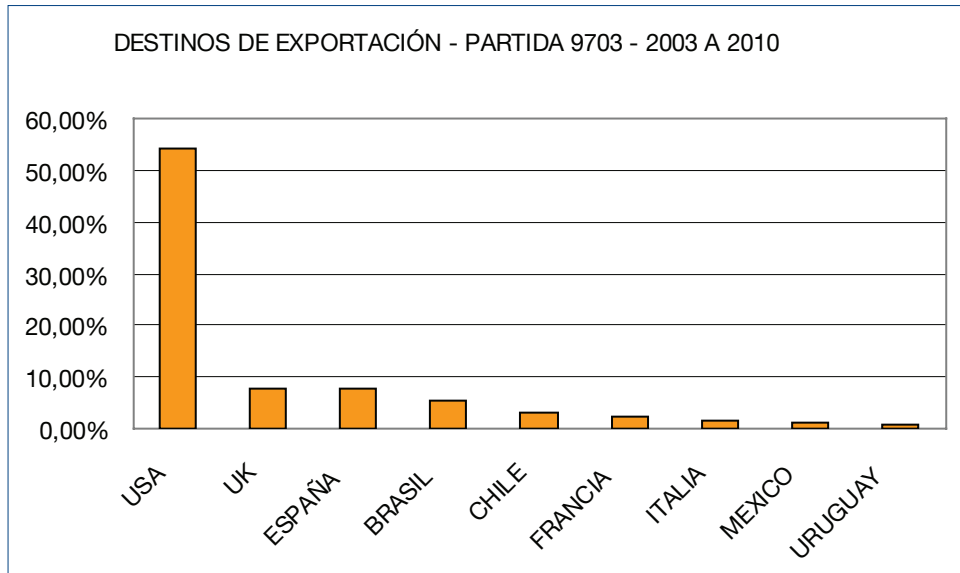
Fuente: Elaboración Propia con datos extraídos de NOSIS S.A.

**VARIACIÓN PORCENTUAL - PARTIDA ARANCELARIA 9703**  
Años 2003-2010



Como también se podía observar en las exportaciones de la partida 9701, el principal importador de arte argentino es Estados Unidos con el 54% de los envíos al exterior destinados a ellos, seguido por Reino Unido y España con el 7.90% y 7.68% respectivamente. Continuando con esta comparación surgida de la partida 9701, para las obras de estatuaria o escultura, países Latinoamericanos como Brasil, Chile o México cobran importancia al momento de analizarlos como receptores para esta clase de operaciones ya que entre los tres importaron obras por más de USD 1.000.000.

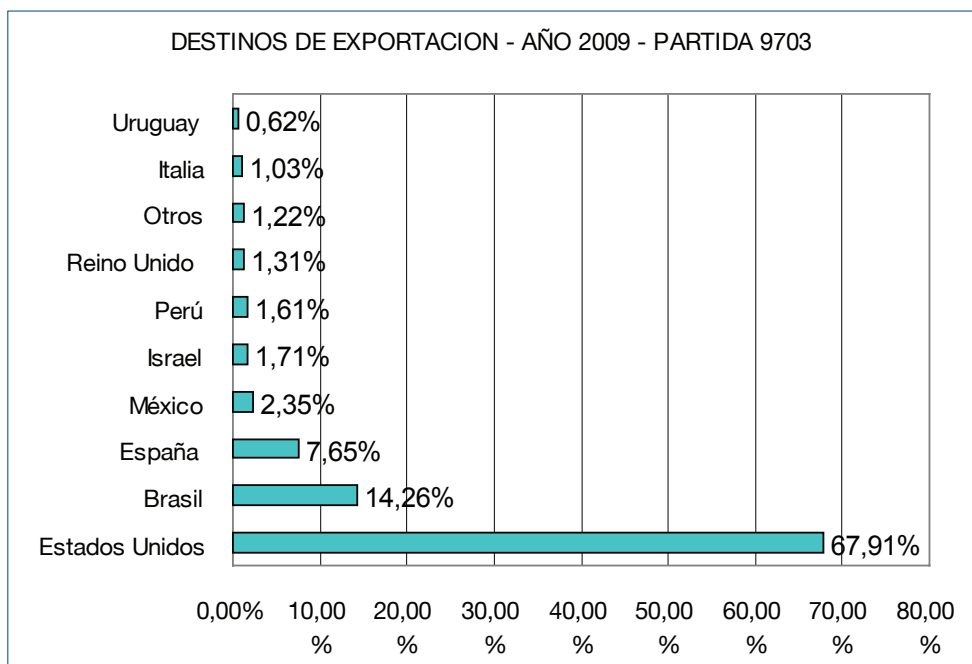
PRINCIPALES DESTINOS - PARTIDA ARANCELARIA 903  
Años 2003-2010



Fuente: Elaboración Propia con datos extraídos de NOSIS S.A.

En cuanto al estudio segmentado del año 2009, como se observa en el próximo gráfico, Estados Unidos continúa posicionado como primer destino exportable, seguido por Brasil con el 14% y España con el 8%. Del examen del gráfico anterior y el siguiente, surge que Reino Unido disminuyó llamativamente su participación en el mercado de este sector, pasando de ser el segundo destino de estas operaciones a ocupar el séptimo lugar en el 2009.

PRINCIPALES DESTINOS - PARTIDA ARANCELARIA 9703  
Años 2009



Fuente: Elaboración Propia con datos extraídos de NOSIS S.A.

**POSICIÓN ARANCELARIA 9704:**

SELLOS (ESTAMPILLAS) DE CORREO, TIMBRES FISCALES, MARCAS POSTALES, SOBRE PRIMER DIA, ENTEROS POSTABLES, DEMAS ARTICULOS FRANQUEADOS Y ANALOGOS, INCLUSO OBLITERADOS, EXCEPTO LOS ARTICULOS DE LA PARTIDA 49.07

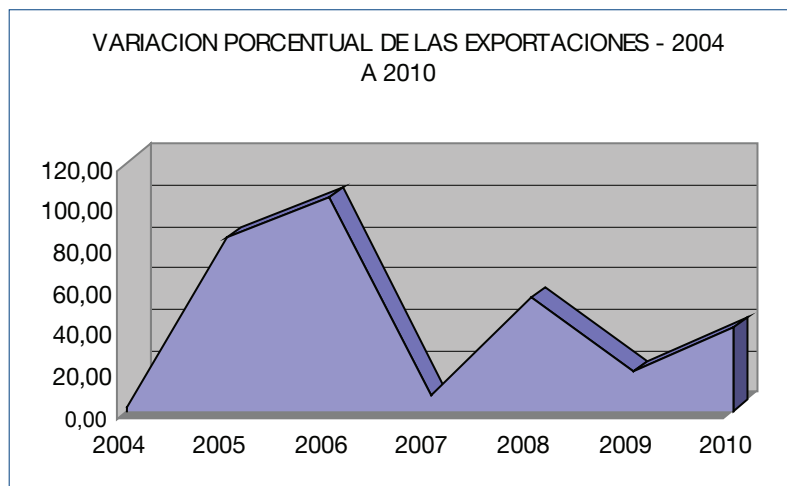
Esta partida no presenta operaciones realizadas al exterior.

**POSICIÓN ARANCELARIA 9705:**

COLECCIONES Y ESPECIMENES PARA COLECCIONES DE ZOOLOGIA, BOTANICA, MINERALOGIA O ANATOMIA O QUE TENGAN INTERES HISTORICO, ARQUEOLOGICO, PALEONTOLOGICO, ETNOGRAFICO O NUMISMATICO.

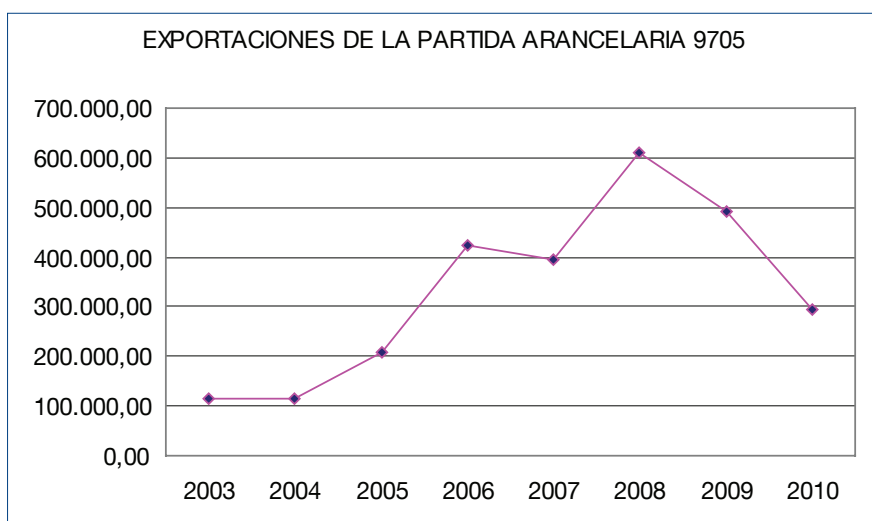
En este caso de dicha partida podemos notar un importante decrecimiento en la actualidad donde podremos destacar que en los años 2005 y 2006 se logró un importante pico de crecimiento.

**PARTIDA 9705 VARIACIONES DEL AÑO 2004 AL 2010**



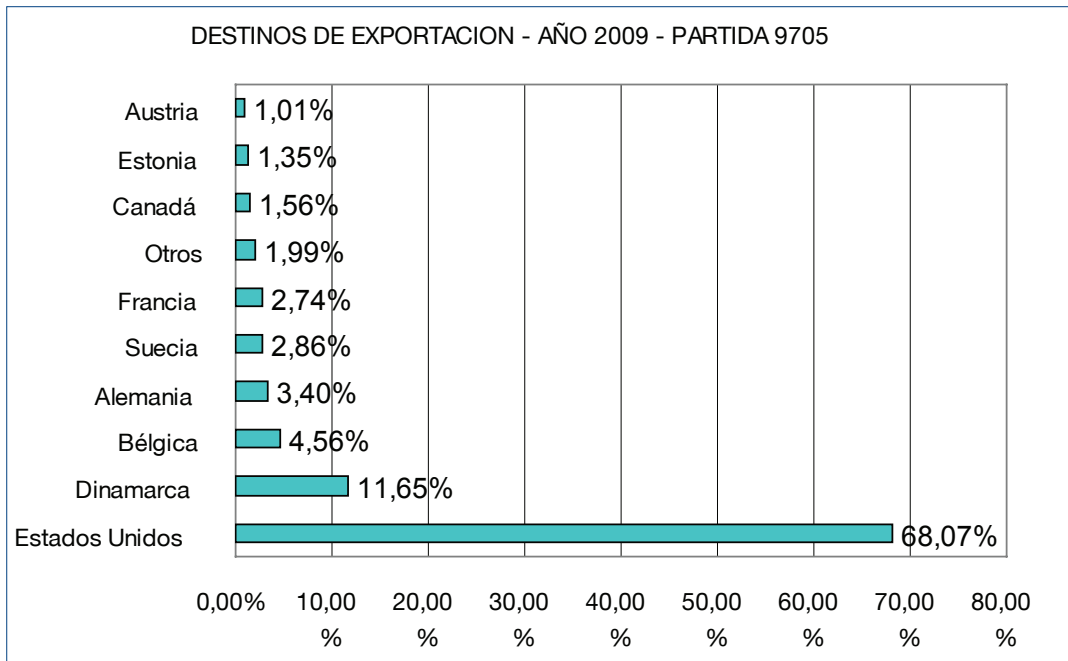
Fuente: Elaboración Propia con datos extraídos de NOSIS S.A.

**PARTIDA 9705 EXPORTACIONES EN MOTOS FOB DEL 2003 AL 2010**



Fuente: Elaboración Propia con datos extraídos de NOSIS S.A.

PRINCIPALES DESTINOS - PARTIDA ARANCELARIA 9705  
Año 2009

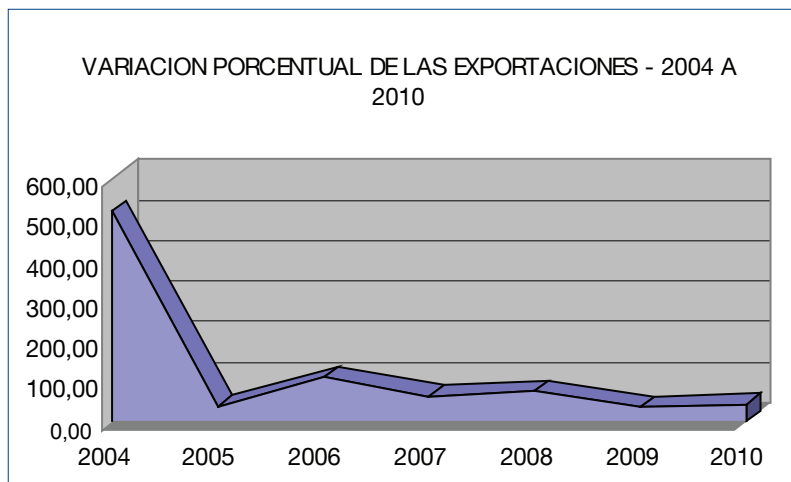


Fuente: Elaboración Propia con datos extraídos de NOSIS S.A.

POSICIÓN ARANCELARIA 9706:  
ANTIGUEDADES DE MAS DE CIEN AÑOS.

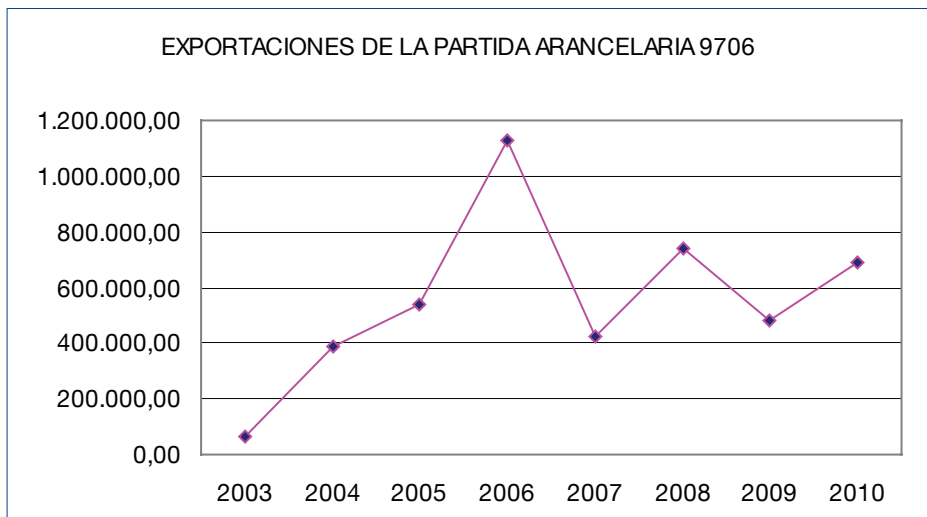
Al igual que la partida anterior seguimos observando un decrecimiento en relación con el año 2004 pero manteniendose estable en los últimos años.

PARTIDA 9706 VARIACIONES DEL AÑO 2004 AL 2010



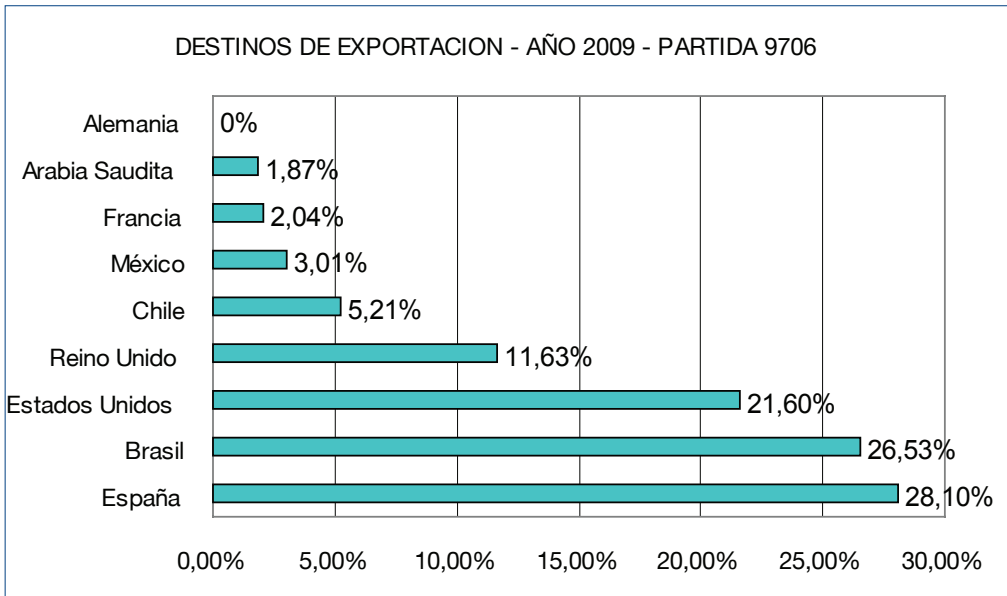
Fuente: Elaboración Propia con datos extraídos de NOSIS S.A.

PARTIDA 9706 EXPORTACIONES EN MONTOS FOB DEL 2003 AL 2010



Fuente: Elaboración Propia con datos extraídos de NOSIS S.A.

PRINCIPALES DESTINOS - PARTIDA ARANCELARIA 9706  
AÑO 2009



Fuente: Elaboración Propia con datos extraídos de NOSIS S.A.

## **Equipo Observatorio de Comercio Internacional**

### **Codirectores**

Enrique Avogadro

Paulina Seivach

## **Dirección General de Comercio Exterior**

### **Equipo**

Virginia Laura Fredes

Gastón Marando

Juan Ignacio Pérez Sampallo

Gisela Sciorto

Myriam Tévez

Fernando Balaguer

Matías Figliozzi

Cristofer Saavedra

Samanta Nicodemo

Javier Vilá

### **Comunicación y Prensa**

José María Nemesio

### **Diseño Gráfico**

Diego Vertedor

## **Centro de Estudios para el Desarrollo Económico Metropolitano**

Pablo Perelman

Paulina Seivach

Guadalupe Gil Paricio



**Buenos Aires Ciudad**