

EL MERCADO DEL ARTE EN TIEMPOS DE CRISIS

Ana Vico Belmonte
Universidad Rey Juan Carlos

RESUMEN:

Tras un periodo de inestabilidades económicas y socio-políticas, los buenos resultados habían retornado al mercado del arte. Las cifras resultantes en los mercados de subastas volvían a acaparar portadas y titulares de los medios de comunicación. De hecho, volvía a citarse como un entorno favorable de inversión, con un crecimiento paulatino pero consolidado. Y, sin embargo, la crisis sanitaria por COVID-19 ha golpeado al mercado en un momento de apogeo. Esta situación obligará a los profesionales a adaptarse a las nuevas circunstancias y formas de contactar con los coleccionistas. A lo largo de este artículo, reflexionaremos sobre los efectos de las sucesivas crisis en este mercado y su adaptación a las circunstancias para proponerse como una alternativa atractiva para los nuevos compradores y agentes de los mercados.

ABSTRACT:

Recent data attests to an extraordinary level of enthusiasm for historical masterpieces sales in the art market after an uncertain period due the economic and socio-political crisis. The prices realized in the auction markets once again grabbed media covers and headlines. In fact, fine arts were testifying as a favorable investment in order of its gradual and consolidated sales raises and gains. Nevertheless, the health crisis of 2020 caused by COVID-19 has hit the market again during the upswing of a favorable period. It will coerce to the dealers and others professionals of the art market to establish new channels to contact with collectors. Through this article, we will reflect on the effects of the successive crises in this art market and its adaptations to the new circumstances to propose as an attractive alternative for new buyers and market agents.

PALABRAS CLAVE: *Mercado del arte, crisis, Covid-19, internet, millennials.*

KEYWORDS: *Art market, crisis, Covid-19, internet, millennials.*

1.- EL MERCADO DEL ARTE DENTRO Y FUERA DE NUESTRAS FRONTERAS

Durante la década de los setenta del siglo XX, la venta de obras de arte y bienes de colección se generalizó en la misma proporción en la que la sociedad veía incrementadas las vías de acceso a la cultura, lo que generó un fenómeno conocido como “democratización de la cultura”. Desde entonces, el coleccionismo priva-

do de bienes artísticos y de colección se reveló, no solo como una forma de potenciar la cultura y proteger el patrimonio histórico, sino también como una actividad empresarial con la que se construía un canal de creación de prestigio que evolucionó, a su vez, en una importante alternativa de inversión para empresas y coleccionistas inversores.

La mayor y mejor formación de la sociedad, en general, así como el crecien-

to del poder adquisitivo y la capacidad de viajar e interactuar con otras culturas, dio lugar a una enorme diversidad de actividades económicas relacionadas con la Cultura, desarrollando lo que actualmente se conoce como la Economía de la Cultura, y que está constituida por diversos sectores económicos que conforman las Industrias Culturales y Creativas y que, de forma transversal, también se extienden hacia otros ámbitos como el turismo, la educación e, incluso, las finanzas. El aumento de la oferta expositiva de los museos, programas de desarrollo cultural y las actividades de marketing social, fomentaron la proliferación de actividades de mecenazgo, responsabilidad social corporativa y otras fórmulas que fueron enriqueciendo las ofertas de ocio y educativas al tiempo que incrementaron el interés por los bienes artísticos y de colección. De este modo, ante un panorama económico y social enriquecido y, a la vez, más favorecedor, el crecimiento y la difusión del mercado del arte se vio muy favorecido. Pues, es dentro de este entramado económico, donde hemos de enclavar en la actualidad el mercado del arte, un sector tradicional, con una oferta muy estable en cuanto a volumen de precios y ventas.

Este mercado comprende a su vez diversos subsectores de gran arraigo y antigüedad en la sociedad como puede apreciarse en el gráfico 1 situado en el anexo. Dentro de él encontramos un variado crisol de gremios como anticuarios, galeristas, marchantes, subastadores etc., que confluyen en un mismo entorno, ofertando bienes de similar naturaleza, pero que, al mismo tiempo, presentan importantes diferencias en precios, perfiles de demanda e, incluso, entornos de venta. Las pie-

zas que actualmente encontramos insertas en su oferta como bienes artísticos y de colección, tanto en las subastas, ferias, galerías y demás negocios del sector, son, por lo general, obras que proceden de colecciones anteriores. Podría decirse que el *grasso* superior de piezas que lo componen, estaría formado por piezas de calidad media-alta, de escasa rareza y con un interés comercial amplio. En ocasiones excepcionales encontramos piezas únicas, inéditas o de extrema rareza, que suelen ser adquiridas por grandes museos o instituciones y que, por tanto, ya quedan excluidas de nuevas apariciones en el circuito del mercado.

En contraste, las obras de calidad menor apenas presentan opciones en el mercado, pues los coleccionistas no suelen demandar piezas poco atractivas o en mal estado de conservación, incluso si la pieza ya ha sido tratada o restaurada y la degradación se ha neutralizado. Sólo aquellas que presentan alguna característica particular relacionada con su rareza o con alguna anécdota histórica pueden resultar comercialmente interesantes. Pero la pauta natural es que apenas existe mercado para las piezas de mínima calidad, por muy bajo que sea su precio¹.

Cuando a finales de los setenta se produjo el primer boom de ventas, el sector de los muebles antiguos y las artes decorativas se posicionaron como los grandes protagonistas del mercado. Posteriormente, en la década de los ochenta fue la pin-

¹ ASHENFELTER, O., GRADDY, K. "Anatomy of the rise and fall of a price-fixing conspiracy: Auctions at Sotheby's and Christie's". *Journal of Competition Law and Economics* 1(1), pp.: 3-20. Oxford, 2005; BURTON, B.J., & JACOBSEN, J.P. "Measuring returns on investment in collectibles". *The Journal of Economic Perspectives*, 13 (4), pp.: 193-212. 1999.

tura impresionista la que tomó el relevo y, desde finales de los noventa hasta la aparición de la gran recesión económica de 2008, fue cuando la obra contemporánea vivió su mayor esplendor, aún tras la desconfianza que había generado el mercado de arte actual durante la crisis del petróleo de 1993.

Son muchas las transformaciones sufridas en este medio siglo que han permitido al mercado adaptarse a las necesidades y exigencias de los coleccionistas a través de modas, avances tecnológicos y crisis de diversas naturalezas. Últimamente, la incertidumbre económica global, había dirigido las tendencias de compra hacia los bienes más antiguos de cada sector, ya que parecen representar un campo más seguro para la inversión al tratarse de objetos ya consolidados en el mercado, en cuanto a precio y demanda. Sin embargo, no hemos de olvidar que las obras de arte no son acciones de bolsa y nunca se comportarán como tales, por lo que su revalorización no es siempre una constante y, desde luego, no pueden ser consideradas como objetos de inversión.

El mercado ha ido evolucionando desde épocas remotas hasta la actualidad², adaptándose a las tendencias coleccionistas y a las legislaciones que sobre él se promulgaban en los distintos países. Aho-

² VICO, A. "Del mercado de antigüedades arqueológicas a la creación de los museos arqueológicos". *Boletín de la Asociación de Amigos de la Arqueología*, nº 49-50. Madrid, 2019; FUENTE, P. de la y VICO, A. "Coleccionismo y mercado de arte en los siglos XIX y XX: el desconocido caso de la familia Harris". *Coleccionismo, mecenazgo y mercado artístico en España e Iberoamérica*, Sevilla, 2017. Y, en esta misma publicación, CASADO, D. "El coleccionismo desde la Prehistoria hasta el siglo XVI: entre la motivación religiosa, el deleite artístico, los códigos de exhibición y el negocio".

ra bien, si las colecciones y sus filosofías de creación han cambiado, también lo han hecho los bienes a coleccionar. En algunos casos favorecidos por las legislaciones imperantes y, en otros, por las modas creadas a merced de las demandas coleccionistas, lo cierto es que dentro del mercado actual encontramos gran variedad de piezas a coleccionar.

Profundizando en el mercado español, encontramos que los precios han sido tradicionalmente más bajos que en sus paralelos del mercado internacional, ya que la legislación española, de marcada tendencia proteccionista, no ha favorecido la participación de clientes extranjeros en él, reduciendo así la demanda coleccionista y, por ende, los precios siempre han sido inferiores. A ello se añade que el coleccionismo español no representa un perfil coleccionista de grandes adquisiciones y dispensas, como ocurre en los mercados británico o el estadounidense, por lo que las piezas ofertadas dentro de nuestras fronteras no siempre han alcanzado extraordinaria rareza y calidad, manteniendo unos parámetros de precios más reducidos. En una revisión de los objetos que se ofertan en las ferias de arte y en los catálogos de subastas, encontraríamos una mayor proporción de obras pictóricas y antigüedades clásicas, prueba de ello sería la reducción de ventas de mobiliario antiguo registrada en España en los últimos años frente al aumento de las artes plásticas.

Como consecuencia de esta situación, los propietarios de grandes obras se han inclinado por conseguir los permisos de exportación y venderlas en plazas internacionales, con mayor confluencia de demanda y logrando así mayor rentabilidad en sus ventas. Esto ha sido así hasta

que la llegada de las nuevas tecnologías ha permitido realizar una oferta con mayor difusión gracias a las posibilidades generadas por las ventas *on-line* en subasta o a través del *e-commerce*. Para algunos sectores del mercado del arte español, esta posibilidad ha supuesto un importante revulsivo, pues la posibilidad de poder acceder a los coleccionistas de los mercados internacionales, ha dado un nuevo cariz a la oferta, con piezas de altas calidades, similares a las que encontraríamos en venta en subastas internacionales, siendo la propia demanda, ahora más voluminosa, la causante del incremento de precios. Aunque el mercado español del arte no se caracteriza por su amplia adaptación de los avances tecnológicos, sí muestra desde su incorporación a sus nuevas fórmulas de venta, datos que revelan las oportunidades que el *e-commerce* genera, como es el importante incremento en el número de exportaciones en determinados sectores, como la numismática que, con anterioridad, registraba una tercera parte de ellas y que actualmente lidera el número de peticiones solicitadas al Ministerio de Cultura tal y como demuestran los datos publicados desde esta Administración y que reflejamos en los gráficos 2 y 3 situados en el anexo. Pero, no debemos dejarnos engañar por los datos en cuanto a precios. La numismática ocupa un puesto muy inferior al de la pintura o el arte contemporáneo actual, el cual ha vivido una etapa de gran expansión, con un volumen extraordinario de ventas realizadas, aunque no se superaron los precios alcanzados en la venta de obras de grandes maestros o el arte moderno (obras realizadas entre 1860 y 1920).

El análisis de este nuevo panorama, muestra cómo algunos sectores del mercado español como el de la bibliofilia o la numismática, se han afianzado en su globalización con la introducción de estas nuevas tecnologías en los canales de venta, dando una proyección más internacional a su oferta y propiciando que la inferencia en los mercados locales de la situación económica nacional sea menor, pues ante la baja intención de compra de los coleccionistas españoles, esta nueva vía de venta ha suplido el vacío con la introducción de pujas y compras de coleccionistas internacionales³. De hecho, la primera consecuencia de esta nueva situación fue la mayor heterogeneidad de la demanda, pues gracias a las webs y subastas *on-line* el acceso es más generalizado e internacional lo cual ha dado lugar a una segunda consecuencia fundamental: un arbitraje de precios. Es decir, actualmente los precios de los mercados españoles se han visto equiparados con los de los mercados internacionales. Así es cómo, durante un entorno de recesión económica, los precios crecieron y el mercado español ha dejado de estar aislado de las corrientes externas.

Estos buenos resultados en las ventas de bienes artísticos y de colección ayudó a diseminar la falsa idea de su buen funcionamiento como producto de inversión y la creación del concepto denominado como *Passion Investments* (arte, vino, coches, pero también la madera o los bonsáis), para referirse a un tipo de inversiones que, a diferencia de la adquisición de metales preciosos u oro de Bolsa, repor-

³ VICO, A. "El mercado numismático español en la actualidad". *Cuadernos de Investigación Histórica*, 32. Pp.: 179-196. Madrid, 2015.

tan no sólo una rentabilidad económica, sino también personal⁴. Según un informe de *Merryll Lynch y CapGemini* de 2012, en 2010 (último ejercicio del que se disponen datos) todas las modalidades de *Passion Investments* aumentaron sus resultados, llegando a representar hasta un 15% en las carteras de inversión de 2010, frente al 12% que tenían en 2009⁵. De entre todos estos objetos, son los coleccionables de lujo con un 29% los más demandados, tal y como puede apreciarse en el gráfico 4 del anexo.

Pero, no solamente la incorporación de nuevas tecnologías ha provocado las recientes transformaciones del mercado del arte. Uno de los grandes puntos de inflexión y cambios fue la crisis económica internacional de 2008, la cual llegó a modificar incluso los intereses coleccionistas hacia compras más seguras demandando artistas más consolidados en el mercado y abandonando las tendencias especuladoras tan características en el sector del arte contemporáneo. Así es cómo las obras de arte de alta calidad se convirtieron en las únicas interesantes para la inversión.

Así mismo, la globalización e internacionalización de los mercados y la economía ha fomentado la apertura a un comercio internacional más global en el que los sectores se unen en asociaciones y

gremios internacionales que, a su vez, se congregan en foros y ferias. Cada vez son más los países que participan en ferias internacionales y los gremios que cuentan con sus propios certámenes multisectoriales o especializados, en detrimento de los de menor importancia. Pero la feria también acarrea importantes gastos para los expositores. De hecho, en periodos de inestabilidad económica como el actual, la participación en las ferias se ve muy mermada ante la imposibilidad por parte de los expositores de hacer frente a los costes de participación⁶.

La incorporación durante la crisis de 2008 de los coleccionistas procedentes de los denominados como países BRIC (Brasil, Rusia, India, China y Emiratos Árabes Unidos)⁷, han dado lugar a un mercado muy diferente al que se vislumbraba en los albores del siglo XXI, llegando a posicionar a China en los primeros puestos del ranking internacional, relevando a los tradicionales ejes mercado del arte europeo a puestos inferiores durante los años de la crisis.

2.- CRISIS, FINANZAS Y ARTE

El estudio en retrospectiva del comportamiento del mercado del arte y los

⁴ VICO, A. "El mercado de antigüedades y bienes artísticos". *Manual de Inversiones Alternativas*. Pp: 109-142. Madrid, 2018

⁵ CAP GEMINI & MERRYLL LYNCH (2008). *World Wealth Report*. En: www.us.capgemini.com
MEI, J., MOSES, M. (2002). "Art as investment and the Underperformance of Master Piece", <http://www.meimosesfineartindex.org>
VRIESE, M. DE. "Globalization and the Price of Art; "Globalized" vs. "non Globalized" artists". *Colloque Sesame*, University of Rouen, (Francia), 2005.

⁶ CAP GEMINI & MERRYLL LYNCH. (2008). *World Wealth Report*. En: www.us.capgemini.com
MEI, J., MOSES, M. (2002). "Art as investment and the Underperformance of Master Piece", <http://www.meimosesfineartindex.org>

⁶ VRIESE, M. DE. "Globalization and the Price of Art; "Globalized" vs. "non Globalized" artists". *Colloque Sesame*, University of Rouen, (Francia), 2005.

⁷ VICO, A. LAGUNA, P. ROSENDO, V. "Nuevas perspectivas del mercado del arte tras la crisis y con la presencia de los países de economías emergentes". *Los mercados del mañana: bases para su análisis hoy*. Pp.: 144-156. Valencia, 2011.

bienes de colección en climas de inestabilidad económica, nos ofrece la veracidad de los productos de este mercado en situaciones extremas y nos permite comprobar si realmente actúan como valor refugio o si, por el contrario, sufren más en estas épocas por tratarse de bienes de lujo. Al mismo tiempo, el análisis pormenorizado de los sectores que componen este mercado, nos delata qué productos se comportan mejor en periodos tan delicados.

Entre los años 2000-2008, las economías menos desarrolladas, mostraron un mayor crecimiento de su PIB con un promedio de un 7% a excepción de China que lo aumentó hasta casi el 10%. Mientras, las economías más desarrolladas no superaron en su promedio el 2% de crecimiento. Los enormes beneficios económicos de los nuevos mercados artísticos llevaron al crecimiento de ingresos per cápita, así como del número de millonarios. Esto repercutió directamente en el consumo, especialmente en el de bienes de lujo, incluyendo los bienes artísticos y de colección. Esta nueva situación, dio lugar a un aumento de precios, sobre todo en el sector del arte contemporáneo, de estos nuevos países protagonistas. Las regiones con un mayor índice de crecimiento fueron India, China y los países del Próximo Oriente. Éstos últimos son los que presentaron el crecimiento más rápido en 2007 con un incremento del 17,5% respecto a 2006, lo que aproximadamente supuso unos \$700 billones. Mientras, el grupo de países conocido como BRIC presentaron el mayor crecimiento de población con grandes patrimonios con un 19,4% entre 2006 y 2007, así como un aumento en la acumulación de riqueza del 25,1%, generada en gran

parte, por las ingentes ganancias económicas y el próspero afianzamiento que presentaban los mercados de capitales. De hecho, tenemos registros que muestran cómo en 2007 el 22% de la población más próspera, económicamente hablando, de Europa y el 21% de la sudamericana, compró bienes artísticos o de colección, frente a un 11% de norteamericanos, un 10% de árabes y un 13% de asiáticos, entre los que aún predomina como bien predilecto para la inversión en objetos de lujo las joyas, gemas preciosas y relojes de alta gama.

Según analizaba en 2008 el *World Wealth Report*⁸, las ya anteriormente referidas *Passion Investments*, identificadas en las obras de arte, vehículos y barcos de lujo, vinos, viajes exóticos de alto standing, etc., debían ser diferenciadas del resto de bienes de consumo⁹. Sobre este mismo tema, la revista *Forbe's* presentó un ranking en 2008 de las inversiones en bienes de lujo¹⁰ en el que se exponía que, durante 2007, la inversión en bienes artísticos representó el 25,9% y los bienes de colección un 8,2% de todas las inversio-

⁸ CAP GEMINI & MERRYLL LYNCH. *World Wealth Report 2008*. En www.us.capgemini.com

⁹ Tanto los viajes, como cualquier elemento creado para el bienestar o salud, son productos de consumo que, si bien pueden resultar una inversión en la salud futura, no producen beneficios financieros, al igual que los vehículos y barcos de lujo, que requieren un costoso mantenimiento y su rentabilidad no siempre resulta factible. Sin embargo, los bienes artísticos y de colección mantienen una naturaleza dual con beneficios tanto estéticos como financieros. Prueba de ello, es que tanto fundaciones relacionadas con el arte como inversores profesionales en este tipo de bienes los adquieren, para sus instituciones como vehículos de inversión.

¹⁰ *Forbe's Cost Living Extremely Well Index (CLEWI)*. En: www.forbes.com/2007/09/18/cost-living-well-index_richlist_clewi.html

nes realizadas por los consumidores de bienes de lujo, frente a, por ejemplo, el 13,8% que realizaron en el sector de la joyería. En 2007, las ventas en subasta superaron las expectativas un 28% respecto a las previsiones anuales. Y, a lo largo de todo el año, los dos países entonces punteros, Estados Unidos y Gran Bretaña, dominaron el mercado en número de ventas y precios pagados, acaparando un 71% del total del mercado, aunque el primero, que ya empezaba a sentir la crisis financiera, sufrió una reducción de sus beneficios en un 5% del 46% que había presentado en el ejercicio anterior¹¹. La recuperación del dólar frente a la libra esterlina en la primera mitad del 2008 y, poco después, frente al euro, permitió a Estados Unidos mantener su posición de primacía en el mercado mientras China alcanzaba entonces el tercer puesto adelantando a Francia y Alemania.

Según los datos que publicaba *Art Economics*, el mercado del arte contemporáneo había evolucionado de forma diferente. Su crecimiento desde 2003 hasta finales de 2007 había sido de un 851%, frente al 311% del sector de las subastas de arte. Unos datos que demostraban la favorable y próspera situación del sector, pues sólo en Estados Unidos se localizaba un 543% de crecimiento en el ámbito de los artistas contemporáneos que, tras la introducción del mercado chino, progresó hasta 2008 el 11.000%. Unas cifras extraordinarias que aún se vieron aumentadas con la incursión en el mercado de

países como India, Rusia y Emiratos Árabes Unidos. Nuevos coleccionistas llegaron a un mercado que, fruto de la incipiente crisis económica, perdía clientes en Europa y Estados Unidos. Fue así como el mercado del arte pudo superar la mayor crisis económica conocida hasta entonces. Nos encontramos ante un sector con un público innovador de gran fidelidad a ese tipo de bienes y que, por tanto, apenas incurren en otras corrientes artísticas. Al mismo tiempo, nos encontramos ante bienes con menos restricciones legislativas que, al datarse en menos de 100 años de antigüedad, pueden comercializarse con mayor libertad en el mercado internacional, sin restricciones aduaneras¹², lo que genera un campo abonado para su proyección al alza.

Frente a todo ello, encontramos el mercado de obras antiguas, con más de 100 años y que presenta muchas peculiaridades al respecto. La primera de ellas seguramente sea que ya no podemos hablar de un único mercado, sino que se ha diversificado en varios mercados locales identificados y limitados por fronteras políticas en virtud de su legislación vigente y perfil cultural. Aunque eso sí, el arte contemporáneo es un producto que presenta más riesgo para la inversión que la obra antigua, que cuenta con unos precios más consolidados y regulares en el mercado global.

En realidad, se trata de bienes de diversa naturaleza por lo que cuentan con sectores diferenciados (antigüedades, numismática, bibliofilia, pintura actual

¹¹ Hay que señalar que estas pérdidas se deben también al menor valor del dólar frente al euro y la libra, pues desde enero de 2006 hasta diciembre de 2007 perdió un 20% de su valor respecto al euro y un 14% ante la libra, beneficiándose de ello británicos y europeos.

¹² VICO *et alii*. "Los mercados de la pintura dos mercados paralelos dentro y fuera de nuestras fronteras"; *Administrando en entornos inciertos*. ESIC. Sevilla, 2009.

etc.), poco homogéneos en su desarrollo y con diferencias de éxito según los intereses de sus propios coleccionistas. La diferenciación de estos sectores que componen el mercado del arte, está estructurada casi de forma universal, esto quiere decir que las denominaciones de los diferentes sectores que componen el mercado, son prácticamente genéricas en todos ellos. Estas divisiones se corresponden con los departamentos que conforman las grandes casas de subastas que, a su vez, dependen directamente de la demanda que genere ese mercado en el precio de las obras, el perfil de los coleccionistas, los medios de distribución utilizados en su venta o los lugares donde su comercialización resulta más rentable.

Las legislaciones son las que en realidad marcan las posibilidades de desarrollo y expansión de cada mercado y aquellas excesivamente restrictivas, como la española, han provocado que su mercado se convierta en burbujas casi herméticas en cuanto a la participación de coleccionistas extranjeros que, si bien es cierto ha tratado de abrirse y, de hecho, poco a poco parece llevar esta tendencia, no es un ejemplo de libre mercado como podrían ser otros países de la UE¹³, lo que

nos da un mercado más frágil a la hora de afrontar un periodo de inestabilidad económica, más aún tan sostenido como el de la crisis financiera internacional de 2008. A ello hemos de añadir que encontramos algunos sectores cuya evolución ya arrastraba una crisis propia. Es el caso del sector de los muebles antiguos, el cual desde inicios del siglo XXI ha ido perdiendo importancia en cuanto a ventas, lo que se justifica por una crisis del producto. Este hecho viene derivado del cambio de los gustos e intereses de los coleccionistas que, influidos por nuevas modas y tendencias minimalistas, han cambiado el mobiliario antiguo por diseños más simples y funcionales.

Dentro del mercado del arte, las artes plásticas, y en especial la pintura, siempre fueron el sector dominante en las subastas y galerías. Junto a él encontramos también hoy en día muchos proyectos, instalaciones, fotografías, etc., que tienen el interés del público, tal y como podemos apreciar en el gráfico 5 del anexo. Pero no todos los periodos pictóricos mantienen el mismo grado de demanda, en estos años se produjo una importante reducción en la venta de pintura antigua, en torno a un 15% aproximadamente, sin duda la que mayores cotizaciones alcanza, al tiempo que crece la oferta y compra de

¹³ En 2006 las ventas globales del mercado del arte habían alcanzado los precios más altos de su historia, con unos resultados de 43 billones de euros producidos por las ventas en casas de subastas (con un 48% de participación en las ventas) y comerciantes (52% de ventas realizadas en ese año). La Unión Europea ostentó en ese año un 44% del volumen global de ventas con una participación de 19,2 billones de euros, siendo Gran Bretaña con 11,6 billones de euros, quien lideró el mercado con un 60% de las transacciones realizadas dentro de la Unión Europea y un 27% de ellas a nivel mundial, frente al 46% de dominio de Estados Unidos con 20 billones de euros vendidos. Un año después, según informa *Trends 2007* de *Artprice*, el mercado del arte supuso

en ventas, tanto en subasta como directamente, más de 48,1 billones de euro. Lo que representa su mayor índice de venta, con un incremento en el valor del 11% respecto a los datos de 2006 y más del doble respecto a lo registrado en 2002 cuando la cifra se situaba en torno a los 22,2 billones de euros. Un dato en realidad pobre en ventas, pero que marcó con esta cifra el punto de inflexión respecto a los éxitos que estarían por llegar. De hecho, los siguientes cinco años, tuvieron los mejores registros de ventas de la Historia con un crecimiento anual en 2003 del 54% y un 67% en 2004.

obra del siglo XIX y XX más accesible y conocida para el público general. No podemos afirmar que estos cambios se debieron a un único condicionante, pero sí relacionan las dificultades económicas atravesadas como un detonante motivador relevante para el cambio en las intenciones de compra. Así mismo, la adquisición por parte de museos y administraciones de obras de mayor antigüedad provoca que la oferta del mercado no se regenere, pues no suelen ser puestas en venta de nuevo, con lo que las tendencias y estilos más recientes son los que paulatinamente toman más protagonismo al ser los ofertados. Así es como observamos un cambio en la oferta del mercado con nuevos perfiles de coleccionistas que se interesan por distintos tipos de obras a los tradicionalmente demandados; por ejemplo, la venta de pintura impresionista creció durante este periodo crisis económica en torno a un 11% y la de postguerra y contemporánea más del 40%¹⁴.

Los cambios en el mercado del arte empezaron a sucederse, resultando muy ilustrativo de la situación, el descenso de casi un 20%, que la cuota de mercado británica sufrió desde 2006 a 2009¹⁵, al tiempo que la cuota europea descendía aún a mayor velocidad. Aun así, casi el 60% de las ventas realizadas dentro de la Unión Europea se facturaron en el país británico, seguido en el ranking por Francia, con una cuota de mercado del 16%

que lo situaba a inicios de la crisis en el tercer puesto de ese ranking de ventas.

Todo ello llevó a una contracción del mercado superior a la prevista, que provocó que, durante el segundo semestre de 2009, el mercado global de las artes y las antigüedades bajara un 33% con respecto a sus valores de 2008, alcanzando un total de €28.300 millones. Esta caída representó una contracción del 41% respecto al punto álgido del mercado de 2007, una de las bajadas más importantes registradas desde la recesión de principios de la década de los noventa.

Sin embargo, las diferencias entre la crisis sufrida en el mercado del arte a inicios de los noventa y la actual radica en los motivos que originaron la pérdida de confianza. En la primera la crisis del petróleo provocó unas necesidades de capital que llevaron a la población a vender las obras de arte, en su mayoría de arte contemporáneo. La sobrecarga del mercado desencadenó una caída drástica de los precios, generando una desconfianza hacia el sector por parte de los coleccionistas. Actualmente, la coyuntura económica ha reducido el número de compras de obras menores, de baja calidad y/o artistas poco relevantes, pero al mismo tiempo se han incrementado las adquisiciones de las grandes obras de arte.

Debido a la recesión económica se produjo una retracción en los precios, pues si bien en crisis anteriores como la sufrida con la “crisis del petróleo” el mercado del arte se vio también afectado, en esta ocasión las consecuencias de la mala coyuntura económica fueron más crueles, pues en muchos sectores como el de las antigüedades durante un periodo prolongado de tiempo las ventas se redujeron a su mínimo exponente. Sin embar-

¹⁴ VICO, A.; PALOMO, J. LAGUNA, P. *La rentabilidad de las obras de arte: estudio de los entornos propicios para la venta de bienes artísticos y de colección*. Dykinson. Madrid, 2016.

¹⁵ Anthony Brown, portavoz de la BAMF (Federación del Mercado del Arte Británico) en informaciones ofrecidas por *Bloomberg*, afirma que los resultados vienen dados por la imposición del *Droit de Suite*.

go, desde 2011 se percibió un cambio en los datos de ventas, tornando al alza y a partir del cual, a pesar de ciertas fluctuaciones, la regularidad ha sido la nota característica¹⁶ menos en Estados Unidos donde los precios subieron más pausadamente llegando a su punto máximo en 2015 y, en la actualidad, muestra un marcado retroceso en los precios. Reino Unido¹⁷, sin embargo, ha mantenido una lí-

nea más constante, con una leve subida en 2014, pero también un ligero retroceso desde dicho año. Vemos así, cómo es el propio mercado y sus intereses comerciales, los que marcan las líneas de distribución de las obras en virtud de la demanda. Y cómo, a través de la realidad del mercado, según sus intereses comerciales, acaba estructurándose.

3.- LAS REPERCUSIONES DE LA CRISIS FINANCIERA

No podemos negar las importantes transformaciones a las que la crisis financiera de 2008 sometió al mercado del arte. Una de las consecuencias más importantes que encontramos, sino la más importante, es la reconducción de las tendencias coleccionistas a adquirir bienes menos arriesgados. Es decir, se produjo un claro retorno de los intereses coleccionistas por las obras más consolidadas del mercado, alejándose de la obra de artistas más actuales que, si bien admiten grandes maniobras especulativas, el grado de incertidumbre que genera su compra es mucho mayor que si se compara con la adquisición de obras de artistas consagrados.

Derivado de esta situación encontramos una segunda y relevante repercusión a la situación provocada por la crisis: un reajuste de precios en todo el mercado del arte y que, sobre todo en el sector del arte contemporáneo de artistas vivos provocó un considerable descenso en el precio de las obras provocado, en realidad, por un descenso de la demanda concentrada en los valores con los precios

da la primacía frente al 20% de Francia o el 2% de España.

¹⁶ Según indica Clare McAndrew en *The Global Art Market in 2010: Crisis and Recovery*, los años 2008-2010 supusieron un periodo de crisis y recuperación para el mercado de bienes artísticos y de colección. Los datos revelan un crecimiento en 2010 del mercado del 52% con respecto a 2009 y un cambio revolucionario en su distribución geográfica. El cambio vino originado porque si bien durante 2009, el gasto en artículos de lujo experimentó en muchos países una grave contracción, ocasionado principalmente por el temor a la crisis y a un empeoramiento de la situación. 2010 sin embargo, trajo consigo las primeras señales de recuperación económica, con un regreso de la confianza del consumidor y con los consumidores chinos originando crecimientos en muchos sectores de lujo.

¹⁷ En líneas anteriores ya hemos referido, cómo el mercado de antigüedades británico se identifica como el canal por antonomasia para la venta de las obras antiguas de mayor calidad. Especialmente relevante resulta dentro su mercado el sector de la pintura antigua en el que se ofertan obras de los grandes maestros, sus discípulos y talleres, etc. obras que en su mayoría no son de proveniencia inglesa, pero que sus propietarios, aun procediendo de otros países, confían en el mercado inglés para una mejor y más rentable venta de la pieza. Reino Unido representa la plaza pionera en ofertar obra antigua a través de subasta, lo que actualmente se traduce en contar con las grandes casas de subastas y anticuarios (*Sotheby's, Christie's, Phillips, Bernheimer-Colnaghi, J. van Haeften*, etc.), al tiempo que alberga los mejores y exitosos mercadillos de antigüedades, es por ello que Londres se rebela como la capital del arte antiguo, aportando al mercado de arte y antigüedades el 21% de ventas a nivel mundial, tal y como apreciamos en el siguiente gráfico. Unos parámetros en los que se ha mantenido en los dos últimos años, superándolo solo en 2014 en un 1% más. Esta cuota de mercado británica aumenta al 62% si nos centramos únicamente en el mercado europeo, lo cual le

más consolidados del mercado como la pintura antigua, la numismática y la joyería. Estos tres sectores también vieron cómo la crisis corregía sus precios, pero de forma escueta, lo que les permitió salir de ella muy fortalecidos. Así pues, las tendencias coleccionistas ante la incertidumbre económica tornaron los intereses de compra hacia los autores consagrados y la obra de calidad totalmente asentada y reconocida dentro del mercado, ya que reducía el riesgo de inversión.

Pero esta tendencia coleccionista se vio superada cuando los efectos de la recesión económica comenzaron a mitigarse, y de nuevo resurgió la enorme diversificación de la oferta del mercado del arte, generando una importante transformación de sus estructuras. Pues, no cabe ninguna duda que el mercado se ha visto muy beneficiado con los avances tecnológicos incorporados como las ventas por internet (y la aceleración de las ventas *online*) y por la revolución geopolítica del mercado del arte mundial, en la que China ha superado ya todas las expectativas previstas. Lo que ha cambiado la estructura de su comercialización y aumentado la actividad competitiva, fomentada por las numerosas ferias de arte que se celebraban anualmente.

Sin embargo, las perspectivas no eran muy prometedoras y, debido a la crisis financiera, el cálculo de previsiones y de predicción de la demanda resultaba complicado de realizar. Inicialmente, los datos generados por las casas de subastas mostraban que la pauta general se vería repercutida con un menor número de lotes ofertados, aunque de mayor calidad y, por tanto, también de mayor precio. De hecho, el valor de las grandes obras de arte no descendió, anotando incluso cierto

crecimiento. Lo que parece determinar que la venta de bienes de lujo de alta calidad sufre menos que la de otros productos en los periodos de recesión económica, seguramente porque como ocurre en el caso del arte y los bienes de colección, la calidad del producto reduce el riesgo de la inversión y anima al comprador. Un comprador que, por su perfil, parece menos vulnerable en situaciones de mala coyuntura económica¹⁸.

De esta manera, el sector del arte contemporáneo fue el más perjudicado, pues las compras de los artistas noveles se redujeron en más de un 50%. La menor participación de compradores provocó la desaparición de los especuladores y, por tanto, un descenso drástico de la demanda y los valores estimativos adecuando los precios a la realidad. Quizás por ello, tras una contracción del 42,8% entre los años 2008-2009, el precio del mercado del arte contemporáneo aumentó un 5,4% durante la primera mitad de 2010 según datos de *Artprice*. Los grandes maestros, los artistas consagrados, junto con la obra gráfica y el arte múltiple se convirtieron en este periodo en los valores seguros de inversión en arte. La numismática antigua, así como las piezas de

¹⁸ Si bien desde el inicio de la crisis, se vio que los bienes de calidad media eran los más perjudicados con incluso una reducción en el precio de hasta un 20% en los realizados con metales preciosos que si no contaban con una calidad óptima no interesaban al público. Se consolidó la idea que las obras de suprema calidad siempre son una buena alternativa de inversión, ya que independientemente de su rareza o técnica, en buenas condiciones de calidad siempre van a ser obras demandadas. Los coleccionistas prefirieron apostar por valores seguros, como los grandes maestros y los artistas consagrados, frente a los creadores intermedios, un segmento que los expertos esperan llegue a recuperarse en 2011.

oro de los reyes españoles, se recuperaron una vez el precio del oro comenzó a subir en los mercados bursátiles.

La crisis dio a las ferias de arte una mayor relevancia dentro de un entorno más competitivo en el que se revelaron como importantes herramientas comerciales al resultar un escaparate inmejorable para las empresas expositoras. Con el espectacular crecimiento que ha protagonizado el mercado del arte en general, y este tipo de eventos en particular, se han convertido, de cara al consumidor y/o inversor en arte, en plazas donde la feria adquiere un concepto más avanzado; un concepto como el de marca en el que el prestigio y calidad del propio evento garantiza y exhibe la compra realizada. El crecimiento exhibido por las ferias en los últimos años, las distinguió como relevantes foros de compra y venta de obras. Para los expositores, la propia presencia de la empresa en una feria de alto nivel supone en sí mismo, un factor de éxito. Pero, al mismo tiempo, las ferias han mostrado su fragilidad pues resultan más sensibles a la coyuntura económica que las subastas, pues obligan a un desembolso por el espacio alquilado, desplazamientos, dietas, etc. Y ello provoca que acudan menos expositores. Al mismo tiempo, al concentrar varios sectores acude más público al evento, pero son menos los clientes interesados en una especialidad concreta.

La crisis financiera, por tanto, ha afectado al mercado del arte en distintos aspectos. Por un lado, las actividades especulativas se vieron fuertemente reducidas y, al mismo tiempo, los coleccionistas con motivaciones inversoras y por prestigio, o bien han reducido sus adquisiciones, o bien las han reconducido a sectores con-

solidados del mercado como es el de la pintura antigua y las artes decorativas antiguas realizadas en metales preciosos. Mientras, los sectores de obras de calidad intermedia o autores poco reconocidos se han visto claramente perjudicados, ya que la calidad se ha erigido como el valor fundamental a la hora de adquirir un bien artístico. En el mercado de las subastas, donde priman los intercambios de obras ya ofertadas previamente, encontramos unos precios más asentados, con menos fluctuaciones, y razonados en virtud de su demanda. Quizás por ello, las subastas presentaron una mayor capacidad de adaptación a los intereses coleccionistas y por tanto, mejores condiciones y garantías en las ventas. El método por subasta garantiza el precio competitivo, al surgir de la confluencia entre la oferta y los diversos coleccionistas que pugnan por su adquisición de forma pública. Lo que da lugar a una compra por un precio establecido de forma justa en virtud de su demanda.

Sin embargo, para *Sotheby's*¹⁹ y *Christie's*²⁰, las dos principales multinacionales de las subastas²¹, la crisis supuso uno de sus mayores retos, pues antes de ella su crecimiento y progresión les suponía un dominio casi total del sector ya que entre ambas dominaban el 70% de su cuota de

¹⁹ <https://www.sothebys.com/en/>

²⁰ <https://www.christies.com/>

²¹ *Sotheby's* y *Christie's* son las casas de subastas que ofrecen el mayor número de obras a venta. Según la propia firma, en 2019 *Christie's* obtuvo cinco resultados por encima de \$50 millones, todos en Nueva York, pero la mitad de sus transacciones no superaron los \$20,000. Sus actividades ahora se extienden a nueve ciudades que abarcan tres continentes: Nueva York (56%), Londres (25%), Hong Kong (10%), París (7%), Shanghái (1%), Ámsterdam, Dublín, Zúrich y Dubai (1% de la facturación conjunta).

mercado. De hecho, desde 2000 hasta 2008, presentaron un rápido crecimiento de ventas y precios que se vio fuertemente frenado con la irrupción de casas de subastas procedentes de países BRIC, tal y como puede apreciarse en el gráfico 6 del anexo. Y es que la fortaleza económica de estos países de economía emergente, les situó por delante de estas dos potentes multinacionales del mercado del arte.

Tanto es así, que el gran volumen de compradores chinos generó un mercado de dimensiones inéditas hasta el momento que, por las características propias del país, dificultó la llegada de las empresas que tradicionalmente operaban en el sector, lo cual supuso un importante motor de desarrollo del mercado local y un bloqueo para las empresas foráneas, tal y como puede apreciarse en el mencionado gráfico 6 del anexo. Donde se aprecia la alternancia bipolarizada de *Sotheby's* y *Christie's* en los mercados, concentrando entre ambas prácticamente el 70% de la cuota de mercado hasta que se vio totalmente relegado con la entrada de los países BRIC, que resituaron las fuerzas y establecieron a las empresas de sus países como los principales canales de distribución de obras de arte que, dado su enorme volumen demográfico, supuso un descenso abrumador en el reparto de la demanda para las empresas tradicionalmente líderes en ello. Esta particularidad en cierta medida se trasladó también a la naturaleza de la demanda, que mostró ese interés constante por las obras de calidad principalmente autóctonas.

Junto a la mala coyuntura económica durante el periodo de tiempo que duró la crisis financiera, se produjo por primera vez en la historia un fenómeno sin prece-

dentos: el número de habitantes con alto poder adquisitivo en los países de Asia-Pacífico se igualó al de Europa e incluso lo superó. La introducción de los países BRIC en el sector del arte han supuesto un soplo de aire fresco para el mercado pues, sin duda, la incursión de sus capitales en él ha ayudado a evitar una caída drástica de las ventas. Ahora bien, analizando pormenorizadamente la actuación de los países BRIC en el mercado de los bienes artísticos y de colección, encontramos diferencias importantes entre sus preferencias compradoras, métodos de venta y legislaciones que favoreció su consolidación en el mercado. De hecho, durante la recesión, el mercado dio señales de un cambio de poder situando al mercado de arte chino en la primera posición del ranking del mercado del arte que, actualmente, ya ha recuperado Estados Unidos de nuevo.

Los dos principales mercados anglosajones sufrieron una situación similar en 2019 con pérdidas parecidas. Estados Unidos perdió un 22% mientras que Gran Bretaña se quedó en 21%, revirtiendo el crecimiento mostrado el año anterior de un +18% y un +12% respectivamente. En ambos casos mantuvieron un crecimiento en el volumen de transacciones, pero disminuyeron en el mercado de gama alta.

4.- LA CONSOLIDACIÓN DEL MERCADO *ON-LINE*

El mercado del arte internacional comenzó a mostrar indicios de recuperación desde 2010, cuando aún en muchos sectores resultaban tiempos duros de incertidumbre y recesión. Pero las subastas de Estados Unidos, China y Londres en

todos los campos menos en el del arte contemporáneo, mostraban ya buenos resultados y comenzaba a recuperarse la buena imagen y la confianza en el sector. En ese año el mercado global en su conjunto creció un 52%, situándose en los 43.000€ millones y el volumen de transacciones, aunque creció de forma más moderada durante ese año (un 13% interanual), presentaba del mismo modo datos favorables, siendo gran parte del aumento en valor del mercado originado por un incremento en el número de ventas de obras de valor elevado. De hecho, hasta finales de 2019, el mercado del arte generaba más del doble del volumen de negocio que había mostrado un cuarto de siglo antes, con un crecimiento del 575%. Al haber sido utilizado como una alternativa de inversión, aunque éste ha demostrado no comportarse como otros productos financieros, ha motivado a nuevos compradores a intervenir en el mercado del arte.

Así, gracias a esta globalización del mercado y a la entrada de nuevos compradores la tendencia de ventas ha continuado siempre al alza, aunque los beneficios se trasladan a los mercados orientales según el nuevo orden económico mundial, ya que este mercado también sufre las consecuencias de la crisis y las grandes compras vienen realizadas por coleccionistas de los denominados como países BRIC. La recuperación de la recesión de 1990 duró diez años, mientras que recuperarse de la de 2009 ha supuesto mucho menos tiempo, debido al incremento del mercado y la aparición en escena de los nuevos compradores. De hecho, a finales de los 90 el mercado creció, pero nunca alcanzó los valores de 1989 hasta 2004.

Son numerosos los cambios registrados tras la crisis. En primer lugar, destacamos el gran crecimiento que ha supuesto para el mercado la introducción de los países BRIC, especialmente China, que han inyectado un gran número de coleccionistas y capital en el circuito del arte, lo que ha servido para controlar la demanda frente a una caída estrepitosa prevista por la llegada de la crisis económica. El extraordinario crecimiento del mercado chino, que prácticamente ha doblado su valor desde 2009, posicionándolo como el segundo mercado más importante del mundo, con una cuota global del 23%, se debe a que el número de individuos de alto poder adquisitivo (*High Net Worth Individuals*) en la región de Asia-Pacífico iguala al de Europa por primera vez en la historia y su riqueza es mayor. Reino Unido continúa liderando el mercado de arte europeo con un 59% del total de la UE, ocupando la parte de mercado cedida por los países que más sufrieron la crisis; de hecho, en 2010 su cuota global fue del 22%, un 5% menos que en 2006. Francia ocupa el segundo puesto en Europa, con un 16% de las ventas en la UE y un 6% del total mundial.

Estos datos encontraron en 2018 y 2019 una nueva crisis que aún está por analizar en cuanto a sus repercusiones y que vino dada por la decisión del pueblo británico de finalizar su pertenencia a la UE; la crisis del *BREXIT* ha supuesto el cierre de muchos establecimientos en territorio británico para trasladarse a países de la Europa continental, como Francia y Bélgica principalmente, lo que ha supuesto una nueva oportunidad para estos países en detrimento de lo que pueda ocurrir a finales de 2020 cuando se

materialice la ruptura política entre Gran Bretaña y la Unión Europea.

El mercado global del arte contemporáneo se recuperó de su depresión de 2009, cuando las ventas cayeron un 66%, logrando superar las expectativas que había sobre el sector, siendo en la actualidad su motor principal, pues los datos de su recuperación y el volumen actual de transacciones supera el 70% de lo que producía antes de la crisis. Este fortalecimiento le viene dado principalmente por su desarrollo en dos mercados: Estados Unidos y China. En Europa los galeristas mantienen buenos niveles de transacciones, pero sus volúmenes de ventas son muy similares a los realizados por las casas de subastas, teniendo lugar la mayoría de las ventas a través de las ferias de arte frente al 30% de ventas que se materializan en las galerías.

Según datos de *UN Comtrade Database*²², en esos años se produjo un crecimiento de las exportaciones, situando al Medio Oriente como uno de los centros emergentes en el mercado de bienes artísticos y de colección. La diferencia entre el alto número de importaciones frente a las exportaciones, se debe al interés y alta capacidad de compra de los coleccionistas de la zona por todas aquellas piezas que les interesan. De hecho, desde 1999 hasta 2006 se registró un crecimiento de exportaciones sólo en Dubái del 516%. Aun así, es destacable el crecimiento de las exportaciones de obras artísticas contemporáneas desde 2003 hacia países como Estados Unidos y Gran Bretaña.

Así pues, observamos cómo el comercio del arte ahora se desarrolla en un mercado mucho más global en términos de oferta y demanda. La competencia más tradicional entre mercados como el de Londres y Nueva York, está siendo sustituida por una competitividad global. Al tiempo que también encontramos cambios importantes en los gustos coleccionistas, nuevos mercados, nuevas preferencias y demandas. Todo ello exigía que el sector avanzara en una dirección digital, que canalizara, acercara y facilitara tanto las transacciones como la comunicación entre los distintos puntos del planeta.

A todo ello se une un nuevo factor que reclama la modernización del sector que viene dado por los perfiles de los nuevos coleccionistas, pues el patrón de comportamiento de las nuevas generaciones lideradas por la generación *millennial*, exige una oferta canalizada a través de los entornos digitales sobre los que trabaja, accede y consume de forma continuada. Pues su esquema de consumo se centra en productos de enriquecimiento intelectual (viajes, cultura visual o auditiva, deportes, etc.), adquiridos principalmente a través de los medios *on-line* que permiten una mayor accesibilidad y asequibilidad²³. Estas facilidades de acceso son las que además han propiciado el crecimiento y divulgación de estos canales de distribución y ventas que, en el caso de la cultura, han encontrado aliados

²² UN Comtrade Database: <https://comtrade.un.org/>

²³ VICO, A. FUENTE, P. “La Juventud en el Mercado del Arte”. *Revista de Estudios de Juventud*, 118. Pp. 173-186. Madrid, 2018. LAGUNA, P.; VICO, A. PALOMO, J. “Mujer, emprendimiento e industrias culturales y creativas: una combinación en auge en España en tiempos de crisis”. *ESIC MARKET*, 149. Pp. 663-694. Madrid, 2014.

como Google Arts que han ayudado en la propagación de su consumo y su incorporación en los hábitos cotidianos. Esta proliferación de plataformas digitales relacionadas con el mercado del arte y el consumo de productos culturales ha generado un efecto democratizador del sector, haciéndolo más visible y cercano a generaciones y horquillas de edad que en épocas anteriores apenas podían asomarse a conocer lo que pasaba en él.

Inicialmente, la opción del *e-commerce* dentro del mercado del arte no resultó un canal exitoso. A pesar de que ya en 1999 *Sotheby's* trató de crear la primera plataforma digital, la falta de apoyos y socios en la nueva aventura virtual supuso un frenazo en el desarrollo de este mercado. Sin embargo, una vez que los canales de venta *on-line* se afianzaron y cotidianizaron en otros sectores, su paso al mercado del arte era cuestión de tiempo, pues la facilidad de acceso y la apertura a nuevos nichos de mercado materializó su uso, sobre todo en el entorno de las subastas y del arte contemporáneo, con distintas plataformas y apps que ofertan infinitud de opciones para el consumo cultural.

Los beneficios que presenta el comercio *on-line* son incuestionables, pues la apertura que se da a la cartera de clientes de la empresa es infinita. Sin embargo, con ello surgen las trabas legales para que los coleccionistas extranjeros puedan exportar las obras, por ejemplo, o que un sector tan tradicional como éste acepte cambiar su idiosincrasia. Por ello encontramos varias velocidades en la aceptación y adaptación de las nuevas tecnologías al mercado, quedando aún mucho camino por recorrer en varios sectores más tradicionales o con una media de edad superior. Prueba de ello la encon-

tramos en cómo la gran parte de las apps, plataformas y bases de datos *on-line* que encontramos relacionadas con el mercado del arte se centran dentro del sector del arte contemporáneo en detrimento de los demás.

La primera consecuencia fundamental que surge de la incorporación de estas nuevas tecnologías ha sido la total globalización del mercado del arte en información y acceso al producto. Si bien es cierto que ya anteriormente resultaba un mercado muy internacional, ha sido con las nuevas tecnologías y, especialmente, en sectores como el del arte contemporáneo donde se ha conseguido saltar las barreras más infranqueables. Pero también en otros mercados como el de las subastas, en los muchos sectores en los que se desarrollan, han ejercido un efecto llamada a nuevos coleccionistas que ha favorecido enormemente el devenir del mercado en momentos de gran incertidumbre económica, rompiendo así barreras y aumentando la demanda.

Son varios los estudios sobre ventas y nuevos coleccionistas que encontramos en los últimos años y que se refieren al continuo ascenso en los mercados globales, como los realizados por *ArtTactic*²⁴ que hacen referencia al incremento del mercado gracias a la llegada de estos nuevos jóvenes coleccionistas. Según datos de *Hiscox* en 2018²⁵, el 45% de las compras *on-line* las realizaron coleccionistas *millennials* por un precio inferior a los 1000€. Se trata, por tanto, de un joven

²⁴ https://arttactic.com/?gclid=Cj0KCCQjwwr32BRD4ARIsAAJNf_0RRzscQtalR11WHEXIfp1KwEiA8UG6iOAzNApoHLjnU3UY70fR-YaAi_PEALw_wcB

²⁵ <https://www.hiscox.co.uk/online-art-trade-report>

coleccionista de perfil innovador y usuario de las nuevas tecnologías y las plataformas *on-line* a través de las cuales realiza la mayor parte de sus compras.

4.-LA CONSOLIDACIÓN DEL MERCADO *ON-LINE*

Durante 2019 el mercado del arte continuó presentando datos muy positivos, habiendo subastado la cifra récord de más de 550.000 lotes en todo el mundo, lo que generó un total de 13.3 mil millones de dólares. Sin embargo, en términos de facturación, se registró una contracción de -14% y con una tasa de invendidos normalizada en el 38%. Unos datos francamente buenos teniendo en cuenta que la inestabilidad política, social y económica no había llegado a diluirse totalmente ni siquiera en las principales potencias económicas. Durante el pasado año podemos comprobar cómo los precios de las obras de arte en general incrementaron su precio ligeramente (+0,48%), siendo el arte contemporáneo el que alcanzó el mejor registro con un ascenso de +4,4%.

En un análisis de las plazas más relevantes observamos que Estados Unidos aumentó sus registros. Londres, a pesar de las inestabilidades creadas por el proceso del *BREXIT*, vio en el pasado año cómo 353 lotes de subasta se remataban en más de un millón de dólares, si bien es cierto que esta cifra es ligeramente inferior a la registrada un año antes (415 lotes). Frente a ello el segundo mayor mercado, el mercado chino continental, aun tras vender más de 134.500 lotes por subasta del -9%, sufrió una contracción de tres puntos menos de lo registrado un año antes. Sin embargo, Hong Kong con-

tinuó mostrándose como una plaza sólida, vendiendo 7.400 lotes de diversa naturaleza por 1.370.000.000\$, pues cuenta con un perfil coleccionista muy competitivo y de gustos diversificados. Seguramente muy beneficiada por el *BREXIT*, Francia se consolidó en 2019 en el cuarto puesto del ranking mundial de ventas de arte, mostrando un crecimiento del +18%.

A lo largo de las últimas décadas, tal y como estamos viendo en este estudio, el mercado del arte se ha mostrado muy férreo frente a las crisis. Su demanda se ve mermada por sus consecuencias, pero el mercado siempre ha sido capaz de reorganizarse y superar los malos resultados incluso antes que otros muchos sectores económicos. Lo cual, tratándose de un sector inserto en el mercado del lujo, no deja de ser una muestra de la solidez de la oferta y lo consolidado de su demanda. De hecho, la crisis de 2008 tuvo un efecto corto en el mercado del arte, pues en apenas un lustro, el mercado logró superar los datos registrados antes de la caída de *Lehman Brothers*.

La crisis financiera y la incursión en el mercado del arte de los países BRIC sirvió para ampliar las fronteras del mercado y acabar con la bipolaridad tradicional que coexistía en equilibrio entre las plazas estadounidenses y europeas. Las ventas privadas y *on-line* se generalizaron y ayudaron en la recuperación. De hecho, en España empezaban a registrarse mejores resultados, tanto en los balances que presentaban las casas de subastas con importantes subidas en las ventas de obras contemporáneas, como en ferias como ARCO o Feriarte que, aunque en su edición de 2019 contó con menos expositores, incrementó el número de visitantes y de

ventas, tal y como cita el Informe Anual de Feriarte 2019 publicado por IFEMA²⁶.

La estabilidad del mercado español del arte parecía venir dada por la progresiva digitalización de los servicios y productos que mostraban tanto las casas de subastas como las galerías. La imagen que se tenía sobre la mayoría de galerías y casas de subastas cercana a su dificultad para adaptarse a la venta *on-line* obligó a trabajar en una estrategia digital que reveló cómo curiosamente fueron las empresas más pequeñas como *Vcoins*²⁷, Subasta Real²⁸, Litografias.net²⁹, las que antes iniciaron su andadura digital. Igualmente ocurría con las galerías virtuales, también conocidas como *Online Viewing Rooms* y el uso de redes sociales como recurso para las estrategias de comunicación de los artistas y sus ferias principales como *Art Basel*³⁰, *Art Dubai*³¹ y el proyecto *Social Distant Gallery*³² en la plataforma Instagram.

Poco a poco se fue asentando un modelo híbrido, que combinaba dos canales de ventas: presencial y online, que se combinaba con actividades, exposiciones emergentes y participaciones en ferias nacionales y extranjeras con ventas a través de la web o plataformas especializadas como The Internet Antiques Shop

(<https://www.tias.com>), Invaluable (<https://www.invaluable.com/>), Go-Antiques (<https://www.goantiques.com>), Newel (<https://www.newel.com>). La modernización que ha supuesto la incorporación del *e-commerce* en el mercado nacional ha provocado una transformación digital que repercute incluso en la imagen de marca de las casas de subasta, galerías y artistas, demostrando la adaptación del mercado nacional a las necesidades de un nuevo público comprador cuyas exigencias divergían de lo que anteriormente se había manifestado dentro de este mercado.

Todo parecía mantenerse en equilibrio a la espera de ver las consecuencias del BREXIT, cuando con la llegada de 2020 presentó una nueva amenaza, una crisis sanitaria global generada por una pandemia que ha afectado a todo el planeta y que ha supuesto la paralización del sector. Sus consecuencias han sido inmediatas, pues toda actividad que no pudiera realizarse en remoto fue cancelada de inmediato y, por ello, todo el sector de las industrias culturales y creativas fue fuertemente golpeado. Según datos de *Art Economics*³³ citado a través de los análisis realizados por Claire McAndrews, el mercado del arte supone el 0,4% del PIB europeo, estimándose una bajada de 3 décimas por la inactividad registradas durante el periodo de confinamiento que vivió la sociedad europea y norteamericana desde el mes de marzo hasta el verano de 2020. Los países más perjudicados parecen ser Francia, Alemania y Reino Unido que suma esta nueva incertidumbre a las repercusiones que ya venían

²⁶ <https://www.ifema.es/feriarte>

²⁷ <https://www.vcoins.com>

²⁸ <https://www.subastareal.es/>

²⁹ <https://www.litografias.net/>

³⁰ https://www.artbasel.com/about/initiatives/the-art-mar-ket?gclid=Cj0KCQjwwr32BRD4ARIsAAJNf_3ex2Wag2Au6Z6nscM-pGzT1aTHOMWif_FTe74Hg39j-Fw3rpYqN7MaAiseEALw_wcB

³¹ <https://www.artdubai.ae/>

³² <https://www.artnews.com/art-news/news/social-distance-gallery-instagram-canceled-bfa-mfa-shows-1202681473/>

³³ <http://www.artseconomics.com/>

mostrando desde su ruptura con la Unión Europea.

Resulta paradójico y, sobre todo, muy representativo de la dificultad del momento para un sector tan tradicional como el del mercado del arte que, en esta situación de confinamiento obligatoria, se tuviera como mejor fórmula de supervivencia y única solución para dar salida y reconducir las ventas, el empleo de aquellos métodos de venta *on-line* que anteriormente suponían ya un sólido obstáculo para el crecimiento de las empresas del sector. Es decir, lo que antes de la crisis sanitaria suponía una necesidad de renovación del sector a medio-corto plazo, se transformó en el único método de salvar la situación de forma inmediata. El uso de las nuevas tecnologías en la venta de arte pasó de ser un elemento de posicionamiento y diferenciador de las empresas para consolidar sus estrategias de crecimiento a identificarse como su única fórmula de supervivencia.

Durante el inicio del confinamiento las ventas por subasta *on-line* registraron unos resultados interesantes tanto dentro como fuera de nuestras fronteras. Buen ejemplo de ello son las ventas registradas en *V-coins* en esas fechas, o la subasta *on-line* monotemática en la figura del artista *Banksy* realizada por *Sotheby's* en la que se vendió más de 1.1M\$ alcanzando unos altísimos remates. Un dato destacable, y que nos sirve para corroborar la facultad del *e-commerce* en la atracción de nuevos y más jóvenes coleccionistas, es que el 30% de las pujas procedían de compradores con menos de 40 años según cita *MutualArt*³⁴. Por su parte *Christie's* presentó un

nuevo formato de subasta también híbrido con una venta *on-line* combinada con una ubicación compartida para la celebración presencial en cuatro ciudades al mismo tiempo: Nueva York, Londres, Hong Kong y París. Se le ha denominado como subasta ONE y oferta lotes de grandes artistas del siglo XX, tratando que una oferta de calidad combinada con la novedad del sistema, respalde los buenos resultados y se consolide como una nueva fórmula de venta para el futuro del mercado post-coronavirus.

El mercado del arte ha demostrado una solidez enorme a lo largo de sus siglos de historia, superando todas y cada una de las crisis que se han ido sucediendo, si bien es cierto que la situación actual exige una actualización inmediata de las fórmulas de venta. Todo ello debe venir de la mano de una organización global por parte del mercado. Si las ventas se transforman de forma digital, el control de las transacciones puede ser más fácil para las administraciones, pues los protocolos a seguir pueden consensuarse para hacerse conjuntamente. Así, un entorno que se había considerado inseguro hace una década, como es el comercio *on-line*, en la actualidad se ha transformado en el método masivo y casi único de venta. Una fórmula que ha llegado de forma casi obligada al total del mercado, pero que una vez asimilada por sus agentes se que-

relentless spread of the coronavirus, how are artists, institutions and fairs coping to survive?" *MutualArt*:

https://www.mutualart.com/Article/Experiencing-Art-in-a-Time-of-Social-Dis/C71FD4A0CE467F?utm_source=MutualArt+Subscribers&utm_campaign=936ac8c363-EMAIL_CAMPAIGN_2019_10_11_COPY_01&utm_medium=email&utm_term=0_0a9ce6ca24-936ac8c363-447212301

³⁴ GARABEDIAN, M. "As the art world is facing an unprecedented challenge in the face of the

dará permanentemente, pues son muchos los beneficios que presenta.

La necesidad de superar la crisis sanitaria y volver a la situación previa resulta imperativa para sectores como el ferial, el cual busca métodos de digitalización que permitan continuar con su actividad y mejorar y completar los servicios a sus expositores y visitantes. Aún no sabemos cómo, pero es seguro que, de una u otra forma, esa antigua normalidad volverá y lo que hemos de plantearnos es en qué condiciones estaremos y nos encontraremos el mercado. Por ello, debemos trabajar de forma conjunta porque nuestros competidores, en una situación tan convulsa como la actual, se tornan en aliados para salvar el sector. Socios con los que debemos trabajar para que el atractivo de la oferta y el dinamismo del mercado no decaigan. Pionero en este tipo de acciones encontramos en España al Instituto de Arte Contemporáneo³⁵ que a los nueve días de decretarse el Estado de Alarma en nuestro país tenían publicado un informe con las potenciales consecuencias previstas por el sector a partir de la realización de un cuestionario entre sus casi 500 socios. En el informe se cita:

En términos generales, el impacto económico que se le supone a la actividad del sector durante la crisis del Covid-19 se sitúa en dos grandes grupos. Para el 67,7% las pérdidas en términos económicos se sitúan entre los 20.000,00 y 50.000,00€, pero existe un grupo del 21,6% para quienes éstas superan los 50.000,00 €, siendo mayoritariamente este grupo, en un 52,2€, el de las galerías de arte, seguido por un 34,8% de gestores culturales. La im-

presión general de las personas encuestadas sobre la actual coyuntura es mayoritariamente crítica, llegando al 94,6 quienes consideran que esta situación de crisis puede tener consecuencias graves más allá del medio plazo en su actividad profesional y en nuestro sector³⁶.

Esta crítica situación recogida dentro del informe del IAC, es compartida con la que se transmite desde la Federación Española de Anticuarios³⁷ en la que tienen constancia del probable cierre, tras esta crisis, de un 40% de los socios, lo que da idea de las enormes dificultades que están pasando los profesionales del mercado del arte y la necesidad de que encontramos apoyos por parte de las Administraciones para que los profesionales del arte puedan seguir colaborando en las labores de desarrollo y protección del patrimonio cultural.

5.- CONCLUSIONES

Tal y como hemos explicado en páginas anteriores, la crisis financiera de 2008 afectó de lleno al mercado del arte, generando una regresión en los precios de las obras, sobre todo en el sector del arte contemporáneo. De hecho, según *AriPrice*³⁸, al comienzo de la crisis el arte antiguo creció entre un 6,8% y un 12,5% de volumen de negocio en todo el mundo, y el moderno pasó de representar un 44% a un 48%; mientras que el arte contemporáneo, más asociado a la especulación,

³⁵ INSTITUTO DE ARTE CONTEMPORÁNEO, "Informe sobre el impacto económico y profesional de la crisis del COVID-19 en las/los socias/os del IAC". Madrid: IAC, 2020.

³⁷ <https://anticuarios.org/>

³⁸ <https://es.artprice.com/>

³⁵ <https://www.iac.org.es/>

cayó entre un 16% a un 10%. Al mismo tiempo, las casas de subastas debieron adaptarse a la situación tornando sus ventas más selectas en cuanto a la oferta del número de lotes y calidad de los mismos.

De esta forma, los resultados que presentaban no incurrían en una caída masiva de precios, ya que al ajustar la oferta al volumen de la demanda el sistema permitía controlar el equilibrio entre ambos. Así fue cómo el mercado consiguió mostrar los bienes artísticos y de colección como un producto susceptible para la inversión. El mercado se autoajustó para mantener un buen ritmo de ventas y los precios al alza, lo que ha dado la idea que el mercado del arte parece ser más dependiente de los aspectos legislativos, que de la coyuntura económica externa.

Otro hecho analizado a lo largo de este estudio, fueron las consecuencias de la entrada de los países BRIC en el mercado cuando, debido a la crisis económica, el mercado del arte europeo sufrió una gran disminución del número de adquisiciones por parte de los coleccionistas y marchantes europeos, cediendo un enorme espacio del mercado que fue ocupado por los coleccionistas y marchantes procedentes de los países BRIC. Estas economías en pleno desarrollo habían generado nuevos sectores poblacionales de alto nivel adquisitivo que comenzaron a interactuar profusamente en el mercado del arte.

Todas las situaciones críticas obligan a tomar decisiones que acaban generando diversas consecuencias. Actualmente, debido a la crisis sanitaria, las decisiones tomadas por la gran mayoría de los países confinando a su población ha obligado a los profesionales del arte a desarrollar nuevos métodos de venta, instalados en los entornos virtuales. De tal forma que

el desarrollo del *e-commerce* y la adaptación masiva de las nuevas tecnologías en los entornos del mercado del arte, nos llevan a esperar que esos nuevos coleccionistas, de los que hemos hablado en páginas anteriores, podrían ser los que en esta ocasión se incorporasen al mercado y supusieran un nuevo nicho de población al que atender. Por lo que sería muy necesario que los comerciantes ajustaran la oferta a este nuevo perfil.

A la hora de analizar la situación de un sector económico y las perspectivas futuras de sus empresas en momentos de inestabilidad o recesión, resulta fundamental atender a la situación en la que se encontraba en el momento anterior. Pues en el devenir de las crisis y en relación con las posibilidades de su superación por un sector económico, influye extremadamente la forma en la que se entra en ellas, si de manera controlada o en barrena. En el caso de nuestro país, en ambas crisis en 2008 y 2020, además de por una entrada descontrolada, los inicios se caracterizaron por situarse dentro de un ambiente de negación que en absoluto ayudó a crear medidas de control que pudieran paliar los efectos y, por tanto, las recuperaciones posteriores.

La entrada descontrolada y carente de una dirección clara por parte de las Administraciones que marcasen una hoja de ruta, tiene como principal consecuencia la descoordinación y sensación de desamparo de los profesionales por parte de las autoridades que no han tomado, en ninguno de las dos crisis, decisiones en cuanto a protocolos de actuación que pudieran paliar los efectos de la crisis, o en cuanto a recomendaciones e incluso ayudas que pudieran dar a los profesionales un resquicio de esperanza ante una situa-

ción crítica. Todo ello nos lleva a reflexionar sobre la necesidad de proveerse de una estructura organizativa y comunicativa de los profesionales del mercado del arte que, de forma conjunta, represente todas aquéllas facetas en las que coinciden, independientemente del gremio al que pertenezcan y que, incluso, cuente con su propia asociación gremial, pero que debe unirse para alcanzar un *quorum* lo suficientemente representativo como para que las Administraciones atiendan un conjunto común de necesidades tanto en periodos de crisis como de bonanza.

El mercado del arte hasta la fecha ha contado con la ventaja de un sistema de ventas fuertemente consolidado que, en el caso de las subastas, muestra incluso cómo los precios son objetivamente justos en tanto que vienen dados por la relación directa entre la oferta y la demanda de los bienes ofertados. Si a ello le unimos que el mercado del arte se encuadra dentro del mercado de bienes de lujo y que sus compradores, por lo general, sufren menos las inestabilidades económicas, nos encontraremos con una situación relativamente generosa para el sector, incluso en los momentos de incertidumbre y recesión económica. Sin embargo, en el caso de la crisis sanitaria de 2020, el efecto económico ha sido mucho más amplio pues ha golpeado varias líneas de flotación del sector. Por un lado, está su necesidad de modernizarse y adaptarse a las nuevas tecnologías, una tarea pendiente desde hacía ya tiempo. Por otro lado, afecta también en la estructura básica del mercado y su forma de desarrollarse y mostrarse, pues en él siempre ha sido determinante la interacción con el bien a adquirir, su estudio previo por el coleccionista.

Ante la única fórmula de venta posible durante el confinamiento por la crisis sanitaria, el *e-commerce*, el mercado ha mostrado una clara intención de modernización del sector con la adaptación de las nuevas tecnologías en sus fórmulas de venta. Siempre hemos atendido a internet como un contexto lleno de posibilidades, pero a la vez de muchos peligros. Entre las dificultades con las que se encontrará el mercado del arte en el entorno digital, encontraremos la falta de confianza y la necesidad de los coleccionistas de ver las piezas antes de comprarlas. Pero, al mismo tiempo, las Administraciones y, en especial, las españolas necesitarán adaptarse a esta nueva situación, al igual que las casas de subastas que deberán cambiar su visibilidad y funcionamiento. Por todo ello, queremos animar desde estas líneas a los profesionales y representantes de gremios a buscar la fórmula de unir voces y que se trabaje siempre en una línea común, en la línea de cómo se viene haciendo desde CINOA, *the international federation of art & Antique dealer associations*³⁹.

Finalizamos este estudio destacando la necesidad de analizar los efectos de la crisis financiera de 2008 para minimizar en lo posible los que la crisis sanitaria de 2020 pudiera tener en el mercado del arte. Es necesario volver a revisar las medidas tomadas para no repetir errores y sobre todo poder potenciar cualquier oportunidad de mejora que se presente.

Por ello y a la vista de los datos expuestos, creemos que resultaría de interés analizar las posibilidades de atender a un nuevo nicho de mercado, como es el de los coleccionistas *millennials*, adaptando

³⁹ <https://www.cinoa.org/>

oferta y canales de distribución y comunicación a ellos. Pues al igual que en la crisis financiera de 2008 lo coleccionistas procedentes de los países BRIC cubrieron las vacantes anteriormente ocupadas por los coleccionistas afectados por la crisis económica global, actualmente pueden ser estos nuevos y jóvenes coleccionistas

lo que ocupen ese espacio libre a causa de los efectos de la actual crisis sanitaria. Por lo que resulta de gran relevancia que cuanto menos tengamos en cuenta esta cuestión que además traerá consigo una modernización del sector con la digitalización de su entorno, así como una diversificación de su producto.

6. ANEXOS

GRÁFICO 1. Vendedores dentro de los canales de venta en 2017

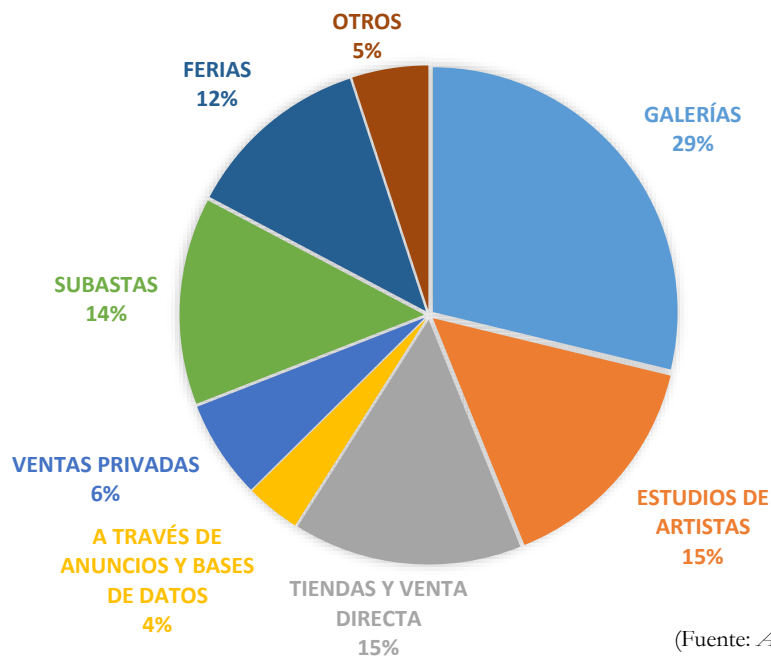
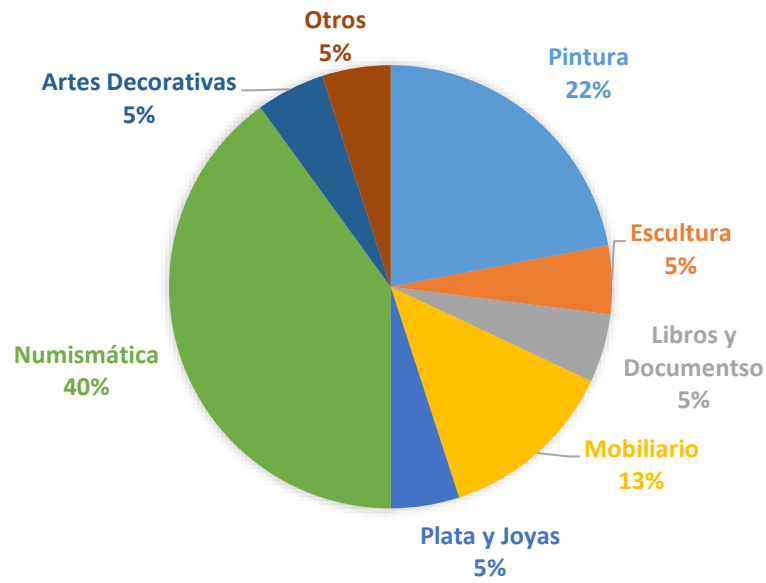
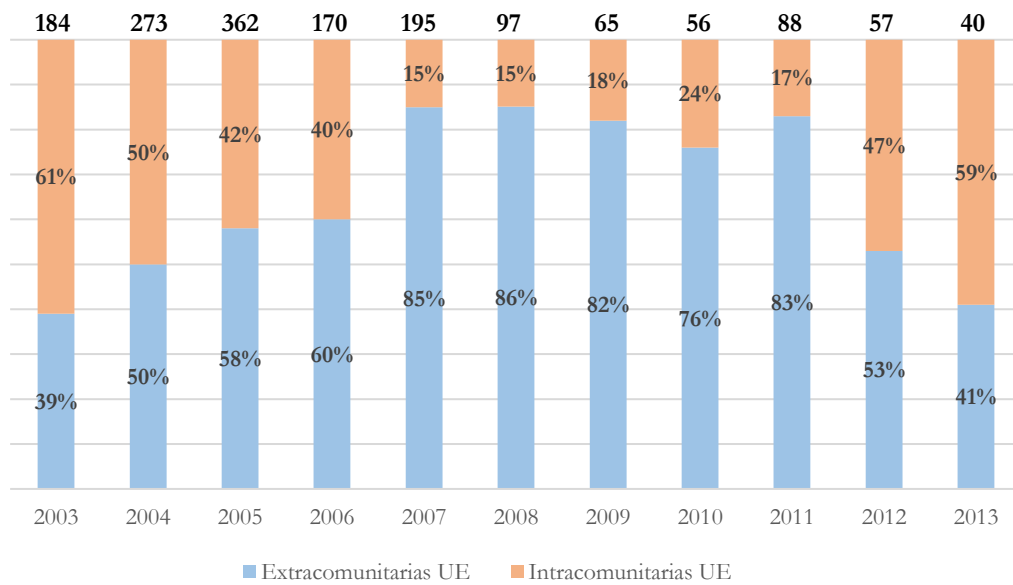


GRÁFICO 2. Número de exportaciones españolas por sectores en 2013



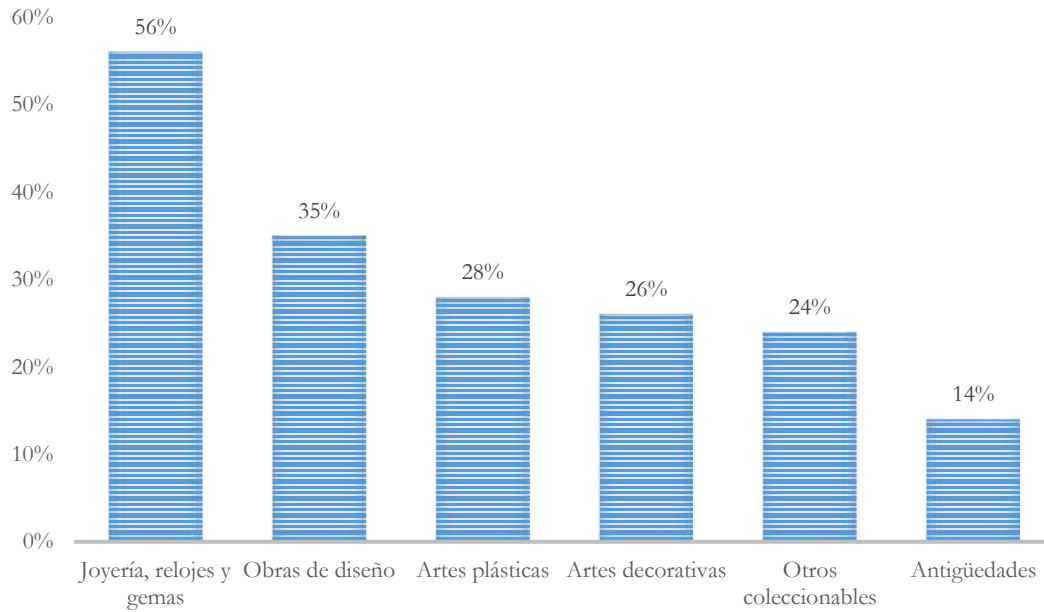
(Fuente: MECD, 2014)

GRÁFICO 3. Importaciones españolas de arte 2003-2013 (en millones de euros)



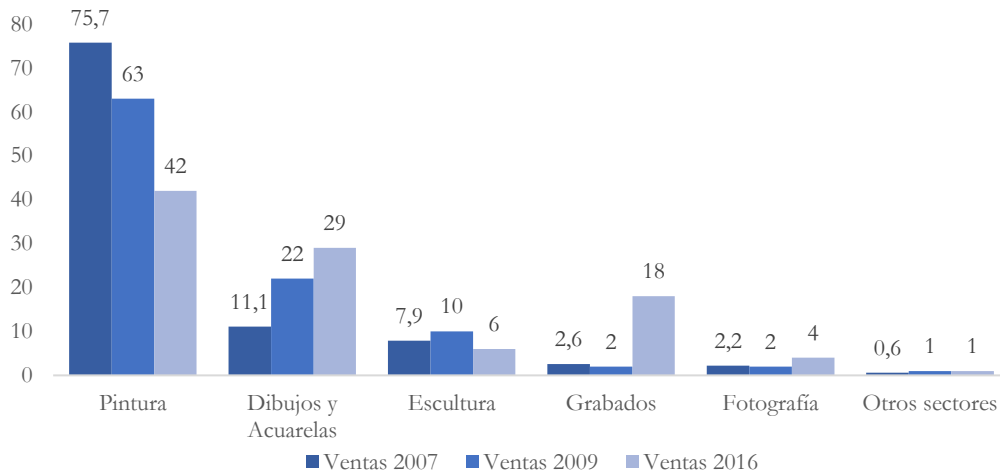
(Fuente: Fundación Arte y Mecenazgo 2013 y 2014)

GRÁFICO 4. Porcentajes en *Passion Investments* (2016-2017)



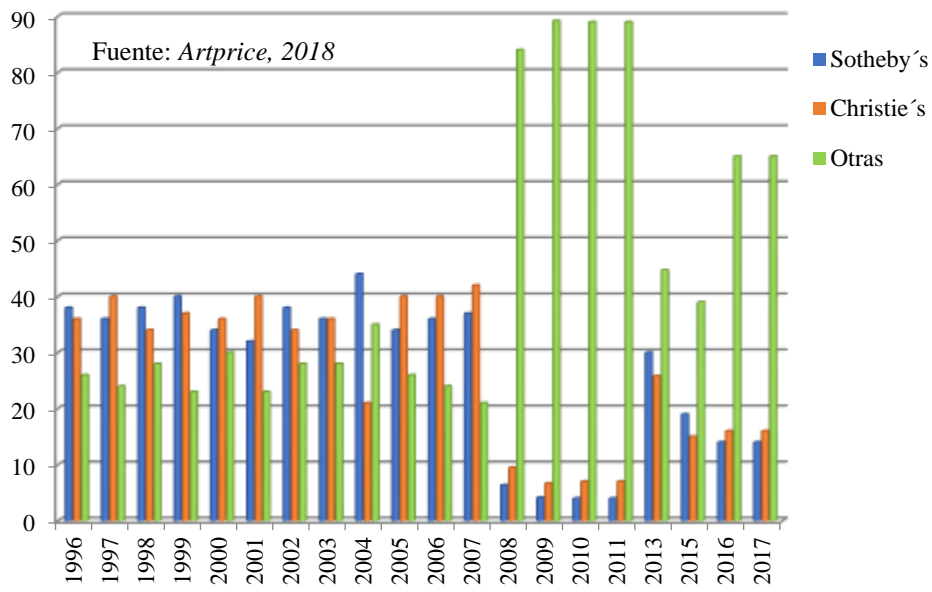
(Fuente: Arts Economics 2017)

GRÁFICO 5. Volumen de ventas por sectores.



(Fuente: Artprice 2017)

GRÁFICO 6. PORCENTAJE DE LOTES OFERTADOS EN SUBASTAS



(Fuente: Artprice 2018)