

05

QUADERNS
ART I
MECENATGE

EL MERCAT ESPANYOL DE L'ART EL 2017

Dra. CLARE McANDREW
Arts Economics



Fundació Bancària "la Caixa"

05

**QUADERNS
ART I
MECENATGE**

EL MERCAT ESPANYOL DE L'ART EL 2017

CLARE McANDREW

Edita

Fundació Bancària "la Caixa"
Av. Diagonal, 621 – 08028 Barcelona

Edició digital

www.mercadoespañoldelarte.org

**Patronat de la
Fundació Bancària
"la Caixa"****President**

Isidre Fainé Casas

Vicepresident

Juan José López Burniol

Patrons

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

Secretari (no membre)

Óscar Calderón de Oya

Director General de la Fundació Bancària "la Caixa"

Jaume Giró Ribas

Directora General Adjunta de la Fundació Bancària "la Caixa"

Elisa Durán Montolio

ÍNDEX

Pròleg 5
Agraïments 7
Dades principals 9

01 EL MERCAT ESPANYOL DE L'ART 2014 = 2016 11

Vendes del mercat espanyol de l'art 11
El comerç internacional d'art a Espanya 17
Importacions 17
Exportacions 20

02 EL SECTOR ESPANYOL DE GALERIES 25

Vendes a galeries 26
Marges de les galeries 28
Preus en el sector de les galeries 30
Canals de vendes 32
Fonts de subministrament i inventaris 36
Compradors d'art 40

03 EL SECTOR DEL MERCAT PRIMARI A ESPANYA 45

El mercat primari en comparació amb el mercat secundari de l'art 45
Vendes en el mercat primari 47
Preus en el mercat primari 49
Canals de vendes 50
Fonts de subministrament i inventaris 51
Compradors en el mercat primari 54
Artistes representats per galeries del mercat primari 55
Exposicions 60
Altres funcions de les galeries en el mercat primari 66

04 EL SECTOR DE SUBHASTES ESPANYOL 73

Vendes en subhastes 73
Canals de venda i dipòsit 74
Compradors en el sector de les subhastes 76
Vendes d'obres de belles arts en subhastes a Espanya 78
Vendes d'obres d'artistes espanyols 84

05 IMPACTE ECONÒMIC I CONCLUSIONS 89

Ocupació en el mercat de l'art 89
Ocupació en el sector de les galeries 89
Ocupació en el sector de les subhastes 92
Altres ocupacions culturals 93
Impacte en serveis secundaris 96
Contribucions fiscals 98
Conclusions 100

Apèndix: fonts de dades 109

Promoure l'accés a la cultura i al coneixement és una de les línies d'actuació de la Fundació Bancària "la Caixa", que es concreta en una àmplia proposta d'exposicions i programes públics, com ara conferències, tallers, concerts i projeccions posats a disposició de la societat als centres CaixaForum.

L'aposta cultural de l'entitat es complementa amb la construcció d'un patrimoni artístic únic al nostre país a partir de la Col·lecció "la Caixa" d'Art Contemporani internacional.

Amb motiu dels més de 30 anys al servei de l'art contemporani, un grup d'experts va identificar com a trets més significatius de la Col·lecció el caràcter pioner, concepte clau de la filantropia; haver tingut i continuar tenint una enorme importància a l'escena artística d'Espanya i caracteritzar-se per una inusual estabilitat; una voluntat de col·laboració i una forta responsabilitat cap a la conservació, i la creació del nostre patrimoni.

Aquests valors són fruit de la responsabilitat i del compromís institucional que renovem anualment amb la mirada posada en allò que pugui tenir un major impacte. Per aquesta raó, després de consolidar el programa cultural i la col·lecció d'art, es va decidir apostar també pel foment del mecenatge com a expressió de participació social, així com per a l'interès general. Estem convençuts que l'im-

puls de qualsevol actuació tindrà una major projecció si aconseguim ampliar la implicació social tant de les institucions com de les persones.

El desenvolupament del mecenatge en l'àmbit artístic depèn de l'enfortiment de totes les baules de la cadena de vincles i complicitats que el formen. L'anàlisi del mercat de l'art, context del col·leccionisme, ens ha permès contribuir al coneixement d'un sector professional fonamental i analitzar les accions que s'han de dur a terme per impulsar-lo. Des que el 2012 vam aportar el primer dels nostres estudis, hem complert el nostre objectiu de generar un corpus de coneixement de referència al qual s'han sumat aproximacions des d'altres perspectives.

El cinquè Quadern Art i Mecenatge que ara presentem, *El mercat espanyol de l'art el 2017*, ha comptat amb l'autoria experta de la Dra. Clare McAndrew, a qui volem tornar a agrair la seva col·laboració. La seva professionalitat és una referència internacional indubtable també reconeguda com a tal per totes les galeries, cases de subhastes, responsables de les fires més prestigioses, artistes i altres especialistes que s'han ofert a compartir la seva experiència per tal que aquest informe vegi la llum. Volem donar el nostre més sincer agraïment a tots aquells que hi han participat i l'han fet possible.

Aquesta investigació sobre el mercat espanyol de l'art ha estat possible amb el suport de la Fundació Bancària "la Caixa". Estic molt agraïda a Mercedes Basso per dedicar-me el seu temps i donar-me el seu suport en la coordinació del projecte.

La informació presentada en aquest estudi es basa en les dades compilades i analitzades per Arts Economics a partir de diverses fonts. Una part fonamental de la investigació va ser la realització d'una sèrie d'enquestes en els sectors de les vendes i les subhastes del mercat. Gràcies de tot cor als galeristes, a les cases de subhastes i a altres especialistes que van participar en les enquestes de la investigació, que han resultat imprescindibles per elaborar els continguts d'aquest informe.

Vull mostrar també la meua gratitud a tots aquells que em van concedir una mica del seu valuós temps i que, durant les entrevistes realitzades els anys 2016 i 2017, em van facilitar estadístiques molt útils per a la realització d'aquesta investigació.

M'agradaria expressar el meu especial agraïment a Marta Pérez Ibáñez i Isidro López-Aparicio per compartir amb mi la seva investigació, tan important i completa, sobre la situació econòmica dels artistes espanyols.

Moltes gràcies també a Alessandra Loescher Montal per la seva gran ajuda i el suport rebut per dur a terme aquesta investigació i preparar l'informe.

DADES PRINCIPALS

1. Les vendes del mercat espanyol de l'art el 2016 van arribar als 385 milions d'euros, la qual cosa suposa un augment del 7% anual. Després de dos anys de creixement, el mercat ha augmentat el seu valor un 19% des del 2014 i un 42% des del 2009, quan es va situar en el punt més baix dels últims deu anys.
2. L'any 2016, la quota d'Espanya en el mercat global de l'art quant a valor era tot just inferior a l'1% i representava poc més del 2% del valor de les vendes d'art i antiguitats dins de la UE.
3. S'estima que les vendes en el sector de les galeries van arribar als 310 milions d'euros el 2016, la qual cosa representa un 80% del valor total del mercat. Això suposa un augment de l'11% en el valor interanual i el nivell més alt des del 2008.
4. Encara que les vendes es van mantenir estables per a les galeries que tenien una facturació anual de menys de 500.000 \$ (450.000 €), les que van assolir vendes de més de 500.000 \$ van aconseguir un augment del 8% interanual.
5. Espanya continua sent un mercat amb un preu relativament baix en comparació amb els seus homòlegs globals més grans. En el sector de les galeries, la mediana de preus de 5.270 € va ser aproximadament la meitat de la mediana global comparable el 2016.
6. L'any 2016, la majoria de les obres venudes (el 63%) a les galeries espanyoles es van vendre per menys de 5.000 \$, enfront del 36% d'aquestes obres a nivell mundial, i només un 1% va tenir preus superiors als 250.000 \$ (enfront del 5% a tot el món).
7. L'espai de la galeria va ser el canal principal de venda per al sector de les galeries el 2016, i va representar el 54% de les vendes quant a valor, enfront del 58% el 2013, amb un augment de les vendes *on-line* i a fires.
8. Les vendes *on-line* van representar el 5% de les vendes de les galeries i han augmentat considerablement des del 2013, quan van representar un 1%. El 61% del valor d'aquestes vendes el 2016 es van realitzar a compradors nous.
9. Les vendes a fires d'art van representar el 41% de les vendes de les galeries el 2016 (una pujada des del 35% del 2013). Les galeries van assistir, de mitjana, a cinc fires el 2016 (tres internacionals i dues nacionals) i va ser a les cites internacionals on van tenir lloc la major part de les vendes realitzades a través d'aquest canal.
10. Segons les estimacions de les enquestes, les vendes a fires han augmentat de 94,6 milions d'euros a 127,2 milions d'euros el 2016, la qual cosa suposa un augment del 34%.
11. El 2016, s'estima que les vendes en el mercat primari van suposar un 77% del valor total de les vendes en el sector espanyol de les galeries, o uns 239 milions d'euros.
12. Malgrat que continua sent menor en valor, la mitjana de vendes del mercat primari ha vist el major creixement en valor entre el 2014 i el 2016, amb un increment de les vendes del 50% enfront al 18% del mercat secundari.

13. El 2016, s'estima que les vendes del sector de les subhastes van assolir un total de 74,9 milions d'euros (entre subhastes públiques, *on-line* i vendes privades), amb un descens del 10% interanual, però que es va mantenir relativament estable pel que fa al nombre de vendes el 2014.
14. El 2016, en el mercat de subhastes d'obres de belles arts, gairebé la meitat de les vendes van ser de preus inferiors a 1.000 \$ (enfront del 44% a nivell mundial). El 97% dels lots es van vendre per menys de 50.000 \$, i molt pocs (menys de la meitat de l'1%) es van vendre per un preu superior a 250.000 \$.
15. Dins del mercat de subhastes d'obres de belles arts a Espanya el 2016, el sector contemporani i de postguerra va representar la participació del valor més alta amb un 45%, però l'art modern va representar el major volum de transaccions, amb un 38%.
16. El 2016, Espanya va ser un exportador net d'art i d'antiguitats amb un superàvit comercial de 14 milions d'euros.
17. Les importacions d'art i d'antiguitats a Espanya van assolir un valor lleugerament inferior als 80 milions d'euros el 2016, amb un augment del 20% interanual. Després de tres anys de creixement, gairebé van doblar el nivell del 2013. Malgrat aquesta recuperació, els valors han caigut un 53% en deu anys des del 2006.
18. Les exportacions espanyoles van experimentar un període més volàtil entre 2014 i 2016, i van arribar pràcticament als 94 milions d'euros el 2016. Això representa una disminució del seu valor del 6% interanual, però l'han augmentat en un 71% respecte al 2006.
19. S'estima que l'any 2016 hi havia, aproximadament, 2.965 empreses operant en el mercat espanyol de l'art, 2.845 en el sector de les galeries i unes 120 cases de subhastes. Es calcula que aquestes empreses mantenen, com a mínim, 10.545 llocs de treball qualificat i amb equilibri de gènere en galeries i cases de subhastes, la qual cosa ha significat un augment del 4% en relació amb les xifres del 2013.
20. A part dels professionals que treballen específicament en el mercat de l'art, 6.200 persones ofereixen serveis de diferent tipus en aquest àmbit. De la mateixa manera, es calcula que al voltant de 34.775 persones —una estimació més aviat conservadora— treballen en entorns com fires d'art i museus o es dediquen a la creació artística, de manera que exerceixen professions directament vinculades amb el sector.
21. S'estima que, el 2016, el comerç d'art a Espanya es va gastar 205 milions d'euros en diferents serveis secundaris, un augment del 33% en cinc anys. La major despesa, només comptabilitzada per galeries, va ser en fires d'art, amb una estimació al voltant dels 72 milions d'euros en total.
22. El comerç espanyol de l'art també implica una contribució significativa a l'economia espanyola a través de les taxes i els impostos que paga sobre les vendes, les rendes, els beneficis i el comerç. Així, el total de la seva contribució fiscal el 2016 va obtenir com a resultat una xifra, amb una estimació conservadora, de 173,2 milions d'euros (un augment del 30% des del 2010).

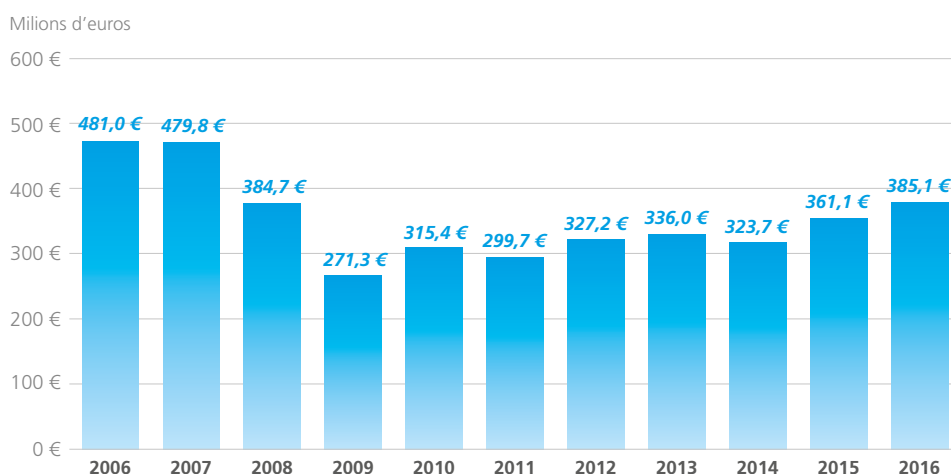
VENDES DEL MERCAT ESPANYOL DE L'ART

L'any 2016, les vendes del mercat espanyol de l'art van arribar als 385 milions d'euros, una xifra que suposa un increment del 7% anual. Després de dos anys de creixement positiu de les vendes, el valor del mercat va augmentar un 19% des del 2014 i un 42% des del 2009, quan es va assolir el punt més baix dels últims 10 anys. El comportament positiu del període de 2014 a 2016 contrasta amb les vendes del mercat global de l'art, que durant aquest període van baixar (un 17% en dòlars, des del punt màxim de 68.200 milions de dòlars assolit el 2014 fins als 56.600 milions de dòlars del 2016).¹

Tot i que al mercat espanyol es van aconseguir uns resultats de vendes relativament bons fins a l'any 2007, les vendes es van reduir considerablement de 2007 a 2009, igual que a la majoria de mercats, a causa dels efectes col·laterals de la crisi financera mundial. Les vendes del mercat espanyol van caure un 44% (271 milions d'euros) entre 2007 i 2009, i el mercat va perdre un 40% del seu valor a escala mundial. Tot i que l'any 2010 la major part dels mercats de l'art es van recuperar amb força (i el mercat global va augmentar un 44% en total), a Espanya, després d'un començament prometedor, el mercat va experimentar un creixement irregular i desigual durant els quatre anys següents. El valor del mercat global va arribar a un punt màxim històric l'any 2014, mentre que a Espanya les vendes es van estancar. Tanmateix, a partir de l'any 2014 es va recuperar un cert impuls gràcies a una millora de la situació econòmica a Espanya i al suport de col·leccionistes internacionals de regions com ara l'Amèrica Llatina, que van ajudar a reanimar les vendes. Tant les dades empíriques com les proves circumstancials van mostrar un mercat més positiu a Espanya en general l'any 2016, i les vendes acumulades van assolir el nivell més alt des del 2008.

Gràfic 1.1

Vendes acumulades d'art i antiguitats a Espanya de 2006 a 2016



Font: © Arts Economics (2017)

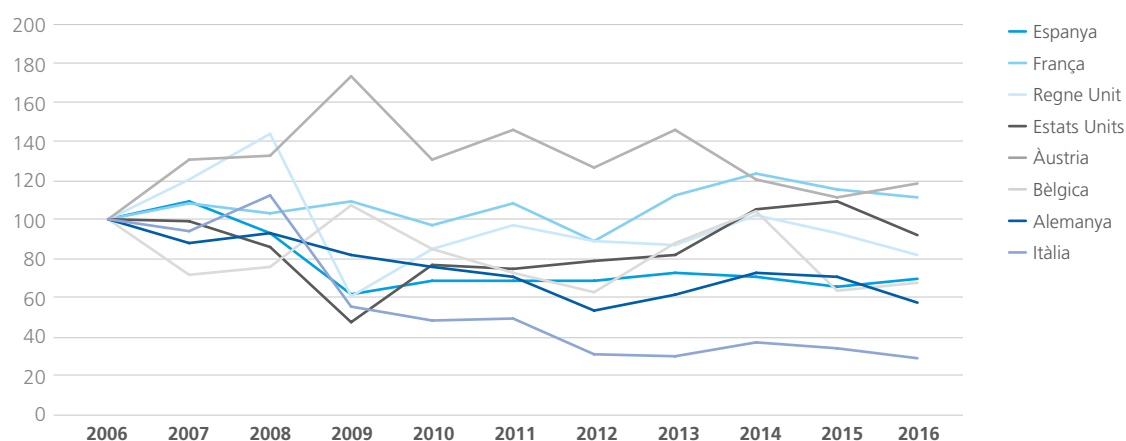
1. Tots els resultats globals esmentats en aquest informe estan preparats per Arts Economics (2017) a partir de les dades de *The Art Basel and UBS Global Art Market Report* (www.artbasel.com/about/initiatives/the-art-market). Les dades relatives a Espanya es presenten en euros, mentre que la moneda acceptada per mesurar el mercat global de l'art és el dòlar, el qual s'utilitza en aquest informe per oferir comparacions més precises. El tipus mitjà de canvi anual el 2016, segons l'ECB, de l'euro al dòlar va ser d'1,1069, encara inferior a l'increment a Espanya.

No obstant això, des d'una perspectiva més àmplia, durant la dècada de 2006 a 2016 el valor de les vendes globals es va incrementar un 4% en dòlars (o el 23% en euros), mentre que a Espanya el mercat va arribar al punt més baix des del 2006, quan les vendes arribaven als 481 milions d'euros. En euros, el valor del mercat a Espanya s'ha reduït un 20% en 10 anys.

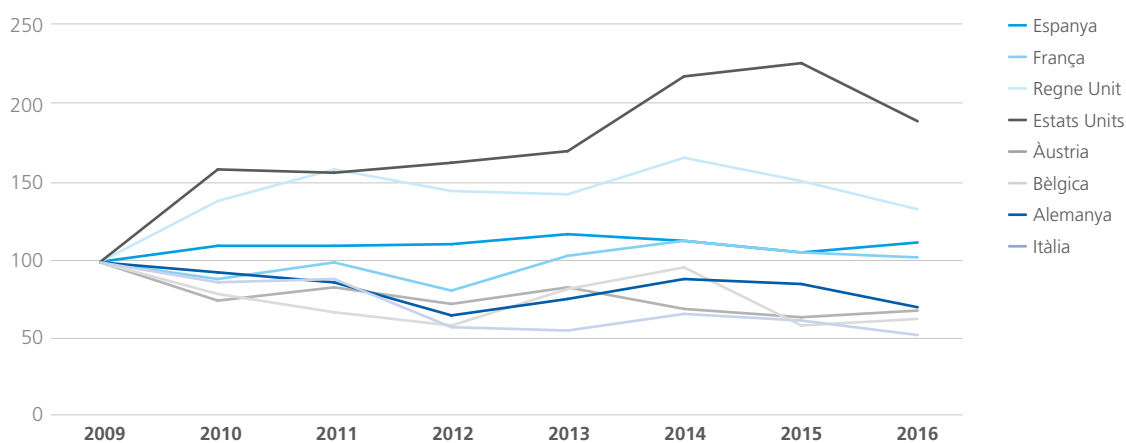
Al gràfic 1.2a es mostra l'índex de creixement de les vendes en diversos mercats nacionals d'art entre 2006 i 2016 segons la variació anual de les vendes en dòlars en cada mercat i prenent l'any 2006 com a any de referència. Tot i que alguns mercats com el de França o Àustria van créixer durant aquest període, molts d'altres van experimentar un cert descens. Fins i tot el mercat més gran, els Estats Units, va caure un 8% durant aquest període, principalment a causa del descens de les vendes l'any 2016.² La taxa de creixement anual composta (CAGR, per les sigles en anglès) de les vendes del mercat espanyol de l'art va ser del -3% durant el període. Així, tot i superar les d'Alemanya i Itàlia, i pràcticament igualar-se a la de Bèlgica, va ser considerablement inferior a la d'altres mercats importants de la UE, com ara els del Regne Unit, França o Àustria, i va quedar just per sota de la mitjana de la UE per al període (-2%). En dòlars, a Espanya les vendes van disminuir un 29% durant el període dels 10 anys en qüestió, en comparació amb una caiguda global del 21% a la UE.

Al gràfic 1.2b s'analitza el període de recuperació dels mercats després de la reducció generalitzada de les vendes l'any 2009. Durant el període de 2009 a 2016, tot i que la CAGR a Espanya va ser tan sols del 2%, va superar molts dels altres mercats europeus d'art de mida mitjana, inclosos els d'Àustria (-5%), Bèlgica (-6%), Alemanya (-5%) i Itàlia (-9%). No obstant això, aquesta recuperació va ser menys contundent que la de mercats més grans com els del Regne Unit i els Estats Units. Entre 2009 i 2016, el valor de les vendes a Espanya va augmentar un 13%, una xifra que, tot i ser lleugerament superior a la del conjunt de la UE (12%), només representa un terç del creixement del Regne Unit i indica un ritme molt més lent que el dels Estats Units, que gairebé arriben al 90%.

2. D'entre els mercats mitjans i grans, el mercat xinès és on més ràpidament es van expandir les vendes, que van créixer gairebé un 180% durant aquest període. La via de creixement de les vendes a la Xina va ser molt diferent de la d'alguns dels mercats més madurs i no es menciona en aquest gràfic.

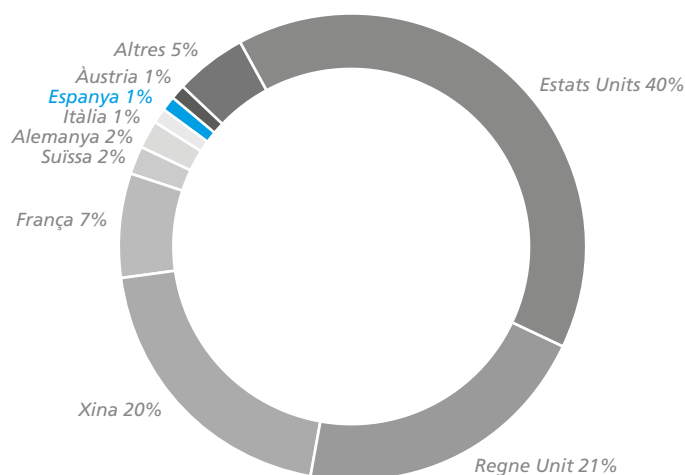
Gràfic 1.2**Evolució relativa de les vendes als mercats d'art seleccionats****a. Índex de vendes de 2006 a 2016 (base = 100 = 2006)**

Font: © Arts Economics (2017)

b. Índex de vendes de 2009 a 2016 (base = 100 = 2009)

Font: © Arts Economics (2017)

Tot i que en el passat més recent el mercat espanyol va experimentar millors taxes de creixement que alguns dels mercats comparables d'Europa, la seva quota mundial continua sent relativament petita. L'any 2016, Espanya representava menys de l'1% del total de vendes per valor. Aquest percentatge pràcticament no va canviar durant 10 anys, i el fet que tingui una mida relativament petita vol dir que les fluctuacions només es van donar en un rang de més o menys el 0,5% entre 2006 i 2016. Tot i aquest creixement, la quota mundial del mercat de la UE en conjunt va minvar durant el període. L'any 2016 representava un 34% del valor de les vendes mundials, una reducció interanual de 10 punts percentuals en participacions i força menys que el seu punt màxim del 49% de l'any 2008. El Regne Unit domina les vendes de la UE; per tant, sense prendre en consideració aquest país (un fet que serà una realitat nova l'any 2019, un cop efectuat el *brexít*), la quota de mercat mundial de la UE va ser només del 13% (per sota del 18% de l'any 2006).

Gràfic 1.3**Quotes del mercat global de l'art per valor l'any 2016**

Font: © Arts Economics (2017)

L'any 2016, Espanya representava tan sols el 2% del valor de les vendes d'art i antiguitats de la UE, mentre que el Regne Unit dominava el mercat (amb una quota del 62%). El valor de la quota de les vendes d'Espanya dins de la UE va fluctuar entre el 2% i el 3% (sent la quota de l'any 2006 la més alta). Tot i que la quota d'Espanya gairebé no va augmentar interanualment (0,3%), la seva classificació respecte d'altres mercats sí que ha crescut els últims anys, i Espanya va esdevenir el cinquè mercat en volum de la UE l'any 2016 (l'any 2013 era el sisè).

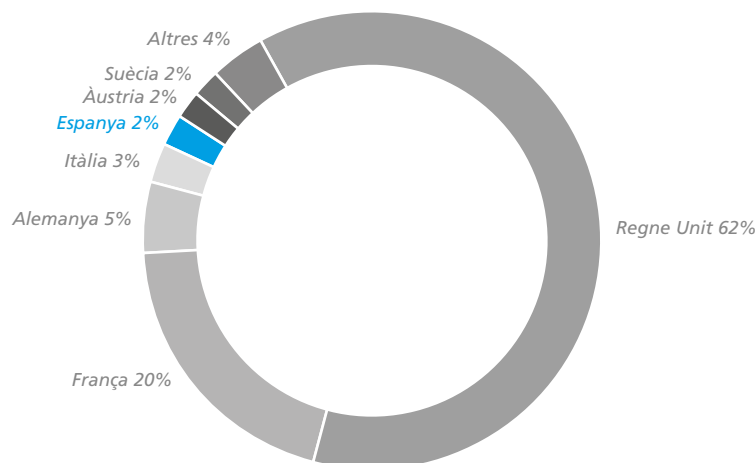
Tal com s'indica, les vendes del Regne Unit dominen notablement el mercat interior i han estat decisives per mantenir l'impuls positiu de la UE en la recuperació del mercat des de l'any 2009. Les vendes del Regne Unit van incrementar un 33% entre 2009 i 2016, mentre que, globalment, a la UE només ho van fer un 12%. Si s'analitzen les vendes de la UE sense considerar el Regne Unit, s'observa una caiguda de l'11%. El vot inesperat del Regne Unit el juny de 2016 a favor d'abandonar la UE va causar molta especulació sobre els efectes que tindria el *brexít* al mercat de l'art. Tot i que l'Article 50 va entrar en vigor l'abril de 2017, encara tardarem molt a veure l'impacte que pot tenir sobre el comerç de l'art i el futur de les regulacions i polítiques europees, com ara l'IVA sobre les importacions, els drets de revenda i altres càrrecs al Regne Unit. Molts dels països de la UE, inclòs Espanya, depenen en gran mesura dels compradors i de l'inventari del Regne Unit, alhora que són un mercat principal d'Europa, també és la porta d'altres mercats rics. Segons les estadístiques comercials (que s'exposen a continuació), el Regne Unit es troba entre els quatre socis més importants d'Espanya, tant per a les importacions com per a les exportacions. Tot i que el Regne Unit haurà de negociar nous acords comercials amb els seus socis de la UE —els detalls dels quals podrien tardar bastant a establir-se completament—, existeix una clara possibilitat de deteriorament significatiu en la relació d'intercanvi amb Espanya com a conseqüència de la possible introducció d'aranzels a les importacions i exportacions d'aquest país. En un futur, aquest fet podria afectar de manera negativa tant Espanya com el conjunt del comerç de l'art europeu i reduir encara més la quota mundial de la nova UE, que ja ha perdut un volum considerable de vendes els últims

10 anys per l'aparició de nous mercats com el de la Xina i per la fuga de les obres modernes i contemporànies més valuoses cap als Estats Units.

Independentment del que es negociï, és probable que les despeses del comerç entre el Regne Unit i Espanya s'incrementin, ja sigui mitjançant mesures d'accés al mercat (com els aranzels) o mitjançant l'increment dels costos administratius (com ara tràmits de duana o l'IVA). Així, mentre que és probable que Espanya surti perdent amb aquesta nova realitat, el mercat del Regne Unit podrà tenir la llibertat de millorar la seva relació d'intercanvi amb països que no pertanyen a la UE, els quals han estat els socis dominants del Regne Unit pel que fa a les vendes i el comerç transfronterer dels últims 10 anys. Tenint en compte aquesta situació, podria ser que es revisessin diverses directrius europees que afegeixen despeses administratives a l'activitat empresarial del Regne Unit, com ara la dels drets de revenda dels artistes i la de l'IVA sobre les importacions de l'art. Si s'eliminessin, el Regne Unit guanyaria competitivitat, amb menys regulacions i menys taxes sobre les vendes fora de la UE. Com a conseqüència d'això, podria millorar la seva posició competitiva davant de mercats importants com el dels EUA o la Xina, mentre que la seva posició comercial amb la UE podria deteriorar-se.

Gràfic 1.4

Quotes del mercat de l'art de la UE per valor l'any 2016



Font: © Arts Economics (2017)

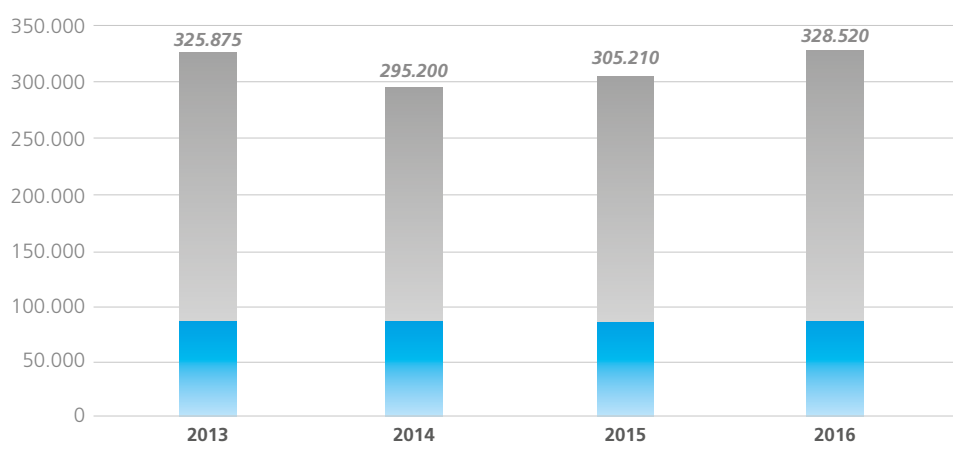
Interpretar les tendències del volum de vendes del mercat espanyol de l'art és més difícil que interpretar el valor de les vendes. Moltes cases de subhastes d'Espanya venen grans volums d'art decoratiu i peces de col·lecció que poden variar molt al llarg d'un període determinat i entre vendes sense indicar necessàriament una tendència clara del mercat. No obstant això, en funció dels resultats acumulats tant per al sector de la subhasta com del les galeries, el volum de vendes sembla haver augmentat el 2016. Es calcula que al mercat general, incloses totes les subhastes i galeries que venen art i antiguitats de manera exclusiva o com a part dels seus negocis, es van vendre 328.520 obres l'any 2016, una xifra que suposa un increment del 8% interanual i una mica més de l'11% entre 2014 i 2016. Això representa una quota de l'1% dels 36,1 milions d'obres venudes arreu del món durant l'any.

El nucli del mercat de l'art està format per aproximadament 50 cases de subhastes i 650 galeries. Aquests negocis van vendre 82.425 obres a la regió, sense canvis interanuals, i amb només un petit augment de l'1% des del 2014. El volum de vendes en aquest nucli també sembla haver disminuït (en un 4%) des de l'any 2013, i s'observa la consolidació de les vendes en alguns negocis i una concentració d'un menor volum de vendes de valor superior en d'altres. Al sector de les galeries, la mediana interanual d'obres venudes (30 obres) no canvia, però minva en comparació de les 32 de l'any 2014. D'altra banda, les vendes en el sector de les subhastes van augmentar lleugerament (un 1%) amb un increment del 4% des del 2014.

Gràfic 1.5

Volum de vendes del mercat espanyol de l'art entre 2013-2016

■ Principals empreses d'art
■ Altres empreses



Font: © Arts Economics (2017)

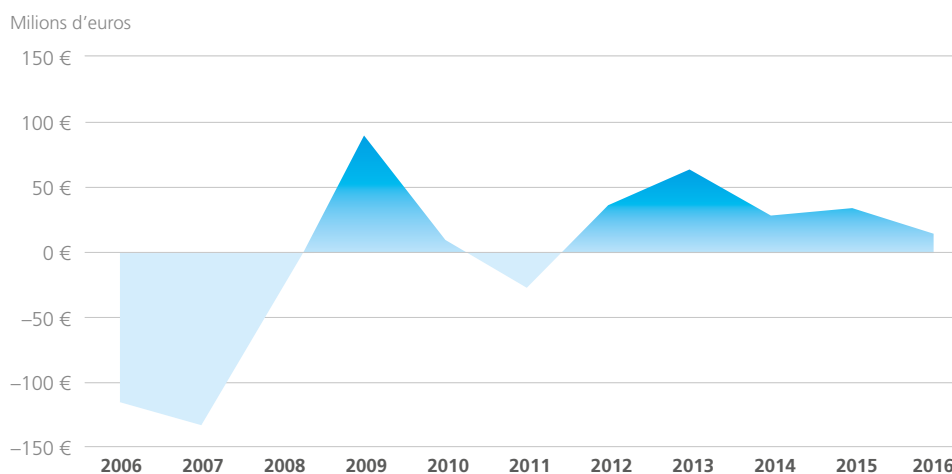
A efectes d'aquest informe, les vendes d'art a Espanya es divideixen en vendes de subhasta i de galeries. El 2016 hi havia prop de 2.965 negocis al mercat, i només 120 d'aquests pertanyien al sector de les subhastes. Les galeries van continuar dominant les vendes del mercat, ja que representaven aproximadament el 80% del valor del mercat l'any 2016, una xifra que suposa més del 4% interanual i la seva major quota des del 2009. La tendència a l'increment de la quota de vendes de galeries s'ajusta als canvis mundials de l'any 2016, quan les vendes de galeries van augmentar fins al 5% del total mundial (des del 53% de l'any 2015). A escala mundial, la quota de vendes de galeries davant de les vendes de subhastes ha mantingut l'equilibri del 50:50 durant l'última dècada, ja que la tendència mostra com les vendes de subhastes guanyen importància en els mercats més pròspers. El desglossament varia considerablement segons el país, ja que hi ha mercats nous, com el de la Xina, en què les vendes de galeries suposen només un 30% del total davant del més del 60% que suposen en la majoria de la resta de mercats madurs més grans. Tot i això, a Espanya el sector de les galeries ha dominat sistemàticament els valors dels últims 10 anys, amb una quota que va des del mínim del 71% l'any 2010 fins al 83% del 2008 (les vendes de subhastes i de galeries s'analitzen de forma separada als capítols següents).

EL COMERÇ INTERNACIONAL D'ART A ESPANYA

L'any 2016, Espanya era un exportador net d'art i antiguitats que tenia un superàvit comercial de 14 milions d'euros. Aquest superàvit de les exportacions sobre les importacions s'ha estat produint des de 2012, tot i que va perdre valor entre els anys 2014 i 2016 a mesura que les importacions augmentaven progressivament i el creixement de les exportacions era més volàtil.

Gràfic 1.6

Exportacions netes d'art a Espanya entre 2006 i 2016

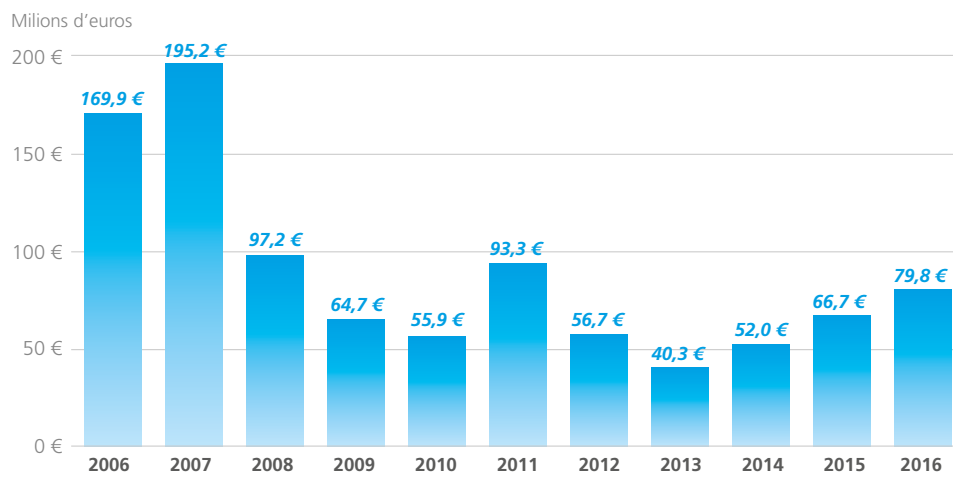


Font: © Arts Economics (2017) amb dades d'Eurostat

IMPORTACIONS

Segons les estadístiques comercials d'Eurostat, les importacions d'art i antiguitats cap a Espanya gairebé van assolir els 80 milions d'euros l'any 2016, una xifra que suposa un increment del 20% interanual, i després de tres anys de creixement, gairebé es dupliquen l'any 2013. Les belles arts continuen conformant el gruix del valor de les importacions, en què la pintura, l'escultura i el gravat representen un 75% del valor de les importacions del 2016 (en contraposició al 25% que representen les arts decoratives i les antiguitats i peces de col·lecció). Tot i la recuperació, aquests valors encara estan molt per sota del màxim més recent del 2007 de 195 milions d'euros i han caigut un 53% en 10 anys (des del 2006).

Tot i que probablement un context econòmic de millora general hauria estimulat el comerç, és molt possible que les condicions reguladores variables per a les importacions hagin contribuït a la millora de les importacions durant els últims tres anys. L'IVA sobre les importacions s'aplica a les importacions extracomunitàries d'art que arriben a Espanya (igual que passa en tots els estats de la UE amb determinades variacions). Aquesta taxa va augmentar temporalment l'any 2012 del 8% al 21%, fet que va provocar una gran contracció del comerç i va fer que les importacions caiguessin al mínim dels darrers 10 anys (40 milions d'euros) l'any 2013. Els tipus d'IVA es van tornar a reduir un 10% a començaments de 2014 i això va coincidir amb un augment important dels valors: les importacions d'art van arribar al 53% entre 2014 i 2016 (en contraposició a una pèrdua de valor general a la UE del 44%).

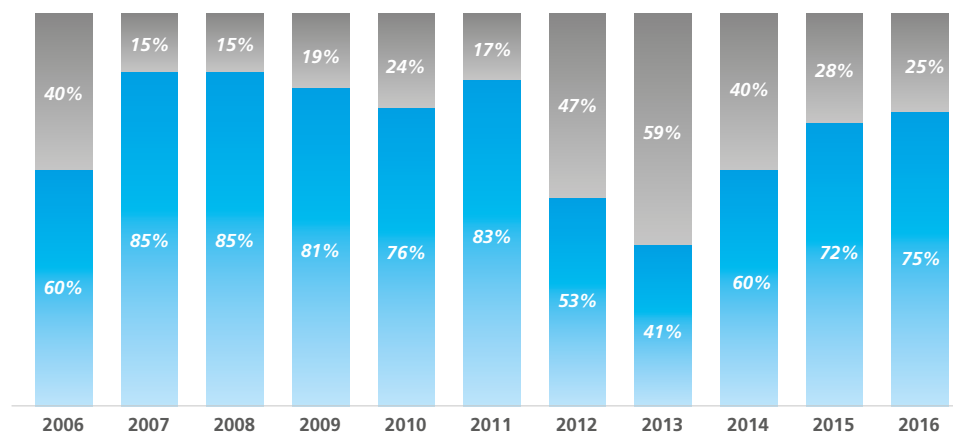
Gràfic 1.7**Importacions espanyoles d'art entre 2006 i 2016**

Font: © Arts Economics (2017) amb dades d'Eurostat

Un motiu pel considerable efecte de l'IVA sobre les importacions acumulades notificades de les obres d'art és el predomini del comerç extracomunitari en valors totals. L'any 2016, segons les estadístiques comercials de l'Eurostat, el 75% del valor de les importacions a Espanya va venir de fora de la UE (on s'aplica l'IVA sobre les importacions) davant del 25% procedent dels socis europeus. Tot i que la quota de comerç extracomunitari canvia d'un any a l'altre, ha registrat una mitjana del 70% els últims 10 anys.

Gràfic 1.8**Importacions espanyoles d'art dins de la UE en comparació amb les de fora de 2006 a 2016**

■ Participació fora de la UE
■ Participació dins de la UE



Font: © Arts Economics (2017) amb dades d'Eurostat

Segons la informació de l'Eurostat, l'any 2016 els principals països d'origen de les importacions a Espanya van ser els Estats Units, el Regne Unit i Suïssa, que en conjunt van representar el 63% del seu valor. Aquestes han estat les tres fonts d'importació més rellevants durant la major part de l'última dècada, amb una quota combinada del 57% el 2006. L'any 2016, la Xina va representar un 5% de la quota (davant del 8% del 2014), mentre que Mèxic i el Perú també van ser fonts importants. El conjunt de socis comercials d'Espanya a l'Amèrica del Sud i l'Amèrica Central van representar un 8% del valor total de les importacions del 2016 (davant del 2% del 2006).

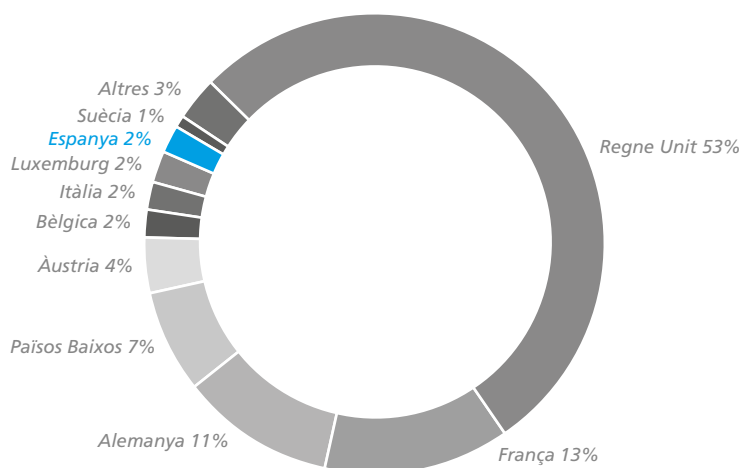
Taula 1.1

Països d'origen de les importacions d'art el 2006, 2014 i 2016
(percentatge del valor total de les importacions)

Origen	2016	Origen	2014	Origen	2006
Estats Units	31%	Estats Units	31%	Estats Units	26%
Suïssa	26%	Regne Unit	17%	Suïssa	20%
Regne Unit	6%	Suïssa	13%	Regne Unit	11%
Alemanya	5%	Alemanya	9%	Alemanya	9%
Xina	5%	Xina	8%	Liechtenstein	6%
Itàlia	4%	França	5%	Itàlia	4%
Mèxic	4%	Països Baixos	3%	França	4%
França	3%	Polònia	2%	Països Baixos	4%
Perú	2%	Andorra	1%	Xina	3%
Països Baixos	1%	Itàlia	1%	Portugal	2%
Altres	12%	Altres	9%	Altres	10%

Font: © Arts Economics (2017) amb dades de l'Eurostat

El creixement positiu anual de les importacions a Espanya contrasta amb la tendència del conjunt de la UE, que va experimentar una caiguda de les importacions d'un 4% anual l'any 2016. El 2016 Espanya representava un 2% del valor de totes les importacions de la UE, que seguien dominades pel Regne Unit amb una quota del 53%. El Regne Unit encara manté l'índex més baix d'IVA sobre les importacions d'obres d'art a la UE (5%) i, un cop finalitzi el *brexit*, si les taxes es mantenen relativament estables, el segon importador en volum, França, es convertirà en el punt d'accés amb la taxa més baixa (5,5%) que, de nou, és gairebé la meitat de la que s'aplica a Espanya.

Gràfic 1.9**Quota de la UE en les importacions d'obres d'art per valor**

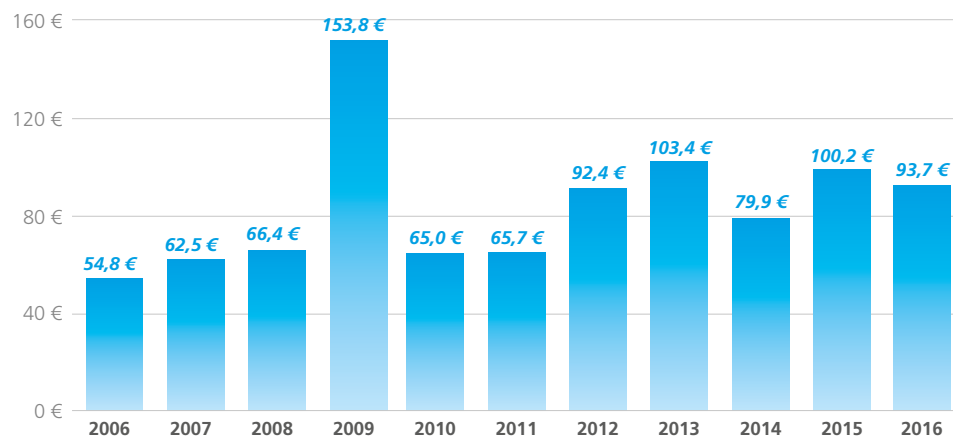
Font: © Arts Economics (2017) amb dades d'Eurostat

EXPORTACIONS

Les exportacions espanyoles van tenir un període més volàtil a partir de 2014 i es van quedar just per sota dels 94 milions d'euros el 2016. Això representa una disminució del valor del 6% interanual. El 2016 el valor de les exportacions encara estava molt per sota del màxim de 154 milions d'euros del 2009, tot i haver augmentat respecte dels 10 anys anteriors (amb un increment del 71% entre 2006 i 2016). Les exportacions de belles arts van dominar els valors (tant pels alts preus com pel volum més gran de comerç, amb menys restriccions). El 2016, les exportacions de belles arts representaven el 88% del total de les exportacions d'art i antiguitats d'Espanya.

Gràfic 1.10**Exportacions espanyoles d'art entre 2006 i 2016**

Milions d'euros

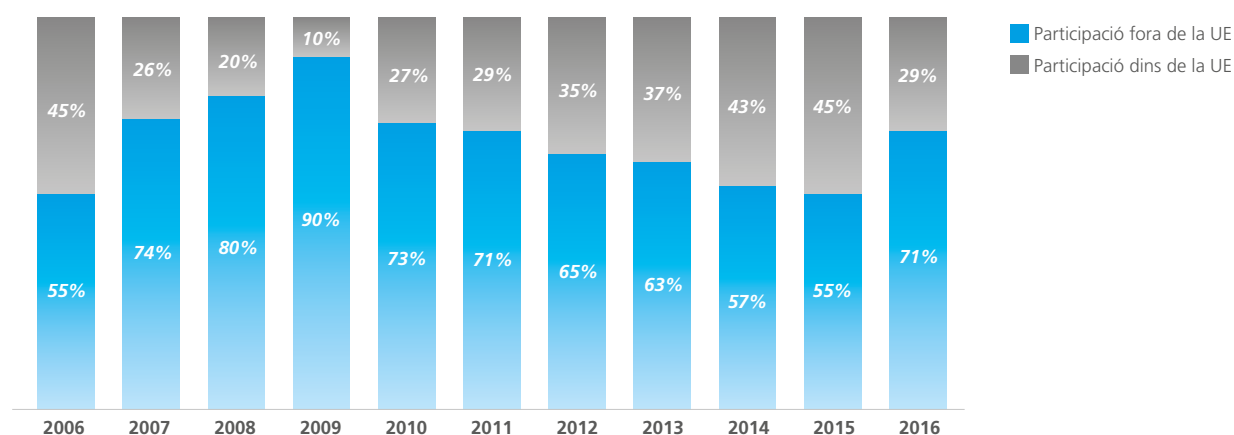


Font: © Arts Economics (2017) amb dades d'Eurostat

Pel que fa al valor, les exportacions extracomunitàries van dominar el 2016, amb una quota del 71% del total i van representar la majoria dels valors comunicats dels últims 10 anys (amb una mitjana del 69% durant aquest període). Els principals països de destinació de les exportacions espanyoles van ser alguns dels principals mercats d'art, amb els EUA com a soci dominant amb una quota del 41%, un 11% superior a la de 2006. La quota de les exportacions al Regne Unit va caure considerablement entre 2014 i 2016, amb una pèrdua de 18 punts percentuals de fins a registrar un 7%, mentre que França i Suïssa, els altres dos mercats de destinació importants, van mantenir unes quotes més estables. L'any 2016, les exportacions a Mèxic representaven un 3% del total, i les exportacions a tots els socis comercials de l'Amèrica del Sud i l'Amèrica Central, el 6%, una xifra que suposa un lleuger descens respecte del 7% de l'any 2006.

Gràfic 1.11

Exportacions espanyoles d'art dins de la UE en comparació amb les de fora, de 2006 a 2016



Font: © Arts Economics (2017) amb dades d'Eurostat

Taula 1.2

Països de destinació de les exportacions d'art el 2006, 2014 i 2016
(percentatge del valor del total de les exportacions))

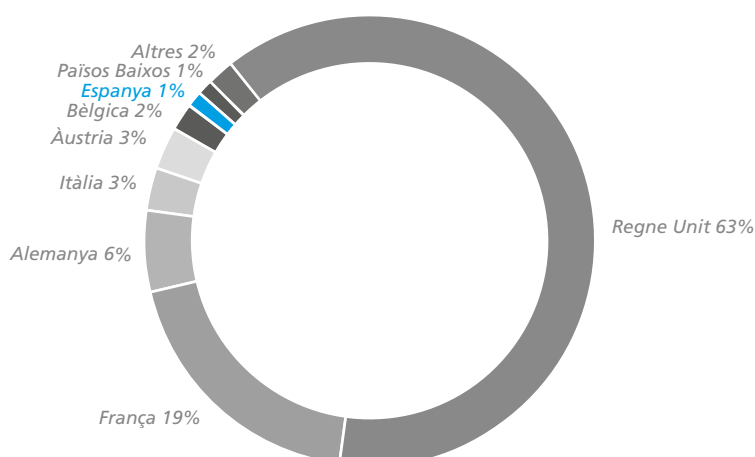
Destinació	2016	Destinació	2014	Destinació	2006
Estats Units	41%	Estats Units	28%	Estats Units	30%
França	10%	Regne Unit	25%	França	12%
Suïssa	8%	França	10%	Regne Unit	9%
Regne Unit	7%	Suïssa	9%	Liechtenstein	8%
Xina	5%	Xina	7%	Itàlia	8%
Alemanya	3%	Brasil	3%	Alemanya	6%
Mèxic	3%	Alemanya	3%	Suïssa	5%
Corea del Sud	3%	Mèxic	2%	Portugal	4%
Dinamarca	2%	Turquia	1%	Mèxic	4%
Itàlia	2%	Portugal	1%	Països Baixos	2%
Singapur	1%	Luxemburg	1%	Andorra	2%
Altres	14%	Altres	11%	Altres	10%

Font: © Arts Economics (2017) amb dades d'Eurostat

La caiguda del valor de les exportacions a Espanya l'any 2016 contrasta amb el rendiment del conjunt de la UE, on els valors s'han mantingut estables des de 2015. El total d'exportacions d'obres d'art de la UE va augmentar un 30% entre 2014 i 2016, una xifra que contrasta amb l'increment del 17% a Espanya durant el mateix període. L'any 2016, Espanya representava l'1% de la quota d'exportacions d'art de la UE, mentre que el Regne Unit, de nou, representava la major part dels valors amb una quota del 63%.

Gràfic 1.12

Quota de les exportacions de la UE per valor



Font: © Arts Economics (2017) amb dades d'Eurostat

Les exportacions d'art i antiguitats d'Espanya es regeixen per una sèrie de regulacions i, com tots els Estats membres, com a excepció al lliure mercat que es contempla a l'Article 36 del *Tractat Constitutiu de la Comunitat Europea*, el Govern espanyol és lliure de posar restriccions a les exportacions (de qualsevol que sigui la manera triada) en el cas d'obres que consideri tresors nacionals. Tot i que l'embargament d'obres d'art no s'acostuma a produir gaire sovint i normalment només s'aplica en els casos d'obres de valor molt alt, el Govern espanyol es reserva el dret de bloquejar per complet les vendes de les obres a l'estranger sense adquirir l'obra el mateix organisme i sense oferir qualsevol compensació al propietari o venedor. Això en limita seriosament el valor, ja que en restringeix la venda només al mercat espanyol d'art i elimina qualsevol possibilitat d'obtenir un preu molt més gran per mitjà d'una venda internacional. Les pràctiques varien en cada país, però aquesta contrasta amb el que passa a la major part de la resta de grans mercats d'art d'Europa, que restringeixen determinades exportacions amb drets de prioritat que confereixen als museus públics i estatals, o a altres institucions, el dret prioritari de compra de l'obra que s'exporta, ja sigui a un preu competitiu de mercat o un de preestablert o acordat mitjançant la negociació. Els sistemes nacionals varien en la manera d'actuar davant el preu ofert per l'exportador: en alguns s'ha de respectar, mentre que en d'altres es pot negociar o l'estableixen els tribunals. Alguns estats, inclosos Espanya, Itàlia i Grècia, es reserven el dret de retenir la llicència fins i tot quan el període de demora ha finalitzat i no hi ha cap oferta sobre la taula (fet que equival a la prohibició de l'exportació). D'altres, com ara França, es reserven aquest dret, però ofereixen una compensació al propietari. Segons la Junta de Qualificació, Valoració i Exportació de Béns del Patrimoni Històric Espanyol, 90 obres d'art van estar subjectes a restriccions d'importació el 2016, xifra que ha oscil·lat entre 56 i 140 en els cinc anys que van des del 2012 al 2016, ambdós inclosos. Tot i que encara no s'ha decidit el destí de totes les obres, en els casos en els quals sí que es va arribar a una determinació el 2016, el 42% es van embargar sense compra, el 42% van ser adquirides per certes institucions espanyoles i el 16% restant van obtenir llum verd per a l'exportació. En els darrers cinc anys, la quota mitjana de les obres embargades sense opció a compra ni compensació va ser del 37%, mentre que només es va autoritzar l'exportació del 21%. Això ha tingut un impacte considerable en les vendes d'algunes galeries que operen en sectors més antics del mercat espanyol de l'art, molts dels quals depenen en gran mesura dels compradors internacionals.

A banda d'aquest nombre reduït de casos, el problema més flagrant pel que fa a l'exportació d'obres d'art, que és present en molt pocs Estats membres, són les taxes d'exportació, que actuen com a nou element dissuasiu per a les exportacions d'obres d'art des d'Espanya. Aquestes taxes es paguen només quan les obres s'exporten fora de la UE i també depenen de l'antiguitat de l'obra en qüestió. En general, les taxes s'apliquen sempre a obres que tenen més de 100 anys. Si tenen entre 50 i 100 anys, s'ha d'abonar una taxa només si els preus superen un nivell determinat en funció de la forma d'expressió artística (des de 15.000 € per a dibuixos i fotografies fins a 150.000 € per a pintures). La taxa impositiva s'aplica en una escala progressiva que implica una major recaptació fiscal a mesura que el valor de l'obra augmenta.³ Aquesta taxa continua presentant molts problemes per a les galeries de sectors aliens a l'art contemporani del mercat d'art espanyol, ja que això fa que els preus bruts de les vendes siguin molt poc competitius per a aquestes galeries en comparació amb els dels seus equivalents europeus o internacionals.

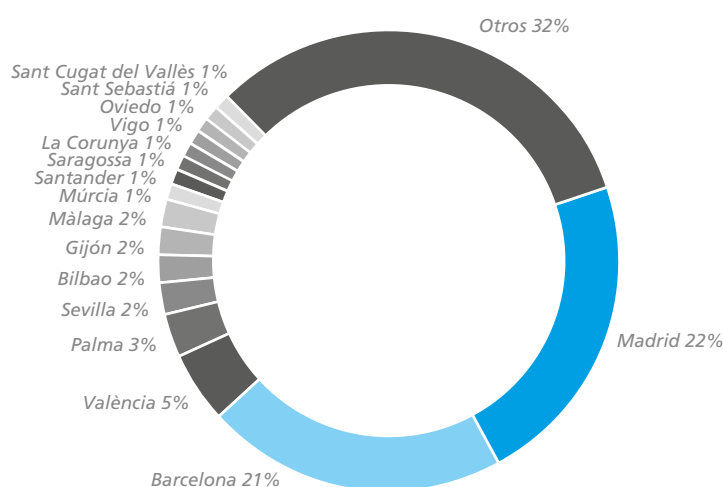
3. En obres de fins a 6.000 €, s'aplica una taxa del 5%; en obres d'entre 6.001€ i 60.000€, la taxa és del 10%; entre els 60.001€ i els 600.000€, un 20%; i des dels 600.001€ en endavant, un 30%. Consulteu <http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/en/areas-cultura/patrimonio/exportacionimportacion/exportacion/tasas.html>

El 2016, el sector espanyol de galeries està compost per més de 2.845 empreses registrades el 2016, entre elles antiquaris. Tot i que aquí s'inclouen diverses petites empreses i petits comerciants, existeix un nucli de prop de 650 galeries d'art i antiguitats que treballen en diferents sectors i que van generar gairebé un 70% de les vendes del sector. Aquest capítol se centra en aquestes galeries.

Com que no hi ha cap font pública amb dades uniformes sobre les vendes de galeries, la informació del sector s'ha d'obtenir a través d'enquestes, entrevistes i fonts secundàries, si n'hi ha. El 2016, Arts Economics va dur a terme una enquesta a les 650 galeries d'art i antiquaris mitjançant un qüestionari *on-line* anònim. La taxa de resposta de l'enquesta va ser del 29% i els resultats es van complementar amb entrevistes a galeristes de diferents sectors del mercat. Es va enquestar galeristes de tot Espanya però, tal com s'aprecia al gràfic 2.1, hi havia una concentració més alta de galeries a les principals ciutats, amb un 43% dels negocis ubicats a Madrid i Barcelona.¹

Gràfic 2.1

Ubicació de les principals galeries a Espanya

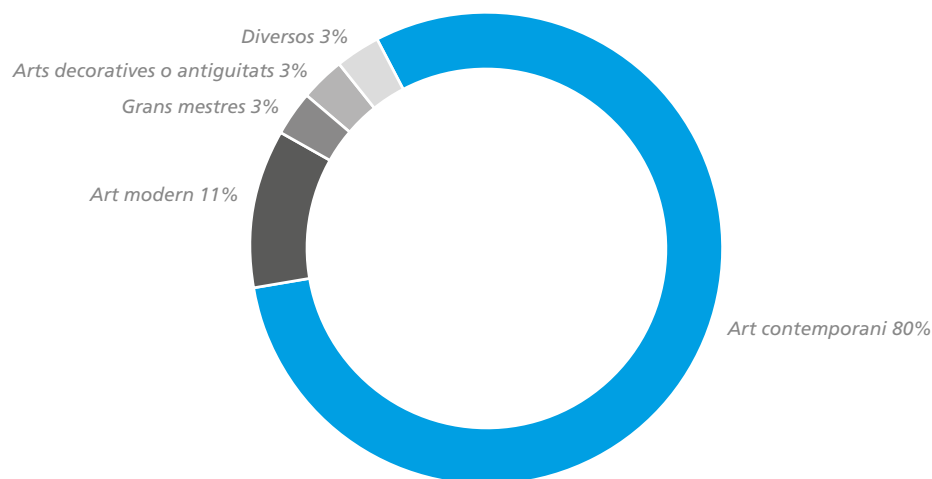


Font: © Arts Economics (2017)

L'enquesta cobria galeries de diferents sectors. Tot i així, dins del sector espanyol dominen les galeries de belles arts, arts decoratives i antiguitats pel que fa al nombre de negocis, i representen el 94% del total. Dins del sector de les belles arts, les galeries d'art contemporani tenen la quota més gran amb diferència, amb un 80% el 2016, mentre que els galeristes d'art modern ocupen la segona posició, amb un 11%.

1. Al gràfic 2.1 es mostra la distribució per ciutat de les 650 galeries més importants participants a l'enquesta. Pel que fa a la distribució dels participants en l'enquesta, el 43% es concentren a Madrid i Barcelona.

Gràfic 2.2
Distribució de les galeries per sector



Font: © Arts Economics (2017)

VENDES A GALERIES

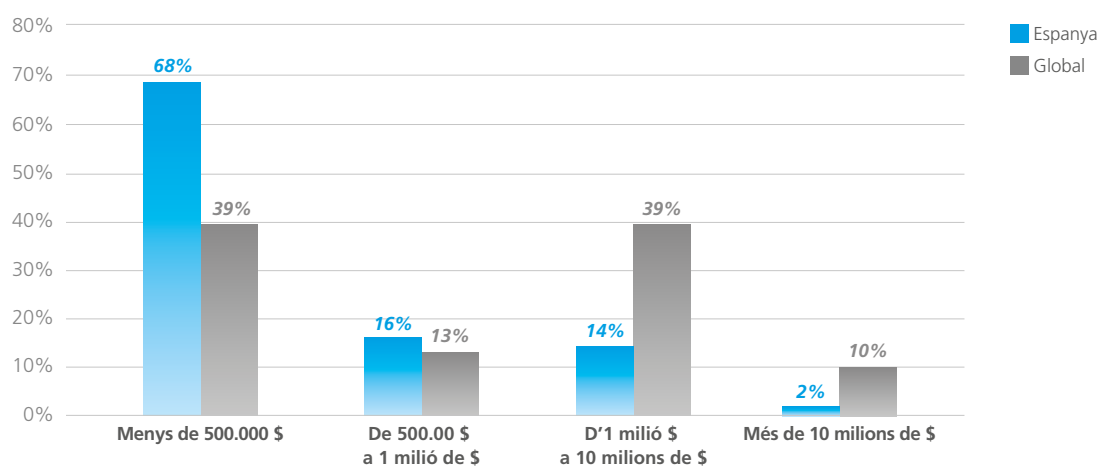
Es calcula que l'any 2016 les vendes del sector de les galeries van arribar als 310 milions d'euros, una xifra que representa el 80% del valor total del mercat i un increment del 3% de la quota interanual. Després d'un exercici 2014 estancat, en què les vendes van disminuir un 2% (fins a 249 milions d'euros), el sector va experimentar valors acumulats a l'alça durant dos anys consecutius, amb un increment interanual de l'11% l'any 2016 i del 24% des de 2014. L'any 2016, les vendes de les galeries van assolir el nivell més alt des de 2008, tot i que encara es van situar un 17% per sota del punt àlgid del 2007, quan van arribar als 372 milions d'euros.

L'enquesta indicava que la mitjana de vendes de les galeries va augmentar de forma constant entre 2014 i 2016, i va tornar a registrar un cop més el nivell més alt des de 2008 (430.190 \$ o una mica menys de 390.000 €). Els galeristes van observar, de manera anecdòtica, que algunes de les seves vendes més favorables es trobaven al segment més alt del mercat. Mentre que les vendes dels que facturaven per sota dels 500.000 \$ es van mantenir estables, els que superaven aquest volum van registrar un augment del 8% interanual, fet que va incrementar els totals acumulats. Aquests resultats divergents també van quedar reflectits empíricament, ja que la mediana de vendes es va mantenir estable entre 2014 i 2016 tot i que molt per sota, en els 175.000 \$ (160.000 €), mentre que s'allunyava del segment superior. Val la pena observar que, tot i que hi ha un nombre reduït de galeristes amb un volum de vendes molt alt, la facturació mediana d'aquest sector a Espanya va representar només un 20% de la mediana global de galeries en el mercat de l'art l'any 2016 (875.000 \$). El 2016, la major part de les galeries espanyoles (68%) van facturar per valor de 500.000 \$ o menys (en contraposició al 39% de totes les galeries en global), mentre que només el 16% va registrar vendes superiors al milió de dòlars (en comparació amb menys de la meitat de les galeries d'arreu del món).

Si es continua amb el desglossament del sector, l'enquesta mostra que un dels augments interanuals de facturació més importants es va produir al segment de les galeries amb una volum de negoci entre 500.000 \$ i un milió de dòlars, les quals van experimentar un augment de gairebé el 80% en els dos anys posteriors al 2014. En canvi, en aquests dos anys, el segment amb un volum de vendes de més d'un milió de dòlars només va augmentar un 2% i el segment amb un volum inferior als 500.000 \$, un 4%.

Gràfic 2.3

Distribució de galeries per facturació de vendes el 2016



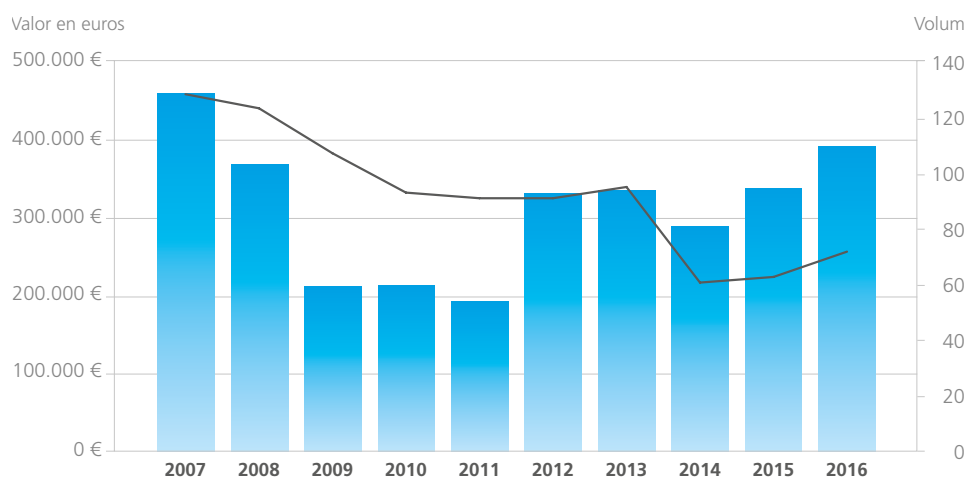
Font: © Arts Economics (2017)

L'enquesta indica que l'augment de les vendes en el sector el 2016 va ser gràcies, en part, a un augment en la facturació. Les galeries d'art espanyoles van vendre una mitjana de 75 obres d'art l'any 2016. Aquesta xifra està esbiaixada per un nombre reduït de galeries que van tenir vendes de més de 100 obres durant l'any. En canvi, la mediana indicada va ser de només 32 obres, una xifra que es va mantenir estable entre els anys 2014 i 2016, i va augmentar lleugerament (30) el 2013. Ambdues mesures de volum són considerablement inferiors a la mediana global de l'any 2016: 128 (amb una mitjana global de 70).

Tot i que l'enquesta mostra que els valors mitjans de 2014 a 2016 per als 650 galeristes més importants van augmentar un 35%, el volum mitjà de vendes es va incrementar només un 25%, fet que indica que l'escalada de preus en algunes àrees es va sumar amb volums més grans de vendes, cosa que va fer pujar els valor acumulats.

Gràfic 2.4**Valor mitjà i volum de vendes al mercat espanyol de galeries**

■ Valor mitjà
— Volum



Font: © Arts Economics (2017)

El conjunt de galeristes es mostrava bastant optimista de cara al 2017. La meitat dels galeristes enquestats estimava que les seves vendes romandrien estables, mentre que el 38% havia previst un augment durant l'any (incloent-hi un 6% que n'esperava un augment significatiu). El 13% restant va predir una disminució de les vendes per a 2017. L'optimisme era més gran entre els galeristes amb una facturació de menys de 500.000 \$, entre els quals un 49% preveia un increment dels resultats per al 2017, en comparació amb el 40% del segment que factura entre 500.000 \$ i un milió de dòlars. Al segment de galeristes amb una facturació superior al milió de dòlars, només un 14% va predir un increment de les vendes mentre que la resta pensava que les seves vendes es mantindrien estables.

MARGES DE LES GALERIES

Si bé les vendes són indicatives del rendiment del mercat en general, per als negocis individuals la rendibilitat és una mesura fonamental. Així, es va demanar als galeristes que informessin sobre els marges de benefici dels seus negocis el 2016.

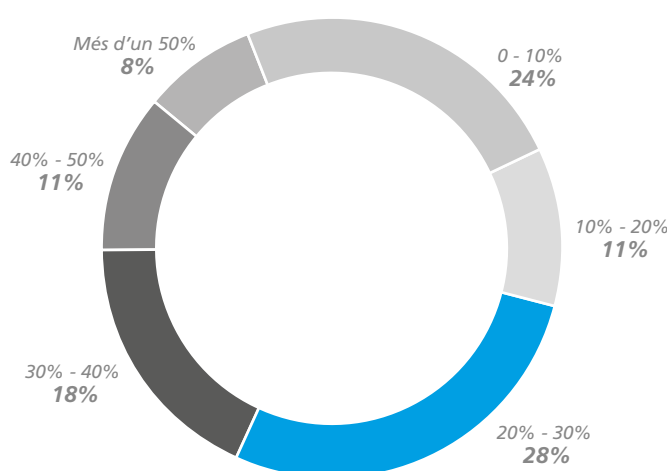
Els beneficis bruts, és a dir, la relació entre les vendes i el cost de les mercaderies venudes (també conegut com a "marge sobre les vendes") mesuren la rendibilitat de les vendes o la quantitat que guanya una empresa per dòlar de vendes per complir amb les despeses i les obligacions.² Segons el 35% dels galeristes espanyols enquestats, van registrar uns beneficis bruts del 20% o menys en comparació d'una mitjana global del 23%. La major part de les galeries espanyoles (64%) va registrar un marge o percentatge brut de menys del 30%, una xifra que, de nou, està significativament per sota de la quota global (un 38%). No obstant això, la petita minoria del 8% que té beneficis del 50% o més coincideix amb les seves homòlogues globals (en un 9%).

2. Els marges bruts varien força entre els diversos sectors, però en fer servir alguns índexs de referència del mercat CSI, el 2016 eren del 37% per a les vendes generals al detall, del 44% per a les vendes especialitzades al detall, del 41% per a sectors de béns de capital i del 51% per als serveis financers. Aquestes mitjanes s'apliquen a les empreses dels Estats Units.

Els marges de beneficis bruts no necessàriament van augmentar de manera previsible amb l'augment de la facturació. A l'extrem superior, entre les galeries amb una facturació de més d'un milió d'euros, els enquestats van obtenir un benefici brut de menys del 40%, i un terç d'aquests, d'un 20% o menys, mentre que les galeries que registraven els índexs més alts (50% o més) eren les que tenien una facturació anual de menys de 500.000 €.

Gràfic 2.5

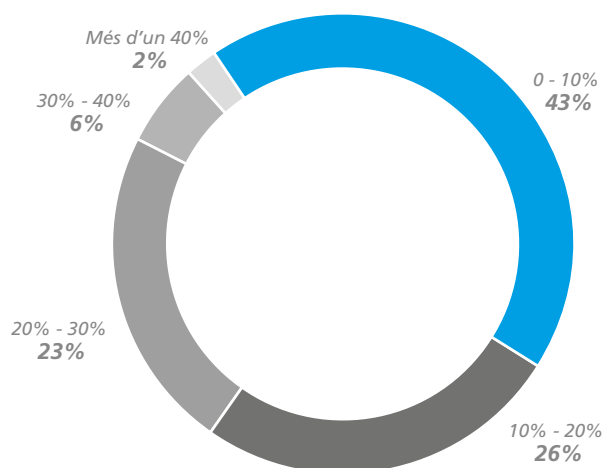
Marge de beneficis bruts de les galeries espanyoles el 2016



Font: © Arts Economics (2017)

La taxa de beneficis nets avaluen amb major precisió la rendibilitat d'una empresa concreta, ja que mesuren les vendes un cop descomptats les despeses i els costos, és a dir, amb el benefici retingut per dòlar de vendes.³ Els beneficis nets de les galeries d'Espanya van ser bastant similars dels beneficis nets de les galeries estrangeres, ja que la majoria (un 69%) va indicar que eren d'un 20% o menys. La quota de les galeries que van registrar beneficis del 10% o menys va ser més gran a Espanya (un 44% davant d'una mitjana global del 32%), mentre que la quota de les que superaven el 30% va ser lleugerament menor (un 8% a Espanya davant d'un 11% global). Igual que els beneficis bruts, els beneficis nets no van mostrar una forta correlació amb la facturació, malgrat que es detecta una variació considerable dins de cada segment de valor (i no entre ells). Els galeristes del segment més alt (amb una facturació que supera el milió d'euros) van tenir uns beneficis nets del 30% o menys, però d'aquests, dues tercers parts van registrar nivells del 10% o menys.

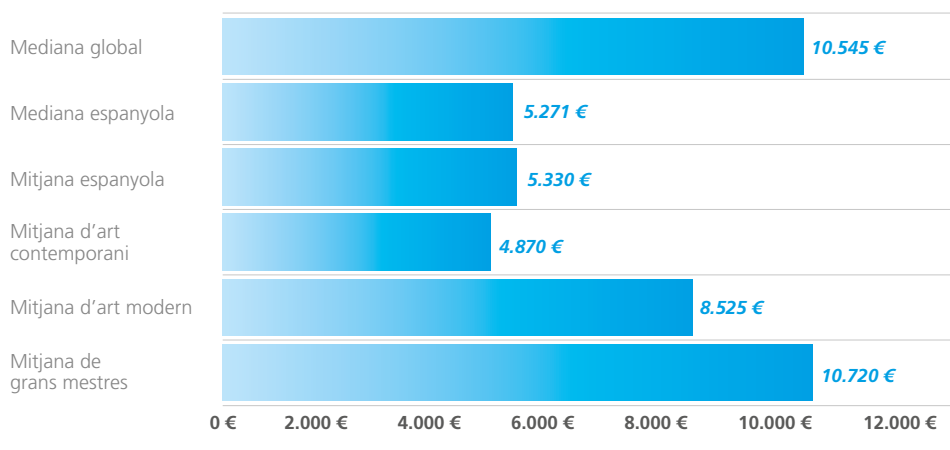
3. Un cop més, els marges nets varien molt entre sectors, però el 2016 la mitjana de les vendes generals al detall va ser del 8% (i del 10% en vendes especialitzades al detall), del 5% en indústries de béns de capital, del 19% en serveis financers en general i del 25% en serveis financers al consumidor, i del 20% en serveis d'inversió.

Gràfic 2.6**Marge de beneficis nets de les galeries espanyoles el 2016**

Font: © Arts Economics (2017)

PREUS EN EL SECTOR DE LES GALERIES

Espanya continua sent un mercat de preus relativament baixos en comparació dels seus homòlegs globals més grans, tant al sector de les subhastes com al sector de les galeries. El 2016, al sector de les galeries, el preu mitjà basat en el valor i el volum de facturació de totes les empreses participants en l'enquesta va ser de 5.330 €, amb una mediana lleugerament inferior, de 5.270 € (basada en la mediana dels preus mitjans de tots els negocis). Aquesta xifra representa aproximadament la meitat de la mediana global de preus comparable per a galeries l'any 2016. Tot i que la mediana dels preus s'ha mantingut estable, el preu mitjà ha augmentat un 20% els últims dos anys (entre 2014 i 2016). Al sector de les belles arts, les mitjanes més altes es van registrar al sector dels grans mestres de la pintura, on els preus doblaven els de les galeries d'art contemporani.

Gràfic 2.7**Preus mitjans i medians del sector de les galeries espanyoles el 2016**

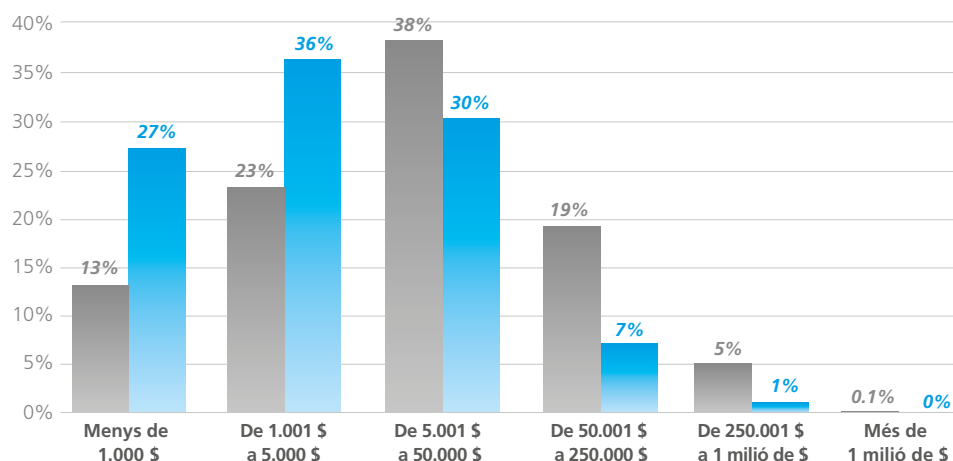
Font: © Arts Economics (2017)

Igual que en el cas de les galeries internacionals, el gruix de les transaccions del mercat espanyol de les galeries s'efectuen a preus relativament baixos. Al gràfic 2.8 s'indica la quantitat de vendes individuals en diferents segments de preus. El 2016, la majoria d'obres venudes (un 63%) per galeries locals van ser per un valor menor de 5.000 \$ en comparació amb el 36% a escala global. A Espanya, el 93% de les obres es van vendre per menys de 50.000 \$ en comparació amb el 74% a nivell global). El segment més gran de les transaccions a Espanya va correspondre a les obres valorades entre 1.000 \$ i 5.000 \$ (un 36% de les vendes). Només una petita proporció de les vendes va ser a preus superiors als 250.000 \$ (l'1% a Espanya i una mica més del 5% a nivell global). Mentre que aquest segment va representar el 21% del valor de les vendes a escala global, a Espanya va representar només un 2% del valor del total de vendes. El segment més gran en termes de valor a Espanya també va correspondre a les obres valorades entre 1.000 \$ i 5.000 \$, que van representar un 38% de les vendes totals registrades l'any 2016.

És interessant observar que, pel que fa a la rendibilitat, el 86% dels galeristes va assenyalar, com a segments més rendibles per als seus negocis, les obres valorades en menys de 50.000 \$, mentre que només el 14% va assenyalar les que estaven per sobre dels 50.000 \$. Això no ha variat significativament per als galeristes durant els cinc anys previs al 2015, excepte en el cas d'alguns galeristes d'art contemporani que van afirmar que els segments més rendibles per a ells s'havien desplaçat lleugerament a l'alça i havien passat de ser inferiors a 1.000 \$ a situar-se entre els 1.000 \$ i els 5.000 \$ el 2016.

Gràfic 2.8**Quota de vendes de les galeries per segment de preu el 2016**

■ Espanya
■ Global



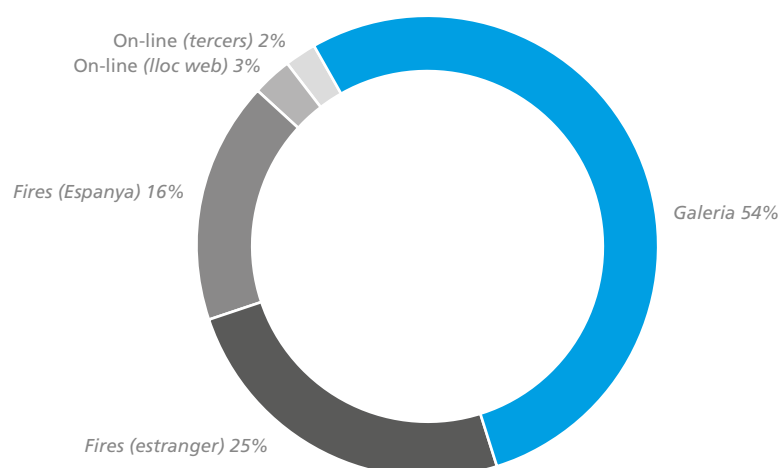
Font: © Arts Economics (2017)

CANALS DE VENDES

La galeria va ser el canal de venda més important per el 2016, amb un 54% del valor en vendes (lleugerament superior a la mitjana global del 51%). Aquesta quota de vendes a Espanya ha disminuït un 58% des de l'últim informe de l'any 2013, mentre que han augmentat tant les vendes *on-line* com les vendes en fires d'art.⁴

Les vendes *on-line* representen el 5% del total de vendes, i han augmentat considerablement des que es van mesurar per última vegada el 2013, quan van registrar només un 1%. El 2016, aquestes vendes es van dividir en vendes a través de les mateixes pàgines web de les galeries (el 60% de les vendes *on-line*) i vendes a través de plataformes de tercers (el 40%). Les vendes *on-line* s'han convertit en un mitjà important per arribar a clients nous. Els galeristes van indicar que el 61% de les vendes *on-line* del 2016 van ser fetes per compradors nous que no havien estat mai a la galeria o a qui mai havien conegut en persona (més del 21% de la quota registrada el 2013), i només el 5% va ser a compradors *on-line* habituals amb qui no havien tingut contacte previ en persona. El 34% restant eren compradors actuals amb els quals ja havien tingut un contacte personal, però que van escollir comprar *on-line* a través de la seva pàgina web o plataforma (amb un descens respecte d'una quota molt més alta, del 48%, el 2013).

4. Les xifres del 2013 són de McAndrew (2014), *The Spanish Art Market in 2014 (El mercado español del arte en 2014)*. AYM: Madrid. En aquesta enquesta també es va demanar als galeristes la quota de vendes a través de canals privats i en subhastes, que va ascendir un 6%. Si s'ajusten aquestes xifres per representar només les tres principals categories de vendes —fires, *on-line* i galeries— tal com es mostra al gràfic 2.9, i les vendes de galeries el 2013, acumularien un 61%, fet que implicaria un descens encara més important. Les vendes de fires també es podrien ajustar al 37%, mentre que les vendes *on-line* es mantenen en un 1%.

Gràfic 2.9**Vendes per canal de les galeries espanyoles el 2016**

Font: © Arts Economics (2017)

Les vendes en fires d'art també s'han incrementat, des del 35% al 2013 fins al 41% al 2016. Les vendes es reparteixen entre les fires locals i nacionals a Espanya i els esdeveniments internacionals, que són els que n'acumulen la major part (un 25% del total). Gairebé la meitat dels galeristes enquestats (el 47%) va vendre la meitat o més del seu volum anual a través de fires d'art, mentre que un 19% va declarar que les fires suposaven tres quartes parts o més de les seves vendes (tots aquests galeristes treballaven en el mercat de l'art contemporani).

De mitjana, els galeristes van assistir a cinc fires el 2016 (un nombre similar al que projecten les enquestes d'escala global), amb una mitjana de tres fires internacionals i dues de locals a Espanya. El nombre de fires visitades no ha variat respecte de l'enquesta del 2015, però sí que ha augmentat respecte del 2014, quan la mitjana era de quatre.

Malgrat que la majoria de fires no publiquen els resultats complets de les seves vendes anuals totals, tenint en compte les dades declarades pels galeristes a les enquestes, les vendes a les fires es van incrementar des dels 94,6 milions d'euros del 2013 fins als 127,2 milions d'euros el 2016, una xifra que suposa un augment del 34%. També se'n desprèn que el total de vendes efectuades per galeristes espanyols en fires espanyoles està per sobre dels 50 milions d'euros. Atès que els preus mitjans són molt baixos en moltes fires d'Espanya, és probable que aquesta xifra estigui esbiaixada per les vendes de les galeries en el segment superior, és a dir, de peces de valor més alt i per les vendes a les fires internacionals més grans, com ARCO. A Espanya hi ha al voltant de 30 fires que se centren exclusivament en l'art i les antiguitats (i més del doble que se centren en altres peces de col·lecció, el disseny i altres sectors relacionats).

Una de les fires més grans i importants d'Espanya continua sent ARCO, que el 2017 va celebrar la 36a edició. ARCO se centra en obres contemporànies de galeries espanyoles i internacionals i és un punt central d'intercanvi, interacció i comunicació per a moltes galeries d'art espanyoles, a més d'una via d'entrada per als col·leccionistes internacionals interessats en el mercat espanyol de l'art. El 2016 es va celebrar la 35a edició, en què van participar 221 galeries exposidores, 63

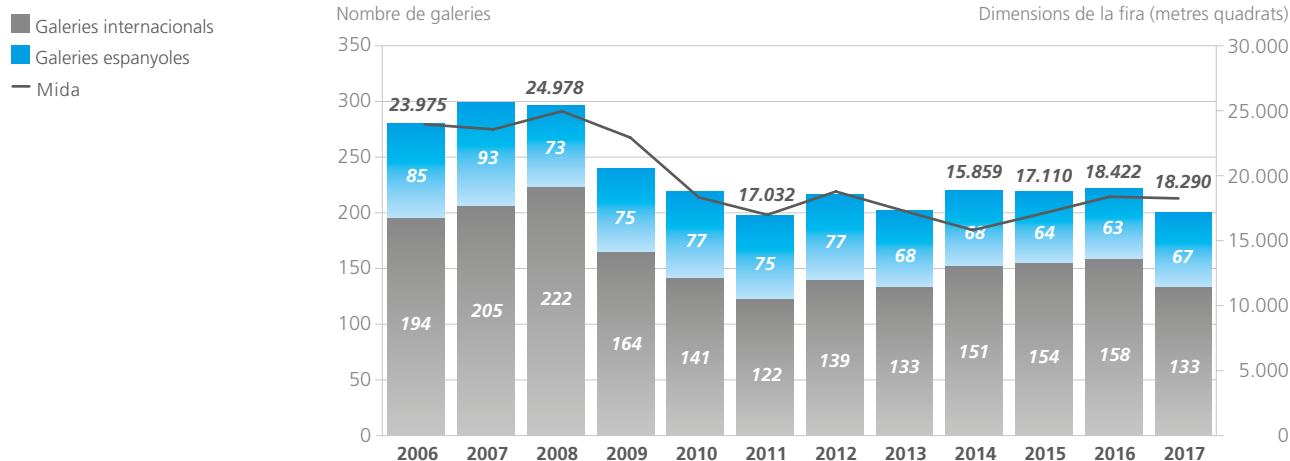
de les quals van ser galeries espanyoles i 158, internacionals, mentre que el 2017 la xifra va caure fins a 200 (133 galeries internacionals i 67 galeries espanyoles).

El nombre de galeries exposidores d'ARCO va assolir el punt més alt el 2007 amb 298, el triple que a la primera edició l'any 1982. L'espai físic de la fira també es va ampliar ràpidament per poder acollir la creixent quantitat d'expositors. Des de llavors, el nombre d'expositors de la fira s'ha reduït i s'ha centrat en les galeries locals i internacionals clau. Aquestes últimes han suposat, de mitjana, el 68% del total d'expositors en els deu darrers anys. L'espai físic de la fira s'ha ampliat entre el 2014 i el 2017. En l'última edició, va ocupar una extensió de 18.290 m² (en comparació dels 5.000 del 1982).

Els anys 2016 i 2017, ARCO va rebre al voltant de 100.000 visitants, un nombre relativament estable que inclou professionals del mercat de l'art, col·leccionistes internacionals i espanyols, i públic general. El nombre de visitants s'ha reduït gairebé a la meitat en els últims 10 anys. No obstant això, la fira continua sent una de les més visitades en l'àmbit internacional i fins i tot supera les xifres d'assistència de molts altres esdeveniments internacionals importants organitzats per Art Basel, Frieze o FIAC.

Gràfic 2.10

Nombre d'expositors i superfície d'exposició a ARCO de 2006 a 2016



Font: © Arts Economics (2017) amb dades cortesia d'ARCO

Hi ha diverses fires importants a Espanya, amb algunes novetats des del 2014 com ara MARTE a Castelló, que va celebrar la primera edició el 2014, i Art Marbella, que es va inaugurar el 2015. Tot i que la majoria d'expositors de moltes d'aquestes fires són galeries espanyoles, alguns esdeveniments, com ara LOOP i SWAB, són importants en l'àmbit internacional i tenen una representació significativa de galeries i participants estrangers. Al gràfic 2.11 es mostra el nombre de visitants i expositors de les 10 principals fires d'Espanya al marge d'ARCO, que són:

Art Madrid: fira d'art contemporani i emergent que es va inaugurar el 2006. El 2016, la fira va tenir 46 expositors, un 60% dels quals eren espanyols, i va rebre 20.000 visitants.

Art Marbella: fira d'art contemporani i modern que es va inaugurar el 2015. El 2016 va tenir 55 expositors, un 60% dels quals eren espanyols, i va rebre 12.000 visitants.

ArteSantander: fira d'art contemporani que es remunta al 1992. El 2016 va tenir 42 expositors, un 78% dels quals eren espanyols, i va rebre 7.400 visitants.

Estampa: fira d'art modern i contemporani fundada el 1993. El 2016 va tenir 79 expositors, un 70% dels quals eren espanyols, i va rebre 20.300 visitants.

Feriarte: la primera edició d'aquesta fira es remunta al 1976, de manera que és una de les més antigues d'Espanya. Abraça sectors com les arts decoratives, les antiguitats i les arts plàstiques. El 2016 va tenir 94 expositors i va rebre 19.364 visitants.

JustMAD: fira d'art contemporani que es va inaugurar el 2010. L'any 2016 va tenir 49 participants, aproximadament la meitat dels quals eren espanyols, i va rebre 23.000 visitants.

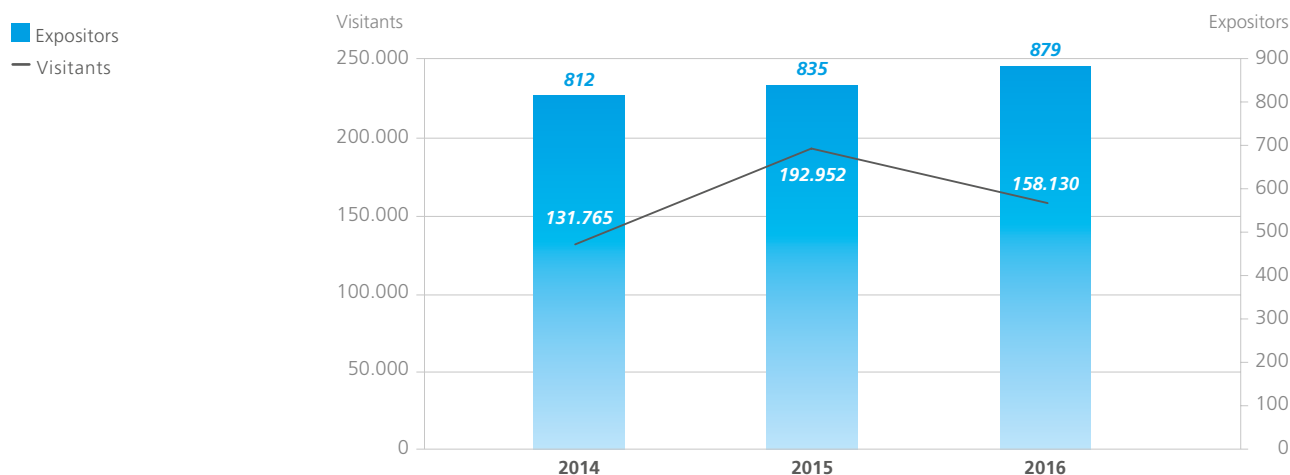
LOOP: va néixer el 2003 i està especialitzada en imatge en moviment i cine . El 2016 va tenir 47 expositors, un 15% dels quals eren espanyols, i va rebre 4.800 visitants.

MARTE: una fira d'art contemporani que va celebrar la primera edició el 2014. El 2016 va tenir 250 expositors, un 90% dels quals eren espanyols, i va rebre 8.700 visitants.

Almoneda: presenta obres de tot un ventall de sectors, com ara les antiguitats, les peces de col·leccionista i les arts plàstiques. El 2016 va tenir 150 expositors, un 90% dels quals eren espanyols, i va rebre 24.566 visitants.

SWAB: una fira d'art contemporani que es remunta al 2007. El 2016 va tenir 72 expositors, un 40% dels quals eren espanyols, i va rebre 18.000 visitants.

Només aquests 10 esdeveniments van rebre aproximadament 158.130 visitants el 2016, una xifra que suposa un increment del 20% respecte del 2014. Si se sumen als visitants d'ARCO, s'obté un total de 258.130 visitants només en aquests esdeveniments. Les xifres d'expositors també van augmentar entre els anys 2014 i 2016. No obstant això, varien molt en cada fira en funció dels programes i l'antiguitat: des de les limitació a 47 expositors de LOOP el 2016 (dels quals només sis van ser espanyols) fins als 250 de MARTE. Tot i que els preus en aquestes fires varien molt, els preus mitjans declarats per les fires que van poder aportar aquesta informació es van situar entre els 3.000 € i els 20.000 €. El preu de venda màxim de totes les fires (sense incloure ARCO) en els dos darrers anys va ser de 500.000 €.

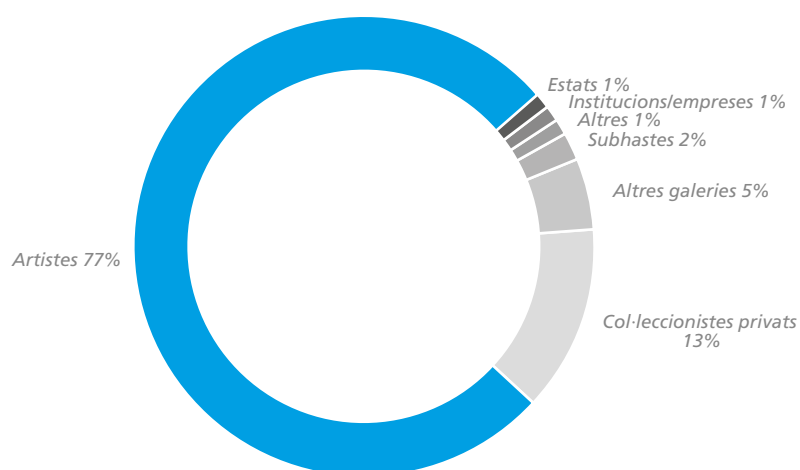
Gràfic 2.11**Nombre d'expositors i visitants de 10 fires espanyoles (exclosa ARCO)**

Font: © Arts Economics (2017)

FONTS DE SUBMINISTRAMENT I INVENTARIS

L'accés al subministrament d'obres continua sent un repte per als galeristes de tots els sectors. Per a les que treballen en els sectors més antics i en el mercat de revenda, aconseguir obres molt escasses a preus raonables presenta molts reptes, mentre que, moltes galeries d'art contemporani han de fer front a una competència considerable a l'hora d'accedir als artistes més demanats, tant a Espanya com a l'estranger.

Les fonts de subministrament d'obres varien segons el sector, però en general les galeries d'art contemporani obtenen les obres directament dels artistes. Com que les galeries d'art contemporani són predominants a Espanya, l'any 2016 la font de subministrament d'obres més utilitzada van ser els artistes, amb una mitjana del 77% de l'inventari total o de les obres en venda durant tot l'any. (Exclusivament per a les galeries d'art contemporani, aquest percentatge va superar el 84%.) Els col·leccionistes privats van ser la segona font més important en global (amb una mitjana del 13%), i en el cas dels que treballen fora del mercat de l'art contemporani —en els sectors de les belles arts, en l'art decoratiu i en les antiguitats—, aquesta font va representar un 43% de mitjana. Una altra font important per a aquestes galeries va ser el mateix comerç d'art, que en un 18% va procedir d'altres galeries i en un 6%, de subhastes (en comparació del 5% en tots dos casos per al mercat de l'art contemporani).

Gràfic 2.12**Fonts de subministrament d'obres per a galeries espanyoles el 2016**

Font: © Arts Economics (2017)

Els models d'empresa de les galeries han canviat profundament amb el pas dels anys, tant a Espanya com a la resta del món. Històricament, els models de negoci de les galeries es basaven en la compra a baix preu i en la venda a un preu més alt (trobar obres a preus molt baixos i vendre-les amb un elevat marge de benefici). No obstant això, en els darrers anys moltes galeries han basat les seves estratègies competitives a trobar els artistes i les obres de millor qualitat per als seus compradors i afegir-hi un servei d'alt valor, com ara coneixements especialitzats sobre la peça i el seu creador, així com la seva història, autenticació i restauració. La decisió d'incorporar una peça directament al catàleg i vendre-la o senzillament actuar com a agent de la transacció sovint se sol fer individualment, segons el context de la venda, els models de negoci específics i l'accés al finançament.

En la mostra de galeristes enquestats, els participants van declarar que el 2016, de mitjana:

- Un 75% de les seves vendes va procedir d'obres en dipòsit (davant d'un 56% en l'àmbit internacional). La xifra és molt més baixa per a les galeries d'art no contemporani (un 44%) que per a les galeries d'art contemporani (un 78%).
- Un 16% de les vendes va procedir del seu catàleg que ja tenien en propietat. Aquesta xifra és més alta en el cas de les galeries d'art no contemporani, ja que se situa en un 25% de mitjana.
- El 9% de vendes restants va ser a comissió o en qualitat d'agent. En aquests casos, les vendes de les galeries d'art no contemporani van ser del 32%, una xifra molt més elevada que el 7% de les vendes de les galeries d'art contemporani.

El valor mitjà de les adquisicions que van incorporar en inventari aquestes galeries al seu catàleg durant el 2016, la mitjana del valor de les compres va ser de 228.265 \$, amb una mediana del valor de 18.750 \$ (el valor mitjà en l'àmbit global va ser molt més alta: 315.460 \$). No obstant això, si es tenen en compte els galeristes que només treballaven en mercats d'art no

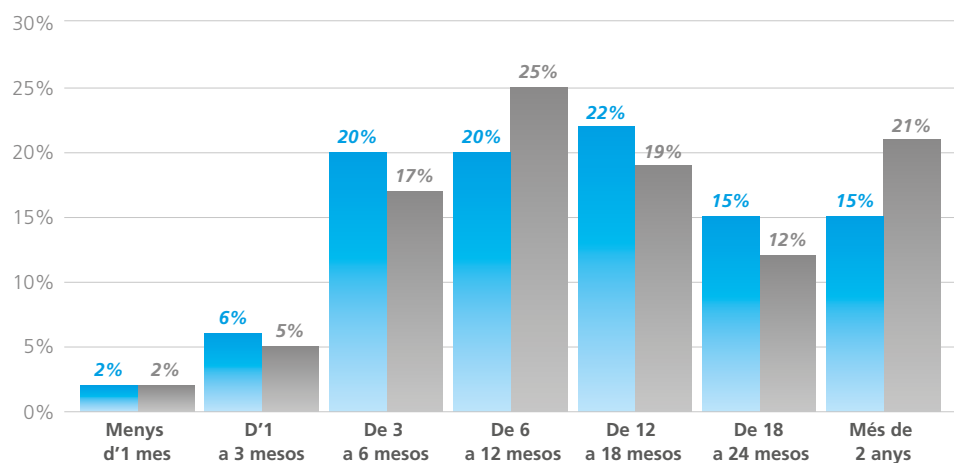
contemporani, el valor mitjà va ser molt més elevat i va ascendir als 420.000 \$. La ràtio mitjana del valor de les adquisicions-ventes en tots els sectors en què es van fer compres en inventari des del 2014 fins al 2016 —quan es van registrar una gran quantitat de despeses(fins i tot una reduïda part de galeries que va comprar més del que va vendre en alguns anys)— va ser del 38% el 2016 (un 40% de mitjana al llarg del període de tres anys).

També es va preguntar als galeristes quant van trigar a vendre les obres del seu catàleg de mitjana i la major part dels enquestats va triar un període de 12 a 18 mesos (un 22% de les galeries espanyoles en comparació un 19% de les estrangeres). El període que es va citar en segon lloc amb més freqüència va ser de tres a sis mesos i de sis a dotze mesos (amb un 20% cadascun). Per tant, aquestes dades indiquen que una mica més de la meitat de les galeries locals va conservar l'inventari a les seves galeries durant un any o més, mentre que un considerable 15% va haver d'esperar més de dos anys per vendre les obres. Aquesta situació contrasta amb altres sectors de venda al detall en què les empreses renoven tot el seu inventari quatre o cinc vegades l'any. Aquest cicle d'existències tan lent pot exercir una considerable pressió financera sobre les galeries i generar problemes de flux d'efectiu, agreujats per un accés limitat a qualsevol forma de finançament comercial o d'inventari.

Gràfic 2.13

Temps mitjà dedicat a vendre les obres del catàleg el 2016

■ Galeries espanyoles
■ Galeries internacionals

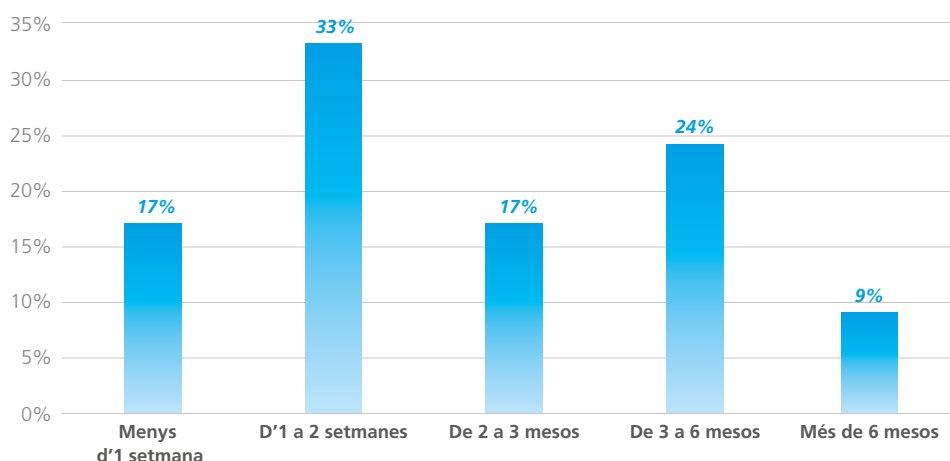


Font: © Arts Economics (2017)

L'enquesta també va revelar que aquesta situació podia deure's al cicle lent de pagament posterior a les compres, és a dir, el temps que tarden els compradors a pagar la totalitat de les obres adquirides un cop s'ha tancat la venda. Una tercera part dels enquestats va declarar que passaven més de tres mesos des de la compra de l'obra fins a la liquidació final. Al voltant de la meitat dels galeristes enquestats va rebre el pagament en un termini de 60 dies, que es considera un termini estàndard per a les factures vençudes. No obstant això, el fet que per a la meitat restant els terminis de pagament fossin superiors a 60 dies indica que s'ofereixen terminis que excedeixen el temps acceptable en altres sectors. Fins i tot en el 9% dels casos el termini es va allargar fins als sis mesos de mitjana.

Un estudi elaborat per Intrum Justitia, *Informe europeu de pagaments 2016*, va determinar que el cicle de pagament a Espanya és més llarg que a la resta de països europeus en tots els sectors. Aquest estudi va revelar que al 2016 el cicle mitjà en el sector B2C era de 47 dies, el segon més alt d'Europa, mentre que en el cas d'empreses B2B el cicle era de 69 dies de mitjana. Els retards en el pagament de factures poden tenir greus conseqüències per a les empreses, com ara una reducció de la liquiditat, la pèrdua d'ingressos i impediments per créixer. En el cas de les petites empreses, que componen l'enorme majoria del sector de les galeries a Espanya, els retards en els pagaments units a un context operatiu intens de capital poden crear moltes dificultats per sobreviure o créixer. No obstant això, en general la flexibilitat dels terminis de pagament es considera un dels avantatges principals de compra mitjançant galeries, i això fa que sigui molt difícil que es puguin exigir terminis més estrictes.

Gràfic 2.14
Cicle de pagament mitjà de totes les galeries el 2016



Font: © Arts Economics (2017)

Un cicle d'existències lent i un cicle de pagament llarg poden generar greus problemes de liquiditat per a les galeries a Espanya, que sovint tenen importants necessitats de crèdit, a més de les moltes altres despeses derivades de la gestió d'un negoci. No obstant això, a Espanya, com en molts altres països, el mercat no disposa de suficient finançament comercial. Precisament els problemes relacionats amb el finançament de l'empresa van ser un dels cinc reptes principals que els galeristes creien que haurien d'afrontar en els cinc anys següents (un 36% dels enquestats va considerar que era un dels reptes més importants).

A causa dels obstacles que es troben per accedir al finançament, moltes galeries s'autofinancen i organitzen els seus negocis per tal d'efectuar prou vendes per cobrir tots els costos interns. L'enquesta va revelar que el palanquejament en el sector de les galeries a Espanya és relativament baix. Al gràfic 2.15 es mostra la ràtio d'endeutament declarada⁵ per les galeries a Espanya el 2016. Les dades revelen que la majoria (un 61%) tenia una ràtio d'endeutament del 10% o

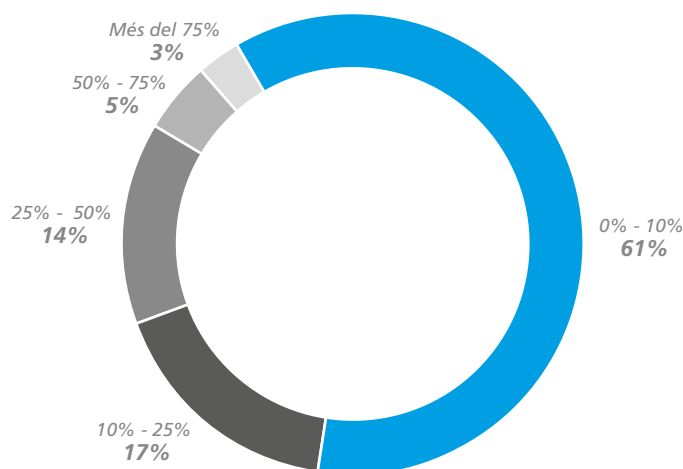
5. En aquest context, la ràtio d'endeutament fa referència al deute i als passius en comparació dels actius (vendes i estoc). Avaluja quina proporció dels actius d'una empresa està finançada per deute i és una manera de mesurar-ne el risc financer general.

menys, i només un 8% tenia una ràtio superior al 50%. Les ràtios d'endeutament varien entre sectors industrials. En els sectors al detall oscil·len de mitjana entre un 40% i un 70%, la qual cosa indica que el deute en el sector de les galeries és relativament baix.

Aquests valors eren més o menys similars als de les ràtios mundials del 2016, però molt més alts que els del sector de les subhastes a Espanya, on totes les empreses enquestades van declarar nivells del 10% o menys (vegeu el Capítol 4). Tot i que el baix nivell de deute del sector pot comportar certa estabilitat en el finançament i un baix risc financer, també és probable que aquestes ràtios indiquin una manca crònica d'oportunitats per al palanquejament del sector: les galeries a Espanya es veuen forçades a mantenir un model de negoci basat en un baix nivell de deute perquè no poden accedir a les ajudes financeres dels bancs. Malgrat que, aparentment, això comporta menys riscos financers, també pot assenyalar que algunes empreses no tenen accés al palanquejament que necessiten per créixer i ampliar el seu negoci, o fins i tot per compensar el flux de caixa durant períodes volàtils o difícils.

Gràfic 2.15

Ràtio d'endeutament de les galeries espanyoles el 2016



Font: © Arts Economics (2017)

COMPRADORS D'ART

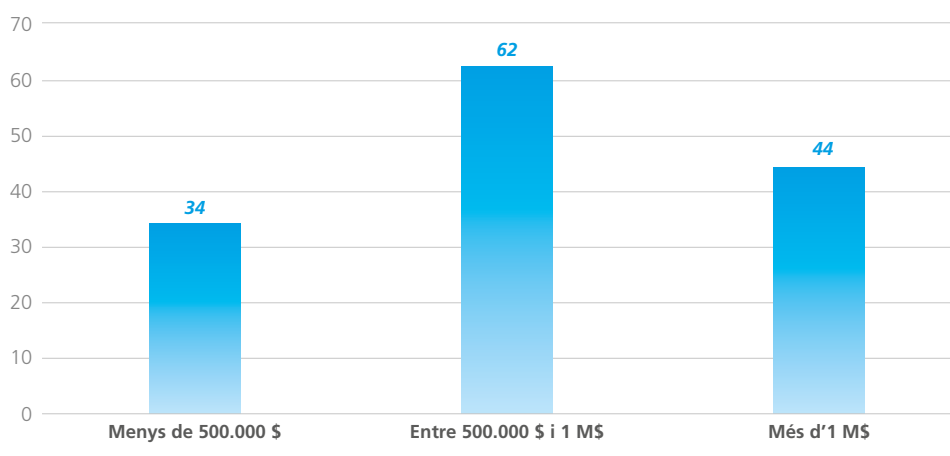
El 2016, l'enquesta va revelar que, de mitjana, els destinataris de les vendes van ser 38 compradors únics, amb una mediana de 20, gairebé la meitat que la del sector de les galeries global.⁶ Els estudis globals indiquen que el nombre de compradors augmenta, i també el volum de negoci, però només fins a cert punt, ja que les galeries del segment superior tendeixen a vendre un nombre més reduït de peces, però de gran valor, cada any. D'alguna manera això queda reflectit a les dades d'Espanya. El 2016, el nombre mitjà de compradors únics de les galeries amb una facturació inferior als 500.000 \$ va ser de 34. Els compradors únics augmenten fins a 62 quan la facturació se situa entre 500.000 \$ i 1 milió de dòlars, però tornen a baixar

6. Per calcular la mitjana, es van excloure de la mostra dos valors atípics (dos enquestats que afirmaven haver tingut més de 300 compradors els 2016).

fins a 44 quan la facturació supera el milió de dòlars; per tant, les galeries que venen obres de més valor tracten amb un grup més reduït de clients.

Gràfic 2.16

Nombre mitjà de compradors per nivell de facturació a les galeries espanyoles el 2016



Font: © Arts Economics (2017)

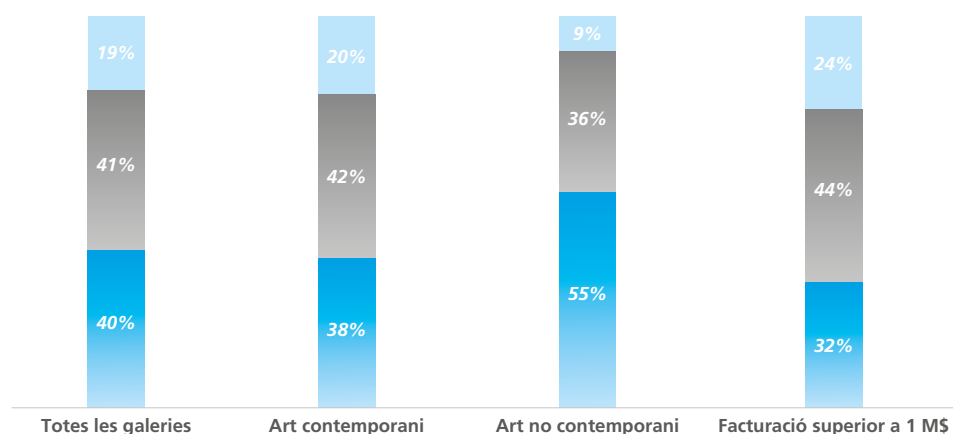
Els galeristes van declarar que les vendes del 2016 es van repartir entre clients nous i clients existents. En la majoria de casos, la relació amb la galeria havia estat de cinc anys com a màxim. De mitjana, un 40% de les vendes es va efectuar a clients nous que els feien la primera compra el 2016, un 41% va correspondre a compradors amb els quals havien tractat entre un i cinc anys, i un 19% va correspondre a compradors de llarga durada, amb qui tenien una relació de més de cinc anys.

La quota de vendes a compradors nous va ser més elevada en el cas de les galeries amb una facturació més baixa que en el cas de les galeries del segment superior. En el cas de les galeries amb vendes brutes superiors a 1 milió de dòlars, els compradors nous van representar un 32% de les vendes, mentre que en el cas de les galeries amb una facturació inferior a 1 milió de dòlars, els compradors nous van representar un 42%, a la par amb la resta del sector. La quota de vendes a compradors amb què tenien una relació de llarga durada (que havien estat clients durant més de cinc anys) va ser considerablement més alta en el cas de les galeries dels trams més alts de facturació; no obstant això, els compradors amb una relació de mitja durada (entre un i cinc anys) van continuar sent, amb diferència, el segment més important.

La quota de compradors nous també va diferir lleugerament entre els sectors i va ser més alta al sector extern a l'art contemporani (55%) que al sector de l'art contemporani (38%). Els compradors, clients amb una relació de llarga durada (més de cinc anys) amb galeries d'art contemporani, van doblar la quota de vendes dels compradors amb una relació de llarga durada de les galeries de sectors d'art més antic, com l'art modern, els grans mestres i les antiguitats.

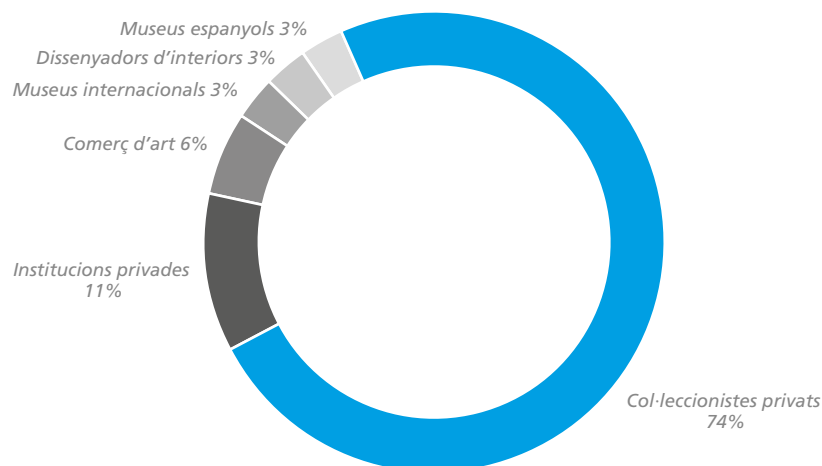
Gràfic 2.17**Quota de vendes de galeries espanyoles a grups de compradors segmentats**

- Compradors nous
- Compradors amb una antiguitat d'1 a 5 anys
- Compradors amb una antiguitat de més de 5 anys



Font: © Arts Economics (2017)

Les vendes a col·leccionistes privats van dominar les vendes de les galeries el 2016 i van representar un 74% de mitjana. Si s'hi inclouen els dissenyadors d'interiors, aquesta xifra ascendeix fins a un 77%, que és la mateixa mitjana registrada a Espanya el 2013 per a vendes a col·leccionistes particulars. Les vendes a institucions privades, com corporacions i fundacions, van representar la segona quota més alta, amb un 11%, mentre que les vendes a altres galeries van representar un 6%. Les vendes a museus estaven dividides equitativament entre institucions locals i estrangeres el 2016. La quota de vendes a museus espanyols ha disminuït considerablement des del 2013, quan representava un 86% de les vendes totals a museus. El Capítol 5 parla amb més detall de la reducció del finançament dels museus a Espanya, que podria ser la causa d'una part del descens d'aquesta quota.

Gràfic 2.18**Quota de mercat de les vendes per grup de compradors el 2016**

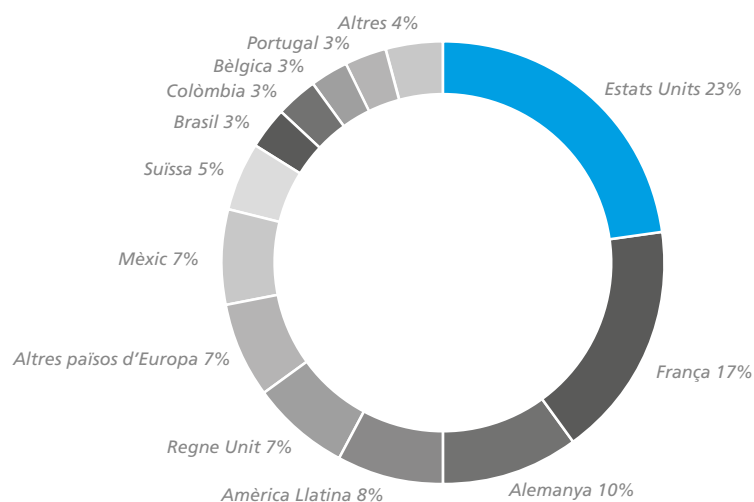
Font: © Arts Economics (2017)

L'any 2016, la major part de les transaccions realitzades pels galeristes van ser vendes a compradors locals, que van representar un 63% de les vendes, davant del 37% de vendes als compradors estrangers. Aquesta quota es va reduir respecte del 2013, quan es situava al 70%, perquè algunes galeries d'Espanya van adoptar models de negoci cada cop més enfocats al mercat internacional per tal de diversificar geogràficament els compradors. La quota de compradors locals respecte dels compradors internacionals va variar significativament segons els trams de facturació. Les galeries amb facturacions més baixes tendien a tenir una quota més alta de compradors locals. Pel que fa a facturacions inferiors als 500.000 \$, l'any 2016 la quota de compradors locals va ser del 75%, mentre que en el cas de compradors amb facturacions entre 500.000 \$ i 1 milió de dòlars, la quota es va reduir a menys de la meitat (un 34%). És interessant observar que quan la facturació va superar el milió de dòlars, la importància dels compradors locals va tornar a augmentar (fins al 40%), tot i que continuava considerablement per sota de la quota de les galeries situades al segment més baix.

Els galeristes van assenyalar que la procedència geogràfica dels compradors era molt diversa. Dels compradors de fora d'Espanya, els col·leccionistes dels Estats Units van representar la quota més alta en global, amb un 22%, un 3% més que la registrada el 2013. Els compradors francesos van tenir la segona quota més alta, tot i que van descendir dos punts percentuals (fins al 17%), mentre que Alemanya es va mantenir estable amb un 10%. Els compradors europeus van representar una mica més de la meitat de les vendes que les galeries van fer el 2016 (una xifra inferior al 58% del 2013) i els compradors de l'Amèrica del Sud i de l'Amèrica Central van representar un 21%, una quota considerablement més alta en comparació amb el 9% el 2013. Això s'ajusta bastant a les dades que suggereixen que els vincles històrics i culturals amb els països de l'Amèrica del Sud, com ara la llengua comuna i altres factors, han impulsat el creixement de compradors d'aquesta regió a les galeries espanyoles. En alguns casos també es va assenyalar que, fins i tot, les vendes locals se sustentaven cada cop més en residents estrangers que viuen en grans ciutats espanyoles, especialment nous residents de l'Argentina, Veneçuela, el Perú i altres indrets de l'Amèrica del Sud.

Gràfic 2.19

Nacionalitats dels compradors internacionals a galeries espanyoles el 2016



Font: © Arts Economics (2017)

Quan es va demanar als galeristes quins eren els tres principals reptes que haurien d'afrontar els pròxims cinc anys, el que es va citar amb més freqüència a Espanya, i també a escala global, va ser trobar clients nous (77% dels enquestats). La dificultat que tenen els galeristes a l'hora de trobar compradors nous es veu agreujada pel fet que molts col·leccionistes, especialment els nous al mercat, cerquen obres d'un grup relativament reduït d'artistes. Això ha provocat un augment de la facturació d'un petit nombre de galeries i sales d'exposicions especialitzades, però ha complicat el repte per a les altres. El segon repte més esmentat va ser l'assistència a fires d'art, que continua originant una quantitat considerable de costos i requerint molt de temps, especialment per a les empreses més petites, malgrat que és un punt d'accés fonamental per augmentar les vendes. El tercer va ser el context econòmic, que és essencial per ampliar la demanda d'antiguitats i estimular l'arribada de compradors nous als mercats d'art i antiguitats.

Taula 2.1

Principals reptes que hauran d'afrontar les galeries en els pròxims cinc anys

Percentatge de respostes	
77%	Cerca de clients nous
53%	Participació a fires
43%	Economia/demanda d'art i d'antiguitats
36%	Finançament d'empresa/deute
28%	Instal·lacions per al negoci: galeria, botiga, magatzem
19%	Vendes per Internet i <i>on-line</i>
19%	Inestabilitat política
17%	Increment de la regulació del mercat de l'art i del comerç internacional
9%	Competència amb cases de subhastes
4%	Accés al subministrament de peces, obres d'art i artistes
2%	Problemes de divises i fluctuacions del tipus de canvi

Font: © Arts Economics (2017)

EL MERCAT PRIMARI EN COMPARACIÓ AMB EL MERCAT SECUNDARI DE L'ART

Una característica estructural important del mercat de les galeries és que opera en un sistema dual compost pels mercats primari i secundari. Algunes galeries treballen exclusivament en un dels dos mercats, mentre que d'altres combinen les vendes primàries amb les vendes secundàries (o revendes), en alguns casos fins i tot les dels mateixos artistes. En els centres d'art més grans, el mercat secundari domina el comerç en termes de valor, i és aquí on s'assoleixen preus més elevats. No obstant això, a Espanya, a causa del nombre d'empreses del mercat primari, el sector de les galeries està clarament dominat en termes de valors totals per les vendes primàries.

Per definició, el mercat primari és on els artistes venen primer les obres noves a col·leccionistes. Els artistes connecten directament amb els compradors per efectuar les vendes o bé utilitzen un intermediari, sovint un a través d'una galeria. Actualment a Espanya, un estudi recent ha mostrat que menys d'una tercera part dels artistes té una relació estable amb una galeria, mentre que la resta hi manté una relació més esporàdica i impulsada per esdeveniments, si és que n'hi ha.¹ Tot i que les vendes directes dels artistes, o les vendes d'estudi, són molt difícils de mesurar, algunes dades evidencien i d'altres suggereixen que, en termes de valor, les vendes de les galeries són clarament predominants i constitueixen el valor principal del mercat primari. La galeria també és el lloc on els artistes obtenen els preus més elevats en el mercat primari, s'estableixen professionalment i defineixen la seva presència en el mercat.

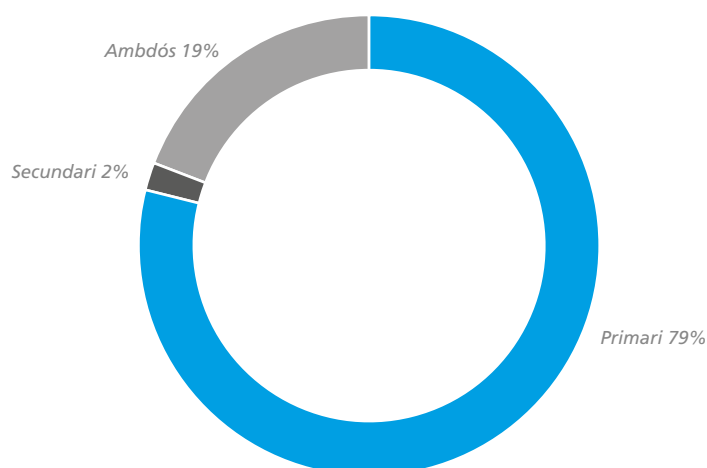
En el mercat primari de galeries, les obres venudes són d'artistes nous i emergents, així com d'artistes contemporanis establerts. Alguns segments d'aquest mercat estan formats per artistes que o bé no estan gaire consolidats o tenen una obra de la qual no és fàcil discernir la qualitat. Això vol dir que els compradors disposen d'una informació incompleta i les compres poden comportar un grau de risc considerable. Per tant, la galeria té un paper essencial com a assessor i com a canal d'informació per als compradors, així com en les carreres de molts artistes, tant venent directament la seva obra com promocionant-ne i desenvolupant-ne la carrera al llarg dels anys. Les galeries són les responsables d'establir els nivells de preu inicials de les seves obres, i un cop s'ha establert un preu base definit per a un artista, poden utilitzar els increments de l'oferta per eixamplar el mercat i incrementar la liquiditat. També poden fomentar la longevitat de la carrera dels artistes controlant l'oferta i donant suport a les vendes fora de la galeria. En alguns casos, els galeristes fan un seguiment de l'obra dels seus artistes un cop ha estat venuda i intenten trobar compradors per a obres en el mercat secundari. Alguns fins i tot liciten les obres consignades a una subhasta per garantir l'estabilitat del mercat de l'artista i evitar que una obra no es vengui o es vengui a un preu baix en el domini públic. En alguns casos, encara van més enllà i requereixen que els compradors de les obres de determinats artistes en el mercat primari signin un acord que garanteixi que les obres es revendran exclusivament a través d'ells o es donaran a un museu, per tal d'evitar que una venda al sector de les subhastes sigui perjudicial.

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

El mercat secundari, per contra, és on les galeries i les cases de subhastes ofereixen obres d'art perquè siguin revenudes posteriorment. Un dels elements distintius del mercat de l'art en l'àmbit global és el predomini del valor del comerç en aquest nivell secundari, on la majoria d'operacions es produeixen entre clients antics i futurs. En el mercat primari, els preus tendeixen a ser més baixos que en el mercat secundari, ja que, quan un artista ven una obra per primer cop, pot passar una quantitat de temps considerable fins que se li reconegui el valor artístic, la raresa o la importància històrica. En el moment en què es revèn una obra, aquestes segones vendes tendeixen a tenir un preu més alt per naturalesa. Els costos d'informació també són més baixos en el mercat secundari i també és probable que els participants tinguin més i millor informació sobre els artistes i les seves obres més consolidades. Per tant, les compres tendeixen a ser menys arriscades.

La baixada dels riscos està relacionada amb un fet particular: amb el pas del temps, les obres d'art tendeixen a guanyar valor i no a devaluar-se. Aquest fet és força diferent en comparació amb d'altres béns que se solen vendre habitualment en els mercats secundaris. Un bon exemple és el mercat secundari més gran que existeix: el mercat de cotxes de segona mà. Els compradors de cotxes de segona mà generalment efectuen les compres amb precaució i reticència. Per aquest motiu, la diferència de preu entre els mercats primari i secundari afavoreix considerablement el primer. Els col·leccionistes d'art, en canvi, normalment solen tenir més cautela i pagar menys per obres d'artistes contemporanis i nous, el valor de les quals no sol estar tan consolidat com el de les obres més antigues i de més renom que es venen en els mercats secundaris.

Sense comptar les galeries d'art i antiguitats, la mostra de galeristes enquestats en aquest estudi estava formada per galeristes que treballaven exclusivament en el mercat primari, galeristes que treballaven exclusivament en el mercat secundari i galeristes que treballaven en tots dos mercats. Tant en termes de nombre d'empreses com en valor de vendes, el mercat de les galeries d'Espanya està dominat clarament per les del mercat primari. Els resultats de l'enquesta van mostrar que el 69% dels galeristes espanyols treballava exclusivament en el mercat primari, mentre que un 25% treballava tant en el mercat primari com en el secundari. Si ens fixem únicament en els galeristes d'art contemporani, un 79% treballava únicament en el mercat primari, amb un 19% que combinava les vendes primàries i secundàries, mentre que només un 2% treballava únicament en el mercat secundari. Pel que fa als galeristes que treballaven en tots dos mercats, un 40% del valor de la seva facturació el 2016 va procedir de vendes en el mercat primari, en comparació amb el 60% procedent de revendes del mercat secundari.

Gràfic 3.1**Quota de negocis en el mercat espanyol de galeries d'art contemporani el 2016**

Font: © Arts Economics (2017)

VENDES EN EL MERCAT PRIMARI

El 2016, s'estima que les vendes en el mercat primari van representar al voltant del 77% del valor total de vendes en el sector espanyol de les galeries (uns 239 milions d'euros). Tot i que la mediana de les vendes va ser força similar en els diferents segments del sector de les galeries, la mitjana de vendes en el mercat primari va ser inferior a la del mercat secundari (i que les de la mitjana del mercat total). El 2016, la mitjana de vendes en el mercat primari va ser de 313.940 € estimats, una xifra que representa al voltant del 80% de la mitjana general del sector i un 68% de la mitjana que també va treballar en el sector secundari.

Tot i que hi ha un reduït nombre de galeries espanyoles principals amb una facturació superior al milió d'euros anuals, tal com s'apuntava anteriorment, a causa de la naturalesa d'aquest sector en el mercat, els preus tendeixen a ser inferiors i en alguns casos els volums de vendes també són inferiors. El volum mitjà d'obres venudes en el mercat primari el 2016 va ser considerablement menor (unes 59 obres) que el volum de vendes en tots dos mercats (unes 83) o en el mercat en general (unes 71). Tanmateix, el volum mitjà de transaccions en el sector primari va augmentar un 10% entre 2014 i 2016, mentre que només ho va fer un 7% a la resta del mercat.

El percentatge més alt del valor total en el sector primari d'Espanya, per tant, es basa en un nombre superior d'empreses presents en aquest sector i no en una facturació mitjana més elevada. Tot i que el volum de vendes es va mantenir en unes xifres més reduïdes, la facturació mitjana del mercat primari va registrar l'increment interanual més elevat i va augmentar un 23% durant el 2016, en comparació amb un augment de només el 3% en el cas dels que treballaven en el mercat secundari. El segment primari també va experimentar l'increment més elevat en valors al llarg del període de dos anys, entre el 2014 i el 2016, que va suposar un augment de les vendes del 50% en comparació amb una pujada del 18% en el cas de les galeries del mercat secundari.

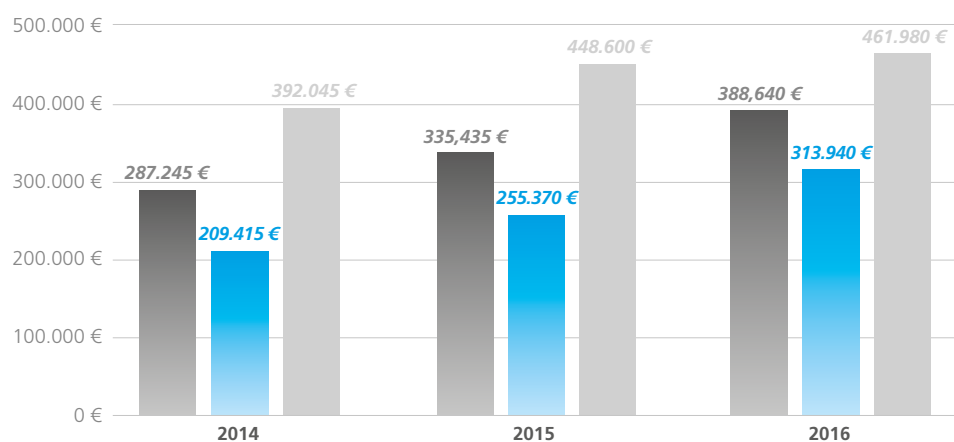
Els galeristes que treballaven en el sector primari també van ser una mica més optimistes pel que fa a les vendes per al 2017: un 40% preveia que continuarien creixent i un 48% esperava estabilitat. En el mercat secundari, un percentatge més baix, del 25%, esperava que augmentessin les vendes el 2017, tot i que la majoria (56%) preveia un creixement interanual estable.

Gràfic 3.2

Facturació mitjana de les galeries espanyoles 2014-2016

a. Volum mitjà de vendes

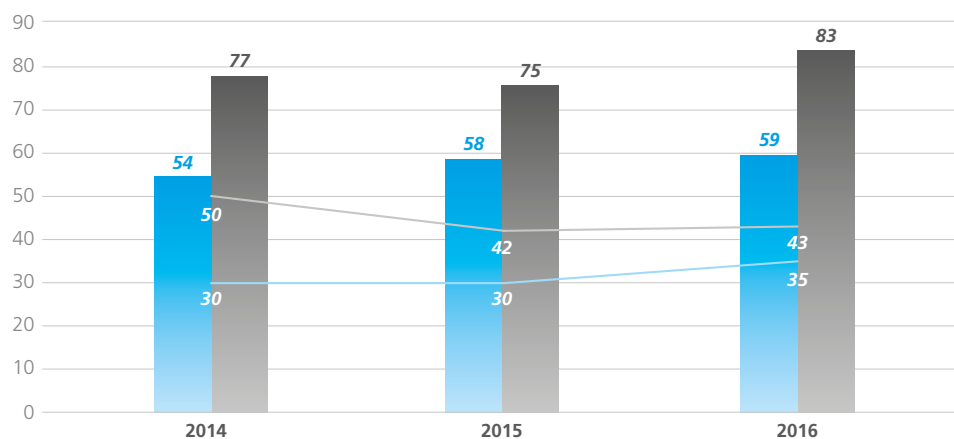
■ Totes les galeries
■ Primari
■ Secundari/ambdós



Font: © Arts Economics (2017)

b. Volum mitjà i mediana de vendes

■ Mitjana: primari
■ Mitjana: secundari/ambdós
— Mediana: primari
— Mediana: secundari/ambdós



Font: © Arts Economics (2017)

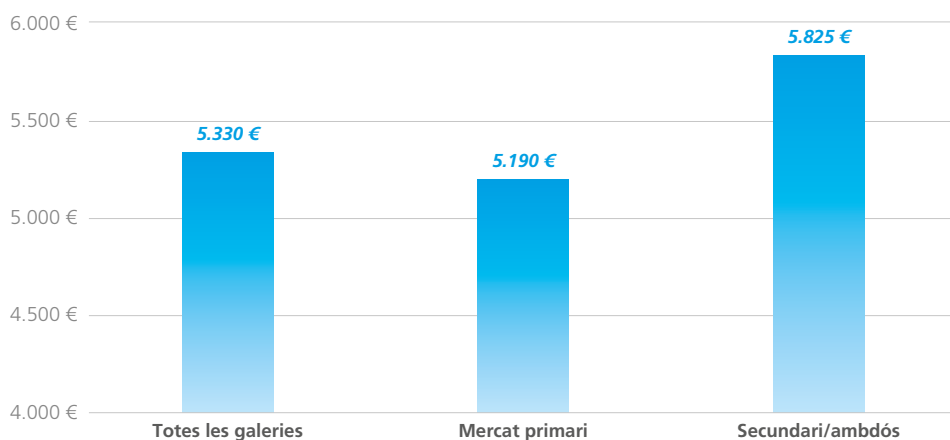
PREUS EN EL MERCAT PRIMARI

Tal com s'ha apuntat en el Capítol 2, Espanya és en general un mercat amb uns preus més baixos respecte de molts altres països. Les galeries del mercat d'art contemporani van presentar els preus mitjans més baixos de tots els sectors de l'art el 2016. Dins del mercat d'art contemporani, el mercat primari també presenta la mitjana de preus més baixa globalment, amb un valor de 5.190 €. Aquest sector està format per artistes nous, desconeguts i emergents amb preus més baixos i amb una presència en el mercat menys consolidada.

Pel que fa al conjunt de les galeries, al marge del sector en què operin, la majoria de vendes que van efectuar se situa en preus inferiors als 50.000 \$. L'enquesta va mostrar que un 92% de totes les transaccions que van realitzar en el mercat primari durant el 2016 va ser a preus inferiors als 50.000 \$ i un 60% va ser inferior als 5.000 \$. Com en la majoria del sector de les galeries, a Espanya, només l'1% de les vendes efectuades per galeries del mercat primari va ser a preus superiors als 250.000 \$.

Gràfic 3.3

Preus mitjans en el mercat espanyol de les galeries el 2016



Font: © Arts Economics (2017)

Per a la majoria de galeries del mercat primari (un 86%), els segments més rendibles per a les seves empreses el 2016 van ser les vendes d'obres amb preus inferiors als 50.000 \$. És interessant tenir en compte que, malgrat presentar preus mitjans més baixos que d'altres sectors, les àrees més rendibles de les seves empreses tenen preus més alts. L'únic segment que els enquestats van declarar més rendible el 2016 en el mercat primari va ser el de les vendes entre 5.000 \$ i 50.000 \$ (en comparació de les vendes de 1.000 \$ a 5.000 \$ en el mercat secundari i en línies generals en tots els sectors).

Els marges van variar molt entre sectors. En termes de beneficis bruts, tot i que les galeries del mercat primari van tenir un percentatge lleugerament més alt en el tram inferior al 10%, van tenir una proporció considerablement més elevada amb marges bruts superiors al 30% respecte a les galeries del mercat secundari. També en termes de marges de benefici net, les galeries del mercat primari espanyol van presentar resultats molt més distribuïts en comparació amb les

del mercat secundari, i una tercera part va obtenir marges superiors al 20%, en comparació amb un 21% de les seves homòlogues del mercat secundari. El 2016, el 10% de les galeries del mercat primari van declarar uns beneficis nets de més del 30% davant de cap benefici en el mercat secundari.

Taula 3.1
Beneficis bruts de les galeries espanyoles

Beneficis bruts	Primari	Secundari/ambdós	Tot
0 - 10%	25%	22%	24%
10% - 20%	11%	14%	11%
20% - 30%	23%	43%	28%
30% - 40%	21%	7%	18%
40% - 50%	10%	14%	11%
Més del 50%	10%	0%	8%

Font: © Arts Economics (2017)

Taula 3.2
Beneficis nets de les galeries espanyoles

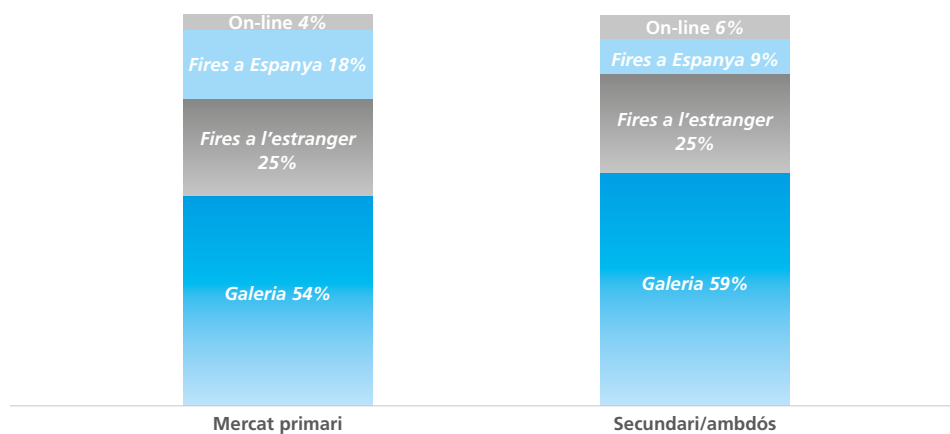
Beneficis nets	Primari	Secundari/ambdós	Tot
0 - 10%	42%	50%	43%
10% - 20%	25%	29%	26%
20% - 30%	23%	21%	23%
30% - 40%	8%	0%	6%
Més del 40%	2%	0%	2%

Font: © Arts Economics (2017)

CANALS DE VENDES

La galeria va ser el canal més important de vendes per a les galeries del mercat primari a Espanya, amb un percentatge del 54% de vendes el 2016. És interessant observar que aquesta xifra és inferior al percentatge de vendes de galeries quan es treballa fora del mercat primari (amb un 59%).

Les galeries del mercat primari van tenir un percentatge de vendes molt més alt mitjançant fires d'art que la resta d'altres galeries, amb un 43% en comparació amb un 34%. Tot i presentar un percentatge idèntic a les fires d'art internacionals, les galeries del mercat primari van tenir el doble de percentatge en esdeveniments locals. En el mercat primari van assistir a una mitjana de cinc fires el 2016 (tres esdeveniments internacionals i dos esdeveniments locals). Això implica que el 58% de les vendes que les galeries del mercat primari van efectuar a fires procedien de tres esdeveniments internacionals. D'altra banda, les galeries que no operen al sector primari van assistir, de mitjana, només a tres fires anuals: dues fires locals i una d'internacional.

Gràfic 3.4**Percentatge de vendes de galeries per canal de vendes el 2016**

Font: © Arts Economics (2017)

Per contra, les vendes *on-line* van representar un percentatge de vendes lleugerament menor en el cas de les galeries del mercat primari, i es van dividir equitativament entre vendes a través del lloc web propi i vendes a través de plataformes de tercers, com ara Artsy, que va ser la més citada. Les galeries que no pertanyen al mercat primari van efectuar un 6% de les vendes *on-line* i majoritàriament (un 5%) a través del seu lloc web. Com en tot el mercat de les galeries en general, aquestes vendes han esdevingut un mètode important per accedir a nous clients. En aquest sentit, els galeristes del mercat primari declaren que un 61% de les seves vendes *on-line* el 2016 van ser a nous compradors que no havien visitat mai la galeria o no havien conegut mai en persona (en comparació amb un 63% en el cas de galeristes del mercat no primari), i només un 4% de les vendes van ser a compradors *on-line* habituals amb qui no havien tingut mai contacte en persona (en comparació amb un 8% en el cas del mercat secundari). El 35% restant van ser a compradors ja existents amb qui havien tingut contacte personal però que van triar fer la compra *on-line* a través del seu lloc web o d'una plataforma (en comparació amb tan sols un 28% en aquesta categoria en el cas del mercat secundari).

FONTS DE SUBMINISTRAMENT I INVENTARIS

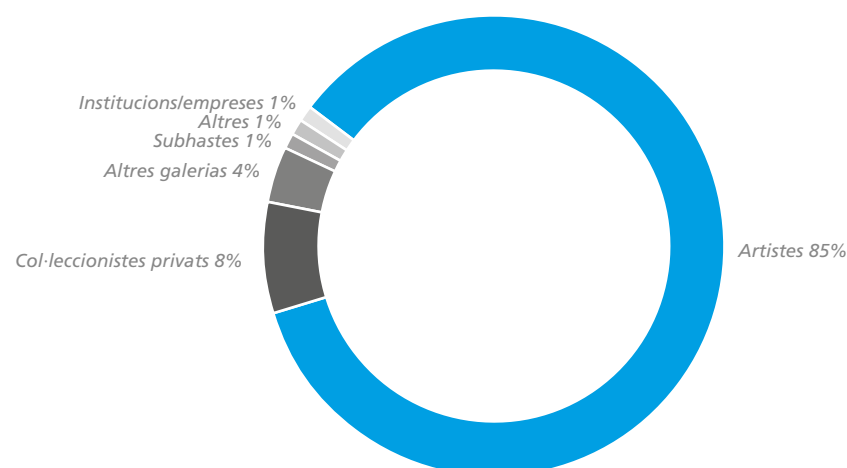
El model d'empresa més comú per a les vendes en el mercat primari va ser la venda d'obres a dipòsit. En aquest cas, un artista no ven l'obra a la galeria sinó que la consigna segons un preacord per a una exposició o un període acordat i els guanys es divideixen segons un percentatge pactat prèviament. Si l'obra no es ven, la galeria podria mantenir-la al catàleg o retornar-la a l'artista. En aquestes relacions de venda a dipòsit, els riscos de la venda són compartits entre la galeria i l'artista. És, doncs, una relació que s'assembla més a una aliança d'empreses que a una relació d'agent principal. Aquest acord és avantatjós per a la galeria perquè implica una baixa intensitat de capital, ja que no han d'adquirir obres per anticipar la compra.

Els galeristes principals del mercat primari d'Espanya van informar que el 80% de les obres (per criteri de valor) que van vendre van ser vendes a dipòsit (enfront de només el 48% dels que treballen en el mercat secundari). Just per sota del 15% de les seves vendes eren íntegrament de catàleg de propietat (davant del 24% de les galeries del mercat secundari), i el 6% eren a comissió (davant del 28%).

Les obres a la venda en el mercat primari procedeixen, principalment, de peces obtingudes directament dels mateixos artistes, amb vendes d'origen directe, i el 2016 aquestes vendes van representar el 85% de la facturació de les galeries el 2016. Només el 8% de les vendes van procedir d'obres procedents de col·leccionistes privats, mentre que en el cas dels qui també treballaven en el mercat secundari aquest origen va representar el 85% de les vendes. Per a les galeries del mercat secundari, el comerç de l'art (altres galeries i cases de subhastes) va representar el 15% restant, enfront de només el 5% en el mercat primari.

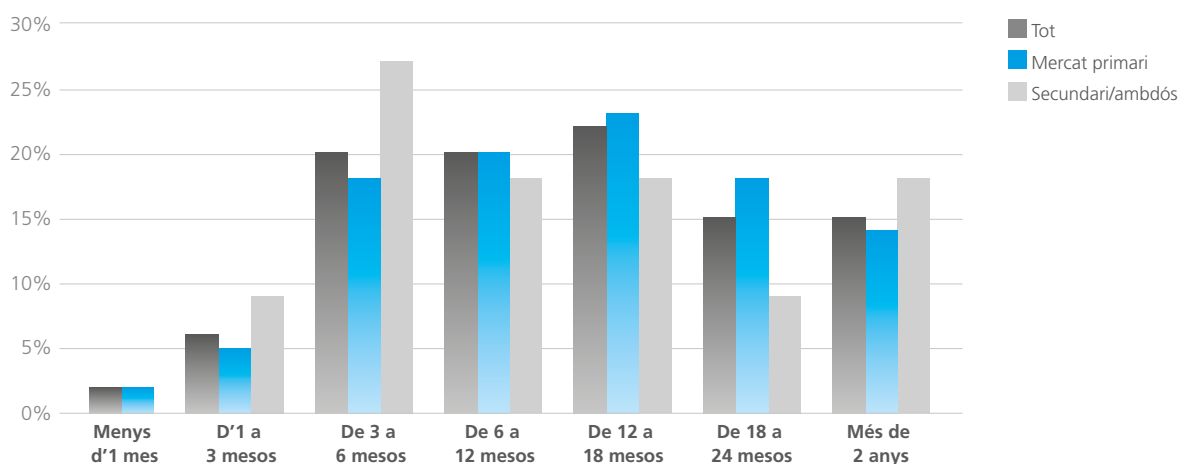
Gràfic 3.5

Fons de subministrament de les galeries del mercat primari el 2016



Font: © Arts Economics (2017)

Tal com s'ha observat al Capítol 2, el cicle d'inventari d'algunes galeries pot ser lent, i moltes tenen obres en catàleg durant períodes superiors a un any. Els galeristes del mercat primari van percebre una proporció d'informes de cicles d'existències de més d'un any superior a la mitjana (un 55%), davant de només el 45% dels qui treballaven en el mercat secundari. Les galeries del mercat secundari també tenien més probabilitats de registrar cicles de catàleg curts, de menys de sis mesos (el 36% enfront de només el 25% de les galeries del mercat primari). En el segment més alt de més de dos anys, però, les del mercat primari van registrar un percentatge més baix, del 14%, davant del 18% de les que estaven en el mercat de la revenda.

Gràfic 3.6**Temps mitjà emprat per vendre les obres del catàleg de les galeries el 2016**

Font: © Arts Economics (2017)

Com en el mercat general, per a les galeries del mercat primari el cicle de pagament també pot ser relativament llarg. A una mica més de la meitat (51%) se'ls va pagar a 60 dies de la venda, un percentatge lleugerament superior al dels qui operen en el mercat secundari (situat en el 45%). No obstant això, a l'extrem superior de pagaments que van superar els tres mesos, el percentatge de galeries del mercat primari (36%) va ser el doble que el de les seves homòlogues del mercat secundari.

Les galeries del mercat primari van tenir un palanquejament considerablement superior a les que també operen al mercat secundari. Totes les galeries del mercat secundari van informar que les seves ràtios d'endeutament eren inferiors al 25%. En el mercat primari, però, el 28% de les galeries tenien una ràtio d'endeutament superior al 25%, entre les quals el 10% presentava ràtios per sobre del 50%. En general, la majoria de galeries de tots els sectors tenien ràtios deute-venda del 10% o inferiors. Tal com s'ha assenyalat al Capítol 2, és probable que això sigui degut, en alguns casos, a la manca d'oportunitats, més que a una estratègia diferenciada o a una decisió operativa. Per als galeristes del mercat primari el finançament era el quart repte per als cinc anys següents (després dels de trobar clients nous, les fires d'art i els problemes relacionats amb l'economia i els efectes que produeix en el mercat de l'art).

Taula 3.3**Ràtios d'endeutament de les galeries espanyoles el 2016**

Taxa d'endeutament	0 - 10%	10% - 25%	25% - 50%	50% - 75%	Més del 75%
Tot	61%	17%	14%	5%	3%
Primari	59%	12%	18%	6%	4%
Secundari/ambdós	71%	29%	0%	0%	0%

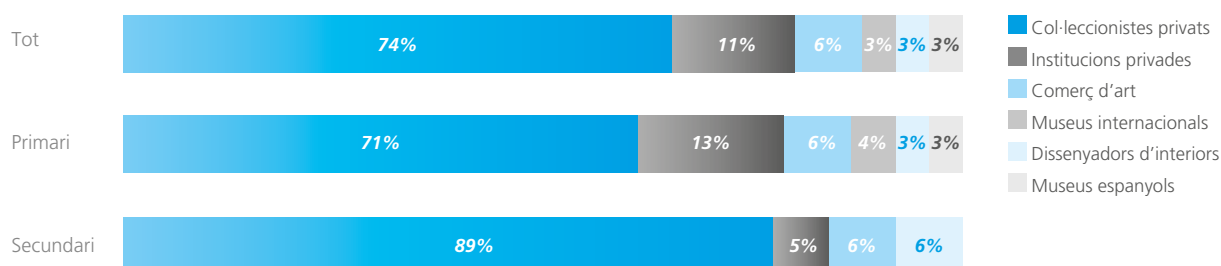
Font: © Arts Economics (2017)

COMPRADORS EN EL MERCAT PRIMARI

Les galeries del mercat primari van vendre a una mitjana de 37 compradors únics el 2016, davant dels 48 de les d'altres sectors. Les vendes del 2016 estaven repartides entre clients nous i antics, la majoria dels quals només havia tractat amb la galeria durant un període de fins a cinc anys. De mitjana, el 2016 les galeries del mercat primari van fer el 40% de les vendes a clients nous que els compraven per primera vegada; el 42% eren compradors amb els quals havien tractat durant un període d'entre un i cinc anys, i el 18% eren compradors a llarg termini que coneixien des de feia més de cinc anys. Pel que fa a les galeries del mercat secundari, les xifres eren molt semblants, si bé el 2016 van registrar un percentatge lleugerament superior de compradors nous (41%) i un percentatge superior de compradors d'una durada de més de cinc anys (22%).

Igual que al sector general, el 2016 les vendes a col·leccionistes privats individuals van dominar les vendes de les galeries del mercat primari, i van representar un percentatge mitjà del 71% (o del 74%, si s'inclouen els dissenyadors d'interiors). Els col·leccionistes privats van representar un percentatge encara més elevat (del 89%) pel que fa als qui treballaven fora del mercat primari. També és interessant observar (vegeu el gràfic 3.7) que, si bé els galeristes del mercat primari van fer el 7% de les seves vendes a museus (amb un percentatge lleugerament superior als de fora d'Espanya), les galeries del mercat secundari van informar que el 2016 no havien fet cap venda a museus. Si bé aquest grup d'enquestats és més petit que el del mercat primari i no cobreix la totalitat del sector a Espanya, això concorda amb les evidències anecdòtiques que suggerien que les vendes a museus s'havien recuperat molt lentament, especialment en els sectors més antics del mercat.

El 2016, les vendes a compradors locals també componien la major part del negoci dut a terme per les galeries del mercat primari, que va representar el 61% de les vendes, una quota lleugerament inferior a la del sector general de les galeries i significativament més baixa que la dels seus homòlegs del mercat secundari, amb un 75%. A títol anecdòtic, els galeristes del mercat primari van assenyalar que els compradors de fora d'Espanya, amb els quals contactaven en fires i altres esdeveniments internacionals, havien esdevingut cada vegada més importants per al seu negoci. Tal com s'ha assenyalat al Capítol 2, alguns galeristes van informar que a Espanya també havia augmentat la compra feta per nous residents estrangers provinents de l'Amèrica del Sud i l'Amèrica Central. No obstant això, les opinions diferien pel que fa a si es tractava, simplement, d'un efecte de substitució o bé d'una millora general. Molts enquestats van assenyalar que els seus col·leccionistes espanyols habituals encara «[...] no havien tornat del tot al mercat o no eren prou entusiastes i continuaven comprant de manera molt conservadora en comparació del 2006 o el 2007 [...]».

Gràfic 3.7**Quota de vendes de les galeries per grup de compradors el 2016**

Font: © Arts Economics (2017)

ARTISTES REPRESENTATS PER GALERIES DEL MERCAT PRIMARI

Les galeries del mercat primari sovint tenen un paper fonamental en l'establiment i la gestió de la carrera professional d'un artista i, per tant, tendeixen a representar un nombre limitat d'artistes en un moment determinat. Sovint es pot donar el cas que només un nombre relativament reduït d'artistes representats per una galeria tinguin èxit comercial, i el guany derivat de les vendes de la seva obra s'inverteixi en les carreres professionals d'altres, en una forma de subvenció creuada.² Per tant, el nombre d'artistes representats no és necessàriament proporcional de manera directa a les vendes o a la rendibilitat.

El 2016, el nombre mitjà d'artistes representats per galeries que treballaven exclusivament en el mercat primari de l'art espanyol va ser de 18, una xifra lleugerament inferior a la mitjana global de les galeries del mercat primari, que va ser de 21. No obstant això, hi havia una gamma significativa entre galeries que anava des de només dos artistes fins a un màxim de 80. Els artistes espanyols constituïen el 61% del total dels artistes representats (11 artistes de mitjana), mentre que el nombre mitjà d'artistes internacionals va ser de set per galeria (el 39% del total d'artistes representats). Aquests percentatges coincideixen amb els que el 2016 va registrar el mercat primari global general.

Els artistes espanyols també van generar la majoria de les vendes en el mercat primari, i el 2016 van representar el 67% del total de vendes de les galeries (una quota una mica superior a la mitjana global dels artistes locals o nacionals, del 60%), mentre que els artistes internacionals van representar només un terç del total anual.

Pel que fa a les galeries que treballaven tant en el mercat primari com en el secundari, el 2016 el nombre mitjà d'artistes del mercat primari representats va ser de 20, la major part dels quals (85%) eren espanyols, mentre que el nombre mitjà d'artistes internacionals va ser de tres per galeria. Tot i el nombre escàs d'artistes internacionals, les vendes van ser equilibrades entre artistes espanyols i internacionals, encara que les d'aquests últims van ser lleugerament superiors, del 52%. Això implica que els preus i els valors de les obres dels artistes internacionals van ser significativament més alts.

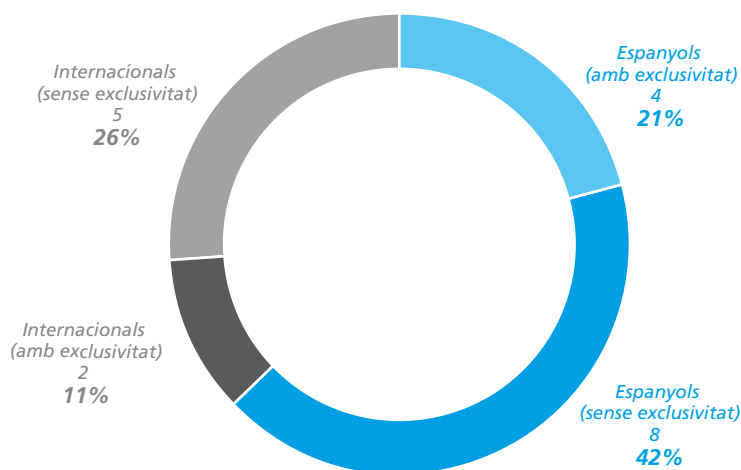
2. Vegeu una anàlisi sobre aquesta qüestió a Towse, R. dir. (2013) *A Handbook of Cultural Economics. (Manual d'economia de la cultura)* Edward Elgar: Londres.

Si aquestes galeries s'afegeixen a les que només operaven al mercat primari, el nombre mitjà d'artistes representats va ser de 19 (tal com es mostra al gràfic 3.8). Els artistes espanyols van continuar dominant en general, amb un percentatge del 63% enfront del 37% d'artistes internacionals. També són els que van generar més vendes (amb un 65% enfront del 35% de les vendes d'artistes internacionals) i, altra vegada, el segment que va generar més guanys va ser el dels artistes espanyols no representats en exclusiva (33% de les vendes), mentre que el més reduït va ser el dels artistes internacionals representats en exclusiva (12%).

Per contra, les que treballen en el mercat secundari (ja sigui en exclusiva o en combinació amb el mercat primari) representen un nombre mitjà molt més elevat, de 37 artistes. Per aquestes galeries, els artistes espanyols eren el segment més dominant al mercat secundari (amb un percentatge del 70% del total representat), mentre que els artistes internacionals van representar només el 30% de les vendes. En aquest segment, els artistes internacionals van generar una quota lleugerament superior de vendes (54%) que la dels artistes locals (46%), la qual cosa, de nou, ressalta el valor molt més alt de les obres dels artistes internacionals, atès el seu baix nombre. El segment que en va generar més va ser el dels artistes internacionals representats en exclusiva (33%).

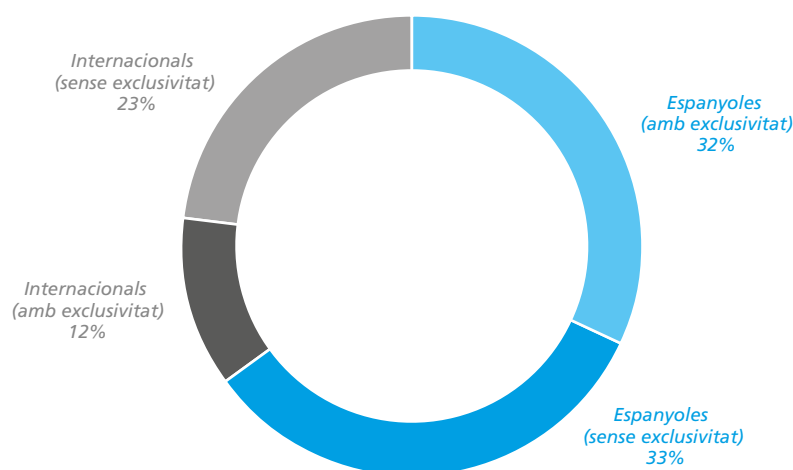
Gràfic 3.8

Artistes representats per galeries del mercat primari espanyol el 2016



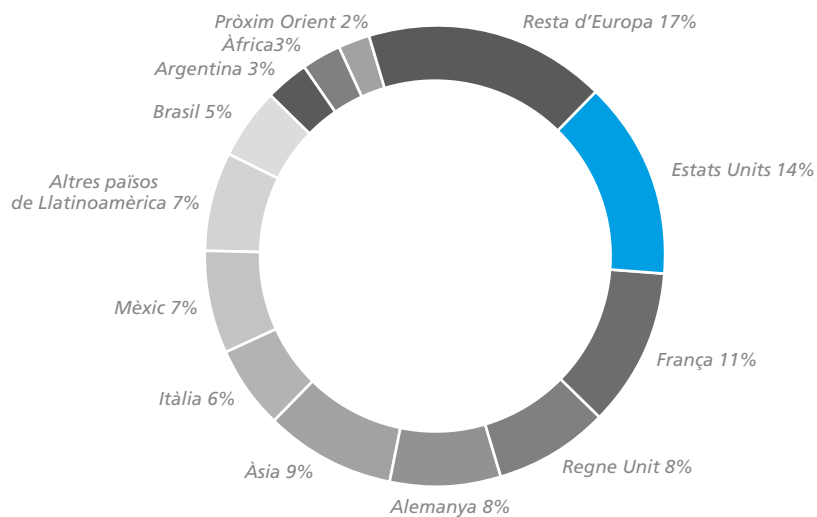
Font: © Arts Economics (2017)

Al gràfic 3.9 s'agrupen totes les galeries que treballaven en el mercat primari a Espanya (ja sigui només en aquest mercat o en combinació amb el de revenda), i demostra que, altra vegada, els artistes espanyols dominen les vendes amb un percentatge del 65% enfront dels artistes internacionals, situat en el 35%. El 2016, el segment que va generar la quota més alta de vendes per a les galeries que operaven en el mercat primari va ser, per tant, el dels artistes espanyols no representats amb exclusivitat. La quota més baixa va correspondre als artistes internacionals representats amb exclusivitat (12%).

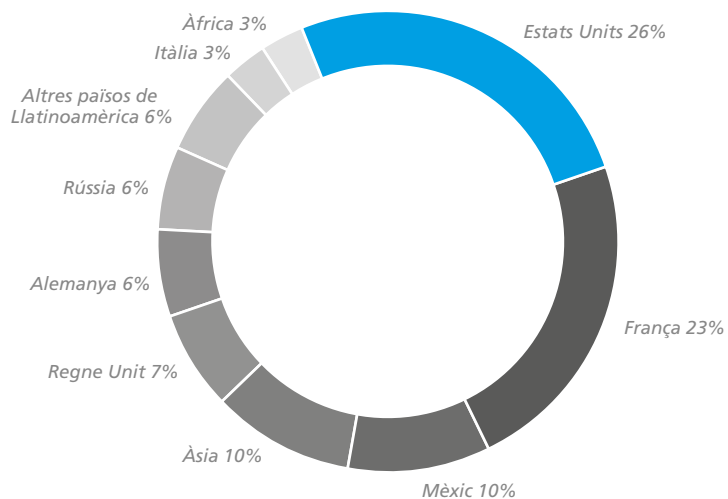
Gràfic 3.9**Vendes generades pels artistes representats per galeries del mercat primari espanyol el 2016**

Font: © Arts Economics (2017)

Si bé els artistes espanyols continuen dominant el mercat primari, tant en termes de vendes com en nombre d'artistes, l'anàlisi anterior indica que la representació d'artistes internacionals és una característica significativa de la majoria de programes de les galeries a Espanya, en què el 2016 un terç de les vendes, de mitjana, provenien d'artistes estrangers. Espanya té lligams històrics i culturals amb regions com ara Llatinoamèrica; tanmateix, els lligams més forts pel que fa a les relacions entre artistes i galeries es produeixen a Europa, fet reflectit en la procedència europea de la meitat dels artistes internacionals representats per galeries espanyoles. El 2016, els països d'origen més importants dels artistes d'Europa van ser França, el Regne Unit, Itàlia i Alemanya, que van registrar un percentatge combinat del 33%. Els artistes de l'Amèrica del Sud i l'Amèrica Central van constituir el 22% del nombre d'artistes internacionals representats per galeries del mercat primari espanyol, entre els quals els procedents del Brasil i l'Argentina van representar el percentatge més elevat. D'altra banda, el percentatge d'artistes asiàtics era del 9% (predominantment, artistes del Japó i la Xina), mentre que el d'artistes nord-americans va representar el 14%. Així mateix, els Estats Units van ser una font molt més important d'artistes en el mercat secundari (amb una quota del 26%), mentre que els artistes europeus van representar el 39%, els artistes de l'Amèrica del Sud i de l'Amèrica Central, el 16%, i els artistes asiàtics, el 10% del total.

Gràfic 3.10**Quota de nacionalitats dels artistes internacionals representats per galeries a Espanya****a. Mercat primari**

Font: © Arts Economics (2017)

b. Mercat secundari/ambdós

Font: © Arts Economics (2017)

En els darrers anys, un problema primordial plantejat per alguns galeristes era el d'accedir als artistes i establir-hi relacions. Alguns d'ells consideraven que, si bé Internet i la comunicació digital havien obert l'accés a molta més informació sobre artistes nous, aquesta informació estava a lliure disposició de tothom, cosa que intensificava la competència i feia que moltes galeries se centressin en un grup relativament reduït d'artistes.

El caràcter altament competitiu del mercat global contemporani en els darrers anys ha actuat en contra dels models anteriors de competència monopolista, segons els quals era habitual que les galeries representessin els artistes en exclusiva, almenys dins d'una àrea geogràfica. Això és cert en el mercat primari espanyol, en què l'any 2016 les galeries que només treballaven en aquest mercat representaven en exclusiva, de mitjana, només un terç del total dels seus artistes, nacionals i internacionals, (enfront d'una mitjana del 40% a nivell global). Aquest percentatge va ser lleugerament superior en el cas dels artistes espanyols (el 36% dels representats per galeries del mercat primari tenien un acord en exclusiva) enfront dels artistes internacionals (tan sols el 29%).

Pel que fa a les galeries que treballen en tots dos mercats, només el 20% dels artistes que van representar en el mercat primari tenien un acord en exclusiva amb la galeria, el 18% dels seus artistes espanyols i un percentatge lleugerament superior, del 33%, dels artistes internacionals. Aquests artistes representats en exclusiva van suposar poc més de la meitat de les vendes generades en el mercat primari l'any 2016.

Per tant, sumant totes les galeries del mercat primari, els representats en exclusiva són una minoria (32%), entre els quals els artistes internacionals registren una exclusivitat lleugerament més baixa (29%) que als espanyols (33%).

Per contra, pel que fa als qui treballaven en el mercat secundari, l'exclusivitat era, en general, lleugerament més habitual, amb el 32% o 12 dels seus 37 artistes, però això era principalment per als artistes locals (42%) i no ho era tant per als internacionals (amb només un 9%). Els artistes representats en exclusiva van ser els que van generar la majoria de les vendes (el 55%), però la quota més alta la van generar artistes internacionals (una quota del 33% enfront de només el 22% de les vendes dels artistes espanyols representats en exclusiva). Pel que fa a aquestes galeries, el grup que va generar una quota més baixa de vendes va ser el dels artistes internacionals que no havien establert una relació en exclusiva.

Si bé les galeries continuen treballant estretament amb els seus artistes, l'exclusivitat no és tan comuna en els darrers anys. Ara, moltes galeries promocionen activament els seus artistes, que també treballen amb altres galeries a fi d'estimular i promocionar les seves carreres professionals. Moltes galeries van considerar que era essencial treballar amb altres galeries i institucions per promocionar amb èxit un artista, exposant-ne l'obra i establint-ne la presència pública. No obstant això, moltes van reconèixer que aquesta col·laboració sovint pot funcionar millor quan hi ha una galeria principal que dirigeix la carrera professional d'un artista, mentre que altres se centren en diferents nivells secundaris, en exposicions i vendes concretes.

Si bé alguns galeristes opinaven que aquest enfocament de col·laboració funcionava molt bé, altres consideraven que la manca d'exclusivitat era problemàtica, sobretot pel que feia a l'alt cost de la inversió associada a la promoció d'alguns artistes. Si un artista està representat per més d'una galeria, es pot produir un problema de parasitisme, en què una o més galeries poden abstenir-se d'invertir en activitats promocionals costoses, o reduir aquesta inversió i, alhora, beneficiar-se de les activitats fetes per altres. Les activitats promocionals, a més, són específiques d'un artista en particular, i majoritàriament no transferibles. Un cop es rescindeix la relació entre un artista i una galeria, aquests costos s'han de considerar perduts i irrecuperables. Això és particularment perjudicial per a les galeries més petites, que poden haver assumit alts costos en concepte de promoció dels artistes al començament de les seves carreres professionals, però, en canvi, no beneficiar-se del seu èxit si es traslladen a galeries més grans a mesura que la seva obra comença a tenir projecció. Ambdós problemes (el parasitisme i els costos irrecuperables de promoció) poden provocar que es facin menys activitats promocionals que les que serien òptimes per a l'artista. Algunes galeries també tenien la sensació que, malgrat que col·laboraven amb museus i altres institucions, i amb l'artista, en la promoció i les exposicions, sovint la galeria finançava la major part dels costos.

Molts dels galeristes entrevistats van expressar les seves preocupacions perquè l'interès de compra se centrava en les galeries de gamma alta, amb artistes consagrats, tant a Espanya com en general. Mentre que les galeries més petites i més joves tenen sovint un paper essencial a l'hora de descobrir un artista i actuar com a incubadora en les primeres fases de la seva carrera professional, quan els artistes comencen a tenir èxit, són seleccionats per galeries més grans. Per tant, aquestes galeries petites i joves sovint no creixen amb els artistes amb què treballen ni comparteixen el seu èxit quan les seves carreres despunten. Això ha provocat que es trobin sotmeses a una pressió financera creixent, a causa del temps i els costos associats al llançament d'un artista al mercat (juntament amb les despeses generals a l'alça, l'assistència a fires i altres costos del negoci), i no comparteixin els aspectes financers positius de l'èxit de l'artista. Aquest problema no és exclusiu d'Espanya, i tant els galeristes nacionals com els internacionals, fins i tot els del segment de nivell superior, van reconèixer que això podia convertir-se en un problema important per a la infraestructura del mercat del futur, en què aquestes galeries més petites tenen un paper crucial.

EXPOSICIONS

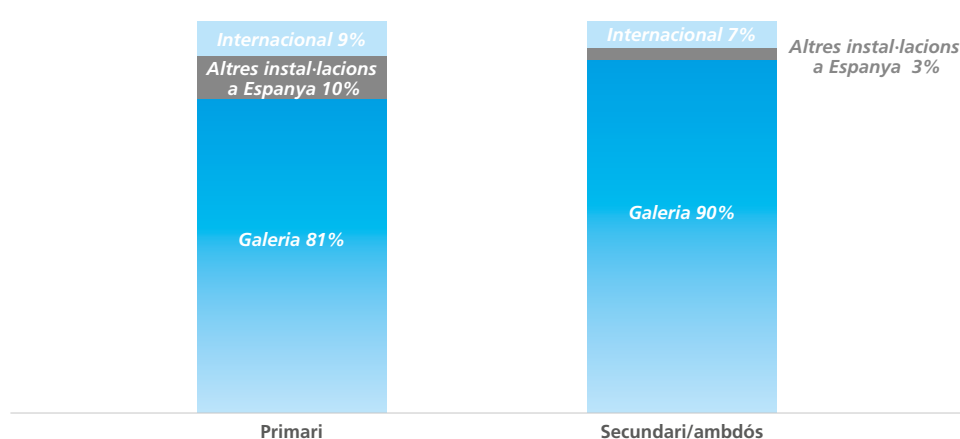
Les exposicions són una part essencial del model d'una galeria, ja que proporcionen la interfície fonamental entre l'art i les idees, d'una banda, i el públic, de l'altra. Ofereixen un mitjà per contextualitzar i exhibir l'art, fent-lo rellevant i accessible al públic i als compradors potencials, i continuen sent l'instrument principal mitjançant el qual es dona a conèixer la major part de l'art.

L'enquesta va indicar que, de mitjana, les galeries que operen en el mercat primari a Espanya feien vuit exposicions l'any: sis als seus locals, una en un altre local del país principal en què fan negocis, i una a l'estranger. Aquesta mitjana concordava amb les mitjanes globals del 2016 i amb la mitjana de totes les galeries d'Espanya. Tot i que el nombre d'exposicions a l'estranger per a aquests galeristes era relativament baix, aquestes mitjanes inclouen tots els enquestats, també els que no van fer exposicions a l'estranger. Si s'hi compten només els que van fer, com a mínim, una exposició a l'estranger, la mitjana era de tres.

El nombre d'exposicions de les galeries que operen en mercats secundaris va ser lleugerament més alt, en general, de nou exposicions de mitjana, i tendien a celebrar-ne la majoria (vuit) als seus locals.

Gràfic 3.11

Quota d'exposicions celebrades per galeries a Espanya el 2016

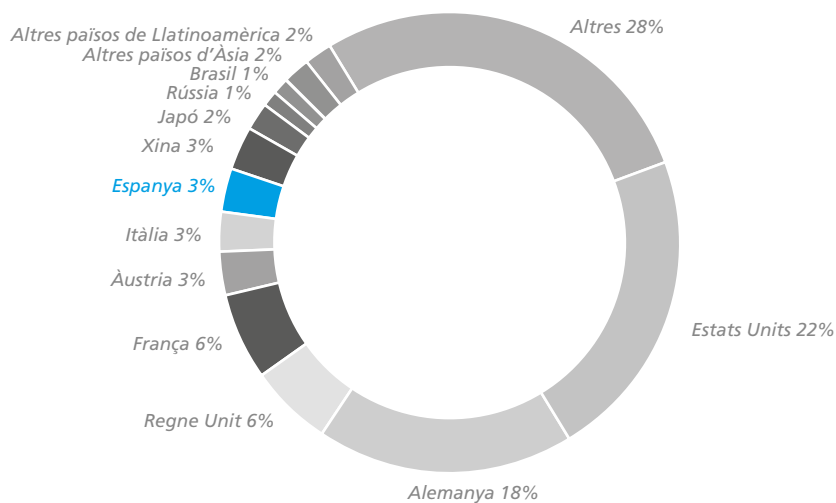


Font: © Arts Economics (2017)

Tot i que la popularitat dels artistes representats per galeries s'acostuma a avaluar pel total de les vendes que generen en un any determinat, el nombre d'exposicions en què participen també és un indicador significatiu de la seva importància i popularitat. Per tant, les dades sobre exposicions en galeries d'art i altres institucions ofereixen una visió interessant de l'estructura del mercat d'art principal i més ampli d'Espanya.

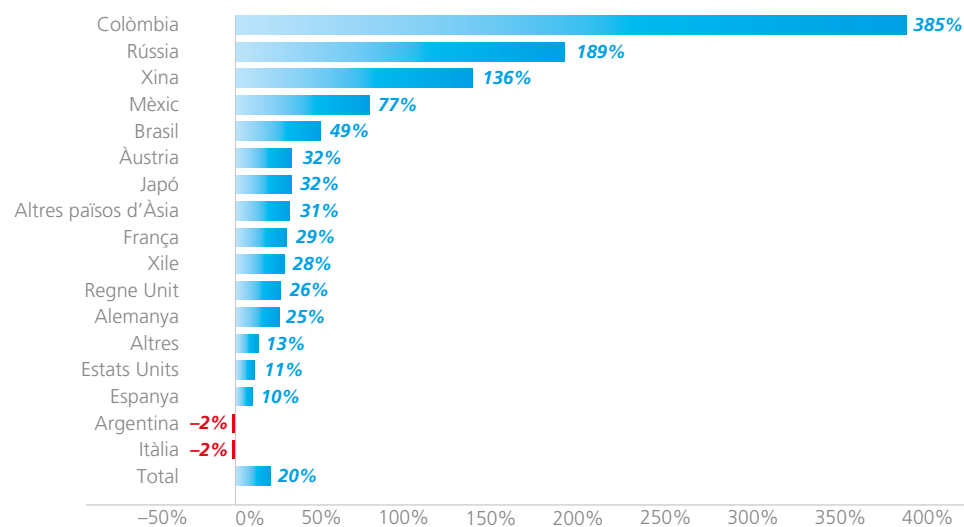
Artfacts és la base de dades global més gran sobre exposicions, i inclou informació sobre prop de 600.000 artistes, recopilada durant més de 15 anys. Una anàlisi de les dades d'Artfacts suggereix, de manera conservadora, que el 2016 es van fer al voltant de 3.640 exposicions a Espanya a les institucions actives principals (en gran part, galeries, museus i institucions d'art sense ànim de lucre, i excloent-ne les col·leccions permanents).

Espanya representa el 3% de les grans exposicions celebrades arreu del món, una xifra que, encara que s'ha reduït lleugerament amb els anys (des del 4% de 2006), és considerablement superior a la quota de vendes del país al mercat global de l'art. Aquesta davallada va ser inferior a la que van registrar països com els Estats Units, que van perdre el 10% de quota durant aquest període, o la d'alguns dels mercats europeus més grans, com ara Alemanya i França. Els mercats globals i emergents més petits van guanyar quota.

Gràfic 3.12**Percentatge de grans exposicions per país el 2016**

Font: © Arts Economics (2017) amb dades d'Artfacts.net

Si s'examinen exclusivament les grans exposicions (que inclouen només les galeries que exposen en les principals fires d'art mundials i que exclouen, altra vegada, les exposicions permanents), el nombre de grans exposicions a nivell mundial s'ha incrementat un 20% en els deu darrers anys. El nombre d'exposicions importants a Espanya va augmentar només un 10% (d'una xifra aproximada de 1.262 el 2006 a una de 1.383 el 2016).

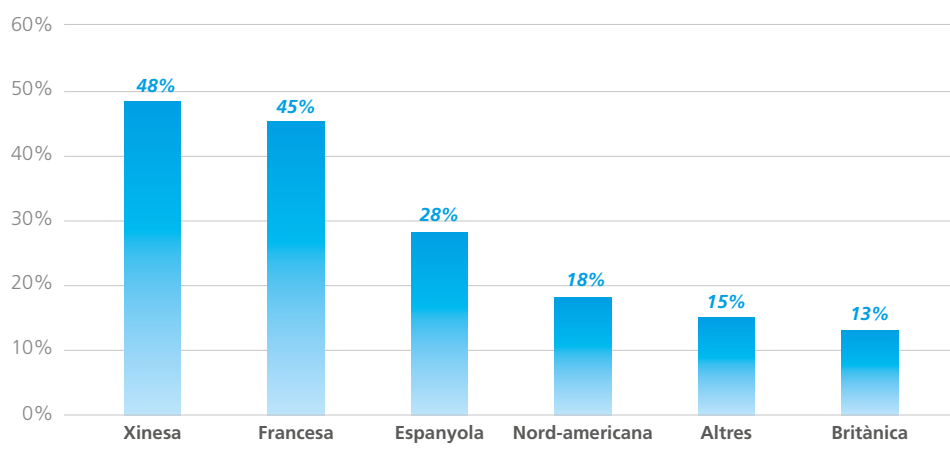
Gràfic 3.13**Diferències en el nombre d'exposicions per país entre 2006 i 2016**

Font: © Arts Economics (2017) amb dades d'Artfacts.net

És interessant observar que si bé el nombre d'exposicions celebrades a Espanya ha crescut a un ritme més lent que el total mundial i el de molts altres països, el nombre d'exposicions que presenten artistes espanyols ha augmentat més ràpidament, un 28% en un període de deu anys. El 2006, hi havia una xifra estimada de 3.275 grans exposicions arreu del món amb presència d'artistes espanyols, mentre que el 2016 aquesta xifra havia augmentat a 4.190. Això continuava representant al voltant de la meitat del nombre d'exposicions que incloïen artistes francesos o britànics (8.485 i 7.315, respectivament), i només el 18% del total que incloïen artistes nord-americans (23.090). Tanmateix, la taxa de creixement ha estat considerablement més ràpida que la d'exposicions d'artistes britànics, nord-americans i molts d'altres nacionalitats, llevat dels artistes xinesos, que suposen una excepció notòria (el 2016 van augmentar dràsticament de 2.230 a 3.295).

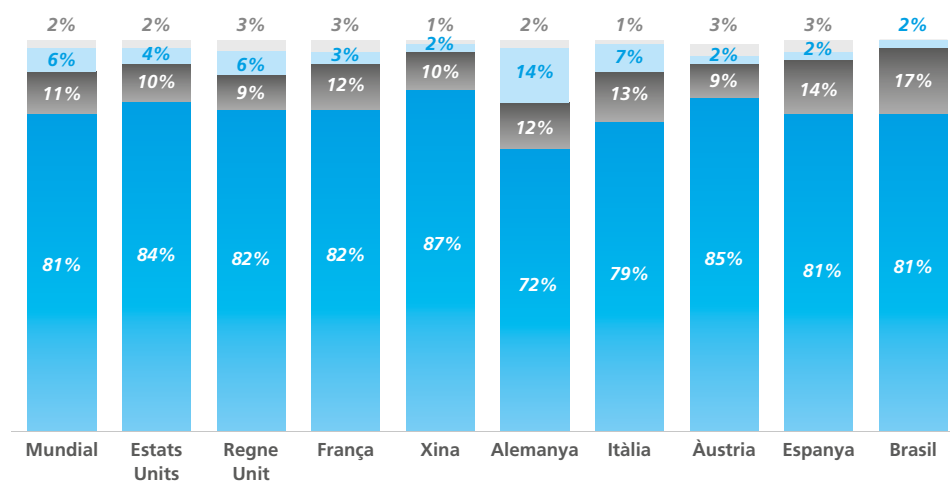
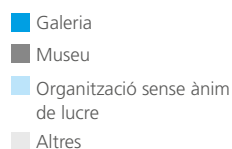
Gràfic 3.14

Diferència en el nombre d'exposicions per nacionalitat de l'artista entre 2006 i 2016



Font: © Arts Economics (2017) amb dades d'Artfacts.net

Les galeries del mercat primari representen la major part de les exposicions fetes a Espanya. Entre totes les galeries van acumular un percentatge del 81% de totes les grans exposicions (una quota equivalent a les mitjanes globals); a Espanya el 2016, però, la majoria d'aquestes exposicions es troben en el mercat primari. D'acord amb les dades d'Artfacts, el 91% de totes les exposicions fetes a Espanya són, per sector, d'art de postguerra i d'art contemporani, i gairebé el 70% del total són d'artistes nascuts després del 1945.

Gràfic 3.15**Quota d'exposicions per institució en països seleccionats el 2016**

Font: © Arts Economics (2017) amb dades d'Artfacts.net

L'anàlisi del creixement de les exposicions per tipus d'institució indica que el nombre d'exposicions en galeries només ha augmentat un 1% en deu anys, mentre que el nombre d'exposicions en museus ha avançat un 8%. Això contrasta amb les exposicions fetes a través d'entitats sense ànim de lucre i festivals, que s'han multiplicat per més de dos (encara que a partir d'una base molt més petita), mentre que el nombre de fires s'ha incrementat en un 40%.

Pel que fa a la relació entre exposicions individuals o col·lectives, a Espanya dominen les individuals, que el 2016 representaven el 74% de les mostres principals, mentre que les col·lectives representaven el 26%. No obstant això, les exposicions col·lectives són les que han crescut més: han augmentat un 30% en nombre enfront del 4% d'exposicions individuals. La Taula 3.4 mostra el creixement de les exposicions individuals enfront de les col·lectives en una selecció de diferents països (per ordre de taxa de creixement de les exposicions individuals). La taula indica que en els deu darrers anys, els països difereixen considerablement en la trajectòria dels tipus d'exposició; no obstant això, a escala mundial el creixement de les exposicions col·lectives ha superat el de les individuals.

Taula 3.4

Creixement de les exposicions entre 2006 i 2016: individuals davant de col·lectives (totes les institucions)

<i>País</i>	<i>Individuals</i>	<i>Col·lectives</i>	<i>País</i>	<i>Individuals</i>	<i>Col·lectives</i>
Mundial	18%	25%	França	23%	45%
Singapur	345%	95%	Regne Unit	22%	35%
Colòmbia	277%	900%	Corea del Sud	19%	39%
Rússia	170%	246%	Estats Units	17%	-2%
Xina	156%	96%	Alemanya	14%	48%
Mèxic	79%	66%	Altres	11%	17%
Xile	64%	-19%	Espanya	4%	30%
Brasil	42%	68%	Argentina	-3%	0%
Àustria	40%	12%	Itàlia	-9%	16%
Japó	24%	68%	Índia	-23%	20%

Font: © Arts Economics (2017) amb dades d'Artfacts.net

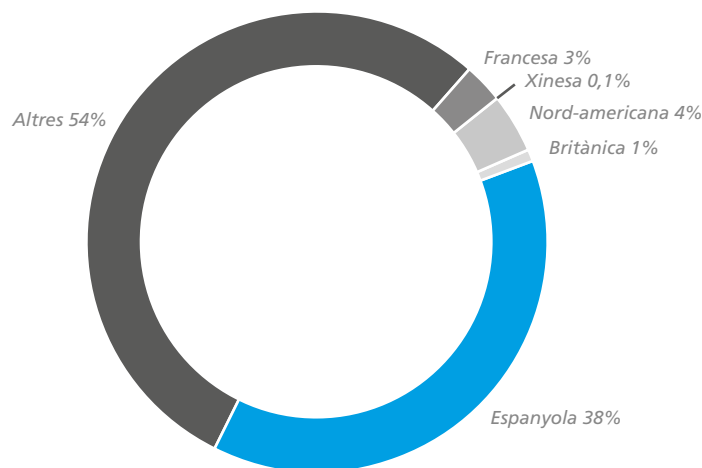
La nacionalitat dels artistes de les exposicions és molt diversa arreu del món. El 2016, les exposicions d'artistes espanyols constituïen aproximadament el 2% de totes les exposicions fetes arreu del món i la nacionalitat més representada va ser la nord-americana (l'11%). A Espanya, però, els artistes espanyols van representar el percentatge d'artistes per nacionalitat més elevat, situat en el 38%. Les preferències pels artistes nacionals són comunes en els mercats de tots els països, fins i tot als grans centres de comerç internacional com el Regne Unit i els Estats Units. Però és interessant observar la proporció relativament alta quant a aquest fenomen a Espanya i el creixement significatiu d'aquesta tendència en els deu darrers anys.

Taula 3.5

Quota d'exposicions d'artistes nacionals

<i>País</i>	<i>2016</i>	<i>2006</i>	<i>Variació percentual</i>
França	29%	24%	5%
Xina	43%	28%	14%
Estats Units	37%	26%	11%
Regne Unit	21%	21%	0%
Espanya	38%	23%	15%

Font: © Arts Economics (2017) amb dades d'Artfacts.net

Gràfic 3.16**Exposicions fetes a Espanya per nacionalitat de l'artista el 2016**

Font: © Arts Economics (2017) amb dades d'Artfacts.net

ALTRES FUNCIONS DE LES GALERIES EN EL MERCAT PRIMARI

Les galeries del mercat primari exerceixen un gran nombre de papers diferents, a més de vincular l'oferta i la demanda i d'aconseguir vendes. Una funció essencial d'aquestes galeries és establir i desenvolupar la presència d'un artista al mercat. Les galeries serveixen de guardians essencials del mercat de l'art, a través de la selecció dels artistes que representen i altres activitats promocionals per augmentar-ne el valor econòmic, entre d'altres: celebrar exposicions, mostrar l'obra d'un artista directament als col·leccionistes privats, conservadors, crítics i altres experts, privats i institucionals, i estimular l'interès d'altres museus i galeries en l'artista.

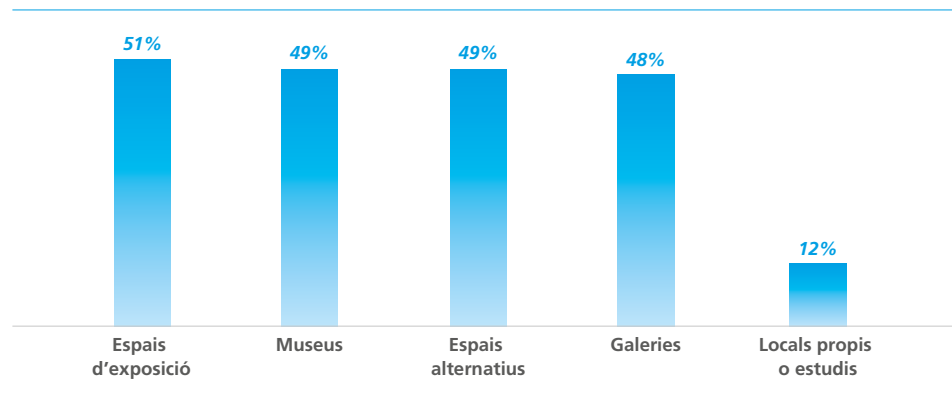
L'estudi en profunditat sobre els artistes espanyols i les seves condicions de treball titulat *La actividad económica de los/las artistas en España (2016)*, de Marta Pérez Ibáñez i Isidro López-Aparicio, analitza amb detall la precària situació econòmica de la majoria dels artistes a Espanya.³ En aquest estudi es va dur a terme una enquesta molt detallada a 1.100 artistes espanyols, que va revelar dades crucials sobre la seva situació econòmica, com també sobre les seves relacions amb les galeries i el mercat. Malgrat el fet que el 61% de la mostra tenia la carrera universitària de Belles Arts, gairebé la meitat (el 47%) percebia un salari anual (de totes les activitats professionals, artístiques o d'una altra mena) de menys de 8.000 €, i la majoria (el 78%) tenien ingressos inferiors als 20.000 €. Per contra, una mica menys de l'1% guanyava més de 60.000 €. Una minoria d'artistes professionals obtenien la major part dels ingressos anuals de la seva pràctica artística: només el 15% indicava que del 80% al 100% dels seus ingressos provenia de treballs relacionats amb l'art, mentre que el 64% afirmava que la proporció només era de fins al 20% dels seus ingressos. Un percentatge total del 74% va indicar que només el 40% dels seus ingressos o menys provenien de l'art, cosa que implica que la majoria dels artistes no podien sobreviure econòmicament de l'art com a professió principal.

3. Per obtenir més informació dels autors i les seves recerques sobre els artistes i la seva situació econòmica, vegeu *Ecosistema del Arte*, <https://www.ecosistemadelarte.com>.

Aquest estudi també va revelar que mentre que el 84% dels artistes espanyols va exposar activament en els dos darrers anys, només el 32% dels qui treballaven a Espanya afirmava que havien tingut una relació estable amb una galeria en el període de 2008 a 2016, mentre que el 68% restant en mantenia una de més esporàdica, *ad hoc* i flexible al voltant d'esdeveniments i exposicions. Els artistes van utilitzar diversos espais per exhibir el seu art a més de les galeries; entre d'altres, espais d'exposició com bancs i ajuntaments, museus i altres institucions, mentre que poc menys de la meitat havia exposat en galeries.

Gràfic 3.17

Ubicación de las exposiciones de los artistas españoles 2015-2016



Font: © Arts Economics (2017) amb dades de Marta Pérez Ibáñez i Isidro López-Aparicio (2016)

El 59% dels artistes havien efectuat vendes directament des de les exposicions en els dos darrers anys, mentre que el 41% no n'havia efectuat, no necessàriament a causa de la manca d'interès en la seva obra, sinó de la naturalesa no comercial de l'exposició. Per tant, la importància econòmica de l'exposició en galeria, per a l'artista, és molt més gran que la d'altres espais públics que no es presten a les vendes.

La gran majoria d'artistes que van tenir vendes van posar preus relativament baixos: el 59% tenia un preu mitjà de menys de 500 € i només l'1% va informar d'una mitjana de més de 5.000 €. Fins i tot en el segment d'artistes amb ingressos més alts,⁴ només el 6% va afirmar que el seu preu mitjà era de més de 5.000 €, mentre que el 44% en tenia un de, com a màxim, 500 €.

Una conclusió important de la recerca va ser que, dels qui tenien preus mitjans superiors a 1.000 €, la majoria (el 64%) mantenia d'una relació estable amb una galeria. En altres paraules, els que fixaven preus mitjans més elevats tenien el doble de probabilitats de treballar regularment amb una galeria que la totalitat de la mostra. D'això es desprèn que treballar amb una galeria augmenta significativament la probabilitat d'un artista d'aconseguir una presència més gran al

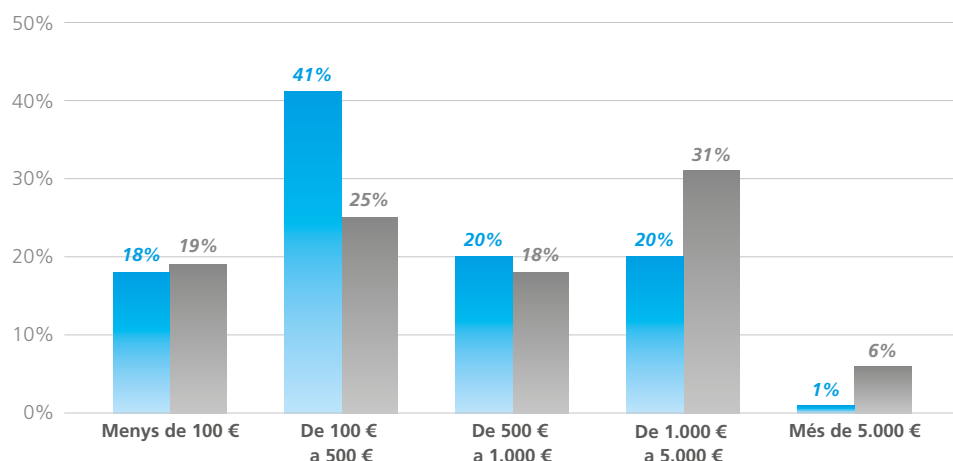
4. Aquest segment representava el 9% dels artistes, i tots ells obtenien el 75% dels seus ingressos de les seves activitats artístiques.

mercat i preus de mercat més alts i, en la mesura que obtinguin rendibilitats més elevades d'aquests preus, la seva situació econòmica millorarà.

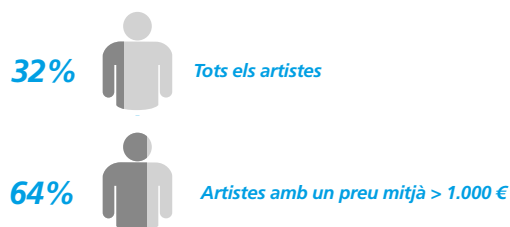
Gràfic 3.18

Preus mitjans de les obres venudes en exposicions d'artistes espanyols

■ Tots els artistes
■ Artistes amb ingressos alts



Relació estable amb la galeria



Font: © Arts Economics (2017) amb dades de Marta Pérez Ibáñez i Isidro López-Aparicio (2016)

Quan un artista accepta ser representat per una galeria o hi és admès, sol acordar les condicions que inclouen la comissió de la galeria, el nombre d'exposicions, els preus de les obres, el màrqueting i la publicitat i qui n'assumeix el cost, i si la relació entre l'artista i galeria és d'exclusivitat o no (cosa que, com s'ha assenyalat, és menys comuna a Espanya i sobretot en els darrers anys). És interessant observar que, segons un estudi, dels artistes que tenien una relació estable amb una galeria, només una minoria (16%) hi havien subscrit un contracte formal per escrit. Només el 6% havia subscrit un contracte d'exclusivitat amb una galeria, mentre que la relació contractual més comuna (cas del 69% dels artistes) cobria simplement la recepció o el dipòsit de les obres. Amb diferència, la forma més normal en què les galeries remuneraven els artistes era per obra venuda i només l'1% percebia una quota mensual o algun tipus de remuneració prèvia a la venda.

Una part essencial del paper de les galeries del mercat primari és la promoció i la comunicació amb els crítics, els museus, els col·leccionistes i el públic en general. Atès que la galeria i l'artista tenen objectius comuns d'establir el mercat dels artistes i donar projecció a les seves carreres

professionals, una de les relacions més reeixides és la que es construeix compartint aquestes i altres tasques importants. De l'estudi es desprèn que la col·laboració entre l'artista i la galeria en l'acompliment d'aquestes funcions s'ha incrementat en els darrers anys, en particular amb l'avenç de la comunicació *on-line* i les xarxes socials.

La col·laboració en la comunicació sobre l'artista i la seva obra va augmentar del 26% el 2008 al 45% el 2016, mentre que la incidència que la galeria acomplís sola aquesta funció va caure vuit punts percentuals (fins al 8%). La producció molt més barata i senzilla dels catàlegs digitals i altres materials de premsa *on-line* ha incrementat la col·laboració en matèria de documentació i el paper de l'artista en la producció d'aquests materials, sense el cost elevat de les còpies impreses en paper.

Els costos de producció de les obres els assumeixen principalment els artistes, i això ha augmentat substancialment des del 2008, amb una quota menor de la galeria, que comparteix menys els costos, fet que comporta més risc per als artistes que produeixen obres especulatives que esperen vendre que sovint comporten costos irrecuperables (en particular en relació amb els seus baixos ingressos).

Segons l'estudi, la galeria és la principal responsable de la facturació (per al 53% dels enquestats), mentre que el percentatge d'artistes que facturava les seves obres continuava sent relativament alt i se situava en el 25%. En particular, des del 2014, quan l'IVA sobre les vendes directes d'obres dels artistes va baixar d'un tipus estàndard (21%) a una taxa reduïda del 10%, era força habitual, segons van declarar les galeries, que els artistes facturessin directament als compradors i que la galeria carregui l'IVA sobre el marge. Això pot reduir efectivament l'IVA total carregat des del 21% del preu final fins al voltant del 15% (un 10% sobre la venda feta per l'artista i un 21% sobre la comissió de les galeries). Tanmateix, aquest mecanisme no es pot utilitzar en totes les transaccions, i molts galeristes entrevistats es queixaven de la situació de l'IVA —en particular, en relació amb altres taxes més baixes o més flexibles aplicades en altres mercats de la UE— i de la posició poc competitiva en què aquesta situació els col·locava respecte a alguns mercats de fora de la UE. Molts van argumentar que, atès que les galeries donen un suport substancial a la producció i promoció artístiques, i sovint venen essencialment un producte idèntic, sovint a institucions públiques d'art com els museus, també haurien de poder beneficiar-se de la taxa reduïda del 10% que s'aplica als artistes.

Els galeristes van declarar que, especialment a les fires internacionals, l'elevat IVA d'Espanya els feia poc competitius, i alguns, fins i tot, van crear estructures des de les quals facturar les vendes des d'un país diferent, com ara França, per accedir a taxes impositives més baixes. El resultat va ser una pèrdua neta dels ingressos fiscals a Espanya tot i les quotes d'IVA relativament més altes, ja que les galeries i els compradors cerquen mètodes per esquivar la regulació. Altres duen a terme les transaccions fora de la UE (per exemple, als Estats Units) i després importen les obres a Espanya; així, només paguen l'IVA a la importació, que és del 10% en lloc de la taxa completa del 21%, i creen una realitat en què és més barat comprar art espanyol fora d'Espanya que dins del país.⁵ Tot i que per a nombroses galeries petites no és possible fer transaccions des d'un gran nombre de regions internacionals diferents, aquests

5. El director de la galeria Thaddaeus Ropac posa en dubte aquestes pràctiques en l'article següent: http://www.swissinfo.ch/page/spa/economia/art-basel-47_-el-arte-contemporáneo-español-no-interesa-al-mercado-/42234918

exemples il·lustren els problemes considerables que hi ha en el mercat de l'art si es mantenen uns impostos sobre les vendes d'art tan elevats.

Taula 3.6
Responsabilitat per funcions entre artistes i galeries

	Artista	Galeria	Ambdós	Cap
Comunicació sobre l'artista o l'obra	43%	8%	45%	3%
Documentació	42%	21%	26%	12%
Producció d'obres	82%	4%	6%	8%
Embalatge, enviament i distribució	43%	31%	6%	20%
Facturació	25%	53%	12%	10%
Importació i exportació	29%	31%	7%	33%
Aspectes legals	40%	13%	8%	39%

Font: © Arts Economics (2017) amb dades de Marta Pérez Ibáñez i Isidro López-Aparicio (2016)

Tot i que els indicadors reflecteixen vendes positives, per a les galeries el 2016, el sector s'enfronta a diversos reptes. Les proves d'aquesta recerca exhaustiva sobre els artistes feta per Marta Pérez Ibáñez i Isidro López-Aparicio suggereixen un panorama relativament ombrívol per als artistes d'Espanya, tret d'una minoria. Tanmateix, això no és un problema específicament espanyol, atès que nombrosos estudis internacionals reflecteixen la mateixa situació econòmica, pobra i precària, dels artistes visuals. Pel que fa a la infraestructura més àmplia del mercat de l'art, el bon rendiment dels preus i les vendes de l'extrem superior continua motivant els artistes que busquen la rendibilitat financera. No obstant això, el fet que el grup d'artistes que han aconseguit l'èxit sigui cada vegada més reduït també pot ser descoratjador, especialment perquè té pocs lligams mesurables amb la qualitat o altres característiques objectives.

Generalment, atès que l'art suposa una compra gran i relativament poc freqüent per als col·leccionistes, molts nous col·leccionistes poc familiaritzats amb el mercat poden intentar reduir el temps invertit, els costos d'informació i la recerca d'associats per formes més tradicionals de perícia artística i de galeries, i optar per comprar només obres ben reconegudes o d'artistes famosos. D'aquesta manera, redueixen el risc tot confiant en les preferències establertes per compradors reeixits. En conjunt, aquestes tècniques de reducció del risc tendeixen a reforçar el "fenomen de la superestrella" en el mercat de l'art, pel qual les obres dels artistes més famosos són les més demandades i les que aconsegueixen preus més alts al mercat amb diferència. La figura de la superestrella no només polaritza els preus, sinó que també pot privar altres artistes de l'oportunitat d'assolir èxit, ja que concentra la demanda en uns quants artistes d'èxit, mentre que els artistes emergents s'enfronten a obstacles cada cop més grans per accedir al mercat. De manera semblant, a les galeries també els pot resultar més difícil vendre una gamma àmplia d'obres, a causa del focus excessiu en els artistes superestrella; mentrestant el fet que tots els col·leccionistes cerquin un grup restringit d'artistes famosos amb una oferta limitada d'obres pot empènyer cap a amunt cada vegada més els preus d'aquest grup i posar-los fora de l'abast de molts col·leccionistes. Les galeries, fins i tot les de la gamma més alta, van reconèixer que això podia convertir-se en un greu problema en la infraestructura del mercat del futur, en què les galeries més petites tenen un paper crucial. La recerca sobre els artistes a Espanya va deixar

clar que els representats per galeries tenien una probabilitat molt més gran d'èxit econòmic i, per tant, que les que apostaven pels artistes a l'inici de les seves carreres professionals eren essencials per al mercat. L'amenaça que plana sobre la infraestructura del mercat retorna sobretot per la manca de suport als artistes, incloent-hi l'habitatge i altres facilitats financeres per ajudar-los, fins i tot, a arribar a exposar en galeries.

VENDES EN SUBHASTES

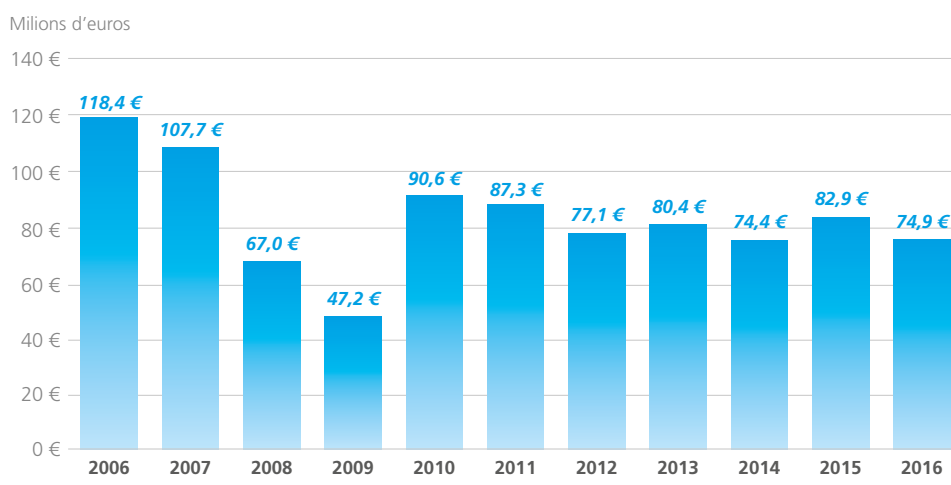
El 2016, a Espanya hi havia almenys 120 cases de subhastes dedicades a la venda d'obres de belles arts, art decoratiu, antiguitats i peces de col·lecció. Tanmateix, dins del sector de les subhastes hi ha un nucli de 50 cases de subhastes concentrat en grans ciutats com Madrid i Barcelona amb programes regulars de subhastes que se centren principalment en obres de belles arts, art decoratiu i antiguitats, o bé que efectuen vendes privades a través d'oficines establertes en aquestes ciutats.

Tal com s'ha observat al Capítol 2, a Espanya el sector de les subhastes és considerablement més petit que el sector de les galeries, fet que el 2016 queda reflectit en una estimació de vendes en subhastes d'aproximadament el 20% del valor del mercat d'art total. Aquesta xifra ha passat d'un 30% el 2005 a només el 17% el 2009.

El 2016, les vendes del sector s'estimaven en un total de 74,9 milions d'euros (entre subhastes públiques, *on-line* i vendes privades), una xifra que representa una davallada interanual del 10%, però que es manté relativament estable respecte al nivell de vendes del 2014. El mercat es va reduir substancialment en el període del 2007 al 2009, tant a causa de les seqüeles de la crisi financera global com per la sortida de Christie's del mercat espanyol. Fins al 2008, Christie's havia dut a terme vendes en subhastes a Madrid, que la major part dels anys van representar un percentatge de com a mínim el 15% del total de vendes del mercat. Si bé el mercat es va recuperar bé el 2010, des d'aleshores les vendes han estat desiguals i els valors totals estimats del sector a Espanya han descendit un 37% des del 2006. El 2016, Arts Economics va dur a terme una enquesta a les 50 principals cases de subhastes d'Espanya, les opinions de les quals sobre l'evolució l'any 2017 eren diverses. Al voltant del 60% de les enquestades era optimista pel que fa a les vendes i creia que es generaria un volum igual o superior l'any següent, mentre que el 40% va predir que seria una mica inferior.

Gràfic 4.1

Vendes per cases de subhastes a Espanya (2006-2016)



Font: © Arts Economics (2017)

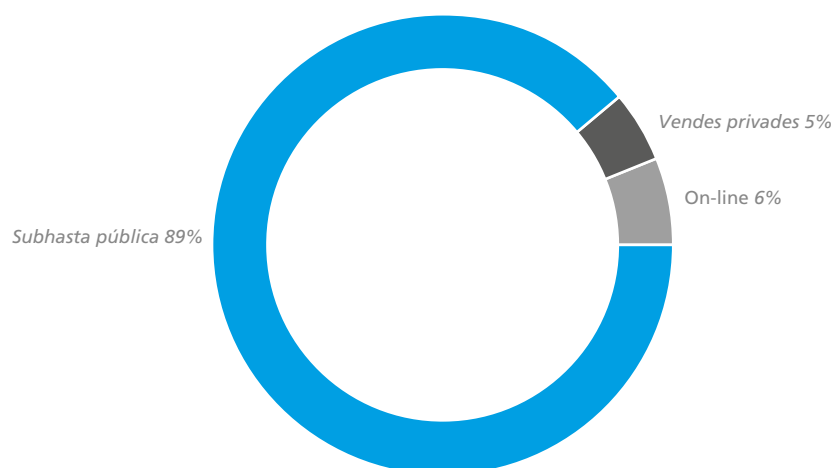
La majoria de les cases de subhastes a Espanya venen una gran varietat d'obres d'art i d'antiguitats, i moltes organitzen vendes periòdiques en què combinen diferents categories artístiques dins de la mateixa venda o en el mateix període. Segons l'enquesta, la quota mitjana del valor de les vendes anuals de les belles arts va ser de poc més del 35%, enfront del 65% de l'art decoratiu i les antiguitats. L'elevat percentatge de l'art decoratiu i les antiguitats es deu a un volum molt més gran d'aquests productes; en canvi, els preus més alts assolits continuen sent els del sector de les belles arts. Tanmateix, aquests percentatges en els valors mostren un contrast important amb les cases de subhastes més destacades del mercat internacional, en què dominen les belles arts, que representen fins al 70% del valor de les vendes els darrers anys.

Si bé el 2016 les vendes es van reduir, la majoria de cases de subhastes van obtenir força beneficis. Mentre que el 20% de les cases enquestades tenia marges de benefici nets màxims del 10% (davant del 43% de les enquestades del sector de les galeries), el 80% restant va declarar marges d'entre el 10% i el 30%, entre els quals la majoria se situaven entre el 20% i el 30%. Tanmateix, si bé hi havia un percentatge reduït (5%) de cases de subhastes globals menys importants amb guanys superiors al 30% (així com un 8% de les galeries a Espanya), cap negoci de subhastes a Espanya va obtenir uns marges d'aquest nivell.

Encara que hi havia una gran variació entre empreses, la majoria (60%) de les cases de subhastes a Espanya va informar que per als seus negocis el segment més rendible de vendes el 2016 havien estat les obres que es venien per menys de 1.000 \$, mentre que un altre 20% va informar que el més rendible havia estat el segment de preus situat entre els 1.000 \$ i els 5.000 \$.

CANALS DE VENDA I DIPÒSIT

Segons l'enquesta (que incloïa només les cases que duïen a terme subhastes tradicionals i públiques periòdicament a Espanya), al voltant del 89% del valor de les vendes fetes el 2016 va provenir de vendes tradicionals mitjançant subhasta pública. L'11% restant es repartia entre vendes privades i *on-line*. La mitjana de vendes privades va ser del 5%, una quota inferior a la mitjana registrada per les cases internacionalment menys importants el 2016 (el 8%) i considerablement per sota de les de les cases principals de primer nivell globals (el 16%).

Gràfic 4.2**Quota de vendes en subhastes espanyoles segons el canal el 2016**

Font: © Arts Economics (2017)

La quota de vendes *on-line* a Espanya, situada en el 6% el 2016, va ser significativament menor que la quota declarada globalment el 2016 pel que fa a les cases de subhastes menys importants (el 17%). No obstant això, alguns dels comerciants del sector a Espanya creien que el comerç electrònic havia experimentat un creixement que seria clau per al futur, que podia canviar considerablement el sector de les subhastes a Espanya. La quota de vendes *on-line* també va variar considerablement entre cases de subhastes. Per exemple, unes quantes no havien dut a terme vendes *on-line* durant l'any. En canvi, per a unes altres, el comerç electrònic representava almenys el 20% del negoci. Algunes van assenyalar que l'augment de les vendes *on-line* estava transformant el mercat de les subhastes i requerien canvis ràpids en els models de negoci i en l'organització. És probable que les que s'adaptin a aquests canvis siguin les que tornin a aconseguir quotes altes de beneficis amb més èxit.

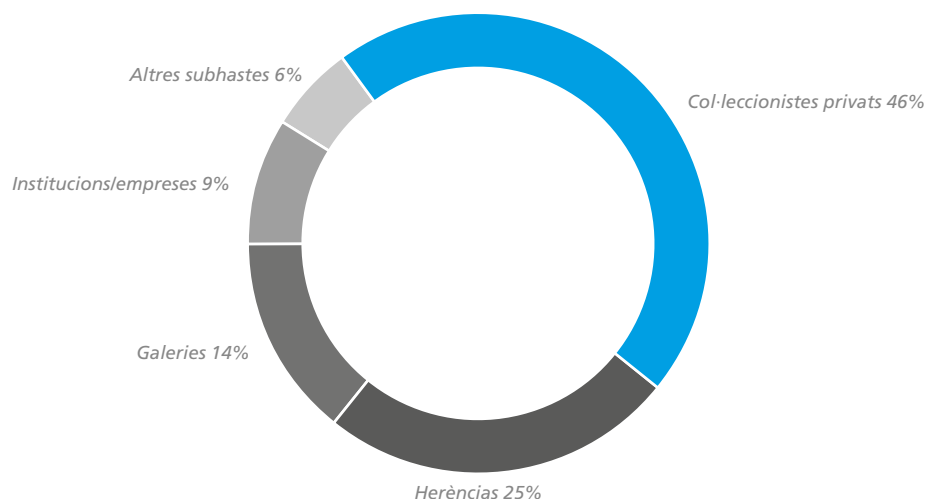
Pel que fa a les cases que fan vendes *on-line*, el 25% del valor d'aquestes vendes s'havien fet a compradors nous que no havien estat mai a les seves subhastes ni a les seves sales d'exposicions, ni tenien cap mena de contacte personal amb l'empresa abans de la venda, el 26% s'havien fet a compradors habituals amb els quals no tenien cap altre contacte directe i el 49% restant eren compradors habituals que anteriorment havien comprat en establiments físics o havien tingut algun tipus de contacte directe amb l'empresa. Els experts en subhastes van assenyalar que, per captar compradors nous al sector *on-line*, el disseny gràfic de les pàgines web era essencial; en particular, calia proporcionar informes de l'estat de conservació de la peça, amb imatges i informació detallada. En general, la presentació de catàlegs i els avançaments de subhastes era una àrea en què alguns creien que el sector a Espanya havia quedat endarrerit respecte al dels seus homòlegs internacionals, tot i que estava millorant. Algunes cases també utilitzaven plataformes externes, com ara Invaluable, per accedir a nous compradors. En aquesta plataforma externa, el 2016 hi figuraven 33 cases espanyoles, encara que la proporció de cases que feien vendes actives en aquell moment es reduïa considerablement.

Igual que en la majoria d'altres mercats d'art globals, les vendes *on-line* a Espanya es feien servir per a vendes d'articles de preus inferiors, i a casos que duïen a terme vendes periòdiques d'imports que pràcticament no superaven els 10.000 € i que, generalment, assolien una mitjana de 5.000 €. Malgrat el creixement del comerç electrònic, els experts del sector no creien que aquest tipus de comerç pogués substituir les vendes tradicionals, sinó que l'acte tradicional de la subhasta continuava tenint una importància cabdal en el sector. Tot i que la majoria pensaven que les subhastes tradicionals continuarien sent el canal de venda principal per a vendes de més de 10.000 €, alguns experts van preveure que les vendes *on-line* constituïrien un impulsor clau per al gran volum d'obres de preu inferior.

Les cases de subhastes a Espanya tendeixen a vendre un alt volum de peces, fet que es reflecteix en el nombre mitjà de lots venuts el 2016, que va ser de més de 4.000. No obstant això, continua sent un repte accedir a oferta d'alta qualitat, com també passa al sector de les galeries. El 2016, les cases de subhastes van assenyalar que poc menys de la meitat (46%) del seu inventari provenia de col·leccionistes privats i un altre 25%, d'herències. Això concorda més o menys amb les xifres de les institucions internacionals homòlogues (el 2016, les dues fonts amb una mitjana del 73% del inventari en el sector complementari global). Els lots de comerç artístic van representar un altre 20% (la majoria eren vendes fetes per galeries), i el 9% restant eren d'empreses i institucions.

Gràfic 4.3

Procedència dels inventaris: percentatge de vendes de cases de subhastes el 2016



Font: © Arts Economics (2017)

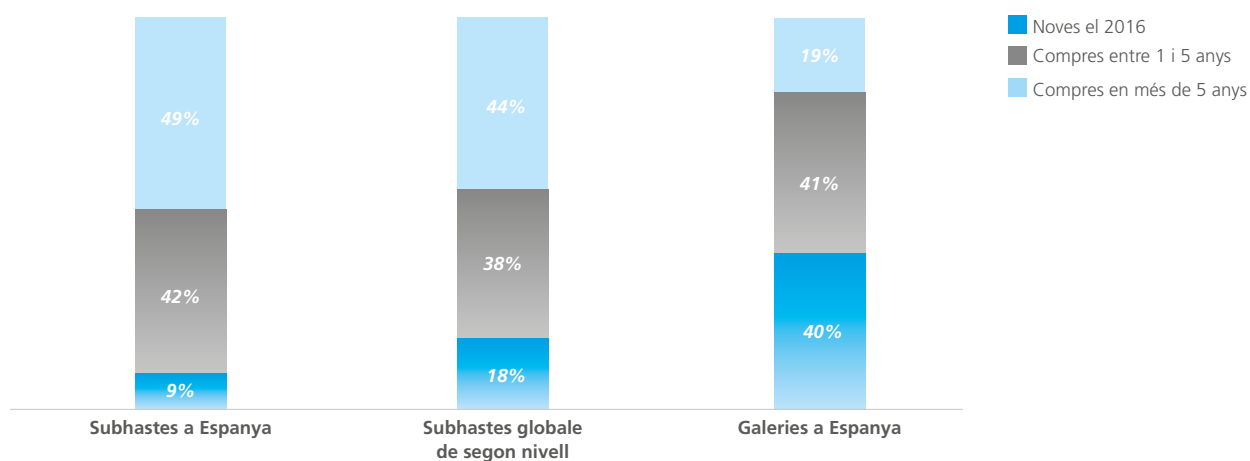
COMPRADORS EN EL SECTOR DE LES SUBHASTES

Segons l'enquesta, el 2016 les cases de subhastes a Espanya van negociar amb uns 200 compradors de mitjana. Aquesta xifra comporta una reducció respecte al nombre de compradors assenyalats el 2013 (un nombre intermedi de 300) i també és menor que la dels seus homòlegs internacionals de menor importància (amb un nombre intermedi de 600 el 2016 i una mitjana de més de 2.000).

Amb diferència, el segment més gran de compradors de les cases de subhastes espanyoles va ser el dels compradors que havien estat clients seus durant més de 5 anys, que representava gairebé la meitat de les vendes. Si bé els que havien comprat durant un període d'1 a 5 anys es trobaven a la mateixa forquilla que la dels seus homòlegs internacionals i galeries a Espanya, els compradors nous eren un segment molt més reduït, que representava aproximadament un 9%, la meitat del total global, davant del 40% del sector espanyol de les galeries.

Gràfic 4.4

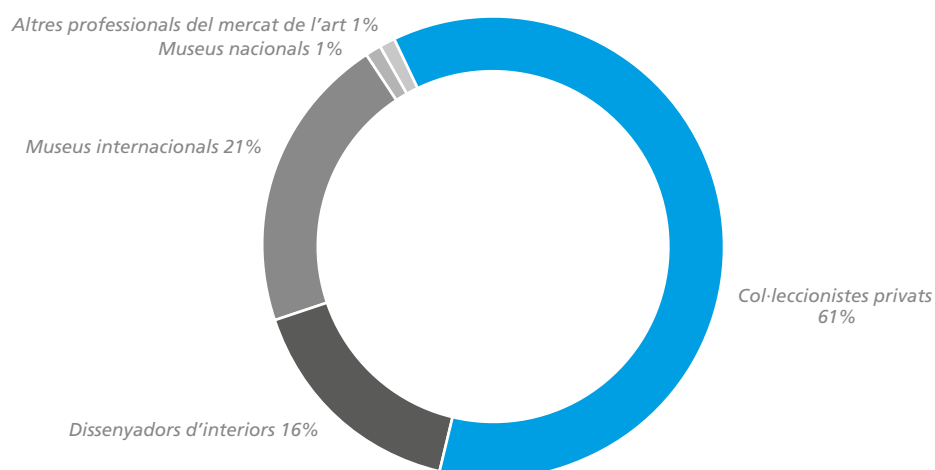
Quota de vendes a compradors per historial d'adquisicions el 2016



Font: © Arts Economics (2017)

El 2016, les vendes a particulars van dominar el sector de les subhastes a Espanya. De mitjana, el 61% de les vendes es van fer a particulars (enfront del 54% del sector global de les subhastes de segon nivell) i un altre 16%, a dissenyadors d'interiors. Segons aquesta mostra, el percentatge de vendes a museus, situada en el 22%, va ser significativament superior a la del sector dels galeristes, que va ser del 6% (i també molt més alta que el percentatge del 12% registrat per les cases globals de menor importància). La majoria d'aquestes vendes es van fer a institucions internacionals, i només un 1%, a museus d'Espanya.

Hi va haver una variació considerable en la quota de vendes realitzades a compradors locals, enfront de les fetes a compradors internacionals, amb una variació del 10% al 90%. En general, però, els percentatges estaven equilibrades al 50% de mitjana, proporció que indica una quota considerablement més gran de vendes internacionals que la de les galeries a Espanya (només el 37%). Els països d'origen més habituals dels compradors internacionals declarats per les cases de subhastes el 2016 eren d'altres parts d'Europa (sobretot França, Alemanya i el Regne Unit) i dels Estats Units.

Gràfic 4.5**Quota de mercat de les vendes en subhastes per grup de compradors el 2016**

Font: © Arts Economics (2017)

En general, els compradors del sector de les subhastes a Espanya pagaven en un termini raonable: tots els enquestats van informar que les factures es pagaven en un termini inferior a 2 mesos (entre els quals, el 20% va assenyalar que en general la mitjana se situava en un termini inferior a 1 setmana). És probable que aquest termini de pagament relativament curt hagi contribuït a un endeutament baix per a alguns negocis, fet que es va reflectir en un baix palanquejament del sector, en què totes les empreses van assenyalar que el 2016 tenien ràtios d'endeutament màxims del 10%. Altra vegada, com s'ha assenyalat al Capítol 2, si bé això pot ser positiu i indicar un risc financer reduït, el baix nivell de palanquejament també pot ser en certa manera indicatiu d'una manca d'accés a finançament, que pot restar la capacitat de cert negoci de créixer o reconvertir-se.

VENDES D'OBRES DE BELLES ARTS EN SUBHASTES A ESPANYA

Les dades de transaccions a escala microeconòmica de les cases de subhastes espanyoles són limitades, atès que no totes divulguen públicament els seus resultats. No obstant això, es poden deduir alguns resultats interessants a partir de les dades recopilades en el mercat de les subhastes d'obres de belles arts, en particular quan es contrasten amb les vendes d'aquest sector arreu del món i en el sector de les galeries a Espanya.¹

Un dels trets clau del sector de les subhastes a Espanya és que és un mercat de preus relativament baixos. En comú amb la distribució de preus en la majoria dels mercats de subhastes del món, la major part del volum de vendes a Espanya és de valor inferior. El 2016, gairebé la meitat de les vendes que es van dur a terme al mercat de les subhastes d'obres de belles arts es van situar

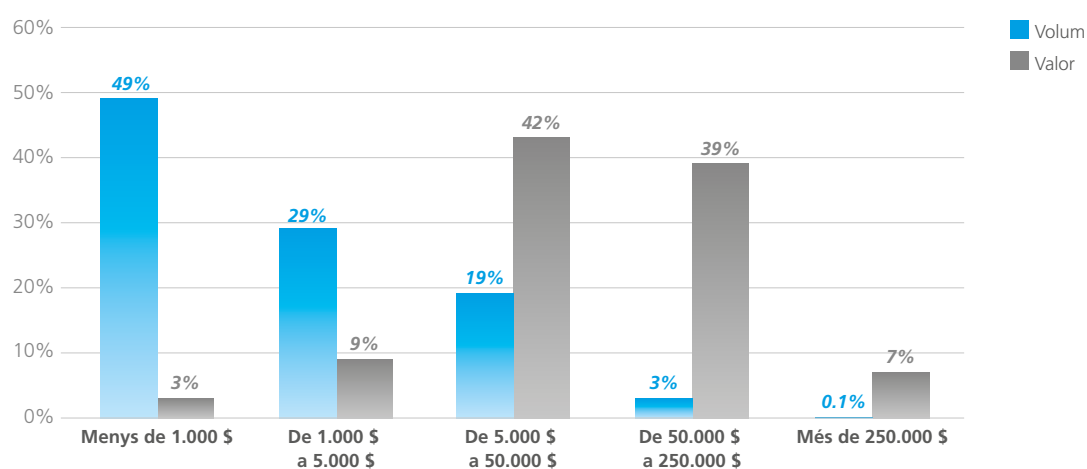
1. La font principal utilitzada per a dades de subhastes d'obres de belles arts és Collectrium, que recull dades auditades de subhastes d'aquestes obres de les cases de subhastes més importants d'Espanya. Algunes dades de l'història procedeixen dels dos informes anteriors d'Arts Economics sobre el mercat d'art espanyol, *The Spanish Art Market in 2012* i *The Spanish Art Market 2014* (El mercat espanyol de l'art el 2012 i El mercat espanyol de l'art el 2014).

en preus inferiors a 1.000 \$ (enfront del 44% mundial). El 97% dels lots venuts van ser per un valor inferior a 50.000 \$, mentre que només una diminuta fracció (del 0,5%) es va vendre a preus superiors a 250.000 \$.

Als mercats globals, però, si bé el percentatge del volum total de lots venuts per menys de 50.000 \$ també va ser elevat i es va situar en el 94%, aquests lots per valor inferior constitueixen només un petit percentatge del valor total de mercat (un 13%), mentre que els de més de 50.000 \$ representen un 87% del valor de les vendes. D'altra banda, al mercat espanyol, els lots venuts per menys de 50.000 \$ van representar un 54% del valor total de les vendes. A Espanya, el segment individual més alt en termes de valor va ser el que engloba preus d'entre 5.000 \$ i 50.000 \$ (enfront d'un mercat global, en què el segment entre 1 i 5 milions de dòlars representava el valor més elevat). El 2016, només el 7% del valor del mercat de subhastes d'obres de belles arts a Espanya va provenir de vendes amb preus superiors a 250.000 \$, mentre que al mercat global de les subhastes d'obres de belles arts aquest segment va representar una quota molt més gran, situada en el 67%.

Gràfic 4.6

Percentatge de lots venuts i valor total en subhastes d'obres de belles arts a Espanya el 2016



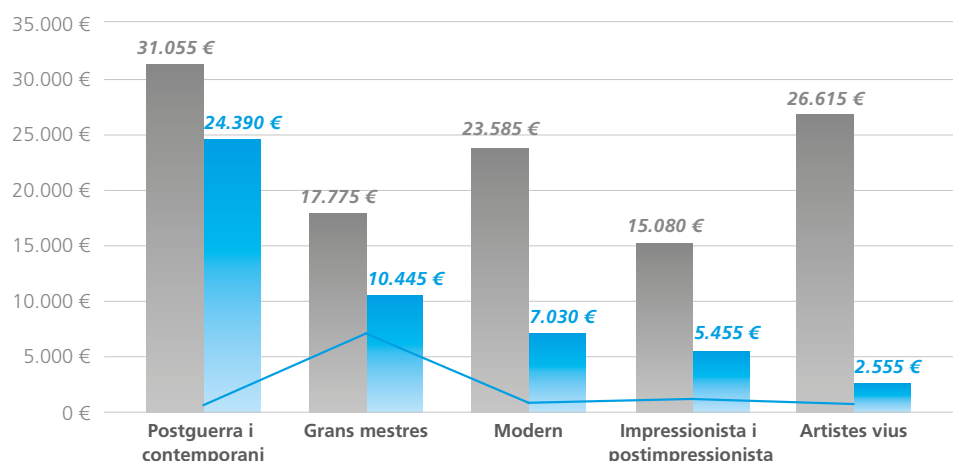
Font: © Arts Economics (2017) amb dades de Collectrium

El 2016, dins del mercat de les subhastes d'obres de belles arts a Espanya, els preus mitjans més alts es van obtenir en art de la postguerra i contemporani, amb un preu mitjà de 24.390 €, que s'acostava al 80% de la mitjana de la UE. Aquesta xifra estava molt esbiaixada per un petit nombre d'obres amb preus molt alts, mentre que el preu mitjà del sector va ser de només 750 €. Val a dir que, dins d'aquest sector, les obres d'artistes vius tenien un preu mitjà molt més baix, de només 2.555 €, el 10% inferior a la mitjana de la UE.

Les segones mitjanes més altes eren les del sector dels grans mestres, en què els preus s'acostaven al 60% de la mitjana de la UE. En aquest sector, el preu mitjà s'acostava molt més a la mitjana (7.155 €), fet que indica una distribució menys esbiaixada dels preus i un preu mitjà molt més alt que el del mercat de l'art de la postguerra i contemporani.

Gràfic 4.7**Mitjana i mediana dels preus de les subhastes d'obres de belles arts per sector el 2016**

■ Mitjana de la UE
 ■ Mitjana d'Espanya
 — Mediana d'Espanya



Font: © Arts Economics (2017) amb dades de Collectrium

Malgrat unes poques vendes amb preus més elevats que es van fer durant l'any d'obres d'artistes com ara Miquel Barceló i Antoni Tàpies, el sector de l'art de postguerra i contemporani és més feble a Espanya en comparació amb el mercat global de subhastes. Tanmateix, el 2016, el sector continuava sent el més gran en termes de valor: representava el 45% de les vendes al mercat de les subhastes d'obres de belles arts (i només el 20% del nombre de transaccions). Aquesta xifra ha augmentat considerablement des del 33% assenyalat el 2013, tot i que continuava sent molt inferior al percentatge global del 2016, situada en el 52%.

El percentatge d'obres d'artistes vius venudes en subhastes a Espanya només va representar el 2% del valor de les vendes en subhastes d'obres de belles arts, una xifra que torna a ser considerablement inferior a la quota global del 21%. Les obres d'artistes vius constitueixen només el 5% del valor de les vendes d'art de la postguerra i contemporani en subhastes a Espanya, que és una quota molt més petita que la registrada a la UE o a la resta del món, on el 2016 van representar almenys, per valor, el 40%. Per volum, però, la situació és molt diferent. Els artistes vius representen poc més de la meitat del nombre de lots venuts en subhastes pel que fa al sector espanyol de l'art de postguerra i contemporani, quota equivalent a la de les vendes globals. Altra vegada, això indica un sector amb preus mitjans baixos en general, en què només artistes com Miquel Barceló i Manolo Valdés assoleixen preus de 50.000 € o superiors. Fins i tot pel que fa a aquests dos exemples destacats, la major part del valor de les vendes en subhastes se situa fora d'Espanya. El 2016, només un 8% del valor de les vendes de les obres de Miquel Barceló en subhastes va tenir lloc a Espanya, i, en el cas de Manolo Valdés, el percentatge va ser encara menor, del 2%. Mentre que les obres de Barceló han arribat a preus de més de 4 milions d'euros en subhastes de fora d'Espanya, des que el 2007 Christie's va cessar la seva activitat de vendes públiques, els preus de subhasta de les obres d'aquest artista no han superat els 200.000 € dins del país.

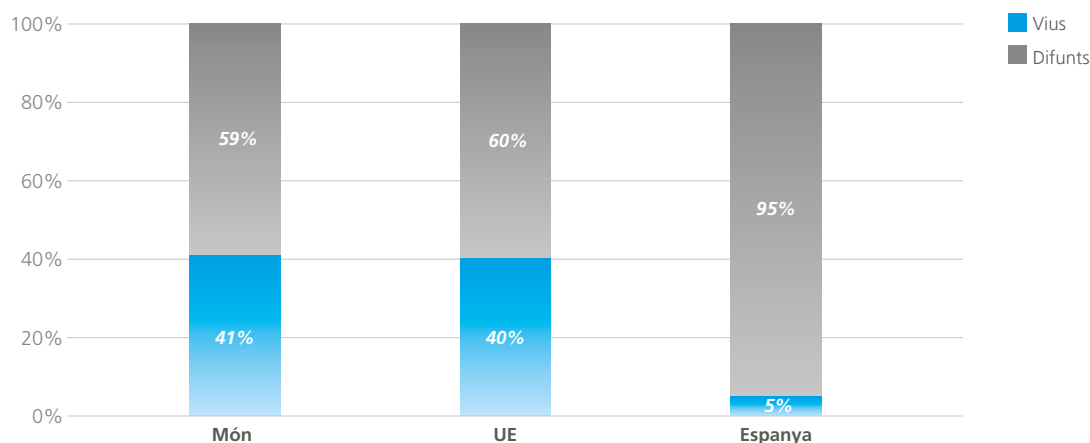
Pel que fa a altres artistes amb historials de subhasta menys consolidats, els preus són significativament inferiors. Molts agents van esmentar el problema que les cases de subhastes del sector privat fixaven preus molts baixos per a artistes del sector de l'art contemporani (i modern), que no s'adequaven als que la galeria podia estar cobrant i que sovint representaven fins a una cinquena part dels seus preus de mercat en el sector privat. Alguns afirmen que el problema sovint es basa en la manca de registres de seguiment fiables per als artistes en la subhasta —si és que n'hi ha— en què poder basar les estimacions. Tot i això, les galeries van declarar que les cases de subhastes no interaccionaven amb elles per provar d'establir el valor més precís, sinó que determinaven un preu molt baix per poder generar una venda. Algunes galeries pensaven que aquestes tàctiques eren potencialment perjudicials per a les carreres professionals dels artistes i que contribuïen a la percepció d'un context generalitzat de poca professionalitat dins del sector. Els galeristes van assenyalar que quan els col·leccionistes veien obres d'artistes contemporanis a preus molt baixos en subhasta, després a ells els resultava difícil promocionar-los a preus més alts.

Altres veus, tant del sector de les subhastes com del comercial, creuen que els preus més baixos es devien a la mala selecció i presentació de les obres a les subhastes, així com a la manca d'expertesa, màrqueting i diferenciació específiques del sector. Mentre que les cases de subhastes més grans en mercats globals separen les vendes per sectors i regions diferenciats, amb experts en cada sector, amb especialistes i amb estratègies de màrqueting i promoció, a Espanya les cases de subhastes tendeixen a actuar com a entitats «generalistes» i a no separar el sector de l'art contemporani d'altres sectors de les belles arts (i, en alguns casos, de l'art decoratiu, la joieria o les antiguitats). En conseqüència, el màrqueting d'aquest sector concret és relativament dèbil. Alguns experts del sector de les subhastes també van assenyalar que el mercat estava cada vegada més dividit entre els segments: lots locals a baix cost davant de peces de luxe internacionals, i que l'apropament de vendes combinades no va aprofitar aquesta tendència, fet que podia frenar, en un futur, l'èxit de les cases de subhastes, que continuaven barrejant categories en les vendes.

Gràfic 4.8

Quotes de vendes d'obres d'artistes vius el 2016 davant d'artistes de la postguerra i contemporanis difunts

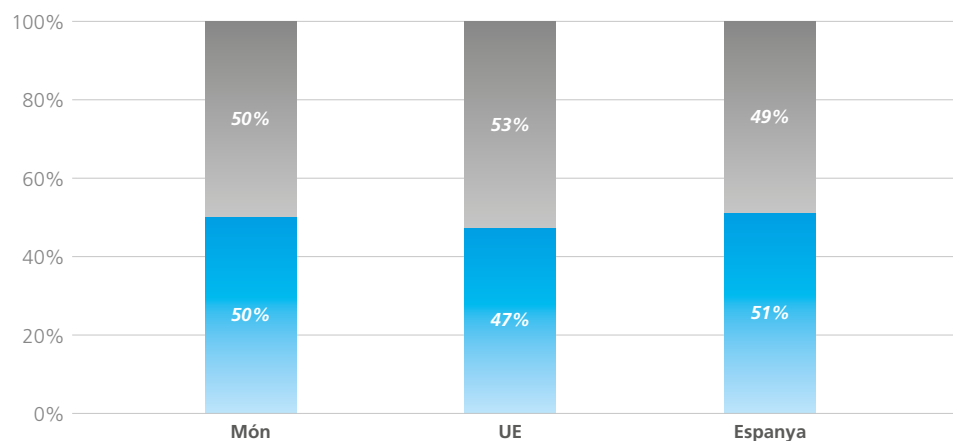
a. En termes de valor



Font: © Arts Economics (2017) amb dades de Collectrium

■ Vius
■ Difunts

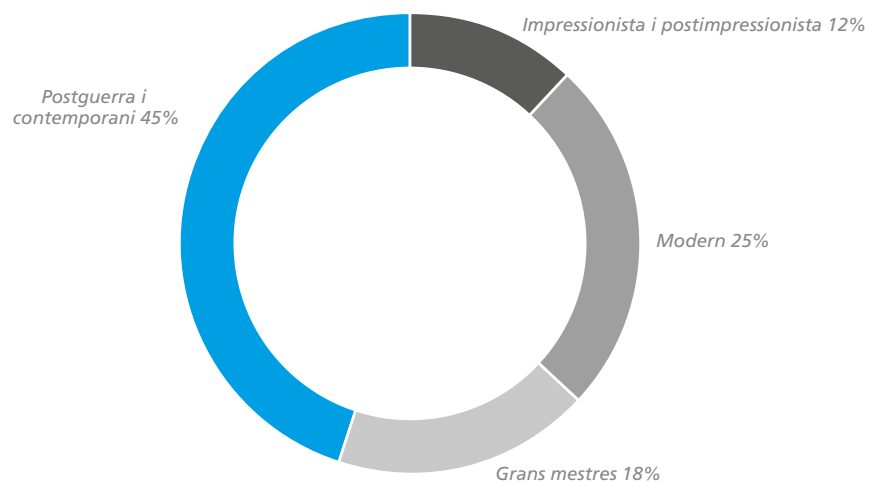
b. Per volum



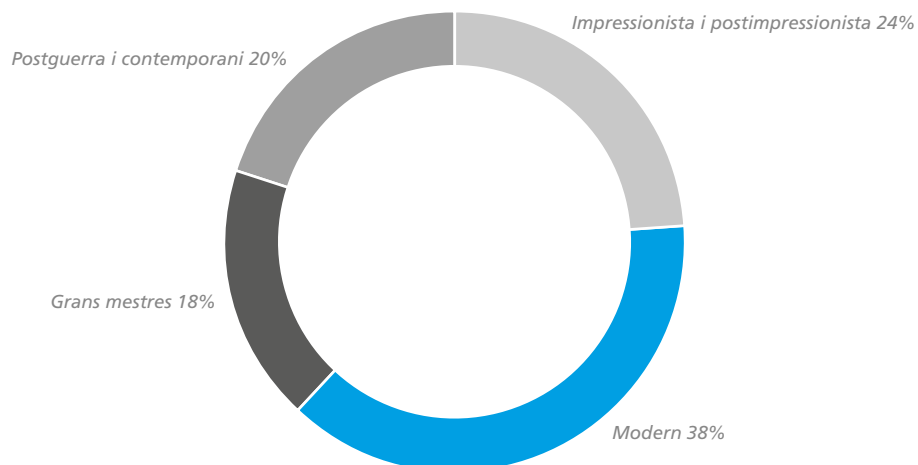
Font: © Arts Economics (2017) amb dades de Collectrium

El 2016, el percentatge de vendes en termes de valor del sector de l'art modern concordava aproximadament amb les mitjanes globals; no obstant això, a Espanya això sembla derivar-se de l'alt volum de lots venuts, fet que es reflecteix en una proporció molt més gran de volum (el 38% del total) que de valor. El 2013, aquest sector va augmentar el percentatge de vendes totals en termes de valor, que va pujar nou punts percentuals, des del 16% fins al 25%.

A les subhastes, els grans mestres van representar un percentatge del valor més gran a Espanya que a l'estranger, amb un 18% del total de vendes (enfront del 13% global). Si bé la major part de les vendes en termes de valor d'alguns dels grans mestres espanyols de la pintura més coneguts, com ara Francisco de Goya, Diego Velázquez i El Greco, es van dur a terme fora d'Espanya, els darrers anys han aparegut alguns artistes amb mercats interns molt interessants (per exemple, Luis de Morales, el 2016).

Gràfic 4.9**Quota de vendes en subhastes d'obres de belles arts per sector****a. Vendes d'obres de belles arts en termes de valor**

Font: © Arts Economics (2017) amb dades de Collectrium

b. Vendes d'obres de belles arts en termes de volum

Font: © Arts Economics (2017) amb dades de Collectrium

VENDES D'OBRES D'ARTISTES ESPANYOLS

En gairebé tots els mercats d'arreu del món, a les subhastes es produeix un gran biaix nacional, que es reflecteix en el fet que els mercats nacionals venen una porció relativament alta d'obres d'artistes nacionals. Això també succeeix en el cas de les vendes a Espanya, en què s'estima que el 2016 els artistes espanyols van representar un 80% del valor de les vendes en subhastes d'obres de belles arts.

Normalment, el mercat nacional d'un artista és el que acostuma a registrar la proporció de valor més gran de les seves vendes globals. Tanmateix, aquest no és el cas dels artistes espanyols: del 2014 al 2016 menys del 5% del valor total de les seves vendes arreu del món han tingut lloc a Espanya.

A la taula 4.1 es mostren alguns dels artistes espanyols amb més beneficis en subhastes el 2016. Segons les dades recopilades sobre les seves vendes arreu del món, les vendes a Espanya d'alguns dels artistes més importants, com ara Picasso, Miró i Dalí, el 2016 representaven l'1% o menys dels valors mundials totals. El 2016, fora d'Espanya les vendes privades d'obres de Picasso van ascendir a diversos milions de dòlars, inclosa la venda de *Dona asseguda*, a Sotheby's, Londres, que es va tancar gairebé per 64 milions de dòlars. Per contra, el preu més alt pagat a Espanya durant aquest any va ser per *Petit Buste de Femme*, a Segre, i no va arribar als 20.000 \$ (preu d'adjudicació). Fins i tot en el cas d'artistes contemporanis com Barceló, la seva obra *Pinassi* es va vendre per 2,3 milions de dòlars (amb prima al comprador) a Christie's, Londres, però el preu més alt assolit a Espanya durant l'any va ser de 68.292 \$, amb *Figues esbravades*, a Fernando Duran, Madrid.

Una anàlisi de les vendes d'obres d'aquests artistes principals que es va dur a terme 10 anys abans, el 2006, ofereix una visió semblant en relació amb alguns d'ells. Per exemple, les vendes a Espanya d'obres de Picasso, Miró i Dalí es mantien just per sota de l'1%. Tanmateix, en el cas de molts altres artistes que figuren a la llista, el percentatge de vendes dins d'Espanya ha davallat dràsticament en el decenni que va començar el 2006. Per exemple, el 2006, el 32% de les vendes en subhastes d'obres de Barceló es van dur a terme a Espanya, però el 2016 aquesta quota havia baixat fins al 8%, mentre que la de Tàpies va caure més de set punts percentuals. Encara que les proporcions fluctuen interanualment, això indica en certa mesura que la fuga de vendes per valors superiors en subhastes del mercat espanyol cap a subhastes globals s'ha intensificat en lloc de millorar en el període de 10 anys esmentat.

Taula 4.1**Artistes espanyols més venuts en subhastes arreu del món el 2016**

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

Font: © Arts Economics (2017) amb dades de Collectrium i altres cases de subhastes

Finalment, a la taula 4.2 es mostra una selecció dels artistes espanyols més venuts en subhastes a Espanya segons els resultats publicats per algunes de les cases de subhastes més importants. Alguns d'aquests artistes tenen una presència molt més gran a Espanya, però, com es posa de manifest a la taula, aquesta presència es basa majoritàriament en un valor total de vendes molt inferior (i un nombre relativament reduït de lots en la majoria dels casos).

Taula 4.2**Artistes espanyols més venuts en subhastes a Espanya el 2016**

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

Font: © Arts Economics 2017 amb dades de Collectrium i altres cases de subhastes

És interessant comparar els artistes espanyols amb més èxit en subhastes amb els que més exposen. A la taula 4.3 es mostren els 20 artistes principals del 2016 i el 2006 segons el rànquing de les seves exposicions a la base de dades d'Artfacts.net.² És interessant observar que mentre que els artistes vius constitueixen una minúscula porció del mercat de les subhastes d'obres d'art —el 2016 només hi havia dos artistes vius entre els 20 artistes espanyols que van generar més ingressos en subhastes arreu del món—, aquest grup d'artistes té una presència molt més gran en el sector de les exposicions. El 2016, una majoria de 13 dels 20 artistes més ben classificats per exposició eren artistes vius espanyols. A la taula també es mostra que, si bé hi ha certs artistes que han continuat en les primeres posicions dels rànquings d'exposició durant 10 anys, també hi ha més moviment en aquesta àrea que a les subhastes, fet que es

2. ArtFacts fa el seguiment de més de 500.000 artistes mitjançant l'assignació a cadascun d'ells d'un rang calculat amb algorismes, en funció de diversos de criteris quantificables, com ara els de representació en galeries, institucions col·leccionistes, tipus d'institució i abast internacional. El procés de classificació utilitza criteris matemàtics que atribueixen més pes a algunes exposicions que a d'altres segons una sèrie de subconjunts de metadades. Aquest procés garanteix la qualitat de l'exposició i una altra sèrie de factors relacionats amb la influència de l'artista i l'abast internacional inclosos al rànquing, i no dependre únicament del nombre d'exposicions.

reflecteix en les sis noves entrades en la llista dels 20 principals al llarg de 10 anys. A la part superior de la llista dels 20 artistes vius principals per rang d'exposicions, hi va haver molt més moviment: només set artistes van romandre constantment en les llistes dels 20 principals entre 2006 i 2016.

Així doncs, en general, si bé a Espanya i a l'estranger els artistes vius constitueixen una part fonamental del sector de les galeries i les exposicions, són menys importants en el sector de les subhastes, que es concentra en artistes més consagrats, fins i tot en el sector de l'art de postguerra i el contemporani.

Taula 4.3

Els 20 artistes principals per ordre d'exposicions (nombre d'exposicions individuals)

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

Font: © Arts Economics 2017 amb dades d'Artfacts.net

El comerç de l'art, amb una xifra de vendes el 2016 de 385 milions d'euros segons una estimació conservadora, té un abast reduït en relació amb altres indústries a Espanya; no obstant això, realitza una contribució important en l'economia en afegir contribucions fiscals, ingressos i llocs de treball de valor elevat, a més de desenvolupar i promoure coneixements i habilitats altament especialitzats en tot el sector.

OCUPACIÓ EN EL MERCAT DE L'ART

S'estima que hi va haver unes 2.965 empreses amb negocis en el mercat espanyol de l'art l'any 2016, la major part de les quals eren petites empreses pel que fa als empleats i a la facturació.¹ Es va estimar que aquestes empreses mantenien com a mínim uns 10.545 llocs de treball en galeries i cases de subhastes, la qual cosa representa un increment del 4% en relació amb les xifres del 2013. A més dels que treballen amb el comerç d'art mateix, unes 6.200 persones més treballen de manera relacionada amb el mercat de l'art, amb una xifra conservadora estimada de 34.775, repartits entre fires d'art, museus i artistes, la totalitat dels quals està vinculada al mercat de l'art.

OCUPACIÓ EN EL SECTOR DE LES GALERIES

El 2016, es calcula que hi havia unes 2.845 empreses amb negocis en el mercat espanyol de l'art que venien belles arts, arts decoratives, antiguitats i articles de col·leccionista, la qual cosa ocupava unes 9.105 persones. Aquests negocis eren gairebé exclusivament petites empreses, el 43% de les quals que van respondre a l'enquesta, de les 650 activitats principals en el sector, eren comerciants per compte propi o societats de només dues persones, mentre que només un 2% contractava a deu persones o més.

La mitjana de treballadors de cada empresa era de tres persones (estable respecte a les xifres notificades el 2013), que és menys de la meitat de la mitjana en el sector de les galeries, que en global era de set el 2016. La mitjana de treballadors tenia tendència a augmentar a mesura que augmentava el nivell de facturació: per a les galeries amb una facturació de menys de 500.000 euros anuals, la mitjana de treballadors era de dues persones, en contraposició a les cinc persones per a aquelles galeries que superaven aquella xifra. No obstant això, no hi va haver diferències significatives o coherents en les mitjanes entre sectors, encara que les empreses més grans que superaven les deu persones estaven en el mercat de l'art contemporani.

La majoria de les empreses del sector (un 68%) va indicar que havia mantingut el nombre d'empleats invariable any rere any en termes interanuals, un 26% havia augmentat el nombre d'empleats (una mitjana d'una persona) i el 6% restant havia experimentat una reducció d'empleats (de nou una mitjana d'una persona).

L'equilibri entre gèneres en el conjunt de la població activa espanyola s'inclina vers el gènere masculí; les xifres indiquen que un 45% dels empleats majors de 15 anys a final del 2016 eren dones, coincidint amb la mitjana europea del 46% el 2016. Per altra banda, en el sector de les

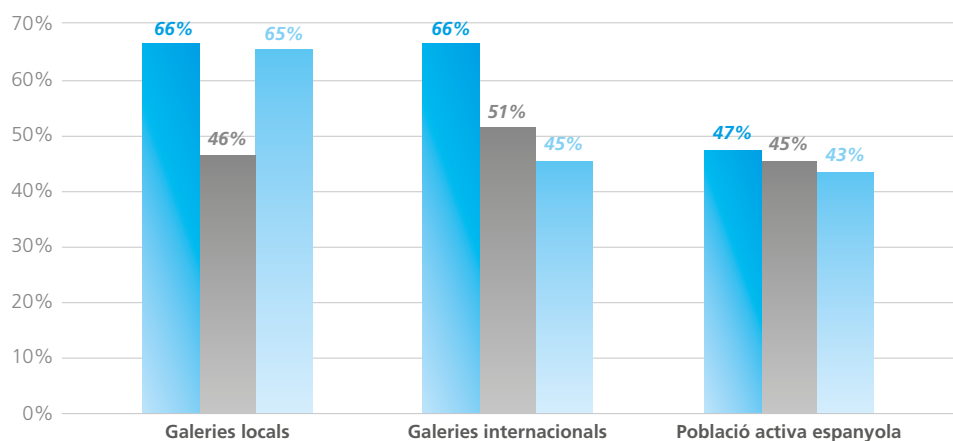
1. A Europa, una petita empresa ve definida per una facturació inferior als 10 milions d'euros i un total de 50 empleats o menys.

galeries espanyoles, hi ha un nivell superior d'ocupació femenina, amb una mitjana d'un 57% de dones i un 43% d'homes el 2016. La quota d'ocupació femenina també ha augmentat lleugerament des del 2013 (un 55%). L'estudi va mostrar que el nivell d'ocupació femenina és particularment alt en els grups d'edat més joves dins del sector, amb un 66% de dones amb edats compreses entre els 15 i els 39 anys (coincidint amb la mitjana global en aquest grup d'edat). La quota d'ocupació femenina descendeix a només un 46% en el segment d'edat dels 40 als 64 anys abans de tornar a augmentar en el segment que supera els 65 anys. Encara que hi ha un descens global significatiu de la quota de dones entre els galeristes en el segment de mitjana edat, dels 40 als 64 anys, el descens a Espanya és més marcat, i les dones esdevenen una minoria en aquest segment. Tot i això, aquesta quota encara coincideix amb la resta de la població activa en conjunt, cosa que indica que les pressions per viatjar i mantenir una galeria en funcionament o treballar-hi no han dissuadit particularment més dones en aquest sector que en altres, a Espanya.

Gràfic 5.1

Quota d'ocupació femenina per nivell d'edat el 2016

■ 15 a 39 anys
■ 40 a 64 anys
■ 65 anys o més

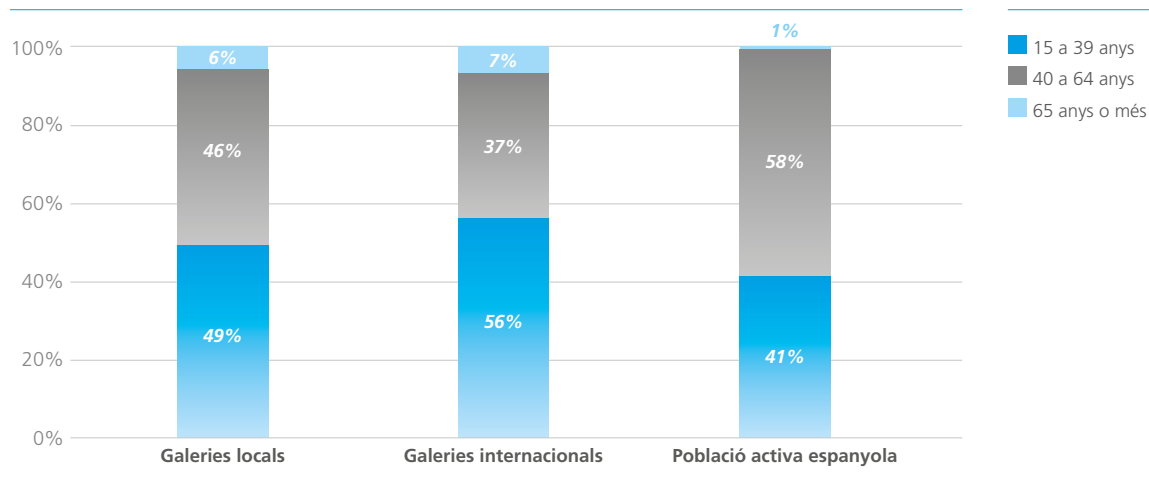


Font: © Arts Economics (2017)

Des del punt de vista de l'estructura d'edat, hi ha una quota relativament més alta de treballadors amb més edat en el mercat de l'art que no pas entre la població activa en conjunt, tant a Espanya com globalment. El 2016, el 6% dels treballadors en el sector de les galeries tenien 65 anys o més, en contrast amb una mitjana de només un 1% en la població activa espanyola en conjunt (i un 2% a la UE). Com a contrapunt, també hi ha una quota superior de treballadors més joves, amb un 8% més de persones que treballen en el sector de les galeries amb edats compreses entre els 15 i els 39 anys que de població activa en conjunt, encara que Espanya té una quota inferior, en aquest grup d'edat, a la mitjana global del sector de les galeries el 2016.

Gràfic 5.2

Quota d'ocupació segons el grup d'edat el 2016



Font: © Arts Economics (2017)

La majoria dels treballadors (un 80%) del sector de les galeries a Espanya té feina fixa, mentre que un 20% té contractes flexibles o temporals. Malgrat que l'ocupació temporal a Espanya és superior a la mitjana de població activa europea, la quota de treballadors temporals en el sector és menor que la mitjana a Espanya, que mostra una quota relativament superior d'ocupació temporal general el 2016, un 26%.²

També era menys probable que els treballadors amb contractes temporals en el sector de les galeries treballassin a jornada completa, amb una quota de només el 33% en llocs de treball a jornada completa (en contrast amb el 65% de treballadors a jornada completa amb llocs de treball permanents). En general, la quota d'ocupació a jornada parcial en el sector de les galeries a Espanya va ser del 41%, una xifra considerablement superior al 28% notificat pel sector el 2013. També és més del doble del nivell d'ocupació a jornada parcial a Espanya el 2016, un 15%.³

En general, l'ocupació en el mercat de l'art sol basar-se en feines de grans coneixements i altes capacitacions, amb un nombre molt alt de graduats universitaris en la majoria de regions de tot el món. Amb el pas del temps, els treballadors del sector de les galeries han provat globalment que tenen nivells d'educació i qualificacions força superiors als de la població activa general. A Espanya, el 2016, un 69% dels treballadors del sector de les galeries tenia qualificacions universitàries o superiors en contrast amb una mitjana del 43% de la població activa espanyola en conjunt i només d'un 34% a la UE. La mitjana per als galeristes va disminuir a causa d'una

2. També cal destacar que, tot i que algunes persones trien ocupacions temporals segons les dades de l'*European Labour Force Survey* (Enquesta europea de població activa), el 91% de qui té contracte temporal a Espanya el tria perquè no va poder trobar una feina fixa alternativa (en contrast amb la mitjana del 62% d'aquells que tenen contractes semblants a Europa).

3. La quota d'Espanya d'ocupació a jornada parcial és inferior a la mitjana europea del 2016, del 20%; no obstant això, la majoria (62%) de qui treballa a jornada parcial a Espanya ho fa per una falta de llocs de treball alternatius a jornada completa, en contrast amb el 28% a la UE (la resta tria aquest estat per altres motius, com ara cuidar dels seus fills o d'altres responsabilitats personals).

minoria d'empreses (el 17%) on ningú no tenia qualificacions superiors i el nivell mitjà de llicenciats era superior al 86%, i gairebé la meitat dels que contestaven indicaven que tothom a l'empresa tenia títols superiors.

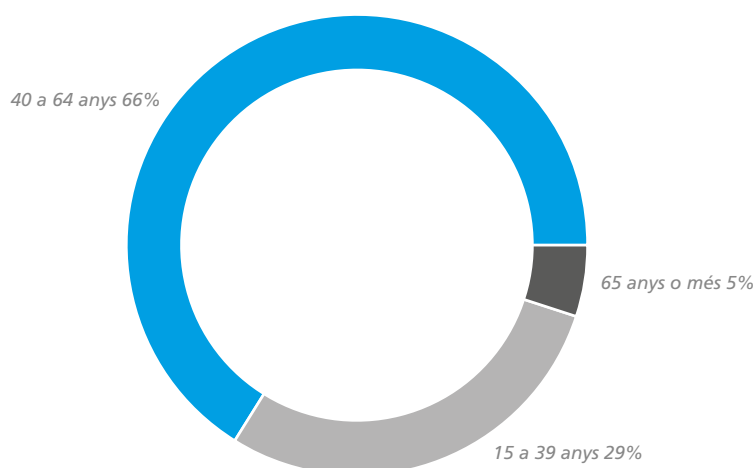
OCUPACIÓ EN EL SECTOR DE LES SUBHASTES

El 2016, hi havia unes 120 empreses que feien negocis en el sector de les subhastes a Espanya que, de forma habitual o ocasionalment, venien obres d'art o art decoratiu i antiguitats, amb unes 50 empreses concentrades exclusivament en aquest sector. Es calcula que el sector contractava unes 1.440 persones i que, com en el sector de les galeries, la majoria eren petites o mitjanes empreses. La mitjana de treballadors per empresa el 2016, segons els resultats de l'enquesta, era de 12 persones (amb un lleuger augment des de les 10 persones notificades el 2013), però amb un ventall entre cinc i més de 30 persones. La majoria de les empreses (el 67%) va mantenir un nombre estable de treballadors el 2016, i un terç va experimentar-ne un augment d'una mitjana d'una persona.

El sector de les subhastes estava relativament equilibrat pel que fa al gènere, amb una quota lleugerament superior d'ocupació femenina, del 52%. El nivell mitjà d'ocupació femenina va augmentar la seva quota des del 2013, quan l'enquesta indicava només un 43% de dones treballadores en el sector. L'equilibri de gèneres en el sector a Espanya el 2016 va coincidir amb les mitjanes globals per a les subhastes de segon grau (en un 54%) i va ser superior a la suma de la població activa espanyola.

Hi ha un perfil d'edat més gran, de mitjana, en el sector de les subhastes a Espanya que en el sector de les galeries, amb només un 29% de treballadors amb edats entre els 15 i els 39 anys i la majoria en el grup de mitjana d'edat, dels 40 als 64 anys. El perfil de gèneres dins d'aquests segments d'edat també varien considerablement: en el segment d'edat més jove, entre els 15 i els 39 anys, l'ocupació femenina predomina, amb un 78%, mentre que baixa a només el 40% en el segment d'edat més gran, de 40 a 64 anys. El desglossament en el segment de més de 65 anys està equilibrat pel que fa al gènere.

Igual que el de les galeries, els treballadors del sector de les subhastes a Espanya tenen un nivell alt de formació acadèmica, amb un 59% de títols superiors, un 2% superior a la mitjana global per a les cases de segon grau, i novament, considerablement superior a la mitjana de la població activa a Espanya en conjunt.

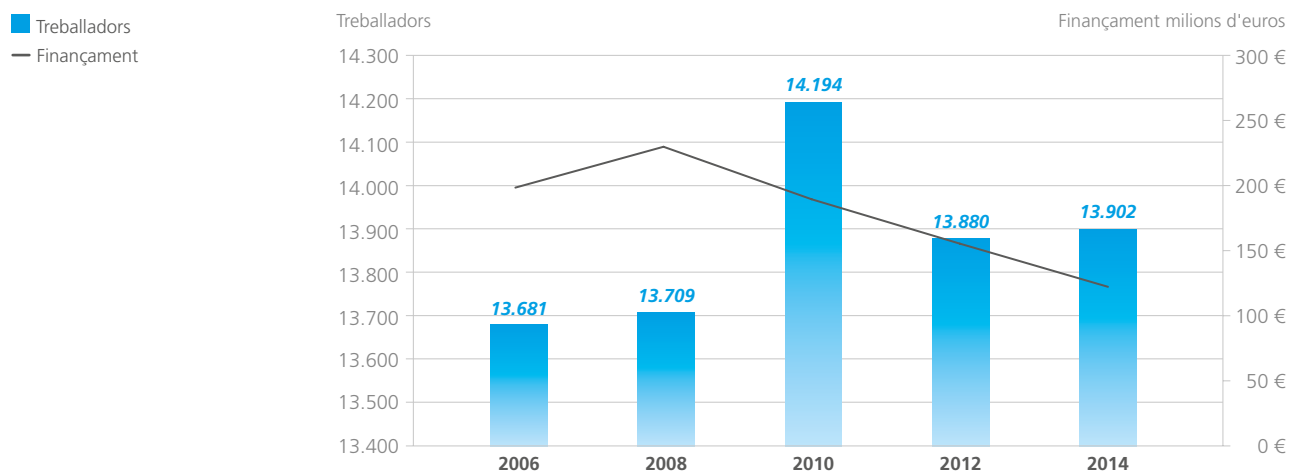
Gràfic 5.3**Perfil d'edat d'ocupació en el sector de les subhastes**

Font: © Arts Economics (2017)

ALTRES OCUPACIONS CULTURALS

Encara que aquest informe se centra en el mercat de l'art (i en l'ocupació generada per galeries i cases de subhastes), hi ha altres fonts clau d'ocupació que genera aquest mercat. Les fires d'art donen feina a, com a mínim, 600 persones en funcions administratives, de suport i executives, a més de treballadors temporals per a esdeveniments. El sector dels museus a Espanya també és una font important d'ocupació. Encara que les estadístiques d'ocupació pel sector dels museus només estan disponibles amb un retard de dos anys, segons les últimes estadístiques publicades pel Ministeri d'Educació, Cultura i Esport, que corresponen a principis del 2015, hi havia unes 13.902 persones treballant en museus a Espanya, una xifra lleugerament superior a les 13.880 notificades del 2013, que va representar un augment de més 190 llocs de treball des del 2008. Aquest augment de l'ocupació va succeir malgrat un descens en el nombre de museus: n'hi havia 1.522 a Espanya a principis del 2015 (un 70% dels quals eren institucions públiques), en comparació amb els 1.529 notificats el 2013 (i amb els 1.560 del 2008). Aquest augment de llocs de treball també ha succeït malgrat una disminució consistent dels fons públics per al finançament dels museus: els subsidis governamentals es van reduir en un 49% del 2008 al 2014. Encara que hi va haver un augment del 8% el 2015, el finançament continua baix, en un 45% menys respecte del 2008.

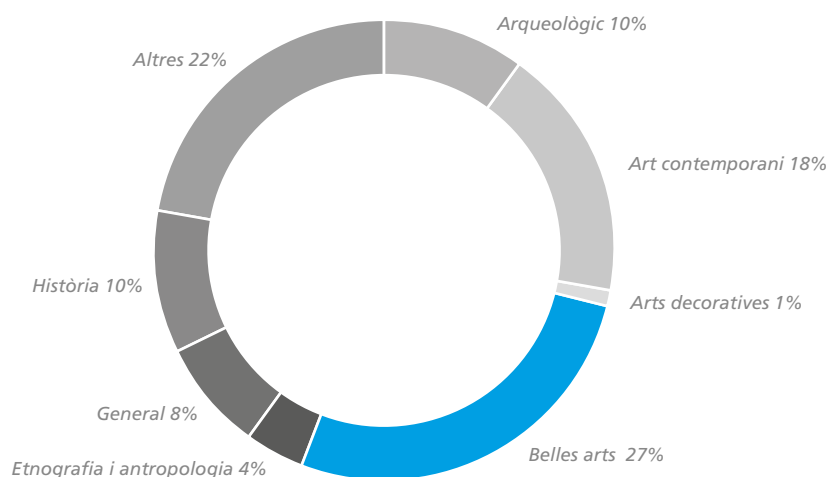
S'estima que poc menys de la meitat (un 48%) dels empleats del sector dels museus treballen en museus d'art, aproximadament 6.675 persones.

Gràfic 5.4**Nombre de treballadors i finançament governamental del sector dels museus a Espanya**

Font: © Arts Economics (2017) amb dades del Ministeri d'Educació, Cultura i Esport

Els museus no només creen ocupació en el sector cultural a Espanya (i són compradors importants en el mercat de l'art), sinó que també tenen un impacte econòmic enorme pel que fa al nombre de visitants que atreuen com una part vital del turisme cultural d'Espanya. Les estadístiques publicades més recentment pel Ministeri d'Educació, Cultura i Esport estimen que hi va haver 58,5 milions de visitants a museus el 2014 i la majoria (el 57%) van assistir específicament a museus d'art (és a dir, als que tenen col·leccions d'obres de belles arts, arts decoratives, art contemporani i arqueologia). Es pot calcular que el 2016 hi va haver prop de 32 milions de visitants a museus d'art a Espanya, un augment d'un 34% en les xifres dels 10 anys posteriors al 2006.⁴

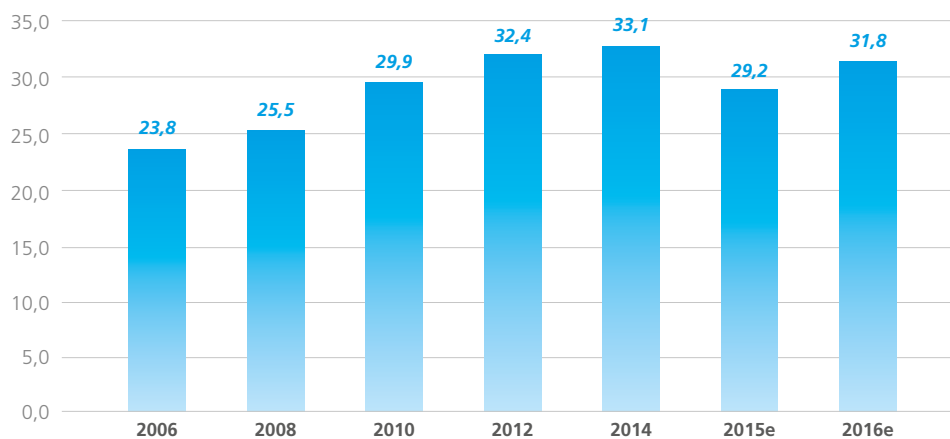
4. Les xifres estimades es basen en els canvis en el nombre real de visitants declarats als 15 principals museus estatals de 2014 a 2016.

Gràfic 5.5**Visitants a museus a Espanya****a. Quota del total de visitants segons el tipus de museu**

Font: © Arts Economics (2017) amb dades del Ministeri d'Educació, Cultura i Esport

b. Nombre de visitants a museus d'art a Espanya

Milions de visitants



Font: © Arts Economics (2017) amb dades del Ministeri d'Educació, Cultura i Esport

El mercat de l'art també dona suport directament a artistes, mitjançant la venda de les seves obres i la gestió de les seves carreres. Encara que el col·lectiu d'artistes estigui mal mesurat en dades censals, el nombre d'artistes a Espanya que treballen exclusivament o parcialment com a artistes professionals s'estima de manera conservadora en uns 27.500 (d'un total de 64.000 en la categoria general d'artistes creatius i interpretatius el 2016). El nombre d'artistes a Espanya ha tendit a augmentar amb el temps, malgrat les pobres expectatives i uns mercats on el guanyador s'ho queda tot, com ja s'han descrit en el Capítol 3. El nombre de titulats universitaris, amb estudis superiors d'art, creix ràpidament, amb un nombre d'estudiants que han finalitzat els estudis d'art i disseny que supera el doble del període entre el 2008 i el 2015

(de 5.425 a 11.150). Encara que pot ser que molts d'aquests estudiants puguin fer carreres alternatives, com a mínim alguns continuaran fins convertir-se en artistes, i això indica una àrea de creixement substancial en l'ocupació, tot i els beneficis econòmics incerts.

Els valors estimats pels artistes i aquells treballadors en el sector dels museus d'art afegixen potencialment uns 34.775 llocs de treball més a l'economia en indústries relacionades amb i que depenen del mercat de l'art.

IMPACTE EN SERVEIS SECUNDARIS

A més dels llocs de treball generats directament en galeries i cases de subhastes a Espanya, el mercat de l'art també genera ingressos substancials i ocupació en una varietat de serveis secundaris i d'assistència. Molts d'aquests llocs de treball són en nínxols industrials altament qualificats i especialitzats i que no existirien sense el comerç d'art.

El 2016, s'estima que el comerç d'art a Espanya va gastar 205 milions d'euros en una varietat de serveis secundaris, fins gairebé el 33% d'augment en cinc anys. L'àrea més gran de la despesa, malgrat que només la comptabilitzen les galeries, va ser en les fires d'art, amb un volum estimat en prop de 72 milions d'euros en total. Les despeses en fires d'art van augmentar prop del 80% en xifres notificades el 2011, amb una quota del desemborsament secundari total que va augmentar un 9% en aquest període de cinc anys. És interessant tenir en compte que, tot i això, els beneficis generats per galeria en les fires d'art, en total, han estat relativament estables, augmentant lleugerament en el període (al voltant d'un 2%). El 2011, els costos per participar en fires d'art estaven just per sota dels 40 milions d'euros, amb vendes generades estimades just per sota dels 70 milions d'euros. El 2016, segons les mitjanes indicades en l'enquesta, les vendes en fires van augmentar fins als 127 milions d'euros, però hi va haver un augment dels costos, de manera que els ingressos imputats van augmentar només un 2% (del 75% al 77%). És important tenir en compte que, tot i això, les vendes i els costos en les fires d'art no es distribueixen de forma equitativa entre les galeries, i els valors estimats basats en les mitjanes només poden mostrar la tendència general. Algunes empreses poden haver obtingut pocs ingressos en les seves inversions en fires i, a d'altres, en canvi, els pot haver anat molt bé, indubtablement.⁵ Allò que es mostra globalment és que, mentre que les vendes en fires d'art han augmentat, els beneficis per a les galeries han significat un augment important dels costos per a les seves empreses.

Els costos d'embalatge i expedició també han augmentat significativament en cinc anys i han estat el segon element principal dels desemborsaments secundaris, cosa que reflecteix, en part, l'augment en el focus d'atenció internacional de moltes vendes (i subhastes) de galeries en els últims anys. És interessant tenir en compte també que la publicitat i el màrqueting han mostrat una de les disminucions més grans en el període, amb una baixada en la quota de desemborsaments secundaris totals del 14% i, en valor, del 42%. Aquesta disminució de les despeses va coincidir en una magnitud idèntica amb un increment de les despeses en TI (incloent-hi el desemborsament per a TI interna, pàgines web i plataformes de tercers). Això pot indicar que les empreses de comerç d'art estan millorant la seva presència *on-line* i les

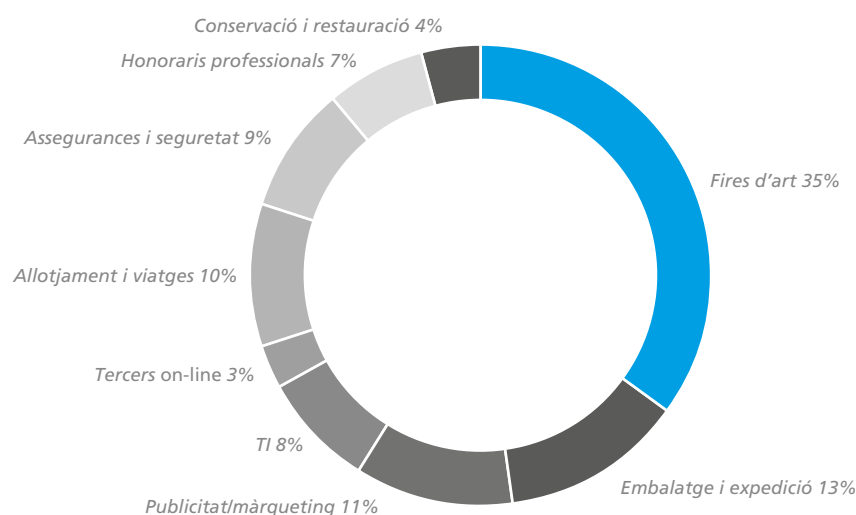
5. Les vendes en el mercat de l'art a Espanya també s'estimen d'una forma molt conservadora en aquest informe, cosa que pot fer subestimar les vendes en fires en contrast amb els seus costos i, per consegüent, els seus rendiments.

infraestructures per accedir als compradors més directament, en comptes de fer-ho a través de canals més indirectes i tradicionals de publicitat i màrqueting.

En total, els ingressos secundaris generats pel comerç d'art han ajudat a donar suport a més de 6.200 llocs de treball en aquests sectors el 2016, a més d'augmentar l'efecte del comerç d'art en l'economia.

Gràfic 5.6

Despeses realitzades pel comerç espanyol de l'art en serveis secundaris el 2016



Font: © Arts Economics (2017)

Taula 5.1

Despeses en serveis secundaris del comerç espanyol de l'art el 2016 en contrast amb el 2011

	2016 (M€)	2011 (M€)	Canvi 2011-16	Quota 2016	Quota 2011	Canvi en la quota
Publicitat/màrqueting	22,6 €	38,8 €	-42%	11%	25%	-14%
Fires d'art	71,8 €	39,9 €	80%	35%	26%	9%
Conservació i restauració	8,8 €	5,4 €	63%	4%	3%	1%
Assegurances i seguretat	17,7 €	12,5 €	42%	9%	8%	1%
Embalatge i expedició	25,6 €	15,0 €	71%	12%	10%	3%
Allotjament i viatges	20,2 €	13,4 €	51%	10%	9%	1%
Honoraris professionals	14,1 €	11,7 €	21%	7%	8%	-1%
TI	24,2 €	17,0 €	42%	12%	11%	1%
TOTAL	204,9 €	153,7 €	33%	100%	100%	0%

Font: © Arts Economics (2017)

CONTRIBUCIONS FISCALS

El comerç espanyol de l'art també contribueix de forma significativa a l'economia espanyola mitjançant les taxes i els impostos que es paguen al Govern sobre les vendes, els beneficis i el comerç. La taula 5.2 presenta una estimació conservadora del total d'ingressos fiscals generats per galeries i cases de subhastes el 2016. Les suposicions bàsiques utilitzades per estimar la contribució fiscal són:

1. Impostos de societats: la taxa estàndard de l'impost de societats a Espanya és del 20% (més baix que el 30% del 2013). S'aplica una taxa mitjana per beneficis del 20% per a les galeries i del 26% per a les cases de subhastes. Aplicar aquesta taxa tant a les subhastes com a les galeries genera uns 20,4 milions d'euros estimats en impostos de societats el 2016.
2. Impostos sobre la renda: si es fa servir el sou mitjà per als serveis a Espanya indicat a l'*Eurostat Structure of Earnings Survey* (o *Enquesta d'Eurostat sobre l'estructura dels salaris*) i s'aplica l'escala progressiva de l'impost sobre la renda a Espanya aplicable a aquest sou el 2016 (del 0% al 30%) s'obté una xifra estimada total dels impostos sobre la renda i de les contribucions per part del comerç d'art de 112,5 milions d'euros.
3. IVA sobre les vendes: això suposa que totes les cases de subhastes i prop del 50% de les galeries utilitzen el règim de marges per a l'IVA (en què es paga la taxa total sobre el marge).⁶ Suposant que totes les empreses registren l'IVA, també poden reclamar al Govern la devolució de l'IVA de les compres. Per oferir un valor estimat més fiable, l'IVA net per al Govern haurien de ser els rebuts amb IVA brut menys l'IVA reemborsable. L'IVA sobre les vendes que rep el Govern és prop del 60% de l'import degut basat en les xifres de vendes totals. Per representar l'IVA reemborsat, el total d'IVA utilitzat és del 60% dels rebuts bruts sobre les vendes del comerç d'art o 31,2 milions d'euros.
4. IVA sobre les importacions: s'aplicava l'IVA sobre les importacions en les importacions extracomunitàries en la taxa del 10% aplicable el 2016, que dona un total de 6 milions d'euros.
5. Impostos sobre les exportacions: com a valor estimat aproximat dels impostos sobre les exportacions pagats, es va aplicar la taxa mitjana de l'impost vençut en una obra apta de 100.000 euros, exportada d'Espanya a una destinació extracomunitària (el 16%), a totes les exportacions d'antiguitats de més de 100 anys, i el 30%, a les exportacions de pintures i escultures, que aporta una contribució de 3,1 milions d'euros d'impostos.

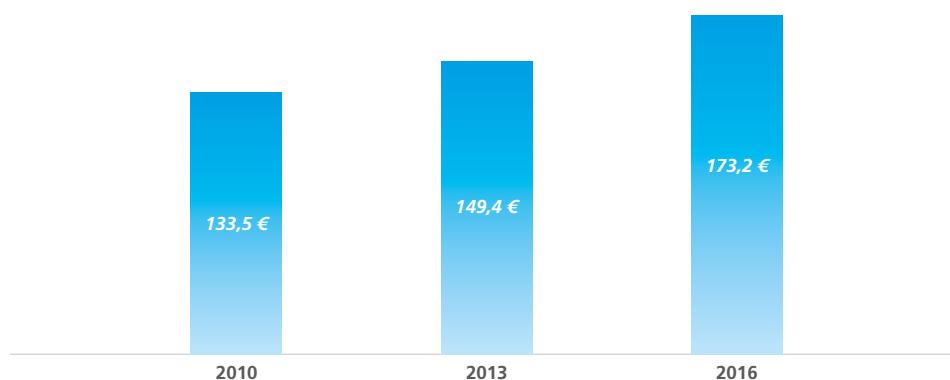
La contribució fiscal total, a partir d'aquestes suposicions, per part del comerç d'art espanyol el 2016, per tant, va resultar un valor d'estimació conservadora d'uns 173,2 milions d'euros. Tot i que les suposicions i els índexs de taxació han amb els anys, la contribució fiscal estimada del comerç d'art ha mostrat un augment sostingut i consistent en els últims anys, amb un augment del valor del 16% des del 2013 i del 30% des del 2010.

6. El 2013, s'assumia que només un 20% de les galeries utilitzava el règim. Si s'utilitzava aquesta mateixa suposició, la contribució total de l'IVA net hauria de ser superior als 35,3 milions d'euros.

Taula 5.2**Contribució fiscal del comerç espanyol de l'art el 2016**

Impost	M€
Imposts de societats	20,4 €
Imposts sobre la renda	112,5 €
IVA net	31,2 €
IVA sobre les importacions	6,0 €
Imposts sobre les exportacions	3,1 €
Contribució total	173,2 €

Font: © Arts Economics (2017)

Gràfic 5.7**Estimació de la contribució fiscal del comerç espanyol de l'art del 2010 al 2016**

Font: © Arts Economics (2017)

La contribució fiscal resumida anteriorment no inclou les empreses secundàries i d'assistència que fa servir el comerç d'art. En incloure aquestes empreses, es poden afegir una recaptació addicional d'uns 105 milions d'euros més en l'IVA de societats, impost sobre la renda i IVA net sobre les vendes.

A més de la creació d'ocupació, els serveis secundaris i la contribució fiscal, del comerç, el mercat espanyol de l'art també fa, indirectament, una important contribució econòmica, afegint atractiu i importància cultural i històrica d'Espanya per als visitants. El turisme cultural és un dels sectors de creixement més ràpid del mercat mundial del turisme i l'art. La cultura i les indústries creatives es fan servir cada vegada més per promoure i diferenciar les destinacions per als turistes culturals.

L'Institut Nacional d'Estadística d'Espanya informa que hi va haver 75,4 milions de turistes a Espanya el 2016, un 85% dels quals viatjaven per plaer o de vacances. Es calcula que aquests turistes van gastar 77.400 milions d'euros, i la major part d'aquesta despesa (84%) provenia dels turistes que feien vacances.

El Ministeri d'Educació, Cultura i Esports informa que l'any anterior, el 2015, el 39% de la població espanyola havia visitat un museu, exposició o galeria d'art en l'últim any. S'estima que

el 18% dels viatges realitzats pels residents a Espanya el 2015 amb motius d'oci, esbarjo o vacances van iniciar-se principalment per raons culturals o motivacions basades en les arts (14,3 milions de viatges) als quals s'hauria de sumar una xifra estimada de 7,2 milions de turistes internacionals que van visitar Espanya principalment per raons culturals (més del 12% del nombre total de viatges de turistes internacionals per motius d'oci, esbarjo o vacances, o més del 10% de tot el turisme internacional). Es calcula les despeses de viatge a Espanya per a aquests turistes culturalment motivats en prop de 7.000 milions d'euros, mentre que per als turistes internacionals supera els 8.000 milions d'euros.

Tanmateix, és probable que aquests càlculs subestimïn la influència de la cultura en el turisme, ja que un percentatge molt més gran de turistes té motivacions culturals a més d'altres. Altres estudis suggereixen que el turisme cultural representa fins a un 40% de les visites i s'observa que els turistes culturals gasten de manera habitual molt més que els motivats per l'esport, pel turisme de sol i altres atractius.

La contribució directa del sector dels viatges i el turisme al PIB d'Espanya el 2016 era de 57.100 milions d'euros, el 5,1% del PIB total, i s'espera que continuï augmentant en almenys un 3,5% el 2017. La contribució total del sector, inclosos els efectes indirectes i induïts, és l'enorme xifra de 158.900 milions d'euros, el 14,2% del PIB del 2016. Aquesta indústria va generar 862.000 llocs de treball (el 4,7% del total de l'ocupació) de manera directa i 1.016.000 llocs de treball de manera indirecta (el 5,2% del total de l'ocupació) el 2016; s'espera que totes dues xifres augmentin un 3% el 2017.⁷

El 2016, el nombre de pernoctacions realitzades en allotjaments turístics a la UE va superar els 2.800 milions, un augment del 2% respecte al 2015, amb Espanya al capdavant, amb el nombre més gran de nits de tots els Estats membres (454 milions de nits, un 8% més en comparació amb 2015, 294 milions de les quals eren de no residents).⁸

Per tant, el turisme és un sector líder a Espanya i un dels factors clau per al creixement i l'ocupació en l'economia. La importància del mercat de l'art i de les institucions de la tota infraestructura artística en el manteniment d'un turisme internacional i nacional d'alt valor està ben documentada i és una part important de la seva contribució econòmica.

CONCLUSIONS

Malgrat que l'economia espanyola va créixer entre 2014 i 2016, la desocupació continua sent un problema crònic que dificulta una recuperació més completa. No obstant això, la indústria cultural ha estat de les més pròsperes i prometedores pel que fa a la creació d'ocupació. La indústria de l'entreteniment, l'art i l'oci ha experimentat un dels creixements més elevats a Espanya i és, sens dubte, una de les que creix més ràpid. En el període comprès des de l'inici de 2008 fins a finals de 2016, l'ocupació total de la població activa a Espanya es va reduir un 10%, mentre que els llocs de treball del sector de la construcció van caure un 60% i els de la indústria un 25%. En canvi, els llocs de treball dels sectors creatius i culturals van augmentar un 26% en el mateix període. Tot i que encara representen una petita part de la població activa total

7. WTTC (2017) *Travel and Tourism Economic Impact Spain 2017 (Impacte econòmic del turisme i els viatges a Espanya 2017)*. De wtcc.org.

8. Comunicat de premsa d'Eurostat: *Tourism in the EU (Turisme a la UE)*. Gener de 2017.

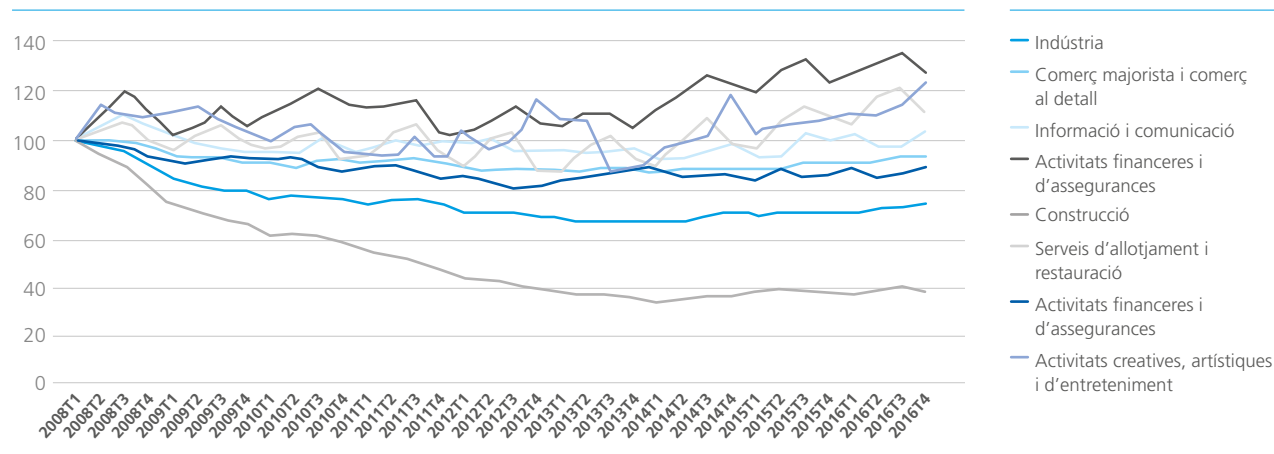
(només un 2% el 2016), aquesta quota es va duplicar en aquest període davant les disminucions substancials en el percentatge d'ocupació dels sectors de la indústria i la construcció.

La quota d'ocupació d'Espanya en el total de la UE es va reduir un 1% de 2008 a 2016 (al 8%), amb els descensos més grans de nou en la construcció i la indústria. La participació de les arts, l'entreteniment i l'oci, d'altra banda, ha avançat un 1%, i Espanya només representa menys del 10% del total de llocs de treball en la classificació més àmplia d'aquestes indústries culturals d'Europa.

Una característica important del mercat de l'art en el context de la creació d'ocupació i el creixement econòmic és que a més de les vendes i l'ocupació que genera directament en l'economia, també ofereix ocupació en una àmplia gamma de sectors auxiliars d'alt valor, a més de generar un impacte positiu més ampli en sectors clau com el turisme, que continua sent un contribuent molt gran a l'economia espanyola. Els sectors relacionats amb el turisme, com ara els serveis d'allotjament i de restauració, van ser dels pocs sectors a Espanya amb una trajectòria positiva en els darrers anys, amb un creixement del 12% en el període comprès entre començament de 2008 fins a final de 2016.

Gràfic 5.8

Creixement en nombre d'empleats per indústria a Espanya (Base = 100 = 2008, 1T)



Font: © Arts Economics (2017) amb dades d'Eurostat

Després de ser una de les més afectades per la crisi financera mundial i la més lenta a recuperar-se, l'economia espanyola va experimentar un gir entre 2014 i 2016. El 2016 l'economia va créixer un 3,2%, fet que la va convertir en una de les de creixement més ràpida Europa, i va superar significativament la mitjana de la UE, així com les quotes de creixement de la majoria dels principals mercats d'art occidentals, com les dels Estats Units (1,6%), el Regne Unit (2,0%) i França (1,3%).

Aquesta recuperació ha estat en gran mesura liderada pels consumidors i va rebre l'ajuda de la creixent afluència de turistes, amb una estimació de 75 milions de visitants estrangers a Espanya el 2016, un augment del 10% respecte el 2015. Com s'ha comentat anteriorment, Espanya també té el nombre més alt de pernoctacions hoteleres de turistes a Europa i els ingressos nets més alts procedents de viatgers no residents.

Gràfic 5.9**Creixement del PIB (canvi de % anual)**

— Espanya
— G-7
— UE

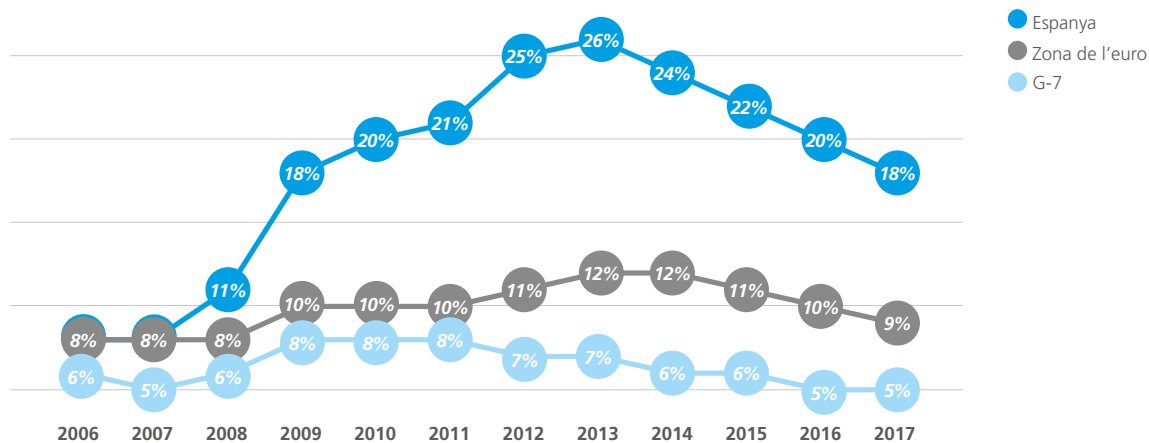


Font: © Arts Economics (2017) amb dades de l'FMI

Tanmateix, tot i aquests canvis positius i un retorn al creixement, l'economia encara es veu assetjada per diversos problemes greus. Si bé el creixement del PIB ha superat el d'altres estats membres en els últims tres anys, això és, en part, un reflex del punt fins al qual s'havia enfonsat. A més, s'espera que el creixement es desacceleri en els propers anys. Fins i tot, els nivells del 2016, encara eren molt per sota dels nivells previs a la recessió. Alguns dels fonaments econòmics clau del país, com ara la desocupació, la productivitat i el deute públic, encara són encara un llast important per al creixement i deixen l'economia molt vulnerable davant un altre possible xoc extern.

Una qüestió clau que roman en l'economia, com s'ha assenyalat, és l'elevadíssima taxa d'atur, que malgrat que és al nivell més baix des de l'any 2009, continua per sobre del 18% (en comparació amb el 8% de 2006). El deute públic també es va mantenir en el 99% del PIB d'Espanya el 2016, un descens de només un 1% des de 2014, quan superava el 100%, però molt per sobre del 39% del 2016.

Gràfic 5.10
Creixement de l'atur



Font: © Arts Economics (2017) amb dades de l'FMI

Aquestes dinàmiques de l'economia afecten tant els nivells i la distribució de la riquesa com el sentiment de les persones a Espanya i, per tant, els seus plans de compra i venda en el mercat de l'art i altres sectors. Si bé alguns indicadors econòmics han millorat, els efectes sobre la riquesa i com afectaran aquests canvis, si de manera positiva o no al mercat de l'art, no és gens clar. La riquesa global a Espanya ha augmentat un 7% entre 2006 i 2016, però la riquesa per adult ha disminuït en un 1% (en comparació amb un augment a Europa i al món del 28% i del 21% respectivament en el mateix període).⁹

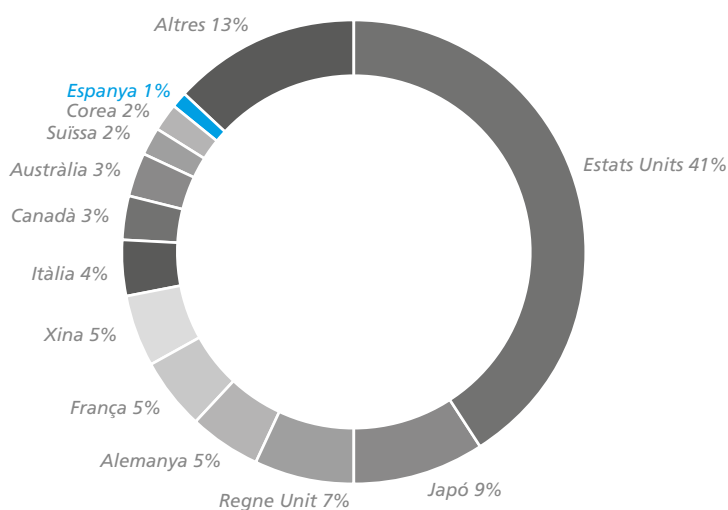
Les vendes i els preus de la zona superior del mercat de l'art són impulsats en gran mesura per la participació en el mercat de col·leccionistes de rendes altes. Encara que representen només una mica més de l'1% de la població, Espanya té un nombre important de milionaris, amb una xifra estimada de 386.000 el 2016; això ens fa la 12a regió del món en termes de població de milionaris, amb almenys 21 multimilionaris. El país té també una part important de població amb una riquesa que supera els 100.000 dòlars nord-americans, un 26% del total d'adults a Espanya l'any 2016. Tanmateix, malgrat la millora econòmica, el nombre de milionaris a Espanya es va reduir significativament des de 2014 fins a 2016 (d'un nombre estimat de 465.000 el 2014 i 25 multimilionaris). El nombre de persones amb una riquesa per sobre dels 100.000 dòlars nord-americans també va reduir-se un 16% i la quota sobre la població va disminuir sis punts percentuals (del 32% el 2014).

9. Les dades sobre la riquesa provenen dels *Global Wealth Databooks (Informes de riquesa global)* de Credit Suisse (diversos anys) que mesuren la riquesa a tot el món en dòlars nord-americans, i s'informa de les variacions interanuals mitjançant l'ús de tipus de canvi actuals. Val la pena assenyalar que si aquesta caiguda de la riquesa per adult es calculés en dòlars nord-americans al tipus de canvi actual seria més significativa, del 16% a Espanya. La riquesa total calculada amb el tipus de canvi actual també es va reduir un 10%, ja que les fluctuacions de la moneda respecte al dòlar tenen un efecte negatiu en el càlcul.

Aquestes dinàmiques, juntament amb un any polític difícil i incert a Espanya, van significar que els compradors espanyols al mercat de l'art es van mantenir cautelosos, i la recuperació del mercat, tot i que va ser positiva, era força lleu, fràgil i altament depenent de la demanda externa.

Gràfic 5.11

Quota de la població de milionaris del món el 2016



Font: © Arts Economics (2017) amb dades de Credit Suisse

El comerç de l'art, com molts altres, és cíclic, i les vendes reben la influència d'aquests esdeveniments econòmics i polítics externs i també dels seus efectes sobre les percepcions i el comportament dels compradors i els venedors. Aquests factors subjacents afecten la confiança dels consumidors i inversors, que al seu torn es filtra també en el rendiment de les vendes al mercat de l'art. Sembla que el 2017 serà un any estimulant per a l'economia espanyola, que encara s'haurà d'encarregar dels temes crítics del seu mercat laboral, del deute i del context fiscal i, alhora mantenir l'estabilitat econòmica a la vista de possibles canvis polítics i en les infraestructures físiques a Europa. Els canvis reguladors i fiscals que puguin sorgir d'alguns dels principals canvis en el panorama polític global a Europa el 2016 afectaran el mercat espanyol i les opcions que s'obrin en el futur tant als compradors d'art com als venedors. No obstant això, alguns d'aquests canvis, com l'impacte de la sortida del Regne Unit (el mercat més gran d'Europa) de la UE i les seves conseqüències a Espanya, si és el cas, només es faran evidents després d'uns períodes de temps més llargs.

En general, el mercat de l'art espanyol ha experimentat un rendiment prometedori en els últims tres anys. Les vendes van veure una recuperació moderada però positiva en el període de 2014 a 2016, amb un augment dels valors totals de gairebé un 20%. Aquest rendiment positiu va ser tant o més notable pel fet de produir-se en el context d'un mercat global en descens durant el període. Però, no obstant aquestes millores, el mercat no va arribar a assolir el nivell de vendes fetes durant els anys previs a la crisi i, quan es calcula en un interval de més de 10 anys, ha disminuït gairebé un 30% (en termes de dòlars nord-americans) davant de l'avanç d'un 4% de les vendes arreu del món. Aquesta disminució de les vendes va ser evident en diversos mercats

de la UE, amb un descens del 21% de les vendes totals a la regió en 10 anys; de nou Espanya, el mercat va tenir un comportament una mica millor que d'altres, com Alemanya, Itàlia i Bèlgica.

Mentre que les xifres totals es van incrementar, l'evidència anecdòtica i els estudis també mostren que el rendiment de les empreses individualment en el comerç de l'art a Espanya en els últims dos anys va ser una mica contradictori, i es va observar el desenvolupament d'una línia divisòria clara entre dels segments de valor de mercat. Com en el mercat global en general, algunes de les vendes més fàcils i d'un alt rendiment en els últims anys es van fer en el segment més elevat del mercat. En el sector dominant de les galeries d'art, els que tenen vendes superiors als 500.000 dòlars nord-americans anuals van notar avenços molt més grans que els que facturaven per sota d'aquest nivell.

Si bé l'anàlisi dels capítols anteriors demostra clarament el predomini de l'art contemporani en el mercat espanyol actualment, Espanya no té una llarga tradició de col·leccionistes en aquest sector, perquè aquesta cultura va començar a destacar a partir dels anys 80. Molts galeristes van considerar que un dels problemes clau en el mercat, que en limitava una recuperació més contundent, era una continuada falta d'una cultura de col·leccionistes sòlida en els segments mitjans i alts de riquesa, que s'ha agreujat per la mala situació financera dels darrers anys i que ha dificultat les vendes d'obres de preu mitjà i baix, que constitueixen el gruix de l'inventari de molts negocis. Per diferenciar el seu negoci i continuar sent solvents, alguns han optat per les obres de gran qualitat i de valor més alt, però han indicat que gran part de la demanda d'aquestes obres es troba fora d'Espanya i en els mercats d'exportació. Els galeristes consideren que això ha anat dividint encara més el mercat en un mercat local, amb preus més baixos, davant d'un mercat internacional de luxe i alts preus; moltes de les noves generacions de col·leccionistes amb un elevat patrimoni que emergeixen a Espanya concentren el seu interès en el segon segment, el del luxe.

Mentre que alguns galeristes consideraven que l'oferta era un problema subjacent a aquesta tendència, molts coincidien en el fet que alguns dels obstacles centrals eren la presentació, la comunicació i el màrqueting dels seus negocis, inferiors en comparació amb alguns dels seus homòlegs internacionals. Altres van afirmar que molts dels col·leccionistes espanyols habituals, fins i tot dels nivells més alts, encara no compraven activament en el mercat en comparació amb una dècada abans. A més, la millora del rendiment global es devia a una substitució de les vendes nacionals per vendes a col·leccionistes estrangers (que viuen a l'estranger i a Espanya) en lloc de produir-se una recuperació total de l'escena del col·leccionisme espanyol.

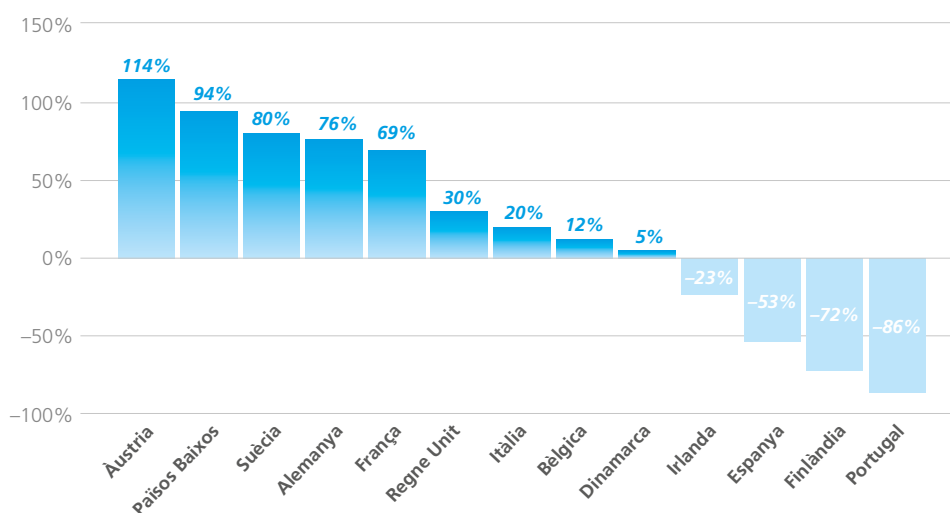
Hi havia la sensació entre molts galeristes que les vendes i els preus molt baixos en el sector de la subhasta també havien estat perjudicials per al mercat mitjà a Espanya i la conseqüència d'això va ser un context en què els compradors eren reticents a comprar per causa dels preus públics baixos o en disminució que havien observat, així com una reducció dels dipòsits procedents del comerç i d'altres cases de subhastes a causa d'aquests preus reduïts.

Una de les claus de l'èxit en els principals centres de mercat global de l'art ha estat facilitar un comerç de l'art transfronterer saludable. Les importacions d'Espanya van millorar constantment des de 2012 fins a 2016, gràcies a la disminució de l'IVA d'importació. No obstant això, les importacions d'art encara continuen a la meitat del nivell que tenien el 2007, amb una disminució notable de la demanda dels col·leccionistes espanyols, tant privats com públics, com a conseqüència de la crisi financera global. El 2006, Espanya va ser el quart importador d'art més

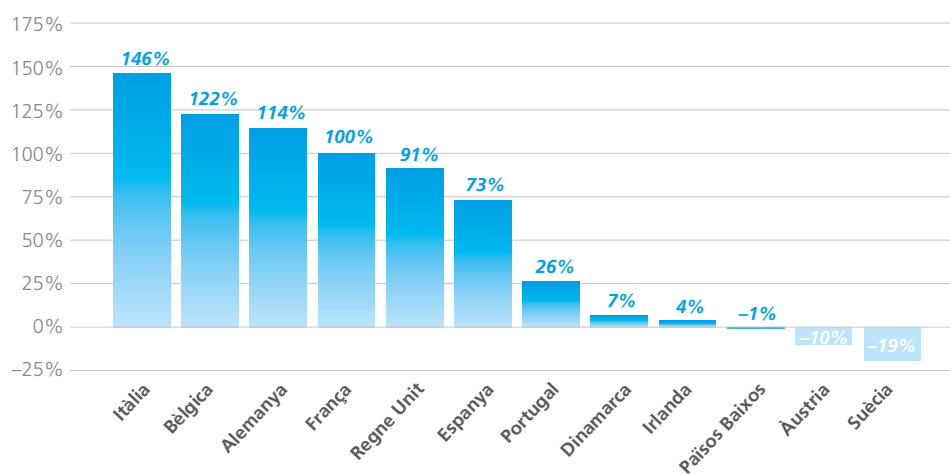
important de la UE, amb unes importacions que van superar els 170 milions d'euros, aproximadament la meitat de les de França. No obstant això, el 2016 havia caigut al novè lloc en les classificacions europees, amb unes importacions d'aproximadament la meitat del valor de les obres d'art de països com Àustria o els Països Baixos i menys del 15% de França (i el 3% del Regne Unit). Espanya era entre la minoria d'Estats membres que havien experimentat una disminució en les importacions d'art entre 2006 i 2016, amb un descens del 53% durant aquest període.

Malgrat una certa volatilitat, les exportacions van millorar una mica; van augmentar de valor durant deu anys i van elevar lleugerament la seva classificació des del vuitè exportador més gran d'Europa el 2006 al setè el 2016. En aquest període els valors d'exportació van avançar un 73%, i van superar significativament els mercats d'art de mida similar. Les pintures i les escultures representaven gairebé el 90% de les obres exportades fora d'Espanya el 2016, però les dades del comerç no permeten fer una anàlisi més profunda a escala sectorial. No obstant això, és molt probable que una gran part d'aquestes exportacions siguin del sector de l'art contemporani, ja que moltes galeries d'art contemporani han presentat informes de vendes internacionals actives gràcies a les fires i a altres canals internacionals. Les fires continuen essent un dels canals de negoci més optimistes per a moltes empreses del sector.

No obstant això, per als qui pertanyen als sectors més antics del mercat, la situació normativa a Espanya, pel que fa a les exportacions, continua sent complicada per a molts negocis. El restrictiu sistema de llicències d'exportació d'art a Espanya i l'addició d'impostos a l'exportació situa el mercat espanyol en clar desavantatge competitiu en comparació a d'altres mercats equivalents d'Europa i d'altres llocs. Tal com passa amb totes les normatives europees que plantegen reptes particulars, moltes vendes es desvien a través del Regne Unit, perquè és el país amb els impostos d'importació i sortida més baixos. Amb el *brexít*, aquestes oportunitats poden reduir-se i altres països d'Europa podrien prendre el relleu del Regne Unit. Una altra possibilitat és que el mercat espanyol esdevingui més intern en aquests sectors i, si és així, probablement perdria un valor considerable.

Gràfic 5.12**Variació en el valor de les importacions d'art de 2006 a 2016**

Font: © Arts Economics (2017) amb dades d'Eurostat

Gràfic 5.13**Variació en el valor de les exportacions d'art de 2006 a 2016**

Font: © Arts Economics (2017) amb dades d'Eurostat

Tot i les pujades i baixades de les vendes i el comerç en els darrers anys, un dels èxits més clars del mercat espanyol és que ha mantingut un creixement general positiu i constant de l'ocupació i de la despesa auxiliar. El mercat no només ha continuat sent una font important d'ocupació, capacitació i ingressos per ell mateix, sinó que també ha afegit un valor significatiu a través de molts enllaços indirectes i repercussions en l'economia espanyola.

Encara que el nivell d'ocupació en el sector és relativament petit en comparació amb les grans indústries d'Espanya, aquest sector implica un nivell molt alt d'intensitat de coneixement. El sector també contribueix a l'equilibri favorable a l'ocupació femenina, una característica positiva actualment, tenint en compte que les dones han experimentat taxes d'atur més altes que els homes a Espanya (amb un marge superior al 3% més d'atur el 2016). L'ocupació juvenil també és una franja que preocupa especialment a Espanya, amb taxes d'atur en el grup d'edat entre 15 i 39 anys substancialment més altes que en altres grups d'edat.¹⁰ L'alta proporció de joves que treballen en el mercat de l'art en llocs d'alta qualitat i coneixements superiors és una contribució molt important d'aquest sector.

En altres paraules, malgrat que és un sector reduït, el mercat de l'art està a l'alçada dels grans pel que fa al seu impacte econòmic. Tot i això, molts actors del comerç de l'art creuen que el Govern continua ignorant força el mercat perquè no dona cap prioritat a les arts en general, i els esforços que fa en termes de suport solen anar dirigits al sector dels museus. La importància del sector de mercat primari d'Espanya queda clara en aquesta anàlisi, ja que representa més del 60% de les vendes del mercat i el gruix de l'ocupació, però, malgrat la seva importància en la promoció d'artistes espanyols i manteniment futur de l'herència cultural d'Espanya, molts creuen que és un dels sectors del mercat amb menys suport i menys reconeguts per l'Estat.

10. Les dades l'*European Labour Force Survey* (*Enquesta europea de població activa*) mostren que el 2016 la quota d'atur en el grup d'edat entre 15 i 39 anys era del 24% (davant d'una mitjana de la UE de l'11%), mentre que per al grup d'edat comprès entre els 40 i els 64 anys, era d'un 17%, i per als de més de 65 anys, només del 5%.

APÈNDIX: FONTS DE DADES

La informació presentada en aquest informe sobre el mercat espanyol de l'art prové de fonts primàries i secundàries. **Arts Economics** ha recopilat i analitzat totes les dades directament de galeries, cases de subhastes, col·leccionistes d'art i antiguitats, bases de dades de preus d'obres d'art, de dades financeres i econòmiques, com també d'experts del sector i altres actors implicats en el comerç de l'art i els seus serveis auxiliars.

Tal com s'ha assenyalat al text, totes les dades globals sobre el mercat de l'art utilitzades en aquest informe per establir comparacions provenen de les fonts següents:

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

Aquest informe està disponible a www.artbasel.com/theartmarket.

En aquest apèndix s'enumeren algunes de les fonts de dades principals. La llista no inclou totes les fonts que s'han fet servir ni tampoc proporciona una explicació detallada dels enfocaments metodològics aplicats. Podeu adreçar qualsevol consulta sobre les dades o la metodologia a la Dra. Clare McAndrew, clare@artseconomics.com.

I. DADES DE SUBHASTES

Les dades de subhastes utilitzades en aquest informe provenen de tres fonts principals:

a. Cases de subhastes

Arts Economics va recopilar dades sobre arts plàstiques i decoratives, així com sobre antiguitats, directament a partir dels resultats publicats per les cases de subhastes d'Espanya. Algunes cases de subhastes publiquen els resultats íntegres de cada subhasta, mentre que d'altres només publiquen resultats parcials o no en publiquen.

b. Enquesta a cases de subhastes

El 2016 es va dur a terme una enquesta *on-line* a les 45 cases de subhastes principals d'Espanya, i es va obtenir una taxa de resposta de poc més del 30% (tenint en compte només les enquestes completades íntegrament). Per complementar aquests resultats, es van fer entrevistes a experts d'algunes de les cases de subhastes més importants d'Espanya.

c. Collectrium

Collectrium (www.collectrium.com) ha estat la font principal de dades sobre subhastes d'obres de belles arts. La base de dades de Collectrium abraça 5.600 cases de subhastes i recopila anualment resultats sistemàtics de subhastes efectuades a 1.300 empreses de 53 països. La base de dades recull els resultats de vendes importants de les cases de subhastes de primer i segon nivell, i no en limita la inclusió per preu final o valor estimat. Per consegüent, abraça tota la gamma de preus i vendes. A banda de la seva base de dades de preus de subhastes, Collectrium és també una plataforma de gestió de col·leccions de belles arts i de peces de col·leccionistes de luxe com ara cotxes, rellotges, joieria i vi.

II. DADES SOBRE GALERIES

Per compilar dades sobre el sector de les galeries, Arts Economics va dur a terme una enquesta *on-line* anònima a un nombre aproximat de 650 galeries a Espanya. La taxa de resposta a l'enquesta va ser del 29%, percentatge que representa un augment de l'11% en comparació amb l'enquesta del 2013.

L'enquesta es va complementar amb entrevistes a galeristes d'Espanya de diferents sectors, dutes a terme en els cinc primers mesos del 2017, amb l'objectiu d'obtenir una visió valuosa i exhaustiva del mercat de l'art.

II. DADES SOBRE EXPOSICIONS

Artfacts.net

Les dades sobre les exposicions les va proporcionar Artfacts.net. La base de dades d'Artfacts conté més de 37 milions d'entrades de dades sobre exposicions fetes en 192 països: aplega informació de 750.000 exposicions i més de 30.000 galeries, museus i fires d'art, i ofereix un registre acreditat d'historials d'exposicions.

ArtFacts fa el seguiment de més de 500.000 artistes contemporanis mitjançant l'assignació a cadascun d'una classificació calculada amb algorismes, derivada d'un conjunt de criteris quantificats, com ara els de representació de galeries, institucions col·leccionistes, tipus d'institució i abast internacional. El procés de classificació fa servir criteris que atribueixen més pes a algunes exposicions que a d'altres segons un seguit de subconjunts de metadades. Aquest procés garanteix, per exemple, que, encara que, el nombre d'exposicions que fa un artista afecta el seu rànquing, només ho fa en proporció al total ponderat del conjunt de dades i el seu context relatiu dins del sistema de classificació d'ArtFacts. Aproximadament, això significa que un artista podria tenir 100 exposicions ponderades cadascuna en 1 punt o bé 1 exposició ponderada en 100 punts, i assoliria un rànquing semblant que canviaria només un $\pm 1\%$. Així, la classificació d'ArtFacts representa tant la *qualitat* com la *influència* d'un artista.

III. DADES COMERCIALS

Les dades sobre exportacions i importacions es van extreure de la base de dades de comerç internacional de l'Eurostat. Aquesta base de dades registra aquest tipus de comerç sota l'epígraf de "comerç especial", d'acord amb la pràctica acceptada per la majoria de bases de dades de comerç internacional. En aquest sistema, les importacions inclouen totes les mercaderies que entren a Espanya —és a dir, que no tenen impostos de duana per a ús nacional— i les exportacions inclouen totes les mercaderies que surten de la zona de lliure circulació del país recaptador. Tanmateix, segons la seva definició estricta, no s'hi registren les mercaderies importades per al processament interior (i reexportació) ni les mercaderies que entren o surten d'un dipòsit duaner o una altra zona franca, ja que no se'ls hauria retirat l'impost de duana per a l'ús nacional. Si bé aquest sistema és el més precís per comparar els valors de les importacions i les exportacions entre nacions, també infravalora la quantitat d'art que circula pel món.

D'altra banda, les estadístiques de "comerç general" inclouen totes les mercaderies que entren o surten d'Espanya, també les que s'importen a una zona lliure o un dipòsit duaner, independentment de si estan destinades a l'ús nacional o a la reexportació.

Aquestes dades inclourien les importacions i les exportacions temporals per a la venda i la circulació d'obres d'art que entren i surten del país cap a fires d'art i per a préstecs, exposicions i altres finalitats. Si s'hi inclou la circulació transfronterera d'art fora d'Espanya, la Junta de Qualificació, Valoració i Exportació de Béns del Patrimoni Històric Espanyol va estimar que el 2016 es va exportar un volum de 19.641 obres d'art per valor de gairebé 4.000 milions d'euros. Tanmateix, el 80% del valor d'aquestes obres exportades representava les exportacions d'obres temporals a institucions estrangeres per a fins d'exposició o préstec (que després tornarien a Espanya). El valor de les obres exportades es va reduir lleugerament el 2015, malgrat que el nombre d'obres va augmentar considerablement. Si bé el 2013 el valor d'aquestes obres va créixer fins a gairebé un 46%, tot seguit va baixar durant tres anys consecutius. A continuació s'ofereix un resum del valor de les obres exportades, que inclou els moviments temporals:

Taula A1.

Valor i nombre d'obres exportades des d'Espanya (venda o exposició) 2012 - 2016

Any	Valor (M€)	Nombre d'obres
2012	3.373,8 €	16.209
2013	2.739,1 €	14.277
2014	4.501,7 €	14.017
2015	4.264,8 €	17.043
2016	3.998,9 €	19.641

Font: © Arts Economics (2017) amb dades de la Junta de Qualificació, Valoració i Exportació de Béns del Patrimoni Històric Espanyol

V. FONTS SECUNDÀRIES

Per a l'elaboració de l'informe s'han utilitzat una varietat de fonts secundàries (citades a l'informe). Algunes fonts clau utilitzades per a les dades de l'informe són, entre d'altres:

- Marta Pérez Ibáñez i Isidro López-Aparicio, *La actividad económica de los/las artistas en España* (2016). Per a més informació, consulteu el web d'Ecosistema del Arte, <https://www.ecosistemadelarte.com>
- *The IMF World Economic Outlook (Perspectives de l'economia mundial de l'FMI)* (base de dades)
- *Credit Suisse Global Wealth Databooks (Manual de dades sobre la riquesa mundial de Crédit Suisse)* (diversos anys)
- *Eurostat Labour Force Survey (Enquesta de població activa d'Eurostat)*
- Bases de dades estadístiques del Ministeri d'Educació, Cultura i Esport

Av. Diagonal, 621
08028 Barcelona



Fundació Bancària "la Caixa"