

Fecha: 01-02-2026
Medio: El Mercurio
Supl.: El Mercurio - Cuerpo B
Tipo: Noticia general
Título: Guillermo Lorca: ventas récord de un chileno en el mercado más exclusivo del arte mundial

Pág.: 8
Cm2: 669,2
VPE: \$ 8.790.571

Tiraje: 126.654
Lectoría: 320.543
Favorabilidad: ☐ No Definida

Guillermo Lorca: ventas récord de un chileno en el mercado más exclusivo del arte mundial

• GUILLERMO V. ACEVEDO

Sus obras circulan en bienales y exposiciones en museos del mundo, o en casas de coleccionistas que han adquirido sus cuadros de gran formato por hasta US\$ 350.000, y que lo consagran como el artista chileno con mayores ventas en la actualidad. Guillermo Lorca cumplió 41 años, pero desde el inicio de su carrera la enfocó como un proyecto empresarial, asegura.

El precio de una obra es entendido como un hito estratégico, más que como ingreso neto: "Es mucho, pero no me llega todo eso", dice el pintor entre risas. Los impuestos y comisiones de galerías reducen significativamente lo que recibe el artista, pero reconoce haber roto un "techo de cristal" que pocos superan y ahora va en busca de una nueva esfera, una donde habitan artistas cuyas obras han superado el millón de dólares, y que en Chile solo han alcanzado pintores como Roberto Matta, Mario Carreño y Claudio Bravo.

En diciembre llegó a Chile luego de su exposición en Bulgaria para pasar las fiestas de fin de año, y recibió a "El Mercurio" en el departamento de su madre en Santiago, un espacio transformado en una galería con obras de su hijo en distintas etapas de su juventud e infancia.

Cuenta que durante el año circula entre las casas-taller que habita en ciudades como Barcelona, Seúl o Santiago. Viaja para exponer en ferias, para reuniones con coleccionistas o con museos, todo para "concretar relaciones que a la larga se pueden convertir en ventas, porque debes insertarte en las redes del arte, que es un mundo muy chico", dice.

Estudió arte en la Universidad Católica, y luego se fue a Noruega al estudio del artista Odd Nerdrum a aprender desde la práctica.

Pero con el talento no basta. Para escalar, "siempre se necesita de

uno mismo pujando. Siempre hay que salir a buscar. No sé cuál es el punto en el que uno solo dice sí o no a propuestas que llegan". Hoy debe liderar por sí mismo funciones como el marketing, redes, la narrativa y el posicionamiento.

El negocio del arte

Su equipo lo componen principalmente familiares, además de diseñadores, gestores de logística o *dealers* que comercializan sus obras en diferentes regiones del mundo.

Su mercado son mayormente los coleccionistas, o personas de alto patrimonio que compran arte por primera vez, aunque también museos.

—Considerando esa autogestión, ¿te consideras además un emprendedor?

"Sí, hay mucho de eso. Es verdad que en un punto necesitas gente, porque hay cosas que uno no puede manejar, pero el impulso general, el plan, o tu sueño nadie lo va a resolver por ti. Y es que uno no puede esperar milagro, tienes que ir e intentar hacerlo por tu propia cuenta.

En algún momento pensaba que las galerías grandes podían resolvertelo mágicamente, la verdad es que no. Tú eres el que tiene que proponer y hacer gran parte del *marketing*. Fue desilusionante, un golpe de realidad".

—¿Dirías que has alcanzado el éxito comercial?

"Sí hay un éxito comercial, eso es indudable. Pero el máximo potencial de mi éxito todavía no, yo creo que puedo llegar a bastante más.

Me queda por romper un par de techos de cristal. Cada vez que llegas a ese nivel se rompe un techo pero te encuentras con otro, una escala que significa una subida fuerte y me falta superar el siguiente".

—La venta de un cuadro tuyo supera los US\$ 300.000, ¿cómo se define el precio?

"No son precios finales.



Las obras de gran formato de Guillermo Lorca se han vendido hasta por US\$ 350.000.

Luego de los impuestos del país, más la comisión de los galeristas te llega bastante menos. Pero lo importante es llegar al hito, eso es lo interesante, no es fácil llegar a ese precio.

Y el valor también es subjetivo, lo que la persona quiere pagar en el momento en que lo estás vendiendo y mis propias necesidades, cuándo necesito venderlo o por cuánto estoy dispuesto a soltarlo".

—¿Qué tan clave ha sido rodearse de asesores comerciales o financieros en su carrera?

"Es clave. A veces uno se encuentra por suerte o forzándolo con las personas adecuadas y eso es importante y abre puertas.

No he necesitado asesores financieros, pero soy bien curioso, entonces leo un poco de economía y tengo educación financiera, ahora, eso en ningún punto me da ningún *expertise* para, por ejemplo, invertir seriamente".

—¿Es muy volátil es el ingreso de los artistas?

"Funciona como una empresa. Una empresa también puede ser volátil, además en ese caso puede ser más complejo, porque mis costos son mucho más manejables y es más fácil mantenerlos a raya. Normalmente uno puede pasar un año de vacas flacas sin mayor conflicto.

No puedes esperar que te paguen mensual ni puedes proyectar tan simple lo que vas a tener el próximo mes. Yo hago más bien proyecciones anuales, pero no lo encuentro tan inestable".

—¿Hacerse un nombre importa?

"Sí, lógico, es lo que más importa. Ahora, si la obra en sí misma es interesante, va a mantener mejor el valor. La marca (nombre del artista) siempre te da un desde y sujeta el valor. Los precios pueden fluctuar por muchos factores pero la idea es que el valor de las cosas se sujete, y eso es lo que a mí me interesa, ahí pongo mi esfuerzo y el cariño en las cosas que hago.

En general todos los míos (cuadros) han subido de valor y en ese sentido ha sido bueno para los coleccionistas".

—¿En qué punto se hace necesario irse de Chile?

"Para el mercado internacional, mientras antes, mejor. Pero en Chile también tiene su mercado y a uno le puede ir bien en eso, todo depende de las ambiciones personales".

—¿Qué cambio en políticas públicas podría fortalecer la industria artística?

"Para empezar habría que reordenar el museo de Bellas Artes y no tenerlo pareado con el MAC, es un insulto. Viene de cuando el MAC era la Escuela de Bellas Artes y estaba manejado por la U. de Chile, tenía lógica en el siglo pasado, pero en la práctica tienen diferentes administraciones, todavía está tomado por la universidad que tiene su propia agenda política.

Si el Bellas Artes se volviera más fuerte y con más espacio, podría exponer más artistas chilenos. Cuando expuse allí esperaba que la muestra tuviera alguna repercusión, pero nada, no hay una asociación con sus pares de Argentina, Brasil o México, donde de alguna manera 'rebote' lo que está pasando en el arte chileno".



Guillermo Lorca García-Huidobro, pintor chileno.