

05

CUADERNOS
ARTE Y
MECENAZGO

EL MERCADO ESPAÑOL DEL ARTE EN 2017

Dra. CLARE McANDREW
Arts Economics



Fundación Bancaria "la Caixa"

05

**CUADERNOS
ARTE Y
MECENAZGO**

EL MERCADO ESPAÑOL DEL ARTE EN 2017

CLARE McANDREW

Edita

Fundación Bancaria "la Caixa"
Av. Diagonal, 621 – 08028 Barcelona

Edición digital

www.mercadoespañoldelarte.org

**Patronato de la
Fundación Bancaria
"la Caixa"**

Presidente

Isidro Fainé Casas

Vicepresidente

Juan José López Burniol

Patronos

Antonio Aguilera Rodríguez
Salvador Alemany Mas
César Alierta Izuel
Shlomo Ben Ami
M^a Carmen Bruach Galián
Josefina Castellví Piulachs
Eugenio Gay Montalvo
Javier Godó Muntañola
Francesc Homs Ferret
Jaime Lanaspá Gatnau
Juan José López Burniol
Asunción Ortega Enciso
Javier Solana Madariaga

Secretario (no miembro)

Óscar Calderón de Oya

Director General de la Fundación Bancaria "la Caixa"

Jaume Giró Ribas

Directora General Adjunta de la Fundación Bancaria "la Caixa"

Elisa Durán Montolio

ÍNDICE

Prólogo 5
Agradecimientos 7
Datos principales 9

01 EL MERCADO ESPAÑOL DEL ARTE 2014 = 2016 11

Ventas del mercado español del arte 11
El comercio internacional de arte en España 17
Importaciones 17
Exportaciones 20

02 EL SECTOR ESPAÑOL DE GALERÍAS 25

Ventas en galerías 26
Márgenes de las galerías 28
Precios en el sector de las galerías 30
Canales de ventas 32
Fuentes de suministro y fondos 36
Compradores de arte 40

03 SECTOR DEL MERCADO PRIMARIO EN ESPAÑA 45

El mercado primario frente al mercado secundario del arte 45
Ventas en el mercado primario 47
Precios en el mercado primario 49
Canales de ventas 50
Fuentes de suministro y fondos 51
Compradores en el mercado primario 54
Artistas representados por galerías del mercado primario 55
Exposiciones 60
Otras funciones de las galerías en el mercado primario 66

04 EL SECTOR DE SUBASTAS ESPAÑOL 73

Ventas en subastas 73
Canales de ventas y depósito 74
Compradores en el sector de las subastas 76
Ventas de bellas artes en subastas en España 78
Ventas de artistas españoles 84

05 IMPACTO ECONÓMICO Y CONCLUSIONES 89

Empleo en el mercado del arte 89
Empleo en el sector de las galerías 89
Empleo en el sector de las subastas 92
Otros empleos culturales 93
Impacto en servicios secundarios 96
Contribuciones fiscales 98
Conclusiones 100

Apéndice: fuentes de datos 109

Promover el acceso a la cultura y al conocimiento es una de las líneas de actuación de la Fundación Bancaria "la Caixa", que se concreta en una amplia propuesta de exposiciones y programas públicos como conferencias, talleres, conciertos y proyecciones puestos a disposición de la sociedad en los centros CaixaForum.

La apuesta cultural de la entidad se complementa con la construcción de un patrimonio artístico único en nuestro país, a partir de la Colección "la Caixa" de Arte Contemporáneo internacional.

Con motivo de sus más de 30 años al servicio del arte contemporáneo, un grupo de expertos identificó como rasgos más significativos de la Colección su carácter pionero, concepto clave de la filantropía; el haber tenido y seguir teniendo una enorme importancia en la escena artística de España y caracterizarse por una inusual estabilidad; una voluntad de colaboración y una fuerte responsabilidad hacia la conservación; y la creación de nuestro patrimonio.

Estos valores son fruto de la responsabilidad y del compromiso institucional que renovamos anualmente con la mirada puesta en aquello que pueda tener mayor impacto. Por ello, tras consolidar el programa cultural y la colección de arte, se decidió apostar también por el fomento del mecenazgo como expresión de participación social en fines de interés gene-

ral. Estamos convencidos de que el impulso de cualquier actuación tendrá mayor alcance si logramos ampliar la implicación social tanto de las instituciones como de las personas.

El desarrollo del mecenazgo en el ámbito artístico depende del fortalecimiento de todos los eslabones de la cadena de vínculos y complicidades que lo forman. El análisis del mercado del arte, contexto del coleccionismo, nos ha permitido contribuir al conocimiento de un sector profesional fundamental y analizar las acciones que deben emprenderse para su impulso. Desde que en 2012 aportáramos el primero de estos estudios, hemos cumplido con nuestro objetivo de generar un corpus de conocimiento de referencia al que se han sumado aproximaciones desde otras perspectivas.

El mercado español del arte en 2017, quinto Cuaderno Arte y Mecenazgo, que ahora presentamos, ha contado con la autoría experta de la Dra. Clare McAndrew, a quien agradecemos de nuevo su colaboración. Su profesionalidad es una referencia internacional indudable, así reconocida también por todas las galerías, las casas de subastas, los responsables de nuestras más prestigiosas ferias, los artistas y otros especialistas que se han brindado a compartir su experiencia para que este informe vea la luz. Nuestro más sincero agradecimiento a todos aquellos que han participado y lo han hecho posible.

Esta investigación sobre el mercado español del arte ha sido posible con el apoyo de la Fundación Bancaria “la Caixa”. Estoy muy agradecida a Mercedes Basso por dedicarme su tiempo y prestarme su apoyo en la coordinación del proyecto.

La información presentada en este estudio se basa en los datos compilados y analizados por Arts Economics a partir de varias fuentes. Una parte fundamental de la investigación fue la realización de una serie de encuestas en los sectores de las ventas y las subastas del mercado. Gracias de corazón a los galeristas, a las casas de subastas y a otros especialistas que participaron en las encuestas de la investigación, que han resultado imprescindibles para elaborar los contenidos de este informe.

Quiero mostrar también mi gratitud a todos aquellos que me concedieron un poco de su valioso tiempo y que, durante las entrevistas realizadas en 2016 y 2017, me facilitaron estadísticas de lo más útiles para la realización de este trabajo.

Me gustaría expresar mi especial agradecimiento a Marta Pérez Ibáñez e Isidro López-Aparicio por compartir conmigo su investigación, tan importante y completa, sobre la situación económica de los artistas españoles.

Muchas gracias también a Alessandra Loescher Montal por su gran ayuda y soporte para llevar a cabo esta investigación y preparar el informe.

DATOS PRINCIPALES

1. Las ventas del mercado español del arte en 2016 alcanzaron los 385 millones de euros, lo que supone un aumento del 7% anual. Tras dos años de crecimiento, el mercado ha aumentado su valor un 19% desde 2014 y un 42% desde 2009, cuando se situó en su punto más bajo de los últimos diez años.
2. En el año 2016, la cuota de España en el mercado global del arte en cuanto a valor era apenas inferior al 1% y representaba poco más del 2% del valor de las ventas de arte y antigüedades dentro de la UE.
3. Se estima que las ventas en el sector de las galerías alcanzaron los 310 millones de euros en 2016, lo cual representa un 80% del valor total del mercado. Esto supone un aumento del 11% en el valor interanual y su nivel más alto desde 2008.
4. Aunque las ventas se mantuvieron estables para las galerías que tenían una facturación anual de menos de 500.000 \$ (450.000 €), aquellas con ventas de más de 500.000 \$ vieron un aumento del 8% interanual.
5. España sigue siendo un mercado con un precio relativamente bajo en comparación con sus homólogos globales más grandes. En el sector de las galerías, la mediana de precios de 5.270 € fue aproximadamente la mitad de la mediana global comparable en 2016.
6. En el año 2016, la mayoría de las obras vendidas (el 63%) en las galerías españolas se vendieron por menos de 5.000 \$, frente al 36% de estas obras a nivel mundial, y solo un 1% tuvo precios superiores a 250.000 \$ (frente al 5% en todo el mundo).
7. El espacio de la galería fue el canal principal de venta para el sector de las galerías en 2016, el cual representó el 54% de sus ventas en cuanto a valor, frente al 58% en 2013, con un aumento de las ventas *on-line* y en las ferias.
8. Las ventas *on-line* representaron el 5% de las ventas de las galerías y han aumentado considerablemente desde 2013, cuando representaron un 1%. El 61% del valor de estas ventas en 2016 se realizaron a compradores nuevos.
9. Las ventas en ferias de arte representaron el 41% de las ventas de las galerías en 2016 (una subida desde el 35% de 2013). Las galerías asistieron, de media, a cinco ferias en 2016 (tres internacionales y dos nacionales) y fue en las citas internacionales donde se produjeron la mayoría de las ventas realizadas a través de este canal.
10. Según las estimaciones de las encuestas, las ventas en ferias han aumentado de 94,6 millones de euros a 127,2 millones de euros en 2016, lo que supone un aumento del 34%.
11. En 2016, se estima que las ventas en el mercado primario supusieron un 77% del valor total de las ventas en el sector español de las galerías, o unos 239 millones de euros.
12. A pesar de seguir siendo menor en valor, el promedio de ventas del mercado primario ha visto el mayor crecimiento en valor a lo largo del periodo de 2014 a 2016, con un incremento de las ventas del 50% frente al 18% del mercado secundario.

13. En 2016, se estima que las ventas del sector de las subastas alcanzaron un total de 74,9 millones de euros (entre subastas públicas, *on-line* y ventas privadas), con un descenso del 10% interanual, pero que se mantuvo relativamente estable en cuanto al número de ventas en 2014.
14. En 2016, en el mercado de subastas de bellas artes, casi la mitad de las ventas fueron de precios inferiores a 1.000 \$ (frente al 44% a nivel mundial). El 97% de los lotes se vendieron por menos de 50.000 \$, y solo muy pocos (menos de la mitad del 1%) se vendieron por un precio superior a 250.000 \$.
15. Dentro del mercado de subastas de bellas artes en España en 2016, el sector contemporáneo y de posguerra representó la participación del valor más alta con un 45%, pero el arte moderno representó el mayor volumen de transacciones, con un 38%.
16. En 2016, España fue un exportador neto de arte y antigüedades con un superávit comercial de 14 millones de euros.
17. Las importaciones de arte y antigüedades en España alcanzaron un valor ligeramente inferior a los 80 millones de euros en 2016, con un aumento del 20% interanual. Tras tres años de crecimiento, casi doblaron su nivel de 2013. A pesar de esta recuperación, los valores han caído un 53% en diez años desde 2006.
18. Las exportaciones españolas experimentaron un periodo más volátil entre 2014 y 2016, y alcanzaron prácticamente los 94 millones de euros en 2016. Esto representa una disminución en su valor del 6% interanual. Sin embargo, han aumentado su valor en un 71% frente a 2006.
19. Se estima que en 2016 había unas 2.965 empresas operando en el mercado español del arte, 2.845 en el sector de las galerías y unas 120 casas de subastas. Se calcula que estas empresas mantenían como mínimo 10.545 puestos de trabajo cualificado y con equilibrio de género en galerías y casas de subastas, lo que ha supuesto un aumento del 4% en relación con las cifras de 2013.
20. Además de los profesionales que trabajan específicamente en el mercado del arte, otras 6.200 personas prestan servicios de distinta índole en este ámbito. Asimismo, se calcula que alrededor de 34.775 personas —una estimación más bien conservadora— trabajan en entornos como ferias de arte y museos o se dedican a la creación artística, de modo que desempeñan profesiones directamente vinculadas con el sector.
21. Se estima que, en 2016, el comercio de arte en España gastó 205 millones de euros en varios servicios secundarios, un aumento del 33% en cinco años. El mayor gasto, a pesar de que solo lo contabilizaban las galerías, fue en ferias de arte, con una estimación cercana a los 72 millones de euros en total.
22. El comercio español del arte también implica una contribución significativa a la economía española a través de las tasas y los impuestos que paga sobre las ventas, las rentas, los beneficios y el comercio. Así, el total de su contribución fiscal en 2016 dio como resultado una cifra, con una estimación conservadora, de 173,2 millones de euros (un aumento del 30% desde 2010).

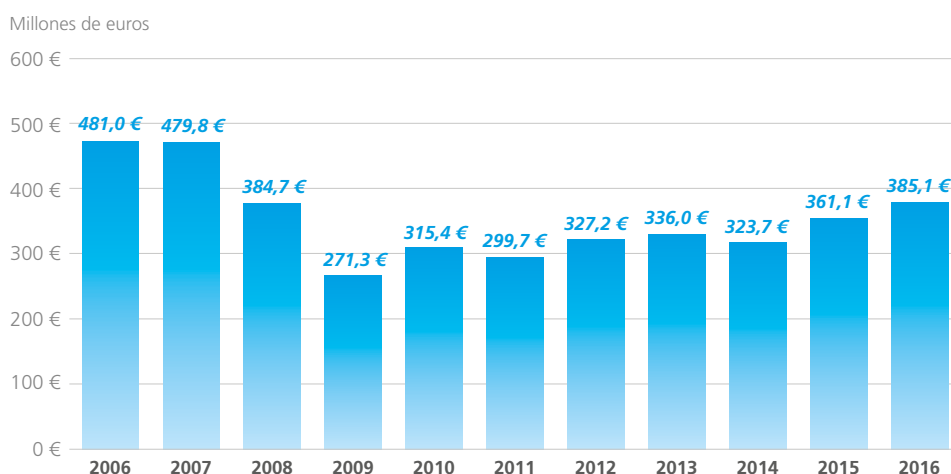
VENTAS DEL MERCADO ESPAÑOL DEL ARTE

Las ventas del mercado español del arte en 2016 alcanzaron los 385 millones de euros, lo que supone un aumento del 7% anual. Tras dos años de crecimiento positivo de las ventas, el mercado ha aumentado su valor un 19% desde 2014 y un 42% desde 2009, cuando se situó en su punto más bajo de los últimos diez años. El comportamiento positivo en el periodo de 2014 a 2016 contrasta con las ventas del mercado global que disminuyeron en el mismo periodo (en un 17%, medido en dólares, desde su máximo de 68.200 millones de dólares en 2014 a 56.600 millones de dólares en 2016).¹

Aunque las ventas en el mercado español fueron relativamente bien hasta 2007, como en la mayoría de los mercados globales, sufrieron una contracción sustancial en valor en el periodo de 2007 a 2009 por la repercusión de la crisis financiera global. En esos dos años, las ventas en el mercado español descendieron un 44% hasta los 271 millones de euros (mientras que el mercado global también perdió un 40% de su valor). Aunque la mayor parte de los mercados de arte se recuperaron considerablemente en 2010 (y el mercado global del arte aumentó un 44% en su totalidad), tras un inicio prometedor, el mercado en España experimentó un crecimiento desigual e irregular a lo largo de los cuatro años siguientes. El mercado global alcanzó un máximo histórico en valor en 2014, mientras que las ventas en España se estancaron. Sin embargo, desde 2014 se ha recuperado una parte del impulso anterior, gracias a la favorable situación económica que se vive en España y al apoyo de coleccionistas internacionales de regiones como América Latina, que han ayudado a mantener a flote las ventas. Tanto los datos empíricos como las evidencias anecdóticas revelaron un mercado más positivo en general en España en 2016, y la suma de las ventas alcanzó su nivel máximo desde 2008.

Gráfico 1.1

Ventas totales de arte y antigüedades en España de 2006 a 2016



Fuente: © Arts Economics (2017)

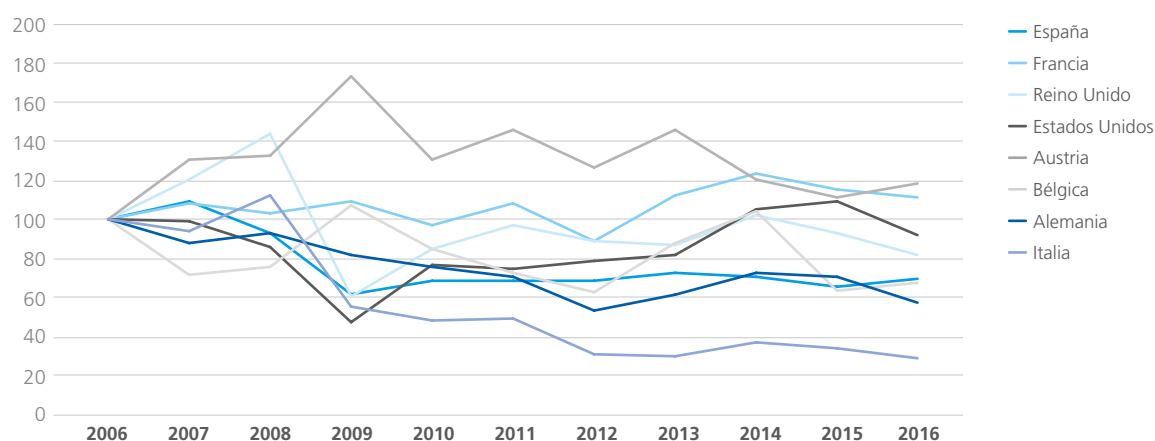
1. Todos los resultados globales citados en este informe provienen de *The Art Basel and UBS Global Art Market Report*, realizado por Arts Economics (2017) (www.artbasel.com/about/initiatives/the-art-market). Mientras que los datos relativos a España se presentan en euros, la moneda aceptada para medir el mercado del arte global es el dólar, por lo tanto, este se utiliza a lo largo de todo el informe para ofrecer comparaciones más precisas. El tipo medio de cambio anual en 2016 según el ECB del euro al dólar fue de 1,1069, todavía inferior al incremento en España.

Sin embargo, en perspectiva, en la década de 2006 a 2016, mientras que las ventas globales aumentaron un 4% de valor en dólares (o un 23% de valor en euros), el mercado en España llegó a un punto inferior en comparación con 2006, en los que registró ventas por un valor de 481 millones de euros. En euros, el valor del mercado en España se ha reducido un 20% en 10 años.

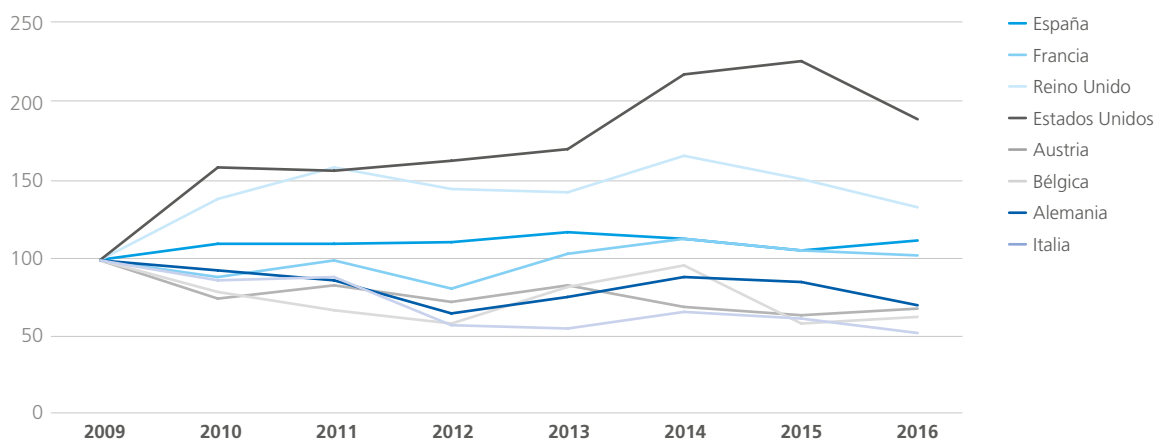
En el gráfico 1.2a se muestra un índice del crecimiento de ventas en varios mercados del arte nacionales en la década de 2006 a 2016, que se basa en el cambio anual en ventas en valores de dólar en cada mercado con 2006 como año de referencia. Aunque algunos mercados, como Francia y Austria, han crecido durante este periodo, la mayoría se han reducido. Incluso el mayor mercado, los Estados Unidos, descendió un 8% durante el periodo debido, en gran medida, al descenso de ventas en 2016.² La tasa anual compuesta de crecimiento (CAGR) de ventas en el mercado español del arte fue de un -3% durante este periodo, cifra superior a la de Alemania e Italia, y que sitúa a España casi al mismo nivel de Bélgica, pero considerablemente por debajo de otros mercados principales de la UE, como el del Reino Unido, Francia y Austria (y por debajo de la media de -2% de la UE en dicho periodo). En dólares, las ventas en España han disminuido un 29% en el periodo de los 10 años en cuestión, en comparación con una caída del 21% en el conjunto de la UE.

En el gráfico 1.2b se refleja el análisis en el periodo de recuperación de los mercados tras la disminución general de ventas en 2009. Si observamos el periodo de 2009 a 2016, aunque el CAGR en España fue solo de un 2%, superó a muchos de los mercados europeos del arte de un tamaño medio, entre ellos los de Austria (-5%), Bélgica (-6%), Alemania (-5%) e Italia (-9%). Sin embargo, su recuperación ha sido considerablemente menos fuerte que la de mercados mayores, como los del Reino Unido o los Estados Unidos. En el periodo de 2009 a 2016, las ventas en España aumentaron un 13% en valor, algo por encima del conjunto de la UE (12%), pero esta cifra solo representa un tercio del crecimiento que se produjo en el Reino Unido y es considerablemente inferior a la de los Estados Unidos, con casi un 90%.

2. Las ventas en China han aumentado más rápidamente que en el resto de los mercados de tamaños medianos o grandes, con un crecimiento de casi un 180% durante este periodo. La trayectoria de crecimiento de ventas en China ha sido muy diferente a la de algunos de los mercados desarrollados y se omite en el siguiente gráfico.

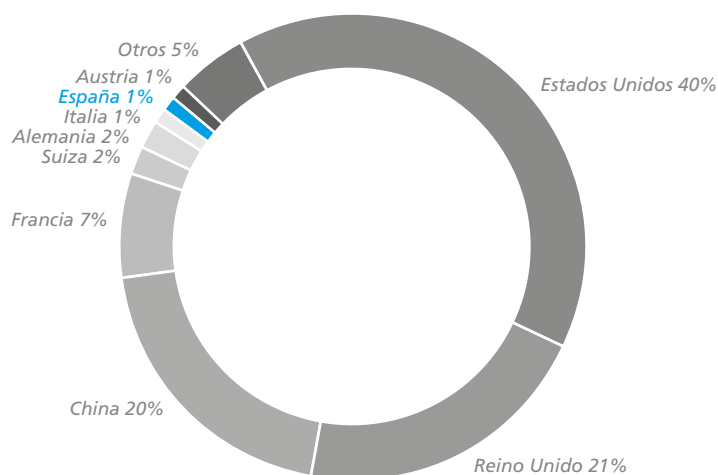
Gráfico 1.2**Evolución relativa de las ventas en los mercados de arte seleccionados****a. Índice de ventas de 2006 a 2016 (base = 100 = 2006)**

Fuente: © Arts Economics (2017)

b. Índice de ventas de 2009 a 2016 (base = 100 = 2009)

Fuente: © Arts Economics (2017)

Si bien recientemente el mercado ha experimentado mejores tasas de crecimiento que otros mercados comparables en Europa, en términos de cuota global sigue siendo algo pequeño. En 2016, la cuota global de España representó un poco menos del 1% del total de ventas en términos de valor. Esta cuota se mantuvo prácticamente sin cambios durante diez años; dado su relativo tamaño pequeño, las fluctuaciones se situaron en un rango de más o menos el 0,5% entre 2006 y 2016. Sin embargo, la cuota global del mercado en el conjunto de la UE ha disminuido durante este periodo. En 2016 representó un 34% de las ventas globales en términos de valor, diez puntos porcentuales menos interanualmente, y muy inferior a su pico del 49% en 2008. El Reino Unido domina las ventas en la UE. Si se analiza la UE sin el Reino Unido (una realidad nueva en 2019 tras el *brexít*), la cuota del mercado global de la UE es de solo un 13% (con un descenso en comparación con el 18% de 2006).

Gráfico 1.3**Cuotas del mercado global del arte en términos de valor en 2016**

Fuente: © Arts Economics (2017)

España representó poco más de un 2% del valor de las ventas de arte y antigüedades en la UE en 2016, en un mercado todavía dominado por el Reino Unido (con una cuota del 62%). La cuota de ventas de España en términos de valor dentro de la UE ha fluctuado entre un 2% y un 3% (su mayor cuota desde 2006). Aunque esta cuota experimentó un crecimiento interanual mínimo (un 0,3%), su clasificación frente a otros mercados sí que aumentó en los últimos años, en los que España se convirtió en el quinto mayor mercado de la UE en 2016 (tras haber sido el sexto en 2013).

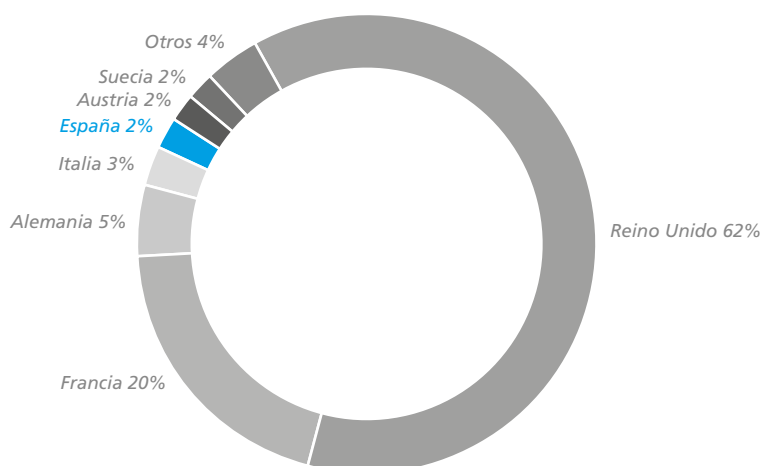
Como ya se ha indicado, las ventas en el Reino Unido dominan en gran medida el mercado interno y han sido fundamentales para mantener el impulso positivo de la UE en la recuperación del mercado desde 2009. Las ventas en el Reino Unido aumentaron un 33% de 2009 a 2016, frente a un aumento de solo un 12% en el conjunto de la UE. De hecho, si no se tiene en cuenta el Reino Unido al analizar las ventas en la UE, estas disminuyen un 11%. La decisión inesperada del Reino Unido en junio de 2016 de salir de la UE causó grandes especulaciones sobre los efectos que el *brexit* tendría en el mercado del arte. Aunque el Artículo 50 entró en vigor en abril de 2017, el impacto que este podría tener en el comercio del arte y en el futuro de las regulaciones y políticas europeas —como el IVA sobre la importación, los cánones de reventa y otros cargos en el Reino Unido— tardará un tiempo considerable en emerger. Muchos de los países europeos, incluida España, dependen enormemente de compradores y del *stock* del Reino Unido. Además de ser el mercado principal de Europa, el Reino Unido es la puerta de otros mercados ricos. Según las estadísticas de comercio obtenidas (se tratarán más adelante), el Reino Unido se sitúa entre los cuatro socios más importantes de España tanto en exportaciones como en importaciones. Aunque el Reino Unido deberá negociar nuevos acuerdos de comercio con sus socios de la UE, que pueden tardar mucho tiempo en definirse por completo, es muy posible que el comercio con España se deteriore considerablemente debido a la posible introducción de impuestos sobre las importaciones y las exportaciones en el Reino Unido. En el futuro, esto podría afectar no solo a España, sino también al comercio del

arte europeo en su conjunto. Además, podría reducirse aún más la cuota de la nueva UE, que ya ha perdido una cantidad considerable de ventas debido a la aparición de nuevos mercados (como el de China) en los últimos diez años y a la deslocalización de las ventas de las obras de arte moderno y contemporáneo más caras en favor de los Estados Unidos.

Independientemente de lo que se negocie, es probable que los costes del comercio entre el Reino Unido y España aumenten, ya sea por las medidas de acceso al mercado (impuestos) o por una mayor carga administrativa (como la burocracia en las aduanas y el IVA). Si bien es probable que España salga perdiendo con esta nueva realidad, el mercado del Reino Unido, por el contrario, tendrá libertad para mejorar sus condiciones de comercio con los países de fuera de la UE, que han sido sus socios dominantes en cuanto a ventas y comercio internacional durante los últimos diez años. Ahora se podrán cambiar varias directivas europeas, relativas a aspectos tales como los derechos de reventa de los artistas y el IVA a las importaciones, que se suman a los costes administrativos propios de hacer negocios con el Reino Unido. Si estos se eliminasen, el Reino Unido podría volverse cada vez más competitivo, con menos reglamentaciones y cargas en las ventas fuera de la UE. Como resultado, podría mejorar su posición competitiva frente a otros mercados principales, como los Estados Unidos y China, mientras que su relación comercial con la UE podría deteriorarse.

Gráfico 1.4

Cuotas del mercado del arte de la UE en términos de valor en 2016



Fuente: © Arts Economics (2017)

La interpretación de las tendencias del volumen de ventas en el mercado español del arte es más difícil que la del valor de las ventas. Muchas casas de subastas en España venden grandes volúmenes de arte decorativo y piezas de coleccionista que pueden variar en gran medida durante un periodo determinado y entre ventas, sin necesariamente indicar una tendencia clara de mercado. Sin embargo, según los resultados globales de los sectores de las galerías y subastas, el volumen de ventas parece haber aumentado en 2016. Se estima que en el mercado general de todas las subastas y todas las galerías que venden arte y antigüedades exclusivamente, o como parte de su empresa, se vendieron unas 328.520 obras en 2016, con un aumento del 8%

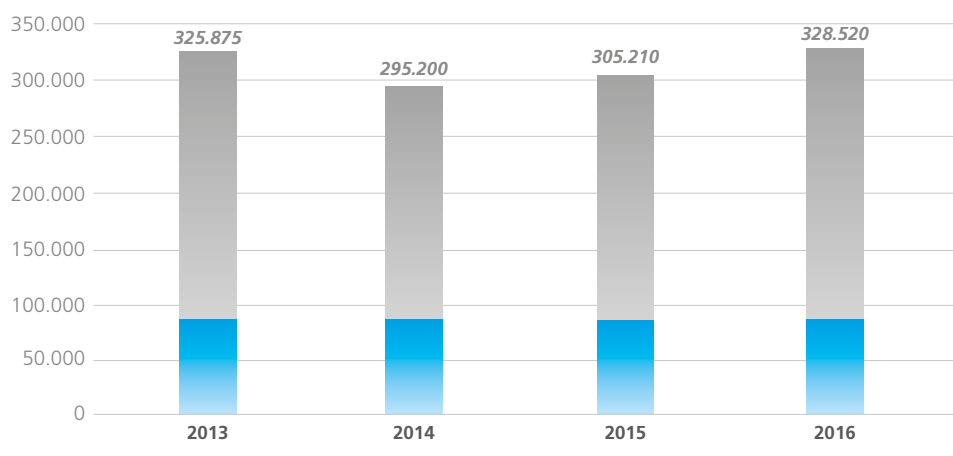
interanual y un poco más del 11% en los dos años que van de 2014 a 2016. Esto representa una cuota de un 1% de los 36,1 millones de obras vendidas globalmente durante 2016.

El mercado del arte principal está compuesto por unas 50 casas de subastas y 650 galerías. Estas empresas vendieron alrededor de 82.425 obras de forma estable interanualmente y solo han aumentado las ventas un 1% desde 2014. El volumen de ventas en este mercado principal también parece haber disminuido (un 4%) desde 2013, con algunas operaciones en que se consolidaron las ventas y con otras en las que se optó por un menor volumen de ventas de un valor superior. En el sector de las galerías, la mediana de obras vendidas permaneció sin cambios (unas 30 obras) interanualmente, pero disminuyó en 32 en 2014. Por otro lado, las ventas en el sector de subastas aumentaron ligeramente (un 1%), con un aumento del 4% desde 2014.

Gráfico 1.5

Volumen de ventas en el mercado español del arte 2013-2016

■ Principales empresas de arte
■ Otras empresas



Fuente: © Arts Economics (2017)

A efectos de este informe, las ventas de arte en España se dividen en ventas de subasta y de galerías. En 2016 había unas 2.965 empresas en el mercado, de las cuales solo 120 pertenecían al sector de las subastas. Las galerías siguieron dominando el mercado en cuanto a ventas y supusieron un 80% estimado del valor del mercado en 2016, crecieron un 4% interanual y tuvieron su mayor cuota desde 2009. La tendencia del avance de la cuota de ventas de galerías coincide con desplazamientos globales en 2016, cuando las ventas de las galerías aumentaron un 57% del total global (de un 53% en 2015). La cuota global de las galerías en comparación con las ventas de subastas se ha mantenido en un 50:50 a escala global durante la última década, en la que las ventas de subastas han tendido a mostrar una mayor cuota en mercados más fuertes. El desglose también varía considerablemente por país, sobre todo en ventas en galerías en nuevos mercados como China, que tienen una cuota de un 30% frente a un 60% en la mayoría del resto de los mercados desarrollados más grandes. Sin embargo, en España, el sector de las galerías ha dominado de forma uniforme los valores en los últimos 10 años, con cuotas desde un mínimo de un 71% en 2010 hasta un 83% en 2008 (las ventas de las galerías y subastas se analizan de forma separada en los capítulos siguientes).

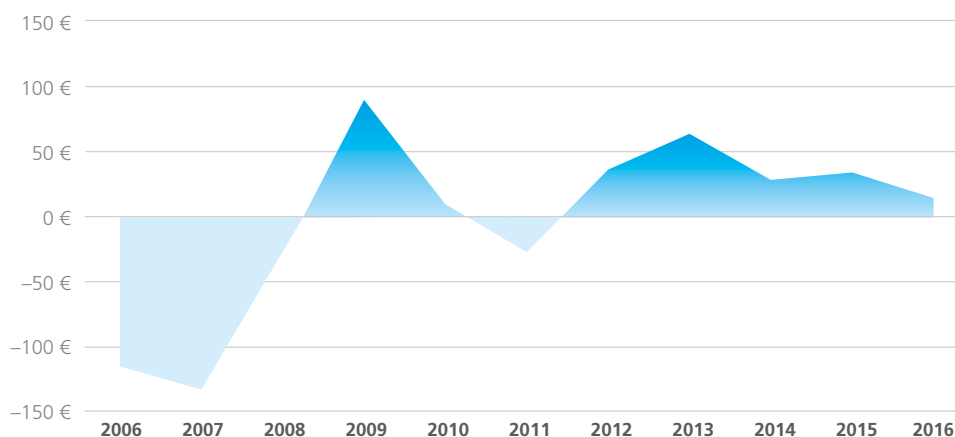
EL COMERCIO INTERNACIONAL DE ARTE EN ESPAÑA

En 2016, España fue un exportador neto de arte y antigüedades con un superávit comercial de 14 millones de euros. Este superávit de exportaciones sobre las importaciones ha tenido lugar desde 2012, aunque disminuyó su valor entre 2014 y 2016, a medida que las importaciones aumentaron de forma constante, mientras que las exportaciones experimentaban un crecimiento más volátil.

Gráfico 1.6

Exportaciones netas de arte en España entre 2006 y 2016

Millones de euros



Fuente: © Arts Economics (2017) con datos de Eurostat

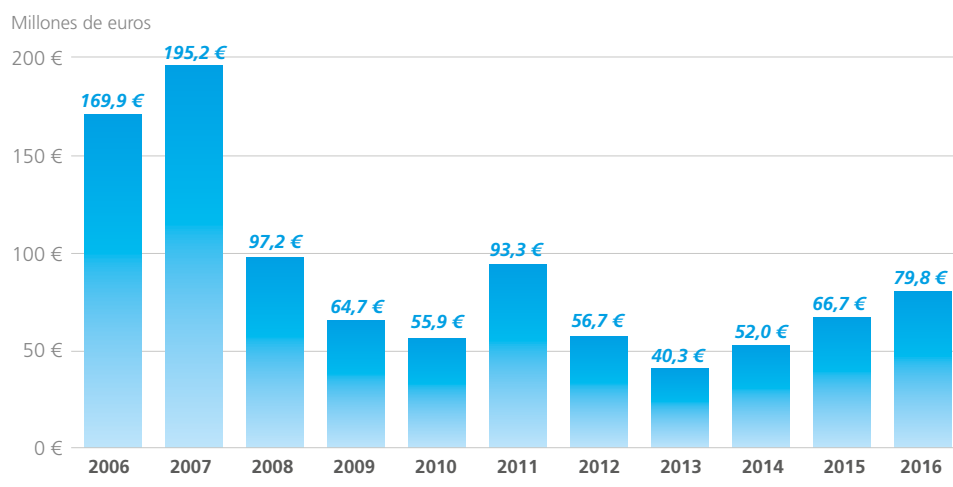
IMPORTACIONES

Según las estadísticas de comercio de Eurostat, las importaciones de arte y antigüedades en España alcanzaron un valor ligeramente inferior a los 80 millones de euros en 2016, con un aumento del 20% interanual. Después de tres años de crecimiento, casi doblaron su nivel de 2013. Las importaciones de bellas artes todavía constituyen la mayor parte de las importaciones en términos de valor, en que los cuadros, las esculturas y los grabados suponen un 75% del total en 2016 (frente al 25% de las artes decorativas, antigüedades y piezas coleccionables). A pesar de su reciente crecimiento, los valores de las importaciones siguieron estando bastante por debajo del pico de 195 millones de euros que experimentaron en 2007 y han disminuido un 53% en los 10 años transcurridos desde 2006.

Aunque un contexto económico en alza (en términos generales) debería haber estimulado el comercio, es probable que las cambiantes condiciones reguladoras de las importaciones hayan contribuido a la mejora en las importaciones durante los últimos tres años. El IVA sobre la importación se aplica en importaciones extracomunitarias de arte en España (igual que en el resto de los Estados de la UE a diferentes niveles) y la tasa se elevó temporalmente en 2012 del 8% al 21%, lo cual contribuyó a una gran disminución en el comercio, con caídas de la importación hasta un mínimo de 40 millones de euros en 10 años en 2013. A inicios de 2014, las tasas de IVA se volvieron a reducir a un 10% y esto propició un aumento considerable de

los valores: las importaciones de arte aumentaron hasta un 53% de 2014 a 2016 (frente a la disminución del 44% en el valor general que se experimentó en la UE).

Gráfico 1.7
Importaciones españolas de arte entre 2006 y 2016

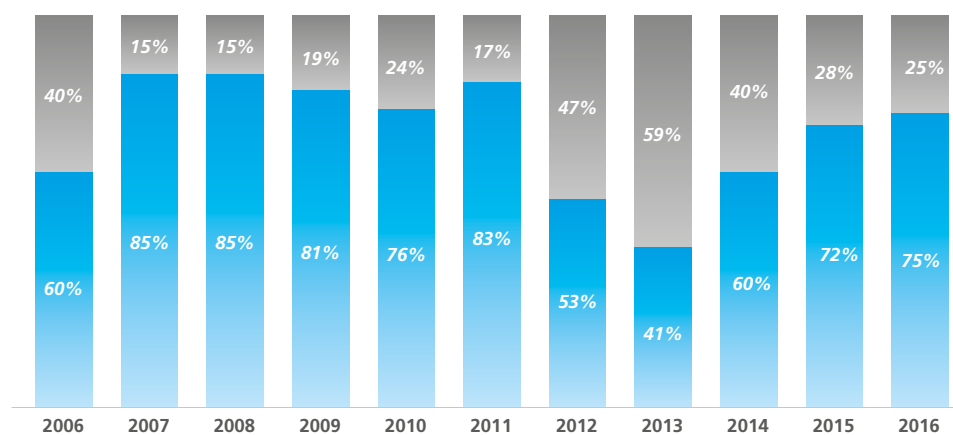


Fuente: © Arts Economics (2017) con datos de Eurostat

Una razón del efecto considerable del IVA sobre la importación en las importaciones totales de obras de arte indicadas es el dominio del comercio fuera de la UE en los valores globales. En 2016, según las estadísticas de comercio de Eurostat, un 75% de los valores de importaciones en España provenían de fuera de la UE (donde se aplica el IVA sobre la importación), frente al 25% de los socios comerciales de la UE. Aunque la cuota del comercio fuera de la UE ha variado interanualmente, ha mantenido una media del 70% durante los últimos 10 años.

Gráfico 1.8
Importaciones españolas de arte dentro de la UE en comparación con las de fuera de 2006 a 2016

■ Participación fuera de la UE
■ Participación dentro de la UE



Fuente: © Arts Economics (2017) con datos de Eurostat

Según los datos de Eurostat, los principales países de origen de las importaciones en España en 2016 fueron los Estados Unidos, el Reino Unido y Suiza, que supusieron un 63% combinado de los valores totales. Estos han sido los tres principales países de origen de las importaciones durante gran parte de la última década, con una cuota combinada del 57% en 2006. China representó una cuota del 5% en 2016, con un descenso frente al 8% en 2014, mientras que México y Perú también fueron orígenes de importaciones considerables. Todos los socios comerciales de España en América Central y América del Sur supusieron un 8% combinado del valor de las importaciones en total en 2016 (frente a un 2% en 2006).

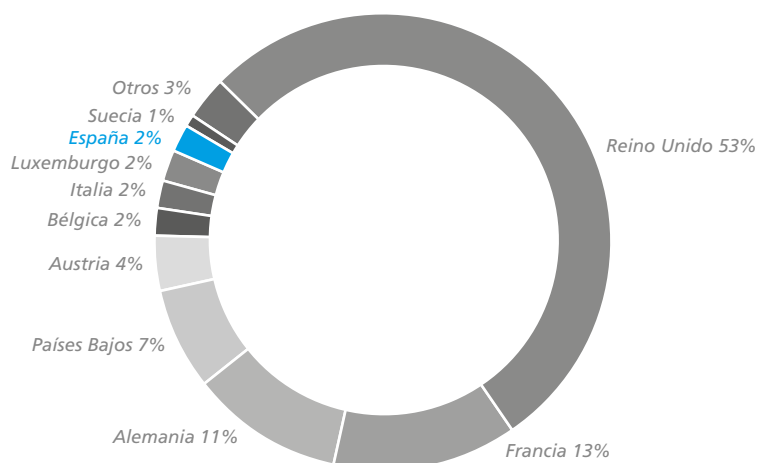
Tabla 1.1

Países de origen de las importaciones de arte en 2006, 2014 y 2016
(porcentaje del valor total de las importaciones)

Origen	2016	Origen	2014	Origen	2006
Estados Unidos	31%	Estados Unidos	31%	Estados Unidos	26%
Suiza	26%	Reino Unido	17%	Suiza	20%
Reino Unido	6%	Suiza	13%	Reino Unido	11%
Alemania	5%	Alemania	9%	Alemania	9%
China	5%	China	8%	Liechtenstein	6%
Italia	4%	Francia	5%	Italia	4%
México	4%	Países Bajos	3%	Francia	4%
Francia	3%	Polonia	2%	Países Bajos	4%
Perú	2%	Andorra	1%	China	3%
Países Bajos	1%	Italia	1%	Portugal	2%
Otros	12%	Otros	9%	Otros	10%

Fuente: © Arts Economics (2017) con datos de Eurostat

El crecimiento anual positivo de las importaciones en España contrasta con la tendencia en el conjunto de la UE, donde las importaciones disminuyeron un 4% en 2016. España representó un 2% de todas las importaciones en términos de valor en la UE, donde siguió dominando el Reino Unido, con una cuota del 53%. El Reino Unido todavía tiene la tasa más baja de IVA sobre la importación en obras de arte de la UE (un 5%) y, una vez finalice el *brexit*, si las tasas permanecen relativamente estables, el punto de entrada con menos impuestos correspondería al segundo mayor importador, Francia, con un IVA sobre la importación del 5,5%, una vez más casi la mitad de la tasa aplicada en España.

Gráfico 1.9**Cuota de la UE en las importaciones de obras de arte en términos de valor**

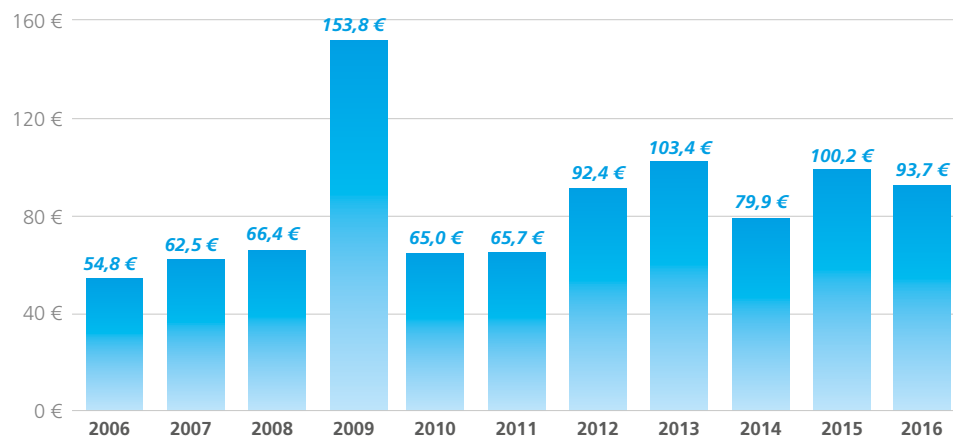
Fuente: © Arts Economics (2017) con datos de Eurostat

EXPORTACIONES

Las exportaciones españolas experimentaron un periodo más volátil desde 2014 y llegaron a los casi 94 millones de euros en 2016. Esto representa una disminución en su valor del 6% interanual. El valor de las exportaciones quedó muy por debajo del pico de 154 millones de euros en 2009; sin embargo, ha aumentado en valor en comparación con los 10 años anteriores (con un avance del 71% de 2006 a 2016). Las exportaciones de bellas artes dominan los valores, ya que tienen unos precios más altos y un mayor volumen de comercio no restringido. En 2016, las exportaciones de bellas artes supusieron un 88% de las exportaciones totales de arte y antigüedades en España.

Gráfico 1.10**Exportaciones españolas de arte de 2006 a 2016**

Millones de euros

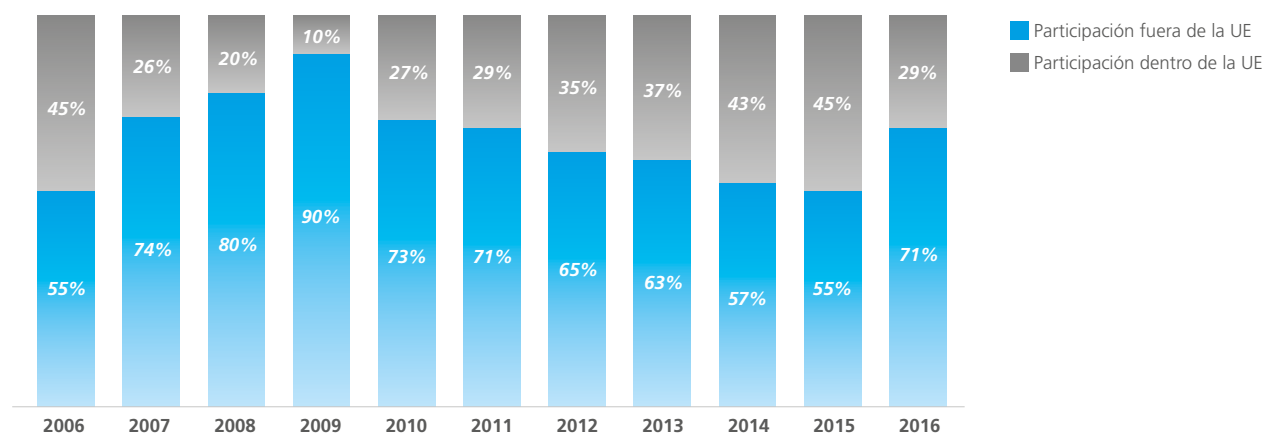


Fuente: © Arts Economics (2017) con datos de Eurostat

Las exportaciones de arte fuera de la UE dominaron en términos de valor en 2016, con una cuota del 71% del total, y han supuesto la mayoría de los valores indicados durante los últimos 10 años (con una media del 69% durante el periodo). Los principales países de destino de las exportaciones de España fueron algunos de los mercados de arte más importantes, entre los que destacan los Estados Unidos como socio dominante, con una cuota del 41%, un 11% más que en 2006. Las exportaciones al Reino Unido disminuyeron sustancialmente en porcentaje en los dos años comprendidos entre 2014 y 2016, concretamente 18 puntos porcentuales, hasta un 7%, mientras que las cuotas de otros mercados de destino importantes, como Francia y Suiza, se mantuvieron más estables. Las exportaciones a México representaron un 3% de las exportaciones de 2016 y todas las realizadas al conjunto de socios comerciales de América Central y América del Sur representaron un total del 6%, con un ligero descenso frente al 7% de 2006.

Gráfico 1.11

Exportaciones españolas de arte dentro de la UE en comparación con las de fuera, de 2006 a 2016



Fuente: © Arts Economics (2017) con datos de Eurostat

Tabla 1.2

Países de destino de las exportaciones de arte en 2006, 2014 y 2016
(porcentaje del valor total de las exportaciones)

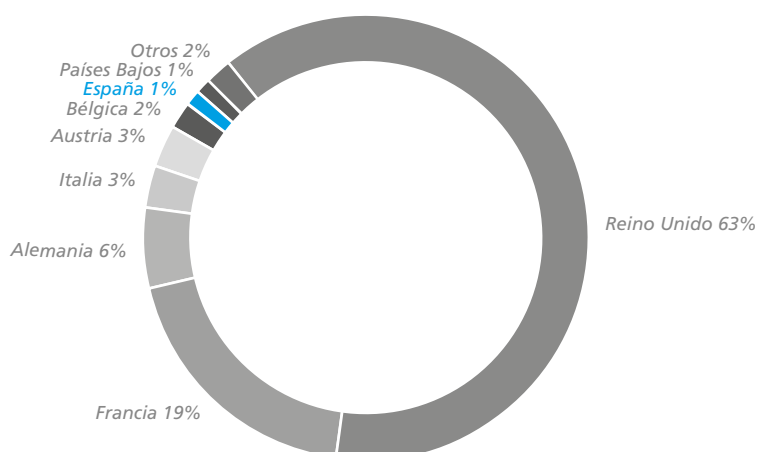
Destino	2016	Destino	2014	Destino	2006
Estados Unidos	41%	Estados Unidos	28%	Estados Unidos	30%
Francia	10%	Reino Unido	25%	Francia	12%
Suiza	8%	Francia	10%	Reino Unido	9%
Reino Unido	7%	Suiza	9%	Liechtenstein	8%
China	5%	China	7%	Italia	8%
Alemania	3%	Brasil	3%	Alemania	6%
México	3%	Alemania	3%	Suiza	5%
Corea del Sur	3%	México	2%	Portugal	4%
Dinamarca	2%	Turquía	1%	México	4%
Italia	2%	Portugal	1%	Países Bajos	2%
Singapur	1%	Luxemburgo	1%	Andorra	2%
Otros	14%	Otros	11%	Otros	10%

Fuente: © Arts Economics (2017) con datos de Eurostat

La disminución del valor de las exportaciones en España en 2016 contrasta con el rendimiento general de la UE, que mantiene valores estables interanuales desde 2015. Las exportaciones totales de obras de arte de la UE aumentaron un 30% de 2014 a 2016, en contraste con el aumento de un 17% en España durante ese periodo. España representó un 1% de la cuota en exportaciones de arte de la UE en 2016; una vez más, el Reino Unido representó la mayoría de los valores (un 63%).

Gráfico 1.12

Cuota en términos de valor de las exportaciones de la UE



Fuente: © Arts Economics (2017) con datos de Eurostat

Las exportaciones de arte y antigüedades de España están regidas por diversas reglamentaciones e, igual que todos los Estados miembros, como excepción al mercado libre permitido por el Artículo 36 del *Tratado constitutivo de la Unión Europea*, el Gobierno español tiene la libertad de restringir (de la forma que estime oportuna) la exportación de obras que considere tesoros nacionales. Aunque el embargo de obras de arte no ocurre con frecuencia y generalmente solo se aplica en casos de obras de mucho valor, el Gobierno español tiene el derecho de bloquear por completo la venta de obras al extranjero sin comprarlas personalmente y sin proporcionar compensación alguna al propietario o vendedor. Esto limita drásticamente su valor, ya que limita su venta solo al mercado de arte español, cuando podría adquirir un precio potencialmente mayor si se vendiera en el extranjero. Las prácticas nacionales son diferentes en cada país, pero la situación en España contrasta con la de la mayoría de los principales mercados de arte de Europa, que limitan ciertas exportaciones mediante derechos preferenciales. Dicho de otro modo, proporcionan al Estado y a los museos públicos u otras instituciones el derecho de comprar en primer lugar la obra que se va a exportar, ya sea a un precio de mercado competitivo o a uno acordado mediante una negociación. Los sistemas nacionales varían en lo que se refiere a si debe igualarse el precio ofrecido por el exportador o si se debe negociar o acordar un precio nuevo en los tribunales. Algunos Estados, entre ellos España, Italia y Grecia, tienen el derecho de retener la licencia incluso cuando vence el periodo de demora y no se realiza ninguna oferta (lo que equivale a prohibir la exportación). Otros países, como Francia, retienen este derecho, pero ofrecen una compensación al propietario. Según la Junta de Calificación, Valoración y Exportación de Bienes del Patrimonio Histórico Español, 90 obras de arte se vieron sujetas a restricciones de importación a lo largo del año 2016, cifra que ha oscilado entre 56 y 140 en los cinco años que van de 2012 a 2016, ambos incluidos. Aunque todavía no se ha decidido el destino de todas las obras, en los casos en los que sí se llegó a una determinación en 2016, el 42% se embargaron sin compra, el 42% fueron adquiridas para ciertas instituciones españolas y el 16% restante obtuvieron luz verde para la exportación. En los últimos cinco años, la cuota promedio de las obras embargadas sin opción a compra ni compensación fue del 37%, mientras que tan solo se autorizó la exportación del 21%. Esto ha tenido un impacto considerable en las ventas de algunas galerías que operan en sectores más antiguos del mercado español del arte, muchos de los cuales dependen enormemente de los compradores internacionales.

A parte de esta cantidad de casos relativamente pequeña, el mayor problema con relación a la exportación de obras de arte, que solo se aplica en muy pocos Estados miembros, es el de los impuestos de exportación, que actúan como un desincentivo más para las exportaciones de España. Estos impuestos solo se pagan cuando las obras se exportan fuera de la UE y también dependen de la época de la obra en cuestión. Por lo general, se aplican impuestos en obras con más de 100 años de antigüedad. Cuando tienen entre 50 y 100 años de antigüedad, se aplica un impuesto si el precio supera cierto nivel, en función del tipo de arte (desde 15.000 € para dibujos y fotografías hasta 150.000 € para pinturas). La tasa impositiva se aplica en una escala variable, que aplica una mayor retención a medida que el valor de la obra aumenta.³ Esta tasa sigue siendo muy problemática para las galerías de sectores externos al arte contemporáneo del mercado de arte español, ya que hace que los precios brutos de las ventas sean muy poco competitivos frente a los de sus homólogos europeos o internacionales.

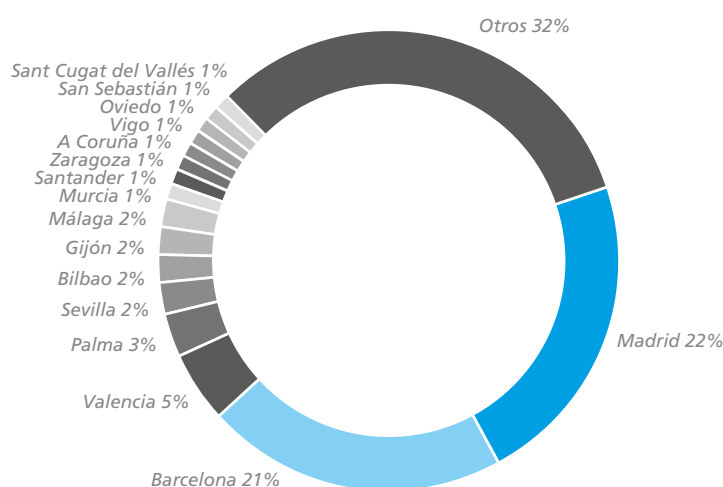
3. Para obras de hasta 6.000 € se aplica una tasa del 5%; de 6.001 € a 60.000 €, la tasa es del 10%; de 60.001 € a 600.000 €, la tasa es del 20%; y, a partir de 600.001 €, la tasa es del 30%. Véase <http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/en/areas-cultura/patrimonio/exportacionimportacion/exportacion/tasas.html>.

El sector español de galerías está compuesto por 2.845 empresas registradas en 2016, entre ellas anticuarios. Aunque se incluyen varias pequeñas empresas y varios comerciantes, existe un núcleo de unas 650 galerías de arte y antigüedades que trabajan en diferentes sectores y que generaron casi un 70% de las ventas en el sector. Este capítulo se centra en dichas galerías.

Como no existen fuentes públicas de datos uniformes sobre las ventas de galerías, la información del sector debe obtenerse mediante encuestas, entrevistas y fuentes secundarias, si existieran. En 2016, Arts Economics realizó una encuesta a las 650 galerías de arte y anticuarios a través de un cuestionario anónimo *on-line*. La tasa de respuesta fue de un 29% y los resultados se complementaron con entrevistas a galeristas de diferentes sectores del mercado. Se encuestó a galeristas de toda España, pero, tal y como se muestra en el gráfico 2.1, la mayoría de las galerías se concentran en las principales ciudades, como Madrid y Barcelona, que representan un 43% del resultado.¹

Gráfico 2.1

Ubicación de las principales galerías en España

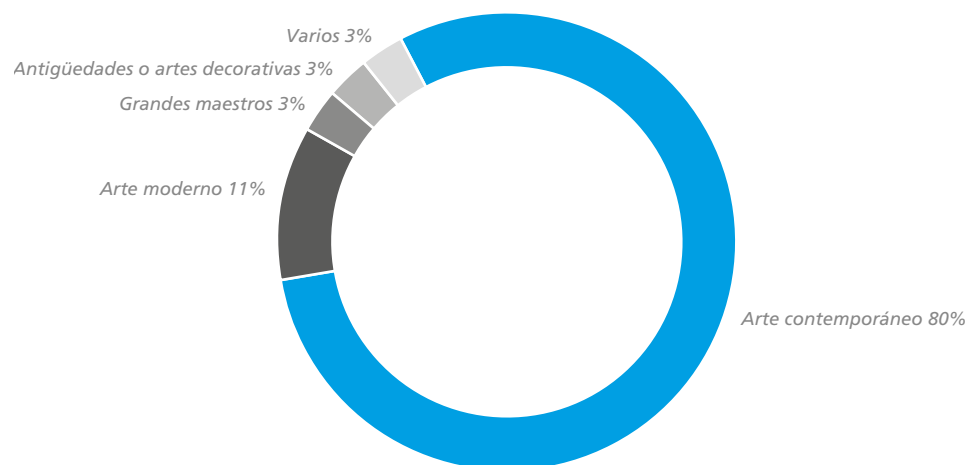


Fuente: © Arts Economics (2017)

La encuesta abarcó galerías de diferentes sectores. Sin embargo, en el sector español dominan las galerías de bellas artes, artes decorativas y antigüedades en cuanto a cantidad, ya que estas empresas representan el 94% del total. Las galerías de arte contemporáneo tienen, con mucho, la mayor cuota, con un 80% en 2016, y las de arte moderno la segunda cuota más importante, con un 11%.

1. En el gráfico 2.1 se refleja la distribución por ciudad de las 650 galerías principales encuestadas. La distribución de aquellos que respondieron a la encuesta tiene una concentración ligeramente mayor en Madrid y Barcelona, con un 43%.

Gráfico 2.2
Distribución de las galerías por sector



Fuente: © Arts Economics (2017)

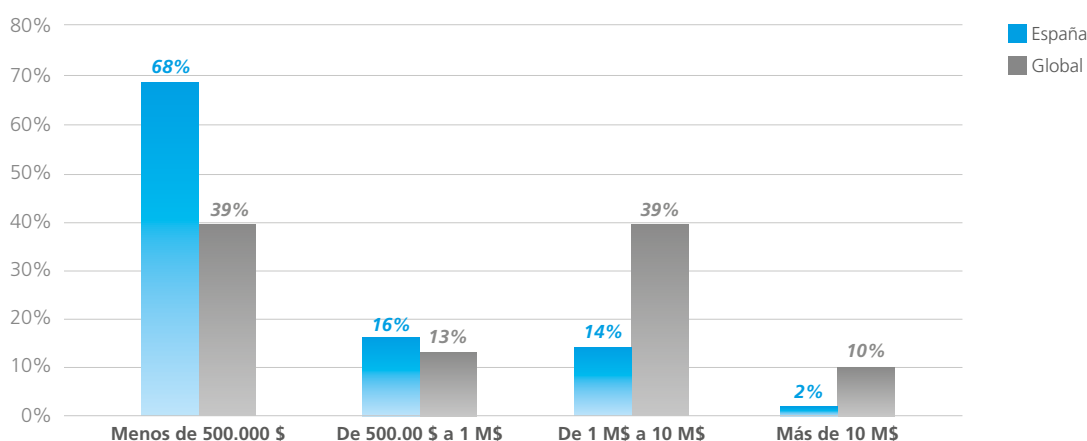
VENTAS EN GALERÍAS

Se estima que las ventas en el sector de las galerías alcanzaron los 310 millones de euros en 2016, lo cual representa un 80% del valor total del mercado, con un 3% más en la cuota interanual. Tras el estancamiento del año 2014, cuando las ventas disminuyeron un 2% (hasta los 249 millones de euros), los valores totales del sector han crecido durante dos años consecutivos, con un aumento del 11% en el valor interanual en 2016 y un 24% desde 2014. Las ventas en galerías en 2016 alcanzaron su mayor nivel desde 2008, pero todavía están un 17% por debajo de su punto álgido de 2007, cuando fueron estimadas en 372 millones de euros.

La encuesta mostró que las ventas medias en galerías aumentaron de forma constante de 2014 a 2016 y alcanzaron una vez más su nivel máximo desde 2008 (unos 430.190 \$, es decir, unos 390.000 €). Los galeristas indicaron, de forma anecdótica, que algunas de sus mejores ventas fueron superiores en el segmento más alto del mercado. Aunque las ventas se mantuvieron estables para los que tenían una facturación inferior a 500.000 \$, aquellos con ventas de más de 500.000 \$ vieron un aumento del 8% interanual, lo cual hizo aumentar los totales de dichas ventas. Este rendimiento divergente también se reflejó de forma empírica, ya que la mediana de ventas se mantuvo estable entre 2014 y 2016, permaneció a un nivel muy inferior a 175.000 \$ (160.000 €) y se fue alejando del segmento superior. Cabe mencionar que, aunque existe una pequeña cantidad de galerías con un gran volumen de ventas, la facturación mediana de este sector en España representó solo un 20% de la mediana global de galerías en el mercado del arte en 2016 (con 875.000 \$). La mayoría de las galerías españolas (68%) cerró ventas por valor de 500.000 \$ o menos en 2016 (frente a un 39% de todas las galerías en global), mientras que un 16% tuvo ventas por valor de más de 1 millón de dólares, frente a menos de la mitad de las galerías en todo el mundo.

Al hacer un desglose en profundidad del sector, la encuesta mostró que uno de los mayores aumentos en la facturación interanual se dio en el segmento de las galerías con facturaciones de entre 500.000 y 1 millón de dólares, que experimentaron un aumento de casi un 80% en los dos años posteriores a 2014. Esto contrasta con el aumento de solo el 2% detectado de 2014 a 2016 para el segmento de galerías con un volumen de ventas por valor de más de 1 millón de dólares y un aumento del 4% para los que tuvieron una facturación de menos de 500.000 \$.

Gráfico 2.3
Distribución de galerías por facturación de ventas en 2016



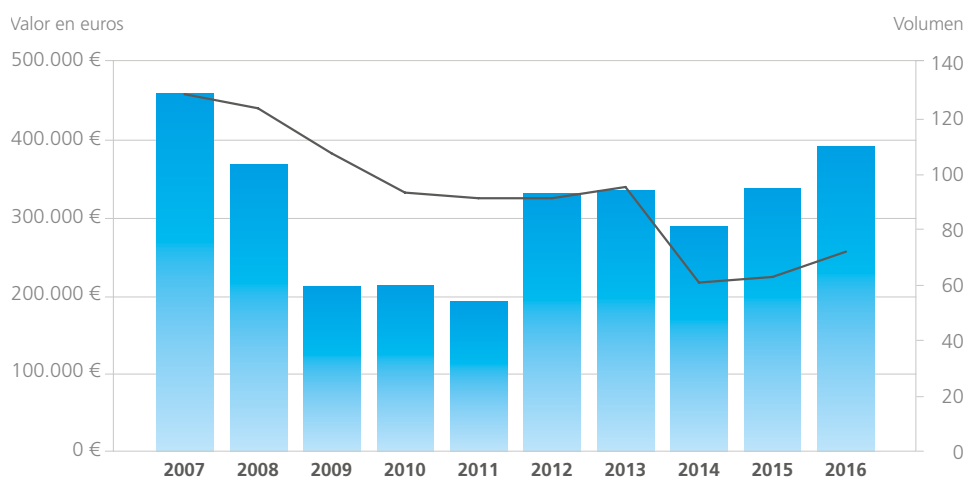
Fuente: © Arts Economics (2017)

La encuesta indicó que el aumento de ventas en el sector en 2016 fue respaldado, en parte, por un mayor volumen de ventas. El número de obras vendidas de media por las galerías de arte españolas fue de 75 en 2016. Este dato se vio distorsionado por una pequeña cantidad de galerías que indicaron haber tenido ventas de más de 100 obras durante el año, mientras que la mediana indicada fue de solo 32 obras, valor que se ha mantenido estable entre 2014 y 2016, y que aumentó solo ligeramente (30) en 2013. Ambas medidas de volumen son considerablemente más bajas que la mediana global de 128 indicada para 2016 (con una media global de 70).

Aunque la encuesta revela que los valores medios desde 2014 hasta 2016 para las 650 galerías principales aumentaron un 35%, el volumen de ventas medio aumentó solo un 25%, lo cual indica que el aumento del precio en algunas áreas se sumó a volúmenes mayores, con lo que la suma de los valores aumentó.

Gráfico 2.4**Valor medio y volumen de ventas en el mercado español de galerías**

■ Valor medio
— Volumen



Fuente: © Arts Economics (2017)

Los galeristas en conjunto se mostraron bastante optimistas al encarar el año 2017. Aproximadamente la mitad de los galeristas encuestados estimó que sus ventas se mantendrían estables, mientras que un 38% creía que aumentarían durante el año (incluyendo un 6% que esperaba un aumento considerable). El 13% restante predijo una disminución de las ventas para 2017. El optimismo se acentuaba entre los galeristas con una facturación inferior a 500.000 \$, un 49% de los cuales predecía mejores resultados en 2017, frente a un 40% del segmento que factura entre 500.000 \$ y 1 millón de dólares. Entre los galeristas con ventas de más de 1 millón de dólares, solo un 14% predijo un aumento de ventas, aunque el resto de las empresas de este segmento esperaba que sus ventas se mantuvieran estables.

MÁRGENES DE LAS GALERÍAS

Aunque las ventas son un indicador del rendimiento del mercado en general, para las empresas individuales la rentabilidad es una medida muy importante. Por lo tanto, también se pidió a los galeristas que indicaran los márgenes de beneficios de sus empresas en 2016.

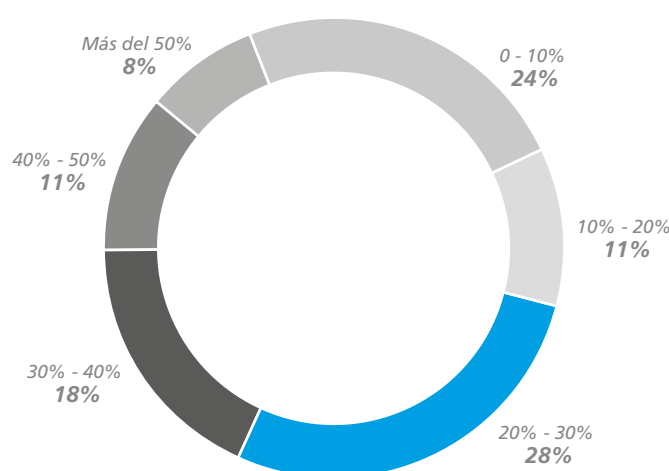
Los beneficios brutos, o la proporción de ventas con respecto al coste de los bienes vendidos (referida también como “margen de las ventas”), miden la rentabilidad de las ventas o la suma que gana la empresa por dólar de ventas para cubrir sus gastos y obligaciones.² Un 35% de los galeristas españoles encuestados indicó tener beneficios brutos de un 20% o menos, frente a la media global del 23%. La mayoría de las galerías españolas (un 64%) tuvo un margen de beneficio bruto de menos del 30%, el cual fue, una vez más, considerablemente inferior a la cuota global (38%). Sin embargo, la pequeña minoría del 8% que indicó beneficios del 50% o más estuvo a la par con sus homólogas globales (en un 9%).

2. Los márgenes brutos varían ampliamente en los diferentes sectores, pero al usar tipos de referencia del mercado CSI en 2016 se obtuvo un 37% para ventas generales al por menor, un 44% para ventas especializadas al por menor, un 41% para sectores de bienes de capital y un 51% para servicios financieros. Estas medias se aplican a empresas de los Estados Unidos.

Los márgenes de beneficios brutos no aumentaron de forma predecible con el aumento de la facturación. En el segmento superior, para galerías con una facturación de más de 1 millón de euros, todos los encuestados tuvieron unos beneficios brutos de menos del 40%, y un tercio indicó un 20% o menos. Las galerías con las mayores tasas (50% o más) fueron aquellas con facturaciones anuales de menos de 500.000 €.

Gráfico 2.5

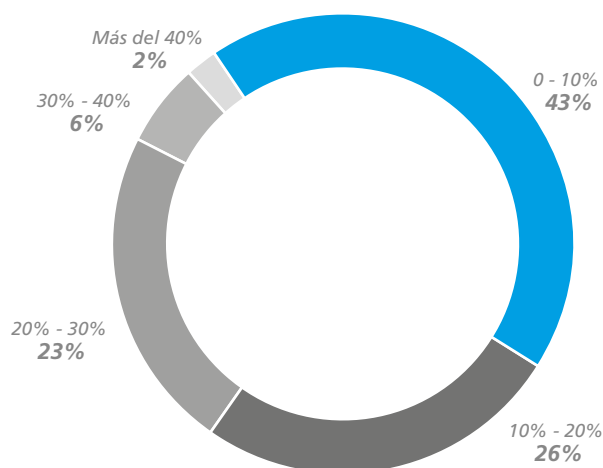
Margen de beneficios brutos de las galerías españolas en 2016



Fuente: © Arts Economics (2017)

Las tasas de beneficios netos permiten analizar de forma más precisa la rentabilidad de una empresa concreta, ya que miden las ventas una vez descontados todos los costes y gastos o las retenciones por dólar de ventas.³ Los beneficios netos de las galerías en España fueron bastante similares a los de las extranjeras, ya que la mayoría (un 69%) indicó que fueron de un 20% o menos. La cuota de las galerías que indicaron niveles del 10% o menos fue mayor en España, con un 44% (frente a la media global de 32%), mientras que la de aquellas que indicaron más del 30% fue ligeramente menor (un 8% en España frente a un 11% a escala global). Igual que en el caso de los beneficios brutos, en los beneficios netos no se mostró una fuerte correlación con la facturación de ventas, aunque sí se detecta una variación considerable dentro de los segmentos de valor en vez de entre ellos. Las galerías del segmento más alto (con una facturación de más de 1 millón de euros) tuvieron beneficios netos del 30% o menos, mientras que casi dos tercios indicaron niveles del 10% o menos.

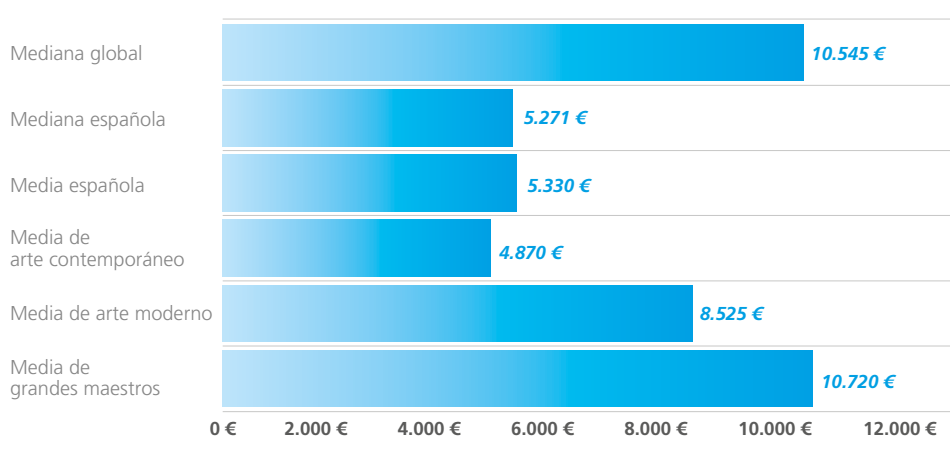
3. Una vez más, los márgenes netos varían ampliamente entre sectores, pero la media de ventas generales al por menor en 2016 fue de un 8% (y de un 10% en ventas especializadas al por menor), un 5% en el sector de bienes de capital, un 19% en servicios financieros en general, hasta un 25% en servicios financieros de consumidor y un 20% en servicios de inversión.

Gráfico 2.6**Margen de beneficios netos de las galerías españolas en 2016**

Fuente: © Arts Economics (2017)

PRECIOS EN EL SECTOR DE LAS GALERÍAS

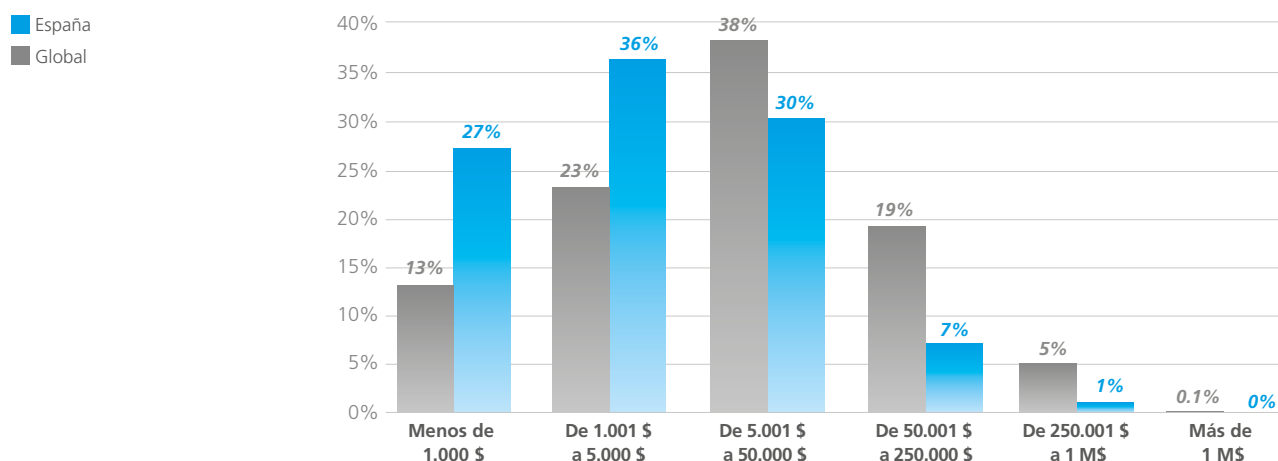
España sigue siendo un mercado con un precio relativamente bajo en comparación con sus homólogos globales más grandes, tanto en los sectores de subastas como en el de galerías. En 2016, el precio medio basado en el valor y volumen de facturación de todas las empresas encuestadas en el sector de las galerías fue de 5.330 €, con la mediana ligeramente por debajo, en 5.270 € (basada en la mediana de los precios medios de todas las empresas). Esta fue aproximadamente la mitad de la mediana global comparable para galerías en 2016. Aunque la mediana de precios ha permanecido estable, el precio medio ha aumentado un 20% en los dos años que van de 2014 a 2016. En el sector de las bellas artes, las medias más altas se encontraron en el sector de grandes maestros, en el que los precios doblaban los de las galerías de arte contemporáneo.

Gráfico 2.7**Precios medios y medianos en el sector de las galerías españolas en 2016**

Fuente: © Arts Economics (2017)

Igual que en el caso de las galerías internacionales, la mayoría de las transacciones en el mercado español de las galerías se produce a precios relativamente bajos. En el gráfico 2.8 se muestra el número de ventas individuales según diferentes segmentos de precios. En 2016, la mayoría de las obras vendidas (un 63%) por galerías locales tuvieron un precio inferior a 5.000 \$, frente a un 36% a escala global, mientras que un 93% se vendieron por menos de 50.000 \$ en España (frente a un 74% a nivel global). El mayor segmento de transacciones en España fue el de obras con precios de entre 1.000 \$ y 5.000 \$ (un 36% de las ventas). Solo una proporción relativamente pequeña de ventas se realizó a precios de más de 250.000 \$ (un 1% en España y por encima del 5% a nivel mundial). Sin embargo, aunque este segmento supuso un 21% del valor de ventas global, en España solo representó un 2% del valor de ventas total. El mayor segmento en términos de valor en España fue el de obras con precios de entre 1.000 \$ y 5.000 \$, que supuso un 38% de las ventas totales indicadas en 2016.

Es interesante tener en cuenta que, en cuanto a rentabilidad, un 86% de los galeristas indicó que los segmentos más rentables para sus empresas eran los de las obras con precios inferiores a 50.000 \$, mientras que solo un 14% indicó que fueran las que se sitúan por encima de 50.000 \$. Esto no ha cambiado de forma significativa durante los últimos cinco años, sin contar los casos de algunos galeristas de arte contemporáneo que indicaron que sus segmentos más rentables se habían desplazado ligeramente de los inferiores a 1.000 \$ en los cinco años previos a 2015 a los del rango de 1.000 \$ a 5.000 \$ en 2016.

Gráfico 2.8**Cuota de ventas de las galerías por segmento de precios en 2016**

Fuente: © Arts Economics (2017)

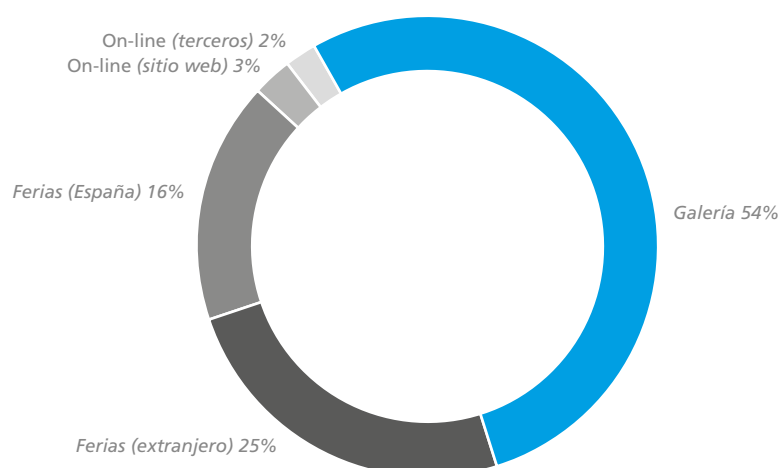
CANALES DE VENTAS

El espacio de la galería fue el canal de venta más importante en 2016, con un 54% del valor en ventas (ligeramente por encima que la media global, que se sitúa en un 51%). Ésta cuota de las ventas ha disminuido desde el último informe de 2013 (un 58%), mientras que han aumentado las ventas *on-line* y en las ferias de arte.⁴

Las ventas *on-line* representan un 5% y han crecido sustancialmente desde que se contabilizaron por última vez en 2013, cuando se situaban en un 1%. En 2016, estas ventas se dividieron entre ventas a través del sitio web propio de las galerías (un 60% de las ventas *on-line*) y las realizadas a través de plataformas de terceros (un 40%). Estas ventas se han convertido en un medio importante para conseguir nuevos clientes. Los galeristas indicaron que un 61% de sus ventas *on-line* en 2016 se realizaron a nuevos compradores que nunca habían visitado la galería o que nunca fueron en persona (hasta un 21% más que la cuota indicada en 2013) y solo un 5% eran compradores *on-line* habituales con los que no habían tenido un contacto previo en persona. El 34% restante eran compradores con los que ya habían tenido contacto personal pero que decidieron comprar *on-line* mediante su página web o plataforma (con un descenso en comparación con una cuota mucho mayor, del 48%, en 2013).

4. Las cifras de 2013 son de McAndrew (2014), *The Spanish Art Market in 2014 (El mercado español del arte en 2014)*. AYM: Madrid. En esta encuesta, se preguntó a los galeristas cuál fue su cuota de ventas mediante canales privados y en subastas, que ascendió a un 6%. Al ajustar estas cifras para que representaran solo las tres categorías principales de ventas en ferias, *on-line* y en galería, tal y como se muestra en el gráfico 2.9, y las ventas en galería en 2013, supondrían un total del 61%, lo cual implica una disminución aún mayor. Las ventas en ferias también se pueden ajustar a un 37%, mientras que las ventas *on-line* eran de un 1%.

Gráfico 2.9
Ventas por canal de las galerías españolas en 2016



Fuente: © Arts Economics (2017)

Las ventas en ferias de arte también han aumentado de un 35% en 2013 a un 41% en 2016. Las ventas se dividen en ferias locales y nacionales en España, y eventos internacionales. Estos últimos suponen la mayor cuota (un 25% de todas las ventas). Un poco menos de la mitad (47%) de los galeristas encuestados realizó la mitad de sus ventas anuales o incluso más en ferias de arte, y un 19% indicó que en las ferias había cerrado tres cuartas partes de sus ventas o más (todos ellos trabajaban en el mercado de arte contemporáneo).

Las galerías asistieron a cinco ferias de media en 2016 (cifra similar a la indicada a escala global), con una media de tres internacionales y dos locales en España. Esta cifra se mantuvo estable con relación a la indicada en 2015, pero aumentó en comparación con la media de cuatro indicada para 2014.

Aunque la mayoría de las ferias no ofrecen resultados completos de sus ventas anuales totales, según los datos ofrecidos por las galerías encuestadas, las ventas realizadas en las ferias de arte han pasado de una cifra estimada de 94,6 millones de euros en 2013 a 127,2 millones de euros en 2016, lo que supone un aumento del 34%. Esto también implica un total de más de 50 millones de euros en ventas por galerías españolas en ferias locales. Debido al muy bajo nivel de precios medios en muchas ferias en España, es probable que esta cifra esté distorsionada con relación a las ventas en galerías en el segmento superior y a las ventas en los eventos internacionales mayores, como ARCO. Existen unas 30 ferias en España que se centran solo en arte y antigüedades (con más del doble de dicha cantidad que se centra en piezas de coleccionista en general, diseño y otros sectores relacionados).

Una de las ferias más grandes e importantes en España sigue siendo ARCO, que celebró su 36.ª edición en 2017. ARCO se centra en obras contemporáneas de galerías españolas e internacionales y es un lugar fundamental de intercambio, interacción y comunicación para muchas galerías de arte españolas, además de una vía de entrada al mercado español del arte para los coleccionistas internacionales. En la 35.ª edición, en 2016, participaron 221 galerías,

de las que 63 eran españolas y 158 internacionales, mientras que en 2017 esta cifra disminuyó a 200 (que comprendían 133 galerías internacionales y 67 españolas).

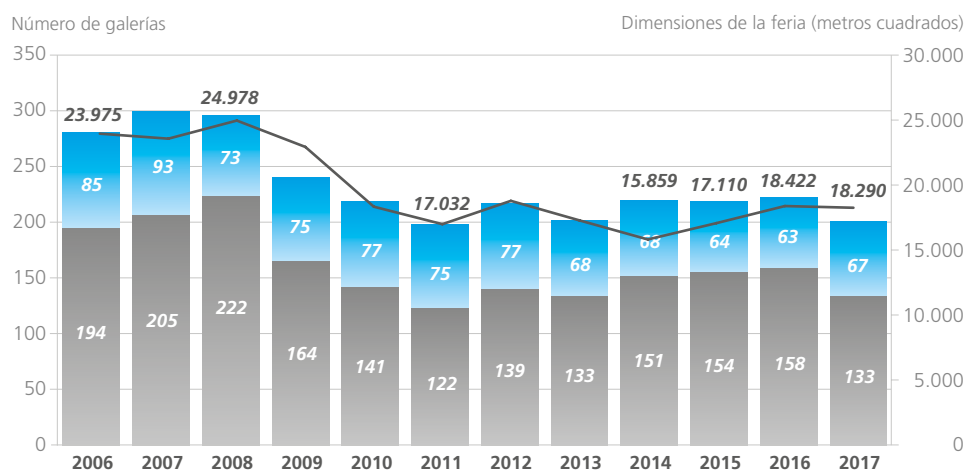
El número máximo de galerías que han expuesto en ARCO se registró en 2007, con 298, más del triple del tamaño de la primera edición de 1982. La distribución física de la feria también se amplió rápidamente para acomodar a un número cada vez mayor de expositores. Desde entonces, la feria ha reducido el número de expositores y ha consolidado su enfoque en las galerías locales e internacionales más importantes. Estas últimas han tenido una participación media del 68% del total de expositores durante los últimos 10 años. La distribución física de la feria se ha ampliado entre 2014 y 2017, hasta lograr que la última edición ocupara más de 18.290 m² (frente a los 5.000 m² de 1982).

El número de visitantes de ARCO en 2016 y 2017 se mantuvo relativamente estable, alrededor de los 100.000, incluidos profesionales del mercado de arte, coleccionistas internacionales y españoles y público general. El número de visitantes ha disminuido casi un 50% durante los últimos 10 años. Sin embargo, esta feria sigue siendo una de las más importantes a escala internacional en cuanto al tráfico de visitantes, que sobrepasa las cifras de asistencia de la mayoría de los eventos internacionales importantes celebrados por Art Basel, Frieze o FIAC.

Gráfico 2.10

Número de expositores y tamaño de planta en ARCO de 2006 a 2016

■ Galerías internacionales
■ Galerías locales
— Tamaño



Fuente: © Arts Economics (2017) con datos cortesía de ARCO

Existen varias ferias importantes en España desde 2014, con nuevos participantes, como MARTE, en Castellón, cuya primera edición fue en 2014 y Art Marbella, que empezó en 2015. Aunque la mayoría de las galerías expositoras de muchas de estas ferias son españolas, existen algunas, como LOOP y SWAB, que constituyen eventos internacionales importantes, con una representación sólida de galerías y participantes internacionales. En el gráfico 2.11 se muestran las cifras de los visitantes y expositores de 10 ferias clave en España (a parte de ARCO), que incluyen:

Art Madrid: feria de arte contemporáneo y emergente que se inició en 2006. En 2016, contó con 46 expositores, el 60% de los cuales fueron españoles, y 20.000 visitantes.

Art Marbella: feria de arte contemporáneo y moderno que se inició en 2015. En 2016 contó con 55 expositores, el 60% de los cuales fueron españoles, y 12.000 visitantes.

ArteSantander: feria de arte contemporáneo que se remonta a 1992. En 2016 contó con 42 expositores, el 78% de los cuales fueron españoles, y 7.400 visitantes.

Estampa: feria de arte moderno y contemporáneo fundada en 1993. En 2016 contó con 79 expositores, el 70% de los cuales fueron españoles, y 20.300 visitantes.

Feriarte: una de las ferias más antiguas de España, que tuvo su primera edición en 1976, y que realiza exposiciones en varios sectores, incluidas las artes decorativas, antigüedades y bellas artes. En 2016 contó con 94 expositores y 19.364 visitantes.

JustMAD: feria de arte contemporáneo que empezó en 2010. En 2016 contó con 49 participantes, alrededor de la mitad españoles, y 23.000 visitantes.

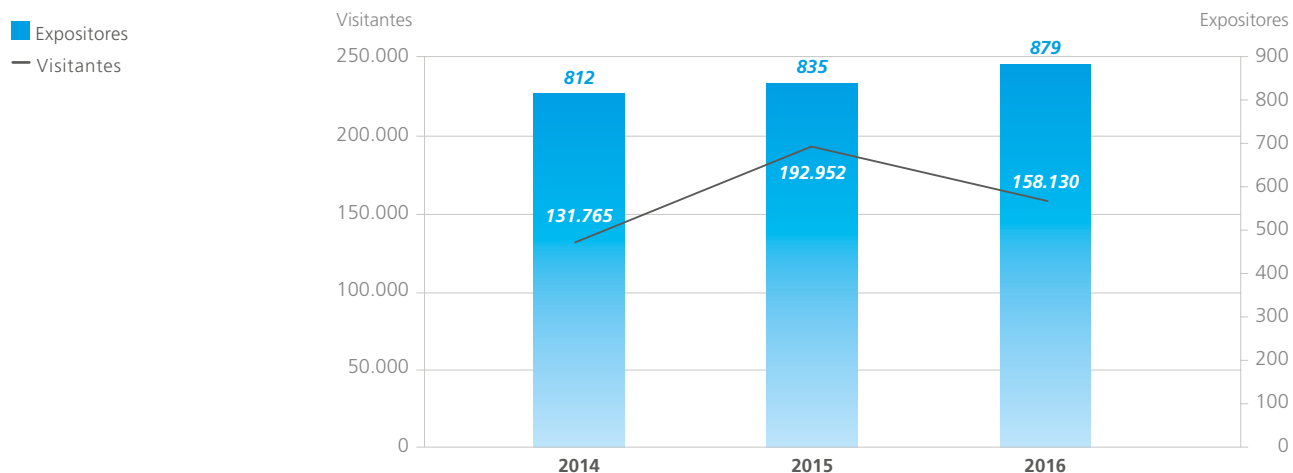
LOOP: se inició en 2003 y está dedicada a imágenes en movimiento y cine. En 2016 contó con 47 expositores, el 15% de los cuales fueron españoles, y 4.800 visitantes.

MARTE: feria de arte contemporáneo que tuvo su primera edición en 2014. En 2016 contó con 250 expositores, el 90% de los cuales fueron españoles, y 8.700 visitantes.

Almoneda: con exposiciones en diferentes sectores, que incluyen las antigüedades, las piezas de coleccionista y las bellas artes. En 2016 contó con 150 expositores, el 90% de los cuales fueron españoles, y 24.566 visitantes.

SWAB: feria de arte contemporáneo que empezó en 2007. En 2016 contó con 72 expositores, el 40% de los cuales fueron españoles, y 18.000 visitantes.

Por estos 10 eventos pasó una cifra estimada de 158.130 visitantes en 2016 (un 20% más que en 2014), que, sumada a la de ARCO, asciende a los 258.130 visitantes. Las cifras de expositores también han aumentado en los años que van de 2014 a 2016. Sin embargo, han variado mucho en función de la feria y de sus programas y veteranía: desde la limitación a 47 expositores de LOOP en 2016 (de los cuales solo seis fueron españoles) a los 250 de MARTE. Aunque los precios varían considerablemente, las ferias que pudieron proporcionar esta información indicaron que los precios medios se situaron entre 3.000 € y 20.000 €, y el precio máximo de ventas en los dos últimos años en todas las ferias (excluida ARCO) se había registrado en 500.000 €.

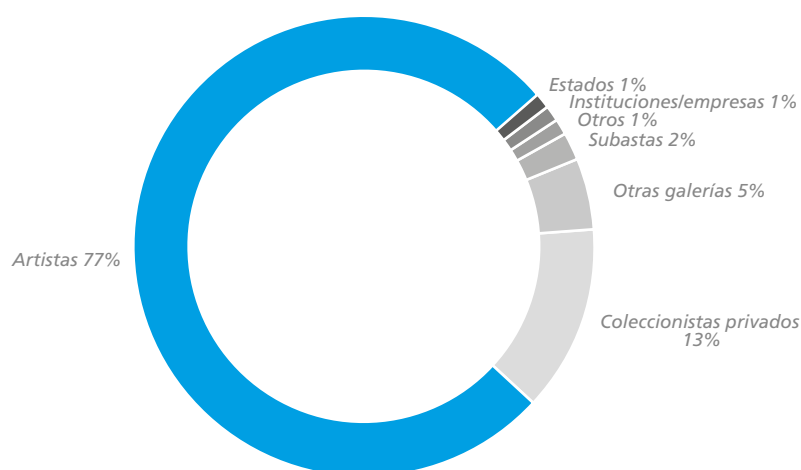
Gráfico 2.11**Número de expositores y visitantes: 10 ferias españolas (excluida ARCO)**

Fuente: © Arts Economics (2017)

FUENTES DE SUMINISTRO Y FONDOS

Acceder al suministro de obras sigue siendo un desafío para las galerías de todos los sectores. A las que están en sectores más antiguos y en el mercado de reventa les resulta complicado encontrar obras a precios razonables, ya que escasean, mientras que las de arte contemporáneo se enfrentan a una competencia considerable en cuanto al acceso a los artistas tanto en España como en el extranjero.

Las fuentes de suministro de obras para las galerías varían por sector. Las de arte contemporáneo, por ejemplo, acceden principalmente a las obras a través de los artistas. El predominio de galerías de arte contemporáneo en España contribuyó a la alta cuota indicada en el suministro de obras por parte de los artistas en 2016, con una media del 77% del fondo total o con obras a la venta durante el año (la cuota de las galerías de arte contemporáneo fue aún mayor, con un 84%). Los coleccionistas privados representaron la segunda fuente más importante, con un 13%, y para aquellos que trabajan fuera del mercado contemporáneo, en sectores de las bellas artes o del arte decorativo y las antigüedades, la media fue de un 43%. Otra fuente importante fue el comercio del arte, con un 18% de las obras que provenían de otras galerías y un 6% de subastas (frente a un 5% en los dos casos en el mercado del arte contemporáneo).

Gráfico 2.12**Fuentes de suministro de obras para galerías españolas en 2016**

Fuente: © Arts Economics (2017)

Los modelos de empresa de las galerías han cambiado mucho con el tiempo en España y en todo el mundo. Mientras que tradicionalmente estos modelos se basaban en comprar por poco y vender por mucho (ya que encontraban obra a precios muy bajos y lo vendían a precios sustancialmente mayores), en los últimos años muchos han basado sus estrategias competitivas en ser capaces de encontrar artistas y obras de mayor calidad y acceder a ellos para proporcionárselos a sus compradores añadiendo servicios de gran valor, como sus conocimientos sobre la obra, su creador y su historia, autenticación y restauración. La decisión de comprar la pieza directamente y venderla, o simplemente de actuar como agente de la transacción, se suele realizar a menudo de forma individual, según el contexto de la venta, de los modelos de empresa concretos y del acceso a la financiación.

La muestra de galeristas encuestados indicó que, en 2016, de media:

- Un 75% de sus ventas provino de obras en depósito (frente a un 56% a nivel mundial). Este valor fue muy inferior para las galerías de arte no contemporáneo (44%), frente a las de arte contemporáneo (78%).
- Un 16% provino de ventas de obra, que ya tenían en propiedad. Esta cifra fue considerablemente mayor para galerías no contemporáneas, con un 25% de media.
- El 9% restante corresponde a ventas a comisión o como agentes, con una participación mucho más alta, un 32%, para galerías de arte no contemporáneo (frente a un 7% de las ventas en las de arte contemporáneo).

El valor medio de las adquisiciones que realizaron las galerías para sus fondos en 2016 fue de 228.265 \$, con un valor mediano de 18.750 \$ (el valor mediano a escala global fue mucho más alto, 315.460 \$). Sin embargo, al analizar solamente a las galerías que trabajaban en mercados no contemporáneos, este valor medio fue mucho más alto: 420.000 \$. La ratio media del valor

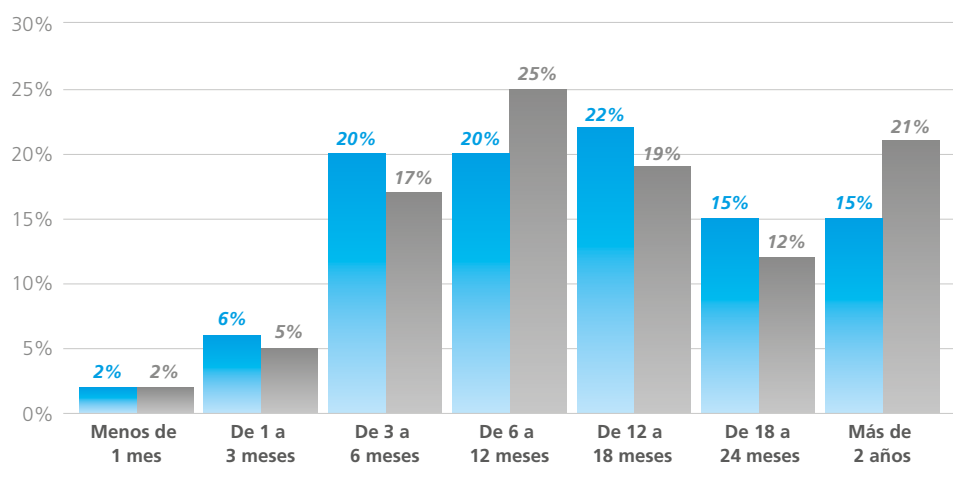
de las adquisiciones-ventas para aquellos que realizaron compras en todos los sectores de 2014 a 2016 —cuando se registró una gran cantidad de gastos (incluido un pequeño número de galerías que compró más de lo que vendió en algunos años)— fue de un 38% en 2016 (con una media del 40% durante este periodo de tres años).

Se preguntó a los galeristas cuánto tardaron, de media, en vender obras de su fondo, y la mayor parte de los encuestados indicó un periodo de entre 12 y 18 meses (un 22% de las galerías españolas frente a un 19% de las extranjeras). Los periodos que se citaron en segundo lugar con más frecuencia fueron de entre tres y seis meses y de entre seis y doce meses (un 20% cada uno). Por lo tanto, estas conclusiones indican que poco más de la mitad de las galerías locales guardó obras en su galería durante un año o más; un 15%, el cual es un porcentaje nada desdeñable, tuvo que esperar más de dos años para vender las obras. Esto presenta un marcado contraste con algunos sectores de la venta al por menor, en los que las empresas facturan todo el fondo cuatro o cinco veces al año. Este lento ciclo puede situar a las galerías bajo una considerable presión financiera, lo cual produce problemas de flujo de efectivo, agravados por un acceso limitado a cualquier forma de financiación para su actividad.

Gráfico 2.13

Tiempo medio dedicado a vender obras de sus fondos en 2016

■ Galerías españolas
■ Galerías internacionales

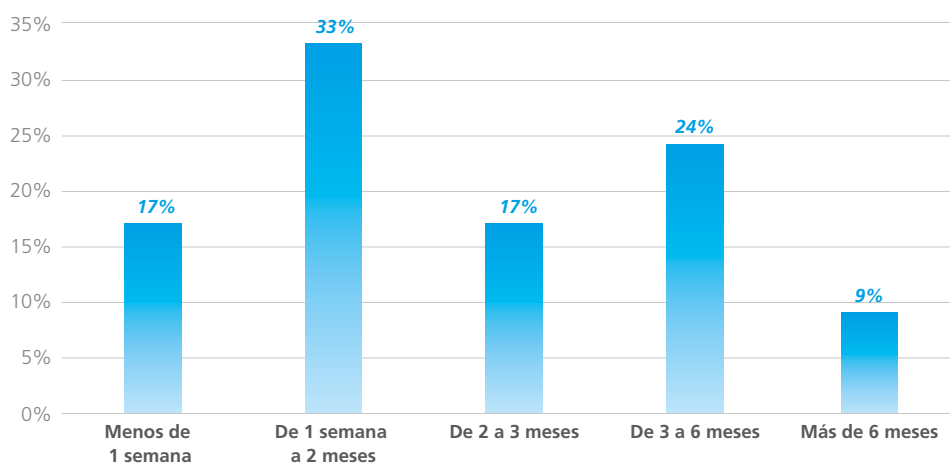


Fuente: © Arts Economics (2017)

Esta encuesta también reveló que esto podría deberse a un ciclo lento de pago tras la compra (es decir, el tiempo que tardan los compradores en pagar totalmente después de acordar la venta). Un tercio de los encuestados indicó que sus clientes tardaron una media de más de tres meses en realizar el pago final tras la compra de la pieza. Alrededor de la mitad de los galeristas encuestados recibieron el pago a los 60 días, lo cual podría considerarse un plazo estándar para facturas vencidas. Sin embargo, el hecho de que la otra mitad de los galeristas tenga unas condiciones de pago promedio que supere los 60 días indica que ofrecen condiciones fuera de lo que sería aceptable en otros sectores, incluido un 9% que amplió estas condiciones más de seis meses de media.

Un estudio de Intrum Justitia, *The European Payment Report 2016*, mostró que el ciclo de pago en España es largo en todos los sectores en comparación con sus homólogos europeos. El estudio mostró que, en 2016, el ciclo de pago medio en el sector B2C era de 47 días, el segundo más alto de Europa, mientras que para empresas B2B era de 69 días de media. El retraso en el pago de las facturas puede tener consecuencias graves para las empresas, como una disminución de liquidez, una pérdida de ingresos y el freno del crecimiento. Para las empresas pequeñas que componen la mayoría del sector de las galerías en España, el retraso en los pagos, junto con un contexto operativo con intenso capital, puede dificultar la supervivencia o el crecimiento de algunas de ellas. Sin embargo, la flexibilidad en las condiciones de pago se tiene en cuenta como una de las ventajas clave al comprar en una galería, por lo que es difícil que se apliquen condiciones más estrictas.

Gráfico 2.14
Ciclo medio de pago para todas las galerías en 2016



Fuente: © Arts Economics (2017)

Un ciclo de existencias lento y un ciclo de pagos largo pueden conducir a graves problemas de liquidez para las galerías en España, que tienen requisitos elevados para acceder al crédito, tanto para comprar obra como para otros gastos relacionados. Sin embargo, en España, como en muchos otros países, el mercado carece en gran medida de financiación de comercio. Los problemas relacionados con la financiación de la empresa fueron uno de los cinco desafíos principales para los próximos cinco años (un 36% de los encuestados lo consideró uno de los mayores desafíos).

Debido a los desafíos a los que se enfrentan para acceder a financiación, muchas galerías se autofinancian y organizan sus empresas para realizar suficientes ventas como para cubrir todos los costes internos. La encuesta mostró que el apalancamiento en el sector de las galerías en España es relativamente bajo. En el gráfico 2.15 se muestra la ratio de deuda⁵ de las galerías en España en 2016, que revela que la mayoría (un 61%) tuvo una ratio de deuda del 10% o

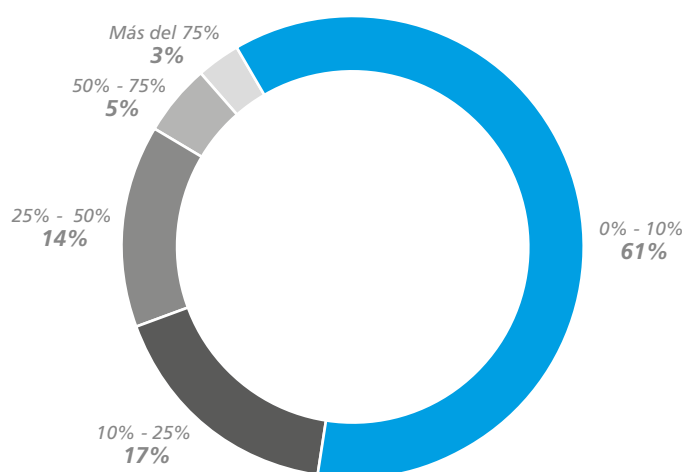
5. En este contexto, la ratio de deuda se refiere a las deudas y responsabilidades de la empresa y no a sus activos (ventas y existencias). Evalúa cuántos activos de una empresa se financian mediante endeudamiento y es una medida del riesgo financiero general.

menos, y solo un 8% tuvo una ratio de más del 50%. Las ratios de deuda varían entre sectores industriales, con una media entre el 40% y el 70% en los sectores de venta al por menor, lo cual indica que la deuda en el sector de las galerías es relativamente baja.

Estos niveles fueron a la par con las ratios globales en 2016, pero notablemente más altos que en el sector de subastas en España, donde todas las empresas encuestadas indicaron niveles del 10% o menos (véase el Capítulo 4). Aunque el bajo nivel de deuda en el sector podría implicar cierta estabilidad en la financiación y un bajo riesgo financiero, estas tasas también son indicativas de una falta crónica de oportunidades de apalancamiento en el sector: las galerías en España se ven forzadas a mantener un modelo de negocio basado en la deuda baja ya que no pueden acceder al respaldo financiero de los bancos. Aunque aparentemente esto podría implicar un menor riesgo financiero, también puede ser un indicativo de que algunas empresas no son capaces de acceder al importante apalancamiento que necesitan para crecer y ampliar sus empresas o incluso para poder suavizar el flujo de efectivo en periodos difíciles o volátiles.

Gráfico 2.15

Ratio de deuda de las galerías españolas en 2016



Fuente: © Arts Economics (2017)

COMPRADORES DE ARTE

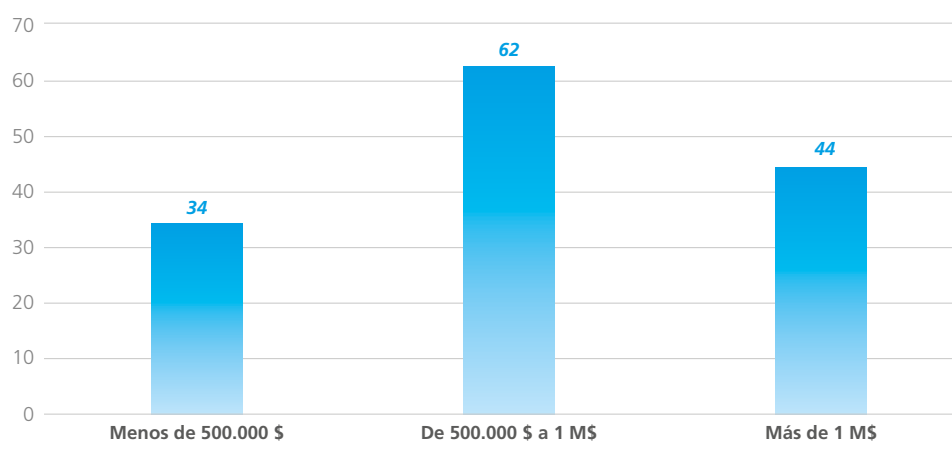
La encuesta reveló que, en 2016, las galerías realizaron sus ventas a 38 compradores únicos de media, con una mediana de 20, la mitad que la del sector de las galerías global.⁶ Los estudios globales han demostrado que el número de compradores aumenta con una facturación cada vez mayor, pero solo hasta cierto nivel. En el caso de las galerías del segmento más alto, se detecta una tendencia a vender todos los años un número menor de obras con un valor muy alto. Esto también se refleja en los datos españoles en cierta medida. El número medio de compradores únicos en 2016 de las galerías con una facturación de menos de 500.000 \$ fue de 34. Esta cifra aumentó a 62 en el caso de aquellos con una facturación entre 500.000 \$

6. Dos casos independientes, que indicaron haber tenido más de 300 compradores en 2016, se retiraron de la muestra para crear la media.

y 1 millón de dólares, pero disminuyó otra vez a 44 para aquellos con una facturación de más de 1 millón de dólares, los cuales cerraron transacciones con un grupo ligeramente más pequeño de clientes.

Gráfico 2.16

Cantidad promedio de compradores por nivel de facturación en las galerías españolas en 2016



Fuente: © Arts Economics (2017)

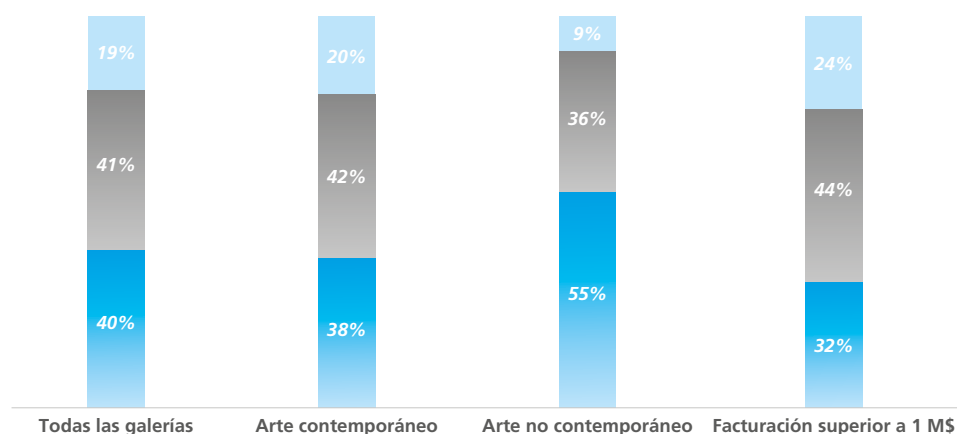
Los galeristas indicaron que sus ventas en 2016 se repartieron entre clientes nuevos y antiguos, la mayoría de los cuales había tratado con la galería durante los últimos cinco años. De media, un 40% de sus ventas provino de nuevos clientes que compraron por primera vez en 2016, un 41% provino de compradores con los que habían tratado durante un periodo de entre uno y cinco años, y un 19% provino de compradores a largo plazo con los que trataban desde hacía más de cinco años.

La cuota de ventas a nuevos compradores fue mayor para las galerías con menor facturación que para las que se encuentran en el segmento superior. Los nuevos compradores de las galerías con ventas brutas de más de 1 millón de dólares representaron un 32% de sus ventas, mientras que las que obtuvieron ventas por menos de 1 millón de dólares estuvieron a la par con el sector general en un 42%. La cuota de ventas a compradores que habían sido clientes durante más de cinco años, fue considerablemente superior para las galerías de mayor nivel. Sin embargo, los compradores a medio plazo, de uno a cinco años, siguieron constituyendo, con mucho, el segmento más importante.

La cuota de nuevos compradores también varió ligeramente entre sectores: en el sector externo al arte contemporáneo se registró la máxima cuota (55%) frente a los de arte contemporáneo (38%). Los compradores a largo plazo de más de cinco años también supusieron una cuota doble de las ventas en galerías de arte contemporáneo, en comparación con aquellos que trabajaban en sectores más antiguos, como el del arte moderno, los grandes maestros y las antigüedades.

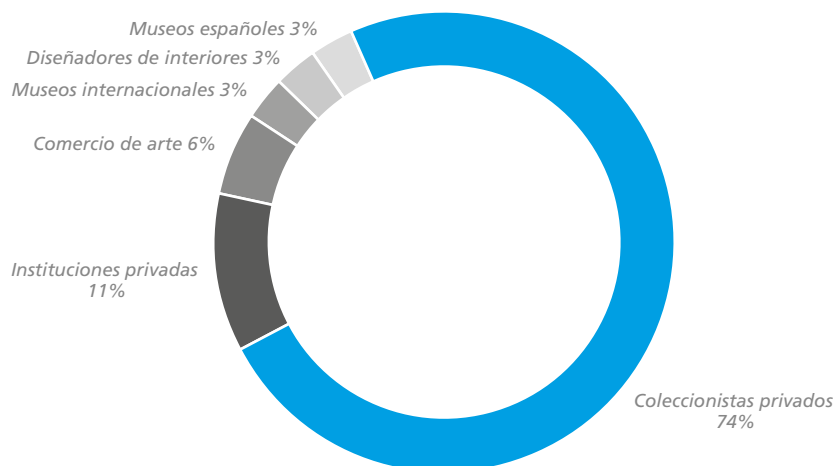
Gráfico 2.17**Cuota de ventas de galerías españolas a grupos de compradores segmentados**

- Compradores nuevos
- Compradores con antigüedad de 1 a 5 años
- Compradores con antigüedad superior a 5 años



Fuente: © Arts Economics (2017)

Las ventas a coleccionistas individuales privados dominaron las ventas de las galerías en 2016 y supusieron una cuota media del 74%. Al incluir interioristas, esta cifra aumentó hasta un 77%, que es la misma media registrada en 2013 en España para ventas a coleccionistas individuales privados. Las ventas a instituciones privadas, como corporaciones y fundaciones, supusieron la segunda cuota más grande con un 11%, y aquellas realizadas a otros miembros del comercio del arte supusieron un 6%. Las ventas a museos se dividieron equitativamente entre instituciones locales y extranjeras en 2016. La cuota de las ventas a museos españoles ha disminuido considerablemente desde 2013, cuando supuso un 86% de las ventas totales a museos. En el Capítulo 5 se habla con más detalle de la reducción de la financiación a museos en España, lo cual podría explicar parte de esta pérdida de cuota.

Gráfico 2.18**Cuota de mercado de las ventas por grupo de compradores en 2016**

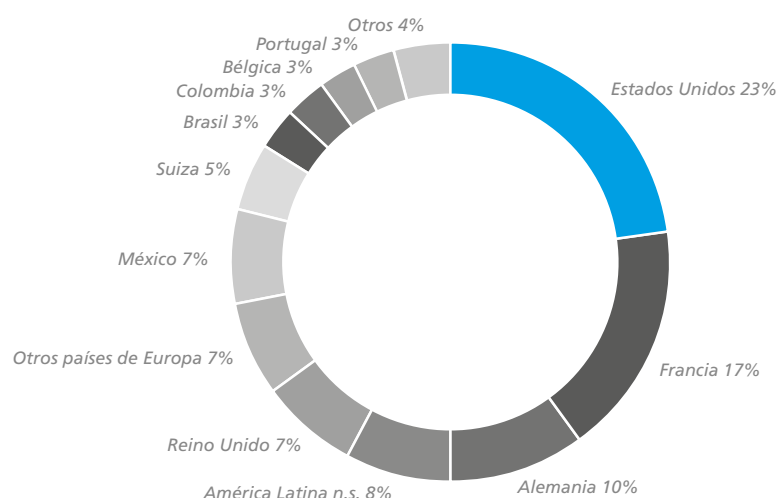
Fuente: © Arts Economics (2017)

La mayor parte de las transacciones realizadas por galerías en 2016 fueron ventas a compradores locales, que representaron un 63% de las ventas, frente al 37% de ventas a compradores extranjeros. Esta cuota ha disminuido desde el 70% de 2013 a medida que han seguido cada vez más modelos de empresa con un enfoque internacional para alcanzar una base de compradores geográficamente diversa. La cuota de compradores locales frente a la de los internacionales varía considerablemente con los niveles de facturación: las galerías con menor facturación tendieron a tener una mayor cuota de compradores locales. Para las de facturación de menos de 500.000 \$ en 2016, la cuota de compradores locales fue del 75%. Sin embargo, para aquellos que facturan entre 500.000 \$ y 1 millón de dólares, fue menos de la mitad (un 34%). Es interesante tener en cuenta que, cuando la facturación alcanzó más de 1 millón de dólares, la importancia de los compradores locales aumentó una vez más (hasta un 40%), pero permaneció considerablemente por debajo de la cuota de las del nivel más bajo.

Los galeristas indicaron una gama de compradores geográficamente diversa. De los compradores fuera de España, los coleccionistas de los Estados Unidos tuvieron la mayor cuota con un 22%, un 3% más que la registrada en 2013. Los compradores franceses tuvieron la segunda cuota más alta, pero con una disminución de dos puntos porcentuales, hasta el 17%, y Alemania permaneció estable, con un 10%. Los compradores europeos supusieron solo poco más de la mitad de las ventas realizadas por las galerías en 2016 (con un descenso frente al 58% de 2013), mientras que los de América Central y América del Sur tuvieron una cuota considerablemente mayor (un 21%) frente a solo un 9% en 2013. Esto encaja bien con las evidencias anecdóticas que sugerían que el crecimiento de compradores de países de América del Sur en galerías españolas se debe a los lazos históricos y culturales que los unen, a un idioma común y a otros factores. Algunos galeristas han indicado que cada vez más se realizan ventas en España a extranjeros residentes en las principales ciudades españolas, sobre todo nuevos residentes provenientes de Argentina, Venezuela, Perú y otras partes de América del Sur.

Gráfico 2.19

Nacionalidades de los compradores internacionales a galerías españolas en 2016



Fuente: © Arts Economics (2017)

Cuando se les pidió que nombrasen sus tres desafíos principales para los próximos cinco años, el que citaron con más frecuencia los galeristas en España (un 77% de los encuestados), igual que a escala global, fue el de encontrar nuevos clientes. La dificultad para encontrar nuevos compradores se ve agravada por el hecho de que muchos coleccionistas, sobre todo los que son nuevos en el mercado, buscan obras de un grupo relativamente pequeño de artistas, lo cual ha impulsado la facturación de un pequeño número de galerías y salas de exposiciones especializadas, pero ha aumentado la dificultad para otras. El segundo mayor desafío fue la asistencia a las ferias de arte, que supone una dedicación considerable de recursos sobre todo para las pequeñas empresas, pero también un punto de acceso fundamental para aumentar las ventas. El tercero fue el contexto económico, que es básico para que haya demanda de antigüedades y para que los nuevos compradores entren en los mercados de arte y antigüedades.

Tabla 2.1

Retos principales a los que se enfrentarán las galerías en los próximos cinco años

Porcentaje de respuestas	
77%	Búsqueda de nuevos clientes
53%	Participación en las ferias
43%	Economía/demanda de arte y antigüedades
36%	Financiación de su empresa/deuda
28%	Instalaciones de su empresa: galería, tienda, almacén
19%	Ventas en Internet y <i>on-line</i>
19%	Inestabilidad política
17%	Mayor regulación del mercado del arte y el comercio internacional
9%	Competencia con casas de subastas
4%	Acceso al suministro de piezas, obras de arte y artistas
2%	Problemas de divisa y fluctuaciones del tipo de cambio

Fuente: © Arts Economics (2017)

EL MERCADO PRIMARIO FRENTE AL MERCADO SECUNDARIO DEL ARTE

Una característica estructural importante del mercado de galerías es que opera en un sistema dual compuesto por los mercados primario y secundario. Algunas galerías trabajan exclusivamente en uno de los dos, mientras que otras combinan las ventas primarias con las ventas secundarias (o reventas), incluidas las de los mismos artistas en algunos casos. En los centros de arte más grandes, el mercado secundario domina el comercio en cuanto a valor, y es donde se alcanzan los precios más altos. Sin embargo, en España, debido al número de empresas del mercado primario, el sector de galerías está muy dominado por las ventas primarias en cuanto a valores totales.

Por definición, el mercado primario es aquel en que los artistas venden primero sus obras a coleccionistas. Los artistas conectan directamente con compradores para vender o bien a través de una galería como intermediario. Un reciente estudio realizado en España ha mostrado que menos de un tercio de los artistas tiene una relación estable con una galería, mientras que el resto tiene asociaciones más esporádicas e impulsadas por eventos, en caso de existir.¹ Aunque las ventas directas de los artistas, o las ventas de estudio, son muy difíciles de medir, las evidencias anecdóticas y de otra índole sugieren que las ventas de galería dominan enormemente y representan el valor principal del mercado primario. La galería es también el lugar donde los artistas obtienen los precios más altos en el mercado primario y donde forjan sus carreras y su presencia en el mercado.

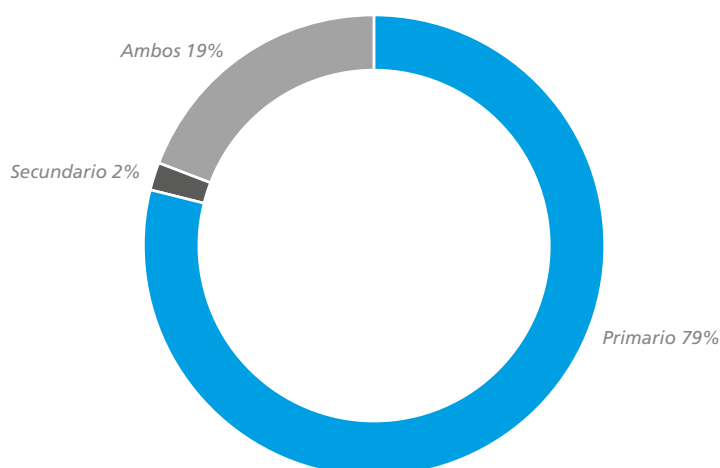
En el mercado primario, las obras vendidas provienen de artistas nuevos y emergentes, así como de otros artistas más establecidos. Algunos segmentos de este mercado están compuestos por artistas que quizás no están bien establecidos, o la calidad de cuyas obras es más difícil de apreciar, lo que significa que los compradores carecen de información completa y comprar puede implicar un grado de riesgo considerable. Por lo tanto, la galería tiene un papel crucial como asesor y funciona como un canal para proporcionar información a los compradores, así como para vender directamente el trabajo y desarrollar la carrera de los artistas a lo largo del tiempo. La galería es la responsable de establecer los precios iniciales para las obras de sus artistas y, una vez se ha definido una base de precio para un artista, puede aumentar el suministro para ayudar a ampliar el mercado y aumentar su liquidez. También pueden propiciar la extensión de la carrera de los artistas al controlar el suministro y apoyar las ventas fuera de la galería. En algunos casos, controlan las obras del artista después de haberlas vendido e intentan encontrar compradores para obras en el mercado secundario, y algunas puján por obras consignadas a subasta para garantizar la estabilidad del mercado del artista y evitar que la obra no se venda o que se venda a bajo precio en el dominio público. En algunos casos, aún van más allá y requieren que los compradores de obras de ciertos artistas en el mercado primario firmen un acuerdo en el que aseguran que las obras se revenderán exclusivamente a través de ellos o serán donadas a un museo, para no arriesgarlas a influencias perjudiciales mediante la venta en el sector de subastas.

1. Marta Pérez Ibáñez e Isidro López-Aparicio (2016). *La actividad económica de los/las artistas en España. Estudio y análisis*. Editorial Universidad de Granada: Granada.

En el mercado secundario, por el contrario, las galerías y las casas de subastas ofrecen obras de arte para revenderlas *a posteriori*. Una de las características distintivas del mercado del arte a nivel global es el predominio del valor del comercio en este segundo nivel, donde la mayor parte del comercio tiene lugar entre clientes antiguos y futuros. En el mercado primario, los precios suelen ser más bajos que en el mercado secundario, dado que desde el momento en que el artista vende la obra por primera vez, puede pasar una gran cantidad de tiempo hasta ser reconocida por su valor artístico, rareza o importancia histórica. Cuando la obra se revende, estas ventas secundarias tienden a tener un precio más alto por naturaleza. Los costes de información son más bajos en el mercado secundario y es más probable que los participantes tengan más y mejor información con respecto a los artistas y sus obras más establecidas, por lo tanto, las compras suelen conllevar menor riesgo.

La disminución del riesgo está conectada a la característica distintiva de que el valor de las obras de arte suele aumentar y no devaluarse. Esto es bastante diferente en comparación con otros bienes comerciados comúnmente en los mercados secundarios. Un buen ejemplo es el mercado secundario más grande: el mercado de coches usados. Los compradores del mercado de coches de segunda mano generalmente compran con cautela y renuentemente, de ahí que la diferencia de precio entre los mercados primario y secundario favorezca considerablemente al primero. Por el contrario, los coleccionistas a menudo serán más cautelosos y pagarán menos por las obras de artistas contemporáneos y nuevos, cuyo valor podría no estar tan bien establecido en comparación con obras más antiguas y de renombre en los mercados secundarios.

Excluyendo las galerías de arte y antigüedades, la muestra de galeristas encuestados para este estudio estaba compuesta por aquellas que trabajan exclusivamente en el mercado primario, por otras que trabajan únicamente en el secundario y por las de ambos mercados. En cuanto al número de empresas y el valor de las ventas, el mercado de galerías en España está dominado enormemente por las del mercado primario. Los resultados de la encuesta mostraron que un 69% de los galeristas españoles trabajan exclusivamente en el mercado primario, mientras que un 25% trabaja en el mercado primario y secundario. Analizando los galeristas de arte contemporáneo, un 79% trabaja únicamente en el mercado primario, con un 19% que combina ventas primarias y secundarias, mientras que solo un 2% trabaja únicamente en el mercado secundario. Para aquellas que trabajan en ambos mercados, un 40% del valor de su facturación en 2016 provino de ventas en el mercado primario, frente a un 60% de las reventas en el mercado secundario.

Gráfico 3.1**Cuota de negocios en el mercado español de galerías de arte contemporáneo en 2016**

Fuente: © Arts Economics (2017)

VENTAS EN EL MERCADO PRIMARIO

En 2016, se estima que las ventas en el mercado primario supusieron un 77% del valor total de las ventas en el sector español de las galerías, o unos 239 millones de euros. Aunque las ventas medianas fueron bastante uniformes en los diferentes segmentos del sector de las galerías, las ventas medias en el mercado primario fueron menores que en el secundario (y que las de la media del mercado total). En 2016, las ventas medias en el mercado primario alcanzaron una cifra estimada de 313.940 €, lo cual supuso un 80% de la media general del sector y un 68% de la media que también trabajó en el mercado secundario.

Aunque existe una pequeña cantidad de galerías españolas principales con una facturación de más de 1 millón de euros anuales, tal y como se ha indicado, debido a la naturaleza de este sector en el mercado, los precios tienden a ser más bajos y, en algunos casos, los volúmenes de ventas también son menores. El volumen medio de obras vendidas en el mercado primario en 2016 fue considerablemente menor (59 obras) al de aquellas vendidas en ambos mercados (83) o en el mercado en general (71). Sin embargo, el volumen medio de transacciones aumentó un 10% entre 2014 y 2016 en el sector primario, frente a solo el 7% para el resto del mercado.

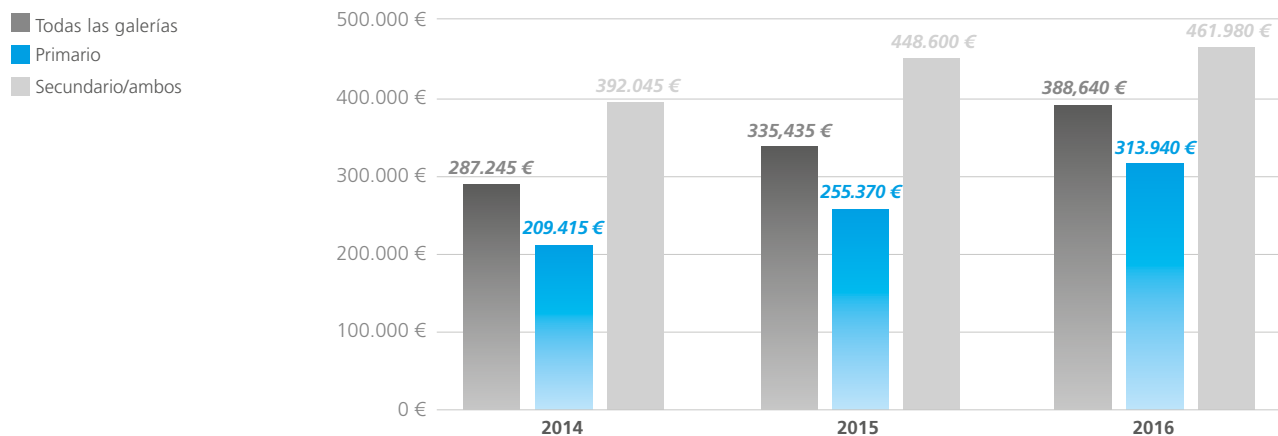
La mayor cuota del valor total en el sector primario español, por lo tanto, se basa en el mayor número de empresas en este sector y no en una mayor facturación media. A pesar de mantener el volumen de ventas en unas cifras más reducidas, la facturación media en el mercado primario experimentó su mayor aumento interanual, avanzando un 23% en 2016, frente a un aumento de solo el 3% para los que trabajaron en el mercado secundario. El segmento primario también ha visto el mayor aumento en valores durante el periodo de dos años, entre 2014 y 2016, con un aumento de las ventas del 50% frente a un aumento del 18% para las galerías del mercado secundario.

Los galeristas que trabajaban en el sector primario también eran más optimistas con respecto a sus ventas en 2017, donde un 40% predecía un crecimiento sostenido y un 48% esperaba estabilidad en el año siguiente. En el mercado secundario, una menor cuota, del 25%, esperaba más ventas en 2017, aunque la mayoría (un 56%) pronosticó que serían más estables interanualmente.

Gráfico 3.2

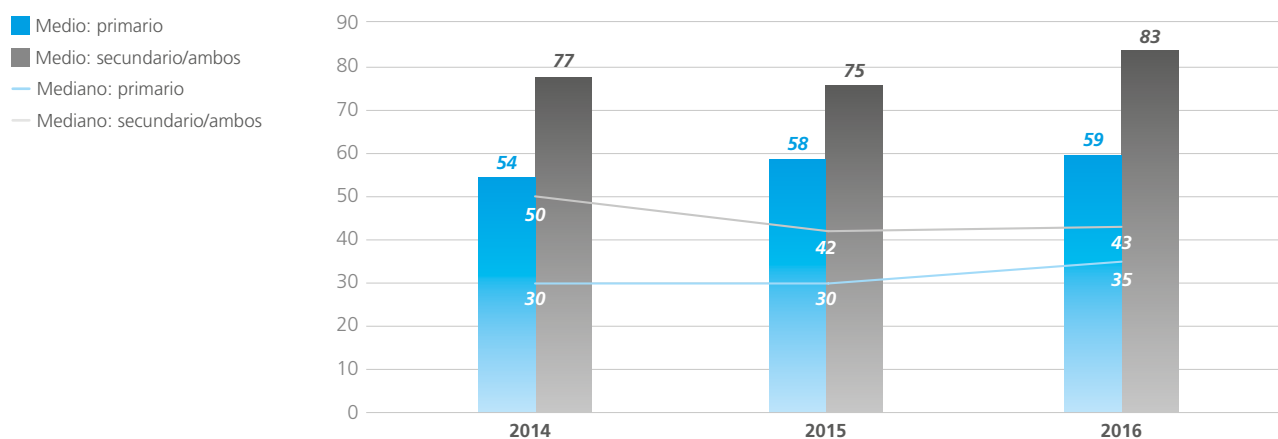
Facturación media de las galerías españolas 2014-2016

a. Valor medio de ventas



Fuente: © Arts Economics (2017)

b. Volumen medio y mediano de ventas



Fuente: © Arts Economics (2017)

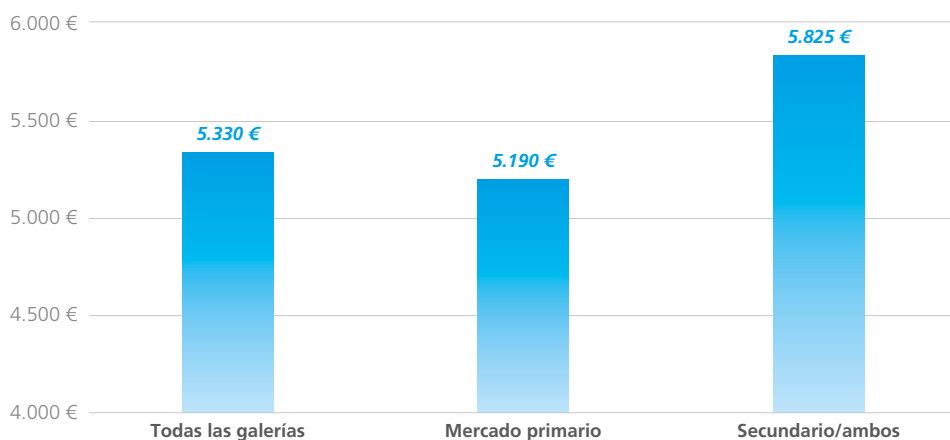
PRECIOS EN EL MERCADO PRIMARIO

Como ya se ha indicado en el Capítulo 2, España es generalmente un mercado con un precio más bajo que muchos de sus homólogos globales, y las galerías en el mercado contemporáneo presentaron los precios medios más bajos de todos los sectores de bellas artes, en 2016. Dentro del mercado contemporáneo, el mercado primario también tuvo los precios medios más bajos en general, a 5.190 €, donde el sector incluyó artistas nuevos, desconocidos y emergentes con precios más bajos y una presencia de mercado menos establecida.

Independientemente del sector en que operaron, la mayoría de las ventas realizadas por las galerías fue a precios inferiores a 50.000 \$. La encuesta indicó que un 92% de todas las transacciones realizadas en su mercado primario en 2016 fueron por precios inferiores a 50.000 \$, mientras que un 60% fueron de menos de 5.000 \$. Igual que en el sector de las galerías en general, en España, solo un 1% de las ventas realizadas por las galerías del mercado primario fueron a precios que excedieron los 250.000 \$.

Gráfico 3.3

Media de precios en el mercado español de las galerías en 2016



Fuentes: © Arts Economics (2017)

Para la mayoría en el sector primario (un 86%), los segmentos más rentables para sus empresas en 2016 fueron la venta de obras con precios inferiores a 50.000 \$. Es interesante tener en cuenta que, a pesar de presentar precios medios más bajos que otros sectores, las áreas más rentables de sus empresas tienen unos precios más altos. El único segmento más rentable en 2016 por los encuestados en el mercado primario fue el de las ventas de entre 5.000 \$ y 50.000 \$ (frente a las de entre 1.000 \$ y 5.000 \$ de los que operan en el mercado secundario y en total para todas).

Los márgenes variaron ampliamente entre sectores. En cuanto a los beneficios brutos, aunque los galeristas del mercado primario representaron una cuota algo mayor en el rango de menos del 10%, supusieron una proporción considerablemente más alta en los márgenes brutos de más del 30% que las galerías del mercado secundario. Los márgenes netos estaban mucho más divididos que las que operaban en el mercado secundario, y un tercio tenía márgenes de más

del 20% frente a un 21% de sus homólogos secundarios. El 10% de los galeristas del mercado primario indicaron unos beneficios netos superiores al 30% en 2016, frente a unos beneficios inexistentes a ese nivel con las ventas en el mercado secundario.

Tabla 3.1
Beneficios brutos de las galerías españolas

Beneficios brutos	Primario	Secundario/ambos	Todo
0 - 10%	25%	22%	24%
10% - 20%	11%	14%	11%
20% - 30%	23%	43%	28%
30% - 40%	21%	7%	18%
40% - 50%	10%	14%	11%
Más del 50%	10%	0%	8%

Fuente: © Arts Economics (2017)

Tabla 3.2
Beneficios netos de las galerías españolas

Beneficios netos	Primario	Secundario/ambos	Todo
0 - 10%	42%	50%	43%
10% - 20%	25%	29%	26%
20% - 30%	23%	21%	23%
30% - 40%	8%	0%	6%
Más del 40%	2%	0%	2%

Fuente: © Arts Economics (2017)

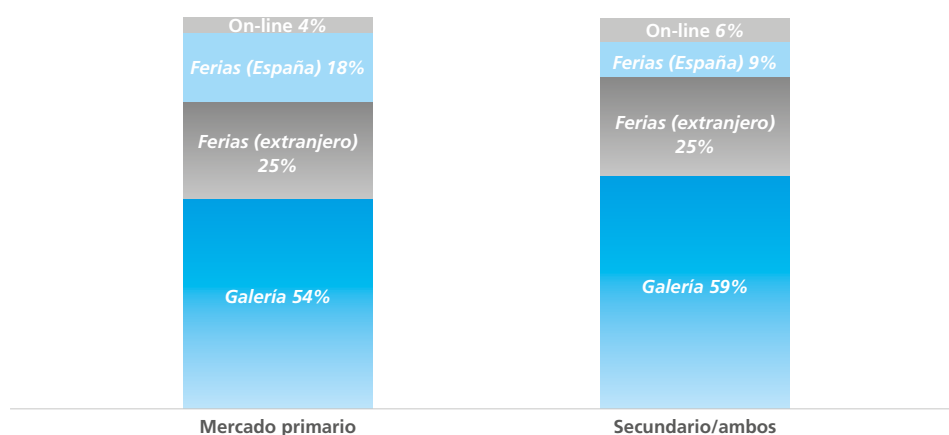
CANALES DE VENTAS

El espacio de la galería fue el canal de ventas más importante para las galerías en el mercado primario, con una cuota del 54% de las ventas en 2016. Es interesante tener en cuenta que fue menor que la cuota de las ventas de galerías para aquellos que trabajaban fuera del mercado primario (un 59%)

Las galerías del mercado primario tuvieron una cuota mucho mayor de ventas realizadas en ferias de arte que otras galerías, con un 43% frente a un 34%. A pesar de tener una cuota idéntica en las ferias de arte internacionales, las galerías del mercado primario tuvieron el doble de cuota en eventos locales. En el mercado primario asistieron a cinco ferias de media en 2016 (tres eventos internacionales y dos locales). Esto implica que un 58% de las ventas realizadas en ferias por galerías del mercado primario provino de tres eventos internacionales. Por el contrario, aquellas fuera del sector primario acudieron a una media de tres ferias al año, dos locales y una internacional.

Gráfico 3.4

Cuota de ventas de galerías por canal de ventas en 2016



Fuente: © Arts Economics (2017)

Por el contrario, las ventas *on-line* supusieron una cuota ligeramente menor de ventas por galerías del mercado primario, y se dividieron de manera uniforme entre ventas a través del sitio web propio y de plataformas de terceros, como Artsy, que fue la que más se citó. Aquellos que trabajaban fuera del mercado primario realizaron un 6% de sus ventas *on-line* y principalmente (un 5%) a través de su sitio web. Igual que en el mercado de las galerías en general, estas ventas se han convertido en un método importante de acceso a nuevos clientes, donde los galeristas del mercado primario indican que un 61% de sus ventas *on-line* en 2016 fueron a nuevos compradores que nunca habían visitado la galería o que nunca habían conocido personalmente (frente a un 63% de galeristas fuera del mercado primario) y solo un 4% eran compradores *on-line* habituales con los que no habían tenido un contacto previo de manera personal (frente a un 8% de aquellos que trabajaban en el mercado secundario). El 35% restante fueron compradores actuales con los que ya habían tenido contacto personal, pero que decidieron comprar *on-line* mediante su sitio web o una plataforma (frente a solamente un 28% en esta categoría en el mercado secundario).

FUENTES DE SUMINISTRO Y FONDOS

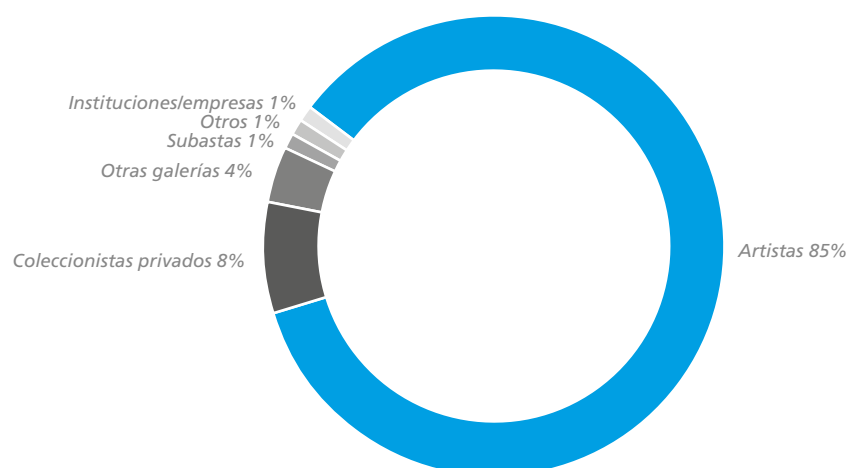
El modelo de empresa más común de ventas en el mercado primario fueron las ventas de obras en depósito, donde el artista no vende la obra a la galería, sino que la deposita para una exposición o un periodo determinado y las ganancias se dividen en base a una tasa acordada previamente. Si la obra no se vende, la galería podría guardarla o devolverla al artista. En estas relaciones de depósito, los riesgos relacionados con la venta son compartidos entre la galería y el artista, donde la relación se parece mucho más a una empresa conjunta que a una relación de agente principal. Este acuerdo es ventajoso para la galería, ya que implica una baja intensidad de capital, dado que no tiene que comprar obras para anticipar la compra.

Los principales galeristas en España informaron de que el 80% de las obras que vendían en términos de valor, se vendían en consignación (frente a solo el 48% de los que también trabajaban en el mercado secundario). Poco menos del 15% de sus ventas provino de fondos que poseían en su totalidad (frente al 24% de las galerías del mercado secundario) y el 6% eran comisiones (frente al 28%).

Las obras a la venta en el mercado primario proceden, sobre todo, de piezas obtenidas directamente de los artistas, con ventas de origen directo. Estas representaron el 85% del volumen de negocio de las galerías en 2016. Solo el 8% de las ventas provino de obras de coleccionistas privados, mientras que, para aquellos que también trabajaban en el mercado secundario, este origen representó el 85% de las ventas. Para las galerías del mercado secundario, el comercio de arte (otras galerías y casas de subastas) representó el 15% restante, frente a solo el 5% en el mercado primario.

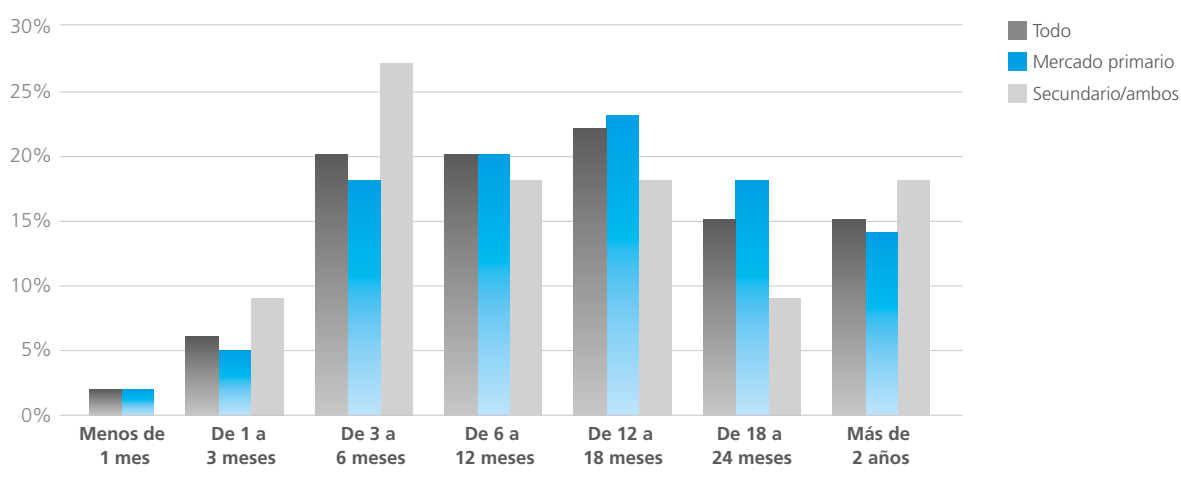
Gráfico 3.5

Fuentes de suministro de las galerías del mercado primario en 2016



Fuente: © Arts Economics (2017)

Como se ha señalado en el Capítulo 2, el ciclo de existencias de algunas galerías puede ser lento y muchas guardan obras durante periodos de más de un año. Los galeristas del mercado primario percibieron una proporción de informes de ciclos de existencias de más de un año superior a la media (un 55%), frente a solo el 45% de los que trabajan en el mercado secundario. También existía una mayor probabilidad de que las galerías del mercado secundario tuvieran ciclos más cortos, de menos de seis meses (un 36% frente a solo el 25% de los galeristas del mercado primario). Sin embargo, en el segmento más alto de más de dos años, las del mercado primario mostraron una cuota inferior del 14%, frente al 18% de los del mercado de reventa.

Gráfico 3.6**Media de tiempo necesario para vender las obras del fondo de las galerías en 2016**

Fuente: © Arts Economics (2017)

Como en el mercado general, el ciclo de pago en el sector primario también puede ser relativamente largo. Más de la mitad (el 51%) recibieron los pagos en un plazo de 60 días desde la fecha de venta, lo que representa una proporción ligeramente superior a la de aquellas que operan en el mercado secundario (45%). Sin embargo, en el extremo superior de pagos que superaron los tres meses, la proporción de galerías del mercado primario (36%) fue el doble que la de sus homólogas en el mercado secundario.

Las del mercado primario tuvieron un apalancamiento significativamente mayor que aquellos que también operan en el mercado secundario. La totalidad del mercado secundario indicó que sus ratios de deuda eran inferiores al 25%. En el mercado primario, sin embargo, el 28% de las galerías tenía una ratio de deuda superior al 25%, incluido un 10% que presentaba ratios superiores al 50%. En todos los sectores, la mayoría de las galerías presentaba ratios deuda-venta del 10% o menos. Como se ha señalado en el Capítulo 2, es probable que esto se deba, en algunos casos, a la falta de oportunidades más que a una estrategia diferenciada o a una decisión operativa. Los galeristas del mercado primario situaron la financiación como cuarto desafío para los cinco años siguientes (junto con encontrar nuevos clientes, los retos de las ferias de arte y los problemas relacionados con la economía y sus efectos en el mercado del arte).

Tabla 3.3**Ratios de deuda de las galerías españolas en 2016**

Tasa de deuda	0 - 10%	10% - 25%	25% - 50%	50% - 75%	Más del 75%
Todo	61%	17%	14%	5%	3%
Primario	59%	12%	18%	6%	4%
Secundario/ambos	71%	29%	0%	0%	0%

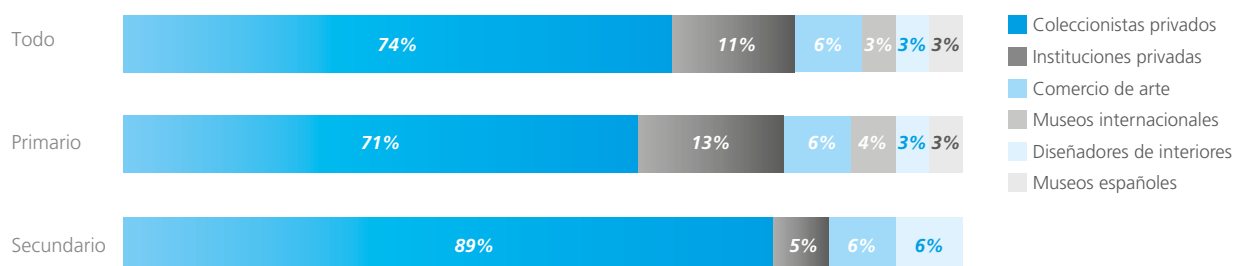
Fuente: © Arts Economics (2017)

COMPRADORES EN EL MERCADO PRIMARIO

Las galerías del mercado primario realizaron ventas a una media de 37 compradores únicos en 2016, frente a los 48 de las de otros sectores. Las ventas en el año 2016 se repartieron entre antiguos y nuevos clientes, la mayoría de los cuales solo había tratado con la galería durante un plazo de hasta cinco años. De media, el 40% de las ventas realizadas por galerías del mercado primario fueron a clientes nuevos que les compraban por primera vez en el año 2016, el 42% fueron compradores con los que ya habían tratado durante un periodo de entre uno y cinco años y el 18% eran compradores a largo plazo que conocían desde hacía más de cinco años. Para las que venden en el mercado secundario, las cifras fueron muy similares, con una cuota de nuevos compradores ligeramente superior (41%) en 2016 y una cuota superior de compradores a más largo plazo, es decir, de más de cinco años (22%).

Como en el sector general, las ventas a coleccionistas particulares dominaron las ventas de las galerías del mercado primario en 2016, con una cuota media del 71% (o del 74% si se incluyen los diseñadores de interiores). Los coleccionistas privados representaron una cuota todavía mayor (89%) para quienes trabajan fuera del mercado primario. Es interesante observar (véase el gráfico 3.7) que, aunque las del mercado primario realizaron el 7% de sus ventas a museos (con una cuota ligeramente superior a los que se encuentran fuera de España), las del mercado secundario indicaron que no habían vendido nada a los museos en 2016. Si bien este grupo de encuestados fue más pequeño que el del mercado primario y no abarca la totalidad de este sector en España, esto encaja con algunas de las evidencias anecdóticas que sugieren que las ventas a los museos se han recuperado muy lentamente, sobre todo en los sectores más antiguos del mercado.

Las ventas a los compradores locales también constituyeron la mayoría del negocio realizado por las galerías del mercado primario en 2016. Estas representaron el 61% de las ventas, una cuota algo inferior a la del sector de las galerías en general y significativamente inferior a la de sus homólogos en el mercado secundario, con un 75%. Como anécdota, los galeristas del mercado primario señalaron que los compradores de fuera de España, con los que contactan en ferias y otros eventos internacionales, se han vuelto cada vez más importantes para sus negocios. Como se ha señalado en el Capítulo 2, algunos galeristas informaron que también hubo un aumento de las compras por parte de nuevos residentes extranjeros en España procedentes de Sudamérica y Centroamérica. Hubo opiniones divergentes con respecto a si se trataba simplemente de un efecto de sustitución o bien de una mejora. Muchos encuestados señalaron que sus coleccionistas españoles habituales todavía *«[...] no habían vuelto a entrar completamente en el mercado, no se mostraban demasiado entusiasmados y aún compraban de una forma muy conservadora con respecto a 2006 o 2007 [...]»*.

Gráfico 3.7**Cuota de las ventas de las galerías por grupo de compradores en 2016**

Fuente: © Arts Economics (2017)

ARTISTAS REPRESENTADOS POR GALERÍAS DEL MERCADO PRIMARIO

Las galerías del mercado primario a menudo desempeñan un papel fundamental en la creación y gestión de la carrera de un artista y, por lo tanto, tienden a representar a un número limitado de artistas en un momento determinado. A menudo sucede que solo un número relativamente pequeño de artistas representados por una galería tiene éxito comercial y los beneficios que generan las ventas de sus obras se invierten en la carrera de otros en una forma de subvención cruzada.² El número de artistas representados, por lo tanto, no es necesariamente proporcional a las ventas o a la rentabilidad de una manera directa.

El número medio de artistas representados por galerías que trabajan exclusivamente en el mercado primario de arte español en 2016 fue de 18, un número algo inferior a la media global para galerías del mercado primario (21). Sin embargo, hubo una gama significativa entre galerías que iba desde solo dos artistas hasta un máximo de 80. Los artistas españoles representaron el 61% del total de los artistas representados (11 artistas de media) y los artistas internacionales representaron el 39% de todos los artistas representados (7 de promedio por galería). Estas cuotas coinciden con el mercado primario global general en 2016.

La mayoría de las ventas en el mercado primario también procedió de las ventas de obras de artistas españoles, que supusieron el 67% de las ventas totales de galerías en 2016, cantidad ligeramente superior a la media global de los artistas locales o nacionales (un 60%). Por su parte, los artistas internacionales representaron solamente un tercio del total anual.

Para aquellas que trabajan tanto en el mercado primario como en el secundario, la media de artistas del mercado primario representados fue de 20. La mayoría de esos artistas (85%) eran españoles, con una media de solo tres artistas internacionales por galería. A pesar de la pequeña cantidad de artistas internacionales, las ventas se distribuyeron de manera bastante equitativa entre los artistas españoles y los internacionales, aunque estos últimos tuvieron una cuota algo superior (52%), lo cual implica que los precios y los valores fueron significativamente superiores para los artistas internacionales.

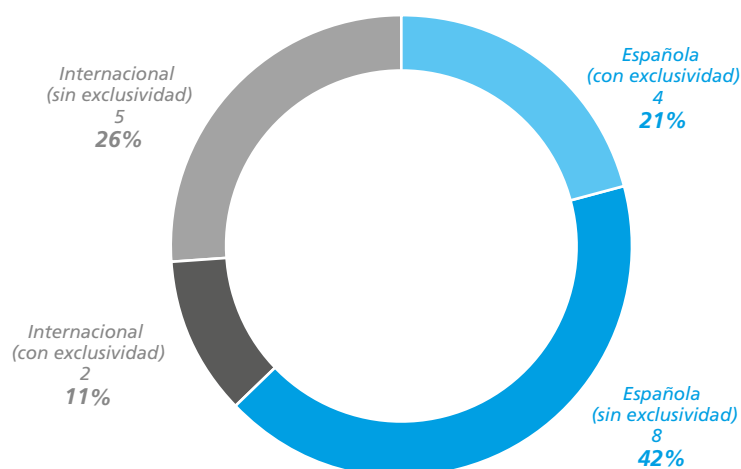
2. Véase un análisis sobre este tema en Towse, R. dir. (2013) *A Handbook of Cultural Economics (Manual de economía de la cultura)*. Edward Elgar: Londres.

Si sumamos estas galerías a las que operan únicamente en el mercado primario, la media de artistas representados es de 19. Los artistas españoles siguieron dominando en general con un 63% frente al 37% de los artistas internacionales. Además, generaron el mayor volumen de ventas (un 65% frente al 35% de ventas de artistas internacionales). El segmento con mayores ingresos fue el español, con un 33% de las ventas correspondientes a artistas no representados en exclusiva, mientras que el más bajo fue el internacional, con un 12% de las ventas correspondientes a artistas representados de manera exclusiva.

En cambio, las que trabajan en el mercado secundario (ya sea de forma exclusiva o en combinación con el mercado primario) representan una media mucho más alta (37 artistas). Para estas galerías, los artistas españoles fueron aún más predominantes en el mercado secundario (con el 70% del total de los representados), mientras que los artistas internacionales supusieron el 30%. En este segmento, los artistas internacionales generaron ligeramente más ventas (54%) que los artistas locales (46%), lo cual implica una vez más unos valores muy superiores dado su inferior número. El mayor segmento de ventas para estas galerías fue el de los artistas internacionales representados de manera exclusiva (33%).

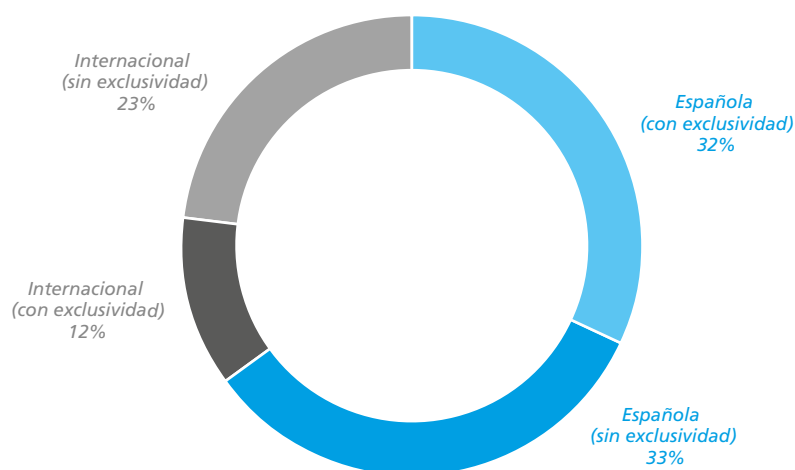
Gráfico 3.8

Artistas representados por galerías del mercado primario español en 2016



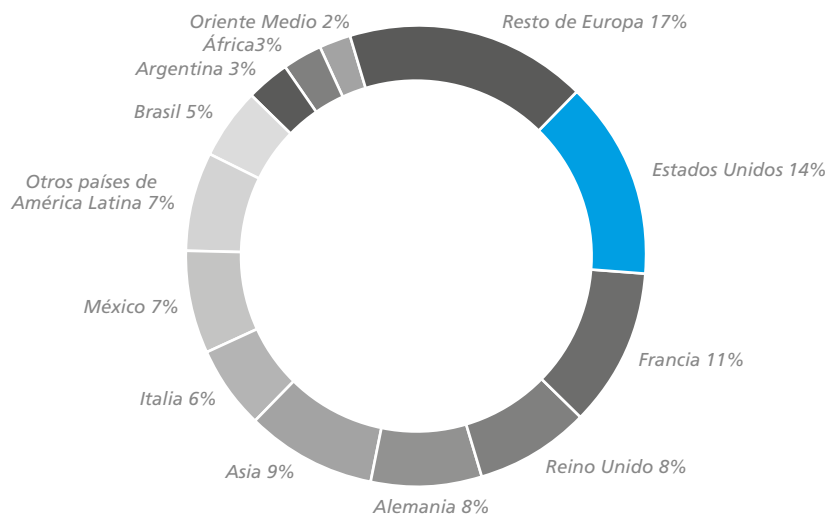
Fuente: © Arts Economics (2017)

En el gráfico 3.9 se vuelven a agrupar todas las galerías que trabajan en el mercado primario de España (de forma exclusiva o en combinación con el mercado de reventa) y demuestra que los artistas españoles dominan las ventas con una cuota media del 65% frente al 35% atribuido a los artistas internacionales. El segmento que produjo la mayor cuota de ventas en 2016 para las galerías que operan en el mercado primario fue, por lo tanto, el de los artistas españoles con representación no exclusiva. La cuota más baja corresponde a los artistas internacionales representados con exclusividad (12%).

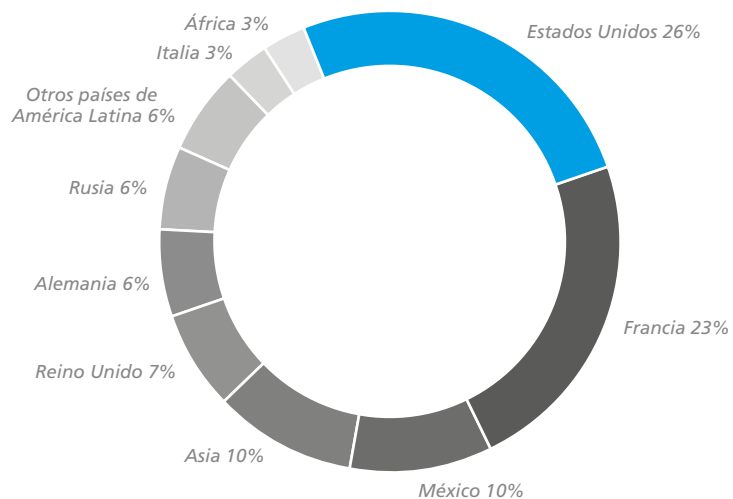
Gráfico 3.9**Ventas generadas por los artistas representados por galerías del mercado primario español en 2016**

Fuente: © Arts Economics (2017)

Aunque los artistas españoles siguen dominando el mercado primario, tanto en términos de ventas como de número de artistas, el análisis anterior muestra que la representación de artistas internacionales es una característica importante de la mayoría de los programas de las galerías en España, con un tercio de las ventas de media que proviene de artistas extranjeros en 2016. España tiene fuertes lazos históricos y culturales con regiones como América Latina; sin embargo, los vínculos más fuertes para las relaciones entre el artista y la galería se establecen en un contexto más cercano, ya que la mitad de los artistas internacionales que están representados por galerías españolas provienen de Europa. Los países europeos de origen de los artistas más importantes en 2016 fueron Francia, el Reino Unido, Italia y Alemania, con una cuota combinada del 33%. Los artistas de Sudamérica y Centroamérica supusieron el 22% de la cantidad de artistas internacionales representados por galerías del mercado primario español, con Brasil y Argentina en el porcentaje más alto. Los artistas asiáticos, por otro lado, constituyeron una cuota de mercado del 9% (principalmente artistas de Japón y de China), mientras que los artistas estadounidenses representaron el 14%. Los Estados Unidos fueron, asimismo, una fuente mucho más importante de artistas en el mercado secundario (con un 26% de cuota), mientras que los artistas europeos representaron el 39%, los artistas de Sudamérica y Centroamérica tuvieron una cuota del 16% y los artistas asiáticos supusieron el 10% del total.

Gráfico 3.10**Cuota de nacionalidades de los artistas internacionales representados por galerías en España****a. Mercado primario**

Fuente: © Arts Economics (2017)

b. Mercado secundario/ambos

Fuente: © Arts Economics (2017)

Un asunto primordial planteado por algunos galeristas en los últimos años fue el de acceder a artistas y mantener relaciones con ellos. Algunos consideraban que, aunque Internet y la comunicación digital habían abierto el acceso a mucha más información sobre nuevos artistas, esta también estaba ahora libremente a disposición de todo el mundo, con lo que la competencia es aún más intensa, con el foco de atención de muchas galerías en un grupo relativamente pequeño de artistas.

La naturaleza altamente competitiva del mercado global contemporáneo en los últimos años ha ido en contra de los anteriores modelos de competencia monopolística, en los que era común que las galerías representaran artistas de forma exclusiva, al menos dentro de un área geográfica determinada. Esto atañe al mercado primario de España, en el que, en 2016, las galerías que trabajaban únicamente en este mercado solo representaban en exclusiva, de media, a un tercio del total de sus artistas (frente a una media del 40% a escala global). Esta cifra fue ligeramente superior para los artistas españoles (en que un 36% de los representados por las galerías del mercado primario tenían un acuerdo exclusivo) frente a los artistas internacionales (con solo un 29%).

Para los que trabajan en ambos mercados, solo el 20% de los artistas que representaron en el mercado primario tenía un acuerdo exclusivo con la galería, un 18% de sus artistas españoles y una cifra ligeramente superior, del 33%, de los artistas internacionales. Los artistas representados de manera exclusiva supusieron poco más de la mitad de las ventas generadas en el mercado primario en 2016.

Sumando todas las galerías del mercado primario, las personas representadas en exclusiva son una minoría (32%), con una cifra ligeramente inferior en el caso de los artistas internacionales (29%) respecto de los españoles (33%).

Para aquellos que trabajan en el mercado secundario, en cambio, la exclusividad fue algo más común, con un 32% o 12 de sus 37 artistas, pero sobre todo en el caso de los artistas locales (42%), no tanto en el de los internacionales (9%). Los artistas representados en régimen de exclusividad representaron la mayoría de las ventas (55%), pero la mayor parte fue para los artistas internacionales (con el 33%, frente a solo el 22% de las ventas de los artistas españoles representados con carácter exclusivo). Para estas galerías, el grupo que generó las ventas más bajas fue el de los artistas internacionales sin relación exclusiva.

Aunque todavía trabajan estrechamente con sus artistas, la exclusividad no es tan común en los últimos años y muchas galerías ahora promocionan de forma activa a sus artistas que trabajan con otras galerías con el fin de cultivar y promocionar sus carreras. Muchas galerías consideraron que el hecho de que un artista trabajara con otras galerías e instituciones, exponiendo sus trabajos y fomentando su presencia pública, era fundamental para promocionarlo con éxito. Muchos galeristas reconocieron, no obstante, que esto a menudo puede funcionar mejor cuando hay una galería principal dirigiendo la carrera de un artista, con otras personas que trabajen con él en distintos niveles secundarios, centrándose en exposiciones y ventas concretas.

Aunque que algunos galeristas afirmaron que este enfoque de colaboración funcionaba muy bien, la falta de exclusividad se consideraba problemática para otros, sobre todo cuando se trataba del alto coste de inversión asociado a la promoción de algunos artistas. Si un artista está representado por más de una galería, puede surgir el “problema del polizón”, por el que una o más galerías reducen su inversión en costosas actividades de promoción mientras se benefician de los esfuerzos realizados por otros. Las actividades de promoción también son específicas para un artista determinado y en su mayoría no son transferibles. En cuanto se termina una relación entre un artista y una galería, estos costes deben considerarse perdidos e irre recuperables. Esto es especialmente problemático para las galerías más pequeñas, que pueden pagar grandes cantidades en la promoción de artistas al principio de sus carreras, pero no cosechar los beneficios de su éxito si se trasladan a galerías más grandes cuando empiezan a tener proyección. Ambas cuestiones (el problema del polizón y los costes irre recuperables de promoción) pueden conducir a que las actividades de promoción sean insuficientes para el desarrollo óptimo del artista. Algunos galeristas también tenían la sensación de que, aunque colaboraban con museos, con otras instituciones y con el propio artista en su promoción y exposiciones, la mayor parte de los costes recaía en la galería.

Muchos de los galeristas entrevistados compartieron sus preocupaciones respecto al hecho de que el interés de compra se dirigía más hacia las galerías de alta gama con artistas más consagrados, tanto en España como en general. Mientras que las galerías pequeñas y más jóvenes desempeñan a menudo un papel fundamental en el descubrimiento de un artista y actúan como lanzaderas de sus carreras, una vez que alcanzan el éxito, a menudo los artistas son escogidos por galerías más grandes y, por consiguiente, muchas veces no crecen junto con los artistas con los que trabajan o no comparten sus éxitos cuando sus carreras des puntan. Esto ha provocado que se vean sometidos a una presión financiera creciente debido al tiempo y los costes asociados al lanzamiento de un artista en el mercado (junto con el aumento de los costes y gastos generales, la asistencia a ferias y otros gastos comerciales) sin compartir el beneficio financiero de su éxito. Esta cuestión no es exclusiva de España y tanto los galeristas nacionales como los internacionales, incluso los de nivel superior, reconocieron que esto podría convertirse en un problema importante en el futuro para la infraestructura de este mercado, en el que estas galerías más pequeñas desempeñan un papel crucial.

EXPOSICIONES

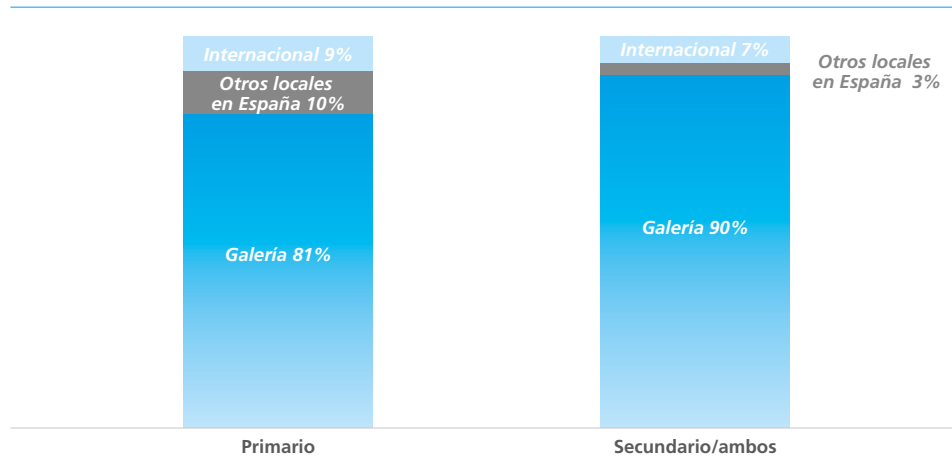
Las exposiciones son una parte muy importante del modelo de una galería, ya que proporcionan la interfaz fundamental entre el arte y las ideas y el público. Ofrecen un medio para contextualizar y exhibir arte, haciéndolo relevante y accesible al público y a los compradores potenciales. Siguen siendo el medio clave a través del cual se da a conocer la mayoría del arte.

La encuesta indicó que, en promedio, las galerías que operan en el mercado primario en España celebraron ocho exposiciones cada año: seis en sus propios locales; una en su país principal de negocio, pero en otro local; y una en el extranjero. Esto fue a la par con las medias mundiales en 2016, así como con la media todas las galerías en España. Aunque la cantidad de exposiciones en el extranjero era relativamente baja, estas cifras contienen a todos los encuestados, incluidos los que no hicieron exposiciones en el extranjero. Si solo se tiene en cuenta los que hicieron al menos una exposición en el extranjero, la media fue de tres.

El número de exposiciones de las galerías que operan en mercados secundarios fue ligeramente superior: nueve en promedio, la mayoría (ocho) de las cuales tendía a celebrarse en sus propias galerías.

Gráfico 3.11

Cuota de exposiciones celebradas en galerías de España en 2016

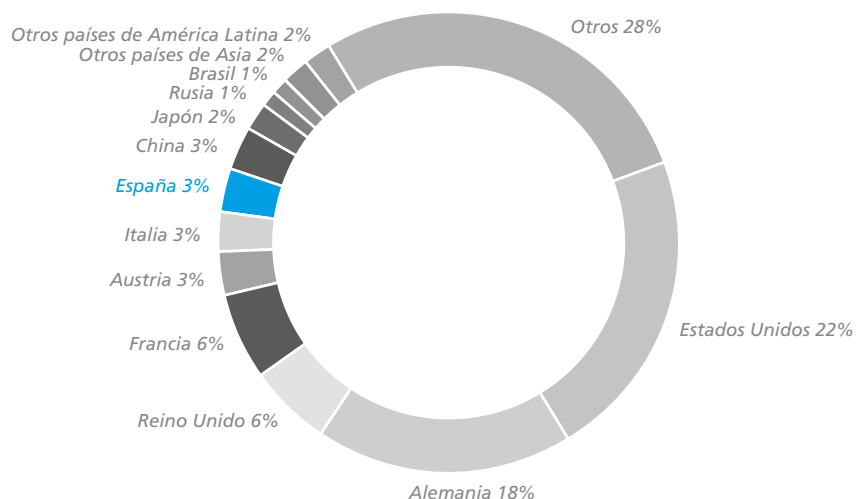


Fuente: © Arts Economics (2017)

Si bien la popularidad de los artistas que representan las galerías se juzga a menudo por las ventas totales que generan en un año determinado, el número de exposiciones en las que se incluyen también es un indicativo destacable en cuanto a su importancia y popularidad. Los datos sobre las exposiciones en galerías de arte y otras instituciones, por lo tanto, ofrecen algunos datos interesantes sobre la estructura del mercado de arte principal y más amplio de España.

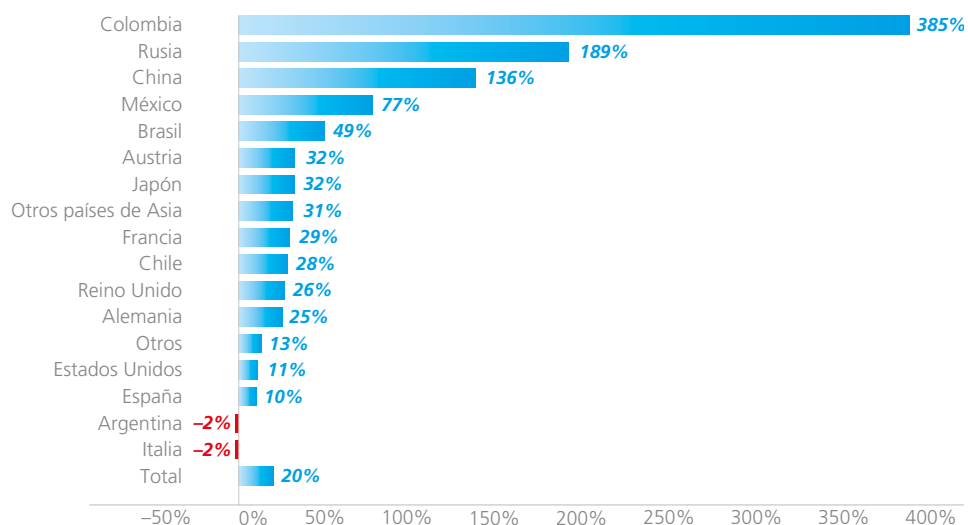
Artfacts es la mayor base de datos global relativa a las exposiciones, con información sobre unos 600.000 artistas, reunida a lo largo de más de 15 años. Un análisis de los datos de Artfacts sugiere, de manera conservadora, que en las principales instituciones activas (sobre todo galerías, museos e instituciones de arte sin fines de lucro y excluyendo las colecciones permanentes) de España se realizaron alrededor de 3.640 exposiciones en 2016.

En España se celebra un 3% de las principales exposiciones del mundo, lo que representa una cantidad considerablemente superior a su cuota de ventas en el mercado de arte global, aunque esto ha disminuido un poco durante los últimos diez años (desde el 4% de 2006). Esta disminución fue menor que la de países como los Estados Unidos, que han perdido el 10% de cuota durante ese mismo periodo, o la de algunos de los grandes mercados europeos, como Alemania y Francia. Los mercados globales y emergentes más pequeños ganaron cuota.

Gráfico 3.12**Cuota de grandes exposiciones por país en 2016**

Fuente: © Arts Economics (2017) con datos de Artfacts.net

La cantidad de exposiciones importantes en todo el mundo ha aumentado en un 20% en los últimos diez años si tenemos en cuenta únicamente las exposiciones principales (que incluyen solo las galerías que exhiben en las ferias de arte mundiales más importantes y, de nuevo, excluyendo las exposiciones permanentes). El número de grandes exposiciones en España ha crecido solo un 10% (de unas 1.262 en 2006 a 1.383 en 2016).

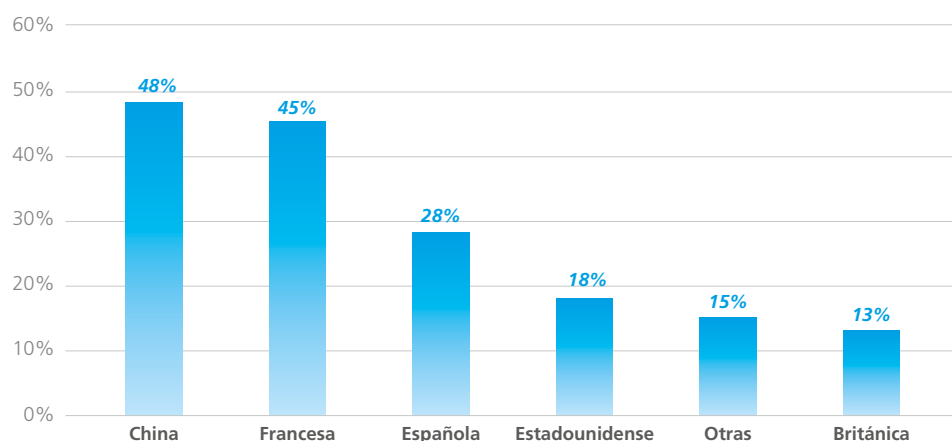
Gráfico 3.13**Diferencias en el número de exposiciones por país entre 2006 y 2016**

Fuente: © Arts Economics (2017) con datos de Artfacts.net

Sin embargo, es interesante observar que, aunque el número de exposiciones realizadas en España ha crecido a un ritmo más lento que el total mundial y que el de otros muchos países, el número de exposiciones que presentan artistas españoles ha aumentado mucho más rápidamente y ha crecido un 28% en diez años. Se calcula que, en 2006, se celebraron unas 3.275 grandes exposiciones en todo el mundo con artistas españoles, mientras que, en 2016, esta cifra aumentó a 4.190. Esto seguía representando alrededor de la mitad del número de exposiciones con artistas franceses o británicos (8.485 y 7.315 respectivamente) y solo el 18% del total de las exposiciones en las que aparecían artistas estadounidenses (23.090). Sin embargo, la tasa de crecimiento ha sido considerablemente más rápida que la de exposiciones de artistas británicos, estadounidenses y otras muchas nacionalidades, con la notable excepción de los artistas chinos, que han aumentado radicalmente, de 2.230 a 3.295, el número de exposiciones en 2016.

Gráfico 3.14

Diferencias en el número de exposiciones por nacionalidad del artista entre 2006 y 2016

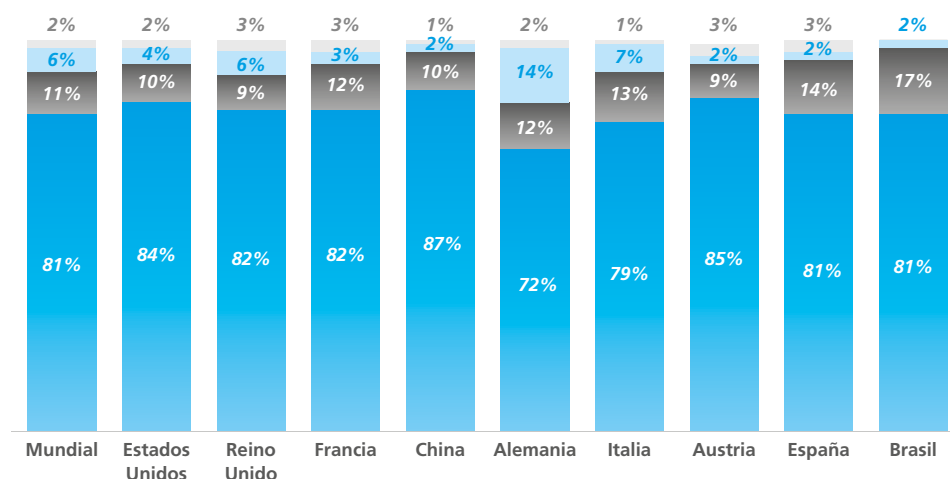


Fuente: © Arts Economics (2017) con datos de Artfacts.net

Las galerías del mercado primario realizan la mayoría de las exposiciones en España. Las galerías realizaron el 81% de todas las grandes exposiciones en España en 2016 (a la par con las medias globales) y la mayoría de estas exposiciones se encontraron en el mercado primario. Según los datos de Artfacts, el 91% de todas las exposiciones por sector en España son de arte contemporáneo y de la posguerra, y casi el 70% del total corresponde a artistas nacidos después de 1945.

Gráfico 3.15**Cuota de exposiciones por institución en países seleccionados 2016**

■ Galería
 ■ Museo
 ■ Organización sin ánimo de lucro
 ■ Otros



Fuente: © Arts Economics (2017) con datos de Artfacts.net

El análisis del crecimiento de las exposiciones por tipo de institución muestra que el número de exposiciones en las galerías solo ha aumentado un 1% en diez años, mientras que el número de exposiciones en museos ha crecido un 8%. Esto contrasta con las exposiciones realizadas a través de instituciones sin ánimo de lucro y festivales, que se han más que duplicado (aunque desde una base mucho menor), mientras que el número de ferias ha aumentado en un 40%.

En cuanto a los tipos de exposiciones, las individuales dominan en España, y es que representaron el 74% de las exposiciones principales en 2016 frente al 26% de las colectivas. Sin embargo, estas últimas han experimentado un mayor aumento, ya que han crecido el 30% en número frente a solo el 4% de las exposiciones individuales. En la tabla 3.4 se muestra el crecimiento de las exposiciones individuales frente a las colectivas en una selección de diferentes países (en orden de tasa de crecimiento de las individuales). Se aprecia que los países difieren considerablemente en la trayectoria de los tipos de exposición a lo largo de los últimos diez años. Sin embargo, a escala mundial, el crecimiento de las exposiciones colectivas también ha superado el de las individuales.

Tabla 3.4**Crecimiento de las exposiciones 2006-2016: individuales frente a colectivas (todas las instituciones)**

<i>País</i>	<i>Individuales</i>	<i>Colectivas</i>	<i>País</i>	<i>Individuales</i>	<i>Colectivas</i>
Mundial	18%	25%	Francia	23%	45%
Singapur	345%	95%	Reino Unido	22%	35%
Colombia	277%	900%	Corea del Sur	19%	39%
Rusia	170%	246%	Estados Unidos	17%	-2%
China	156%	96%	Alemania	14%	48%
México	79%	66%	Otros	11%	17%
Chile	64%	-19%	España	4%	30%
Brasil	42%	68%	Argentina	-3%	0%
Austria	40%	12%	Italia	-9%	16%
Japón	24%	68%	India	-23%	20%

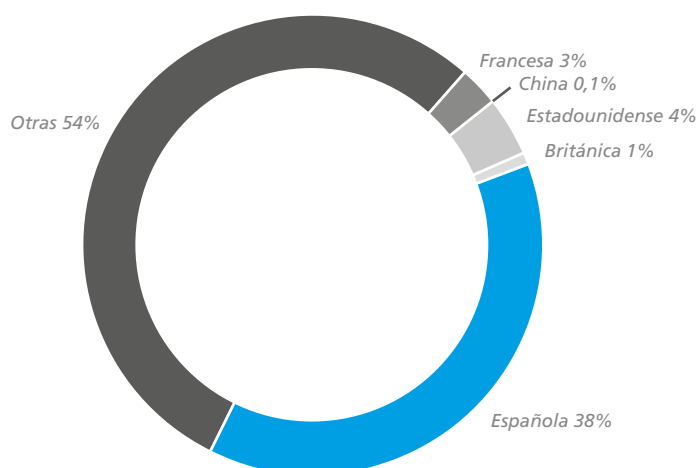
Fuente: © Arts Economics (2017) con datos de Artfacts.net

La nacionalidad de los artistas en exposiciones de todo el mundo es muy diversa. Las exposiciones de artistas españoles corresponden al 2% estimado de todas las exposiciones en todo el mundo en 2016, entre las que la nacionalidad más numerosa de los artistas es la estadounidense (11%). Sin embargo, en España, los artistas españoles representaron la mayor proporción de artistas por nacionalidad, con un 38%. Aunque es habitual que exista una preferencia por los artistas nacionales en casi todos los mercados, incluso en los principales centros de intercambio comercial internacionales tales como el Reino Unido y los Estados Unidos, es interesante observar la cuota relativamente alta que se da en España de este fenómeno y el crecimiento significativo de ese porcentaje durante los últimos diez años.

Tabla 3.5**Cuota de exposiciones de artistas nacionales**

<i>País</i>	<i>2016</i>	<i>2006</i>	<i>Variación porcentual</i>
Francia	29%	24%	5%
China	43%	28%	14%
Estados Unidos	37%	26%	11%
Reino Unido	21%	21%	0%
España	38%	23%	15%

Fuente: © Arts Economics (2017) con datos de Artfacts.net

Gráfico 3.16**Exposiciones en España por nacionalidad del artista en 2016**

Fuente: © Arts Economics (2017) con datos de Artfacts.net

OTRAS FUNCIONES DE LAS GALERÍAS EN EL MERCADO PRIMARIO

Las galerías del mercado primario desempeñan muchos papeles diferentes, además de encontrar el equilibrio entre oferta y demanda y realizar ventas. Una función fundamental de las del mercado primario es la de establecer y consolidar la presencia en el mercado de los artistas. Tienen una gran responsabilidad en el mercado del arte mediante la selección de los artistas que representan y otras actividades de promoción diseñadas para mejorar su valor económico, que incluyen las exposiciones, en las que se muestra la obra del artista directamente a los coleccionistas privados e institucionales, conservadores, críticos y otros expertos y en las que se estimula el interés de otros museos o galerías por el artista.

En la obra de Marta Pérez Ibáñez e Isidro López-Aparicio, *La actividad económica de los/las artistas en España* (2016), se realiza un estudio en profundidad de los artistas españoles y sus condiciones, y muestra con detalle la precaria situación económica y de extrema pobreza de la mayoría de los artistas en España.³ En este estudio se realizó una encuesta muy detallada a 1.100 artistas españoles, en la que revelaron algunas características esenciales de su situación económica y también de sus relaciones con las galerías y el mercado. A pesar del hecho de que el 61% de la muestra tenía la carrera universitaria de Bellas Artes, casi la mitad (el 47%) presentaba un salario anual (en todas las actividades profesionales, artísticas o de otro tipo) de menos de 8.000 €, mientras que la mayoría (el 78%) tenía ingresos inferiores a 20.000 €. Por el contrario, algo menos del 1% ganaba más de 60.000 €. Una minoría de artistas profesionales indicó que la mayor parte de sus ingresos anuales provenía de su actividad artística. Solo el 15% declaró que del 80% al 100% de sus ingresos provenían de trabajos relacionados con el arte, mientras que el 64% declaró que la proporción era solo de un 20% de sus ingresos. Una cuota total del 74% afirmó que solo el 40% o menos de sus ingresos provenían del arte,

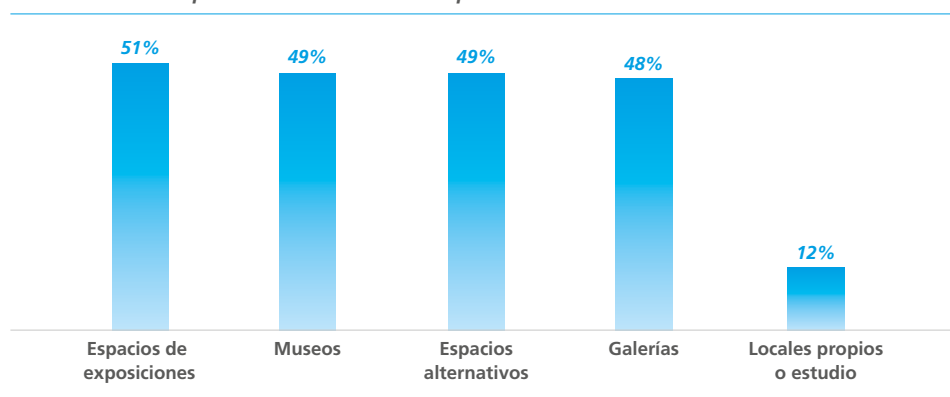
3. Para obtener más información sobre los autores y su investigación sobre los artistas y su situación económica, véase Ecosistema del Arte, <https://www.ecosistemadelarte.com>.

lo que implica que la mayoría de los artistas no eran capaces de sobrevivir económicamente si dependían del arte como profesión principal.

Este estudio también reveló que, aunque el 84% de los artistas españoles exhibía de forma activa en los últimos dos años, solo el 32% de los artistas que trabajan en España afirmaba haber mantenido una relación estable con una galería durante el periodo de 2008 a 2016, y el 68% restante mantuvo una relación más esporádica y *ad hoc* construida libremente alrededor de eventos y exposiciones. Los artistas utilizaron diferentes espacios para presentar su obra, además de las galerías, entre los que se incluyen entidades bancarias y ayuntamientos, museos y otras instituciones. Poco menos de la mitad realizó exposiciones en galerías.

Gráfico 3.17

Ubicación de las exposiciones de los artistas españoles 2015-2016



Fuente: © Arts Economics (2017) con datos de Marta Pérez Ibáñez e Isidro López-Aparicio (2016)

El 59% de los artistas realizaron ventas directas en sus exposiciones en los últimos dos años; el resto no lo hizo, no necesariamente por falta de interés en su trabajo, sino por la naturaleza no comercial de la exposición. La relevancia económica de la exposición para el artista en la galería es, por lo tanto, mucho más importante que la de otros espacios públicos que no se prestan a las ventas.

De aquellos que realizaron ventas, la gran mayoría fue a precios relativamente bajos: el 59% tuvo ventas por un valor medio de menos de 500 € y solo el 1% declaró una media de más de 5.000 €. Incluso para el segmento de artistas con ingresos más altos⁴, solo el 6% informó que su precio medio era de más de 5.000 €, con un 44% que mantenía aún una media de 500 € o menos.

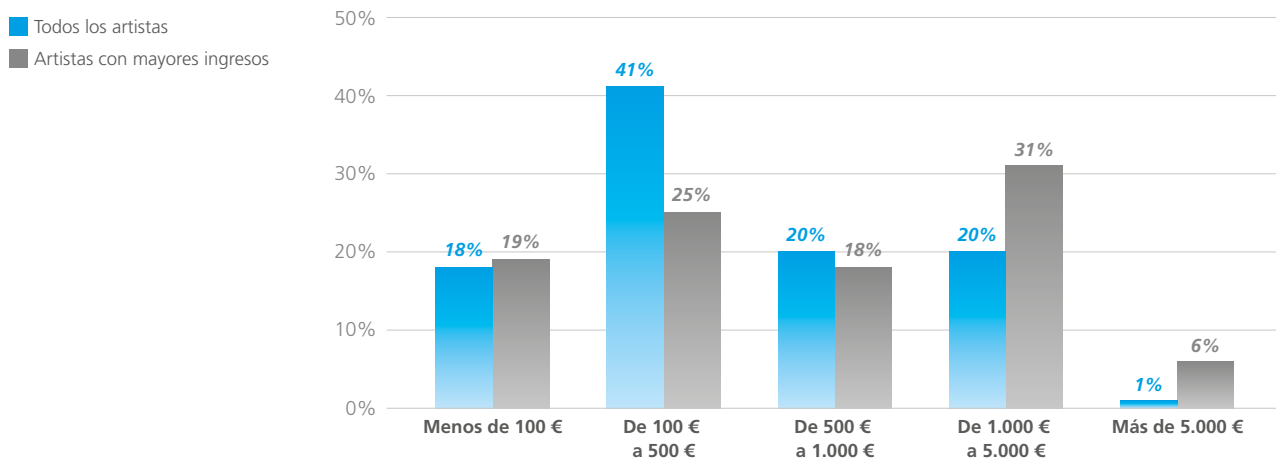
Una conclusión importante de la investigación fue que, en el caso de aquellos con un promedio de precios superiores a 1.000 €, la mayoría (el 64%) mantenían una relación estable con una galería. En otras palabras, para aquellos con mayores precios medios, la probabilidad de trabajar de forma regular con una galería fue dos veces superior a la totalidad de la muestra. En consecuencia, esto refuerza el hecho de que el trabajo con una galería aumenta considerablemente la oportunidad de los artistas de alcanzar mayores precios de mercado y

4. Este segmento representó el 9% de los artistas, todos ellos con un mínimo del 75% de sus ingresos provenientes de actividades artísticas.

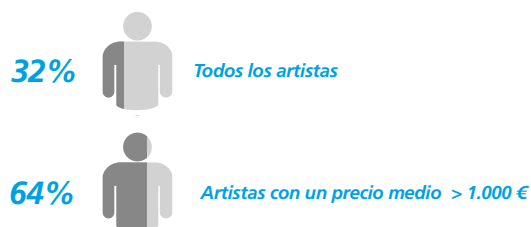
una presencia en el mercado más importante, y en la medida en que obtuvieran un mejor rendimiento de esos precios, prosperaría su situación económica.

Gráfico 3.18

Precios medios de las obras vendidas en exposiciones de artistas españoles



Relación estable con la galería



Fuente: © Arts Economics (2017) con datos de Marta Pérez Ibáñez e Isidro López-Aparicio (2016)

Cuando un artista es aceptado o se compromete a ser representado por una galería, normalmente acuerda con esta las condiciones que incluyen la comisión de la galería, el número de exposiciones, los precios de sus obras, el *marketing* y la publicidad y quién lo pagará. También se acuerda si la relación entre artista y galería es exclusiva o no (lo que, como se ha indicado anteriormente, es menos común en España y más aún en los últimos años). Es interesante observar que, según los estudios, de aquellos artistas que mantenían una relación estable con una galería, una minoría (16%) tenía un contrato formal escrito con esta. Solo el 6% tenía un contrato de exclusividad con una galería y la relación contractual más común (para el 69% de los artistas) era simplemente para la recepción o el depósito de sus obras. La forma más habitual en que las galerías compensaban a los artistas era, con diferencia, la de pagarles después de vender su obra; solo un 1% obtuvo un pago mensual o una especie de anticipo antes de la venta.

Una parte esencial del papel de las galerías del mercado primario es la promoción del artista y su comunicación con los críticos, los museos, los coleccionistas y el público en general. Como la galería y el artista tienen objetivos comunes para afianzar el mercado y dar longevidad

a sus carreras, una de las relaciones más prósperas se construye al compartir estas y otras tareas importantes. El estudio detectó que la colaboración entre el artista y la galería en el desempeño de estas funciones ha aumentado en los últimos años, sobre todo con el avance de las comunicaciones *on-line* y las redes sociales.

La colaboración en comunicación sobre el artista y su trabajo ha aumentado de un 26% en 2008 a un 45% en 2016, mientras que la incidencia de la galería que lleva a cabo esta función por sí sola disminuyó ocho puntos porcentuales (hasta el 8%). La producción de catálogos digitales (que es mucho más barata y sencilla) y de otros materiales de prensa *on-line* ha aumentado la colaboración relativa a la documentación y el papel del artista en la producción de estos, sin el alto coste de las copias impresas en papel.

Los costes de producción de las obras siguen siendo, por lo general, responsabilidad del propio artista, y esto ha aumentado sustancialmente desde 2008, con una menor cuota de la galería y un menor reparto de los costes conjuntos. Así, se crea un grado de riesgo mayor para los artistas que producen obras especulativas que esperan vender, a menudo con sustanciales costes irre recuperables (sobre todo en relación con sus bajos ingresos).

En el estudio se vio que la galería se ocupa sobre todo de la facturación (en un 53% de los encuestados), aunque la proporción de artistas que facturaba por sus propias obras seguía siendo relativamente alta (un 25%). En particular, desde 2014, cuando el IVA sobre las ventas directas de obras de los artistas pasó de un tipo estándar (21%) a un tipo reducido (10%), los galeristas indicaron, como dato anecdótico, que es frecuente que los artistas facturen directamente a los compradores y que, *a posteriori*, la galería aplique el IVA al margen. Esto puede reducir efectivamente el IVA total del 21% del precio final alrededor de un 15% (el 10% en la venta del artista y el 21% en la comisión de las galerías). Sin embargo, esta estructura no se puede utilizar para todas las transacciones y muchos galeristas entrevistados se quejaron de la situación del IVA, en particular en relación con otras tarifas más bajas o más flexibles en otros mercados de la UE, así como de la posición no competitiva a la que se enfrentaban con respecto a algunos mercados de fuera de la UE. Muchos afirmaron que, como las galerías apoyan sustancialmente la producción artística y la promoción, y venden en esencia un producto idéntico, a menudo a las instituciones públicas de arte, como los museos, también deberían tener acceso a la tasa reducida del 10% que se aplica a los artistas.

Los galeristas señalaron que, sobre todo en las ferias de arte internacionales, la tasa de IVA tan alta de España hacía que no fueran competitivas, por lo que algunas han creado estructuras para facturar ventas en un país diferente, como Francia, para acceder a tasas impositivas más bajas. Esto resulta en una pérdida neta de ingresos fiscales para España a pesar de tener unas tasas relativamente más altas, porque tanto las galerías como los compradores buscan métodos de esquivar la regulación. Otras realizan transacciones fuera de la UE (como en los Estados Unidos) y luego importan las obras de vuelta a España, por lo que solo pagan el IVA de importación del 10% en lugar de la tasa completa del 21% y crean una realidad en la que es más barato comprar arte español fuera de España que dentro del país.⁵ Aunque muchas galerías más pequeñas no pueden realizar transacciones en muchas regiones internacionales

5. Tales prácticas son discutidas por el director de la galería Thaddaeus Ropac en el artículo siguiente: http://www.swissinfo.ch/page/spa/economia/art-basel-47_-el-arte-contemporáneo-español-no-interesa-al-mercado-/42234918

distintas, estos ejemplos muestran problemas significativos del mercado del arte por el hecho de mantener un alto nivel de impuestos sobre sus ventas.

Tabla 3.6
Responsabilidad por funciones entre artistas y galerías

	Artista	Galería	Ambos	Ninguno
Comunicación sobre el artista o la obra	43%	8%	45%	3%
Documentación	42%	21%	26%	12%
Producción de obras	82%	4%	6%	8%
Embalaje, envío y distribución	43%	31%	6%	20%
Facturación	25%	53%	12%	10%
Importación y exportación	29%	31%	7%	33%
Cuestiones legales	40%	13%	8%	39%

Fuente: © Arts Economics (2017) con datos de Marta Pérez Ibáñez e Isidro López-Aparicio (2016)

Aunque, en suma, hay indicios de que las ventas fueron positivas para las galerías en el año 2016, el sector se enfrenta a diversos desafíos. La evidencia de este importante estudio sobre los artistas de Marta Pérez Ibáñez e Isidro López-Aparicio sugiere un cuadro relativamente sombrío para todos, menos para una minoría de artistas en España. Sin embargo, este problema no es solo español, ya que en muchos estudios internacionales se ha detectado el mismo estado pobre y precario de la economía de los artistas visuales. Al observar la infraestructura más amplia del mercado del arte, el sólido rendimiento de los precios y las ventas en el extremo superior sigue motivando a los artistas que buscan rentabilidad financiera. Sin embargo, el grupo cada vez más reducido de artistas que logra el éxito también puede ser desalentador, sobre todo porque tiene pocos enlaces mensurables con la calidad u otras características objetivas.

A nivel general, dado que las obras de arte suponen una compra grande y relativamente infrecuente para los coleccionistas, muchos de ellos, que son neófitos y no están familiarizados con el mercado, pueden intentar reducir el tiempo dedicado, los costes de información y la búsqueda de asociados con formas más tradicionales de pericia artística y de galerías, guiándose únicamente por la compra de obras bien reconocidas o de artistas famosos. Al hacerlo, reducen su riesgo confiando en las preferencias establecidas por compradores de éxito. En conjunto, estas técnicas de reducción del riesgo tienden a reforzar el “fenómeno de la superestrella” en el mercado del arte, por el que las obras de los artistas más famosos son las más demandadas y logran, con diferencia, los precios más altos del mercado. La figura de la superestrella no solo polariza los precios, sino que también puede privar a otros artistas de la oportunidad de trabajar con éxito, ya que concentra la demanda en solo unos pocos artistas prósperos, mientras que los artistas emergentes se enfrentan a obstáculos cada vez mayores para lograr un acceso al mercado. Del mismo modo, a las galerías también les puede resultar más difícil vender una gama más amplia de obras, debido a un foco excesivo sobre los artistas superestrella; mientras, todos los coleccionistas buscan un grupo de artistas famosos pequeño y reducido con una oferta limitada de obras, que puede impulsar los precios de este grupo a niveles cada vez más altos y ponerlos fuera del alcance de muchos coleccionistas. Las galerías, incluso las de nivel superior, reconocieron que esto podría convertirse en un problema importante en la infraestructura del sector en el futuro, donde las más pequeñas desempeñan

un papel fundamental. La investigación sobre los artistas en España dejó claro que los artistas representados por galerías tienen una probabilidad mucho mayor de éxito económico y, por lo tanto, aquellos que apoyaron a los artistas en el inicio de sus carreras fueron fundamentos esenciales para el mercado. La amenaza a la infraestructura del mercado regresa, no obstante, derivada de la falta de apoyo a los propios artistas, incluida la vivienda y otros apoyos financieros para ayudarles, incluso, a llegar a la fase de la galería.

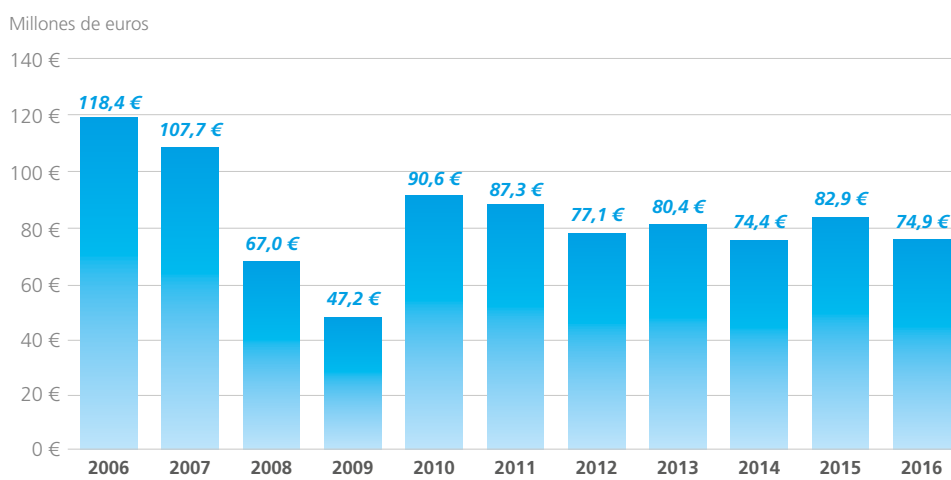
VENTAS EN SUBASTAS

En 2016, existían al menos 120 casas de subastas dedicadas a la venta de bellas artes, artes decorativas, antigüedades y objetos de colección en España. Sin embargo, dentro del sector de las subastas, hay un núcleo de unas 50 casas de subastas localizadas en las ciudades principales, como Madrid y Barcelona, que cuentan con programas de subastas regulares, centradas principalmente en las bellas artes o las artes decorativas y las antigüedades, o bien que realizan ventas particulares mediante sus oficinas en dichas ciudades.

Tal y como se ha puesto de relieve en el Capítulo 2, el sector de las subastas en España es significativamente menor que el de las galerías. Se estima que las ventas en subastas durante 2016 representan un 20% del valor del mercado del arte total. Este porcentaje ha variado desde un 30% en 2005 hasta solo un 17% en 2009.

En 2016, se estima que las ventas del sector alcanzaron un total de 74,9 millones de euros (entre subastas públicas, *on-line* y ventas particulares), con un descenso del 10% interanual, pero que se mantuvo relativamente estable en cuanto al número de ventas en 2014. El mercado decayó de forma significativa en el periodo de 2007 a 2009, tanto como efecto colateral de la crisis financiera global como por la salida de Christie's del mercado español. Christie's realizó ventas por subasta en Madrid hasta el año 2008 y la mayoría de los años representaba un porcentaje de al menos el 15% de las ventas totales del mercado. Aunque el mercado se recuperó bien en 2010, las ventas desde entonces han sido desiguales y los valores totales estimados del sector en España han descendido en un 37% desde 2006. Arts Economics encuestó a las 50 casas de subastas más importantes de España en 2016 y sus puntos de vista sobre la evolución en 2017 son diversos. Alrededor de un 60% de los encuestados se mostraba optimista y pensaba que sus ventas se mantendrían o serían mayores al año siguiente, mientras que un 40% predijo que serían un poco inferiores.

Gráfico 4.1
Ventas de casas de subastas en España 2006-2016



Fuente: © Arts Economics (2017)

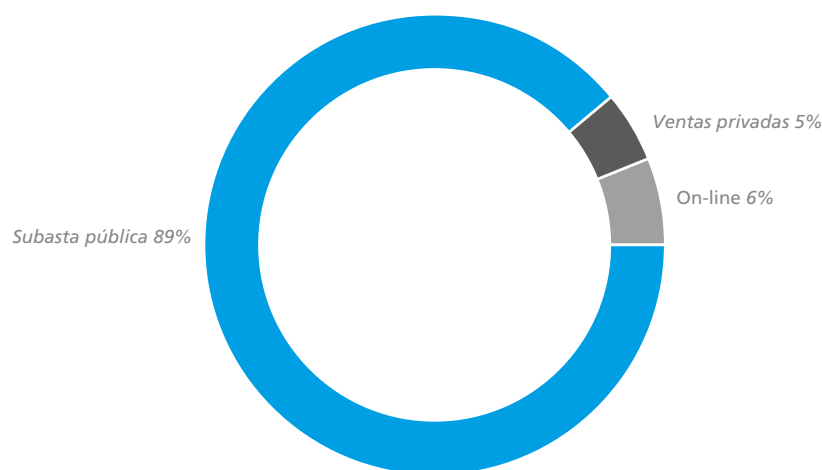
La mayor parte de las casas de subastas en España venden un amplio abanico de obras de arte y antigüedades, muchas de las cuales protagonizan ventas regulares que combinan distintas categorías artísticas en la misma venta o en el mismo periodo. Según la encuesta, la proporción media del valor de las ventas anuales de bellas artes apenas superaba el 35% frente al 65% de las artes decorativas y antigüedades. Este alto porcentaje de las últimas se debe a un volumen mucho mayor de artes decorativas y antigüedades; en cambio, los mayores precios alcanzados en el sector tienden a seguir dándose en los sectores relacionados con las bellas artes. Sin embargo, estos porcentajes en los valores muestran un importante contraste con las casas de subastas más destacadas del mercado internacional, en las que dominan las bellas artes con un 70% del valor de las ventas en los últimos años.

Aunque las ventas descendieron en 2016, la mayoría de las casas de subastas siguieron siendo relativamente rentables. Mientras que un 20% de los encuestados obtuvo unos márgenes de beneficio neto del 10% o menos (frente al 43% de los encuestados del sector de las galerías), el 80% restante situó sus márgenes entre el 10% y el 30%, la mayoría de los cuales entre el 20% y el 30%. Sin embargo, aunque existe una pequeña porción (el 5%) de casas de subastas globales de menor importancia con beneficios superiores al 30% (así como un 8% de las galerías en España), ningún negocio de subastas en España obtuvo unos márgenes tan altos.

Aunque existe una amplia variación entre empresas, la mayoría (el 60%) de las casas de subastas en España indicaron que el segmento de ventas con más beneficios para sus negocios en 2016 fue el de las obras vendidas por menos de 1.000 \$, mientras que otro 20% informó de que el segmento de precios más provechoso en su caso fue el que se situaba entre los 1.000 y los 5.000 \$.

CANALES DE VENTAS Y DEPÓSITO

Según la encuesta (que incluye solo aquellas casas que realizan de forma regular subastas tradicionales y públicas en España), alrededor del 89% del valor de sus ventas en 2016 provino de las ventas tradicionales mediante subasta pública. El 11% restante se dividía entre ventas a particulares y *on-line*. Las ventas a particulares representaron un 5% de media, por debajo del valor medio de este tipo de ventas en las casas de menor importancia a nivel global en 2016 (un 8%) y bastante por debajo de las ventas a particulares en las principales casas globales (un 16%).

Gráfico 4.2**Cuota de ventas en subastas españolas según el canal en 2016**

Fuente: © Arts Economics (2017)

Con un 6%, las ventas *on-line* en España eran bastante menores que el porcentaje indicado globalmente para las casas de subastas de menor importancia en 2016 (un 17%). Sin embargo, algunos de los comerciantes del sector en España consideraron que el comercio electrónico había experimentado un crecimiento que sería clave para el futuro, capaz de alterar de forma significativa el sector de las subastas en España. El porcentaje de ventas *on-line* también varía considerablemente entre las diferentes casas de subastas. Por ejemplo, varias casas de subastas no hicieron ventas *on-line* durante el año 2016. Para otras, en cambio, el comercio electrónico suponía el 20% o más de su negocio. En algunos casos, se aprecia que el alza de las ventas *on-line* ha transformado el mercado de las subastas y se necesitan cambios rápidos en los modelos de negocio y en su organización. Probablemente, aquellos que se adapten a estos cambios sean los que logren volver a sus cuotas altas de beneficios con más éxito.

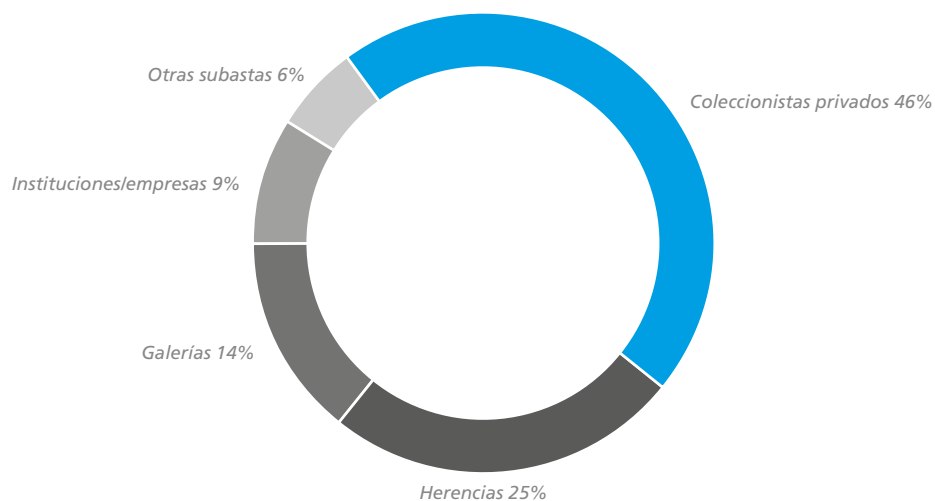
Para las casas que realizan ventas *on-line* en la actualidad, el 25% del valor de estas ventas fueron a cargo de nuevos compradores que nunca habían visitado sus subastas o salas de exposiciones, ni mantenido contacto personal de ningún tipo con la empresa antes de aquella compra; el 26% fueron a cargo de compradores habituales con los que las casas de subastas no habían mantenido ningún contacto directo adicional; y el 49% restante se correspondía con compradores habituales que ya habían adquirido con anterioridad algún artículo de forma presencial o habían tenido algún tipo de contacto directo con la empresa. Los expertos en subastas indicaron que, para ganar nuevos compradores en el sector *on-line*, el diseño gráfico de los sitios web jugaba un papel fundamental, y resaltaron la importancia de facilitar informes muy claros sobre el estado de la pieza, con imágenes e información detallada. La presentación de catálogos y los avances de subastas era un área en la que, por lo general, se tenía la sensación de que el sector en España iba a la zaga respecto de sus homólogos internacionales, pero que experimentaba cierta mejora. Algunas casas utilizaban plataformas de terceros como Invaluable para acceder a nuevos compradores. En 2016, Invaluable incluía 33 casas españolas, aunque la proporción de casas con ventas activas en ese momento se reducía considerablemente.

Como muchos otros mercados de arte globales, las ventas en el canal *on-line* en España se usaron sobre todo para ventas de artículos de precios más bajos, y en casas que llevaban a cabo ventas regulares de importes que prácticamente no superaban los 10.000 € y que, por lo general, alcanzaban una media de 5.000 €. A pesar de su crecimiento, los expertos en el sector no creían que el comercio electrónico desplazara las ventas tradicionales y la subasta tradicional seguía teniendo una importancia fundamental en el sector. Aunque la mayoría pronosticó que las subastas tradicionales seguirían siendo el canal de ventas principal para las ventas superiores a 10.000 €, se preveía que las ventas *on-line* podrían ser un factor clave para un gran volumen de obras de menor precio.

Las casas de subastas en España suelen vender un gran volumen de piezas, con un promedio en 2016 superior a 4.000. Sin embargo, acceder a una oferta de gran calidad sigue siendo un reto, del mismo modo que lo es en el sector de las galerías. En 2016, las casas de subastas indicaron que un poco menos de la mitad de su *stock* (un 46%) procedía de coleccionistas privados, con un 25% adicional de herencias. En esto van más o menos a la par con instituciones internacionales homólogas (ambas con un promedio del 73% del *stock* en 2016 en el sector complementario global). Los lotes de comercio artístico representaron otro 20% (la mayoría de los cuales provenía de galerías), y el 9% restante provenía de empresas e instituciones.

Gráfico 4.3

Procedencia del stock: cuota de ventas de casas de subastas en 2016



Fuente: © Arts Economics (2017)

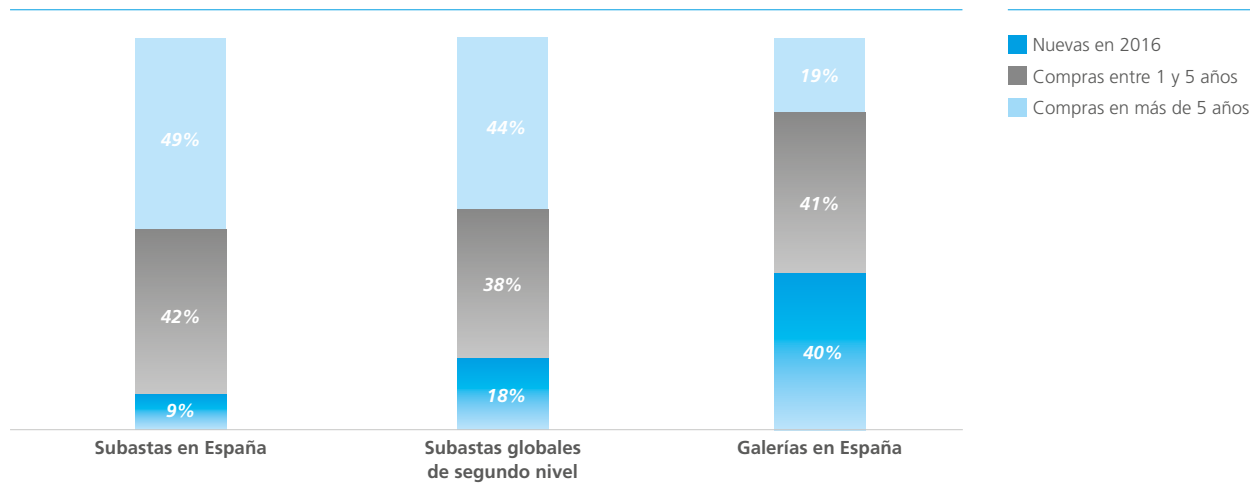
COMPRADORES EN EL SECTOR DE LAS SUBASTAS

En 2016, según la encuesta, las casas de subastas en España trataron con un promedio de 200 compradores. Es una cifra inferior de compradores a la indicada en 2013 (con una media de 300) y también bastante inferior a la de sus homólogos internacionales menos importantes (con una media de 600 en 2016 y un promedio de más de 2.000).

Con mucho, el mayor segmento de compradores de las casas de subastas españolas fue el de los compradores que ya habían hecho negocios con anterioridad con sus empresas y con una antigüedad superior a los cinco años, característica que se cumplía en casi la mitad de las ventas. Mientras que aquellos compradores con una antigüedad de 1 a 5 años se encontraban en una horquilla similar a la de sus homólogos internacionales y galerías en España, los nuevos compradores representaban un segmento mucho menor, de aproximadamente un 9%, la mitad del total global, frente al 40% del sector español de galerías.

Gráfico 4.4

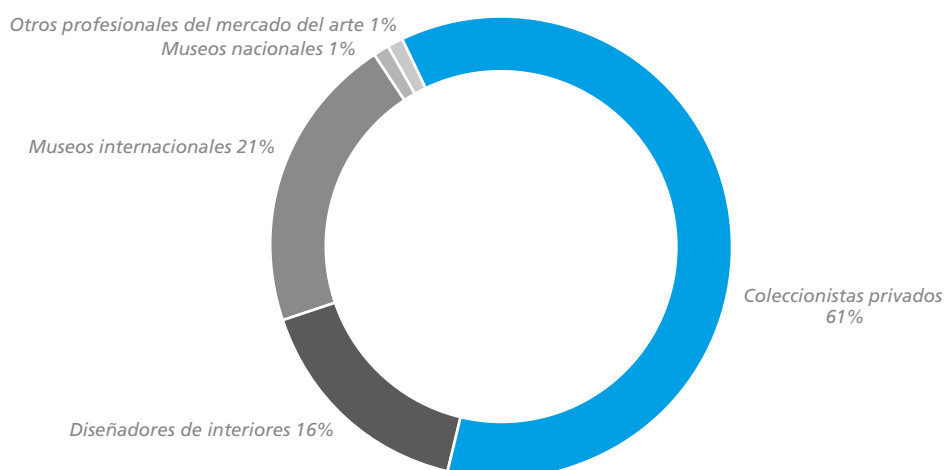
Cuota de ventas a compradores por historial de adquisiciones en 2016



Fuente: © Arts Economics (2017)

Las ventas a particulares dominaron el sector de las subastas en España durante 2016. De media, el 61% de las ventas realizadas en 2016 se cerraron con particulares (frente al 54% en el sector global de subastas de segundo nivel) y un 16% con diseñadores de interiores. Según esta muestra, el porcentaje de ventas a museos (un 22%) fue notablemente mayor que la cuota del sector de las galerías, que se situó en el 6% (y también mucho mayor que el 12% de las casas globales de menor importancia). Muchas de estas ventas se realizaron a instituciones internacionales, pero solo un 1% a museos de España.

Hubo una notable variación en la cuota de las ventas realizadas a compradores locales frente a compradores internacionales, que oscilaba del 10 al 90%. Sin embargo, en la media general, los porcentajes se encontraban equilibrados al 50%, lo que muestra una cuota notablemente mayor de ventas internacionales que las de las galerías en España (un 37%). Los países de origen más habituales de los compradores internacionales declarados por las casas de subastas en 2016 eran del resto de Europa (sobre todo Francia, Alemania y el Reino Unido) y de los Estados Unidos.

Gráfico 4.5**Cuota de mercado de las ventas de subastas según el grupo de compradores en 2016**

Fuente: © Arts Economics (2017)

Los compradores del sector de las subastas en España suelen pagar en un plazo razonable y todos los encuestados indicaron que sus facturas se pagaron en menos de 2 meses (incluyendo un 20% que indicó que la media era de menos de 1 semana). Este ciclo de pago, algo corto, probablemente haya contribuido al bajo endeudamiento de algunos negocios, y esto se vio reflejado en el bajo apalancamiento del sector, en el que todas las empresas indican ratios de deuda del 10% o menos en 2016. De nuevo, como se ha indicado en el Capítulo 2, aunque esto puede ser positivo e indicar un riesgo financiero bajo, el bajo nivel de apalancamiento también puede indicar cierta falta de acceso a financiación, lo que puede menguar la capacidad de ciertos negocios para crecer o reconvertirse.

VENTAS DE BELLAS ARTES EN SUBASTAS EN ESPAÑA

Los datos de transacciones a escala microeconómica de las casas de subastas españolas son limitados, ya que no todas las casas comparten públicamente sus resultados. Sin embargo, se pueden atisbar ciertos hallazgos interesantes a partir de los datos recopilados en el mercado de las subastas de bellas artes, en especial al contrastarlos con las ventas mundiales en este sector y en el sector de las galerías en España.¹

Una de las características clave del sector de las subastas en España es el precio de mercado, relativamente más bajo. Al igual que la distribución de precios en la mayoría de los mercados de subastas de todo el mundo, la mayor parte del volumen de ventas en España es de valor inferior. En 2016, en el mercado de las subastas de bellas artes, casi la mitad de las ventas efectuadas se pagaron a un precio inferior a 1.000 \$ (frente al 44% mundial). El 97% de los

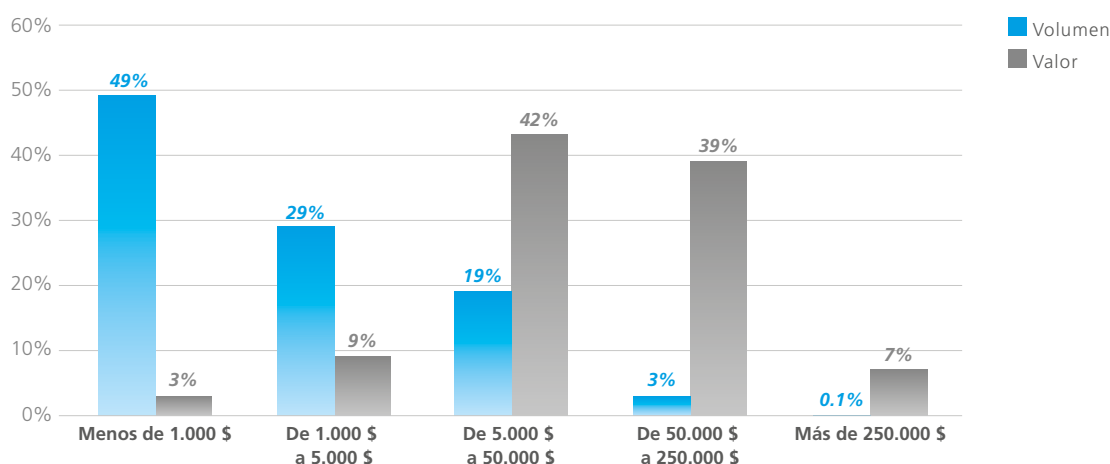
1. La fuente principal usada para recopilar datos de subastas de bellas artes es Collectrium, que recoge datos de subastas de bellas artes auditadas en las principales casas de subastas de España. Algunos datos del historial provienen de los informes de Arts Economics mencionados anteriormente sobre el mercado de arte español, *The Spanish Art Market in 2012* y *The Spanish Art Market in 2014* (*El mercado español del arte en 2012* y *El mercado español del arte en 2014*).

lotes se vendieron por menos de 50.000 \$ y solo una pequeña fracción (del 0,5%) se vendió a precios superiores a 250.000 \$.

Sin embargo, en los mercados globales, aunque el porcentaje del volumen total de lotes que se vendieron por menos de 50.000 \$ también es alto (un 94%), los lotes de menor valor solo representan un pequeño porcentaje del valor total del mercado (un 13%), mientras que los que superan los 50.000 \$ representan un 87% del valor de las ventas. Por otra parte, en el mercado español, los lotes vendidos por menos de 50.000 \$ representaron un 54% del valor total de las ventas. En España, el mayor segmento individual en términos de valor se corresponde al que engloba precios entre los 5.000 y los 50.000 \$, frente a un mercado global en que el segmento entre 1 y 5 millones de dólares representaba el mayor valor. Solo el 7% del valor del mercado de subastas de bellas artes en 2016 en España proveniente de ventas superó los 250.000 \$, mientras que en el mercado global de subastas de bellas artes este segmento constituía una cuota mucho mayor, de un 67%.

Gráfico 4.6

Cuota de lotes vendidos y valor total en las subastas de bellas artes en España en 2016



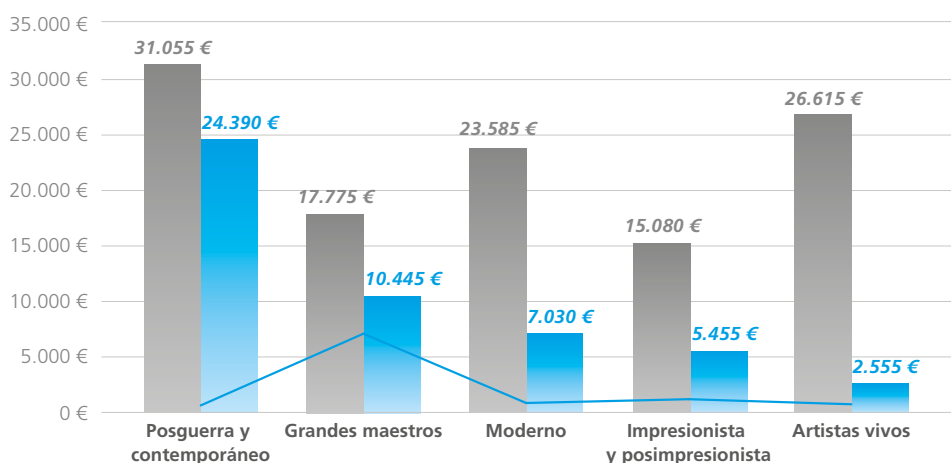
Fuente: © Arts Economics (2017) con datos de Collectrium

En el mercado de subastas de bellas artes en España en 2016, de media, los mayores precios se obtuvieron con el arte de posguerra y el arte contemporáneo, con un precio medio de 24.390 €, cifra que se aproxima al 80% de la media de la UE. Esta cifra se vio considerablemente distorsionada a causa de un pequeño número de obras con precios elevados, mientras que la media de precios en el sector fue solo de 750 €. También cabe resaltar que, en el sector, las obras de artistas vivos han alcanzado precios medios mucho menores, de 2.555 €, solo un 10% inferiores a la media de precios de la UE.

Las segundas medias más altas se encuentran en el sector de los grandes maestros, en el que los precios se aproximaron al 60% del promedio de la UE. La mediana de precios en este sector se aproximó mucho más a la media (de 7.155 €), lo que indica una distribución menos distorsionada de los precios y un precio medio muy superior al del mercado de arte de posguerra y contemporáneo.

Gráfico 4.7**Media y mediana de los precios de las subastas de bellas artes por sector en 2016**

■ Media de la UE
 ■ Media de España
 — Mediana de España



Fuente: © Arts Economics (2017) con datos de Collectrium

A pesar de que, durante el año, se llevaron a cabo pocas ventas con precios altos de artistas como Miquel Barceló o Antoni Tàpies, el sector del arte de posguerra y contemporáneo es más débil en España en comparación con el mercado global de subastas. Sin embargo, en 2016, el sector todavía era el mayor en términos de valor, con un 45% de las ventas en el mercado de las subastas de bellas artes (y con solo un 20% de la cantidad de transacciones). Esta cifra aumentó considerablemente desde el 33% indicado en 2013. Sin embargo, sigue siendo un porcentaje mucho menor que el global de 2016, con un 52%.

El porcentaje de artistas vivos en subasta en España representaba solo un 2% del valor de las ventas de bellas artes en subastas que, de nuevo, es notablemente menor que el porcentaje global del 21%. Las obras de artistas vivos solo constituyen el 5% del valor de venta del arte de posguerra y contemporáneo a subasta en España, una proporción mucho menor que la de la UE o el resto del mundo, donde representó al menos un 40% por valor en 2016. Sin embargo, la situación por volumen es muy distinta. Los artistas vivos constituyen más de la mitad de la cantidad de lotes vendidos en subasta en el sector español del arte de posguerra y contemporáneo, a la par con los porcentajes globales. Esto vuelve a indicar que se trata de un sector con una media de precios bajos, en que únicamente artistas como Miquel Barceló y Manolo Valdés alcanzan precios de 50.000 € o más. Incluso en el caso de estos dos últimos ejemplos, gran parte de sus ventas en subastas se realiza fuera de España. En 2016, solo el 8% de las ventas de Miquel Barceló en subasta se llevó a cabo en España. En el caso de Manolo Valdés, el porcentaje es aún menor: un 2%. Mientras que las obras de Barceló han alcanzado precios de más de 4 millones de euros en anteriores subastas fuera de España, desde el cese de las ventas públicas de Christie's en 2007, los precios de subasta de las obras del artista en el país no han superado los 200.000 €.

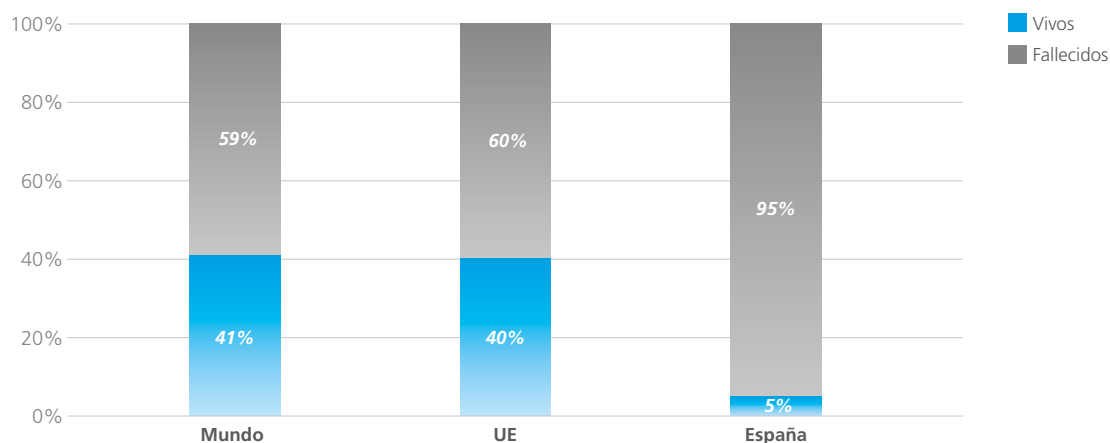
En el caso de otros artistas con historiales de subasta menos establecidos, los precios son significativamente inferiores. Muchos agentes comentaron que el problema de las casas de subastas es que establecen precios muy bajos para los artistas contemporáneos (y modernos), que no se ajustan a lo que la galería puede haber estado cobrando y que suelen representar una quinta parte de sus precios de mercado en el sector privado. Algunos afirman que, a menudo, el problema se encuentra en la falta de un registro de seguimiento estable en la subasta para estos artistas —si es que hay algún registro— en el que basar las estimaciones. Las galerías indicaron que, a pesar de ello, las casas de subastas no interaccionaron con ellas para intentar establecer la valoración más precisa y, en cambio, asignaron un precio muy bajo para cerrar la venta. Algunas galerías consideran que estas tácticas son potencialmente dañinas para las carreras de los artistas y se unen a la percepción de un contexto, por lo general, poco profesional en el sector. Los galeristas han apuntado que, si los coleccionistas ven las obras de estos artistas contemporáneos en subasta a precios tan bajos, a ellos les resulta difícil promocionarlos a precios más altos.

Otros expertos, tanto del sector de las subastas como del comercial, creen que los precios bajos se deben a una selección y presentación pobre de las obras a subasta, así como a la falta de experiencia concreta, *marketing* y diferenciación a escala sectorial. Mientras que las mayores casas de subastas en mercados globales dividen las ventas en distintos sectores y regiones, y cuentan con expertos en cada sector, especialistas y estrategias de *marketing* y promoción, la tendencia en las casas de subastas en España es actuar como “generalistas” y no separar el arte contemporáneo de otros sectores de las bellas artes (y, en algunos casos, del arte decorativo, la joyería o las antigüedades), lo que significa que el trabajo de *marketing* en este sector en concreto ha sido relativamente débil. Algunos expertos del sector de las subastas también han notado que el mercado se dividía cada vez más en conjuntos locales y de bajo coste frente a los internacionales de lujo, y que el acercamiento de ventas combinadas no capitalizaba dicha tendencia, e incluso podía obstaculizar en el futuro el éxito de las casas de subastas, que siguieron mezclando categorías en sus ventas.

Gráfico 4.8

Cuotas de ventas de obras de artistas vivos en 2016 frente a artistas de posguerra y contemporáneos fallecidos

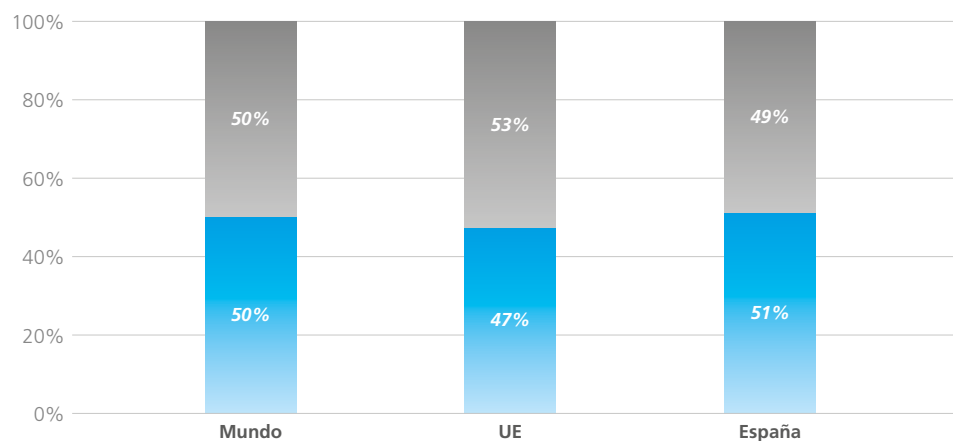
a. En términos de valor



Fuente: © Arts Economics (2017) con datos de Collectrium

■ Vivos
■ Fallecidos

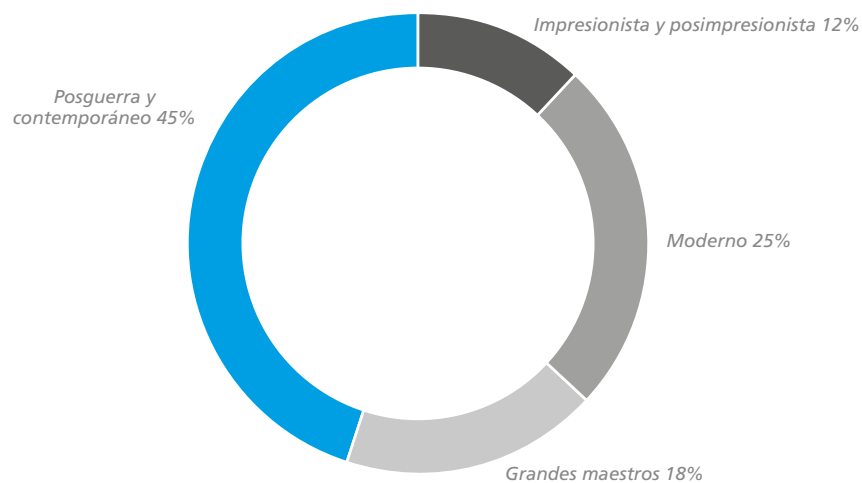
b. Por volumen



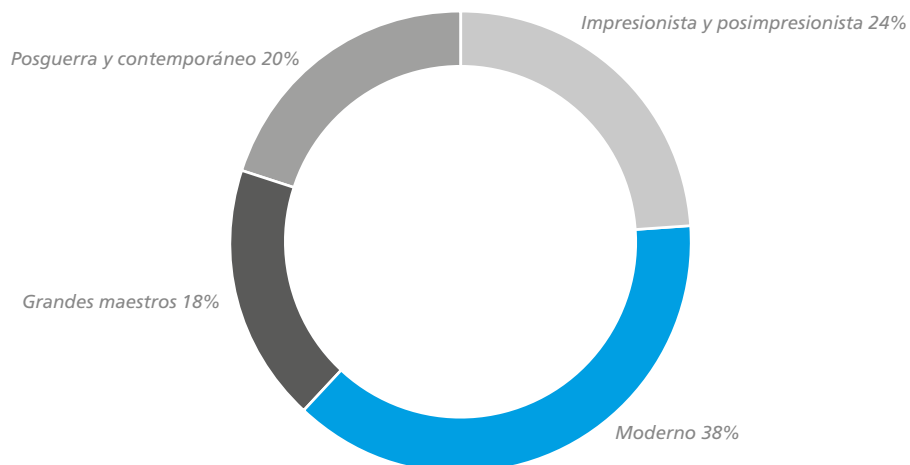
Fuente: © Arts Economics (2017) con datos de Collectrium

En 2016, el porcentaje en términos de valor del sector del arte moderno fue, por lo general, a la par con la media global. Sin embargo, en España, parece que se deriva de un gran volumen de lotes vendidos, con una proporción mucho mayor de volumen (un 38% del total) que de valor. Este sector aumentó nueve puntos porcentuales su porcentaje en términos de valor de ventas totales en 2013, desde el 16% al 25%.

Los grandes maestros representan un porcentaje del valor en subastas en España mayor que en el extranjero, con un 18% de ventas totales (frente al 13% global). Mientras que la mayor parte de las ventas en términos de valor de algunos de los grandes maestros españoles más conocidos de la pintura, como Francisco de Goya, Diego Velázquez y El Greco, se realizaron fuera de España, en los últimos años han aparecido algunos artistas en este sector con mercados internos muy interesantes (por ejemplo, Luis de Morales, en 2016).

Gráfico 4.9**Cuota de ventas de obras de bellas artes en subastas por sector****a. Ventas de obras de bellas artes en términos de valor**

Fuente: © Arts Economics (2017) con datos de Collectrium

b. Ventas de obras de bellas artes en términos por volumen

Fuente: © Arts Economics (2017) con datos de Collectrium

VENTAS DE ARTISTAS ESPAÑOLES

En casi todos los mercados del mundo existe una notable preferencia por las subastas por parte del arte nacional, por lo que en los mercados nacionales se vende una proporción relativamente alta de artistas nacionales. Esto también sucede en las ventas en España, en las que los artistas españoles representan aproximadamente un 80% del valor de las ventas de bellas artes en subastas en 2016.

Por lo general, el mercado nacional de un artista suele representar la mayor proporción del valor de sus ventas globales. Sin embargo, este no es el caso de los artistas españoles y, desde 2014 hasta 2016, menos del 5% del valor total de sus ventas en el mundo se realizó en España.

En la tabla 4.1 se muestran algunos de los artistas españoles con mayores beneficios en subastas en 2016. En función de los datos compilados de sus ventas mundiales, las ventas en España de algunos de los artistas principales, como Picasso, Miró y Dalí, representan un 1% o menos de los valores totales de sus ventas mundiales en 2016. En 2016, se realizaron fuera de España ventas privadas de obras de Picasso por un valor de varios millones de dólares, entre ellas *Mujer sentada*, que se vendió en Sotheby's (Londres) por cerca de 64 millones de dólares. En cambio, el precio más alto que se pagó en España durante ese año se situó justo por debajo de los 20.000 \$ (precio de adjudicación), en Segre, por la obra *Petit buste de femme*. Incluso en el caso de artistas contemporáneos como Barceló, aunque su obra *Pinassi* se vendió por 2,3 millones de dólares (con prima al comprador) en la casa Christie's de Londres, el precio mayor conseguido en España durante ese año fue de 68.292 \$, con *Figues esbravades*, en Fernando Durán, de Madrid.

Un análisis de las ventas de estos artistas principales 10 años antes, en 2006, muestra un panorama similar para algunos de ellos: por ejemplo, las ventas en España de obras de Picasso, Miró y Dalí se mantuvieron justo por debajo del 1%. Pero el porcentaje de ventas de muchos otros artistas de la lista en España ha caído considerablemente en el decenio que ha pasado desde 2006. Por ejemplo, en 2006, un 32% de las ventas en subastas de Barceló se realizó en España, pero en 2016 dichas ventas cayeron al 8%; las de Tàpies cayeron más de siete puntos porcentuales. Aunque las proporciones fluctúan interanualmente, esto indica hasta cierto punto que el drenaje de ventas de alto valor en subasta del mercado español hacia las subastas globales se ha intensificado en lugar de mejorar en los últimos 10 años.

Tabla 4.1**Artistas españoles más vendidos en subastas en el mundo en 2016**

Artista	Ventas (en M\$) 2016	Cuota de valor en España 2016	Cuota de valor en España 2006	Ventas 2016 (lotes)	Cuota de lotes en España 2016
Pablo Picasso	277,13 \$	0,1%	0,1%	3.103	2%
Joan Miró	36,26 \$	0,2%	0,6%	1.273	2%
Salvador Dalí	18,29 \$	1,3%	0,7%	1.567	3%
Julio González	5,95 \$	7,7%	2,4%	16	6%
Antoni Tàpies	4,30 \$	3,5%	10,6%	300	9%
Manolo Valdés	3,24 \$	1,8%	23,6%	50	52%
Miquel Barceló	2,56 \$	7,6%	31,8%	23	39%
Eduardo Chillida	1,99 \$	3,8%	4,5%	173	10%
Manolo Millares	1,94 \$	2,7%	26,0%	15	67%
Joaquín Sorolla y Bastida	1,92 \$	60,0%	7,0%	13	77%
Óscar Domínguez	1,74 \$	5,3%	24,6%	61	13%
Fernando Zóbel	1,69 \$	13,8%	100,0%	55	44%
Pablo Gargallo	1,53 \$	3,7%	10,7%	6	17%
Antonio Saura	1,04 \$	7,2%	45,3%	76	42%
José de Ribera	0,91 \$	0%	2,7%	14	0%
Juan Muñoz	0,90 \$	0%	5,3%	7	0%
Francisco de Goya	0,87 \$	3,4%	0,1%	178	17%
Baltasar Lobo	0,63 \$	2,2%	8,3%	12	8%
Alejandro de Loarte	0,39 \$	0%	0%	1	0%
Antoni Gaudí	0,38 \$	0,5%	0%	6	17%

Fuente: © Arts Economics (2017) con datos de Collectrium y varias casas de subastas

En la tabla 4.2 se muestra una selección de los artistas españoles con más ventas en subastas en España, según los resultados publicados por algunas de las principales casas de subastas. Algunos de estos artistas cuentan con una presencia mucho mayor en España, pero tal y como se comprueba en la tabla, esto sucede la mayoría de las veces con un valor total de ventas mucho menor (y un número relativamente pequeño de lotes en la mayoría de los casos).

Tabla 4.2

Artistas españoles más vendidos en subastas en España en 2016

Artista	Ventas (\$) 2016	Cuota de valor en España	Ventas (lotes)	Cuota de lotes en España
Joaquín Sorolla y Bastida	1.149.078 \$	60,0%	10	76,9%
Julio Romero de Torres	534.247 \$	96,2%	8	88,9%
Julio González	460.887 \$	7,7%	1	6,3%
Salvador Dalí	235.756 \$	1,3%	40	2,6%
Fernando Zóbel	233.315 \$	13,8%	24	43,6%
Luis de Morales	232.005 \$	96,6%	2	66,7%
Miquel Barceló	195.236 \$	7,6%	9	39,1%
Antoni Tàpies	149.394 \$	3,5%	27	9,0%
Pablo Picasso	148.452 \$	0,1%	52	1,7%
Joaquín Mir Trinxet	108.938 \$	100,0%	10	100,0%
Óscar Domínguez	93.287 \$	5,3%	8	13,1%
Juan Luna y Novicio	89.488 \$	85,3%	11	84,6%
Antonio Saura	75.569 \$	7,2%	32	42,1%
Eduardo Chillida	75.349 \$	3,8%	18	10,4%
Juan Barjola	69.125 \$	100,0%	12	100,0%
Juan Bautista Porcar	66.196 \$	100,0%	30	100,0%
Manolo Valdés	59.221 \$	1,8%	26	52,0%
Pablo Gargallo	57.348 \$	3,7%	1	16,7%
Joan Miró	56.714 \$	0,2%	24	1,9%
Manolo Millares	53.233 \$	2,7%	10	66,7%
Martín Rico Ortega	43.254 \$	20,1%	3	27,3%

Fuente: © Arts Economics 2017 con datos de Collectrium y varias casas de subastas

Resulta interesante comparar los artistas españoles con más éxito en subastas con los que se exhiben más en exposiciones. En la tabla 4.3 se muestran los 20 artistas principales de 2016 y 2006 en función de la clasificación de sus exposiciones en la base de datos de Artfacts.net.² Es interesante ver a partir de estos datos que, aunque los artistas vivos constituyen un pequeño porcentaje del mercado de subastas de bellas artes —y solo hay dos artistas vivos entre los 20 artistas españoles con más éxito en subastas en el mundo en 2016— estos tienen una presencia mucho mayor en el sector de las exposiciones. En 2016, una mayoría de 13 entre los 20 artistas clasificados en las exposiciones fueron artistas españoles vivos. En la tabla también se muestra que, aunque ciertos artistas han permanecido en la parte superior de la clasificación de exposiciones durante más de 10 años, existe un mayor dinamismo en esta área que en la de

2. ArtFacts supervisa a más de 500.000 artistas y proporciona una clasificación calculada algorítmicamente de cada uno de ellos, en función de diversos criterios cuantificables, como su representación en galerías, las instituciones que los adquieren, los tipos de institución y el alcance internacional. Para el proceso de clasificación se utilizan criterios matemáticos que conceden mayor peso a ciertas exposiciones en lugar de otras en función de subconjuntos de metadatos. Este procedimiento garantiza la calidad de la exposición y otra serie de factores relacionados con la influencia del artista y el alcance internacional incluidos en el *ranking*, en lugar de depender únicamente del número de exposiciones.

las subastas, con seis nuevas incorporaciones, en 10 años, en la clasificación de los 20 artistas con más éxito. En la parte superior de la clasificación de los 20 artistas más expuestos, entre los vivos ha habido aún más movimiento y solo siete de ellos permanecen de forma regular a la cabeza de los 20 mejores entre 2006 y 2016.

Por consiguiente, aunque los artistas vivos son una parte fundamental del sector de las galerías y las exposiciones en España y en el extranjero, estos resultan menos importantes en el sector de las subastas, que se concentra en los artistas más establecidos, incluso en el sector del arte de posguerra y el contemporáneo.

Tabla 4.3

Los 20 artistas principales por orden de exposición (número de exposiciones individuales)

	2016	N.º	2006	N.º
1	Pablo Picasso	89	Pablo Picasso	175
2	Joan Miró	38	Joan Miró	73
3	Antoni Tàpies	37	Salvador Dalí	45
4	Salvador Dalí	22	Antoni Tàpies	66
5	Santiago Sierra	23	Santiago Sierra	24
6	Dora García	17	Juan Muñoz	19
7	Antoni Muntadas	13	Antoni Muntadas	37
8	Ignasi Aballí	13	Eduardo Chillida	33
9	Eduardo Chillida	22	Jaume Plensa	28
10	Juan Muñoz	9	Juan Gris	17
11	Jaume Plensa	12	Alicia Framis	16
12	Lara Almarcegui	11	Miquel Barceló	14
13	Cristina Lucas	8	Juan Uslé	13
14	Miquel Barceló	8	Antonio Saura	22
15	Joan Fontcuberta	12	Miguel Rio Branco	17
16	Jordi Colomer	7	Joan Fontcuberta	22
17	Antonio Saura	17	Iñigo Manglano-Ovalle	11
18	Ignacio Uriarte	9	Eulàlia Valldosera	7
19	Juan Uslé	4	Cristina Iglesias	13
20	Fernando Sánchez Castillo	5	Dora García	13

Fuente: © Arts Economics 2017 con datos de Artfacts.net

El comercio del arte, con una cifra de ventas de 385 millones de euros en 2016 según una estimación conservadora, tiene un tamaño reducido en comparación con otras industrias en España; sin embargo, implica una aportación importante para la economía al añadir contribuciones fiscales, ingresos y empleos de valor elevado, además de desarrollar y promover conocimientos y habilidades muy especializados en todo el sector.

EMPLEO EN EL MERCADO DEL ARTE

Se estima que en 2016 había alrededor de 2.965 empresas operando en el mercado español del arte, la mayoría de las cuales eran pequeñas empresas en términos de empleados y facturación.¹ Se calcula que estas empresas mantenían como mínimo 10.545 empleos en galerías y casas de subastas, lo que ha supuesto un aumento del 4% en relación con las cifras de 2013. Además de quienes trabajan en el propio comercio del arte, otras 6.200 personas trabajan en servicios de apoyo al mercado del arte, con una cifra en estimación conservadora de 34.775 también en ferias de arte, museos y como artistas, todos ellos relacionados con el mercado del arte.

EMPLEO EN EL SECTOR DE LAS GALERÍAS

En 2016, se calcula que había 2.845 empresas trabajando en el mercado español del arte que vendían bellas artes, artes decorativas, antigüedades y piezas de coleccionista, lo que daba trabajo a 9.105 personas. Estos negocios eran casi exclusivamente empresas pequeñas; un 43% de los que respondieron a la encuesta de las 650 principales empresas del sector eran comerciantes individuales o asociaciones de solo dos personas, y solo un 2% de ellas daban empleo a diez o más personas.

La media de empleados en cada empresa era de tres personas (estable según las cifras presentadas en 2013), que es menos de la mitad de la media en el sector de las galerías, que globalmente era de siete en 2016. La media de empleados tendía a aumentar con mayores niveles de facturación: en las galerías con una cifra de negocios inferior a 500.000 € anuales, la media era de dos empleados, frente a las que superaban esta cifra, que tenían una media de cinco empleados. Sin embargo, no se presentaban diferencias significativas o coherentes en las medias entre sectores, aunque las empresas más grandes con más de diez personas se encontraban en el mercado del arte contemporáneo.

La mayoría de las empresas del sector (68%) indicaron que habían mantenido el número de empleados estable año tras año en términos interanuales; el 26% había aumentado el número de empleados (de media, en una persona); y el 6% restante había experimentado una reducción de empleados (de nuevo, en una persona de media).

El equilibrio entre géneros en el conjunto de la población activa española está sesgado hacia la participación masculina: las cifras indican que un 45% de los empleados mayores de 15 años a finales de 2016 eran mujeres, a la par con la media europea del 46% en 2016. Sin embargo,

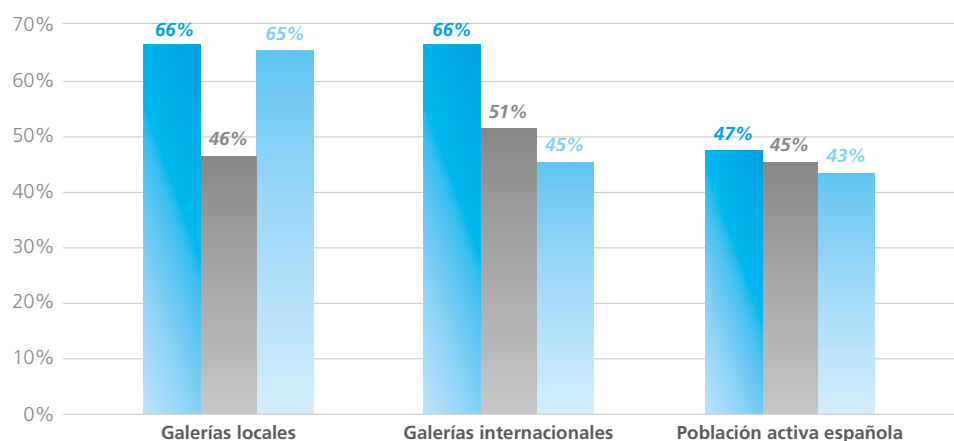
1. En Europa, una pequeña empresa se define como aquella con una facturación inferior a los 10 millones de euros y un total de 50 empleados o menos.

en el sector de las galerías españolas, hay un mayor nivel de ocupación femenina, con una media del 57% de mujeres y el 43% de hombres en 2016. La cuota de ocupación femenina ha aumentado ligeramente desde 2013 (55%). El estudio mostró que el nivel de ocupación femenina es especialmente elevado en los grupos de edad más jóvenes en el sector, con una cuota del 66% entre los 15 y los 39 años (a la par con la media global en este grupo de edad). La cuota de ocupación femenina se reduce al 46% en el segmento medio de los 40 a los 64 años, antes de volver a elevarse en el segmento a partir de los 65 años. Aunque hay un descenso significativo a nivel global para los galeristas en el segmento de mediana edad (de los 40 a los 64 años), el descenso es más pronunciado en España, donde las mujeres pasan a ser una minoría en este segmento. Sin embargo, esta participación sigue estando a la par con el resto de la población activa, lo que indica que las presiones para viajar y dirigir una galería o trabajar en ella no han disuadido especialmente a más mujeres del sector frente a otros en España.

Gráfico 5.1

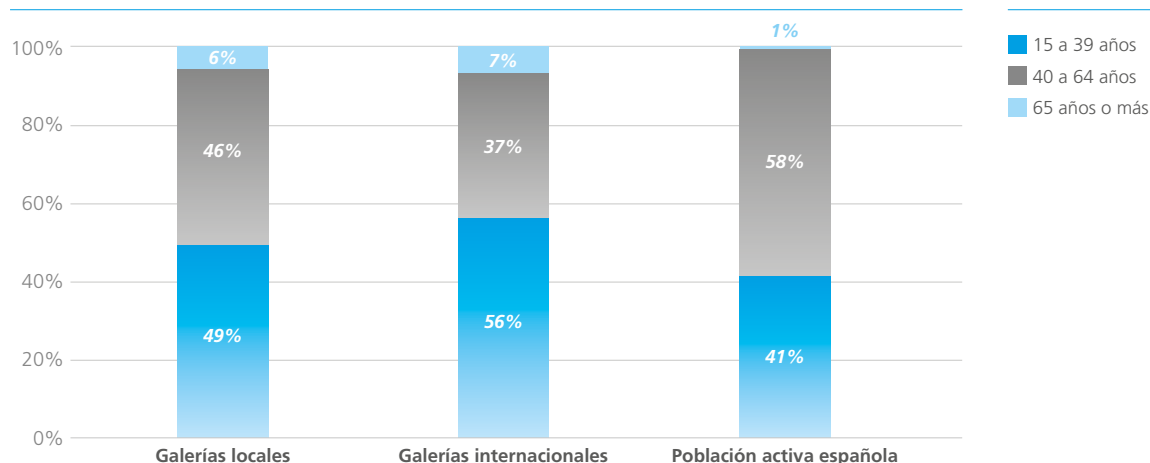
Cuota de empleo femenino por nivel de edad en 2016

■ 15 a 39 años
■ 40 a 64 años
■ 65 años o más



Fuente: © Arts Economics (2017)

En términos de la estructura de edad, existe una proporción relativamente más elevada de trabajadores mayores en el mercado del arte que en la población activa general, tanto en España como a nivel global. En 2016, un 6% de los empleados en el sector de las galerías tenían 65 años o más, frente a la media de tan solo el 1% en toda la población activa española (y con un 2% en la UE). Como contrapunto, también existe una mayor cuota de trabajadores más jóvenes, con un 8% más de personas trabajando en el sector de las galerías entre los 15 y los 39 años, que en toda la población activa, aunque España tiene una cuota inferior en este grupo de edad que la media global para este sector en 2016.

Gráfico 5.2**Cuota de empleo por franja de edad en 2016**

Fuente: © Arts Economics (2017)

La mayoría de los trabajadores (el 80%) en el sector de las galerías en España tiene un empleo fijo, mientras que un 20% tiene contratos flexibles o temporales. Aunque es más elevada que en la media de la población activa europea, la cuota de trabajadores temporales en el sector es inferior a la media en España, que tuvo una cuota de ocupación temporal relativamente elevada del 26% en 2016.²

Además, era mucho menos probable que los empleados con contratos temporales en el sector de las galerías trabajaran a tiempo completo, con una cuota de solo el 33% de puestos a tiempo completo (frente al 65% de quienes tienen puestos fijos a tiempo completo). En general, la cuota de ocupación a tiempo parcial en el sector de las galerías en España fue del 41%, una cifra considerablemente superior al 28% indicado por el sector en 2013. También supone más del doble del nivel de ocupación a tiempo parcial en España en el 2016, que fue del 15%.³

En general, el empleo en el mercado del arte suele estar basado en trabajos de altas capacidades y grandes conocimientos, con un nivel muy elevado de graduados universitarios en la mayoría de las regiones de todo el mundo. Con el paso del tiempo, quienes trabajan en el sector de las galerías a nivel global han demostrado tener cualificaciones y niveles educativos más elevados que la población activa general. En 2016 en España, el 69% de los empleados en el sector de las galerías tenía cualificaciones universitarias o superiores de tercer nivel, frente a un promedio del 43% en toda la población activa española, y solo un 34% de la europea. La media para las galerías también se veía reducida por una minoría de negocios (17%) donde ninguno de los

2. También es importante destacar que, aunque algunas personas eligen empleos temporales según los datos de la *European Labour Force Survey* (*Encuesta europea de población activa*), el 91% de quienes tienen contratos temporales en España, los eligen porque no pudieron encontrar un trabajo fijo alternativo (frente al promedio del 62% de quienes tienen contratos parecidos en Europa).

3. La cuota de España de empleo a tiempo parcial es inferior que la media europea de 2016, del 20%; sin embargo, la mayoría (62%) de quienes trabajan a tiempo parcial en España lo hacen por una falta de empleos alternativos a tiempo completo, frente al 28% en la UE (el resto elige este estado por otros motivos, como cuidar de sus hijos u otras responsabilidades personales).

trabajadores disponía de calificaciones de tercer nivel y la mediana era un 86% superior, con casi la mitad de quienes respondieron indicando que todos los trabajadores de su empresa tenían títulos de tercer nivel.

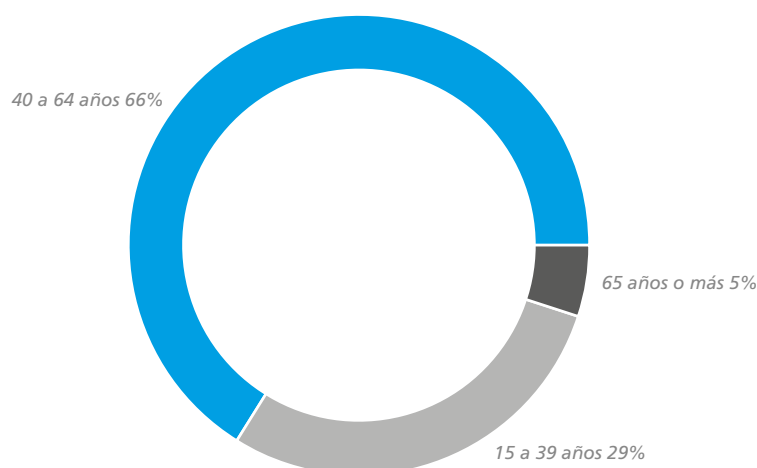
EMPLEO EN EL SECTOR DE LAS SUBASTAS

En 2016, había aproximadamente 120 empresas trabajando en el sector de las subastas en España, que de forma regular u ocasional vendían bellas artes y artes decorativas y antigüedades, con unas 50 empresas concentradas exclusivamente en el sector. Se calcula que el sector empleaba a unas 1.440 personas y, como en el sector de las galerías, la mayoría eran pequeñas y medianas empresas. La media de empleados por empresa en 2016, según el estudio, era de 12 personas (un leve aumento respecto a los 10 indicados en 2013), pero con una horquilla de cinco a más de 30 personas. La mayoría de las empresas (67%) mantenía un número estable de empleados en 2016, y un tercio los aumentó, de media, una persona.

El sector de las subastas estaba relativamente equilibrado en cuestión de género, con una cuota algo más elevada de ocupación femenina, al 52%. El nivel medio de ocupación femenina aumentaba respecto a 2013, cuando el estudio indicó que solo un 43% de quienes trabajaban en el sector eran mujeres. El equilibrio entre géneros en el sector en España en 2016 estaba a la par con las medias globales para las subastas de segundo plano (al 54%) y más elevado que la suma de la población activa española.

De media, el perfil de edad es mayor en el sector de las subastas en España que en el sector de las galerías, con solo el 29% de los empleados entre los 15 y los 39 años, y la mayoría en el grupo de mediana edad de 40 a 64. Los perfiles de género en estas horquillas de edad también difieren considerablemente: en la franja de edad más joven entre los 15 y los 39 años, el empleo femenino domina con una cuota del 78%, mientras que esta cifra cae a solo el 40% en la franja entre los 40 y los 64 años. El desglose en la franja por encima de los 65 años está equilibrado en cuanto a género.

Quienes trabajan en el sector de las subastas en España, igual que en el de las galerías, tienen un nivel elevado de formación académica, con un 59% con titulaciones de tercer nivel, un 2% más que la media global para las casas de segundo nivel y, de nuevo, considerablemente por encima de la población activa general en España.

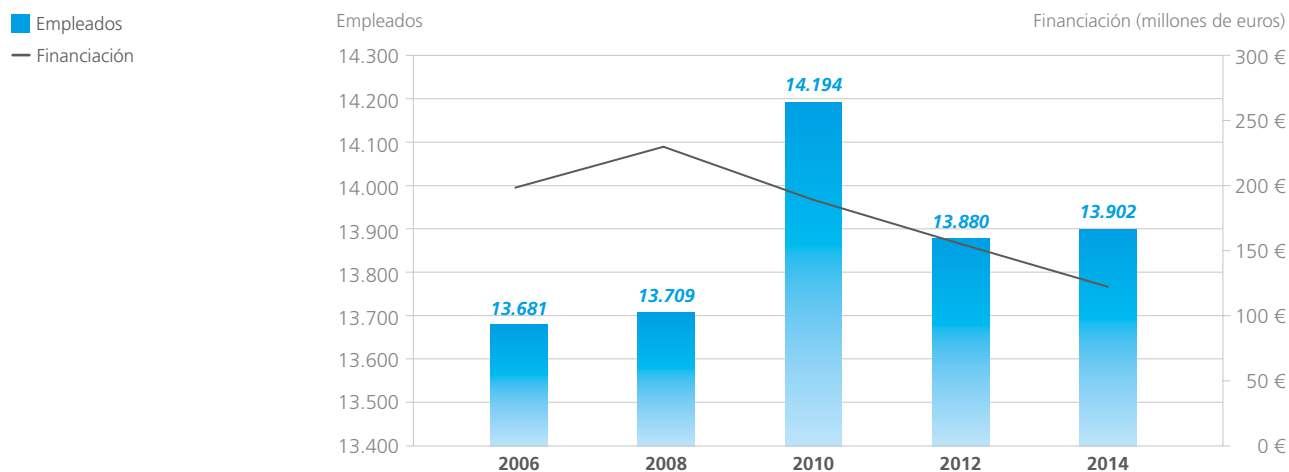
Gráfico 5.3**Perfil de edad de empleo en el sector de las subastas**

Fuente: © Arts Economics (2017)

OTROS EMPLEOS CULTURALES

Aunque este estudio se centra en el comercio del arte (y el empleo generado en galerías y casas de subastas), existen otras fuentes de empleo clave que respalda el mercado. Las ferias de arte implican como mínimo 600 personas en funciones administrativas, ejecutivas y de soporte, así como empleados ocasionales de los eventos. El sector de los museos en España también es una fuente importante de empleos. Aunque las estadísticas de empleo para el sector de los museos solo están disponibles con un desfase de dos años, según las estadísticas más recientes publicadas por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, de principios de 2015, había 13.902 personas trabajando en los museos en España, un ligero aumento respecto a los 13.880 indicados en 2013, y una subida de más de 190 empleos desde 2008. Los empleos aumentaron a pesar de la disminución del número de museos: a principios de 2015 en España había 1.522 museos (el 70% de los cuales eran instituciones públicas), frente a los 1.529 de 2013 (y con los 1.560 de 2008). Este aumento de puestos de trabajo también se ha dado a pesar de que la financiación pública del sector de los museos se ha visto reducida: los subsidios gubernamentales se redujeron un 49% de 2008 a 2014, aunque en 2015 aumentaron un 8%.

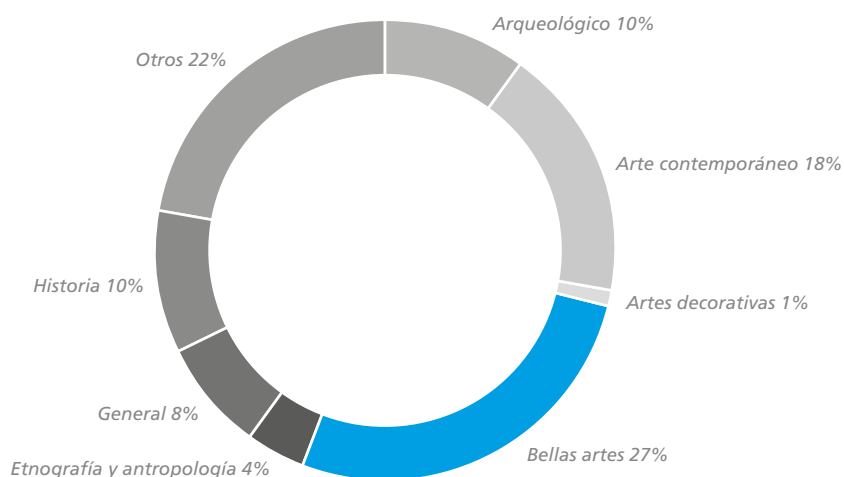
Se estima que solo menos de la mitad (el 48%) de los empleados en el sector de los museos trabaja en museos de arte, es decir, unas 6.675 personas.

Gráfico 5.4**Número de empleados y financiación gubernamental del sector de los museos en España**

Fuente: © Arts Economics (2017) con datos del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte

Los museos no solo añaden ocupación al sector cultural en España (y son compradores importantes en el mercado del arte), sino que también tienen un impacto económico extremadamente importante por el número de visitantes que atraen como parte crucial del turismo cultural de España. Las últimas estadísticas publicadas por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte indican que en 2014 los museos tuvieron 58,5 millones de visitantes, la mayoría de los cuales (57%) asistieron específicamente a museos de arte (es decir, aquellos que contienen colecciones de bellas artes, artes decorativas, arte contemporáneo y arqueología). Se puede calcular que en 2016 hubo cerca de 32 millones de visitantes en los museos de arte en España, un aumento del 34% con respecto a la cifra de diez años atrás, en 2006.⁴

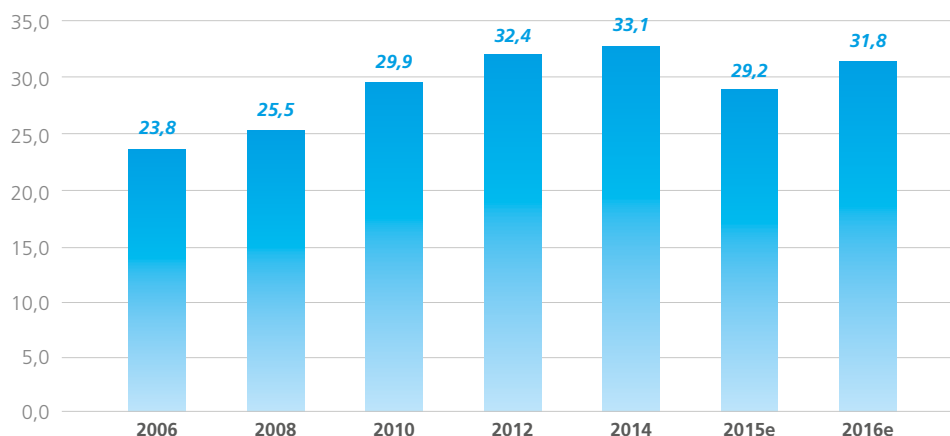
4. Las cifras estimadas se basan en los cambios en el número real de visitantes declarados a los 15 principales museos estatales de 2014 a 2016.

Gráfico 5.5**Visitantes a museos en España****a. Cuota del total de visitantes por tipo de museo**

Fuente: © Arts Economics (2017) con datos del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte

b. Número de visitantes a museos de arte en España

Millones de visitantes



Fuente: © Arts Economics (2017) con datos del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte

El mercado del arte también apoya directamente a artistas en ocupación mediante la venta de su obra y la gestión de sus carreras. Aunque la población de artistas está pésimamente medida en datos censales, el número de artistas en España que trabajan de forma exclusiva o parcial como artistas profesionales se estima de forma conservadora alrededor de los 27.500 (de un total de 64.000 empleados en la categoría de artistas creativos e interpretativos en 2016). El número de artistas en España ha vivido una tendencia al alza con el tiempo, a pesar de algunas de las malas perspectivas y de los mercados en los que el ganador se lo queda todo descritos en el Capítulo 3. El número de graduados en las facultades de arte de tercer nivel crece rápidamente, con un número de alumnos matriculados y con estudios completados en arte y diseño

que supera el doble en el periodo entre 2008 y 2015 (de 5.425 a 11.150). Aunque muchos de estos estudiantes pueden seguir carreras alternativas, como mínimo algunos de ellos progresarán hasta convertirse en artistas, y ello indica un área de crecimiento sustancial en la ocupación, a pesar de los inciertos rendimientos económicos.

Las cifras estimadas de artistas y de personas que trabajan en el sector de los museos de arte añaden otros 34.775 puestos de trabajo a la economía en industrias conectadas directamente con el mercado del arte o dependientes de él.

IMPACTO EN SERVICIOS SECUNDARIOS

A parte de los puestos de trabajo generados directamente en galerías y casas de subastas en España, el mercado del arte también aporta ingresos sustanciales y ofrece empleo en varios servicios secundarios y de soporte. Muchos de estos empleos son en industrias nicho con un nivel elevado de especialización y capacidades, y no existirían sin el comercio del arte.

Se estima que, en 2016, el comercio del arte en España gastó 205 millones de euros en varios servicios secundarios, un aumento del 33% en cinco años. El mayor gasto, a pesar de que solo lo asumen las galerías, fue en ferias de arte, con un volumen estimado cercano a los 72 millones de euros en total. El gasto en ferias de arte aumentó cerca de un 80% frente a las cifras presentadas en 2011; su cuota en el total gastado en servicios secundarios aumentó un 9% en este periodo de cinco años. Sin embargo, resulta interesante destacar que los ingresos generados en ferias de arte por la galería han sido relativamente estables, con un ligero aumento en el periodo (alrededor del 2%). En 2011, los costes para exponer en ferias de arte estaban por debajo de los 40 millones de euros, con cifras estimadas de ventas generadas por debajo de los 70 millones de euros. En 2016, según las medias indicadas en el estudio, las ventas en ferias aumentaron hasta los 127 millones de euros, pero con el mayor coste indicado, de modo que los rendimientos imputados fueron de solo el 2% (del 75% al 77%). También es importante tener en cuenta que las ventas y los costes de las ferias de arte no se distribuyen uniformemente entre las galerías, y las cifras estimadas basadas en medias solo pueden mostrar las tendencias totales. Es posible que algunas empresas hayan obtenido muy pocos rendimientos de su inversión en ferias, mientras que a otras les haya ido indiscutiblemente muy bien.⁵ Lo que sí muestra en general es que, aunque las ventas en las ferias de arte han aumentado, para las galerías estos beneficios han implicado también un aumento significativo de costes para sus empresas.

Los costes de embalaje y envío también aumentaron de forma significativa en los últimos cinco años y fueron el segundo elemento principal de gasto secundario, lo que refleja, en parte, que haya aumentado el foco internacional de muchas ventas en galerías (y subastas) en los últimos años. También es interesante tener en cuenta que la publicidad y el *marketing* presentaron uno de los mayores descensos del periodo, disminuyendo en la cuota de gasto secundario total en un 14% y en valor en un 42%. El descenso de este gasto iba unido en una magnitud idéntica a un aumento del gasto en TI (incluidas las TI internas, el gasto en sitios web y en plataformas de terceros), lo que podría indicar que algunos negocios están mejorando su presencia *on-line* y

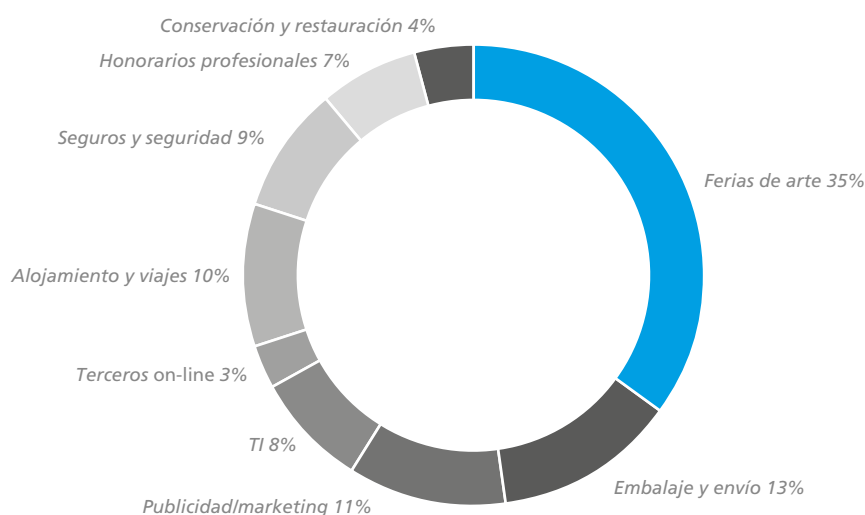
5. También es cierto que las ventas en el mercado del arte en España se estiman de forma muy conservadora en este informe, lo que puede suponer que se infravaloren las ventas en ferias frente a sus costes y, por consiguiente, también sus rendimientos.

las infraestructuras para acceder a los compradores de forma más directa, en lugar de hacerlo por los canales más indirectos y tradicionales de la publicidad y el *marketing*.

En total, los ingresos secundarios generados por el comercio del arte ayudaron a fomentar más de 6.200 puestos de trabajo más en estas industrias en 2016, lo que amplía el efecto del comercio del arte en la economía.

Gráfico 5.6

Gastos realizados en servicios secundarios por el comercio español del arte en 2016



Fuente: © Arts Economics (2017)

Tabla 5.1

Gasto en servicios secundarios del comercio español del arte en 2016 frente a 2011

	2016 (M€)	2011 (M€)	Cambio 2011-16	Cuota 2016	Cuota 2011	Cambio en cuota
Publicidad/marketing	22,6 €	38,8 €	-42%	11%	25%	-14%
Ferias de arte	71,8 €	39,9 €	80%	35%	26%	9%
Conservación y restauración	8,8 €	5,4 €	63%	4%	3%	1%
Seguros y seguridad	17,7 €	12,5 €	42%	9%	8%	1%
Embalaje y envío	25,6 €	15,0 €	71%	12%	10%	3%
Alojamiento y viajes	20,2 €	13,4 €	51%	10%	9%	1%
Honorarios profesionales	14,1 €	11,7 €	21%	7%	8%	-1%
TI	24,2 €	17,0 €	42%	12%	11%	1%
TOTAL	204,9 €	153,7 €	33%	100%	100%	0%

Fuente: © Arts Economics (2017)

CONTRIBUCIONES FISCALES

El comercio español del arte también implica una contribución significativa a la economía española a través de las tasas y los impuestos que paga al gobierno sobre las ventas, las rentas, los beneficios y el comercio. En la tabla 5.2 se presenta una estimación conservadora de los ingresos impositivos totales generados por galerías y casas de subastas en 2016. Estos son algunos de los supuestos básicos usados al estimar la contribución fiscal:

1. Impuestos de sociedades: el índice estándar del Impuesto de Sociedades en España es del 20% (por debajo del 30% de 2013). Se aplica un índice medio por beneficios del 20% para las galerías y del 26% para las casas de subastas. Al aplicar esta tasa tanto a los datos de las casas de subastas como a los de las galerías, se obtiene una cifra estimada de 20,4 millones de euros en Impuesto de Sociedades en 2016.
2. Impuestos sobre la renta: si se usa un sueldo medio para servicios españoles (tal y como se indica en la *Eurostat Structure of Earnings Survey*, "Encuesta de Eurostat sobre la estructura de los salarios") y se aplica la escala progresiva del impuesto sobre la renta español aplicable a este sueldo en 2016 (del 0% al 30%), se obtiene una cifra estimada total de impuestos sobre la renta y contribuciones por parte del comercio del arte de 112,5 millones de euros.
3. IVA sobre las ventas: esto asume que todas las casas de subastas y alrededor del 50% de las galerías usan el régimen de margen para el IVA (donde se paga el tipo impositivo total para el margen)⁶. Si asumimos que todas las empresas están registradas en el IVA, también pueden reclamar al Gobierno la devolución del IVA de las compras. Para ofrecer una estimación más fiable, el IVA neto para el Gobierno debería ser el cobro del IVA bruto menos el IVA reembolsable. El IVA de las ventas que recibe el Gobierno es alrededor del 60% del importe debido, basándose en las cifras de ventas totales. Para justificar el IVA reembolsado, el total usado para el IVA es el 60% de las facturas en bruto de ventas del comercio del arte, o 31,2 millones de euros.
4. IVA sobre las importaciones: el IVA sobre las importaciones se aplicaba a las importaciones extracomunitarias solo al 10% aplicable en 2016, lo que daba un total de 6 millones de euros.
5. Impuestos sobre exportaciones: como estimación aproximada de los impuestos sobre exportaciones pagados, se aplicó el índice medio del impuesto correspondiente sobre una obra apta de 100.000 € exportada de España a un destino extracomunitario (16%) a todas las exportaciones de antigüedades de más de 100 años y al 30% de las exportaciones de cuadros y esculturas, lo que aporta una contribución de 3,1 millones de euros en impuestos.

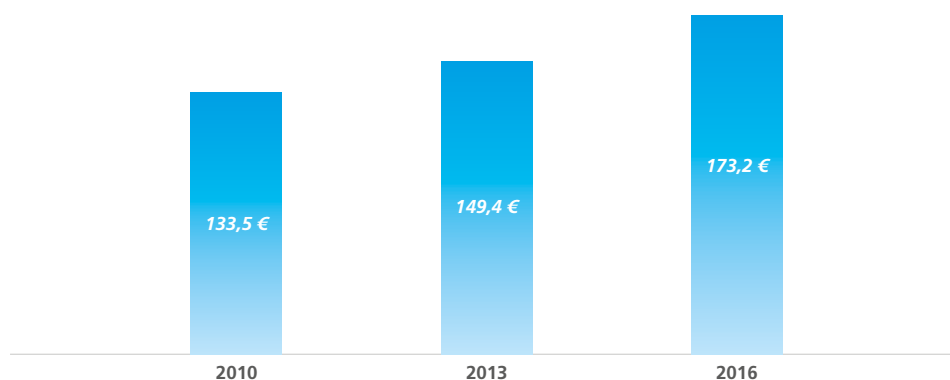
Así, la contribución fiscal total bajo estos supuestos por parte del comercio español del arte en 2016 dio como resultado una cifra bajo estimación conservadora de 173,2 millones de euros. Aunque los supuestos y los índices de tasación han cambiado con los años, la contribución fiscal estimada del comercio del arte ha mostrado un aumento estable y constante y ha aumentado de valor un 16% desde 2013 y un 30% desde 2010.

6. En 2013, se asumía que solo el 20% de las galerías usaba el régimen. Si se usara el mismo supuesto, la contribución total del IVA neto sería superior a los 35,3 millones de euros.

Tabla 5.2**Contribución fiscal del comercio español del arte en 2016**

Impuesto	M€
Impuestos de sociedades	20,4 €
Impuestos sobre la renta	112,5 €
IVA neto	31,2 €
IVA sobre las importaciones	6,0 €
Impuestos sobre exportaciones	3,1 €
Contribución total	173,2 €

Fuente: © Arts Economics (2017)

Gráfico 5.7**Estimación de la contribución fiscal del comercio español del arte de 2010 a 2016**

Fuente: © Arts Economics (2017)

La contribución fiscal indicada con anterioridad no incluye las empresas secundarias y de soporte que utiliza el comercio del arte. Si se incluyeran estas empresas, se podría añadir una recaudación adicional de 105 millones de euros en impuesto de sociedades, impuestos sobre la renta e IVA neto sobre las ventas.

A parte del empleo, los servicios secundarios y las contribuciones fiscales del comercio, el mercado español del arte también ofrece una contribución económica importante indirecta al añadir atracción e importancia cultural e histórica de España para los visitantes. El turismo cultural es uno de los sectores de más rápido crecimiento del mercado del turismo global y el arte, la cultura y las industrias creativas cada vez se usan más para promover y diferenciar los destinos para los turistas culturales.

El Instituto Nacional de Estadística en España indica que el 2016 visitaron el país 75,4 millones de turistas y que el 85% de ellos viajaban por ocio o vacaciones. Se calcula que estos turistas gastaron 77.400 millones de euros y que la mayor parte de este gasto (84%) fue en vacaciones.

El Ministerio de Educación, Cultura y Deporte indica que el año anterior, en 2015, el 39% de la población española visitó un museo, una exposición o una galería de arte. Se estima que el

18% de los viajes que realizaron los residentes en España en 2015 por placer, ocio o vacaciones se iniciaron principalmente por motivos culturales o basados en las artes (14,3 millones de viajes). Además, 7,2 millones de turistas internacionales visitaron España por motivos culturales (más del 12% del número total de viajes realizados por turistas internacionales por placer, ocio o vacaciones, o más del 10% de todo el turismo internacional). Se calcula que el gasto de viaje a España realizado por estos turistas de motivación cultural se acerca a los 7.000 millones de euros, mientras que el de los turistas internacionales supera los 8.000 millones de euros. Probablemente estos cálculos infravaloran la influencia de la cultura en el turismo, puesto que hay muchos más turistas con motivaciones culturales junto con otras, y otros estudios sugieren que el turismo cultural supone hasta el 40% de visitas, además de que los turistas culturales gastan mucho más que aquellos motivados por el deporte, las vacaciones de sol y otros motivos.

La contribución directa de la industria de los viajes y el turismo al PIB de España en 2016 fue de 57.100 millones de euros, un 5,1% del total, y se espera que siga creciendo como mínimo un 3,5% en 2017. La contribución total de la industria, incluido su impacto indirecto e inducido, es de una cifra asombrosa de 158.900 millones de euros, o el 14,2% del PIB en 2016. Ello creó 862.000 puestos de trabajo directos en 2016 (el 4,7% de la ocupación total) y más de un millón de puestos de trabajo indirectos (el 5,2% de la ocupación total), cifras que se espera que aumenten un 3% en 2017.⁷

En 2016, el número de noches pasadas en alojamientos turísticos en la UE superó los 2.800 millones, un aumento del 2% con respecto a 2015, y España representó la mayor cifra de noches de todos los Estados miembros (454 millones de noches, un 8% más en comparación con 2015; 294 millones fueron de no residentes).⁸

Por lo tanto, el turismo es una industria líder en España y uno de los impulsores clave del crecimiento y el empleo en la economía. La importancia del mercado del arte y las instituciones en toda la infraestructura artística para mantener el turismo de alto valor internacional y nacional está bien documentada y es una parte importante de su contribución económica.

CONCLUSIONES

Aunque la economía española creció entre 2014 y 2016, el desempleo sigue siendo un problema crónico que impide una recuperación más completa. Sin embargo, las industrias culturales se cuentan entre las más prometedoras en cuanto a creación de empleo, y la industria del arte, el entretenimiento y el tiempo libre es una de las que más rápido crece en España. En el periodo que va de inicios de 2008 a finales de 2016, la ocupación total de la población activa en España descendió un 10%, mientras que los empleos en el campo de la construcción cayeron un 60% y, en el campo de la fabricación, un 25%. Por otro lado, los puestos de trabajo en las industrias creativas y culturales aumentaron un 26% en el mismo periodo. Aunque siguen siendo una cuota pequeña del total de la población activa (solo un 2% en 2016), esta cuota se dobló en este periodo, frente al declive sustancial de las cuotas en fabricación y construcción.

7. WTTC (2017) *Travel and Tourism Economic Impact Spain 2017 (Impacto económico del sector del turismo y los viajes en España 2017)*. De wttc.org.

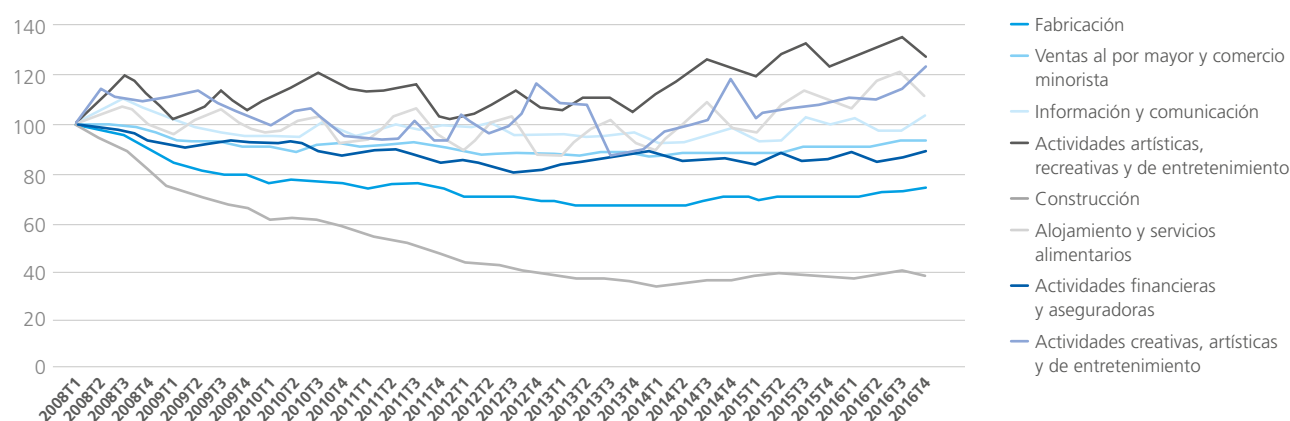
8. Nota de prensa de Eurostat: *Tourism in the EU (Turismo en la UE)*, enero de 2017.

La cuota de España en el total de ocupación en la UE cayó un 1% entre 2008 y 2016 (al 8%) y, de nuevo, los mayores descensos se produjeron en los campos de la construcción y la fabricación. Por otro lado, la cuota de las artes, el entretenimiento y el tiempo libre avanzó un 1%; España cuenta con poco menos del 10% del número total de puestos de trabajo en esta clasificación más amplia de las industrias culturales en Europa.

Una característica importante del mercado del arte en el contexto de la creación de empleo y el crecimiento económico es que, a parte de las ventas y la ocupación que genera directamente en la economía, también ofrece ocupación en varias industrias secundarias de alto valor, además de crear un impacto mucho más positivo en sectores clave como el turismo que sigue aportando una gran e importante contribución a la economía española. Las industrias relacionadas con el turismo, como el alojamiento y los servicios alimentarios, fueron otras de las pocas en España con una trayectoria positiva en los últimos años, con un crecimiento del 12% en el periodo que va de inicios de 2008 a finales de 2016.

Gráfico 5.8

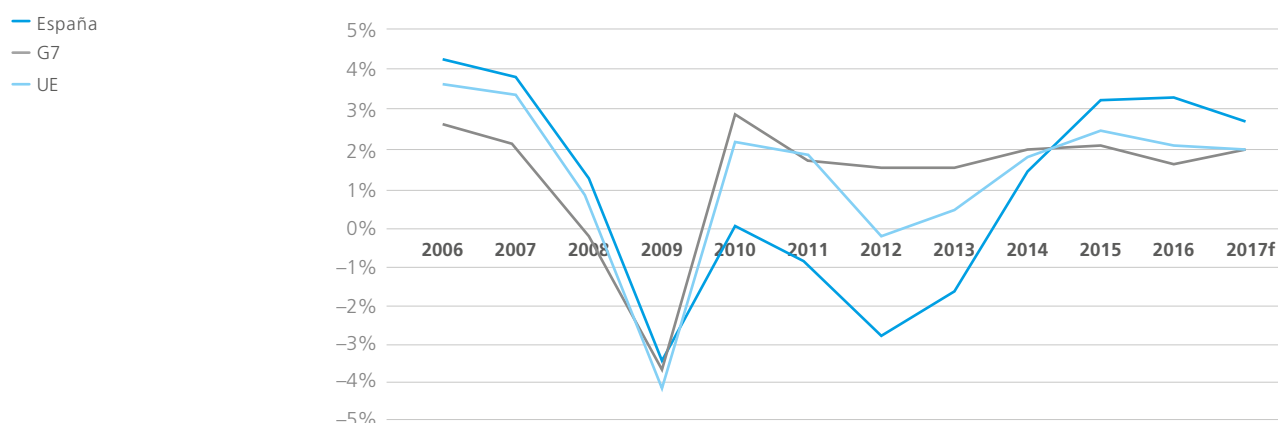
Crecimiento en número de empleados por industria en España (Base = 100 = 2008, 1T)



Fuente: © Arts Economics (2017) con datos de Eurostat

La economía española, tras ser una de las más afectadas por la crisis financiera global y la más lenta en recuperarse, dio un giro entre 2014 y 2016. En 2016, la economía creció un 3,2%, por lo que fue una de las que tuvo un crecimiento más rápido en Europa y superó de forma significativa, la media de la UE, así como las cuotas de crecimiento en la mayoría de los principales mercados de arte occidentales como el de los Estados Unidos (1,6%), el Reino Unido (2,0%) y Francia (1,3%).

Esta recuperación se ha visto en gran parte impulsada por los consumidores, con la ayuda de la creciente afluencia de turistas, pues se estima que en 2016 visitaron España 75 millones de turistas extranjeros, un aumento del 10% con respecto a 2015. Como se ha indicado anteriormente, España también tiene el mayor número de pernoctas de turistas en alojamientos en Europa y los mayores ingresos netos de viajeros no residentes.

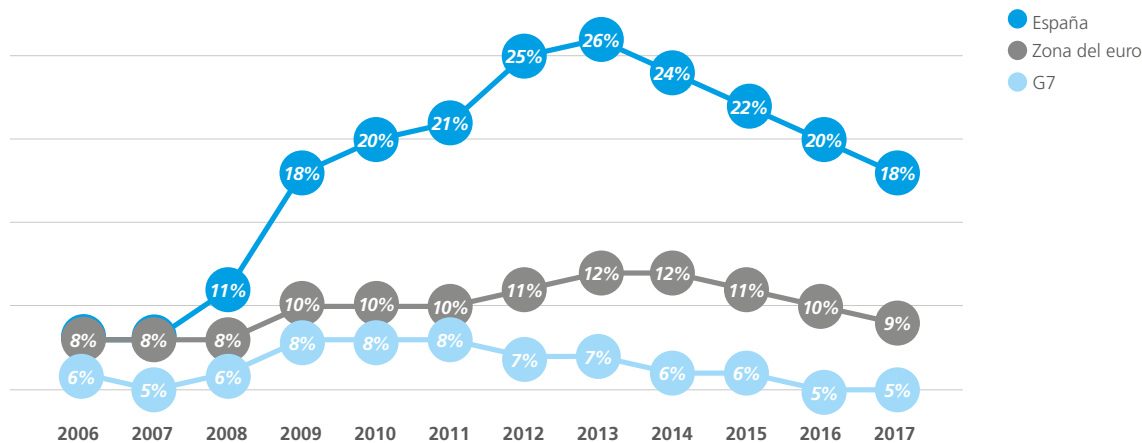
Gráfico 5.9**Crecimiento en el PIB (cambio de % anual)**

Fuente: © Arts Economics (2017) con datos del FMI

Sin embargo, a pesar de estos cambios positivos y del giro hacia el crecimiento, la economía sigue viéndose afectada por varios problemas graves. El crecimiento del PIB ha sobrepasado a otros Estados miembros los últimos tres años, pero de algún modo ello refleja hasta qué punto se hundió. Además, se espera que el crecimiento se ralentice de algún modo durante los próximos años, e incluso los niveles de 2016 seguían estando notablemente por debajo de los niveles previos a la recesión. Algunos de los fundamentos económicos clave del país —como el desempleo, la productividad y la deuda pública— todavía suponen un gran freno para el crecimiento y dejan la economía en un estado muy vulnerable frente a otro choque externo.

Un problema clave que todavía presenta la economía, tal como ya se ha indicado, es un nivel muy elevado de desempleo que, aunque se encuentra en su nivel más bajo desde 2009, sigue superando el 18% (frente al 8% de 2006). La deuda pública también permaneció al 99% del PIB de España en 2016, un descenso de solo un 1% desde 2014, cuando superaba el 100%, pero por encima del 39% de 2006.

Gráfico 5.10
Crecimiento del desempleo



Fuente: © Arts Economics (2017) con datos del FMI

Esta dinámica de la economía afecta tanto a los niveles como a la distribución de la riqueza, así como al sentimiento de los españoles y, a su vez, a sus planes de compraventa en el mercado del arte y otras industrias. Aunque algunos indicadores económicos han mejorado, los efectos sobre la riqueza y cómo afectarán estos cambios al mercado del arte son cuestiones que no están tan claras. La riqueza global en España ha aumentado un 7% entre 2006 y 2016; sin embargo, la riqueza por adulto ha disminuido un 1% (frente a un aumento en Europa y en todo el mundo en el mismo periodo del 28% y el 21%, respectivamente).⁹

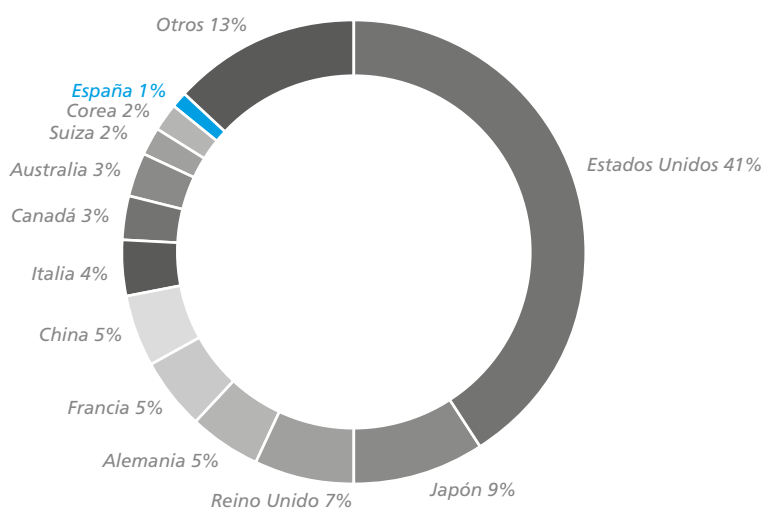
Las ventas y los precios de la zona alta del mercado del arte se deben en gran parte a la participación en el mercado de coleccionistas de rentas altas y con un elevado patrimonio. Aunque suponen solo poco más del 1% de la población, España tiene un número importante de millonarios, con una cifra estimada de 386.000 en 2016, siendo la 12.ª mayor región a nivel mundial en términos de población de millonarios, que incluye como mínimo 21 multimillonarios. El país también tiene una parte importante de la población con riqueza por encima de los 100.000 \$, que suponen el 26% del total de adultos en España en 2016. Sin embargo, a pesar de la mejora económica, el número de millonarios en España descendió significativamente de 2014 a 2016 (de una cifra estimada de 465.000 en 2014 y 25 multimillonarios). Aquellos con riqueza por encima de los 100.000 \$ también descendieron un 16% y su cuota dentro de la población se redujo seis puntos porcentuales (del 32% en 2014).

9. Los datos sobre la riqueza proceden de los *Global Wealth Databooks (Manuales de datos sobre la riqueza mundial)* de Credit Suisse (varios años), que miden la riqueza mundial en dólares americanos, y las variaciones interanuales se presentan mediante tipos de cambio constantes. Hay que tener en cuenta que, si este descenso de la riqueza por adulto se calculara en dólares americanos mediante tipos de cambio actuales, sería superior al 16% en España. La riqueza global calculada en los tipos de cambio actuales también cayó aproximadamente un 10%, puesto que las fluctuaciones de las divisas contra el dólar tienen un efecto negativo en el cálculo.

Estas dinámicas acompañaron a un año complicado e incierto a nivel político en España, lo que significó que los compradores españoles en el mercado del arte actuaron con cautela y la recuperación del mercado, aunque fue positiva, resultó relativamente leve, frágil y muy dependiente de la demanda externa.

Gráfico 5.11

Cuota de la población de millonarios del mundo en 2016



Fuente: © Arts Economics (2017) con datos de Credit Suisse

El comercio del arte, como muchos otros, es cíclico y las ventas reciben la influencia de los eventos políticos y económicos externos, y de sus efectos en las percepciones y el comportamiento de los compradores y los vendedores. Estos factores subyacentes afectan al sentimiento del consumidor y el inversor que, a su vez, se filtra en el rendimiento de las ventas en el mercado del arte. Parece que 2017 será un año estimulante para la economía española, que seguirá encargándose de problemas graves en su mercado laboral, deuda y contexto fiscal, a la vez que intentará mantener la estabilidad económica a la vista de los posibles cambios políticos y en infraestructuras físicas en Europa. Las modificaciones regulatorias y fiscales que pueden surgir de algunos de los grandes cambios en el panorama político global en Europa en 2016 afectarán al mercado español y a las opciones abiertas tanto a los compradores como a los vendedores de arte en el futuro. Sin embargo, algunos de estos cambios, como el impacto de la salida del Reino Unido (el principal mercado de Europa) de la UE y sus posibles consecuencias para España solo se harán evidentes tras periodos de tiempo más extensos.

En general, el mercado español del arte ha experimentado un rendimiento prometedor durante los últimos tres años. Las ventas vieron una recuperación moderada pero positiva en el periodo entre 2014 y 2016, con valores totales que subían casi un 20% durante el periodo. Este rendimiento positivo fue todavía más notable, puesto que se situaba en el contexto de un mercado global en descenso durante este periodo. Sin embargo, a pesar de estas mejoras, el mercado no llegó a alcanzar el nivel de ventas logrado en los años previos a la recesión y, si se calcula en un intervalo de diez años, ha descendido casi un 30% (en términos de dólares americanos) frente a un avance en ventas mundial del 4%. Este descenso de las ventas fue evidente en va-

rios mercados de la UE, con una disminución general de las ventas en la zona del 21% en 10 años; una vez más, a España le fue algo mejor que a otros mercados, entre los que se incluyen Alemania, Italia y Bélgica.

Aunque las cifras totales aumentaron, la evidencia anecdótica y los estudios también muestran que el rendimiento de las empresas individuales en el comercio de arte en España los últimos dos años fue ambivalente, y muchos profesionales destacaron que se está desarrollando una división clara entre segmentos de valor del mercado. Al igual que sucede en el mercado global, algunos de los mejores rendimientos y las ventas más fáciles en los últimos años se han dado en la parte alta del mercado. En el sector dominante de las galerías, aquellos con ventas superiores a los 500.000 \$ anuales tuvieron avances mucho mejores que los que tuvieron una facturación inferior a este nivel.

Mientras que en el análisis de los capítulos anteriores se muestra claramente el dominio del arte contemporáneo en el mercado español actual, España no tiene una larga tradición de coleccionismo en este sector, puesto que esta cultura no despegó de verdad hasta los años 80. Muchos galeristas consideraban que uno de los problemas clave del mercado que limitaba una recuperación más robusta era una falta continuada de una cultura fuerte de coleccionismo en los segmentos de riqueza media a media alta, que ha empeorado debido a la mala situación financiera de los últimos años, lo que dificulta todavía más la venta de obras de precio reducido o medio, que conforman el grueso del *stock* de muchas empresas. Para diferenciar sus negocios y seguir siendo solventes, algunos han pasado a las obras de alta calidad y mayor valor, pero indican que el grueso de la demanda de estas obras se encuentra fuera de España y en los mercados de exportación. Los galeristas consideran que ello ha dividido todavía más el mercado en un mercado local de bajo precio frente a un mercado internacional de lujo y de valor elevado; muchas de las nuevas generaciones de coleccionistas con un elevado patrimonio emergen en España y se concentran en el lujo.

Aunque algunos galeristas consideraban que la oferta es un problema subyacente de esta tendencia, muchos creían que los problemas principales recaían en una presentación, una comunicación y un *marketing* de sus negocios inferior en comparación con algunas de las instituciones homólogas internacionales. Otros afirmaron que muchos de los coleccionistas regulares españoles, incluso de los niveles más elevados, todavía no adquieren en el mercado nacional de forma activa en comparación con una década atrás y que la mejoría en el total del rendimiento se debía a una sustitución de las ventas a los coleccionistas extranjeros (en el exterior y con base en España) más que a una recuperación total de la escena del coleccionismo español.

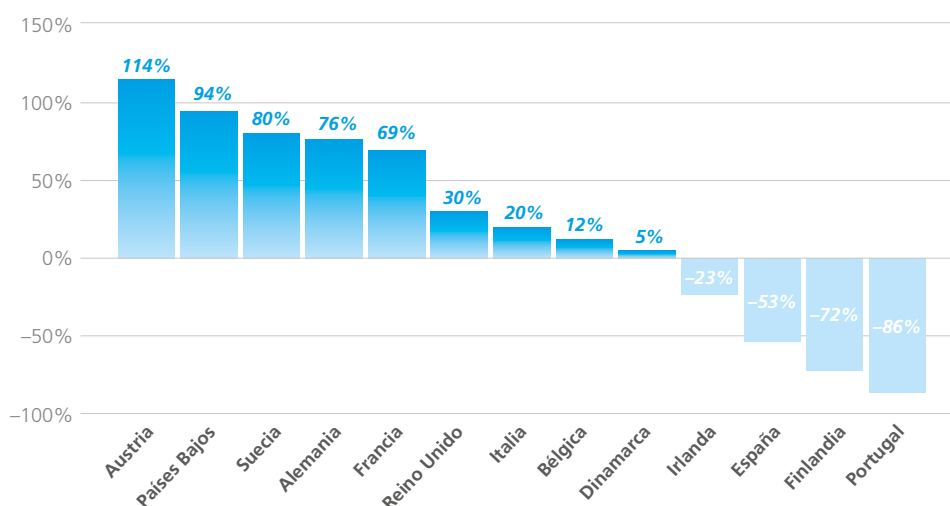
Muchos galeristas creían que las ventas y los precios tan reducidos en el sector de las subastas también habían resultado perjudiciales para el mercado medio en España, y que ello daba como resultado un contexto en el que los compradores eran reticentes a adquirir a la luz de lo que observaban: precios públicos bajos o en descenso, así como una reducción de remesas del comercio y otros a las casas de subastas debido a los niveles de precios reducidos.

Una de las claves del éxito de los principales centros de mercado del arte globales ha sido facilitar un comercio internacional positivo. Las importaciones a España mejoraron de forma constante de 2012 a 2016, con la ayuda de un descenso en el IVA de las importaciones. Sin embargo, las importaciones de arte siguen estando a menos de la mitad de su nivel en 2007, con una restricción notable de la demanda por parte de los coleccionistas españoles, tanto privados

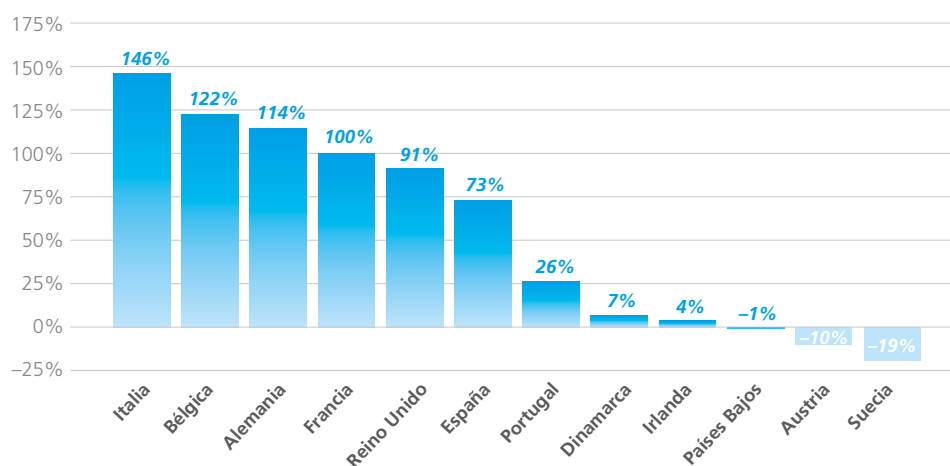
como públicos, como consecuencia de la crisis financiera global. En 2006, España era el cuarto mayor importador de arte en la UE, con un nivel de importaciones que superaba los 170 millones de euros, aproximadamente la mitad de las de Francia. Sin embargo, en 2016 había caído al noveno lugar en las clasificaciones europeas, importando aproximadamente la mitad del valor de obras de arte de países como Austria o los Países Bajos, y menos del 15% de Francia (y el 3% del Reino Unido). España también se encontraba entre la minoría de Estados miembros que vieron disminuir su nivel de importaciones de arte entre 2006 y 2016, con valores que descendían un 53% durante este periodo.

A pesar de una cierta volatilidad, las exportaciones iban algo mejor, aumentando su valor a lo largo de 10 años y elevando su clasificación ligeramente del octavo mayor exportador en Europa en 2006 al séptimo en 2016. En este periodo, los valores de exportaciones avanzaron un 73%, por lo que superaron significativamente a mercados de arte de un tamaño similar. Los cuadros y las esculturas suponen cerca del 90% de las obras exportadas de España en 2016, pero los datos comerciales no permiten realizar un análisis más profundo a nivel sectorial. A pesar de ello, es muy probable que el grueso de estas exportaciones esté en el sector contemporáneo, puesto que muchas galerías de arte contemporáneo presentan ventas internacionales activas a través de ferias y otros canales internacionales, y este sigue siendo uno de los canales de negocio más optimistas para muchas empresas del sector.

Sin embargo, para aquellos en los sectores más antiguos del mercado, la situación regulatoria en España en relación con las exportaciones sigue siendo complicada. El sistema restrictivo de autorización de exportaciones de arte en España y la adición de los impuestos de exportación pone el mercado español en una marcada situación de desventaja competitiva comparado con otros mercados similares en Europa y en otros lugares. Como sucede con todas las regulaciones en Europa que suponen retos concretos, muchas ventas se desvían hacia el Reino Unido, puesto que es el punto de importación y salida con los impuestos más bajos. Con el *brexít*, es posible que estas oportunidades se reduzcan y lo releven otros centros en Europa. Otra posibilidad es que el mercado español pase a ser más nacional en estos sectores y, de ser así, probablemente perdería un valor considerable.

Gráfico 5.12**Variación en el valor de las importaciones de arte de 2006 a 2016**

Fuente: © Arts Economics (2017) con datos de Eurostat

Gráfico 5.13**Variación en el valor de las exportaciones de arte de 2006 a 2016**

Fuente: © Arts Economics (2017) con datos de Eurostat

A pesar de las subidas y bajadas de ventas y comercio durante los últimos años, uno de los claros éxitos del mercado español es que ha mantenido un crecimiento estable y generalmente positivo en puestos de trabajo y en gastos secundarios. El mercado no solo ha seguido siendo una fuente importante de empleos, capacidades e ingresos, sino que también ha añadido un valor significativo a través de muchos enlaces indirectos y una gran repercusión en la economía española.

Aunque el nivel de ocupación en el sector es relativamente bajo en comparación con otras industrias mayores en España, existe un nivel muy elevado de intensidad de conocimientos. El sector también presenta un equilibrio favorable hacia la ocupación femenina, una característica positiva en el contexto económico actual, dado que las mujeres han experimentado unas tasas de desempleo más elevadas que los hombres en España (con un margen de más del 3% más de desempleo en 2016). La ocupación juvenil también es un tema de preocupación importante en España, con niveles de desempleo en la horquilla de edad entre los 15 y los 39 años sustancialmente superiores a los de otros grupos de edad.¹⁰ La elevada proporción de gente joven que trabaja en el mercado del arte, en empleos de alta calidad y con alto nivel de conocimientos es, por consiguiente, una contribución muy importante de este sector.

En otras palabras, a pesar de su tamaño reducido, el mercado del arte se codea con los grandes en cuanto a su impacto económico. A pesar de ello, muchos actores del comercio del arte creen que el Gobierno sigue ignorando el mercado en gran medida al no dar prioridad a las artes en general y por el hecho de que los esfuerzos realizados en cuanto a soporte suelen dirigirse al sector de los museos. La importancia del sector del mercado primario en España queda clara en este análisis, puesto que conlleva más del 60% de las ventas del mercado y por el grueso de la ocupación; pero, a pesar de su importancia en la promoción de los artistas españoles y en el mantenimiento de la herencia cultural del futuro de España, muchos creen que es uno de los sectores del mercado menos respaldados y comprendidos por parte del Estado.

10. Los datos de la *European Labour Force Survey* (*Encuesta europea de población activa*) indican que, en 2016 el nivel de desempleo en la horquilla de edad entre los 15 y los 39 años era del 24% (frente a la media europea del 11%), mientras que entre los 40 y los 64 años era del 17%; por encima de los 65 años, de solo el 5%.

APÉNDICE: FUENTES DE DATOS

La información presentada en este informe sobre el mercado español del arte proviene de fuentes primarias y secundarias. **Arts Economics** recopiló y analizó directamente todos los datos obtenidos a través de galerías, casas de subastas, coleccionistas de arte y antigüedades, bases de datos de precios de piezas de arte, bases de datos económicas y financieras, expertos del sector y otros actores involucrados en el comercio del arte y sus servicios complementarios.

Como se señala en el texto, todos los datos globales sobre el mercado del arte utilizados en este informe para efectuar comparaciones provienen de las fuentes siguientes:

Arts Economics (2017), The Art Market 2017: An Art Basel and UBS Report

Este informe está disponible en www.artbasel.com/theartmarket.

Algunas de las fuentes principales de datos se enumeran en este apéndice. Esta no es una lista completa de las fuentes utilizadas y en ella no se facilita una explicación detallada de los enfoques metodológicos adoptados. Cualquier consulta sobre datos o metodología puede ser dirigida a: Dra. Clare McAndrew, clare@artseconomics.com.

I. DATOS SOBRE SUBASTAS

Los datos sobre subastas utilizados en el presente informe provienen de tres fuentes principales:

a. Casas de subastas

Arts Economics recopiló datos sobre artes plásticas y decorativas, así como sobre antigüedades, usando directamente los resultados publicados por las casas de subastas en España. Algunas casas de subastas publican los resultados completos de cada una de las subastas, mientras que otras solo publican resultados parciales o no publican ninguno.

b. Encuesta a casas de subastas

Se distribuyó una encuesta *on-line* a las 45 mejores casas de subastas de España en 2016 y se obtuvo una tasa de respuesta de más del 30% (considerando las encuestas completas). Además, se realizaron entrevistas a expertos de algunas de las mayores casas de subastas de España para complementar estos resultados.

c. Collectrium

Los datos de subastas de bellas artes han sido suministrados principalmente por Collectrium (www.collectrium.com), cuya base de datos abarca 5.600 casas de subastas, con resultados uniformes sobre subastas, recopilados anualmente en 1.300 empresas de 53 países. La base de datos recopila resultados de las principales ventas en casas de subastas de primer y segundo nivel de todo el mundo, y no restringe la inclusión por precio final o valor estimado, con lo cual ofrece información sobre la gama completa de precios y ventas. A parte de su base de datos sobre precios de subastas, Collectrium también es una plataforma de gestión de colecciones de bellas artes y piezas de coleccionista de lujo, como automóviles, relojes, joyería y vino.

II. DATOS SOBRE GALERÍAS

Para recopilar datos sobre el sector de las galerías, *Arts Economics* realizó una encuesta anónima *on-line* a aproximadamente 650 galerías en España. La tasa de respuesta a la encuesta fue del 29%, porcentaje que representa un aumento del 11% en comparación con el de la encuesta efectuada en 2013.

La encuesta se completó con entrevistas realizadas a galeristas de España de distintos sectores para obtener información exhaustiva importante sobre el mercado del arte, y se llevó a cabo durante los cinco primeros meses de 2017.

II. DATOS SOBRE EXPOSICIONES

Artfacts.net

Los datos sobre las exposiciones fueron facilitados por Artfacts.net. La base de datos de ArtFacts contiene más de 37 millones de entradas de datos que abarcan exposiciones de 192 países, con información relativa a 750.000 exposiciones y más de 30.000 galerías, museos y ferias de arte que proporcionan un registro acreditado del historial de las exposiciones.

ArtFacts hace el seguimiento de más de 500.000 artistas contemporáneos y les proporciona a cada uno una clasificación calculada de forma algorítmica, derivada de un conjunto de criterios cuantificados tales como la representación de la galería, las instituciones coleccionistas, el tipo de institución y el alcance internacional. Para el proceso de clasificación se utilizan criterios que otorgan mayor peso a algunas exposiciones que a otras, basándose en subconjuntos de metadatos. Este proceso, por ejemplo, garantiza que, aunque el número de exposiciones que haga un artista siempre influirá en su clasificación, solo podrá hacerlo en proporción al conjunto ponderado de la totalidad de datos y su contexto relativo dentro del esquema de clasificación de ArtFacts. Esto significa que un artista podría tener 100 muestras, cada una de las cuales contaría 1 punto, o una sola muestra que contara 100 puntos, para lograr una clasificación similar que cambia solo en un 1% más o menos. De esta manera, la clasificación de ArtFacts representa tanto la *calidad* como la *influencia* de un artista.

III. DATOS COMERCIALES

Los datos sobre exportaciones e importaciones fueron recopilados a partir de la base de datos de Eurostat sobre comercio internacional. La base de datos registra el comercio bajo el epígrafe «comercio especial», ya que es la práctica aceptada en la mayoría de las bases de datos de comercio internacional. Con este sistema, las importaciones incluyen todas las mercancías que entran en España, lo que significa que no tienen impuestos de aduana para el uso nacional; y las exportaciones incluyen todas las mercancías que salen de la zona de libre circulación del país recaudador. Sin embargo, en virtud de la definición estricta, no se registran las mercancías importadas para su procesamiento interior (y reexportación) y las mercancías que entran o salen de un depósito aduanero o de otra zona franca, puesto que no se les habría retirado el impuesto de aduana para su uso nacional. Si bien este es el sistema más preciso para comparar los valores de las importaciones y las exportaciones entre naciones, se subestima la cantidad de arte que se desplaza alrededor del mundo.

Las estadísticas de «comercio general», por otro lado, incluyen todas aquellas mercancías que entran o salen de España, tales como las mercancías importadas en una zona franca o depósito aduanero, independientemente de que estén destinadas para su uso nacional o para la reexportación.

Estos datos incluirían las importaciones y exportaciones temporales para la venta, los movimientos de obras de arte en el país y fuera de él a ferias de arte y exposiciones, los préstamos y otras finalidades. La Junta de Calificación, Valoración y Exportación de Bienes del Patrimonio Histórico Español estima que se exportaron cerca de 4.000 millones de euros en obras de arte en 2016, incluidos todos los movimientos internacionales de arte fuera de España. Esta cifra afecta a 19.641 obras de arte. Sin embargo, el 80% del valor de estas obras exportadas representaron las exportaciones temporales a instituciones extranjeras para exposiciones o en préstamo (que serían devueltas a España). El valor de las obras exportadas disminuyó ligeramente en 2015, a pesar de que se detectó un aumento significativo en el número de obras exportadas. Aunque el valor de estas obras supuso casi el 46% en 2013, disminuyó durante tres años consecutivos. A continuación, se ofrece un resumen del valor de las obras exportadas incluyendo estos movimientos temporales:

Tabla A1.
Valor y número de obras exportadas desde España (por venta o exposición) 2012-2016

Año	Valor (€)	Número de obras
2012	3.373,8 €	16.209
2013	2.739,1 €	14.277
2014	4.501,7 €	14.017
2015	4.264,8 €	17.043
2016	3.998,9 €	19.641

Fuente: © Arts Economics (2017) con datos de la Junta de Calificación, Valoración y Exportación de Bienes del Patrimonio Histórico Español

V. FUENTES SECUNDARIAS

En el informe se utilizan fuentes secundarias (que se citan de forma pertinente). Algunas de las principales fuentes utilizadas para los datos del informe son:

- Marta Pérez Ibáñez e Isidro López-Aparicio, *La actividad económica de los/las artistas en España (2016)*. Para obtener más información, consulte *Ecosistema del Arte*, <https://www.ecosistemadelarte.com>
- *The IMF World Economic Outlook (Perspectivas de la economía mundial del FMI) (base de datos)*
- *Credit Suisse Global Wealth Databooks (Manual de datos sobre la riqueza mundial de Credit Suisse) (varios años)*
- *Eurostat Labour Force Survey (Encuesta de población activa de Eurostat)*
- Bases de datos estadísticos del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte

Avda. Diagonal, 621
08028 Barcelona



Fundación Bancaria "la Caixa"