



**Universitat de les  
Illes Balears**

Facultad de Filosofía i Letras

**Memoria del Trabajo de Fin de Grado**

# La economía y el mercado del arte en España en las dos primeras décadas del siglo XXI

M<sup>a</sup> Antonia Ruano Piña

**Grado en Historia del Arte (plan 2009)**

Año académico 2017-2018

DNI del alumno: 43202684J

Trabajo tutelado por Magdalena Cerdà Garriga

Departament de Ciències Històriques i Teoria de les Arts

S'autoritza la Universitat a incloure aquest treball en el Repositori Institucional per a la seva consulta en accés obert i difusió en línia, amb finalitats exclusivament acadèmiques i d'investigació	Autor		Tutor	
	Sí	No	Sí	No
	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Palabras clave del trabajo:

Mercado, Economía, Arte, Agentes, Vendedores y Compradores.



# **La economía y el mercado del arte en España en las dos primeras décadas del siglo XXI**

## **RESUMEN**

El objetivo principal del trabajo es estudiar la relación entre la Economía y el Mercado del Arte en España en las dos primeras décadas del siglo XXI. A partir del análisis de las fuentes y la bibliografía sobre el tema se ha examinado la situación de este mercado y el papel de los agentes que lo conforman. Además estos han sido clasificados en vendedores y compradores. En el primer grupo se encuentran las galerías, las ferias de arte y las subastas y en el segundo, los coleccionistas y los museos.

**Palabras clave del trabajo:** Mercado, Economía, Arte, Agentes, Vendedores y Compradores.

## **ABSTRACT**

The main objective of the work is to study the relationship between the Economy and the Art Market in Spain in the first two decades of the 21<sup>st</sup> century. From the analysis of the sources and the bibliography on the subject, the situation of this market and the role of the agents that form it have been examined. These have also been classified into sellers and buyers. In the first group are galleries, art fairs and auctions and in the second, collectors and museums.

**Keywords:** Market, Economy, Art, Agents, Sellers and Buyers.

# Índice

<b>1. Presentación del tema y objetivos</b> .....	1
<b>2. Método de trabajo</b> .....	3
<b>3. Estado de la cuestión</b> .....	4
<b>4. Definición de conceptos: economía y mercado del arte</b> .....	8
<b>5. La economía y el mercado del arte en España en las dos primeras décadas del siglo XXI</b> .....	13
<b>5.1 Los principales agentes implicados en la economía y el mercado del arte y sus vías de actuación</b> .....	17
<b>A. Vendedores</b> .....	18
<b>B. Compradores</b> .....	27
<b>6. Conclusiones</b> .....	33
<b>7. Bibliografía y fuentes</b> .....	36
<b>7.1 Bibliografía</b> .....	36
<b>7.2 Webgrafía</b> .....	39
<b>8. Anexos</b> .....	41

## 1. Presentación del tema y objetivos

Con este trabajo se pretende comprender la dinámica y los mecanismos de la economía y del mercado del arte en el mundo actual. El estudio del tema se llevará a cabo analizando los circuitos que encontramos en estas realidades, sobre todo teniendo en cuenta los factores que hacen referencia a la difusión y a la venta de las obras de arte, por lo que trataremos de explicar cuáles son las funciones de los principales agentes implicados en todo este proceso.

Para tener un mayor conocimiento del mercado del arte es preciso tener en cuenta sus orígenes ya que, tal y como estudió Peter Burke, el mercado de arte surgió en el siglo XIV en Florencia gracias a la compra de obras ya finalizadas y, en varias ocasiones con la presencia de la figura del intermediario.<sup>1</sup> También es importante comprender su desarrollo, ya que este no se ha mantenido inmóvil en el tiempo y ha traído consigo diversos cambios. Uno de los principales a destacar en relación al contexto de este trabajo es que este mercado ha vivido un proceso de globalización desde el siglo XX, ya que antes de este proceso global estaba impulsado por los principales coleccionistas de Europa occidental y de Estados Unidos. En cambio, en la actualidad, cualquier persona interesada en el arte puede convertirse en coleccionista y además puede adquirir obras de artistas de todo el mundo. Así pues, podemos decir que el mercado del arte ha vivido una ampliación tanto geográfica como numérica, ya que se ha incrementado el número de compradores. Este hecho ha sido facilitado por Internet, la principal herramienta que ha permitido esta globalización, ya que esta plataforma ofrece un conocimiento muy amplio sobre obras de arte, artistas, galerías o subastas, entre otros, información que con anterioridad solo conocían los marchantes, coleccionistas o galeristas. Dicho lo anterior, podríamos afirmar que el mercado del arte ha sufrido un cambio tan considerable que ha llevado a una popularización del arte.

En segunda instancia, deseo subrayar que el mercado del arte siempre estará relacionado con la concepción económica del arte como producto, aspecto que se privilegiará en este trabajo. Es importante tener en cuenta que el arte ha demostrado su

---

<sup>1</sup> Burke, Peter (1995). *El Renacimiento italiano. Cultura y sociedad en Italia*. Madrid. Alianza Forma. p. 116.

capacidad de reajustarse dentro del mercado incluso cuando ha habido algún momento de inestabilidad económica. Todo esto hace pensar que la inversión en este tipo de piezas sea algo a tener en cuenta. Esta misma cuestión la trataremos de explicar a lo largo del trabajo.

Así pues, teniendo en cuenta que el campo de la economía y del mercado del arte son muy amplios, es necesario recalcar que en este trabajo se ha pretendido hacer un estudio del tema a partir de una delimitación tanto geográfica como cronológica. Así pues, nos centraremos en el territorio español y lo acotaremos en las dos primeras décadas del siglo XXI.<sup>2</sup> La decisión de establecer estos márgenes ha sido clave para el desarrollo del trabajo, teniendo en cuenta los límites de extensión y de tiempo que éste supone.

En cuanto al estudio de la economía y del mercado del arte en España en las dos primeras décadas del siglo XXI, se han tenido en cuenta las funciones y las principales vías de actuación de los agentes implicados en este mercado, como son los museos, las galerías, las ferias de arte, las subastas y los grandes coleccionistas. El análisis se llevará a cabo mediante una clasificación basada en la compra y en la venta de las obras de arte, por lo que la presentación de cada uno de estos agentes se articulará en función de su papel como comprador o vendedor. De este modo, con este trabajo pretendemos comprender los motivos que justifican la necesidad del estudio de este tipo de mercado para nuestra disciplina.

Como hipótesis central para este estudio podemos decir que el conocimiento de la economía y del mercado del arte puede permitirnos abarcar una nueva visión de la historia de arte y entender cómo se han ido generando nuevos estilos y por ende, nuevos gustos, los cuales han ido conformando lo que hoy llamamos Historia del Arte. Por lo tanto, con este trabajo se pretende adquirir información sobre otras perspectivas de la Historia del Arte. Más concretamente teniendo en cuenta la relación existente entre el arte y la economía.

Así pues, podemos encontrar algunos objetivos específicos que nos han permitido encaminar este trabajo:

- Conocer el arte desde una perspectiva mercantil
- Entender el valor económico de las obras de arte que mueven el mercado

---

<sup>2</sup> Como es obvio, en este trabajo quedarán algunos años sin analizar, ya que su presentación es en 2018.

- Saber cuál es el papel de los distintos agentes que intervienen en el mercado del arte.
- Analizar la función de los agentes vendedores dentro del mercado del arte.
- Conocer la rentabilidad de la inversión en arte por parte de los compradores.

## **2. Método de trabajo**

A continuación especificaremos el método utilizado para la realización de este trabajo, que consiste en una serie de pautas, las cuales han dado forma y contenido a este estudio. Es importante tener en cuenta que se ha usado el método tradicional que ha consistido en la búsqueda y el contraste de bibliografía específica sobre el objeto de estudio. Aunque el método utilizado sea, probablemente, el más común, se ha pretendido innovar en la elección de un tema que pretende demostrar la importancia que tiene esta vía económica dentro del estudio de la Historia del Arte del mundo actual.

El método de trabajo se compone de las siguientes fases:

- I. Vaciado de bibliografía específica en diversas bibliotecas (Facultad de Geografía e Historia de la UIB o biblioteca pública de Palma, Can Sales) y en línea, consultando los principales portales académicos (Dialnet, Europeana, ISOC- Arte, Google Académico o Google Books). Cabe destacar que estas fuentes se caracterizan por pertenecer a disciplinas diferentes como Economía, Marketing, Derecho y como es lógico, Arte, así como también aquellas derivadas de las instituciones que se encargan de la distribución y la difusión de este. Es precisamente en este punto donde se encuentra la mayor dificultad del trabajo, ya que he tenido que introducirme en un campo conceptual y terminológico específico y diferente al de la disciplina de la Historia del Arte, cosa que ha supuesto cierta complejidad para su comprensión.
- II. La consulta y lectura de toda esta documentación me ha permitido conocer las últimas investigaciones sobre el tema, base para la realización del estado de la cuestión así como también el desarrollo del cuerpo principal del trabajo.
- III. Las revisiones periódicas realizadas por parte de la tutora del trabajo han permitido una serie de mejoras tanto en la estructuración como en la comprensión de algunos conceptos. Se han hecho varias modificaciones de título y de índice,

hasta conseguir los más apropiados para que se adecuasen a lo que realmente se pretendía explicar con este trabajo.

### **3. Estado de la cuestión**

Para la realización de este trabajo he consultado diversas fuentes y formatos. La bibliografía específica está compuesta por libros y monografías, artículos de revistas científicas, tanto de Economía como de Historia del Arte, catálogos, páginas web e informes anuales. En base a esta diversidad, he decidido dividir los textos a partir de la información que me aportaba cada uno. Cabe destacar que aunque el tema principal de estudio esté centrado en el territorio español y en las primeras décadas del siglo XXI, es cierto que hay algunas fuentes procedentes de otros territorios o que no encajan en las acotaciones temporales. Esto se debe a la necesidad de concretar algunos aspectos terminológicos para contextualizar el tema objeto de estudio, aspecto que se llevará a cabo en la definición de conceptos que se desarrollará en el apartado cuatro.

Así pues, toda esta información recopilada la dividiremos teniendo en cuenta la información que nos aporta; si trata el tema de manera más amplia, general y globalizada o si por el contrario se centra en el caso español, así como también si solo tiene en cuenta el concepto de economía del arte, el mercado del arte o más bien lo aplica en casos concretos como las ferias, galerías, subastas o colecciones. Por lo tanto, para la redacción de este estado de la cuestión se ha preferido hacerlo agrupando las fuentes por temáticas en lugar de seguir un orden cronológico. En primer lugar, se abordará el tema de una manera más general y, a continuación, nos centraremos en el caso español. Además, las fuentes también están agrupadas teniendo en cuenta si hacen referencia a la economía o al mercado del arte. En primer lugar encontraremos las fuentes que hacen referencia únicamente a la economía de la cultura y del arte, tanto de una manera más generalizada como en el caso español y posteriormente, de la misma manera veremos las que hacen referencia al mercado del arte.

En relación a la bibliografía de carácter más general, la cual hace un estudio de la economía y el mercado del arte teniendo una visión más globalizada del surgimiento y funcionamiento de estos. También, podremos conocer las principales zonas de actuación y cómo lo hacen, con el objetivo de aportar las bases para el conocimiento general de nuestro tema de estudio. Así pues, en primer lugar destacaremos el artículo en línea

titulado “50 años de economía de la cultura”<sup>3</sup>. En él, sus tres autores intentan explicar el origen de esta economía de la cultura y los primeros autores que trataron el tema y sus aportaciones. Por otro lado tenemos el artículo de Frey y Serna<sup>4</sup>, que fue publicado a finales de siglo pasado y habla de la economía del arte como un nuevo campo de investigación, tratando el tema desde la visión de los museos, los festivales y los factores de oferta y demanda de arte. Un libro en el que participa uno de los autores ya citados anteriormente es el de Frey<sup>5</sup>, en él explica cómo funciona la economía del arte y cómo actúan los principales agentes como podrían ser los museos o las ferias y cuáles son los beneficios que aportan las diferentes actividades económicas culturales para el Estado.

Con referencia a la economía de la cultura en España, cabe destacar un texto escrito por Luis Herrero<sup>6</sup>, que hace una aproximación de las posibles intervenciones públicas y cómo se comportan los principales agentes como las instituciones, los mercados en relación a la cultura y los bienes que estos generan.

Una vez hemos entendido qué y cómo es la economía del arte o de la cultura, ahora nos centraremos en el mercado del arte, uno de los principales motores donde se mueve esta economía. Un buen ejemplo de ello es el artículo de Sara Unzueta<sup>7</sup>, que hace un estudio del funcionamiento de este mercado artístico. Además, un trabajo que ha aportado luz a la relación entre arte y mercado y el funcionamiento de esta unión es la tesis doctoral de Amalia Belén<sup>8</sup>. Ella analiza de un modo muy extenso cómo funciona el negocio del arte contemporáneo y lo hace de una manera bastante global y general sin centrarse en un territorio en concreto. En la misma línea encontramos el libro de Thomson<sup>9</sup>, que explica cómo funciona el mundo del mercado del arte contemporáneo, teniendo en cuenta los principales coleccionistas, las casas de subastas y los artistas.

Es importante tener en cuenta que dentro del mercado del arte encontramos piezas artísticas que son más o menos valoradas, cosa que puede depender del periodo al que

---

<sup>3</sup> Aguado, Luis., Palma, Luis y Pulido, Noemí (2017). 50 años de economía de la cultura. Explorando sus raíces en la historia del pensamiento económico. *Cuadernos de Economía*. nº 70, 197-225.

<sup>4</sup> Frey, Bruno y Serna, Angel (1993). La economía del arte: un nuevo campo de investigación. *Revista de Derecho Financiero y de Hacienda Pública*. nº 43, 1195-1208.

<sup>5</sup> Frey, Bruno (2000). *L'economia de l'art*. Col.lecció d'estudis econòmics, la Caixa. Barcelona.

<sup>6</sup> Herrero, Luis (2002). La economía de la cultura en España: una disciplina incipiente. *Revista asturiana de Economía*. nº 23, 147-175.

<sup>7</sup> Unzueta, Sara (2002). El mercado del arte. *Boletín económico de ICE*. nº 2747, 35-43.

<sup>8</sup> Mazuecos, Amalia (2008). *Arte Contextual. Estrategias de los artistas contra el mercado del arte contemporáneo* (tesis doctoral). Facultad de Bellas Artes. Universidad de Granada.

<sup>9</sup> Thompson, Don (2009). *El tiburón de 12 millones de dólares: la curiosa economía del arte contemporáneo y las casas de subastas*. Ed: Ariel. Barcelona.

pertenece o del coleccionista que la posee. Si seguimos en esta línea, podemos encontrar el artículo de Ana Florido<sup>10</sup>, que trata la importancia que han ido adquiriendo las piezas de arte dentro del mercado y cómo las ferias, las casas de subastas y las galerías se benefician de ello. Hablando de la valoración de las obras también encontramos el precio que se paga por ellas y, este mismo es el tema que trata el artículo de Sonia Cabrera.<sup>11</sup> Un artículo que trata muy bien este tema es el Adrià Harillo<sup>12</sup> o también el de Alma Barbosa.<sup>13</sup>

Otro factor a tener en cuenta son las dificultades que podemos encontrar dentro de este mercado, por ello, el libro de Pablo Siegrist<sup>14</sup> aborda estos temas y además hace una aproximación de ellos en el territorio español.

Un artículo que se centra en el estudio del mercado artístico con el objetivo de ampliar nuestro campo de estudio es el de Anna Vullagera, la cual remarca la importancia de la intervención del historiador del arte en las cuestiones comerciales<sup>15</sup>.

El artículo de los autores Leticia Pérez y Calero Sánchez<sup>16</sup>, explican el mercado de arte teniendo en cuenta como se distribuyen las tareas dentro de los diferentes grupos de trabajo como son los marchantes, las galerías de arte, las casas de subastas y las ferias de arte.

A continuación, las fuentes citadas son las que se han centrado en el estudio del mercado del arte en España y por lo tanto son las fuentes principales para la realización de este trabajo. En los diferentes documentos consultados se puede observar cómo han hecho un estudio de la economía y del mercado del arte en este país, teniendo en cuenta

---

<sup>10</sup> Florido, Ana (2011). La maldición de la Mona Lisa. El nuevo precio del arte. *ASRI- Arte y Sociedad. Revista de Investigación*. nº 0. [última consulta 24-04-2018] <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3792086>

<sup>11</sup> Cabrera, Sonia (2011). La mercancía exquisita. Breves notas para todos aquellos que se preguntan quién pone el precio. *ASRI- Arte y Sociedad. Revista de Investigación*. nº 0 [última consulta 24-04-2018] <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3792193>

<sup>12</sup> Harillo, Adrià (2015). El Mercado de Arte. Una ruptura. *La Albolafia: Revista de Humanidades y Cultura*. nº 4, 155-161. [última consulta 24-04-2018] <http://albolafia.com/trab/Alb-Misc-004.HARILLO.pdf>

<sup>13</sup> Barbosa, Alma (2016). La valoración de la obra de arte. *ASRI- Arte y Sociedad. Revista de Investigación*. nº 10 [última consulta: 24-04-2018] <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5410554>

<sup>14</sup> Siegrist, Pablo (2003). *El mercado del arte y los obstáculos fiscales ¿Una asignatura pendiente en la investigación europea?* Instituto de Estudios Europeos. Madrid.

<sup>15</sup> Vullagera, Anna (2011). El mercado artístico como herramienta de estudio para el historiador del arte. Una aproximación. *ASRI- Arte y Sociedad. Revista de Investigación*. nº 0. [última consulta 24-04-2018] <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3792106>

<sup>16</sup> Pérez, Leticia y Sánchez Calero (2011). Mercado del Arte e intermediarios: una perspectiva actual. *Laboratorio de Arte*. nº 23, 537-550.

todos sus componentes y agentes que conforman este mercado y todos los movimientos que realizan cada uno de ellos.

Unos claros ejemplos de ello son los trabajos realizados por Diana Pérez<sup>17</sup> la cual estudia las diferentes fundaciones españolas y sus colecciones. Siguiendo con el tema de las colecciones, encontramos el trabajo de Pilar Barraca de Ramos<sup>18</sup>, que presenta una aproximación al mercado del arte teniendo en cuenta la política de adquisición por parte del Estado. Además, están los trabajos de Clare McAndrew, tanto en el año 2014<sup>19</sup> como en el año 2017<sup>20</sup>, lo que hace es explicar cómo se encuentra el mercado del arte en este territorio y los agentes que intervienen en él. Además en estos informes anuales se encuentran una serie de gráficas que han aportado datos importantes para la realización del trabajo, así como también para el anexo de este.<sup>21</sup>

Por otro lado, también podemos encontrar artículos que hacen referencia a agentes concretos como es el caso de los museos. En este caso podemos destacar el trabajo de los autores Víctor Fernández y Juan Prieto<sup>22</sup>, los cuales estudian el funcionamiento y la gestión económica de los museos en el caso de España. Así pues, siguiendo la misma línea de estudio podemos encontrar el trabajo de las autoras María González y Carolina Montero<sup>23</sup>, donde remarcan la importancia del papel del Estado dentro de la economía de la cultura.

---

<sup>17</sup> Pérez, Diana (2008). Fundaciones y coleccionismo: experiencias y tendencias. *La inversión en Bienes de Colección*. 190-211. [última consulta 24-04-2018] <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2707523>

<sup>18</sup> Barraca de Ramos, Pilar (2008). El mercado del arte y la política de adquisición de colecciones públicas. *La inversión de Bienes de Colección*. 61-78. [última consulta 24-04-2018] <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2707455>

<sup>19</sup> McAndrew, Clare (2014). *Cuadernos Arte y Mecenazgo. El Mercado español del arte en 2014*. Fundación Arte y Mecenazgo. Barcelona.

<sup>20</sup> McAndrew, Clare (2017). *Cuadernos Arte y Mecenazgo. El mercado español del arte en 2017*. Fundación Bancaria “la Caixa”. Barcelona.

<sup>21</sup> Clare McAndrew es una economista especializada en el Mercado del Arte que fundó y dirige en la actualidad Art Economics. Se trata de una entidad especialista en investigación y consultoría sobre el mercado del arte en todo el mundo. Esta autora ha realizado los estudios internacionales más prestigiosos del mercado del arte sobre China, Reino Unido, Francia y España.

<sup>22</sup> Fernández, Víctor y Prieto, Juan. (2004). Análisis económico de los museos con una aplicación al estudio de sus visitantes en España. *Revista asturiana de economía*. nº 29, 33-59.

<sup>23</sup> González, María y Montero, Carolina (2011). Museos y mercado de arte. la adquisición de bienes culturales realizada por el Estado: una manera de recuperar, impulsar y difundir nuestro patrimonio. *ASRI-Arte y Sociedad. Revista de Investigación*. nº 0 [última consulta 24-04-2018] <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3792139>

Por otro lado, deberíamos destacar el trabajo de Carolina Díaz<sup>24</sup>, ya que trata en profundidad el tema de las galerías de arte en España de una manera bastante extensa incluyendo las ferias de arte. Cabe destacar que este trabajo pretende funcionar como una especie de guía para los galeristas, donde explica el funcionamiento de estos espacios y sus relaciones con el mercado de arte, así como de los diferentes agentes que se pueden encontrar en él.

Para finalizar este apartado es necesario mencionar que a lo largo de este trabajo se podrá hacer referencia a otras fuentes que únicamente han sido usadas para consultas puntuales, ya que aportan información complementaria, o bien para ejemplificar algún caso concreto de los agentes implicados en la economía y el mercado del arte.

#### **4. Definición de conceptos: economía y mercado del arte**

Para poder comprender el funcionamiento del mercado del arte en España, tema principal del trabajo, se ha considerado necesario hacer una primera aproximación a los principales conceptos y al contexto general sobre esta materia.

La Historia del Arte, siendo una ciencia multidisciplinaria, cuenta con una vertiente económica que estudia los procesos de compra-venta de las obras de arte. Esta disciplina es conocida como Economía del Arte y surge de un estudio realizado en Estados Unidos por los economistas William Baumol y William Bowen en 1966. En él se explica la situación que estaban viviendo las artes escénicas, donde se incluía el teatro, la ópera y los conciertos. Este estudio se empezó a raíz de la observación del aumento de gastos en detrimento de los beneficios en este sector.<sup>25</sup> El incremento de los costes, provocado principalmente por el aumento de los sueldos de los trabajadores, provocó un proceso de declive causado por el juego de la oferta y la demanda<sup>26</sup> que conllevó un resultado negativo. Cabe destacar que se encontró una solución a dicho problema gracias a la intervención de la financiación pública a las artes escénicas con el objetivo de que estas no desaparecieran. A la vez, se decidieron bajar los precios de las entradas para

---

<sup>24</sup> Díaz, Carolina (2017). *La gestión de las galerías de arte*. Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID). Madrid.

<sup>25</sup> El estudio al que se hace referencia fue presentado al público con el título *Performing arts: The economic dilemma*.

<sup>26</sup> Frey, Bruno y Serna, Angel (1993). *Op. cit.*, p. 1198.

hacerlas más asequibles a la población.<sup>27</sup> Así pues, en sus orígenes se denominó “economía del arte”, pero con el tiempo se optó por cambiarle el nombre a “economía de la cultura”, término que engloba a las artes escénicas, visuales y literarias.<sup>28</sup> Cabe destacar que existe una cierta ambigüedad terminológica, ya que en los estudios sobre este campo se usan los dos términos indistintamente.

En la actualidad, la Economía del Arte es un área especializada dentro de la ciencia económica. De hecho, cuenta con una asociación conocida con el nombre *Association for Cultural Economics International* (ACEI). La economía del arte es un campo de estudio en expansión, aspecto que se constata en el ámbito formativo, ya que se han creado licenciaturas específicas en las universidades italianas, como la Economía de Bienes y de las Actividades Culturales o la investigación llevada a cabo por centros especializados como el *International Center for Art Economics* (ICARE), de Venecia, que se ha especializado en la economía del arte, analizando el ingreso de los artistas, el impacto económico del comercio artístico, los impuestos y las regulaciones necesarias tanto en los sectores públicos como privados.<sup>29</sup> En España podemos encontrar algún máster especializado en la vertiente económica de la gestión cultural<sup>30</sup> como el Máster en Mercado del Arte y Gestión de Empresas Relacionadas de la Universidad de Nebrija.<sup>31</sup>

La oferta cultural es imprescindible para un buen desarrollo de la economía del arte. Encontramos dos sectores generadores de arte, el público y el privado. La primera de las ofertas culturales la podemos encontrar en el patrimonio histórico-artístico y la segunda en las obras generadas por los propios artistas. Estas dos producen beneficios diferentes, ya que los que pertenecen a la primera son los bienes muebles o inmuebles, de los cuales no importa su valor económico en sí mismo porque los beneficios que generan son gracias a los ingresos de los servicios que derivan de ellos. Así pues, estamos delante de una oferta rígida pero de unos ingresos que dependen de la demanda. Por otro lado, encontramos los bienes generados por los artistas de los cuales hay que tener en cuenta

---

<sup>27</sup> Aguado, Luis., Palma, Luis y Pulido, Noemí (2017). *Op. cit.*, p. 200.

<sup>28</sup> *Ibid.*, p. 212-213.

<sup>29</sup> Información extraída de la propia página oficial de ICARE [última consulta 15/05/18] <http://artseconomics.com/>

<sup>30</sup> Mazuecos, Amalia (2008). *Op. cit.*, p. 13.

<sup>31</sup> También podemos encontrar otros como el *Master en Mercado del Arte de la Universidad a Distancia de Madrid* (UDIMA), en la Universidad Rey Juan Carlos con Gestión del Mercado del Arte. El Instituto Superior de Arte y el Centro de Estudios Financieros también cuentan con un *Máster de Mercado del Arte*, el primero se imparte online. La Universidad de Granada cuenta con un *Máster en Mercado, Autenticación y Tasación de Obras de Arte* y en la Universidad de Santiago de Compostela el *Máster en Gestión del Patrimonio Artístico y Arquitectónico, Museos y Mercado del Arte*.

los precios de las obras, la cantidad de producción (donde juega un papel fundamental la demanda), sin olvidarnos de los beneficios del propio artista, además de la protección de la propiedad intelectual donde encontramos los derechos de autor y la posibilidad de generar copias de los trabajos.<sup>32</sup> A su vez, el artista puede producir obra de una manera autónoma o bien pueden pertenecer a una organización, que puede ser estatal o privada.<sup>33</sup>

La principal vía de estudio de la economía del arte es el mercado del arte, que es el conjunto de acuerdos entre vendedores y compradores de obras de arte. Este funciona como una estructura que nos permite conocer en profundidad cómo se mueve y desarrolla el arte en la sociedad.<sup>34</sup> Hay que tener en cuenta que este mercado presenta algunas peculiaridades como es la comercialización de productos tan complejos y delicados como son las obras de arte.<sup>35</sup> Esta diferencia en el producto comercializado es precisamente lo que complica el estudio de este mercado, ya que muchas de estas obras se caracterizan por ser únicas, por lo que se le aporta un valor añadido variable dependiendo de la obra, haciendo que cada venta sea única y difícilmente generalizable. Las piezas que tienen una mayor demanda son las pinturas, en primer lugar los cuadros, les siguen los dibujos y las obras gráficas. Además, se puede añadir la falta de una normativa que regule o supervise este mercado,<sup>36</sup> ya que la política fiscal y la legislación es diferente en cada país y eso hace que se perjudique o se beneficie en cada intercambio.<sup>37</sup>

El mercado se puede dividir en dos tipos: el mercado primario y el secundario. En el primero ubicamos a los agentes que trabajan directamente con el producto artístico y por ende, tienen un contacto directo con el artista. Dentro de este grupo encontramos a los marchantes y los galeristas. Por otro lado, en el mercado del arte secundario se sitúan los agentes que no trabajan directamente con los artistas, sino que compran y revenden objetos artísticos, tal y como hacen las casas de subastas y también algunas galerías.<sup>38</sup>

---

<sup>32</sup> Mazuecos, Amalia (2008). *Op. cit.*, p. 155-156.

<sup>33</sup> Frey, Bruno (2000). *Op. cit.*, p. 38. Las galerías son un claro ejemplo de organización privada.

<sup>34</sup> Peraza, Miguel e Iturbe, Jose (1998). *El arte del mercado en arte*. Universidad Iberoamericana. p. 12.

<sup>35</sup> *Ibid*, p. 8.

<sup>36</sup> Unzueta, Sara (2002). *Op. cit.*, p. 42.

<sup>37</sup> Iglesias, José Manuel (2007). *Actas de los XVII Cursos Monográficos sobre el Patrimonio Histórico*. Ed. Universidad de Cantabria. P. 214.

<sup>38</sup> Vallugera, Anna (2011). El mercado artístico como herramienta de estudio para el historiador del arte. Una aproximación. *ASRI- Arte y Sociedad. Revista de Investigación*. nº 0. [última consulta 24-04-2018] <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3792106>

Se podría considerar que el mercado del arte no es apto para todos los públicos, ya que presenta cierto hermetismo que impide darse a conocer ante la sociedad. Este factor afecta considerablemente al estudio de la economía del arte.<sup>39</sup>

Por otra parte cabe citar la existencia de un mercado clandestino de obras artísticas, que perjudica no solamente al sistema de mercado legal, sino también al artista, ya que principalmente funciona mediante la especulación. Es decir, el artista vende una obra y posteriormente esta es revendida a precios desorbitados por lo que el que se enriquece no es el artista por su trabajo, sino el vendedor.<sup>40</sup> Este tipo de mercado, del que no podemos conocer su volumen e impacto económico real, suele perjudicar también a las galerías ya que se les priva de un gran número de ventas. Es importante tener en cuenta que también podemos encontrar artistas que recurren a este tipo de mercado clandestino, bien sea porque son poco conocidos o porque se ven sujetos a un contrato exclusivo con algún marchante o galería.<sup>41</sup>

Uno de los principales problemas que presenta el estudio de este mercado es que se trata de una de las actividades comerciales menos reguladas del mundo. Además hay que sumarle que es un mercado con muy poca transparencia y por lo tanto es de difícil acceso.<sup>42</sup> El desconocimiento o incompreensión - en gran medida, social- del precio de las obras de arte, puede llevar a cuestionar el precio del arte, el motivo por el que se invierte en arte y el valor de la obra de arte.<sup>43</sup> Tal y como indica Nacho Ruiz, esto se debe a unos argumentos periodísticos de las valoraciones de las obras de arte, que en muchas ocasiones se generan sin un conocimiento del tema. Esto muestra una visión bastante simple y distorsionada de este mercado del arte y de las obras que se venden en él, ya que se deja de lado la calidad o el interés de la obra de arte, quién y cómo la ha realizado y predomina la preocupación económica. Es obvio que esta visión es incorrecta, ya que las motivaciones a la hora de adquirir una obra no son únicamente económicas.<sup>44</sup> A esto se le puede sumar la gran variedad de formatos y conceptos que contempla el arte contemporáneo y actual, caracterizado por la libertad y expresividad del artista frente a la

---

<sup>39</sup> Ruiz, Nacho (2013). *La obra de arte como objeto de intercambio. Procesos y estructuras del mercado del arte*. Eid editorial. Madrid. p. 36.

<sup>40</sup> *Ibid.*, p. 48.

<sup>41</sup> Poli, Francesco (1976). *Producción artística y mercado*. Editorial Gustavo Gili. Barcelona. p. 56-57.

<sup>42</sup> Díaz, Carolina (2017). *Op. cit.*, p. 24.

<sup>43</sup> Ovejero, Félix (2014). *El compromiso del creador. Ética de la estética*. Galaxia Gutenberg. Barcelona. p. 77.

<sup>44</sup> *Ibid.*, p. 18-20.

normatividad característica de épocas anteriores.<sup>45</sup> En la actualidad, la valoración de la obra de arte implica una gran cantidad de actores ya que forma parte del trabajo de los propios artistas, galeristas, curadores, críticos, coleccionistas, historiadores y funcionarios culturales, ya que son ellos los encargados de definir lo que se considera arte y lo que no. Una vez las obras son valoradas, ideológica, simbólica, formal o estéticamente, estas ya pueden entrar en las instituciones de este mercado y formar parte de él.<sup>46</sup>

Los precios en este tipo de mercado se modifican según la demanda. Desde ya hace un tiempo, los precios no han dejado de crecer.<sup>47</sup> Históricamente las obras que mejor se vendían en este mercado eran las de aquellos artistas que ya había fallecido, ya que esto les proporcionaba un valor añadido a las obras. En la actualidad, se pretenden vender algunas obras a unos precios desorbitados, cosa que puede llevar a un problema, ya que es posible que se compre obra de artistas emergentes y que estos no lleguen a tener la categoría esperada y por lo tanto los compradores iniciales de sus obras no se llevan el beneficio deseado. Cabe destacar que lo que hace que las obras de arte lleguen a unos valores desorbitados, normalmente, viene provocado por los precios de las subastas, ya que no existe ningún límite.<sup>48</sup>

*El arte es un bien económico. Es a la vez un objeto de consumo y un activo financiero (...) son bienes especulativos ya que la demanda determina la apreciación futura del precio y la apreciación futura del precio determina la demanda (...)*<sup>49</sup>

Todo esto lleva a ver el mercado del arte actual en un contexto de crisis provocada por una gran burbuja especulativa.<sup>50</sup> De hecho, el mercado del arte no ha salido de dicha crisis hasta el año 2017, cuando los beneficios de este mercado han sido mundiales ya que el volumen de ventas es positivo, tanto que el mercado de arte occidental y el oriental han adquirido un nuevo récord de ventas histórico. Tal y como ha analizado ArtPrice, se prevé que el mercado del arte tenga un crecimiento firme y duradero en los próximos

---

<sup>45</sup>Harillo, Adrià (2015). *Op. cit.*, [última consulta 24-04-2018] <http://albolafia.com/trab/Alb-Misc-004.HARILLO.pdf>

<sup>46</sup>Barbosa, Alma (2016). *Op. cit.*, [última consulta: 24-04-2018] <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5410554>

<sup>47</sup>Siegrist, Pablo (2003). *Op. cit.*

<sup>48</sup>Cabrera, Sonia (2011). *Op. cit.*, [última consulta 24-04-2018] <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3792193>

<sup>49</sup>Cita de John Picard Stein en 1977 visto en Cabrera, Sonia (2011). *Op. cit.*

<sup>50</sup>Vallugera, Anna (2011). *Op. Cit.*

años.<sup>51</sup> Además, no hay que olvidar que actualmente podemos contar con un nuevo mercado de arte que surgió en 2009 en el que China y otros países participan. Se trata de la bolsa de arte, en la que los objetos artísticos se mueven dentro de un mercado bursátil.<sup>52</sup> Así pues, la inversión en arte es cada vez más sencilla y con nuevos campos.<sup>53</sup>

## **5. La economía y el mercado del arte en España en las dos primeras décadas del siglo XXI**

A continuación desarrollaremos el punto principal de nuestro trabajo, donde se ha pretendido explicar el funcionamiento del mercado del arte en España en las dos primeras décadas del siglo XXI. Se llevará a cabo privilegiando las funciones y líneas de actuación de los principales agentes implicados en esta actividad económica, así como también las particularidades que presenta el caso español. Esto mismo nos va a permitir conocer el funcionamiento de este mercado y entender las diferencias que se encuentran respecto a otros países.

La economía del arte en España, genera unos beneficios cada vez más notorios, y esta emana esencialmente del sector privado, que produce más ganancias que el sector público.<sup>54</sup> Si tenemos en cuenta los beneficios económicos que genera España, podemos observar que en los últimos veinte años se ha centrado más en el sector terciario, donde podemos encuadrar la economía del arte. El desarrollo y la proliferación de este sector servicios no se da en todo el territorio español, sino que se ve especialmente enfocado en ciertas provincias punteras en cuestiones de turismo. Así pues, el turismo es un motor económico a tener en cuenta, ya que facilita el desarrollo de las actividades culturales que son las mismas que conforman la estructura de nuestra economía.<sup>55</sup>

---

<sup>51</sup> ArtPrice en línea [última consulta 08-05-2018] <https://es.artprice.com/artprice-reports/el-mercado-del-arte-en-2017/balance-anual-el-mercado-del-arte-entra-en-una-nueva-era/>

<sup>52</sup> Art Exchange es la primera bolsa de arte en la que permite comprar acciones de obras que pertenecen a galerías que participan dentro de este proyecto. El funcionamiento de este sistema es sencillo, ya que es Art Exchange la que, a cambio de una comisión del 5%, tiene el derecho exclusivo de vender acciones de las obras seleccionadas, si en un plazo de seis meses no ha logrado vender el 20% de las acciones, la galería recupera todas las participaciones que había vendido. Visto en [www.hoyesarte.com](http://www.hoyesarte.com) [última consulta: 14/06/18] [http://www.hoyesarte.com/mercado/c145-adquisiciones/art-exchange-la-primera-bolsa-de-arte\\_93101/](http://www.hoyesarte.com/mercado/c145-adquisiciones/art-exchange-la-primera-bolsa-de-arte_93101/)

<sup>53</sup> Cabrera, Sonia (2011). *Op cit.*

<sup>54</sup> Herrero, Luis (2002). *Op. cit.*, p. 148.

<sup>55</sup> *Ibid.* p. 148-149.

El mercado del arte español empezó a desarrollarse a principios del siglo XX y a mediados de siglo, cuando los países occidentales ya tenían una estructura marcada, en el contexto de la dictadura franquista España vivía una situación bastante inestable.<sup>56</sup> Si hacemos referencia al mercado de arte español, es necesario tener en cuenta que este tiene unas características propias que son las mismas que lo definen y lo sitúan en dentro del mercado internacional. Una de las peculiaridades que lo diferencia y lo aleja de los mercados artísticos de otros países europeos como Reino Unido, Francia, Alemania o Italia es que el coleccionista español no confía tanto en la inversión en arte en momentos de crisis tal y como sí lo hacen los coleccionistas internacionales. Todo esto hace que nuestro mercado de arte sea mucho menor, en relación a otros países, aunque también hay que tener en cuenta que en los últimos años ha duplicado su tamaño. Así pues, nuestro mercado artístico supone una cuota inferior al 2% de las ventas de la UE.<sup>57</sup> Otro dato que sitúa el mercado de arte español por debajo de estos países es que hay una escasa demanda, por lo que las piezas españolas con más valor terminan siendo vendidas fuera de España. Esto provoca que los precios de nuestro mercado sigan manteniéndose bajos.<sup>58</sup> Un claro ejemplo de ello son las subastas de Christie's que tienen lugar en Londres cada seis meses, las cuales incluyen obras españolas. Sin embargo, el mercado de arte español es dinámico y cuenta con casas de subastas, galerías y ferias de arte. Podemos encontrar 128 casas de subastas registradas en España, situadas en las principales ciudades como Madrid y Barcelona. Además, dentro de nuestro territorio también contamos sucursales de las grandes casas de subastas internacionales, como Christie's o Sotheby's, aunque cabe matizar que no organizan una subasta desde 2008.<sup>59</sup>

El mercado del arte español se caracteriza también por una diferenciación muy marcada de los sectores públicos y privados. Sin embargo, cabe remarcar que en la actualidad se está trabajando en conjunto, ya que se han unido comerciantes, coleccionistas y la Administración con el fin de proteger dicho mercado y, por ende, el

---

<sup>56</sup>Moreno, Francisco Manuel (2014). *La galería de arte como agente dinamizador de la educación artística*. (tesis doctoral). Facultad de Bellas Arte y Facultad de Ciencias de la Educación. Universidad de Granada p. 47.

<sup>57</sup> Reviriego, Carmen (2014). *El laberinto del arte: el mercado del arte, su funcionamiento, sus reglas y principales figuras*. Ed: Paidós. Barcelona. p. 27.

<sup>58</sup> *Ibid.*, p. 28. Un claro ejemplo de ello es la colección de José Luis Várez Fisa un empresario y mecenas que tras su muerte la casa de subastas Christie's, en Londres, vendió una parte de su colección, en total 122 lotes que hacían un recorrido por la historia del arte, incluyendo pinturas españolas de los siglos XVI y XVII. Visto en García, Miguel Ángel (2016). Un tesoro de arte español a la venta. *El PAÍS*. [https://elpais.com/cultura/2016/11/30/actualidad/1480517247\\_690556.html](https://elpais.com/cultura/2016/11/30/actualidad/1480517247_690556.html)

<sup>59</sup> Todos estos datos se encuentran en Reviriego, Carmen (2014). *Op cit.* p. 29.

patrimonio de nuestro país. Todo esto lleva a una valoración necesaria de los profesionales del sector.<sup>60</sup>

Es importante destacar que toda esta estructura del mercado del arte requiere de una normativa que ayude a regular la compra-venta de las obras de arte. En España no se ha podido contar con una legislación correcta para regular este mercado de arte, aunque en los últimos años se han creado nueva legislación y organismos que han permitido alguna mejora en las condiciones legales del arte.<sup>61</sup> Así pues, contamos con la Junta de Calificación, Valoración y Exportación de Bienes del Patrimonio Histórico Español.<sup>62</sup> Con lo que sí que podemos contar es con una normativa que regula las importaciones y las exportaciones de los bienes culturales, con el principal objetivo de controlar el tráfico ilícito de estos bienes.<sup>63</sup> La legislación sobre el tema se ha centra en la regulación de las exportaciones, sin dar mucha importancia a las importaciones. Al respecto, una de las principales medidas que regulan las importaciones es la declaración de este bien por parte del nuevo propietario, que debe mostrar toda la documentación necesaria que demuestre la legalidad de la llegada de esta obra.<sup>64</sup> Por otro lado, las exportaciones que predominan en España son las de bellas artes. Un dato que lo demuestra es que en 2016 este tipo de exportaciones significaron el 88% del total de las exportaciones sobre el total de las

---

<sup>60</sup> Vico, Ana. El mercado del arte: formación de una profesión para proteger el patrimonio histórico. En AA.VV. (2015). *III Encuentro Profesional sobre Lucha contra el Tráfico Ilícito de Bienes Culturales. El mercado del arte como agente protector del Patrimonio Histórico*. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. p. 52-53.

<sup>61</sup> *Ibid*, p. 538.

<sup>62</sup> McAndrew, Clare (2017). *Op. cit.*, p. 23. Se trata de un organismo que está vinculado con la Dirección General de Bellas Arte y Bienes Culturales y de Archivos y Bibliotecas. Algunas de sus funciones son: encargarse de las solicitudes de exportación e importaciones de bienes culturales protegidos y además, asignan los bienes culturales al Estado que pasan a formar parte de las colecciones de los museos, archivos y bibliotecas estatales. Visto en la página oficial del Ministerio del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. [última consulta: 15/06/18] <https://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/patrimonio/informacion-general/gestion-en-el-ministerio/junta-de-calificacion-valoracion-y-exportacion.html>

<sup>63</sup> González, Carlos. *Importación y exportación de bienes culturales*. Artículo en línea [última consulta: 05/06/2018] [https://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/dms/mecd/cultura-mecd/areas-cultura/patrimonio/mc/lcti/capitulos/LCTI\\_11\\_Importacion\\_Exportacion.pdf](https://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/dms/mecd/cultura-mecd/areas-cultura/patrimonio/mc/lcti/capitulos/LCTI_11_Importacion_Exportacion.pdf). Todas las transacciones y acuerdos vienen reguladas por la Ley 16/85 del Patrimonio Histórico Español. Visto en Rodríguez, Mitra (2010). El arte de la subasta II: el mercado español. *Revista de Claseshistoria*. nº 85. p. 5. Artículo en línea [última consulta 15/06/18] [file:///C:/Users/manto/Documents/Grau%20d'Hist%C3%B2ria%20de%20l'Art/5t%20Hist%C3%B2ria%20de%20l'Art/2n%20quatri/TFG%20\(Treball%20Final%20de%20Grau\)/articles/2.%20espa%C3%B1a/Diagnet-ElArteDeLaSubastaII-5163756%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/manto/Documents/Grau%20d'Hist%C3%B2ria%20de%20l'Art/5t%20Hist%C3%B2ria%20de%20l'Art/2n%20quatri/TFG%20(Treball%20Final%20de%20Grau)/articles/2.%20espa%C3%B1a/Diagnet-ElArteDeLaSubastaII-5163756%20(1).pdf)

<sup>64</sup> González, Carlos. El Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, su influencia en el mercado del arte y en el tráfico lícito de bienes culturales. En AA.VV. (2015). *III Encuentro Profesional sobre Lucha contra el Tráfico Ilícito de Bienes Culturales. El mercado del arte como agente protector del Patrimonio Histórico*. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. p. 15.

exportaciones de arte.<sup>65</sup> Existen tres tipos de exportación, en primer lugar encontramos la definitiva, la temporal con posibilidad de venta y la temporal con retorno, así pues, solo las dos primeras son las que están relacionadas con el mercado del arte, ya que con la tercera posibilidad el bien vuelve a su lugar de origen desde donde se gestionó dicha exportación.<sup>66</sup>

Haciendo referencia a la normativa mencionada con anterioridad, es importante tener en cuenta que el Estado español tiene la potestad para bloquear y parar la venta al extranjero, siempre que considere que se trata de obras pertenecientes al tesoro nacional.<sup>67</sup> Este tipo de actuaciones se llevan a cabo sin pagar ningún precio ni compensación por ellas, limitando de esta manera, la venta de estas obras sobre el territorio español. De esta manera también se limita el precio de esta obra.<sup>68</sup>

Si tenemos en cuenta los datos facilitados por la Junta de Calificación, Valoración y Exportación de Bienes del Patrimonio Histórico Español, llama la atención que en el 2016 fueron 90 obras las que se vieron restringidas y el 42% de estas fueron embargadas sin compra, el otro 42% fueron adquiridas por diferentes instituciones estatales, mientras que solo el 16% obtuvo finalmente la aprobación a la exportación. Cabe destacar que el estado español cuenta con un impuesto que se aplica a las obras expuestas fuera de la UE, en el que se tiene en cuenta los años de antigüedad de la obra o el valor, por lo que la tasa irá en función de cada pieza artística.<sup>69</sup>

Por otro lado, cabe citar algunos datos estadísticos según los cuales España en un intervalo de 10 años ha reducido su valor de mercado en un 20%.<sup>70</sup> Si analizamos otros estudios realizados en 2013 donde se tienen en cuenta las ventas globales de arte y antigüedades, podemos observar como España aporta menos de un 1% de beneficios. Además, es importante señalar que la UE también ha protagonizado un descenso notable en las ventas globales de arte.<sup>71</sup> Aunque todos estos datos nos dejen en una posición

---

<sup>65</sup> McAndrew, Clare (2017). *Op. cit.*, p 20. Véase la gráfica 1 en el anexo.

<sup>66</sup> González, Carlos. El Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, *Op cit.* p. 16.

<sup>67</sup> Todas las transacciones y acuerdos vienen reguladas por la Ley 16/85 del Patrimonio Histórico Español. Visto en Rodríguez, Mitra (2010). *Op. cit.* p. 5.

<sup>68</sup> Cabe destacar que hay cierto debate abierto ante esta situación, ya que cabría la posibilidad de que el Estado igualara la oferta del exportador o si, por otro lado, se debería pagar un precio acordado en los tribunales. McAndrew, Clare (2017). *Op cit.* p. 23.

<sup>69</sup> *Ibid.* p. 23.

<sup>70</sup> McAndrew, Clare (2017). *Op cit.* p. 12. Los diez años a los que se hace referencia son los comprendidos entre el 2006 y 2016.

<sup>71</sup> McAndrew, Clare (2014). *Op. cit.*, p 18. Véase la gráfica 2 en el anexo.

bastante mejorable, hay que decir que en 2013 España fue el sexto mercado de arte más importante de Europa en términos de valor y el noveno en términos de volumen de ventas en subastas.<sup>72</sup>

Otra de las labores fundamentales del mercado del arte es la protección del patrimonio histórico. Teniendo en cuenta que España durante un tiempo fue lugar de expolios y saqueos, ha tenido que generar esfuerzos para erradicarlos y para recuperar algunas de las obras perdidas. Así pues, es gracias al coleccionismo que se ha podido recuperar parte de nuestro patrimonio. Tal y como afirma Ana Vico en su estudio, uno de los factores más importante de este mercado del arte es darse a conocer para poder concienciar a la sociedad de la necesidad de la protección de las obras y de este modo no solo conseguir una protección social, sino también disminuir el tráfico ilícito de obras de arte.<sup>73</sup>

## **5.1 Los principales agentes implicados en la economía y el mercado del arte y sus vías de actuación**

En este punto se va a tener en cuenta la compleja relación entre el dinero y el arte, que se da a partir del nexo entre los compradores y los vendedores que son las dos categorías de agentes que conforman este mercado. No hay que olvidar que cada uno de estos agentes lucha a su vez por conseguir una mayor consagración, es decir, que sus decisiones sean dotadas de un mayor reconocimiento, autoridad y prestigio, sin olvidar la influencia que ejercen al atribuirle unos valores artísticos a las obras dándoles la oportunidad de ser consagradas.<sup>74</sup>

Así pues, se ha hecho una distinción entre los vendedores y los compradores. En el primer grupo, se tratará el tema haciendo referencia a las galerías, las ferias de arte y las subastas, mientras que en el segundo grupo se hablará de los museos y de los grandes coleccionistas. Se ha apostado por hacer una selección de los diferentes agentes a tratar, teniendo en cuenta su importancia en el contexto y cronología analizados.<sup>75</sup>

---

<sup>72</sup> *Ibid.* p. 19. Cuando se hablan de términos de valor, se hace referencia a cuestiones económicas, mientras que si se habla de volumen se hace referencia a la cantidad de obras que han sido vendidas.

<sup>73</sup> Vico, Ana. El mercado del arte. *Op cit.* p. 45.

<sup>74</sup> Barbosa, Alma (2016). *Op cit.*

<sup>75</sup> Dentro del ámbito del mercado del arte también podemos encontrar otro tipo de agentes como pueden ser los marchantes, los asesores, los comisarios o los artistas.

## A. Vendedores

A lo largo de la historia se ha dado una relación más directa entre el artista y el cliente, que compraba obras de arte por diferentes motivos (placer, prestigio social, fines religiosos, etc.) En la actualidad, el artista independiente se ve abocado a necesitar un intermediario que sepa a quién y por cuánto vender sus obras, ya que será el intermediario el encargado de conocer los diferentes gustos de la clientela.<sup>76</sup> La figura del intermediario es un elemento fundamental para comprender la distribución del arte dentro del mercado, por lo tanto, es inviable el negocio del arte sin un intermediario.<sup>77</sup>

Cabe destacar que el mercado del arte se ha dado y se da porque el artista siempre ha pretendido vender sus obras y por lo tanto vivir de ellas. Este es un factor que los agentes encargados de la venta de las obras de arte han tenido que tener en cuenta.<sup>78</sup>

*El arte no consiste en hacer un cuadro, sino en venderlo*<sup>79</sup>

Para entender el funcionamiento y la importancia que juega este agente en el desarrollo del mercado del arte, es importante tener en cuenta que el artista del siglo XXI necesita la compenetración con el resto de agentes que son los que conforman el mercado. Por lo tanto no es de extrañar ver a los vendedores como uno de los pilares fundamentales del mercado del arte, ya que sin ellos no se daría dicho mercado. La figura del vendedor varía dependiendo del medio en el que se mueve, es decir, si pertenece a una galería de arte o a una casa de subastas. Este vendedor, en muchos casos puede funcionar como un intermediario entre el artista y el comprador o también puede ser intermediario entre otro vendedor y un comprador. Esto último es lo que ocurre en las casas de subastas. Cabe tener en cuenta que también podemos encontrar el caso de algunos artistas que venden sus propias obras sin ningún tipo de intermediario, cosa que le proporciona un beneficio íntegro, pero que le supone encontrar compradores y gestionar las ventas. Un ejemplo de artista independiente es Fernando Pavon, que va a exponer cuatro obras para FAIM 2018, dos de las cuales las ha creado expresamente para esta feria de arte.<sup>80</sup>

---

<sup>76</sup> Pérez, Leticia y Sánchez Calero (2011). *Op. cit.*, p. 538.

<sup>77</sup> *Ibid.*, p. 538.

<sup>78</sup> Ruiz, Nacho (2013). *Op. cit.*, p. 46.

<sup>79</sup> Cita del artista estadounidense Jeff Koons vista en Ruiz, Nacho (2013). *Op. cit.*, p. 148.

<sup>80</sup> Información vista en la página oficial de FAIM [última consulta: 14/06/18] <https://artefaim.net/artistas/> Este artista español además de participar en festivales independientes, también está representado por la galería Agora Gallery de Nueva York. Información extraída de la página oficial del artista. [última consulta: 14/06/18] <http://www.fpavon.com/>

Cuando los estudios tratan de explicar la situación del mercado del arte español, hacen referencia principalmente a las actividades realizadas por las galerías de arte y las subastas, ya que son las principales fuente generadoras de beneficios dentro de este mercado del arte. En términos de valor, las galerías de arte se sitúan por encima de las subastas<sup>81</sup> consiguiendo en 2016 un 80% del total de las ventas relacionadas con el mercado del arte.<sup>82</sup> Las galerías, al igual que las casa de subastas han tenido que llevar a cabo un programa de difusión realizando revistas especializadas, distribuyendo catálogos y adentrándose en internet.<sup>83</sup>

### **a. Galerías**

La galería de arte se tiene que entender como el primer mediador entre el artista y la sociedad.<sup>84</sup> Así pues, una galería es una empresa cultural asentada en un local donde se exhiben las obras de arte con el objetivo de venderlas. Por lo tanto la finalidad de una galería es puramente comercial. Por otro lado, las galerías también ofrecen un servicio a la sociedad, ya que esta no cobra entrada al visitante, por lo que también cumplen la función de dar a conocer el arte actual al público, compre o no en el establecimiento.<sup>85</sup> Las galerías son uno de los agentes más dinámicos que encontramos dentro del mercado del arte. Estos fijan los precios de las piezas artísticas y lo hacen teniendo en cuenta diferentes factores como son la trayectoria del artista, las exposiciones individuales y las colectivas, además de los premios que haya podido haber ganado.<sup>86</sup> El galerista ha asumido un papel muy importante dentro del mercado del arte, ya que en muchas ocasiones son encargados de introducir a los artistas dentro de los circuitos del mercado y mueven sus obras. Así pues, se ha considerado como el nuevo marchante.<sup>87</sup> Como agente en contacto directo con el artista, la galería debe ofrecerle una serie de servicios con el fin de este quiera trabajar junto a ella. Como es de esperar esta serie de servicios irá directamente relacionada con la capacidad económica de dicha galería. Algunos de los servicios que ofrece son: la elaboración de exposiciones de manera regular, venta de las

---

<sup>81</sup> McAndrew, Clare (2014). *Op cit.* p. 24.

<sup>82</sup> McAndrew, Clare (2017). *Op cit.* p. 16.

<sup>83</sup> Carranco, Enric. La subasta, catalizadora del mercado del arte. En AA.VV. (2015). *III Encuentro Profesional sobre Lucha contra el Tráfico Ilícito de Bienes Culturales. El mercado del arte como agente protector del Patrimonio Histórico*. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. p. 63.

<sup>84</sup> Díaz, Carolina (2017). *Op cit.* p. 19.

<sup>85</sup> *Ibid.* p. 53.

<sup>86</sup> Cabrera, Sonia (2011). *Op cit.*

<sup>87</sup> Cabrera, Sonia (2011). *Op cit.*

obras, participación en las diferentes ferias de arte donde se presente la galería, promoción del artista por distintos medios (redes sociales, web, etc.), transportes y embalajes, producción de más obra, etc.<sup>88</sup> Como es obvio esta lista puede extenderse dependiendo de los acuerdos establecidos entre la galería y el artista.

Tal y como afirma Poli podemos encontrar dos tipos de galerías, cuya importancia depende de la actividad que tengan. En primer lugar están las galerías de renombre, las cuales aportan unos beneficios más notorios a esta economía, ya que venden obras de artistas ya consolidados y, por lo tanto, el precio de venta es mayor. Las pequeñas galerías, son las más abundantes y suelen trabajar con artistas libres de contrato que les permite adquirir piezas un bajo coste.<sup>89</sup> Es importante tener en cuenta que como en todo negocio, no existe un modelo perfecto de galería que te garantice el éxito.<sup>90</sup>

En la década de los 70 del siglo XX es cuando empiezan a aparecer las primeras galerías de arte en España, principalmente en Madrid, Barcelona y Valencia.<sup>91</sup> Actualmente en España contamos con 2.845 galerías registradas. Como viene siendo una costumbre en este sector, no contamos con unos datos que engloben las ventas del conjunto de las galerías, por lo que la información se obtiene mediante encuestas o entrevistas. De todas las galerías existentes en el territorio español, la gran mayoría de ellas se concentran en las grandes ciudades como Madrid y Barcelona, las cuales representan un 43% del total de las galerías españolas. A estas grandes ciudades les siguen Valencia con un 5% y Palma con un 3%. Un dato a tener en cuenta es que la gran mayoría de las galerías españolas están especializadas en bellas artes, artes decorativas y antigüedades.<sup>92</sup>

En 2008 tuvo lugar la Jornada de Reflexión sobre las galerías españolas de Arte Moderno y Contemporáneo, que dio paso a que el Ministerio de Cultura creara el Registro Estatal de Galerías de Arte Moderno y Contemporáneo con el objetivo principal de crear una conexión entre el Ministerio y las galerías y de dar visibilidad a todas las galerías que se registraran. En el 2014 había 179 galerías inscritas. Por otro lado, España cuenta con

---

<sup>88</sup> Díaz, Carolina (2017). *Op cit.* p. 75-78. Véase la gráfica 4 en el anexo.

<sup>89</sup> Poli, Francesco (1976). *Op. cit.* p. 59-61.

<sup>90</sup> Díaz, Carolina (2017). *Op cit.* p. 52.

<sup>91</sup> Moreno, Francisco Manuel (2014). *Op. cit.* p. 48.

<sup>92</sup> Cifras examinadas en 2016 en McAndrew, Clare (2017). *Op cit.* p. 25. Véase la gráfica 3 en el anexo.

varias asociaciones de galeristas que se suelen agrupar dependiendo de los puntos geográficos.<sup>93</sup>

Uno de los escenarios donde las galerías cogen fuerza son las ferias de arte, que es donde demuestran sus méritos.<sup>94</sup> Un dato a destacar es que teniendo en cuenta los resultados estadísticos del 2013, las ventas por parte de las galerías en las ferias de arte supusieron un 17% en las ferias españolas y un 18% en las internacionales.<sup>95</sup>

Es importante tener en cuenta que las galerías han tenido y tienen que seguir adaptándose a los cambios sociales y de era, por lo que desde el 2008 con la gran crisis global tuvieron que impulsarse a través de las redes sociales.<sup>96</sup> Este entorno virtual les ha permitido darse a conocer y acercar en cierta medida su trabajo a la sociedad. Esto ha repercutido muy favorablemente en las galerías, ya que no solo les ha servido para darse a conocer, sino que también les ha servido como medio de difusión para enseñar la obra de los artistas.<sup>97</sup> Aun con todo esto, hay que señalar que en el caso español, la mayoría de las ventas que se dan han tenido lugar directamente en la galería, por lo tanto, las ventas *online* siguen teniendo un porcentaje bajo.<sup>98</sup> Los estudios estiman que las ventas realizadas en el año 2016 por parte de las galerías alcanzaron 310 millones de euros, cosa que representa un 80% del total del mercado del arte y por lo tanto evidencia la gran importancia de este sector.<sup>99</sup>

Un dato a tener en cuenta es que en la mayoría de las galerías españolas predomina la presencia de obra de artistas locales. Siguiendo el estudio que se realizó en 2013, podemos observar como hay un 69% de galerías que representan a artistas españoles y un 31% a extranjeros.<sup>100</sup> Este hecho muestra claramente como el mercado de arte español sigue otras rutas frente al internacional, el cual apuesta por una gran variedad de nacionalidades artísticas.

---

<sup>93</sup> Algunas de las asociaciones que de galeristas son: ArteMadrid, creada en el 2000, la Asociación de Galeristas de Galicia (AGGA) o Artbarcelona, fundada en 1990. Moreno, Francisco Manuel (2014). *Op. cit.* p. 49-50.

<sup>94</sup> Cabrera, Sonia (2011). *Op. cit.*

<sup>95</sup> McAndrew, Clare (2014). *Op. cit.* p. 32.

<sup>96</sup> Ruiz, Nacho (2013). *Op. cit.*, p. 46. Véase la gráfica 5 en el anexo.

<sup>97</sup> Díaz, Carolina (2017). *Op. cit.* p. 157.

<sup>98</sup> Estamos hablando de un porcentaje de ventas *online* de un 7%, por lo tanto la cifra es baja. McAndrew, Clare (2014). *Op. cit.* p. 31.

<sup>99</sup> McAndrew, Clare (2017). *Op. cit.* p. 26.

<sup>100</sup> McAndrew, Clare (2014). *Op. cit.* p. 15.

## b. Ferias de Arte

Las ferias de arte suponen una visita obligada para todo aquel interesado en el mercado del arte, también para los coleccionistas, críticos, artistas, y comisarios.<sup>101</sup> En estas ferias se concentran una serie de galerías con el principal objetivo de darse a conocer, hacer contactos y sobretodo vender obra. Es una oportunidad para todas las galerías principiantes.<sup>102</sup> Tal y como afirma Thompson, las ferias de arte pueden compararse a centros comerciales, donde el coleccionista se pasea y elige la obra que quiere adquirir.<sup>103</sup>

Un dato a tener en cuenta es que la oferta de ferias es muy amplia, ya no solo a nivel local o estatal, sino también teniendo en cuenta las ferias internacionales. Por eso mismo, las galerías deben hacer un estudio previo para saber cuáles son las ferias de arte más afines a sus objetivos.<sup>104</sup> Las obras que se ofrecen en estas ferias de arte contemporáneo se pueden comparar en importancia tanto en cantidad como en calidad, a las que se ofrecen en una casa de subastas.<sup>105</sup>

En el caso español podemos encontrar una gran variedad de ferias de arte. De hecho en el 2014 se contabilizaron unas 70 ferias dedicadas al arte, las antigüedades, el diseño o las piezas de colección.<sup>106</sup> Aun teniendo una amplia variedad de ferias, es verdad que se concentra muchos esfuerzos en ARCO, por lo tanto existe una cierta centralidad comercial en cuanto a ferias de refiere.<sup>107</sup>

Algunas de las ferias de arte que incluyen un programa internacional son<sup>108</sup>:

- **Feriarte:** es la feria de arte más longeva ya que se inició en 1976 y se trata de una feria que reúne galerías de arte y anticuarios donde predomina el mobiliario, la joyería antigua y piezas de coleccionismo.
- **Arte Santander:** es una feria de arte contemporáneo que se inició en 1991 y se celebra de manera anual. Las galerías que exponen suelen ser españolas y el número de visitantes se estima que siempre ronda los 4.000.

---

<sup>101</sup> Reviriego, Carmen (2014). *Op cit.* p. 74.

<sup>102</sup> Díaz, Carolina (2017). *Op cit.* p. 235.

<sup>103</sup> Thompson, Don (2009). *Op. cit.*, p. 208.

<sup>104</sup> Íbid

<sup>105</sup> Thompson, Don (2009). *Op cit.* p. 206.

<sup>106</sup> McAndrew, Clare (2014). *Op cit.* p. 32.

<sup>107</sup> Ruiz, Nacho (2013). *Op cit.*, p. 24.

<sup>108</sup> La información de esta serie de ferias de arte se puede consultar en McAndrew, Clare (2014). *Op cit.* p. 34-35.

- **Estampa:** es una feria de obra gráfica contemporánea, de dibujo, obras sobre papel, videoarte y libros. Su primera edición fue en 1993 y la media de visitantes ronda los 20.000.
- **FAIM Arte Independiente:** se trata de una feria de arte donde los artistas exponen sus obras sin ningún tipo de intermediario. Se celebra en Madrid y exponen artistas españoles e internacionales. Las cifras de visitantes aumentan en 25.000 asistentes.
- **Loop:** es una feria de arte internacional especializada en el videoarte y se celebra en Barcelona. Su primera edición fue en 2003 y en la actualidad cuenta con un grupo de debate e invitan a numerosos coleccionistas internacionales.
- **Swab:** su primera edición fue en 2007 en Barcelona y contó con 42 galerías españolas e internacionales de arte contemporáneo. En la actualidad ha aumentado su número de visitantes a más del doble.
- **Art Madrid:** es una feria de arte contemporáneo que se celebra en la capital desde el 2006. En 2014 expusieron galerías de España, Alemania, Portugal y Sudamérica. El número de visitantes ha ido aumentando de forma continua.
- **JustMad:** se trata de una feria de arte contemporáneo que surgió en 2009, donde exponen galerías tanto locales como extranjeras y su número de visitantes suele ser de unos 18.000.

Para finalizar este apartado nos centraremos en la feria de arte contemporáneo más importante de España. Se trata de ARCO que se celebra en Madrid cada mes de febrero desde 1982, momento en que España está iniciando un proceso democrático. Además es una de las primeras ferias de arte del mundo que nace en un país sin un mercado ni un coleccionismo consolidado. Estos factores hicieron que los primeros años de esta feria fueran bastante duros, aunque con el tiempo se ha consolidado y ha crecido enormemente.<sup>109</sup>

En la actualidad, ARCO no solo se puede analizar como una feria de arte contemporáneo donde conocer nuevas galerías y artistas, sino que gracias a su amplio abanico de eventos podemos contar con la presencia de un país invitado distinto cada año,

---

<sup>109</sup> Ruiz, Nacho (2013). *Op cit.*, p. 126.

con el objetivo de dar a conocer nuevos escenarios. Además también crea una serie de debates con un gran número de directores de museos y bienales del mundo, los cuales son invitados para abrir nuevos temas de debate en torno a la actualidad artística. Esta feria, también acoge el Encuentro de Museos de Europa e Iberoamérica dirigido por el Museo Reina Sofía o también las conferencias organizadas por ADACE (Asociación de Directores de Arte Contemporáneo de España).<sup>110</sup>

Las estadísticas afirman que ARCO en 2007 expuso su mayor número de galerías sumando un total de 298. El número de visitantes entre los años 2016 y 2017 se encuentra alrededor de 100.000, aunque cabe destacar que esta cifra ha bajado considerablemente en estos últimos años. Pero aun así, sigue siendo una de las más importantes a nivel internacional internacionalmente.<sup>111</sup> El presupuesto para ARCO 2017 era de 4.5 millones de euros y se estimó que iba a dejar un impacto económico de 100 millones de euros. Este mismo año participaron 200 galerías.<sup>112</sup>

Si tenemos que tener en cuenta los ingresos que genera una feria de arte hay que saber que ARCO cuenta con una inversión de las administraciones públicas, además, también cuenta con los ingresos de los precios que pagan las galerías por sus stands, los patrocinios y las entradas que cobra al público. Aunque ARCO sea la feria más importante del país, sus precios son más bajos que la media del resto de ferias de su misma categoría, con un precio de 260 euros por metro cuadrado.<sup>113</sup>

Cabe destacar que la importancia de ARCO no se queda únicamente en España, ya que en 2016 se abrió una sucursal en Lisboa, recibiendo el nombre de ARCOLisboa.<sup>114</sup>

### **c. Subastas**

Para empezar se puede hacer una breve referencia al funcionamiento de una subasta. En primer lugar como es obvio se necesitan obras, las cuales forman un lote, que es la pieza o piezas que van a ser subastadas. Un dato a tener en cuenta es que dichas

---

<sup>110</sup> Reviriego, Carmen (2014). *Op cit.* p. 90-92.

<sup>111</sup> McAndrew, Clare (2017). *Op cit.* p. 34.

<sup>112</sup> Datos extraídos de la página oficial de ARCO [última consulta: 16/06/18] [http://www.ifema.es/arcomadrid\\_01/](http://www.ifema.es/arcomadrid_01/) Para más información del número de galerías integrantes en ARCO véase la gráfica 6 en el anexo.

<sup>113</sup> Vozmediano, Elena. (2014). El negocio de la Feria de arte. *El Cultural*. [última consulta 22/04/2018] <http://www.elcultural.com/revista/arte/El-negocio-de-la-Feria-de-arte/34139>

<sup>114</sup> Díaz, Carolina (2017). *Op cit.* p. 232.

obras son cedidas en propiedad por parte de los propietarios para que sea la casa de subastas la encargada de actuar sobre ellas. Cabe destacar que previamente estas piezas han sido tasadas, por parte de la casa de subastas, adjudicándoles un precio de mercado. Así pues, mediante una serie de pujas, que son las cantidades que los compradores ofrecen, las piezas son vendidas. El objetivo principal es vender las obras, pero cabe la posibilidad que nadie puje por ellas, por lo que estas piezas no son vendidas. Finalmente, una vez que se ha pujado por la obra de arte, la puja ganadora es conocida con el nombre de “precio de martillo”. Este precio final también marcará la comisión que le tendrá que pagar el propietario de la obra a la casa de subastas.<sup>115</sup>

Como ya hemos dicho anteriormente es con la venta en subastas donde encontramos un incremento del precio de las obras de arte, una de las principales causas es la comisión que se llevan las casa de subastas.<sup>116</sup> En este sentido, es importante tener en cuenta que contamos con los datos que proporciona la plataforma denominada Artprice.<sup>117</sup>

Un dato muy interesante a descara de las casas de subastas es que siempre publican las obras que están a disposición y el precio al que han sido vendidas, por lo tanto conocemos los beneficios económicos.<sup>118</sup> Al respecto, debemos tener en cuenta que el resto de agentes no hacen públicos esos beneficios por lo que se hace difícil conocer con precisión el balance del mercado del arte en su totalidad. Otro factor digno de agradecer a la subasta es que ha permitido la globalización del mercado del arte, ya que aunque la subasta esté teniendo lugar en España puede haber un comprador en cualquier otro punto geográfico. Además, no deja de ser una oportunidad para aquellos coleccionistas que no pueden adquirir obras en el mercado primario.<sup>119</sup>

El origen de las subastas en nuestro país se inició en 1969.<sup>120</sup> En 2013 cinco de las casas más importantes de España eran: Ansorena, Balclis, Segre, Fernando Durán y

---

<sup>115</sup> Reviriego, Carmen (2014). *Op cit.* p. 66-68.

<sup>116</sup> Reviriego, Carmen (2014). *Op cit.* p. 65.

<sup>117</sup> *Artprice que es el líder mundial de base de datos sobre las cotizaciones y los índices de arte. Permite el acceso ilimitado a la más grande base de datos mundial sobre el mercado del arte. Enriquece permanentemente sus bases de datos y publica las tendencias del mercado del arte para las principales agencias, periódicos y revistas de todo el mundo.* Información en línea de Artprice visto en Cabrera, Sonia (2011). *Op cit.*

<sup>118</sup> Reviriego, Carmen (2014). *Op cit.* p. 63.

<sup>119</sup> Reviriego, Carmen (2014). *Op cit.* p. 63-64. Véase la gráfica 7 en el anexo.

<sup>120</sup> La primera casa de subastas que se abrió es España fue en el año 1969 en Madrid, la Sala Durán. Esta fue cogiendo fuerza y abrió sedes en otras ciudades como Sevilla, Barcelona, Olot, Valencia y Alicante. En

Alcalá,<sup>121</sup> que actualmente siguen teniendo actividad. En el territorio español en 2016 se contaba con 120 casas de subastas, las cuales se dedicaban principalmente a la venta de bellas artes, antigüedades, artes decorativas y objetos de colección.<sup>122</sup> Aunque la mayoría de las casa de subastas españolas trabajen con esta gran variedad de piezas, es importante señalar que las obras que adquieren precios más elevados son las obras de bellas artes.<sup>123</sup> Estas se encuentran distribuidas por todo el territorio español, pero se concentra un mayor número de ellas en las principales ciudades como Madrid y Barcelona.<sup>124</sup> Tal y como hemos hecho mención antes, en España también contamos con sucursales de las grandes casas de subastas internacionales, como Christie's o Sotheby's, aunque cabe matizar que no organizan una subasta desde 2008.<sup>125</sup>

Es cierto que las subastas juegan un papel muy importante en el mercado del arte, pero hay que entender que en España su papel es menos significativo que el de las galerías. Los estudios estiman que las ventas de las subastas en 2016 representan un 20% del valor total del mercado del arte.<sup>126</sup>

Si tenemos en cuenta las estadísticas, vemos como en el 2013 el 68% de las obras vendidas en subastas de bellas artes en España fueron piezas de artistas españoles.<sup>127</sup> Pero aun así, también hay que tener en cuenta que la situación de los artistas españoles es muy diferente, ya que el mayor volumen de ventas que se produjo fue en España, reduciendo la presencia de artistas españoles en el mercado global. También hay que señalar que las obras de artistas españoles más cotizados como Pablo Picasso, Joan Miró, Juan Gris, Salvador Dalí y Eduardo Chillida, fueron vendidas en 2013 fuera del territorio español, Únicamente contamos con una de las 20 obras más cotizadas de estos artistas vendida en España, el resto fueron vendidas en Londres y Nueva York.<sup>128</sup>

---

1979 la mayor casa de subastas, Sotheby's se instala en España y se convierte en la casa de subastas que consigue unos precios más elevados en nuestro país. Rodríguez, Mitra (2010). *Op. cit.* p. 3.

<sup>121</sup> McAndrew, Clare (2014). *Op cit.* p. 24.

<sup>122</sup> McAndrew, Clare (2017). *Op cit.* p. 73.

<sup>123</sup> McAndrew, Clare (2014). *Op cit.* p. 24.

<sup>124</sup> McAndrew, Clare (2017). *Op cit.* p. 73.

<sup>125</sup> Reviriego, Carmen (2014). *Op cit.* p. 29. Un estudio de Artprice sitúa la casa de subastas Christie's en la número uno en la clasificación mundial, con un total de 16.243 lotes vendidos en 2016. Visto en la página oficial de Artprice [última consulta 15/06/08] <https://es.artprice.com/artprice-reports/el-mercado-del-arte-en-2016/consolidacion-general-del-mercado-del-arte>

<sup>126</sup> McAndrew, Clare (2017). *Op cit.* p. 73. Véase la gráfica 8 en el anexo.

<sup>127</sup> McAndrew, Clare (2014). *Op cit.* p. 15. Véase la gráfica 9 en el anexo.

<sup>128</sup> *Ibid.* p. 16-17.

## B. Compradores

En este punto tendremos en cuenta la figura del comprador,<sup>129</sup> una pieza fundamental en este mercado. Es importante tener en cuenta que el comprador de arte no solo adquiere las obras por el afán de coleccionismo, sino que también lo puede hacer con una intención de inversión económica.<sup>130</sup> Así pues, todo esto nos muestra la importancia que tiene conocer este mercado, ya que no solo hay que tener en cuenta los valores estéticos y formales de la obra sino que también es importante tener en cuenta la rentabilidad de la adquisición de obras de arte, que varía dependiendo del momento histórico.<sup>131</sup> En relación a la adquisición de obras de arte por inversión, debemos citar el primer fondo de inversión de mercado del arte en España, que es conocido como Valsart Inversión y fue fundado en 2006.<sup>132</sup> Así pues, en este punto también se hará una breve referencia a la rentabilidad a la hora de adquirir obras de arte, cosa que nos permitirá conocer mucho mejor el perfil comercial de estos compradores.

Si tenemos que analizar los tipos de compradores que podemos encontrar en el mercado del arte español, podríamos destacar dos. Uno de ellos sería del Estado español, el cual, además de ser un regulador de este mercado del arte, también es una de los mejores clientes, ya que el presupuesto destinado a la adquisición de obras de arte ha ido incrementando en los últimos años.<sup>133</sup> Por otro lado, también deberíamos destacar los grandes coleccionistas privados, que han permitido el desarrollo de este mercado del arte.

### a. Grandes coleccionistas

A lo largo de la historia, coleccionar arte ha sido visto como un acto de prestigio, riqueza y poder relacionado directamente con un interés económico, pero también podemos encontrar otro tipo de coleccionismo algo menos ostentoso, que es el que realiza estas colecciones con el objetivo de preservar las piezas artísticas, sin olvidar el factor estético.<sup>134</sup> Es un error pensar que con el primero de los casos se elimina el segundo, ya

---

<sup>129</sup> Véase la gráfica 10 en el anexo.

<sup>130</sup> Barraca de Ramos, Pilar (2008). *Op. cit.*, [última consulta 24-04-2018] <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2707455> p.3.

<sup>131</sup> Ruiz, Nacho (2013). *Op. cit.*, p. 42.

<sup>132</sup> Barraca de Ramos, Pilar (2008). *Op. cit.*, p. 4.

<sup>133</sup> Estamos hablando de un incremento de millones de euros, mientras que en el periodo previo a la crisis económica sí que era superior con millones de euros. González, Carlos. El Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, *Op. cit.* p. 18-19.

<sup>134</sup> Vico, Ana. *Op. cit.*, p. 46-47. Para la figura del coleccionista a lo largo de la historia del arte véase: Antigüedad del Castillo-Olivares, María Dolores. Coleccionismo, museos y mercado artístico, un debate

que en realidad ocurre todo lo contrario. Es decir, con el aumento del interés por las obras de arte que va adquiriendo, también va en aumento su sensibilidad estética.<sup>135</sup>

No todos los coleccionistas están interesados por las mismas obras de arte, ya que algunos coleccionan arte antiguo, moderno, contemporáneo o actual y únicamente se ven atraídos por ese tipo de arte. Obviamente también existe el coleccionista con un amplio repertorio de obras de arte procedentes de distintas épocas.<sup>136</sup>

*Formar una colección de obras de arte no depende solo del conocimiento intelectual, es más bien un camino jalonado de otros valores como el gusto, la intuición o la suerte, pero saber ver es quizás lo más importante.*<sup>137</sup>

Haciendo referencia al coleccionismo en España, es importante saber que tenemos habitantes con rentas altas que les permiten invertir en arte. El problema viene dado por nuestro propio mercado, ya que es pequeño y las obras más importantes terminan vendiéndose fuera de España. Esto mismo provoca que el coleccionista español adquiera sus obras en territorio internacional para poder optar a unas obras más cotizadas.<sup>138</sup>

El mantenimiento de las grandes colecciones requiere de un gran equipo, no solo encargado de ayudar en la ampliación de esta, sino que también en la conservación y el cuidado de las piezas. Por ello muchos de los grandes coleccionistas deciden crear Fundaciones con sus propias colecciones. Es importante tener en cuenta que estas colecciones pueden pertenecer tanto a coleccionistas privados, como a empresas o instituciones. Entre las tareas de las fundaciones hay que resaltar también aquellas ligadas a la investigación científica y tecnológica.<sup>139</sup> Cabe destacar que estas Fundaciones ponen sus colecciones al servicio público y es por eso mismo que reciben diversos beneficios como pueden ser los fiscales.<sup>140</sup> Así pues, podemos entender que con las Fundaciones se establece una relación de intereses entre los grandes coleccionistas, el Estado y la sociedad. Ya que los coleccionistas tienen privilegios económicos, el Estado puede

---

actual. En AA.VV. (2011). *Colecciones, expolio, museos y mercado artístico en España en los siglos CVIII y XIX*. Editorial Universitaria Ramón Areces. Madrid.

<sup>135</sup> Poli, Francesco (1976). *Op. cit.* p. 89.

<sup>136</sup> Pérez, Diana (2008). *Op. cit.*, [última consulta 24-04-2018] <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2707523> p. 191.

<sup>137</sup> Cita de Lourdes Moreno vista en Florido, Ana (2011). *Op. cit.*, [última consulta 24-04-2018] <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3792086> p. 16.

<sup>138</sup> Reviriego, Carmen (2014). *Op. cit.* p. 28.

<sup>139</sup> Pérez, Diana (2008). *Op. cit.* p. 195.

<sup>140</sup> Algunas de estas ventajas fiscales son la abstención de pagos de impuestos.

cumplir mucho mejor con sus obligaciones culturales y la sociedad puede disfrutar de estas obras.<sup>141</sup> No todos son ventajas, ya que una de las principales desventajas de la creación de fundaciones es que estas no pueden vender sus obras.<sup>142</sup>

Una de las principales funciones de las Fundaciones es el mecenazgo y el coleccionismo. De hecho, por norma general, las mayores colecciones de arte de España están relacionadas con alguna Fundación. Así pues, en España podemos encontrar 7.000 Fundaciones, que se concentran en tres comunidades, Cataluña, Madrid y Andalucía.<sup>143</sup>

A continuación haremos mención a algunas de las fundaciones españolas más activas respecto al coleccionismo y a la adquisición de nuevas obras.

La Fundación Juan March<sup>144</sup> fue creada en el año 1955 como una institución destinada a desarrollar actividades relacionadas con la cultura humanista y científica. Esta fundación posee más de 1.600 obras entre pinturas, esculturas, grabados y dibujos. Además, en el año 1987 adquirió la colección de arte español contemporáneo que pertenecía al norteamericano Amos Cahan. Pero esta no fue la última vez que se incrementó la colección, ya que en el año 1980 recibió la donación de Fernando Zóbel del conjunto de obras que formaban parte del Museo de Arte Abstracto Español de Cuenca. Así pues, podemos entender que la Fundación Juan March, con sede en Madrid, donde alberga una biblioteca de música y teatro, es la titular del Museo de Arte Abstracto Español de Cuenca, así como también del Museu d'Art Espanyol Contemporani de Mallorca. Entre su colección podemos encontrar obras de Picasso, Miró, Dalí, Juan Gris, Miquel Barceló, Antoni Tàpies, Antonio Saura, entre otros. Cabe destacar que esta fundación publica catálogos, guías didácticas, carteles y reproducciones de todas sus exposiciones y por lo tanto de sus fondos. En la actualidad está realizando una serie de conferencias con el título "Memorias de la Fundación". Estas charlas permiten dar a conocer diferentes personalidades de todos los ámbitos de la cultura que empezaron sus carreras gracias a las becas o ayudas de la Fundación Juan March.<sup>145</sup> También destacamos

---

<sup>141</sup> Pérez, Diana (2008). *Op cit.* p. 195.

<sup>142</sup>*Ibid*, p. 199.

<sup>143</sup>*Ibid*, p. 196.

<sup>144</sup>*Ibid*, p. 203-204.

<sup>145</sup> Alfonso Íñigo. Entrevista: Félix Pons Delgado. "Memorias de la Fundación". Página oficial: 22/10/18 [última consulta 14/06/18] <https://www.march.es/conferencias/detalle.aspx?p4=234&l=1>

una exposición titulada *Escuchar con los ojos. Arte sonoro en España, 1961-2016*, donde se pudo ver la mayor retrospectiva de artistas sonoros españoles.<sup>146</sup>

La Fundación Montemadrid<sup>147</sup> se creó en el año 1991 con el objetivo de hacer hincapié en algunas cuestiones culturales españolas. Así pues, se dieron una serie de programas como el Programa de Conservación del Patrimonio Histórico Español, el Programa de Música, el Programa de Patrocinio Promoción y Difusión Cultural, el Programa de Becas y el Programa de Investigación y Universidades. En el año 2003 esta fundación se unió con la Fundación Colección Thyssen-Bornemisza con la intención de crear exposiciones conjuntas, con lo que esta fundación ha conseguido ofrecer un servicio cultural muy desarrollado con una proyección internacional. En el año 2007 tuvo lugar un programa de colaboración con seis universidades de Madrid con el objetivo de promover la investigación dentro de las universidades. Para este año 2018 ha convocado un certamen *Generaciones* donde se permite la participación de cualquier artista español o extranjero residente en España y de cualquier modalidad. Además también encontramos el programa *Inéditos* que está dirigido a jóvenes comisarios. Con estos proyectos pretende dar una gran oportunidad al Arte Joven y emergente, para darse a conocer, al igual que los comisarios, que podrán producir su primera exposición y editar el catálogo de la muestra. La Fundación Montemadrid ha preparado diversos programas de restauración patrimonial donde se pretende intervenir en la Puerta de Toledo (Ciudad Real), Real Monasterio de Santa Isabel la Real (Granada), Casa Amatller (Barcelona) y la Iglesia del Santo Cristo de la Salud (Málaga).<sup>148</sup>

## **b. Museos**

Como hemos visto anteriormente, el dinero y el arte se relacionan con diversas instituciones y lo mismo ocurre con los museos. Esta institución tiene una gran importancia, ya que algunas de sus funciones son reunir y conservar obras, además de educar al público que los visita transmitiéndoles unos criterios de valor y calidad de las

---

<sup>146</sup> Información extraída de la página web oficial de la Fundación Juan March [última consulta: 14/06/18] <https://www.march.es/arte/madrid/exposiciones/arte-sonoro/actividades.aspx>

<sup>147</sup> Pérez, Diana (2008). *Op cit.* p. 206-207. Esta fundación es heredera de Caja Madrid, una de las cajas de ahorros españolas más antiguas.

<sup>148</sup> Información extraída de la página web oficial de la Fundación [última consulta: 14/06/18] <http://www.fundacionmontemadrid.es/area/categoria/cultura/>

obras.<sup>149</sup> Para entender mejor el funcionamiento de los museos es necesario hacer referencia a ICOM (Consejo Internacional de Museos) que fue creado en 1946 y es una organización creada con el objetivo de proteger el patrimonio cultural y natural, material e inmaterial.<sup>150</sup> Es cierto que los museos no son los agentes más activos en la compra-venta de obras artísticas dentro de este mercado, pero no hay que olvidar que también puede participar en él. Así pues, el museo puede actuar sobre la carrera de un artista, ya que este puede donarle alguno de sus trabajos para que el museo lo pueda vender posteriormente, en una subasta. Este hecho puede hacer que la obra alcance un precio elevado, mucho mayor que si se hubiera hecho por otra vía, ya que se juega con la ventaja del prestigio que tiene el museo como institución. Por esa misma razón, si el museo compra y exhibe la obra de un artista este le da legitimidad.<sup>151</sup>

Cabe tener en cuenta que en España el tema de la economía de los museos ha tenido y tiene muy poca repercusión porque su estudio económico es poco frecuente.<sup>152</sup>

Según una estadística realizada por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, a finales del 2012 España contaba con 1.529 museos. Estos se pueden dividir entre museos de arte contemporáneo (126), museos de artes decorativas (33), arqueológicos (173) y otros centrados en bellas artes (227).<sup>153</sup>

En España las administraciones públicas destinan grandes partidas presupuestarias con el fin de apoyar el arte y de construir una colección pública con el objetivo de donar sentido a los diferentes museos y centros de arte que posee. Estos han sido financiados por Ayuntamientos, Comunidades Autónomas y el Gobierno Central.<sup>154</sup> Además, cabe recordar la normativa estatal que regula las exportaciones antes citadas que suponen una adquisición de obra por parte del Estado a un precio muy bajo. Los principales

---

<sup>149</sup> Freeland, Cynthia (2004). *Pero ¿esto es arte?* Cuadernos Arte Cátedra. Madrid. p. 103.

<sup>150</sup> Información extraída de la página oficial de ICOM [última consulta 15/06/18] <http://icom.museum/L/1/>

<sup>151</sup> Thompson, Don (2009). *Op cit.* p. 264-265. Es importante señalar que aunque el museo tenga la potestad de vender obras, no es una de sus principales funciones, por ese mismo motivo se ha situado en este punto de “compradores”, ya que predomina esta función sobre la anterior. Además, debe cumplir con el código deontológico del ICOM que afirma que “*las colecciones de los museos son bienes en custodia pública y no se deben considerar como un activo realizable. Los ingresos o compensaciones percibidos por la baja de objetos de la colección de un museo deben utilizarse exclusivamente en beneficio de esta para efectuar nuevas adquisiciones*”. Información extraída de la página oficial del ICOM [última consulta: 15/06/18] <http://archives.icom.museum/codigo.html>

<sup>152</sup> Fernández, Víctor y Prieto, Juan. (2004). *Op. cit.*, p. 34.

<sup>153</sup> McAndrew, Clare (2014). *Op cit.* p. 35.

<sup>154</sup> De Francisco, Chema (2015). Notas sobre el galerismo de arte contemporáneo en España. *Plataforma de Arte Contemporáneo*. [última consulta 22-04-2018] <http://www.plataformadeartecontemporaneo.com/pac/notas-sobre-el-galerismo-de-arte-contemporaneo-en-espana/>

beneficiarios de esta normativa son el Estado y los museos públicos.<sup>155</sup> Aun así, la formación de colecciones por parte de las instituciones públicas es más compleja, ya que depende del entramado estatal y de decisiones colectivas, por lo que son mucho más prudentes y moderadas a la hora de adquirir piezas.<sup>156</sup>

Un ejemplo de adquisición de obras de arte por parte del Estado es la que tuvo lugar en 2010, cuando se compró el cuadro “El vino en la fiesta de San Martín”, obra de Bruegel el Viejo. Esta pieza fue comprada por el Ministerio de Cultura para el Museo Nacional del Prado y pagó por ella 7 millones de euros. Los museos también pueden recibir donaciones. Un ejemplo tuvo lugar en el año 2006. En este caso el beneficiario fue el Museo del Traje, ya que la modista Hubert de Givenchy donó el vestido que llevó Audrey Hepburn en la conocida película “Desayuno con Diamantes”.<sup>157</sup>

En el caso de los museos de arte contemporáneo cabe destacar que tienen un papel muy importante, ya que son los encargados de divulgar las nuevas tendencias artísticas. Esto favorece en la valoración de las obras de arte y artistas poco conocidos o consolidados. Este mismo juego es el que se encuentra en las galerías de arte contemporáneo.<sup>158</sup> Un dato a tener en cuenta es que los principales museos de arte contemporáneo de nuestro país como el museo Reina Sofía, el MACBA y el Guggenheim Bilbao apuestan antes por artistas internacionales que por los españoles. Este hecho no favorece a que los artistas nacionales consigan una reputación mayor dentro del mercado del arte. De hecho, encontramos galeristas que afirman que los museos y las galerías deberían respaldarse y apoyar más al artista local.<sup>159</sup>

Los museos mantienen una relación con otros agentes del mercado del arte, por eso mismo se debe relacionar con la figura del coleccionista, ya que muchos de los museos públicos tienen sus orígenes en colecciones privadas, tal y como ocurre con el Museo Thyssen-Bornemisza, al que posteriormente nos referiremos. En la actualidad también podemos encontrar la continuidad de esta relación entre coleccionista y museo, porque el coleccionista puede hacer una cesión de algunas de sus obras al museo, cosa que le va a otorgar a su colección una mayor reputación.<sup>160</sup> Analizando los datos de 2017

---

<sup>155</sup> McAndrew, Clare (2017). *Op cit.* p. 23.

<sup>156</sup> Reviriego, Carmen (2014). *Op cit.* p. 95-96.

<sup>157</sup> González, María y Montero, Carolina (2011). *Op. cit.*, [última consulta 24-04-2018] <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3792139>

<sup>158</sup> Poli, Francesco (1976). *Op. cit.* p. 42.

<sup>159</sup> McAndrew, Clare (2014). *Op cit.* p. 37.

<sup>160</sup> Reviriego, Carmen (2014). *Op cit.* p. 94-95.

podemos ver que el Museo Nacional del Prado adquirió 35 obras, cinco de las cuales fueron cedidas por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y el número de donaciones privadas asciende a más de 120. Por otro lado, si tenemos en cuenta los datos económicos de este museo, vemos como en el 2016 sus presupuestos eran de 45.398 y en el 2017 de 46.210,58.<sup>161</sup> Por lo que podemos constatar un incremento, aunque contenido, de los activos disponibles para la inversión del museo en el campo del mercado artístico.

No hay que olvidar el caso de las Fundaciones, ya que también tienen un papel muy importante, tanto que tal y como afirma Diana Pérez, los Museos necesitan ser respaldados por las Fundaciones ya que estas les permiten desempeñar su tarea. Un claro ejemplo de esto es La Real Asociación de Amigos del Museo Reina Sofía o la Fundación Thyssen-Bornemisza.<sup>162</sup>

El Museo Thyssen-Bornemisza de Madrid es también un claro ejemplo de una colección privada la cual ha dado lugar a la creación de un museo. El objetivo principal de la baronesa Thyssen, siendo consciente de que su colección es una de los mayores tesoros artísticos de Europa, es hacer negocio con el Estado. De hecho, en una entrevista de 2010, la baronesa afirma estar estudiando la posibilidad de venderle su colección al Estado después de 25 años de alquiler.<sup>163</sup> Cabe destacar que en el año 2011, la baronesa inauguró el Museo Carmen Thyssen Málaga donde se expone las pinturas andaluzas pertenecientes a su colección.<sup>164</sup>

## 6. Conclusiones

Después de hacer un recorrido por el estado actual del Mercado del Arte español y los movimientos económicos que este produce, cosa que ha permitido conocer la situación de la Economía del Arte en España, hemos podido comprobar que su estado podría mejorarse en un futuro. En primer lugar cabe señalar la necesidad de la apertura de este mercado hacia los mercados internacionales, porque permitiría mejorar los

---

<sup>161</sup>Cantidades interpretadas en miles de euros. Todos estos datos han sido extraídos de la página oficial del Museo Nacional del Prado. [última consulta: 15/06/18] <https://www.museodelprado.es/museo/datos-economicos>

<sup>162</sup> Pérez, Diana (2008). *Op cit.* p. 195.

<sup>163</sup> García, Ángeles. Entrevista: Carmen Thyssen Vicepresidenta Fundación Thyssen. “Mi colección vale 700 millones”. Revista digital: El País. 02/03/2010. [última consulta 09-06-18] [http://www.elpais.com/articulo/cultura/coleccion/vale/700/millones/elpepucul/20100302elpepucul\\_1/Tes](http://www.elpais.com/articulo/cultura/coleccion/vale/700/millones/elpepucul/20100302elpepucul_1/Tes)

<sup>164</sup> Reviriego, Carmen (2014). *Op cit.* p. 240.

rendimientos y los beneficios de este mercado. Además, no hay que olvidar que se trata de un mercado muy hermético socialmente hablando, por eso mismo también debería considerarse esta apertura, ya que se podrían obtener una mayor valoración del arte y de sus circuitos comerciales. Sin olvidar la posibilidad de conseguir un aumento de consumidores de cultura y tal vez de coleccionistas.

Podemos entender el Mercado del Arte como todas aquellas actividades que promueven y realizan los diferentes agentes implicados, tanto los encargados de las ventas como de las compras. Estas actividades no siempre son las mismas, tal y como hemos podido comprobar a lo largo del trabajo. Si tenemos en cuenta el caso de los vendedores dentro de este mercado del arte podemos ver como las subastas por ejemplo, tienen un único fin económico, mientras que las galerías además le suman la promoción y el conocimiento de nuevos trabajos, artistas o movimientos. Así pues, estas últimas no solo trabajan en su propio establecimiento, sino que también tienen la oportunidad de unirse con otras galerías y formar parte de una feria de arte, donde los objetivos finales de las galerías se cumplen a una mayor escala. Además, estas ferias de arte permiten aportar un mayor reconocimiento internacional, cosa que posibilita al mercado español, acercarse a un mercado más globalizado, donde podríamos competir con otros países que ya hayan vivido un desarrollo más notorio en este ámbito.

Por otro lado, haciendo referencia a los compradores, podemos ver como el papel que juegan los coleccionistas dentro del mercado del arte es fundamental para un buen desarrollo y funcionamiento de este mercado. Además hay que decir que el gran coleccionista suele contribuir al conocimiento social de su colección mediante fundaciones o haciendo donativos a museos, por lo tanto su papel no es únicamente beneficioso para los artistas, sino también para el Estado, el cual recibe una ayuda a la hora de fomentar la cultura a la sociedad. Por otro lado, el museo concentra esfuerzos con el objetivo de aportar una mayor protección al patrimonio colaborando directamente con los coleccionistas y el Estado.

Todos estos agentes desarrollan una actividad económica que es estudiada por la Economía del Arte. Esta, después de recoger todos los datos referentes al mercado del arte aporta las cifras correspondientes que permiten conocer los movimientos económicos del mercado del arte. De este modo se ha podido saber que, actualmente, en los agentes vendedores, las galerías españolas son los agentes más activos dentro del mercado del

arte nacional por su gran dinamismo. No hay que olvidar que las ferias de arte, por otro lado, están viviendo un crecimiento notable, mientras que las subastas se han mantenido estables. Si tenemos en cuenta el sector de compradores, los coleccionistas siguen siendo el pilar fundamental de este grupo, ya que sin ellos el sector de vendedores no tendría ningún sentido. Por otro lado, el museo no deja de tener importancia ya que aún y destina grandes sumas de dinero a la protección de nuestro patrimonio nacional.

En último lugar quisiera señalar que la realización de este trabajo me ha permitido adquirir un mayor conocimiento sobre las relaciones establecidas entre la Historia del Arte y la Economía a través del estudio del mercado y sus agentes. Así como también conocer el comportamiento del arte en el mundo globalizado actual y las posibles salidas laborales que el historiador del arte tiene en este mismo ámbito.

## 7. Bibliografía y fuentes

### 7.1 Bibliografía

- Aguado, Luis., Palma, Luis y Pulido, Noemí (2017). 50 años de economía de la cultura. Explorando sus raíces en la historia del pensamiento económico. *Cuadernos de Economía*. nº 70, 197-225.
- Antigüedad del Castillo-Olivares, María Dolores. Coleccionismo, museos y mercado artístico, un debate actual. En AA.VV. (2011). *Colecciones, expolio, museos y mercado artístico en España en los siglos CVIII y XIX*. Editorial Universitaria Ramón Areces. Madrid. p. 13-39.
- Barbosa, Alma (2016). La valoración de la obra de arte. *ASRI- Arte y Sociedad. Revista de Investigación*. nº 10 [última consulta: 24-04-2018] <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5410554>
- Barraca de Ramos, Pilar (2008). El mercado del arte y la política de adquisición de colecciones públicas. *La inversión de Bienes de Colección*. 61-78. [última consulta 24-04-2018] <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2707455>
- Burke, Peter (1995). *El Renacimiento italiano. Cultura y sociedad en Italia*. Alianza Forma. Madrid
- Cabrera, Sonia (2011). La mercancía exquisita. Breves notas para todos aquellos que se preguntan quién pone el precio. *ASRI- Arte y Sociedad. Revista de Investigación*. nº 0 [última consulta 24-04-2018] <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3792193>
- Carranco, Enric. La subasta, catalizadora del mercado del arte. En AA.VV. (2015). *III Encuentro Profesional sobre Lucha contra el Tráfico Ilícito de Bienes Culturales. El mercado del arte como agente protector del Patrimonio Histórico*. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. p. 62-64.
- De Francisco, Chema (2015). Notas sobre el galerismo de arte contemporáneo en España. *Plataforma de Arte Contemporáneo*. [última consulta 22-04-2018] <http://www.plataformadeartecontemporaneo.com/pac/notas-sobre-el-galerismo-de-arte-contemporaneo-en-espana/>
- Díaz, Carolina (2017). *La gestión de las galerías de arte*. Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID). Madrid.

- Fernández, Víctor y Prieto, Juan. (2004). Análisis económico de los museos con una aplicación al estudio de sus visitantes en España. *Revista asturiana de economía*. nº 29, 33-59.
- Florido, Ana (2011). La maldición de la Mona Lisa. El nuevo precio del arte. *ASRI- Arte y Sociedad. Revista de Investigación*. nº 0. [última consulta 24-04-2018] <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3792086>
- Freeland, Cynthia (2004). *Pero ¿esto es arte?* Cuadernos Arte Cátedra. Madrid.
- Frey, Bruno y Serna, Angel (1993). La economía del arte: un nuevo campo de investigación. *Revista de Derecho Financiero y de Hacienda Pública*. nº 43, 1195-1208.
- Frey, Bruno (2000). *L'economia de l'art*. Col.lecció d'estudis econòmics, la Caixa. Barcelona.
- González, Carlos. *Importación y exportación de bienes culturales*. Artículo en línea [última consulta: 05/06/2018] [https://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/dms/mecd/cultura-mecd/areas-cultura/patrimonio/mc/lcti/capitulos/LCTI\\_11\\_Importacion\\_Exportacion.pdf](https://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/dms/mecd/cultura-mecd/areas-cultura/patrimonio/mc/lcti/capitulos/LCTI_11_Importacion_Exportacion.pdf)
- González, Carlos. El Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, su influencia en el mercado del arte y en el tráfico lícito de bienes culturales. En AA.VV. (2015). *III Encuentro Profesional sobre Lucha contra el Tráfico Ilícito de Bienes Culturales. El mercado del arte como agente protector del Patrimonio Histórico*. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. p. 8-19.
- González, María y Montero, Carolina (2011). Museos y mercado de arte. la adquisición de bienes culturales realizada por el Estado: una manera de recuperar, impulsar y difundir nuestro patrimonio. *ASRI- Arte y Sociedad. Revista de Investigación*. nº 0 [última consulta 24-04-2018] <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3792139>
- Harillo, Adrià (2015). El Mercado de Arte. Una ruptura. *La Albolafia: Revista de Humanidades y Cultura*. nº 4, 155-161. [última consulta 24-04-2018] <http://albolafia.com/trab/Alb-Misc-004.HARILLO.pdf>
- Herrero, Luis (2002). La economía de la cultura en España: una disciplina incipiente. *Revista asturiana de Economía*. nº 23, 147-175.
- Iglesias, José Manuel (2007). *Actas de los XVII Cursos Monográficos sobre el Patrimonio Histórico*. Ed. Universidad de Cantabria.

- Mazuecos, Amalia (2008). *Arte Contextual. Estrategias de los artistas contra el mercado del arte contemporáneo* (tesis doctoral). Facultad de Bellas Artes. Universidad de Granada.
- 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.
- Moreno, Francisco Manuel (2014). *La galería de arte como agente dinamizador de la educación artística*. (tesis doctoral). Facultad de Bellas Arte y Facultad de Ciencias de la Educación. Universidad de Granada.
- Ovejero, Félix (2014). *El compromiso del creador. Ética de la estética*. Galaxia Gutenberg. Barcelona.
- Pérez, Diana (2008). Fundaciones y coleccionismo: experiencias y tendencias. *La inversión en Bienes de Colección*. 190-211. [última consulta 24-04-2018] <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2707523>
- Pérez, Leticia y Sánchez Calero (2011). Mercado del Arte e intermediarios: una perspectiva actual. *Laboratorio de Arte*. nº 23, 537-550.
- Peraza, Miguel e Iturbe, Jose (1998). *El arte del mercado en arte*. Universidad Iberoamericana.
- Poli, Francesco (1976). *Producción artística y mercado*. Editorial Gustavo Gili. Barcelona.
- Reviriego, Carmen (2014). *El laberinto del arte: el mercado del arte, su funcionamiento, sus reglas y principales figuras*. Ed: Paidós. Barcelona.
- Rodríguez, Mitra (2010). El arte de la subasta II: el mercado español. *Revista de Claseshistoria*. nº 85. Artículo en línea [última consulta 15/06/18] [file:///C:/Users/manto/Documents/Grau%20d'Hist%C3%B2ria%20de%20l'Art/5t%20Hist%C3%B2ria%20de%20l'Art/2n%20quatri/TFG%20\(Treball%20Final%20de%20Grau\)/articles/2.%20espa%C3%B1a/Dialnet-ElArteDeLaSubastaII-5163756%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/manto/Documents/Grau%20d'Hist%C3%B2ria%20de%20l'Art/5t%20Hist%C3%B2ria%20de%20l'Art/2n%20quatri/TFG%20(Treball%20Final%20de%20Grau)/articles/2.%20espa%C3%B1a/Dialnet-ElArteDeLaSubastaII-5163756%20(1).pdf)
- Ruiz, Nacho (2013). *La obra de arte como objeto de intercambio. Procesos y estructuras del mercado del arte*. Eid editorial. Madrid.
- Siegrist, Pablo (2003). *El mercado del arte y los obstáculos fiscales ¿Una asignatura pendiente en la investigación europea?* Instituto de Estudios Europeos. Madrid.

- Thompson, Don (2009). *El tiburón de 12 millones de dólares: la curiosa economía del arte contemporáneo y las casas de subastas*. Ed: Ariel. Barcelona.
- Unzueta, Sara (2002). El mercado del arte. *Boletín económico de ICE*. nº 2747, 35-43.
- Vallugera, Anna (2011). El mercado artístico como herramienta de estudio para el historiador del arte. Una aproximación. *ASRI- Arte y Sociedad. Revista de Investigación*. nº 0. [última consulta 24-04-2018]  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3792106>
- Vico, Ana. El mercado del arte: formación de una profesión para proteger el patrimonio histórico. En AA.VV. (2015). *III Encuentro Profesional sobre Lucha contra el Tráfico Ilícito de Bienes Culturales. El mercado del arte como agente protector del Patrimonio Histórico*. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. p. 45-54.

## 7.2 Webgrafía

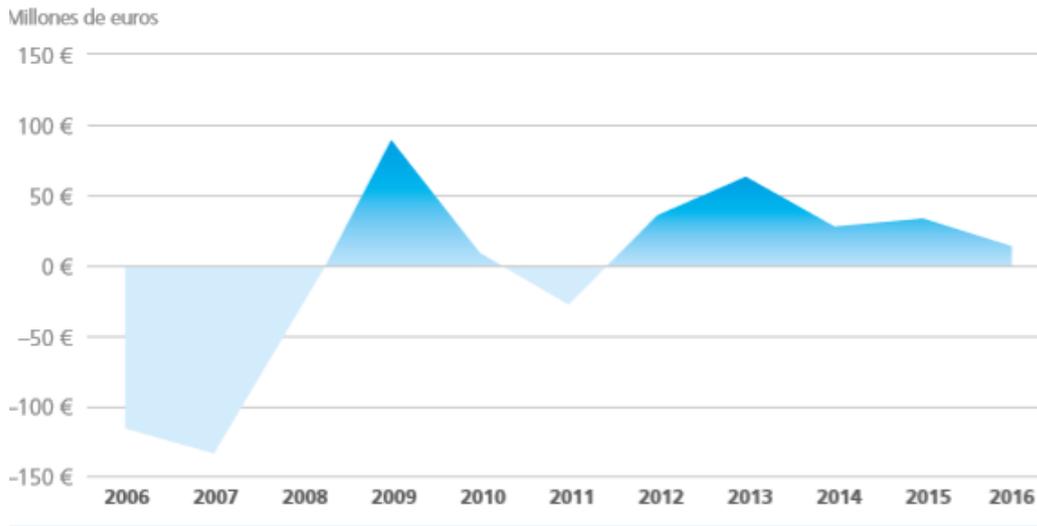
- Alfonso Íñigo. Entrevista: Félix Pons Delgado. “Memorias de la Fundación”.  
Página oficial: 22/10/18 [última consulta 14/06/18]  
<https://www.march.es/conferencias/detalle.aspx?p4=234&l=1>
- ARCO [última consulta: 16/06/18] [http://www.ifema.es/arcomadrid\\_01/](http://www.ifema.es/arcomadrid_01/)
- Artprice en línea [última consulta: 15/06/18] <https://es.artprice.com/>
- Consejo Internacional de Museos ICOM [última consulta 15/06/18]  
<http://icom.museum/L/1/>
- Diario de arte [última consulta: 14/06/18] <http://www.hoyesarte.com/>
- FAIM ART (Feria de Arte Independiente de Madrid) [última consulta: 14/06/18]  
<https://artefaim.net/>
- Fernando Pavón [última consulta: 14/06/18] <http://www.fpavon.com/>
- Fundación Caja Madrid [última consulta:14/06/18]  
<http://www.fundacionmontemadrid.es/>
- Fundación Juan March [última consulta: 14/06/18] <https://www.march.es/>
- García, Ángeles. Entrevista: Carmen Thyssen Vicepresidenta Fundación Thyssen.  
“Mi colección vale 700 millones”. Revista digital: El País. 02/03/2010. [última consulta 09-06-18]

[http://www.elpais.com/articulo/cultura/coleccion/vale/700/millones/elpepucul/20100302elpepicul\\_1/Tes](http://www.elpais.com/articulo/cultura/coleccion/vale/700/millones/elpepucul/20100302elpepicul_1/Tes)

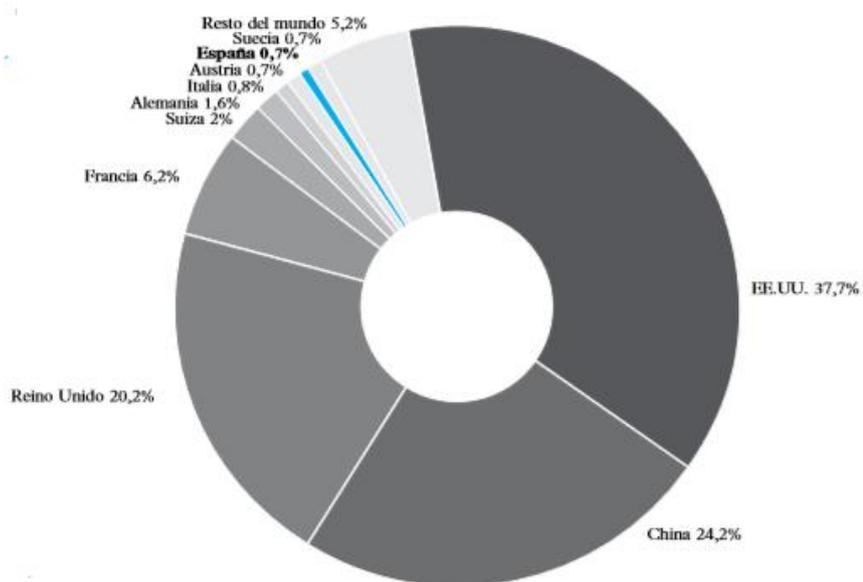
- García, Miguel Ángel (2016). Un tesoro de arte español a la venta. *El PAÍS*. [https://elpais.com/cultura/2016/11/30/actualidad/1480517247\\_690556.html](https://elpais.com/cultura/2016/11/30/actualidad/1480517247_690556.html)
- International Center for Art Economics (ICARE) en línea [última consulta 15/05/2018] <http://artseconomics.com/>
- Ministerio del Interior, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. [última consulta: 15/06/18] <https://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/patrimonio/informacion-general/gestion-en-el-ministerio/junta-de-calificacion-valoracion-y-exportacion.html>
- Museo Nacional del Prado. [última consulta: 15/06/18] <https://www.museodelprado.es/museo/datos-economicos>
- Vozmediano, Elena. (2014). El negocio de la Feria de arte. *El Cultural*. [última consulta 22/04/2018] <http://www.elcultural.com/revista/arte/El-negocio-de-la-Feria-de-arte/34139>

## 8. Anexos

### 1. Exportaciones de arte en España entre 2006 y 2016<sup>165</sup>



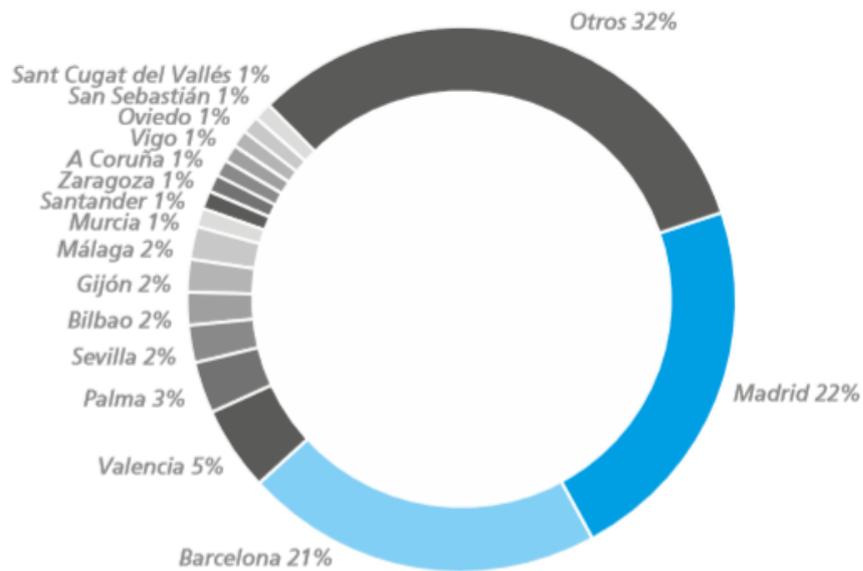
### 2. Cuotas del mercado global del arte en términos de valor en 2013<sup>166</sup>



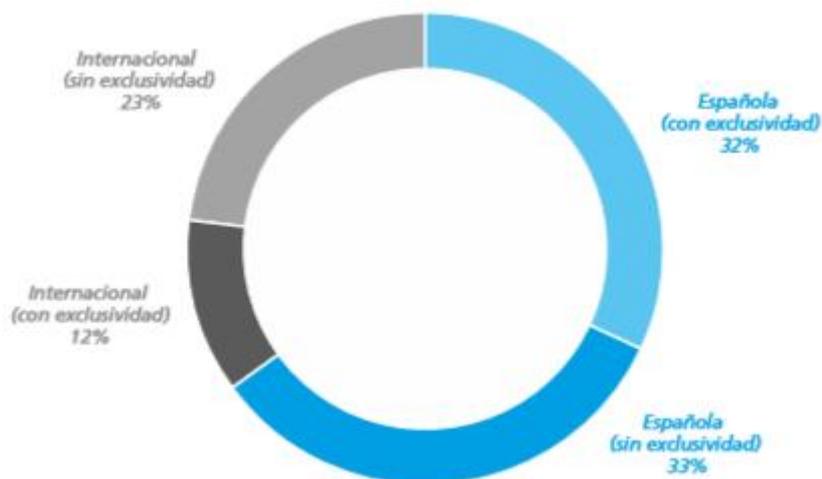
<sup>165</sup>McAndrew, Clare (2017). *Op cit.* p. 17.

<sup>166</sup>McAndrew, Clare (2014). *Op. cit.*, p 18.

### 3. Ubicación de las principales galerías en España<sup>167</sup>



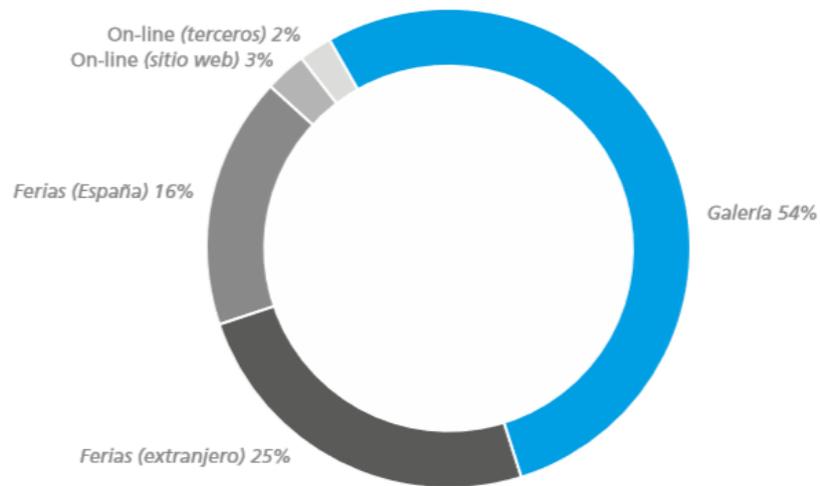
### 4. Ventas generadas por los artistas representados por galerías en el mercado español en 2016.<sup>168</sup>



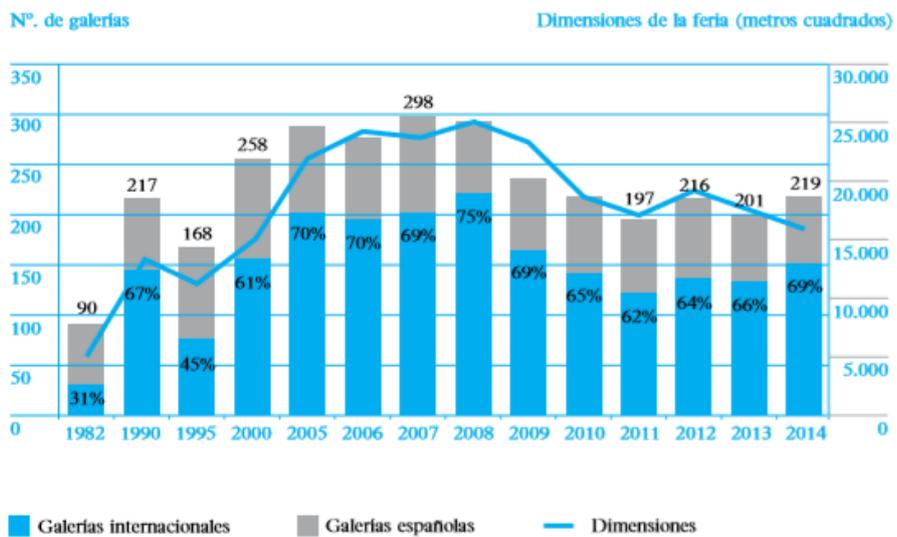
<sup>167</sup>McAndrew, Clare (2017). *Op cit.* p. 25.

<sup>168</sup>*Íbid.* p. 57.

5. Venta por canal de las galerías españolas en 2016<sup>169</sup>



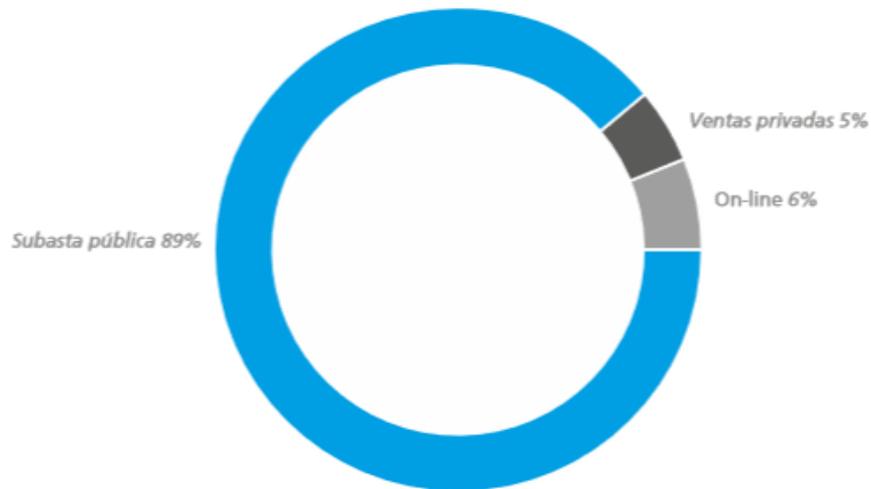
6. Número de galerías que exponen en ARCO y las dimensiones de la feria.<sup>170</sup>



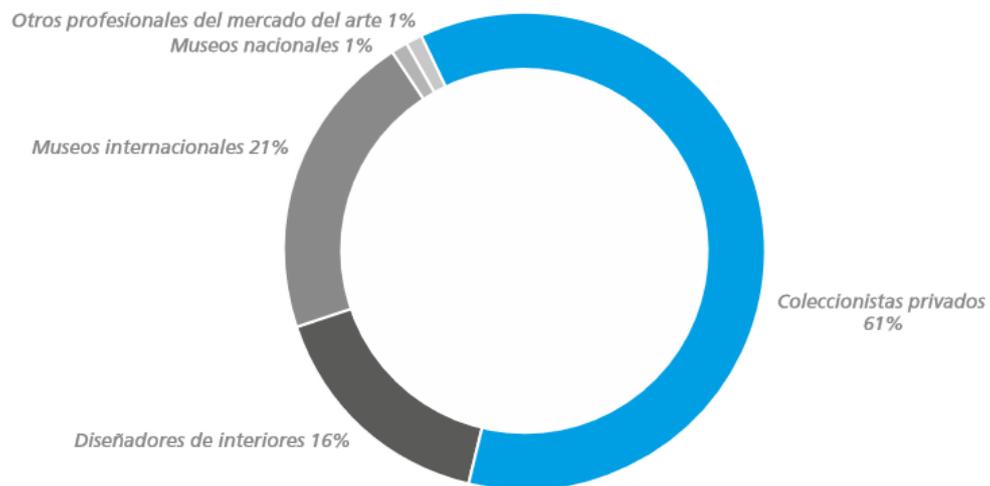
<sup>169</sup> *Íbid*, p. 33.

<sup>170</sup> McAndrew, Clare (2014). *Op. cit.*, p. 32.

7. Cuotas de ventas en subastas españolas en 2016 teniendo en cuenta el canal.<sup>171</sup>



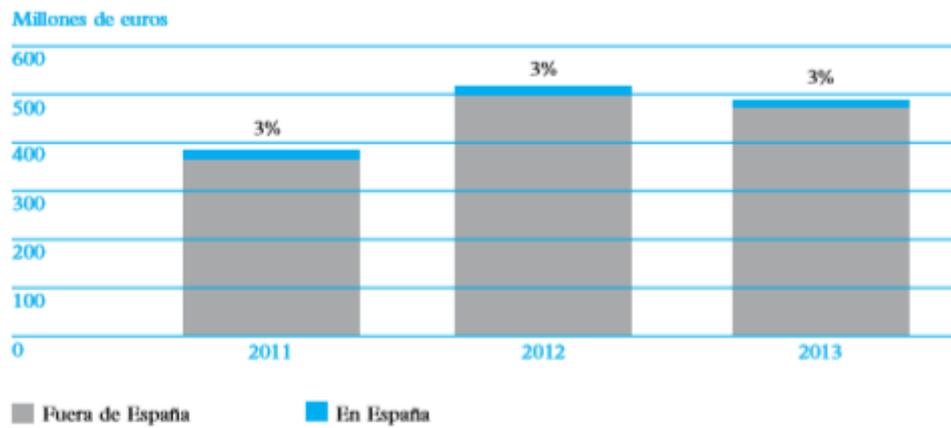
8. Ventas de subastas según compradores en 2016.<sup>172</sup>



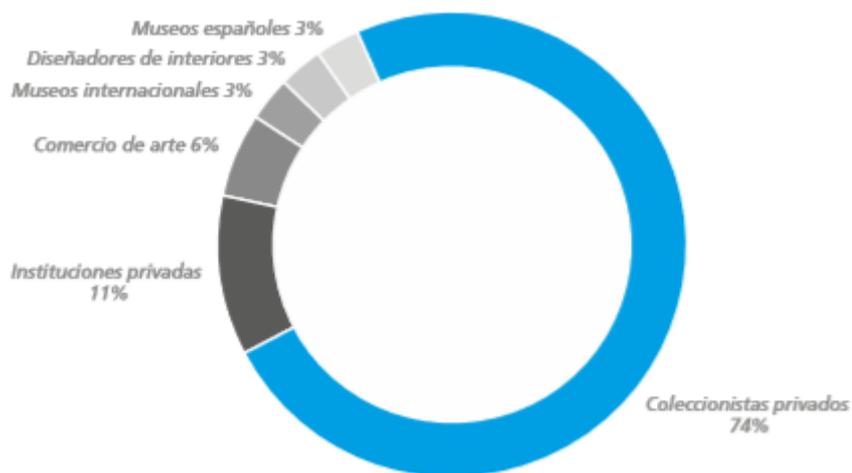
<sup>171</sup> McAndrew, Clare (2017). *Op cit.* p 75.

<sup>172</sup> *Íbid.* p. 78.

9. Venta de artistas españoles en subastas.<sup>173</sup>



10. Mercado de ventas por grupo de compradores en 2016.<sup>174</sup>



<sup>173</sup> McAndrew, Clare (2014). *Op. cit.*, p. 16.

<sup>174</sup> McAndrew, Clare (2017). *Op cit.* p. 42.