

MÁSTER EN ECONOMÍA DE LA CULTURA Y GESTIÓN CULTURAL

TRABAJO DE FIN DE MÁSTER

**“ANÁLISIS ECONÓMICO DEL MERCADO
DE ARTE EN ESPAÑA EN LAS ÚLTIMAS
DOS DÉCADAS”**

CATALINA BIANCA HAIMANA

FACULTAD DE COMERCIO

VALLADOLID



UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

**MÁSTER EN ECONOMÍA DE LA
CULTURA Y GESTIÓN CULTURAL**

CURSO ACADÉMICO 2020/2021

TRABAJO DE FIN DE MÁSTER

**“ANÁLISIS ECONÓMICO DEL MERCADO DE ARTE EN
ESPAÑA EN LAS ÚLTIMAS DOS DÉCADAS”**

Trabajo presentado por: CATALINA BIANCA HAIMANA

Tutor: ANA BEDATE CENTENO

“ANÁLISIS ECONÓMICO DEL MERCADO DE ARTE EN ESPAÑA EN LAS ÚLTIMAS DOS DÉCADAS”

Resumen

El mercado de arte en España ha ido experimentando muchos altibajos en las últimas dos décadas debido a distintos factores como la coyuntura económica del país, la globalización del mercado de arte o las políticas culturales implementadas por el Estado. Los agentes principales que participan en la dinamización del mercado de arte son las galerías de arte, las casas de subastas y las ferias, que a su vez tienen grandes dificultades para introducirse en el mercado internacional y participar de forma activa en un comercio de objetos artísticos cada vez más hermético y polarizado.

Palabras clave

Economía; arte; mercado; análisis; ferias; galerías de arte; ferias; subastas; cultura; artistas

Abstract

The spanish art market has been experiencing many ups and downs in the last two decades due to different factors such as the country's economic situation, the globalization of the art market or the cultural policies implemented by the state.

The main agents involved in the dynamization of the art market are art galleries, auction houses and fairs, which have great difficulties to enter the international market and actively participate in an increasingly hermetic and polarized art trade.

Key words

Economy; art; art market; analysis; fairs; art galleries; auctions; auction house; culture; artists

ÍNDICE

1. PRESENTACIÓN

1.1 Justificación

1.2 Metodología

1.3 Objetivos

2. MERCADO DE ARTE EN ESPAÑA

2.1 España como mercado de arte secundario

2.2 Mercado de arte en cifras: casas de subastas, galerías, ferias.

2.2.1 Casas de subastas

2.2.2 Galerías

2.2.3 Ferias

2.3 La Feria ARCO

2.4 FERIAARTE

3. EL MERCADO PRIMARIO DE ARTE EN ESPAÑA

4. EL PAPEL DEL ESTADO EN EL MERCADO DE ARTE

4.1 Inversión en el mercado de arte por parte del Estado

4.2 Ley de Mecenazgo

5. CONCLUSIONES

6. BIBLIOGRAFÍA

7. RECURSOS WEB

1. PRESENTACIÓN Y METODOLOGÍA

1.1 JUSTIFICACIÓN

Al haber realizado el Grado en Historia del Arte en la Universidad de Valladolid, cuando llegó el momento de plantearme qué trabajo de fin de máster quería realizar, entendí enseguida que una de las opciones que más interesantes me resultarían a la hora de investigar y trabajar, sería el mercado de arte en España.

Desde el punto de vista económico, me parece interesante realizar un análisis sobre cómo influyen en la economía nacional la actividad de las galerías de arte, las casas de subastas o las ferias nacionales e intentar comprender en qué medida el volumen de su actividad económica se refleja en nuestra economía.

El mercado del arte es un sector en constante crecimiento y su expansión ha experimentado un proceso de transformación muy importante en el que los protagonistas han sido Reino Unido, Europa, Estados Unidos y China, generando una red global muy diversificada. No obstante, España ocupa un puesto secundario en esta red, debido a la influencia muy reducida de sus galerías de arte en el extranjero.

La reducida inversión en cultura debido a la austeridad fiscal generará un descenso importantísimo en el mercado del arte y el sector cultural durante la crisis económica, que no llega a recuperarse del todo a pesar de propuestas como Ley de Mecenazgo que desarrollaré más adelante.

El mercado se ha globalizado con el paso del tiempo y las fronteras espaciales se han diluido dando lugar a nuevos agentes económicos que han influido de manera determinante en el desarrollo del arte. Marchantes, galerías y ferias, han sido los detonantes principales en la aparición de nuevos artistas muy cotizados y en consecuencia de coleccionistas de gran poder adquisitivo.

Los grandes focos acaparadores de ferias y galerías han sido generalmente Estados Unidos y China, aunque actualmente los Emiratos Árabes se están alzando como un gran mercado de arte acaparando algunas de las mayores ventas de todos los tiempos, véase el *Salvator Mundi*, de Leonardo da Vinci, vendido por 450 millones de dólares a un príncipe saudí, subasta que batió toda clase de records.

A pesar del surgimiento de poderosos compradores particulares, cabe destacar la dificultad del gobierno a la hora de financiar y participar en el mercado del arte, al menos en el caso de España, y esto se hace patente especialmente en los años de crisis económica, en los que el Estado se vio obligado a realizar importantes recortes en la cultura.

1.2 METODOLOGÍA

Un dato importante que mencionar de cara a la realización de este estudio es la dificultad a la hora de obtener datos económicos relevantes debido a la opacidad del propio sector y a la reticencia de las propias galerías, comerciantes, coleccionistas y ferias al publicar información relativa a los precios. Las tasaciones tampoco son fijas y la información es asimétrica, además de los descuentos que se suelen realizar durante las negociaciones, generando unos resultados imprecisos.

Para obtener datos me he puesto en contacto con galerías de arte y con IFEMA para conseguir informes anuales no disponibles en internet y extraer así datos relevantes respecto al número de visitas, ventas, etc; no obstante, la respuesta de estas entidades ha sido nula, dificultando aún más la labor de investigación.

Para la recopilación de datos económicos he acudido a informes de grandes empresas como Artforum, Artnet, Artprice, Arts Economics, La Caixa y TEFAF, página en la que se desglosa más detenidamente las cifras a nivel europeo permitiendo una comparativa más detallada de los datos.

En línea he consultado las principales fuentes de datos académicos como Dialnet, Google Books, Google Académico, ISOC – Arte. En cuanto a la bibliografía principal, está compuesta por capítulos de libros, artículos de revistas científicas de economía, Historia de Arte, tasación, informes anuales de IFEMA y páginas web.

Al intentar realizar este estudio a nivel nacional resulta muy complicado recoger y analizar de forma pormenorizada los datos en su conjunto ya que las fuentes no los recogen de manera uniforme y las cifras no siempre aparecen actualizadas, si a esto le sumamos el hermetismo de las entidades (galerías de arte, ferias, casas de subastas), y la reticencia a la hora de hacer públicos datos económicos, el análisis de mercado adquiere ciertas complicaciones de más.

En este estudio intentaré llevar a cabo la contextualización del mercado de arte en España a través de datos relativos a las galerías de arte, casas de subastas o ferias, incidiendo

finalmente en algunas de las políticas culturales que ha impulsado el Estado español para fomentar y promoverlo, los elementos que componen el mercado en sí y la evolución de estos en el marco geográfico nacional e internacional.

Para analizar el mercado de arte en España, se ha realizado una división entre el mercado secundario y el mercado primario. La finalidad es entender qué tipo de empresas operan en cada uno de estos sectores, analizar su evolución desde el punto de vista económico, y su contribución al mercado del arte español.

1.3 OBJETIVOS

A la hora de plantear el trabajo, las preguntas que me han surgido están relacionadas con la situación en la que se encuentra el mercado del arte en España actualmente y qué se podría hacer para mejorarlo. Para ello hay que analizar los circuitos y explicar la función de cada uno de los agentes que conforman el proceso. Los objetivos principales, además de analizar y describir el sector artístico en España desde la perspectiva económica, son:

- Intentar determinar la relevancia del sector artístico en la economía del país.
- Determinar cómo y en qué medida influyen las galerías de arte, casas de subastas, las ferias y el Estado en el mercado de arte español a través del volumen de compras y ventas realizadas en las últimas dos décadas.
- Definir las políticas culturales que influyen en el desarrollo del mercado del arte en España e intentar comprender qué medidas se podrían implementar para actualizar y mejorar estas políticas.
- Analizar la influencia del Estado en la gestión del mercado del arte en España y su repercusión en la economía del país a través del análisis del gasto de la Administración Pública en el sector cultural/artístico.

2. MERCADO DE ARTE EN ESPAÑA

2.1 ESPAÑA COMO MERCADO DE ARTE SECUNDARIO

La vertiente económica del arte estudia el proceso de compra y venta de las obras que realizan los artistas. Esta disciplina surge en Estados Unidos de la mano de los economistas William Bowen y William Baumol en el año 1966 en un estudio en el que explican la situación de las artes escénicas a raíz del aumento de gastos en detrimento del descenso de los beneficios que experimenta este sector.

Actualmente la Economía del Arte es un área especializada dentro de las ciencias económicas y se encuentra en constante expansión contando con numerosas asociaciones encargadas de analizar el impacto económico del comercio de arte o de estudiar las regulaciones necesarias en ámbitos tanto públicos o privados de cara a compras y ventas de obras de arte.

Para que la economía del arte se desarrolle de forma propicia es muy importante disponer de una buena oferta cultural. En cuanto a los sectores que se encargan de ofertar la cultura, encontramos el sector público y el sector privado. Por un lado, la oferta artística puede estar relacionada con el patrimonio histórico del país y por otro lado puede venir dada directamente de la mano del propio artista, generada como obra artística (pintura, escultura, joya, película, libro, etc).

La multiplicidad de la producción artística ha generado un clima de necesidad en tanto en cuanto a la aparición de un mercado de arte bien estructurado y acomodado a la sociedad actual y a sus necesidades de consumo. Podríamos establecer por lo tanto que el mercado del arte no se conforma como tal hasta que no aparece la figura del intermediario. Llega un momento en el que el artista se independiza de su mecenas comenzando a trabajar satisfaciendo el gusto de un mercado que desconoce. Este mercado, ahora muy influido por economistas y publicitarios, contará también con una legislación específica y unas condiciones transparentes muy beneficiosas para las operaciones económicas de índole artística y culturales que llevarán a cabo las futuras ferias, casas de subastas o galerías que comenzarán a surgir a partir de ahora.

El mercado en sí es la estructura que se crea mediante la totalidad de acuerdos establecidos entre compradores y vendedores de obras. Esta estructura se complica precisamente por la peculiaridad que tiene la pieza debido a su carácter de unicidad y a su valor añadido dependiendo del tipo de obra.

El mercado de arte se divide en mercado primario y mercado secundario. El mercado primario abarca los agentes que conectan con el producto artístico y que tienen un contacto directo con el propio artista, como los marchantes de arte o las galerías, mientras que el mercado secundario abarca aquellos agentes que trabajan de manera indirecta con el artista mediante la compraventa indirecta de las obras. Esos agentes pueden ser las casas de subastas o ciertas galerías de arte.

El mercado de arte tiene sus propias maneras de definir el precio y modificarlo a través de la demanda. La demanda fluctuará en función de la notoriedad del artista, en función de si es un artista emergente, si ya ha fallecido, o sencillamente de la burbuja especulativa.

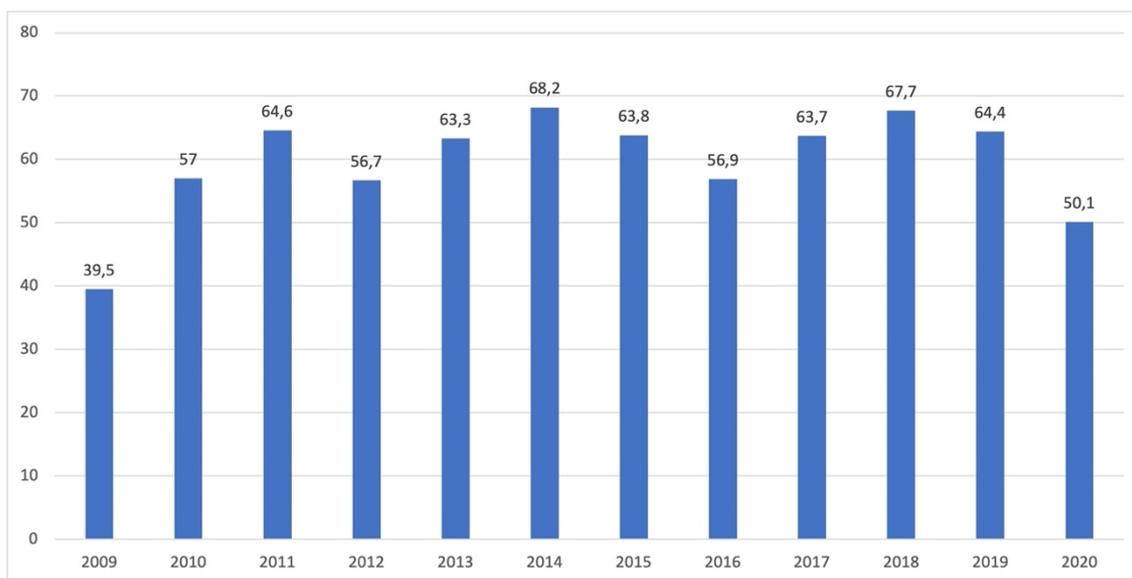
Es a principios del siglo XXI cuando comienza a desarrollarse el mercado del arte en España. Éste tenía sus propias peculiaridades y contaba con una situación inestable que lo alejaba y lo diferenciaba bastante de los demás países europeos como Italia, Francia, Grecia o Alemania, cuyos coleccionistas sí que apuestan por la inversión en tiempos de crisis, a diferencia del coleccionista español que apuesta por una política mucho más austera.

En las últimas dos décadas, el mercado del arte ha llegado a alcanzar cifras record. A nivel internacional, durante la primera década del siglo XXI, el mercado del arte ha experimentado un gran crecimiento basado en unas ventas que se duplicaron en cuatro años, ya que en el año 2002 se facturaron más de 22,2 billones de euros, superando así el récord anual de 43,3 billones de euros en 2006 (McAndrew, 2008).

No obstante, la crisis económica también se hizo patente en este sector, si en el año 2016 el volumen de ventas superaba los 40 billones, en 2009 el índice había vuelto a descender por debajo de los 39 billones y es en el año 2010 cuando da comienzo su recuperación, con un volumen ya superior a los 55 billones, hasta el año 2014 cuando se alcanza el índice más alto, 68, 2 billones, seguido de unos años de altibajos económicos.

Hasta el año 2019 los números experimentan algunos descensos, pero es en 2020 cuando el mercado vuelve a experimentar una considerable caída coincidiendo con la pandemia mundial, el cierre de galerías de arte, casas de subastas, etc. (Véase Fig.1)

Fig.1. Ventas totales en el mercado mundial del arte (2009-2020). Fuente: An Art Basel & UBS Report (2021)



El denominador común en estas ventas es la emblemática casa de subastas Sotheby's, que en el año 2007 alcanza un volumen de ventas de 5,330 millones de dólares (Cinco Días, 2008). El mercado español ha duplicado su tamaño en los últimos años, pero aun así supone una cuota inferior al 2% de las ventas de la Unión Europea. (McAndrew, 2017). Esto se debe a que por norma general hay poca demanda en cuanto a los objetos artísticos y la mayoría de las obras de arte acaban saliendo al extranjero para acabar vendidas en casas de subastas internacionales influyendo de manera negativa en los precios del mercado nacional y reduciéndolos de manera significativa.

A pesar de estas aclaraciones, el mercado español es bastante dinámico y los comerciantes la Administración y los propios coleccionistas se han unido para protegerlo dando lugar a una normativa que regule la compraventa de objetos artísticos dentro del marco nacional, normativa con la que España no había contado hasta ahora y que ha hecho posible una mejoría muy notable a la hora de regular las condiciones de las importaciones y exportaciones a la hora de demostrar la legalidad de la obra de arte.

En España, el mercado surge unido a la evolución del conjunto del sistema del arte, especialmente del arte contemporáneo, y quizás dos momentos álgidos para su desarrollo fueron sin duda la apertura de la feria ARCO en el año 1982, la feria de arte contemporáneo más emblemática de nuestro país, enclave imprescindible a la hora de dar

a conocer nuevos artistas, lanzar tendencias, o asentar las bases de ese incipiente coleccionismo que se estaba fraguando.

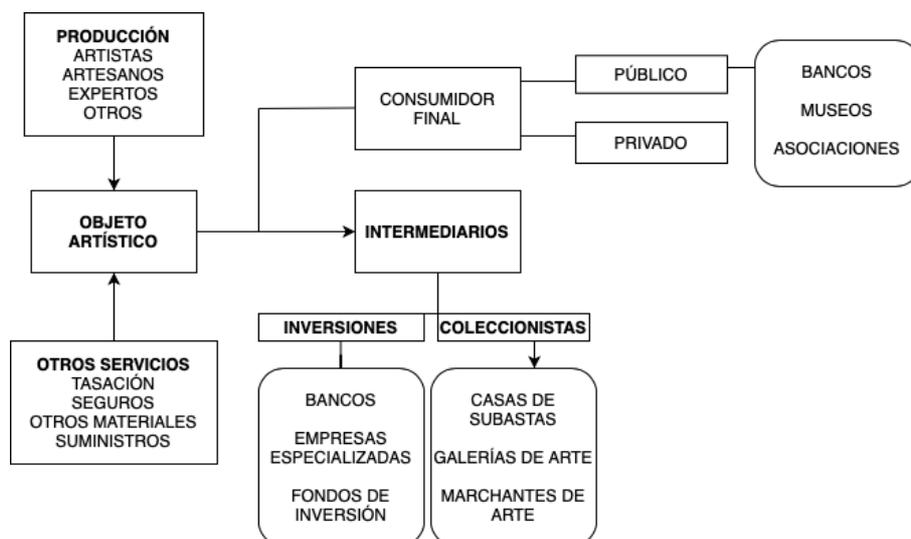
Por otro lado, otro acontecimiento muy importante fue la inauguración y apertura del Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, en el año 1990, cuya incesante labor de contextualización, conservación y difusión del arte contemporáneo, tanto internacional como nacional, abrió las puertas a las nuevas tendencias y vanguardias que se habían desarrollado tras la Segunda Guerra Mundial.

Los artistas más innovadores contaron con espacio para exponer sus obras y dar a conocer un renovado lenguaje plástico que a su vez influyó en los coleccionistas y en la apertura de numerosas casas de subastas que facilitaron a partir de la década de los años 50 y 60 una integración social del arte y su posterior difusión en el mercado.

Los tipos de bienes que se venden normalmente son propensos a revalorizaciones y a alcanzar precios muy elevados con tal a llegar a formar parte de colecciones privadas. Al convertirse en una buena opción para las empresas en cuanto a la inversión financiera, también surgen numerosas compañías dedicadas exclusivamente a la gestión financiera del capital de colección.

Para entender un poco cómo se organiza el mercado de bienes la figura 2 muestra un esquema en el que aparecen distribuidos los distintos agentes y su función dentro del mercado del arte.

Fig. 2. Funcionamiento del mercado del arte. (Fuente: elaboración propia)



Este pequeño esquema refleja los tipos de agentes que podemos encontrar en el mercado del arte y la forma en la que realizan su actividad comercial. En primer lugar, tenemos los denominados “agentes informales”, que son aquellos que no declaran la actividad económica que realizan, sino que lo hacen de forma encubierta. En segundo lugar, tenemos los “agentes formales”, un gran grupo que sí declara sus ventas y cuyos principales participantes son las galerías de arte y las casas de subastas.

2.2 MERCADO DE ARTE EN CIFRAS: CASAS DE SUBASTAS, LAS GALERÍAS Y FERIAS.

A la hora de analizar el mercado de arte en España es complicado encontrar cifras exactas, de ahí que tengamos que remitirnos a informes emitidos por entidades como La Caixa o Art Basel.

En muchas ocasiones estos informes cubren periodos muy limitados de tiempo, por lo tanto, restringen bastante la tarea de analizar el mercado en toda su amplitud. El peso de España en el mercado mundial del arte es relativamente pequeño respecto a los demás países y en el año 2016 representaba en torno a un 1% de la cuota del mercado mundial del arte, índice que no ha variado apenas hasta el año 2021.

No obstante, la participación de otros países sí que ha variado, mientras que Estados Unidos o Suiza avanzan, otros países como Francia o Italia se encuentran en retroceso. (Fig. 3 y Fig. 4)

Fig.3. Cuota del mercado mundial del arte por valor (2016). (Fuente: elaboración propia con datos extraídos de Arts Economics 2017)

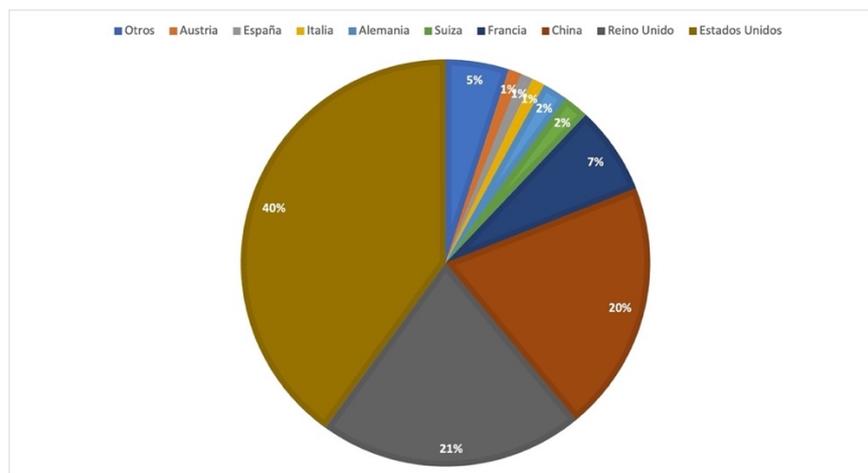
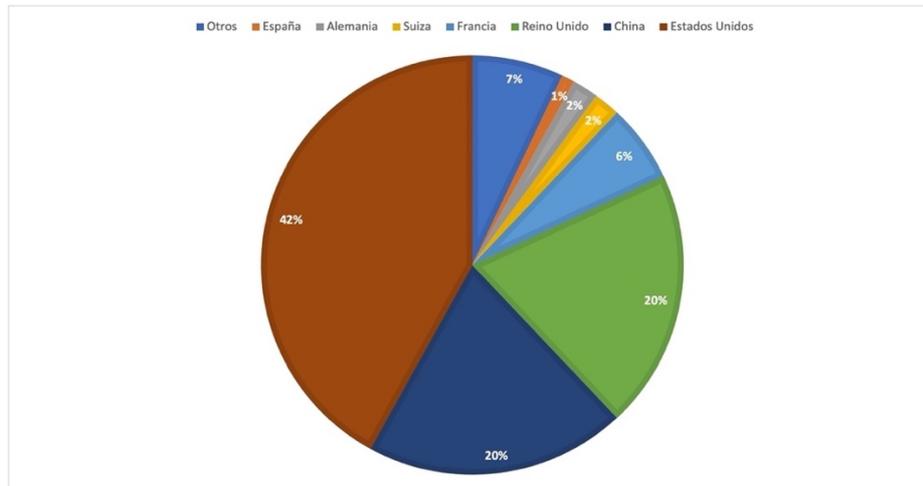


Fig.4. Cuota del mercado mundial del arte por valor (2020). (Fuente: elaboración propia con datos extraídos de An Art Basel & UBS Report 2021)



2.2.1 CASAS DE SUBASTAS

Las casas de subastas son los agentes que actualmente generan más de la mitad de volumen de venta en cuanto a objetos artísticos se refiere. Las casas de subastas funcionan de la siguiente manera, los objetos artísticos son cedidos por parte de los propietarios para que puedan ser vendidos. Estas piezas son tasadas, recibiendo un precio, y a través de una serie de pujas, son vendidas, la puja más alta, que recibe el nombre de *precio de martillo*, es la que marca la comisión a pagar por parte del propietario a la casa de subastas. Los precios siempre suelen publicarse en los catálogos de las casas de subastas, por lo tanto los beneficios económicos se conocen, todo lo contrario a las galerías de arte o a las ferias, cuyos datos económicos suelen ser privados, dificultando el análisis económico del mercado de arte.

Tal fue el éxito de las subastas relacionadas con el negocio del coleccionismo, que la primera casa de subastas, Spink, abre sus puertas en Londres en el año 1666, a ésta la siguieron algunas de las más carismáticas del mundo como Dorotheum en Viena, o Sotheby's y Christie's cuyas expansiones se hicieron patentes de manera inmediata mundialmente, desde París, Milán hasta Dubai y Hong Kong, etc. (Elizalde. L-Y, 2015).

No obstante, el comercio de arte a través de subastas llega a España bastante más tarde y de manera reducida, a través de número más bajo de obras de primer orden al mercado. La primera casa de subastas que abre sus puertas en Madrid será Durán en el año 1969.

Ésta terminará por dividirse en Durán y Fernando Durán y expandiéndose hasta llegar a quince filiales en el año 1983, ocho en Barcelona, cinco en Madrid, una en Olot y otra en Sevilla. Entre sus subastas más destacadas hasta las fechas encontramos joyas, manuscritos, libros y objetos de artes, de artistas tanto nacionales como internacionales muy reconocidos. (Piña. R, 2018)

Las siguientes que abrieron tuvieron una trayectoria muy corta consiguiendo sobrevivir Ansorena (1974) y Fernando Durán o la Sala Retiro fundada por Caja Madrid en el año 1992, todas ellas consiguiendo alcanzar un buen número de ventas en su día.

En España, en el año 2021 encontramos 128 casas de subastas registradas como tal, y la mayoría de ellas están situadas en las grandes urbes debido a la gran concentración demográfica e infraestructura necesaria para desarrollar su actividad. Sotheby's y Christie's también tienen sucursales abiertas aquí en España, pero no organizan subastas desde el año 2008. (Piña. R, 2018). En la Tabla 1 se recopilan algunas de las casas de subastas más relevantes de España que siguen trabajando en el año 2021.

Tabla 1. Principales casas de subastas en España. Fuente: elaboración propia con datos extraídos de las páginas oficiales de cada galería de arte.

NOMBRE	CIUDAD
Abalarte Subastas	Madrid
Alcalá Subastas	Madrid
Ansorena	Madrid
Anteo Subastas	San Sebastián
Arte Subastas Bilbao	Bilbao
Balclis Subastas	Barcelona
Bonanova Subastas	Barcelona
Born Subastas	Barcelona
Durán Subastas	Madrid
El Remate Subastas	Madrid
Euroart Subastas	Zaragoza-Barcelona
Fernando Durán	Madrid
Fígaro Subastas On-Line	Sevilla
Goya Subastas	Madrid
La Suite Subastas	Barcelona

Lamas Bolaño Subastas	Barcelona
Litografías. net	Barcelona
Medina Subastas	Cádiz
Novarita Subastas On-Line	Alicante
Quoniam Subastas On-line	Madrid
Sala Moyua Blancas	Bilbao
Sala Retiro	Madrid
Setdart	Barcelona
Soler y Llach	Barcelona
Subasta Real	Barcelona
Subastas Galileo	Madrid
Subastas Gran Vía de Bilbao	Bilbao
Subastas Segre	Madrid
Subastas Subarna	Barcelona

Tal y como afirma el informe emitido por La Caixa en el año 2017, las ventas realizadas por las casas de subastas alcanzarían un 20% del mercado del arte en España, mientras que de este porcentaje un 68% aproximadamente serían obras de arte pertenecientes a artistas españoles.

Hasta el año 2007 las ventas en el mercado de arte en España no fueron relativamente mal, no obstante, la crisis económica mermó la economía y se hizo patente de manera inmediata en los números hasta el año 2010 aproximadamente.

Durante estos años, las ventas descendieron un 45% aproximadamente en España en comparación con el 40% que experimentó el mercado internacional. La facturación aproximada de las galerías de arte en el año 2016 fue de unos 450.00 euros aproximadamente, con un incremento anual del 8%. (Mc. Andrew, 2017).

Es complejo valorar las tendencias del volumen de ventas en el mercado español ya que en las casas de subastas españolas, venden grandes cantidades de piezas artísticas de coleccionista cuyo precio varía durante un gran periodo de tiempo entre venta y venta sin seguir una tendencia clara, por lo tanto, los resultados son a la hora de establecer un análisis económico son impredecibles.

En el año 2016 se estimó que las casas de subastas vendieron aproximadamente 328.500 obras, con un aumento de un 11% en lo que a los dos años anteriores se refiere y un 1% como cuota de los 36.1 millones de obras que se han vendido a nivel mundial en el año 2016. (McAndrew, 2017)

Cabe destacar que de este volumen de ventas en el año 2016 un 5% se debe a las subastas realizadas por internet, un crecimiento sustancial desde el 2013 en el que se registró un índice de 1%. (McAndrew, 2017).

2.2.2 GALERÍAS

Por norma general el mercado español se caracteriza por unos precios más bajos en comparación con lo que predomina en el mercado global, especialmente si hablamos del mercado primario. A esto cabe mencionar que los récords de ventas que establecen las grandes casas de subastas o galerías internacionales ofrecen una imagen muy alterada de la realidad, no obstante, el precio de facturación por obra ha aumentado un 20% aproximadamente de 2014 a 2016 situándose en un precio medio de 5.500 euros de facturación por obra, por parte de las galerías españolas. (McAndrew, 2017)

Las galerías de arte funcionan como vínculo entre el artista y el mercado. Representa a sus artistas, tiene carácter comercial, y su objetivo es dar visibilidad a la obra de sus representados además de abrir las vías correspondientes para su comercialización. En estos enclaves los artistas gozan de promoción y además obtienen reconocimiento abriéndose hueco en el mercado a través del contacto con otras galerías tanto nacionales como internacionales que les abran las puertas a ferias de renombre.

Las galerías se rigen dentro de un mercado tremendamente versátil y flexible que ha ido evolucionando en función de las últimas tendencias y de la gestión de los agentes que rigen el mercado (marchantes, galeristas, art dealers, etc).

Existen dos tipos de galerías de arte, las *galerías primarias*, cuyos ingresos económicos proceden de la venta de obras de arte. Las comisiones pueden variar, pero el porcentaje suele ser universal y representa el 50% del precio de venta del objeto artístico. La promoción del artista eleva de forma sustancial la comisión, no obstante, el margen de beneficio es escaseo a pesar del incremento del precio.

Por otro lado, tenemos las *galerías secundarias*, cuyos ingresos se consiguen a raíz del margen de beneficios que se obtiene entre la compra y venta de obras. La comisión es

menor y se sitúa entre el 10 y el 20%, porque las galerías solo se encargan del proceso comercial pero los ingresos son mayores.

Las galerías de arte dominan el mercado en España con un 80% del valor de mercado en el año 2016, experimentando un 4% de crecimiento interanual desde el año 2009. (McAndre, 2017).

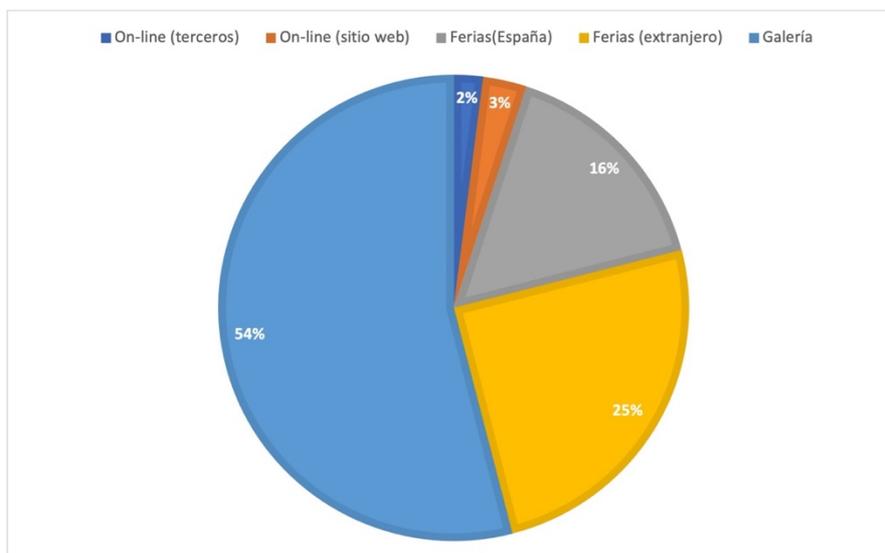
La Tabla 2 recoge un listado de 22 galerías de arte que más relevancia tienen dentro del sector ferial y que actualmente dominan el mercado de arte en España.

Tabla 2. Principales galerías de arte de España (2020). Fuente: elaboración propia con los datos extraídos de las páginas web oficiales de las galerías de arte.

NOMBRE	Nº ARTISTAS	NOMBRE	Nº ARTISTAS
ADN	24	Espai Tactel	17
Adora Calvo	18	Gema Llamazares	27
Alarcón Criado	16	Guillermina Caicoya	12
Ángeles Baños	16	Heinrich Ehrhardt	35
Angels Barcelona	21	Helga de Alvear	24
ATM	8	Horrach Moya	21
NF Galería	16	José de la Fuente	10
Carreras Mugica	22	Juana de Aizpuru	28
Casado Santapau	18	Maisterravalbuena	12
Elba Benítez	22	Marta Cervera	20
Espacio Mínimo	22	Max Estrella	23

A partir del año 2008 y la crisis económica, el entorno en el que se mueven las galerías de arte cambia, y comienzan a asentar una base virtual que cada vez tendrá más fuerza, estableciendo un nuevo tipo de difusión y venta online cada vez más popular. (Fig.5)

Fig.5. Ventas según el canal, de las galerías de arte españolas en el año 2016. (Fuente: elaboración propia con datos extraídos de Arts Economics)



Tal y como se puede observar en la Fig.6, en el año 2017, las galerías dedicadas a exponer y comerciar antigüedades o artes decorativas han quedado reducidas a un 3% mientras que las galerías dedicadas al arte moderno ocupan el segundo puesto con un 11% dejando paso al arte contemporáneo, con una cuota de 80 %, como sector en alza cada vez más popular y líder en ventas tanto nacionales como internacionales.

La mayor parte de las galerías de arte contemporáneo acogen artistas emergentes y son enclaves de nuevas tendencias que llegan desde el extranjero, apostando por talento joven e impulsando el panorama artístico español.

Actualmente hay unas 2.800 galerías registradas en España aproximadamente (Piña, R, 2009). Los grandes núcleos urbanos, como Valencia, Barcelona, Madrid son los enclaves que más galerías de arte concentran hasta alcanzar el 52% de la totalidad de galerías españolas. (Fig.7) Esto se debe no solamente a la concentración demográfica si no también a la disponibilidad de infraestructuras y al desarrollo económico que atrae a los artistas a desarrollar su actividad, pero también a la organización de ferias en las que participar.

Fig.6. Distribución de las galerías por sector 2017. (Fuente: elaboración propia con datos extraídos de Arts Economics)

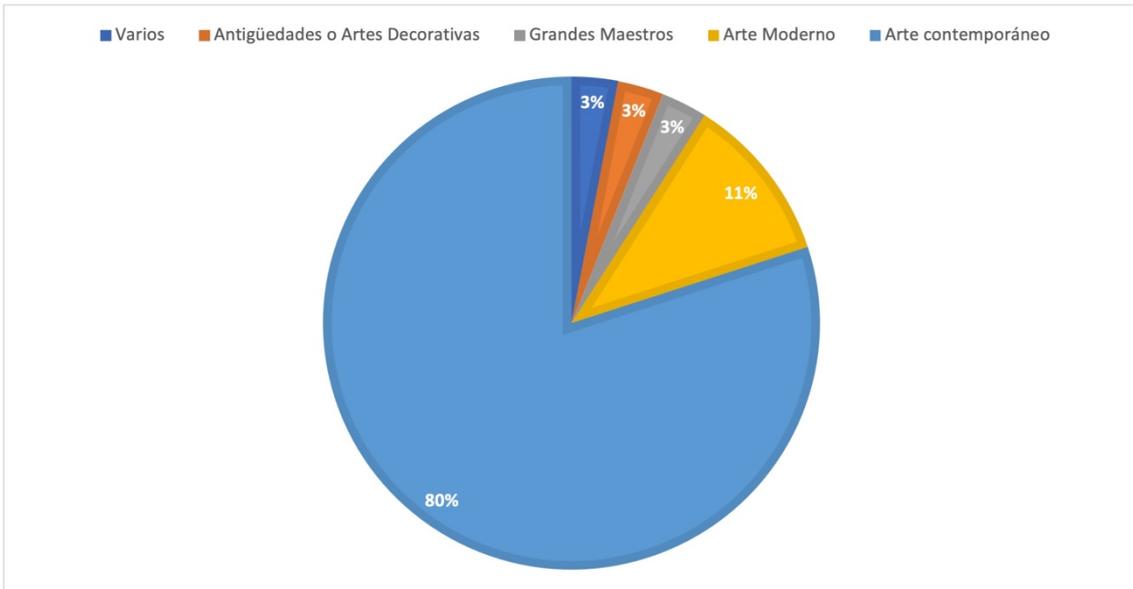
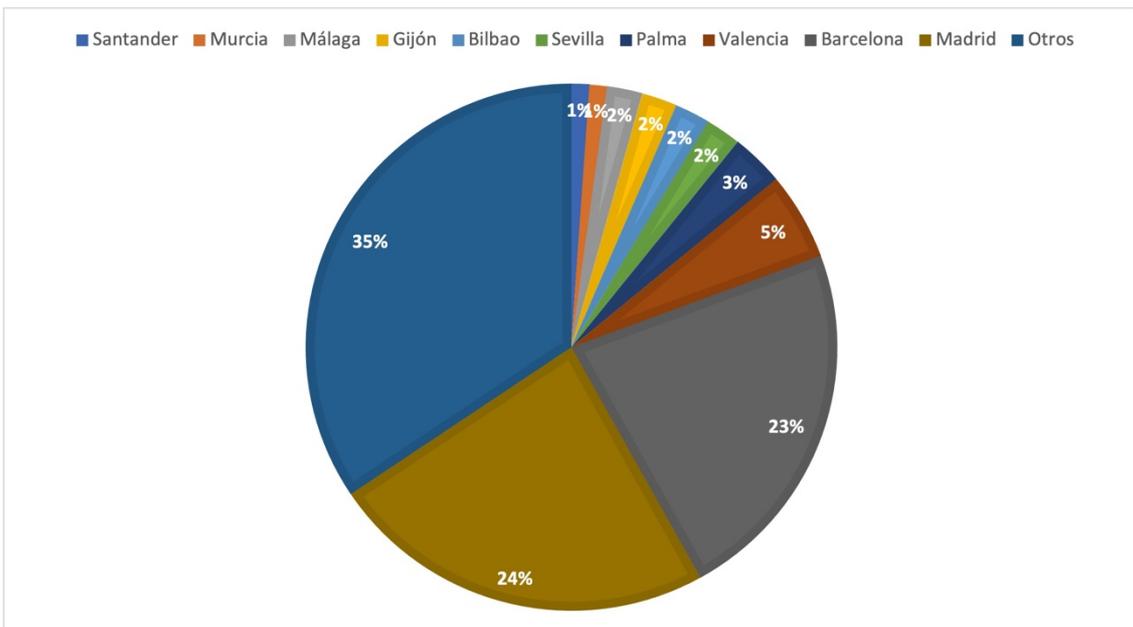


Fig.7. Ubicación de las principales galerías de arte de España. (Fuente: elaboración propia con datos extraídos de Arts Economics).



Según el informe sectorial del año 2017 publicado por la Fundación Bancaria “La Caixa”, las galerías de arte fueron el principal agente impulsor del mercado del arte, consiguiendo facturar aproximadamente 310.000.000 euros durante el ejercicio económico del año 2016. Cabe destacar que la mayor parte de las ventas se produjeron a nivel nacional.

No obstante, llama la atención, que, aunque pueden parecer cifras muy elevadas, si nos paramos a analizar estos valores y compararlos a una escala global, la perspectiva cambia.

En la Fig.8 aparece reflejado el valor medio y volumen de ventas en el mercado español de las galerías nacionales. En el año 2007 el valor medio de ventas superaba los 400.000 euros, y aunque el volumen de ventas parecía mantenerse en el año 2008 el valor medio sufría un descenso considerable a causa de la incipiente crisis económica que mermaba la economía española y que afectaba de lleno el sector de la cultura y de las artes.

Entre 2009 y 2011, periodo de plena crisis económica, las ventas alcanzan cifras un 50% más bajas que en el año 2007. A partir de 2012 comienza cierta recuperación, pero con numerosos altibajos. Por otra parte, el volumen de ventas que comienza a caer a partir de 2008, situándose en torno a 100 unidades vendidas a lo largo del año, vuelve a caer en 2014 a la cifra de 70 unidades recuperándose ligeramente en el año 2016 con el valor 75.

Estos cambios pueden indicar un aumento de un 20% aproximadamente en el precio medio, desde el año 2014 a 2016. (McGraw,2017).

En el año 2016 es cuando las galerías de arte parecen haber alcanzado otra vez un valor medio superior a los 350.000 euros, no obstante, el volumen de ventas es muy inferior a lo que venía siendo común en años anteriores lo que indica un aumento de precios de los objetos artísticos pero un descenso considerable en el número de ventas.

Fig.8. Valor medio y volumen de ventas en el mercado español de galerías de arte. (Fuente: Arts Economics 2017)



Los precios que manejan las galerías nacionales son relativamente bajos, en la mayoría de los casos inferiores a los 5.000 euros. Según el informe presentado por la Fundación

Bancaria “La Caixa”, la rentabilidad de las galerías españolas radica en un 86% en las obras cuyo rango de precios oscila entre los 1000 y 50.000 euros mientras que solamente un 14% superan los 50.000 euros.

Para concluir, aunque parezca que el arte contemporáneo es el sector artístico que más obras vende, los grandes maestros son los que actualmente venden de manera más constante y con precios mucho más elevados, tal y como se puede ver en la Fig.9.

Fig.9. Precios medios y medianos en el sector de las galerías de arte en España en el año 2016. (Fuente: Arts Economics).



Cabe destacar, y esta es una cuestión bastante polémica, que un gran número de galerías de arte en España, han optado por no apostar por la internacionalización, debido al elevado coste que este proceso requiere. Alrededor de un 25% de las galerías españolas colaboran en ferias de arte internacionales, pero no de forma tan activa ni potente como otras galerías extranjeras.

Por otro lado, las galerías españolas intentando precisamente sobrellevar la falta de presencia en el mercado extranjero, comienzan a añadir en su nómina a un porcentaje mucho más alto de artistas extranjeros. En el año 2018, un informe realizado por *Arteinformado* en el que se han seleccionado once galerías españolas (*Travesía Cuatro, Elba Benítez, Parra&Romero, Juana de Aizpuru, Maisterravalbuena, Helga de Alvear, Elvira González, ProjecteSD, Nogueras Blanchard, Espaivisor y Luis Adelantado*), recoge lo más destacado del panorama español en cuanto a presencia internacional,

intentando aportar datos respecto a la nómina de artistas que manejan actualmente y qué porcentajes de artistas españoles/extranjeros, manejan actualmente.

Estos datos ayudan a responder a cuestiones importantes relacionadas con el factor competitividad. ¿Pueden las galerías españolas ser igual de competitivas que las extranjeras sin participar de forma tan activa en las ferias de arte internacionales, llevando una nómina de artistas mayoritariamente nacionales?

La Tabla 3, recoge los datos referentes a las galerías españolas más destacadas y el número de artistas que tienen cada una en nómina, para intentar entender cómo ha evolucionado la representación del artista español dentro del mercado nacional.

En el año 2018 estas once galerías acumulaban un total de 212 artistas de los cuales 68 eran españoles y 144 extranjeros, representando así un 68% aproximadamente de la nómina total de las galerías. En cuanto a las exposiciones individuales realizadas, un 31% pertenecen a artistas que no están en la nómina propia de la galería como representados y además la mayoría de los artistas que expusieron son extranjeros.

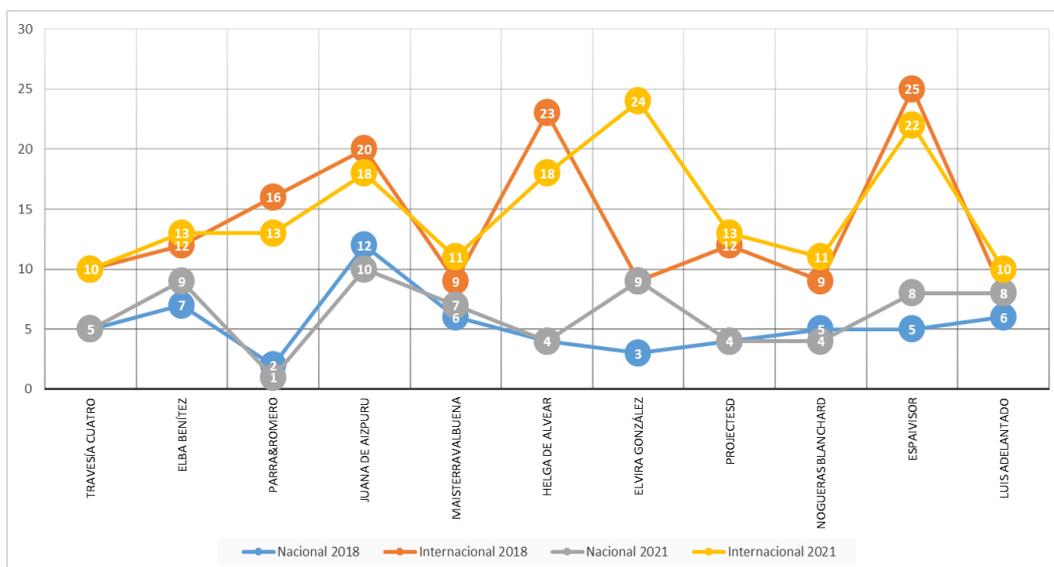
A través de la Fig. 10, se observa que todas las galerías españolas tienen en su nómina más artistas internacionales que nacionales, además, se aprecia que las tres galerías más relevantes desde el punto de vista del volumen de artistas que gestionan, *Juana de Aizpuru* (32), *Espaivisor* (25) y *Helga de Alvear* (27), son también las que más artistas extranjeros representan.

Espaivisor es la galería que más porcentaje de artistas extranjeros representa en relación con el cómputo total, hasta un 16% seguida de Helga de Alvear con 15% y por último la galería sevillana Juana de Aizpuru con un 13%, que a pesar de ser la galería con más artistas en nómina, también es la que más intenta apostar por el talento nacional.

Tabla 3. Principales galerías de arte de España en 2021. Elaboración propia con datos extraídos de las páginas web oficiales de cada galería de arte.

GALERÍA	REPRESENTACIÓN NACIONAL (2018)	REPRESENTACIÓN INTERNACIONAL (2018)	REPRESENTACIÓN NACIONAL (2021)	REPRESENTACIÓN INTERNACIONAL (2021)
TRAVESÍA CUATRO	5	10	5	10
ELBA BENÍTEZ	7	12	9	13
PARRA&ROMERO	2	16	1	13
JUANA DE AIZPURU	12	20	10	18
MAISTERRAVA LBUENA	6	9	7	11
HELGA DE ALVEAR	4	23	4	18
ELVIRA GONZÁLEZ	3	9	9	24
PROJECTESD	4	12	4	13
NOGUERAS BLANCHARD	5	9	4	11
ESPAIVISOR	5	25	8	22
LUIS ADELANTADO	6	8	8	10

Fig 10. Número de artistas nacionales e internacionales en nómina de las principales galerías de arte españolas. Fuente: datos recogidos en las páginas web de cada galería.



En el año 2021 los porcentajes parecen haber cambiado ligeramente, no obstante, las galerías siguen apostando por acoger a los artistas extranjeros. Actualmente Elvira González es la galería que más artistas extranjeros acoge en nómina, seguida de Espaivisor y Juana de Aizpuru, las mismas que desde 2018 vienen apostando por más talento extranjero para poder seguir en el mercado internacional. Elvira González es una galería que en los últimos años ha evolucionado de forma positiva a la hora de albergar artistas nacionales, pero también ha incrementado el número de artistas internacionales que representa.

Puede parecer contradictorio, pero muchos artistas españoles prefieren vender su obra en galerías extranjeras, antes que quedarse en España

Si a todo esto sumamos el aumento del IVA, desde un 8%, que se aplicaba hasta el año 2012 a la venta de obra de artistas a las galerías hasta el 21% que se aplicó hasta el año 2017, España cuenta con una gran desventaja en comparación con otros países como Francia (5,5%) o Alemania (7%), que han rebajado de manera muy significativa sus impuestos precisamente para incrementar la presencia de sus galerías en las ferias nacionales.

Los primeros años, tras la creación de ARCO, España optó por bajar sus impuestos, impulsando así la creación del mercado de arte, sin embargo, al no contar con una tradición coleccionista tan sólida como otros países europeos, de ahí que los coleccionistas españoles no inviertan tanto en objetos artísticos y las galerías en sí tengan un volumen de ventas muy inferior en comparación con el mercado extranjero.

Actualmente el futuro de las galerías es bastante incierto, y es que, a través de la venta directa, artista-cliente, que se establece a través del estudio del artista, práctica cada vez más convencional, el IVA aplicable es del 10%, lo que supone una gran ventaja, tanto para coleccionistas como para los propios artistas, que no tienen que depender de la figura del intermediario. (Real Decreto Ley 1/2014)

2.2.3 FERIAS

Las ferias de arte sin embargo suponen una radiografía del sector. Se han convertido en un férreo aliado del arte contemporáneo y se han multiplicado en los últimos años generando una red de comercio en la que las antigüedades cada vez han ido teniendo menos cabida. Estos canales de ventas pueden operar a través de los galeristas o subastadores, o a través de terceros o intermediarios que ofrecen servicios muy completos de asesoramiento a cerca del arte contemporáneo, tasación, tendencias, inversión, etc.

Actualmente más del 80% de las ferias tanto nacionales como internacionales, están enfocadas a mostrar y vender arte contemporáneo. Según *“El mercado español de arte en 2017”* publicado por La Caixa, el sector ferial en España supuso en su momento más de 40% de las ventas que realizaron las galerías en el año 2016, lo que representa un aumento de un 6% aproximadamente respecto al año 2014.

La razón de ser de este aumento podría darse principalmente por el creciente número de ferias de arte contemporáneo en España, pero también por la proliferación que se da a partir del año 2000 de ferias especializadas en bienes de colección relacionados con arte emergente, cinematografía o música, cuyo principal objetivo es posicionarse a nivel internacional y llegar a vender en el extranjero.

Las ventas realizadas por las galerías de arte en ferias han aumentado de forma considerable desde el año 2000 hasta llegar a superar un 40% de su volumen de ventas total en el año 2016. (McGraw, 2017). Las obras que vende son contemporáneas y la mayoría de las galerías que participan en la feria son internacionales.

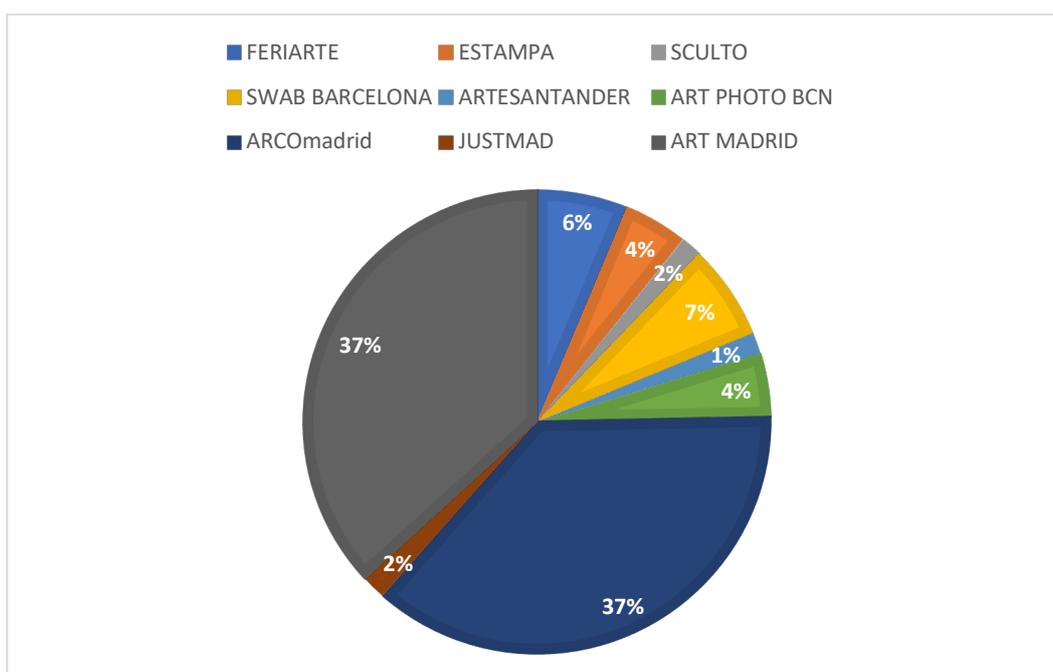
Llegados al año 2020 y debido a la pandemia, el número de ferias propuestas para este año se cancelaron. En las últimas dos décadas, las ferias de arte han adquirido una gran importancia, debido a los eventos que albergan y al sustento base que representa para la gran mayoría de galerías de arte en cuanto al volumen de ventas que realizan anualmente, tanto a nivel nacional como internacional.

Las ferias se han convertido en un punto determinante en la estructura y distribución geográfica del calendario anual para coleccionistas y compradores.

España acoge cada año alrededor de 15 ferias de arte, artesanía y cultura, actualmente, pero la más emblemática de todas ellas es sin lugar a dudas ARCO, un acontecimiento que acoge cada año en Madrid, uno de los circuitos de arte contemporáneo más relevantes tanto nacionales como internacionales.

A raíz de los datos recogidos en los últimos tres años referentes al número de visitantes que han recibido nueve de las ferias más relevantes de España he realizado un gráfico en el que figuran los porcentajes de forma que resulte más fácil al primer golpe de vista, entender qué ferias son las que más visitantes acaparan a nivel nacional. (Fig. 11)

Fig. 11. Número de visitas a las principales ferias de arte españolas entre 2019 y 2021.
(Fuente: elaboración propia a partir de datos proporcionados por las páginas web de cada feria y memorias anuales)



Feriarte y ARCO son las dos ferias que más visitantes reciben cada año. Estos dos emblemáticos acontecimientos, son los encargados de recibir cada año unos 100.000 visitantes de media, convirtiendo Madrid en el epicentro del arte contemporáneo en España. (Ver Tabla 4).

Tabla 4. Ferias de arte más importantes de España en 2018 y 2021 según tipo de representación. (Elaboración propia con datos extraídos de memorias anuales publicadas por las ferias o páginas web.)

NOMBRE	CIUDAD	TIPOLOGÍA	Nº EXPOSITORES	Nº VISITANTES
Feriarte	Madrid	Antigüedades	80 (2020)	17.000 (2020)
Estampa	Madrid	Contemporáneo	71 (2021)	12.000 (2021)
Sculto	Logroño	Contemporáneo	45 (2019)	4.000 (2019)
Swab Barcelona	Barcelona	Contemporáneo	78 (2020)	18.000 /año aprox
ArteSantander	Santander	Contemporáneo	42 (2019)	4.000 (2019)
Art Photo Bcn	Barcelona	Fotografía	27 (2020)	1.200 (2020)
ARCOmadrid	Madrid	Contemporáneo	209 (2020)	+100.000/año aprox
JustMad	Madrid	Contemporáneo	60 (2019)	4.500 (2019)
Art Madrid	Madrid	Contemporáneo	50 (2020)	100.000 aprox (2020)

Esta posición se debe también a la gestión y al haber sabido adaptarse a las nuevas tendencias y de cara a su posicionamiento en el mercado. Una de sus estrategias ha sido invitar a países latinoamericanos a participar en la feria e impulsando así la comunicación convirtiendo Madrid en receptáculo de nuevas tendencias y vanguardias artísticas y punto clave de encuentro de artistas, galeristas, mecenas y coleccionistas.

2.3 LA FERIA ARCO

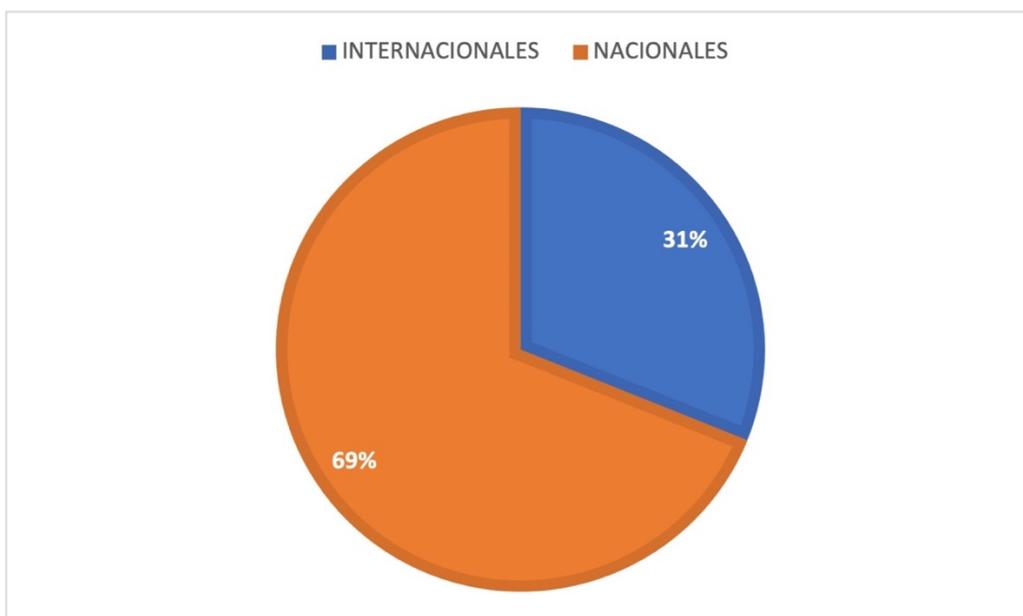
ARCO se inaugura en el año 1982 en el Palacio de Exposiciones del Paseo de la Castellana en Madrid y es organizada por IFEMA, la Institución Feria de Madrid, que a

su vez comienza a operar en la década de los 80 gobernada por la Comunidad de Madrid, la Cámara de Comercio e Industria de Madrid, el Ayuntamiento de Madrid y la Caja de Madrid. Su apertura respondió a una necesidad de renovación y un nuevo propósito de superación ante una coyuntura política, social y económica muy delicada después de 40 años de dictadura.

Al no disponer de una política de apertura, el acercamiento al arte contemporáneo internacional en España fue nulo, esto, sumado a muchas otras carencias en el ámbito cultural generó un retraso artístico y cultural importante en la sociedad de cara a las pautas internacionales imperantes a partir de los años 70.

En su primera edición participaron un total de 90 galerías de las cuales, 28 fueron extranjeras y 62 nacionales (Ver Fig.12), sumando un total de 364 artistas. (Seoane, 2016). Este primer encuentro se caracterizó por no asumir demasiados riesgos en cuanto a nuevas tendencias y vanguardias, si no que prefirió optar por los clásicos nacionales creando un espacio óptimo para el diálogo, la reflexión y un punto de encuentro entre críticos de arte, pensadores, artistas, coleccionistas y galeristas. Esta primera edición contó con un número muy competitivo de visitas, superando los 25.000 visitantes y sobrepasando las expectativas de sus organizadores. (Robles, 2011)

Fig.12. Galerías nacionales e internacionales participantes en ARCO en 1982. (Fuente: elaboración propia a partir de datos extraídos de El Cultural, 2016)

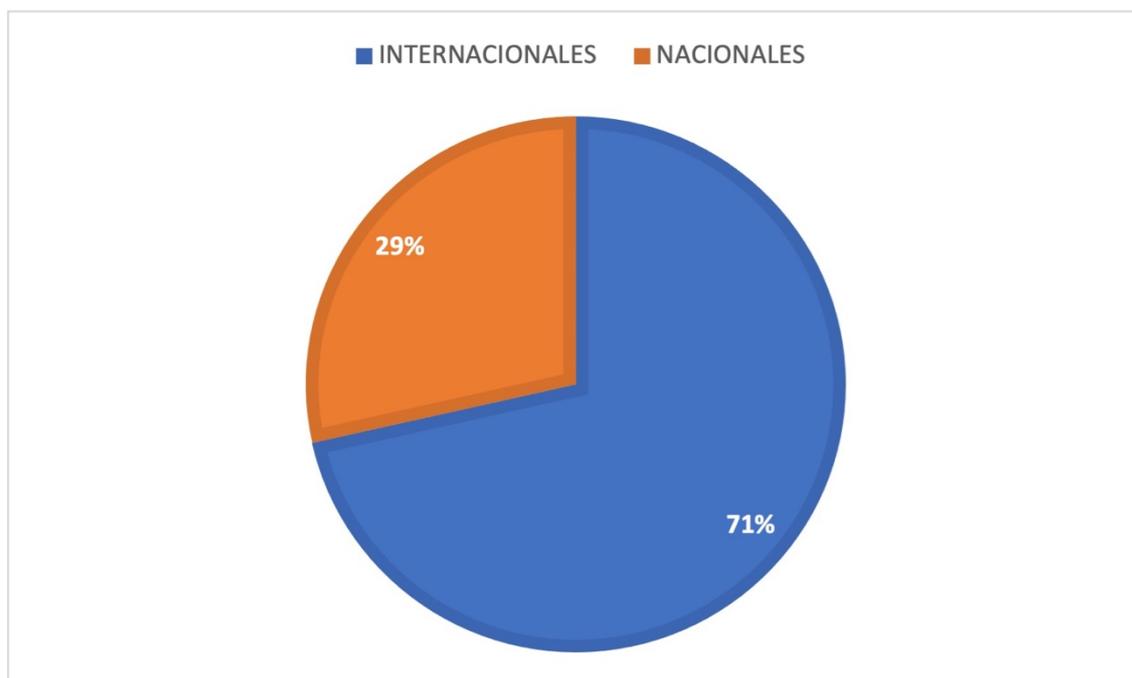


En la edición de 1990 participan un total de 218 galerías de arte contemporáneo, de las cuales 146 son extranjeras (66,97%) y solamente 72 son españolas (33,03%). En el año 2000 de las 258 galerías participantes, 101 eran españolas (39,15%) y 157 de ellas fueron extranjeras (60,85%). (Cabañas Bravo, 2000).

2007n fue el año en el que ARCO expuso un total de 298 galerías, el mayor número de empresas expositoras con el que había contado jamás. Esta cifra ha ido disminuyendo de manera considerable en los últimos años, no obstante, la feria siempre ha mantenido una participación superior a las 200 galerías anuales.

En el año 2016, de las 221 galerías participantes en ARCO, 158 eran internacionales y solamente 63 de ellas españolas (Fig.13).

Fig.13. Galerías nacionales e internacionales participantes en ARCO en 2016. (Elaboración propia con datos extraídos de la memoria anual de IFEMA, 2016)



Con una participación anual media de 211 galerías, de las cuales poco más de la mitad son internacionales, la feria cuenta con más de 100.000 visitantes cada año, tanto nacionales como extranjeros, convirtiéndose en la feria de arte más visitada del mundo. (Asensio, 2018).

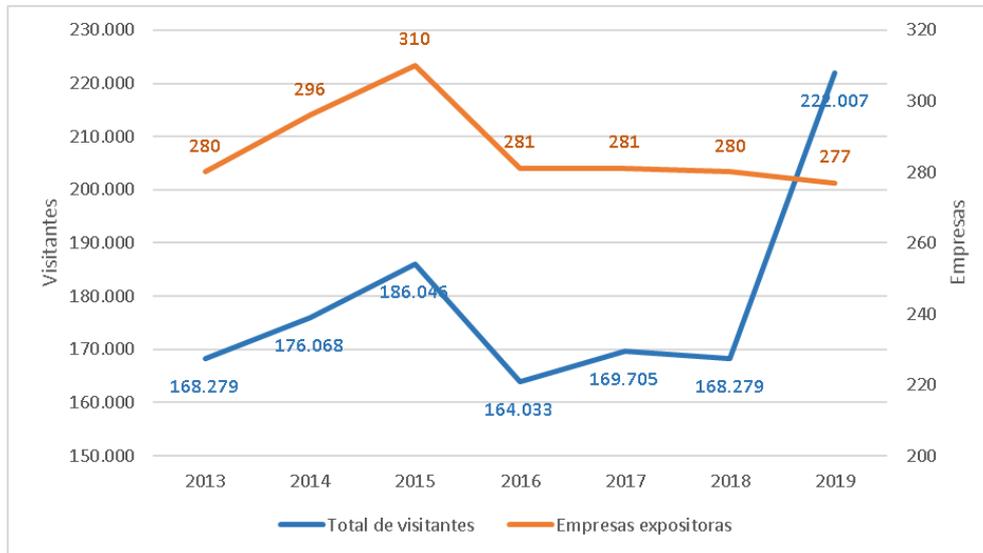
Las cifras de ARCO de los últimos años, recogidas de los anuarios de IFEMA en la Tabla 5 se refieren a la superficie expositiva de ARCO, el número de empresas expositoras que participan cada año, el total de visitas que recibe la feria y qué parte de esas visitas es constituida por profesionales. Los datos dejan ver el progresivo aumento de la superficie expositiva y la evolución de los expositores y visitantes.

Tabla 5. Datos ARCO (2013-2019). (Fuente: elaboración propia a partir de las Memorias Anuales IFEMA.

AÑO	Superficie	Expositores	Visitas de profesionales	Total de visitantes	Visitantes/Expositor	Expositores / 100 m²
2013	17.346	280	9.023	168.279	601	1.614
2014	15.856	296	9.865	176.068	595	1.867
2015	17.093	310	11.298	186.046	600	1.814
2016	18.453	281	10.331	164.033	584	1.524
2017	18.292	281	10.320	169.705	604	1.536
2018	17.346	280	9.023	168.279	601	1.614
2019	19.665	277	x	222.007	801	1.409

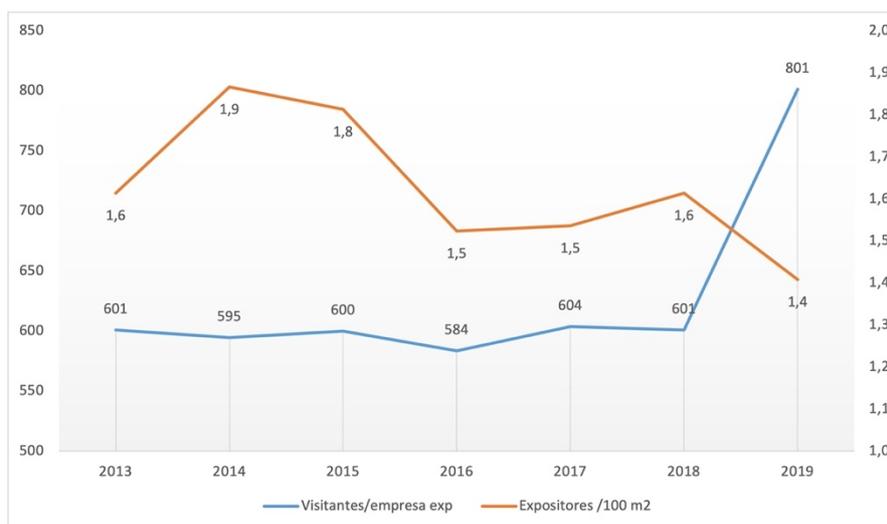
La Fig.14. muestra la evolución de los visitantes en azul (eje izquierdo) y de empresas en naranja (eje derecho), con claro crecimiento entre 2013 y 2015, estabilidad posterior gran aumento de visitantes en 2019 coincidiendo con la presencia de Perú en la feria que hizo que llegasen grandes coleccionistas de Latinoamérica, directores de museos norteamericanos u otros profesionales que establecieron contacto directo con los artistas participantes. (Sigüenza, 2019).

Fig.14. Evolución del número de visitantes por empresas expositoras y empresas expositoras por cada 100m² en la feria ARCO. (Fuente: elaboración propia con datos extraídos de las memorias anuales de IFEMA).



En la Fig.15 se analiza el número de visitantes por empresa expositora y las empresas expositoras por instaladas en ARCO por cada 100m². En el caso del nº de visitantes por empresa expositora (eje izquierdo del gráfico), las cifras no fluctúan demasiado entre los años 2013 y 2018, pero cabe destacar que en 2019 aumenta de forma considerable. Por otra parte, la ratio del nº de expositores por cada 100 m² (eje derecho) fue muy alta en 2014 y 2015, casi dos expositores en cada 100 m², pero ha ido bajando desde 2016, lo que supone que los espacios requeridos por los expositores cada vez son mayores.

Fig. 15. Visitantes por empresas expositoras y empresas expositoras por cada 100 m² (Fuente: elaboración con datos extraídos de las memorias anuales de IFEMA)



En un mercado cada vez más globalizado, en el que los grandes titanes como Art Basel (Basilea, Suiza), Armory Show (Nueva York), o FRIEZE Art Fair (Londres), parecen acaparar todo el mercado, asentados sobre unas bases económicas ya muy fundamentadas y conociendo perfectamente su posición en el ciclo ferial, ARCO, como producto ferial podría tener determinados problemas en el futuro a la hora de competir frente a la gestión de innovaciones, la cartera de coleccionistas, los artistas y en general el público que acaparan las ferias mencionadas anteriormente.

Si a esto le sumamos la presencia cada vez más reducida de artistas y galerías españolas en ARCO, añadimos una limitación de más a un mercado ya de por sí limitado por cuestiones fiscales y poca accesibilidad a coleccionistas internacionales y locales, acotando aún más las posibilidades de revigorizar el mercado del arte en España.

2.4 FERIAARTE

Desde el punto de vista del mercado de antigüedades, FERIAARTE es sin duda el evento más emblemático en España. Inaugurada en el año 1974 en el Palacio de Exposiciones de Madrid, y tras dos exposiciones “de prueba”, una de ellas celebrada en el Casón del Buen Retiro y la segunda en el Palacio de Cristal de la Casa de Campo, que sirvieron para consolidar esta feria como un evento determinante dentro del comercio de antigüedades de nuestro país, FERIAARTE se convirtió en una iniciativa muy beneficiosa para los anticuarios participantes. Su primera edición acogió a un total de 59 expositores mientras que, en la segunda edición el número aumentó a 105 pasando de ser una feria de carácter regional a nacional. (Fuente Polo, 2020)

A partir del año 1997 FERIAARTE da el paso hacia un proceso de internacionalización optando también por exponer arte contemporáneo, pero con la condición de que sean obras de cierto renombre y prestigio.

Uno de los objetivos principales de esta feria es animar a galeristas, coleccionistas y especialmente a los anticuarios a seguir con su labor de preservación y restauración del arte mientras promueven y difunden el patrimonio artístico español fortaleciendo nuestro mercado de cara al extranjero.

Desde el Minimalismo, Pop Art, arte tribal, Art Nouveau, Cubismo, hasta el arte precolombino o Art Decó, la feria cuenta con una amplia gama de objetos artísticos

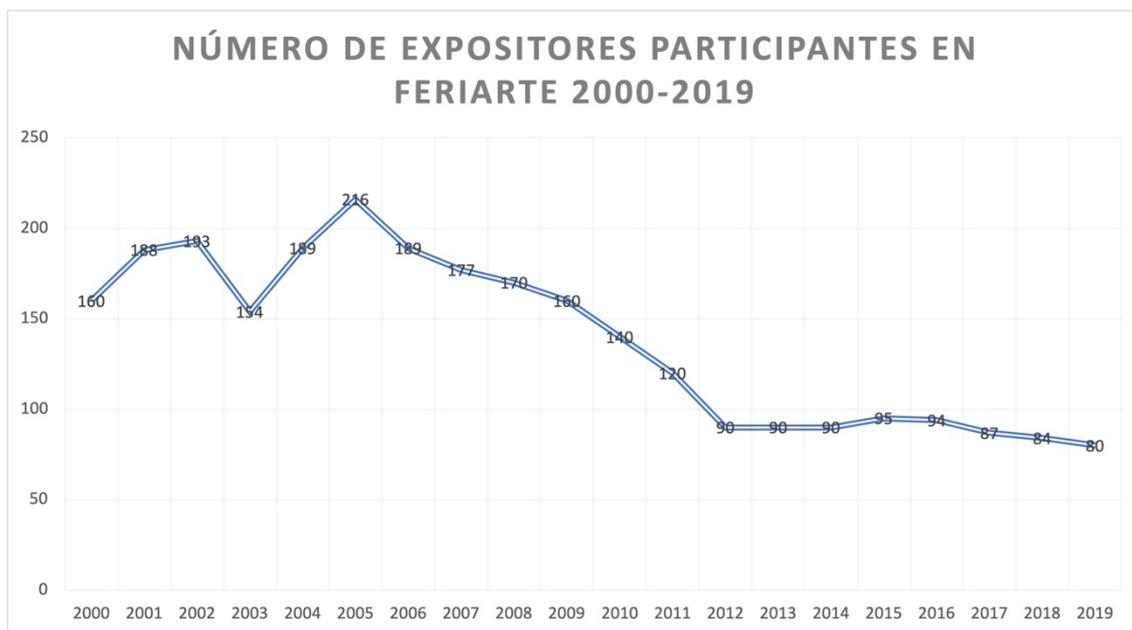
cuidadosamente seleccionados y examinados por comités de expertos que aseguran su autenticidad año tras año y realizan las tasaciones pertinentes.

Tabla 6. Evolución del número de expositores y número de piezas vendidas en FERIARTE (2000-2014). (Elaboración propia a partir de datos extraídos de las memorias publicadas por IFEMA)

AÑO	Nº EXPOSITORES	Nº PIEZAS VENDIDAS
2000	160	6.340
2001	188	6.657 (+5%)
2002	193	6.306
2003	154	6.317
2004	189	- De 4.000 aprox
2005	216	2.000-3.000 aprox
2006	189	1.000-2.000 aprox
2007	177	2.000 aprox
2008	170	2.000-3.000 aprox
2009	160	4.000
2010	140	4.000 aprox
2011	120	3.201
2012	90	3.000 aprox
2013	90	2.500-3.000 aprox
2014	90	2.712
2015	95	2.000-2.500 aprox
2016	94	2.113
2017	85-90	2.000-2.200 aprox
2018	84	2.000 aprox
2019	80	2.100
2020	Edición trasladada a 2021	

Se han recogido algunos de los datos referentes al número de expositores que han participado desde el año 2000 hasta 2014 en FERIARTE y el número aproximado de piezas que se han conseguido vender en cada edición. Los datos referentes a algunos años se han recogido con más facilidad gracias a un cuaderno de apuntes y documentación gráfica publicado por IFEMA en el año 2016 a modo de homenaje para el 40 aniversario de la feria, el resto de los datos referentes a ventas son aproximaciones en base a artículos y balances realizados una vez finalizada cada feria. (Fig.16)

Fig.16. Número de expositores participantes en FERIARTE entre 2000 y 2014. (Fuente: elaboración propia con datos extraídos de las memorias anuales de IFEMA).



Lo primero que llama la atención es que a pesar de que en el mercado de arte español la balanza se incline claramente hacia el arte contemporáneo, y así lo hemos hecho constatar en los apartados anteriores, FERIARTE, cuenta con un número muy superior de expositores en comparación con ARCO, por ejemplo, que sería su principal competidor en cuanto al otro gran sector del mercado.

Durante muchos años, la participación por parte de galeristas y anticuarios llegan a triplicarse frente a lo que veíamos en ARCO, dando lugar a uno de los encuentros más prolíficos de nuestro país en cuanto a promoción y difusión de arte antiguo.

Es cierto que la coyuntura económica en la que se ve envuelta España a partir del año 2007 se verá muy bien reflejada en la participación de los anticuarios en esta feria. El descenso del número de galerías participantes y el detrimento del mercado de antigüedades en sí, hará que a partir de 2013 el aproximadamente el 72% del mercado español esté formado exclusivamente por galerías de arte contemporáneo.

La demanda de antigüedades sigue decayendo a partir de 2007 debido al liderazgo absoluto del arte contemporáneo y a la influencia de un mercado cada vez más globalizado en el que las grandes ferias de arte contemporáneo van ganando fuerza

forzando a los galeristas españoles a dejar de lado el arte antiguo y optar por piezas que resulten más fáciles de vender.

Este último apunte es muy importante de tener en cuenta, y es que cuando se trata de arte antiguo, los coleccionistas exigen calidad, pero encontrar calidad, unicidad y autenticidad a la hora de buscar, encontrar y exhibir este tipo de piezas es cada vez más complicado, pues son operaciones que requieren mucho tiempo, y recursos económicos.

Por otro lado, este tipo de género parece haber encontrado otro tipo de mercados que se han especializado en comerciar con estos objetos, que ya de por sí han alcanzado una categoría de objeto de lujo. Este tipo de mercado está enfocado a un determinado tipo de coleccionista dispuesto a pagar un precio muy elevado, en determinadas ocasiones por piezas muy específicas extremadamente difíciles de conseguir.

El mercado de antigüedades en España cuenta con otro hándicap, y es la escasa tradición coleccionista, que además se concentra mayoritariamente en Barcelona y en Madrid, que a su vez son las dos zonas principales que concentran los mayores y más destacados anticuarios del País. Algunos expertos como María Dolores Jiménez achacan esta escasa tradición coleccionista a una situación económica y financiera débil o a la poca apreciación por la estética derivada de un entorno cultural inadecuado. (Fuente Polo, 2020)

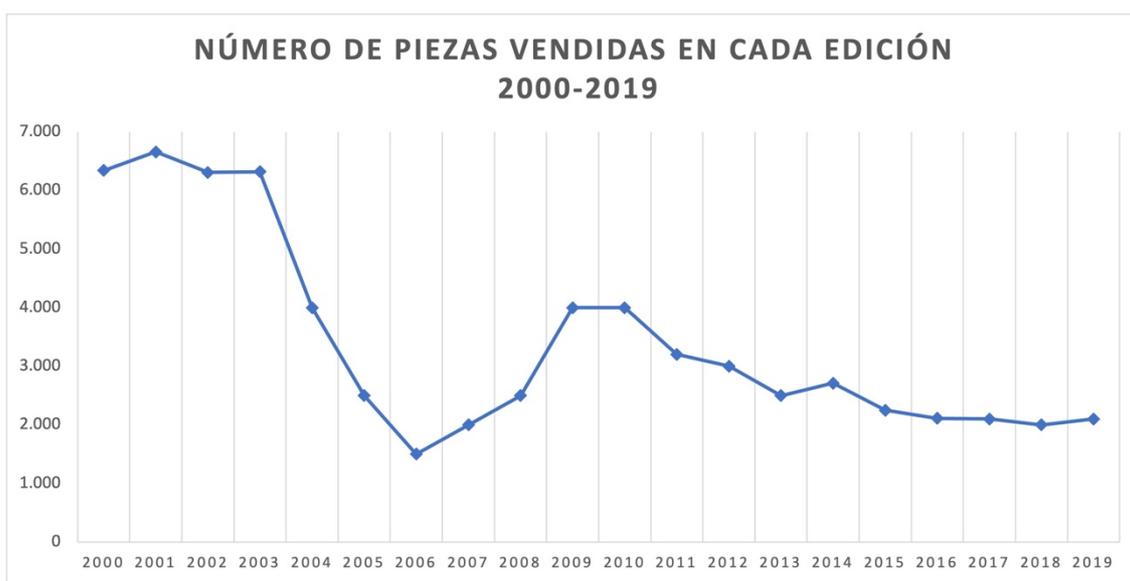
En definitiva, cuando la economía española parecía recuperarse, a partir del año 2013 aproximadamente, las galerías de arte ya habían tomado el camino de invertir en artistas contemporáneos dejando atrás las antigüedades y centrándose en el arte contemporáneo como una posible salida al mercado internacional. Entre los años 2013 y 2017 un 65% de los expositores que participaron en FERIARTE fueron anticuarios y solamente un 20% de ellos galeristas.

Es cierto que el perfil del nuevo coleccionista también ha cambiado, por lo tanto, esto ha influido también en los nuevos gustos de los compradores y las necesidades de los compradores, transformando definitivamente el concepto de coleccionismo.

Los jóvenes se van educando cada vez más en lo que a la compra de arte se refiere, y a la forma de invertir su dinero, por lo tanto, el perfil del coleccionista se ha visto bastante rejuvenecido, teniendo en cuenta que los jóvenes se inician cada vez antes en la compra del arte, aunque no sea a precios demasiado elevados.

En este aspecto FERIARTE está más enfocado a un público mucho más maduro, con más poder adquisitivo. A juzgar por la calidad de sus obras y los artistas que suele manejar normalmente en sus instalaciones (Joaquín Sorolla, Fragonard, David Teniers, Bartolomé Esteban Murillo, etc)

Fig.17. Volumen de ventas en FERIARTE entre 2000 y 2014. (Fuente: elaboración propia con datos extraídos de las memorias anuales de IFEMA).



Si analizamos el volumen de ventas, el año 2000 supuso un incremento considerable en las ventas que se llevaron a cabo en la feria, aumentando en un 3% respecto al año anterior. De las casi 6.400 transacciones, destacan las más de 1.000 pinturas vendidas y el incremento de las ventas de objetos decorativos y joyería.

En 2001 las ventas incrementan un 5% gracias a la llegada de anticuarios y galerías de Bélgica, Holanda, Italia o Inglaterra que trajeron consigo una excelente selección de pintura, muebles, litografías y grabado, exhibiendo así unas piezas cuidadosamente seleccionadas por los mejores expertos.

Hasta el año 2003 el volumen de ventas se mantiene más o menos estable, los estilos que más venden son el Art Nouveau y Art Decó y las piezas que más parecen interesar a los coleccionistas son pintura, joyas, arte religioso, porcelana y lámparas.

En el año 2004 la feria experimenta un descenso considerable en el número de ventas y visitantes debido a cambios en la economía nacional e internacional.

Esta tendencia se sigue manteniendo hasta el año 2007 cuando la feria se cambia de ubicación el recinto se traslada a unos nuevos pabellones creando unos nuevos recorridos para los visitantes y generando un nuevo interés de cara a su renovación.

A partir del año 2007 a pesar de la crisis económica, FERIARTE introduce un cambio muy importante que atrae a un gran número de público joven, la llamada Galería del Joven Coleccionista, una sección en la que los coleccionistas pueden optar a comprar piezas de valor inferior a 3.000 euros.

En 2009 y 2010 las ventas se mantienen a la par y a partir del año 2011 comienzan a descender una vez más hasta el año 2013 cuando vuelven a situarse por debajo de las 3.000 unidades. Las ventas siguen experimentando altibajos desde 2014 hasta 2019 coincidiendo también con la reducción de la participación de anticuarios y galerías.

Un análisis similar al de la feria ARCO, en el periodo 2013-2019, permite ver grandes diferencias entre una feria y otra. (Véase Tabla 7).

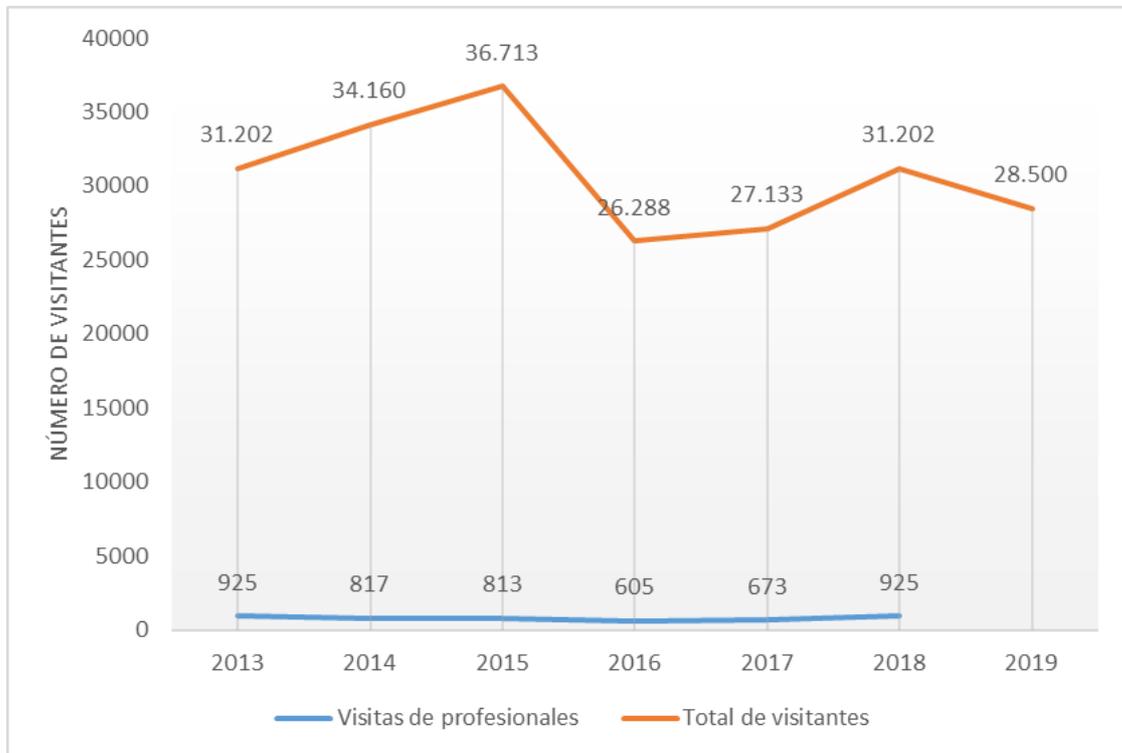
Tabla 7. Datos FERIARTE (2013-2019). (Fuente: elaboración propia con datos recogidos en las memorias publicadas anualmente por IFEMA.)

Año	Superficie	Expositores	Visitas profesionales	Total visitantes	Visitantes/expositores	Expositores/100m2
2013	4.214	76	925	31.202	411	1.804
2014	4.613	89	817	34.160	384	1.922
2015	4.532	93	813	36.713	395	2.052
2016	4.563	94	605	26.288	280	2.060
2017	4.175	84	673	27.133	323	2.012
2018	4.214	76	925	31.202	411	1.804
2019	3.750	73	x	28.500	390	1.947

A partir del año 2013 el número total de visitantes incrementa (véase Fig. 18) no obstante, tal y como se analizaba en la figura, el volumen de ventas experimentaba una bajada considerable a pesar del flujo abundante de visitantes. Este flujo se mantiene hasta el año 2016 cuando desciende hasta los 26.200 visitantes aproximadamente coincidiendo con el auge de las ferias de arte contemporáneo, el cambio en los gustos de los consumidores, la

aparición de un nuevo perfil de coleccionista más enfocado a la compra e inversión en arte contemporáneo, que a la adquisición de obras antiguas.

Fig. 18. Evolución del número total de visitantes y profesionales a FERIARTE. (Fuente: elaboración propia con datos extraídos de las memorias anuales de IFEMA).



El detalle de visitantes y empresas expositoras entre 2013 y 2019 a partir de las Memorias anuales de IFEMA, deja ver el aumento de ambas variables en los primeros años, hasta 2015, con una caída importante de empresas expositoras hasta 2019 y cierta recuperación de visitantes desde 2017. (Fig.18).

En la Fig.19. se observa el número de visitantes por empresa expositora y las empresas expositoras instaladas en FERIARTE por cada 100 m². En el caso del nº de visitantes por empresa expositora, hay un descenso importante hasta 2016 con recuperación posterior. Respecto a la ratio del nº de expositores por cada 100 m², se mantiene en torno a 2 durante los años analizados, muy diferente al caso de ARCO, pues en esta feria los espacios requeridos por los expositores son más pequeños.

Fig.19. Número de visitantes y empresas expositoras en FERIARTE, 2013-2019. (Fuente elaboración a raíz de datos extraídos de las memorias de IFEMA.)

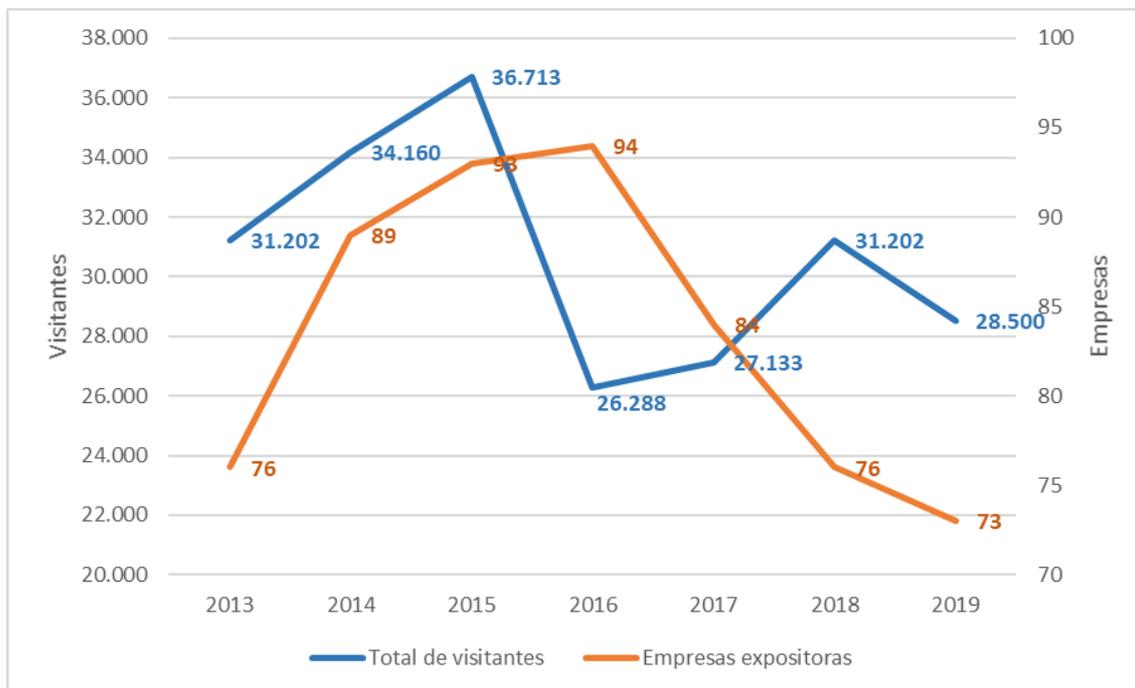
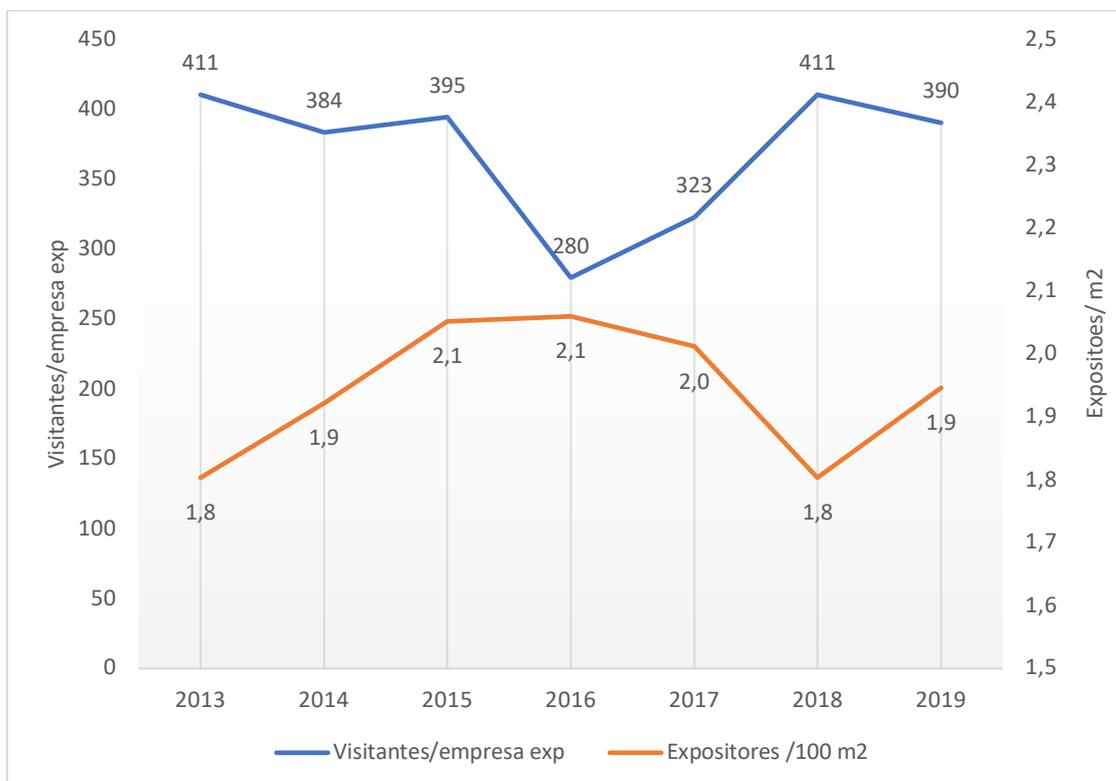


Fig.20. Visitantes por empresa expositora y expositores por cada 100m2 en FERIARTE, 2013-2019. (Fuente: elaboración con datos extraídos de las memorias anuales de IFEMA).



Cabe destacar también el incremento del número de galerías de arte contemporáneo en nuestro país, y la apertura de un número bastante elevado de ferias dedicadas al arte y artistas contemporáneos, debido al éxito que tiene este sector tanto nacional como internacionalmente.

La Galería del Joven Coleccionista tuvo mucho éxito y se vendieron obras de artistas de la talla de Antoni Tàpies, Jaume Plensa, Saura, Juan Muñoz, etc. (IFEMA, 2016)

Este evento comenzó a realizarse cada año, en un intento de acercar el arte antiguo a los jóvenes coleccionistas, despertando su interés a través de precios más asequibles y piezas de gran calidad cuidadosamente seleccionadas por los expertos.

3. MERCADO DE ARTE PRIMARIO EN ESPAÑA

Para poder entender el mercado del arte en España es importante comprender que las galerías de arte, uno de los agentes económicos más relevantes del sector, trabajan en un sistema dual formado tanto por un mercado secundario como por un mercado primario.

En el mercado primario, los artistas venden primero sus obras a coleccionistas, conectando de forma directa con los compradores o a través de intermediarios (galerías).

Las galerías pueden combinar ambos sistemas o pueden sencillamente optar por un solo sistema de ventas (reventa). En las instituciones de arte más relevantes, se opera dentro del mercado secundario, que es el que predomina en el comercio, alcanzando los precios más elevados para los objetos artísticos, sin embargo, en España, por el volumen de empresas que operan en el mercado primario, la mayoría de las galerías operan a través de ventas primarias.

Precisamente, por la forma de gestionar este tipo de ventas en las galerías, es muy difícil de medir las ventas que se realizan en los estudios de los artistas, y si a eso le sumamos que un gran porcentaje de artistas en España no mantiene una relación estable con una galería, eso dificulta aún más la tarea de contabilizar de manera eficiente la compraventa de objetos artísticos y su impacto en la economía.

El mercado primario también desempeña otro papel muy importante: asesorar. Muchas de las obras que se venden, pertenecen a artistas emergentes de los que no se tiene demasiada información todavía, por lo tanto, algunos coleccionistas se muestran reticentes a la hora de invertir en este tipo de obra por primera vez.

Es aquí cuando entra el juego la galería, no solamente como intermediario, sino también como asesor, garantizando cierta estabilidad en el mercado, y facilitando una fluidez y un aumento de la liquidez, garantizando que la obra se venda a un precio razonable o en ciertos casos, firmando incluso acuerdos en los que se aseguren que las obras, en los procesos de reventa, se harán a precios acordados por el artista, para no ser perjudicados después de cara a futuras subastas.

Los precios en el mercado primario suelen ser más bajos, puesto que desde que el artista vende su obra por primera vez a una galería, pasa un tiempo considerable hasta que éste adquiere la fama y el reconocimiento suficientes para que su obra se revalorice y aumente el precio. Con esto cabe añadir que la venta conlleva un mayor riesgo también a diferencia del mercado secundario, en el que el comprador cuenta con mucha más información acerca del artista y un catálogo de obras bastante más amplio, precios de referencia etc.

Sin embargo, en el mercado primario, la compra se realiza, por decirlo de alguna manera, a ciegas, y el intermediario ha de ser bastante cauteloso a la hora de apostar por artistas contemporáneos, que conllevan el riesgo de devaluarse en el futuro.

En los gráficos siguientes aparecen reflejadas galerías que operan en el mercado primario en ambos sectores, para poder comparar la evolución en cuanto al volumen de facturación y al volumen medio y mediano de ventas que han experimentado entre 2014 y 2016.

Aunque al primer golpe de vista parezca que los ingresos de las galerías del mercado secundario superan con creces los del mercado primario, lo importante es fijarse en la tasa de crecimiento anual. En el caso del mercado primario en el año 2016 la tasa de crecimiento aumentó un 23% frente al 3% del mercado primario, y un 50% entre 2014 y 2015 tal y como he mencionado anteriormente, frente al 18% de las galerías que operan en el mercado secundario. Estos porcentajes son más relevantes que el volumen de facturación en sí, ya que ofrecen una visión más global de la tendencia que tiene el mercado, y a las fluctuaciones que podría experimentar de cara a los años venideros. (Ver Fig. 20).

Si analizamos la Fig.20, es evidente que las galerías que trabajan en ambos mercados tienen un valor medio de ventas muy superior al que operan únicamente en el mercado primario, e incluso al que trabajan en el mercado secundario, en el que los precios son más altos.

Lo mismo ocurre en el caso del volumen de ventas (Fig.21). Es evidente que, en el mercado secundario, o en el caso de las galerías que opera en ambos sectores, se maneja un volumen de ventas mucho mayor que en las galerías que trabajan directamente con el artista. Sin embargo, si nos paramos a analizar el crecimiento del volumen medio y mediano de ventas en el mercado primario, observamos un crecimiento estable, durante los 3 años, lo que indica que, a pesar del volumen de facturación más bajo, debido a unos precios más reducidos por las características del propio mercado, se trata de un sector vigorizado en alza, que sigue en crecimiento.

En el caso de las galerías que operan en el mercado secundario, o de lo contrario, en ambos mercados, el volumen mediano experimenta un descenso, y se estanca pronosticando unas cifras cuotas bastante más reducidas para los años venideros.

Fig.21. Volumen medio y mediano de ventas de las galerías españolas entre 2014 y 2016. (Fuente: Arts Economics)

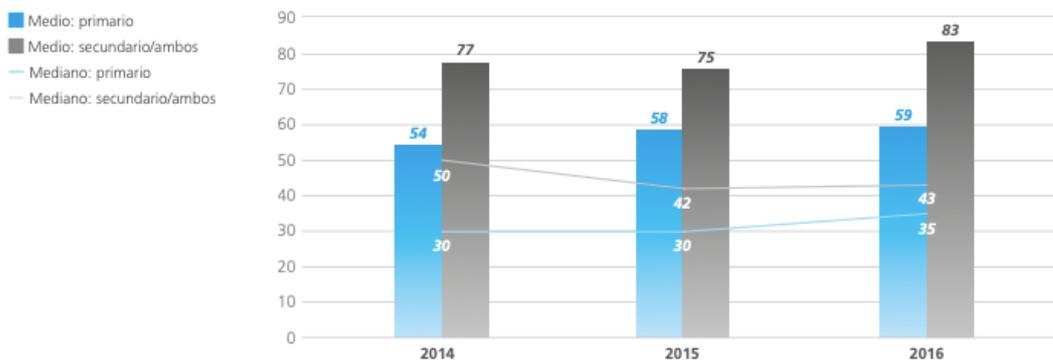
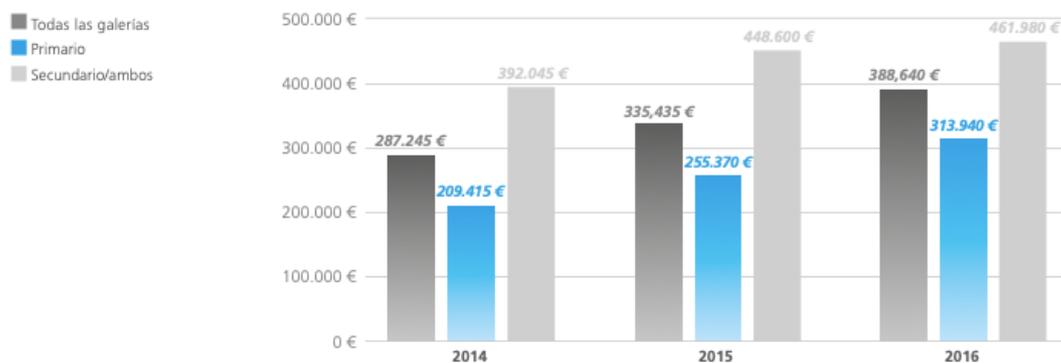


Fig. 22. Facturación media de las galerías de arte españolas entre 2014 y 2016. (Fuente: Arts Economics 2017)



En cuanto al tipo de ventas que más proliferan en el mercado primario, cabe destacar que las galerías que operan en este mercado representan a más artistas españoles que

extranjeros. En el año 2016, la nómina de las galerías del mercado primario se dividía entre un 60% de artistas nacionales y un 40% de artistas internacionales, mientras que el 67% de las ventas totales de las galerías procedieron de artistas españoles y un 33% de artistas extranjeros. (McAndrew, 2017).

No obstante, las galerías que operan tanto en el mercado primario como en el mercado secundario, a pesar de contar con un número aún menor de artistas extranjeros (15%) y un 85% de artistas españoles, al vender a precios más altos, la cuota de ventas para los artistas internacionales también se elevó bastante (52%). (McAndrew, 2017)

A pesar de un claro dominio artístico nacional del mercado primario, la presencia internacional es determinante para el funcionamiento de muchas galerías españolas. Debido a los estrechos lazos culturales que España tiene con Latinoamérica y Centroamérica, una gran cantidad de artistas representados en España proceden de países como Brasil, Argentina, México, etc.

El problema que plantea en muchas ocasiones la representación de artistas extranjeros no es solamente acceder a ellos, si no también mantener una relación estable dentro de un mercado tan cambiante y competitivo en el que galerías de todo el mundo se disputan a los mejores artistas.

Una de las problemáticas que surgen dentro del mercado primario y que más preocupación causa en muchos de los galeristas que trabajan en este sector, es el hecho de invertir en infraestructuras de lanzamiento, marketing, y preparación a la hora de descubrir y consagrar a sus artistas, para que después las galerías de alta gama se interesen por ellos y los escojan y sean representados por ellas. De esta manera cuando la carrera del artista despunta, el crecimiento se interrumpe y la galería se ve sometida a cierta presión financiera para hacer frente a los costes que en su momento fueron necesarios para lanzar la carrera del artista.

4. EL PAPEL DEL ESTADO EN EL MERCADO DEL ARTE ESPAÑOL

En las últimas dos décadas se ha percibido un mayor interés por parte de la sociedad, a nivel mundial, hacia la cultura y el arte, hecho que ha influido en la diversificación pero también polarización del mercado del arte.

A partir de finales del siglo XX, el mercado ha adquirido una dimensión internacional que obedece a muchos factores: globalización de la economía, expansión del sector artístico a través de apertura de galerías, casas de subastas, espacios expositivos o ferias o el avance de las nuevas tecnologías.

En este negocio confluyen muchos agentes que a veces entran en conflicto a la hora de conservar, difundir, exhibir o comercializar el patrimonio artístico. Es ahora cuando el derecho ejerce su función de garantizar que este tipo de acciones se produzcan de manera legal, creando una legislación que proteja y ayude a gestionar y regular los acuerdos, compras-ventas que condicionan el mercado del arte.

Además de analizar un poco el mercado primario y el mercado secundario, es interesante intentar comprender también el papel que juega el Estado y la Administración pública en la regulación del mercado del arte. En el caso de España, la gestión cultural se realiza a través de financiación mayoritariamente pública y los presupuestos públicos destinados al arte están enfocados principalmente al fomento del mecenazgo y coleccionismo.

Durante los años de prosperidad económica, el gasto en cultura incrementó, pero se revirtió a partir del año 2007 cuando comenzó la crisis económica. La recesión influyó de manera muy negativa en la cultura, no solamente por los recortes que las familias realizaron de cara al gasto en cultura, pero también por los recortes fiscales y el aumento del IVA cultural hasta el 21% en el año 2012 hasta el año 2017 cuando volvió a aprobarse una bajada al 10% coincidiendo con un momento de mejoría económica. (Michelena, 2018).

El mercado del arte mueve un gran volumen económico, pero está muy influenciado por las modas y tendencias, que influyen en la oferta y la demanda, además, no se conforma solamente de las casas de subastas, galerías o ferias, sino también de anticuarios, museos, o empresas del sector privado, cuyo interés más allá del coleccionismo, radica en la inversión. A partir del año 2007 el mercado del arte comienza a experimentar un auge debido a la gran cantidad de liquidez del sistema económico y por la apertura de fondos de inversión por parte de nuevas elites coleccionistas que emergen de zonas como Asia o Latinoamérica. (García Vega, 2007)

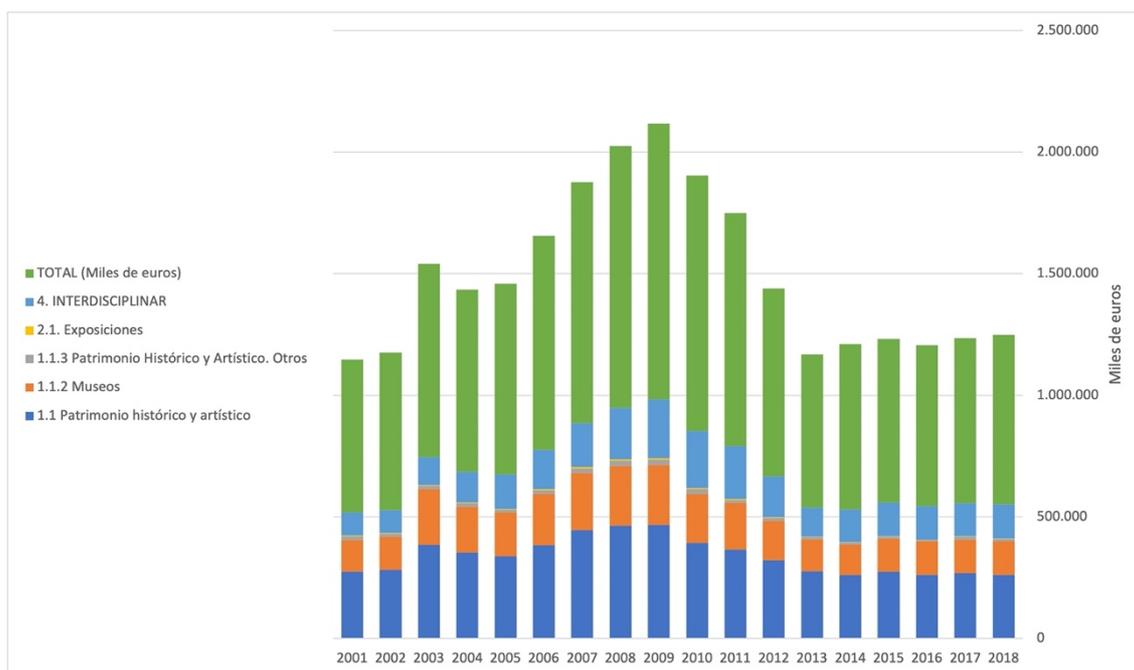
En España, aunque el mercado del arte no llega a generar los mismos números que encontramos en países como Gran Bretaña o Estados Unidos, el volumen de transacciones

relacionadas con los objetos artísticos es lo suficientemente importante como para requerir una legislación que regule el proceso de compraventa.

Para analizar el papel del Estado en el mercado del arte, cabe diferenciar la actuación de éste de cara al sector público desde un punto de vista institucional y por otro lado su intervención en el sector privado.

La inversión pública en arte experimentó muchos altibajos. En la primera década del siglo XXI las Administraciones Públicas incrementaron notablemente el gasto en cultura, especialmente entre el año 2006 y 2009 cuando el gasto total superaba los 2.000.000 de euros. (Véase Fig. 23). A partir del año 2010 el gasto desciende considerablemente hasta el año 2013 coincidiendo también con la reforma fiscal del año 2013. A partir de 2013, el gasto se ha mantenido más o menos constante con algún altibajo sin volver a superar las cifras anteriores a su caída en el año 2012.

Fig.23. Gasto liquidado en arte por la Administración General del Estado por destino del gasto. Fuente: elaboración propia con los datos facilitados por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte a través de CULTURABase.



En cuanto a las administraciones públicas, la gestión se regula por la legislación en vigor, la ley 16/1985 del Patrimonio histórico español y su Real Decreto 111/1986 de desarrollo parcial. Por otro lado, tenemos la Ley de Contratos del Estado y la Ley de Mecenazgo para la regulación del régimen fiscal y la Junta de Calificación, Valoración y Exportación

de Bienes del Patrimonio Histórico Español como agente clave en la intervención a la hora de adquirir piezas para las colecciones del Estado.

Las colecciones del Estado se completan con ayudas económicas recibidas también por la Unión Europea, especialmente a raíz de la proliferación de centros de arte contemporáneo en España a partir de la década de 1990. (Gilabert González, 2016)

Con la apertura de museos como el Guggenheim de Bilbao en 1997 y el gran éxito que tuvo debido a la relevancia que obtuvo en muy poco tiempo, otras ciudades como León (2005) o Avilés (2011), intentaron emular este modelo, abriendo sus propios centros de arte contemporáneo.

Los recortes en cultura mermaron la actividad de los museos, ya que un 75% de sus ingresos proceden directamente de la inversión pública. (Hernández, 2016) A su vez, los recortes han hecho que descienda considerablemente el poder adquisitivo de los museos, que sumado al precio cada vez más elevado de los objetos artísticos ha generado una disminución en la compra de obra y el gasto en ferias e influyendo de manera negativa en el estado general del mercado del arte.

Con la formación de la Unión Europea, y la introducción en el Tratado de Maastricht un apartado específico dedicado a la cultura, esta pasa a ser una competencia directa de la Comunidad Europea. (Barraca de Ramos, 2008)

España iniciará así un proceso de adaptación a la normativa vigente con el fin de poder regular las operaciones comerciales relacionadas con objetos artísticos. Según la legislación española, las obras de arte son bienes culturales por lo tanto forman parte del patrimonio nacional y se denominan Bienes de Interés Cultural (BIC).

En el ámbito fiscal estos bienes se enfrentan a determinados impuestos como el IRPF y el ISD. El IRPF se aprueba el 28 de noviembre de 2006 por Real Decreto y no se exige sobre rentas sujetas al Impuesto de Sucesiones y Donaciones. El ISD o Impuesto de Sucesiones y Donaciones, es recogido por la ley 29/1987 y es de naturaleza directa y subjetiva, gravando aumentos patrimoniales obtenidos a título lucrativo por personas físicas. (Núñez, 2020)

Al conseguir un objeto artístico, sea por herencia o sea mediante compra, la acción se considera una transacción por lo tanto se le aplicará uno de los dos impuestos.

La tenencia o compra de obras tiene algunos beneficios fiscales, pero también conlleva responsabilidades y obligaciones. Las obligaciones están más bien enfocadas hacia coleccionistas que poseen obras con más de cien años de antigüedad y que suelen ser heredadas, ya que se consideran Bienes de Interés Cultural. Esto se debe a una legislación enfocada especialmente al mantenimiento del patrimonio dentro del territorio nacional, generando un hermetismo que a su vez influye de manera negativa en el mercado español situándolo en desventaja frente a otros países que se han alzado en las últimas dos décadas como grandes potencias en el mercado del arte (China, Estados Unidos, Gran Bretaña).

La tenencia de grandes obras de arte supone un problema para los dueños de las piezas debido a la ley de protección de bienes culturales. Por otro lado, cabe añadir que la capacidad económica de los clientes españoles es menor en comparación con el poder adquisitivo de los coleccionistas americanos, árabes o rusos, por lo tanto, vender este tipo de piezas dentro de España para que se queden dentro del país, se convierte en una tarea muy complicada. La mayoría de las piezas de este calibre, con más de cien años de antigüedad, se acaban subastando fuera en subastas como Christie's o Sotheby's y terminan en las fortunas de grandes coleccionistas procedentes de Emiratos Árabes, China, Rusia o Estados Unidos.

Por otro lado, cabe añadir que, para sacar una obra de arte del país, se tiene que declarar primero ante la Administración Pública, que por su parte puede comprar la obra reservando así el llamado derecho de tanteo. El derecho de tanteo faculta al Estado a comprar de manera preferentemente el BIC en cuestión en caso de que el teniente decida venderlo.

En España se demanda por parte de los coleccionistas, galeristas o casas de subastas una política de adquisiciones de obra de arte más parecida a la que actualmente está en vigor en Gran Bretaña o Estados Unidos.

La Ley de Mecenazgo en España, es un tópico recurrente a la hora de comparar la situación fiscal de España con la de otros países vecinos. El mecenazgo como concepto, surge en el año 1985 a través de la Ley 16/1985 del Patrimonio Histórico Español, que en su momento incluyó algunas ventajas fiscales de cara a según qué tipo de donaciones.

Esta ley se mantuvo vigente hasta el año 2002 cuando se aprueba la Ley 49/2002 de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo (BOE, 2014). Esta última se ha quedado obsoleta tanto para coleccionistas,

como para fundaciones que requieren una revisión y una reforma urgente de cara a la ampliación de las ventajas fiscales, con el fin de promover y dinamizar el mercado del arte en España.

La ley de Mecenazgo vigente en España actualmente ofrece una serie de beneficios fiscales a las personas físicas y jurídicas que concedan apoyo económico a entidades culturales a través de unos porcentajes deductibles muy reducidos. (Blázquez Lidoy, 2015).

Casi siempre se tiende a comparar el modelo español con el modelo francés o americano. En Estados Unidos, un 80% del presupuesto con el que cuentan las instituciones culturales procede de las empresas y de los ciudadanos, generando un sector cultural muy poco dependiente de la Administración Pública. (Michelena, 2018).

Reino Unido por otro lado, ofrece una política muy beneficiosa de cara a la promoción de la participación directa de ciudadano en el ámbito cultural, dejando a su libre elección los proyectos que quiere financiar y fomentando así una participación muy activa de la población en la gestión cultural del país.

En el año 2017 el gobierno español impulsó la reforma de la Ley de Mecenazgo promoviendo una serie de propuestas muy concretas y basadas en el modelo que siguen en Francia. Las medidas se basan en ampliar las ventajas fiscales de los coleccionistas y mecenas, incrementando la deducción del 75% al 100% sobre el IRPF sobre los primeros 150€ de gastos realizados en concepto de donación, promoviendo así el micromecenazgo.

En cuanto a las galerías de arte, otro sector muy afectado por esta ley, se aplicaría una nueva deducción del 25% y del 20% de los gastos que estén relacionados con su participación en las ferias de arte. (Michelena, 2018).

5. CONCLUSIONES

Delimitar el mercado del arte es una tarea muy complicada y otorgarle un enfoque puramente económico no siempre ha sido fácil, debido precisamente a la naturaleza de los objetos artísticos.

La necesidad manifiesta de los ciudadanos de consumir cultura genera una oferta y una demanda muy específica que a su vez requiere de unas actividades económicas y de producción relacionadas con la producción, distribución y promoción del arte.

A través de este análisis se ha intentado analizar el estado actual de las galerías de arte, las subastas y las ferias de arte en España en función de variables como el número de artistas representados, procedencia, volumen de ventas, o participación en las ferias más emblemáticas del país. Cabe señalar que, a pesar de la incesante labor de estas entidades de renovarse y mantener su presencia en el panorama internacional, el mercado de arte español es todavía muy hermético, sin llegar a abrirse del todo al extranjero.

Tras contextualizar el mercado del arte a nivel global, se ha intentado llevar a cabo un análisis más pormenorizado del mercado primario y mercado secundario. En España, aunque el mercado secundario maneja un volumen más alto de dinero, ventas, obras y artistas, es menos dinámico que el mercado primario, que, a pesar de sus cifras, mantiene un crecimiento interanual constante.

Si a esto le sumamos la escasa tradición coleccionista que existe en España, el resultado es la salida de obras muy importantes del país para ser vendidas en el exterior por las grandes casas de subastas extranjeras, mermando aún más el mercado del arte nacional. Este fenómeno influye de manera determinante en la polarización del mercado internacional y su establecimiento en zonas como China o Estados Unidos. Muchas de las obras que salen de España, terminan vendiéndose a coleccionistas con gran poder adquisitivo procedentes de estas zonas.

Otra problemática es la deficiencia en el ámbito filantrópico promovida por los intereses económicos de empresas y particulares, hecho que a su vez afecta negativamente a las arcas de las instituciones culturales, al depender única y exclusivamente del dinero público generando así un mercado deficitario que más allá de contribuir al desarrollo cultural del país, supone un gasto público que en muchas ocasiones no genera rendimiento alguno.

Al disponer de una cantidad de datos tan limitada y ante la negativa de las distintas entidades (ferias, galerías), a la hora de colaborar y facilitar datos, realizar un análisis de la tendencia actual del mercado es sumamente complicado.

El mercado del arte no es solamente un sector más de la economía del país, si no que influye directamente en el desarrollo social y cultural de la población, de ahí que disponer de unos agentes reguladores y políticas culturales que fomenten y faciliten la labor de galerías de arte, casas de subastas o ferias en el mercado del arte sea muy importante de cara a la dinamización de la industria cultural y artística del país.

En base a los datos analizados en este trabajo, se ha determinado que el mercado de arte español es bastante débil y muy poco competitivo a nivel internacional. A esto se suma que muchos artistas de renombre prefieran trabajar para galerías extranjeras optando así al mercado internacional.

La coyuntura económica del país en la última década incidió en el descenso de la demanda de arte y cultura, generando un mercado deficitario en el que la actividad económica relacionada con el arte está muy debilitada y focalizada a unos núcleos muy específicos (Madrid, Barcelona, Valencia o Bilbao).

Queda patente la necesidad de fomentar el mercado del arte a través de políticas que otorguen cierta ventaja a los coleccionistas y mecenas, promover la filantropía educando a los ciudadanos en el ámbito cultural e insistiendo en la necesidad de conservar y mantener en el país la riqueza artística que proporcionan los artistas nacionales, de cara no solamente al mercado del arte y a la dimensión económica que adquiere, si no también para favorecer el desarrollo cultural y artístico en España.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Barraca de Ramos Pilar (2008). El mercado del arte y la política de adquisición de colecciones públicas. *La inversión de Bienes de colección*.
- BOE. (2014). Ley 49/2002, de 23 de diciembre de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo.
- Díaz, Carolina (2017). La gestión de las galerías de arte. Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, AECID. Madrid.
- Fuente Polo, Paula María (2020). Análisis del sector ferial en el mercado del arte español: caso de estudio FERIARTE. Dossier: Estudios sobre el Mercado del Arte, Presente y Futuro en un contexto crítico.
- García, Javier (2020). El Mercado del Arte y la Política de Adquisición de colecciones públicas. *La Albolafia: Revista de Humanidades y cultura*.
- González, Alicia (2009). “Comportamiento de compra de bienes de colección”. Un modelo basado en las actitudes y heterogeneidad del mercado. Madrid.
- Ibáñez Pérez, Marta (2018). El contexto profesional y económico del artista en España. Resiliencia ante nuevos paradigmas del mercado del arte.
- McAndrew, Clare (2012). El mercado del arte en España en 2012. Mesa redonda de análisis del mercado del arte en España.
- McAndrew, Clare (2014). Cuadernos Arte y Mecenazgo. El Mercado español del arte en 2014. Fundación Arte y Mecenazgo. Barcelona.
- McAndrew, Clare (2017). Cuadernos Arte y Mecenazgo. El Mercado español del arte en 2017. Fundación Bancaria “La Caixa”. Barcelona
- McAndrew, Clare (2021). An Art Basel & UBS Report.

-Michelena Asensio, Ana (2018). El Mercado del Arte en España y el rol del Estado como Dinamizador del Mercado. Madrid.

-Núñez, Felipe Ángeles (2020). El Mercado del Arte, negocio y Fiscalidad. La Albolafia: Revista de Humanidades y Cultura. Dossier: Estudios sobre el Mercado del Arte, Presente y Futuro en un contexto crítico.

-Ruano, María Antonia (2018). La economía y el mercado del arte en España en las dos primeras décadas del siglo XXI.

-Suárez de Cepeda, Paloma Villareal (2020). En torno a la Idea de Mercado del Arte. La Albolafia: Revista de Humanidades y Cultura.

-Unzueta, Sara (2002). El mercado del arte. *Boletín económico del ICE*. Número 2747.

7. RECURSOS WEB

-Ministerio del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. <https://www.culturaydeporte.gob.es/cultura/patrimonio/informacion-general/gestion-en-el-ministerio/junta-de-calificacion-valoracion-y-exportacion.html> [Último acceso: junio, 2021]

-IFEMA. Feria de Arte y Antigüedades, 40 años de feria. https://www.ifema.es/web/ferias/feriarte/2016/feriarte_40_html/files/assets/common/downloads/publication.pdf [Último acceso: julio, 2021]

-IFEMA. ARCOMadrid. <https://www.ifema.es/arco-madrid> [Último acceso: julio, 2021]

-CULTURABase.

<http://estadisticas.mecd.gob.es/CulturaDynPx/culturabase/index.htm?type=pcaxis&path=/t3/p3/a2005/&file=pcaxis> [Último acceso: julio, 2021]

-Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado. <https://www.boe.es> [Último acceso: junio, 2021]

-Memorias IFEMA. <https://www.ifema.es/memoria-anual-> [Último acceso: julio, 2021]