

NEGOCIO GLOBAL: EL MERCADO INTERNACIONAL DEL ARTE

Área de investigación: Negocios internacionales

Edgar Ortiz Arellano

Facultad de Contaduría y Administración
Universidad Nacional Autónoma de México
México
eoarellano@hotmail.com

Octubre 9, 10 y 11 de 2019

Ciudad Universitaria | Ciudad de México



NEGOCIO GLOBAL: EL MERCADO INTERNACIONAL DEL ARTE

Resumen

Los negocios globales comprenden diversos y múltiples mercados, pero en las últimas décadas de manera particular el mercado internacional del arte ha tenido un acelerado desarrollo tanto en el número de transacciones, como en el volumen de cifras billonarias que maneja anualmente consecuencia de la comercialización de obras de arte de todas las épocas, pero en especial las obras pictóricas de arte contemporáneo. Este hecho a nivel global ha provocado que nuevos actores con procesos complejos a nivel económico, financiero y comercial se incorporen en la lógica de creación de riqueza a gran escala, convirtiendo al arte en una oportunidad para invertir y transformar un bien de apreciación subjetiva, en una mercancía sumamente atractiva por el nivel de ganancias que obtiene.

Galeristas, casas de subastas, ferias internacionales y coleccionistas privados se han vuelto verdaderos agentes de negocios globales que manejan, operan y organizan un mercado internacional que nunca descansa y que se encuentra a la alza debido a las estrategias y alianzas que estos grupos de interés han implementado para aumentar de manera constante los precios y paradójicamente entre más se incrementa el valor de los objetos artísticos y la exclusividad para adquirirlos, más importantes y demandados son dichos bienes.

El objeto de esta ponencia es dilucidar sobre las condiciones actuales del mercado internacional del arte, sus actores y geografía en un mundo globalizado que busca nichos de oportunidad para realizar negocios con amplios márgenes de ganancia.

Palabras clave: mercado internacional del arte, casas subastadoras, galeristas, arte contemporáneo, negocios globales.

Introducción

El arte siempre ha sido un elemento de los más importantes a considerar en el devenir de las sociedades humanas, comenzando desde formas primitivas y religiosas hasta ser expresiones de índole político-social o simplemente con fines de mostrar la belleza que se puede alcanzar, así





como la capacidad técnica y artística hasta el punto de perfección, así de esta manera el arte y específicamente las obras donde se materializan las capacidades y talento del artista, es en el mundo de posguerra y hasta la fecha donde se ha vuelto uno de los objetos más codiciados actualmente, ya que esta es una mercancía contenedora de alto valor monetario, independientemente de su *valor estético*, pero que además transfiere estatus a sus poseedores, en este sentido como mercancía se podría decir que está regida por las leyes de la oferta y la demanda pero la realidad es que no es así, estas mercancías-objeto-arte, adquieren valor dependiendo en buena medida de quién las realizó, las comercializa y las compra.

En la actualidad hay un mercado internacional de arte que anualmente factura billones de dólares, una sola obra de arte puede valer cientos de millones, existe una estructura y andamiaje institucional que soporta a este mercado, que además es un fiel representante de los negocios globales, ya que opera en diversos países, las 24 horas del día, durante todo el año, utiliza las monedas de diversos países lo cual implica conocimientos especializados en transacciones comerciales internacionales, requiere también habilidades de carácter financiero para calcular e intentar predecir el valor futuro y el riesgo que implicará comprar una obra de arte que vale decenas de millones y en algunos años diez veces más o simplemente nada, es decir, el mercado internacional del arte requiere en América Latina un trabajo y estudio más minuciosos para conocer la veta de oportunidad que puede existir para la periferia global que cuenta con un gran capital cultural y artístico que puede ayudar a insertarse en los círculos internacionales del éxito económico, de ahí que el objeto de esta ponencia sea el dilucidar sobre las condiciones actuales del mercado internacional del arte, sus actores y geografía en un mundo globalizado que busca nichos de oportunidad para realizar negocios con amplios márgenes de ganancia.

Esta ponencia está dividida en tres apartados en el primero se discute la naturaleza de las obras de arte como mercancías de índole internacional, en segundo lugar, se hace una revisión de las condiciones actuales de los actores más importantes del mercado del arte internacional, aquí cabe aclarar que no se abordaron los aspectos inherentes al proceso creativo del artista, sino se puso énfasis en aquellos agentes intermediarios del arte que ayudan a la materialización del mercado del arte. En el tercer apartado se hace un breve análisis de las geografías del



mercado del arte, sus polos y espacios donde se comercia el arte, por último se presentan las conclusiones y propuestas.



El arte como mercancía internacional

La relación del arte con la economía internacional se basa en el principio de que las obras artísticas son una mercancía, la cual es un bien de consumo con características sui generis, como lo son la permanencia en el tiempo, su acumulación de valor conforme factores sociales y culturales, la transferencia de estatus y prestigio que otorga al poseedor de la obra de arte y especialmente son las pinturas las concentradoras de estas cualidades. John Picard Stein en su influyente ensayo *The Monetary Appreciation of Painting* (1977), señala que “De muchas maneras, las pinturas son un bien económico extraordinario. Son a la vez bienes de consumo duraderos y activos financieros” [traducción propia] (p. 1021). De ahí que en los tiempos actuales de globalización el mercado del arte vaya en aumento y que tome una mística que se basa en la capacidad del artista para posicionarse como marca que otorgue metapoderes al coleccionista que adquiere su obra:

Lo que caracteriza al artista en el mercado es su capacidad de “producir” esa mercancía excepcional que es la obra de arte. Esto lleva a que la fuerza de trabajo que se consigue reproducir como fuerza de trabajo artística es aquella cuyas obras de arte tienen un mercado, en el sentido de que la fuerza de trabajo artística es extremadamente dependiente del éxito social de su producción por lo que siempre va a necesitar de agentes externos o “gatekeepers” que contribuyan al mantenimiento de la capacidad mercantil, esto es, social, de la obra (Durán, 2011: p. 10).

El arte en sus representaciones materiales, como lo son la pintura, escultura, mobiliario antiguo, entre otros, en el siglo XXI tienen precios que superan las expectativas de por lo menos el siglo pasado “En concreto, a partir de la millonaria compra de “Los girasoles”, de Van Gogh, se produce el inicio de un alza de cotizaciones máximas que culmina en los años 1988 y 1989. Estos resultados alertaron a todo tipo de inversores, que encontraron en el mercado del arte unas atrayentes plusvalías” (De la Poza, 2008: p.18). El arte a partir del acelerado proceso de globalización en los últimos treinta años, vive momentos de auge extraordinarios, sus ventas como objetos inanimados que *adquieren poder*, como señala Marx en *El Capital*, sobre sus compradores se refleja en las cifras que presentan actualmente entre los que destacan los siguientes (véase tabla 1):



Condiciones y resultados del mercado internacional del arte en el año 2018 (Tabla 1)

Estados Unidos de América (EE.UU.), fue el mercado más grande del mundo y representó el 44% de las ventas por valor. El Reino Unido recuperó su posición como el segundo mercado de arte más grande (21%), mientras que China fue el tercero más grande, con un 19%.

Se estima que, en 2018, había 310,700 empresas operando en el mercado mundial de arte y antigüedades, que empleaban a cerca de 3 millones de personas, lo que se mantuvo relativamente estable en 2017.

El desglose por género de los puestos laborales en las casas de subasta de primer nivel fue de 65% femenino, un 3% más año a año, mientras que las empresas de segundo nivel tuvieron un mayor equilibrio de género, con un promedio de 52% de empleadas (un 2% más que en 2017). El 61% de las personas que trabajaban en el sector de distribuidores eran mujeres.

En 2018, el comercio global de arte gastó \$ 20,2 mil millones en una gama de servicios de apoyo externo directamente vinculados a sus negocios, un aumento del 3% año con año, lo que da soporte a 375,030 empleos adicionales.

La mayor área de gasto fue en ferias de arte, que alcanzaron los \$ 4,8 mil millones, un avance del 5% año con año y que representan el 24% del gasto total complementario. La segunda área, la más grande, fue la publicidad y el marketing, que totalizaron \$ 3,200 millones, un incremento anual del 12% después de dos años de disminución.

Las ventas a distribuidores (de arte) en 2018 alcanzaron un estimado de \$ 35.9 mil millones, un 7% más año con año.

Los coleccionistas de la generación del milenio fueron considerablemente más compradores de arte que otros: el 69% compró obras de arte y el 77% compró arte decorativo en el período de 2016 a 2018.

Si bien las galerías y las casas de subastas fueron los canales más utilizados para comprar, las ferias de arte fueron muy importantes en Asia, ya que entre el 92% y el 97% de los coleccionistas de Hong Kong y Singapur compraron en una feria de arte.

En 2018, las ventas globales en el mercado de arte y antigüedades en línea alcanzaron un estimado de \$ 6 mil millones, un 11% más año con año.

Los tres mercados de subastas más grandes (EE. UU., China y el Reino Unido) tuvieron una participación combinada del 88%, un aumento del 4% en 2017. EE. UU. fue el mercado de subastas más grande, con una participación del 40%, seguido de China (29%).

Las ventas de arte de posguerra y contemporáneo representaron la mitad del valor del mercado de subastas de obras de arte en 2018, alcanzando los \$ 7,2 mil millones, un aumento del 16% interanual, a pesar de una ligera disminución en el número de lotes vendidos (en un 5%).

Para aquellas galerías que trabajaban en el mercado primario, el 36% de los artistas que representaban en 2018 eran mujeres, y las ventas de la obra de artistas femeninas representaron un promedio del 32% de su facturación anual.

Fuente: McAndrew (2019, pp: 16-23). Elaboración y traducción propia.

Las obras de arte por su naturaleza abstracta, su condición de ser objeto fetiche que produce estatus en el poseedor, es una de las mercancías por excelencia del mundo globalizado, la subjetividad inherente a ella la hace objeto ideal para la especulación y por lo tanto la convierte en una mercancía perfecta para ser comercializada con rapidez y altas ganancias para todos los participantes del mercado del arte. “La



consideración del arte como un valor monetario, refugio del dinero en tiempos de inseguridad económica y el precio desorbitado que algunas de sus obras han llegado a alcanzar, hacen muy difícil que las llamadas obras artísticas puedan sustraerse del mercado” (Manterola, 2010: p. 171). El mercado del arte por lo tanto no se rige por las leyes de la oferta y la demanda, las cuales se mueven de manera constante, especialmente provocando alzas en los precios de toda la economía internacional del arte, las mercancías artísticas en el siglo XXI se han vuelto un mercado complejo donde el prestigio social de la obra, el éxito que alcance la obra con los críticos de arte (De Ugarte, 1997) y el capital cultural que tiene el comprador del arte juegan un papel relevante ya que eso determinará la búsqueda y adquisición de las obras de arte.

El mercado del arte actualmente se encuentra dominado por las obras de arte contemporáneo con respecto al de las épocas anteriores al de posguerra, esto es buena medida a la innovación conceptual, el uso sofisticado de las técnicas y materiales para la creación artística y el empuje de las estrategias mercadológicas que utilizan los galeristas y casas de subastas para promover a los nuevos artistas. “Así pues, este mercado está en continua renovación, ya que los artistas están vivos y trabajan constantemente.[...]. El mercado del arte contemporáneo se expande, al crecer la producción de los artistas día tras día” (Blanco, 2011: p. 3). También se debe considerar que en la actualidad “en el caso del arte contemporáneo, la información es asimétrica, por lo que, el sujeto del mundo del arte que participa en esta situación como oferente tiene un mayor conocimiento acerca de la naturaleza del producto y, por ende, ésta no es una situación de perfecta competencia y libertad real, como defiende el libre mercado” (Harillo, 2015: p. 162).

Actores del mercado de arte internacional

El mercado del arte, tiene varios protagonistas, o actores, el primero es el creador de los objetos que son considerados con valor artístico, es decir, el artista; en segundo término se encuentran los compradores y coleccionistas privados de arte que a partir de una serie de circunstancias y consideraciones participan en los procesos de compra-venta que se desarrollan en todo el mundo y de esta relación se desprenden el tercer grupo que son los patrocinadores o difusores de arte; un cuarto grupo son las casas de subastas que tienen un papel relevante en la alza de precios en los últimos doce años, además que a diferencia de las galerías, las casas subastadoras son muy pocas las de





presencia global los vendedores profesionales del arte, un quinto grupo son las ferias internacionales y un sexto que son los dueños de las galerías (que en muchas ocasiones roban el protagonismo a los artistas), que a partir de una serie de estrategias mercadológicas, prestigio adquirido con los años, apuestas exitosas a nuevas figuras, así como una red de relaciones públicas que les permite determinar el costo y aspiración de estatus social que puede tener una obra de arte han logrado de manera constante una mayor presencia, también se encuentran los museos sin embargo sus fines en la mayoría de los casos no son de índole comercial. Con base en ello podemos decir que estos seis grupos de actores componen el mercado internacional de arte (véase tabla 2), sin embargo, podríamos señalar actores secundarios que también participan como lo son los gobiernos (los cuales pueden participar también en el tercer grupo), los valuadores y los curadores de arte. Las autoridades gubernamentales tienen un papel de carácter regulatorio especialmente para fijar las bases de la posibilidad de que arte se puede comercializar, exportar y por otro las reglas propias de cualquier transacción comercial.



Actores del mercado de arte (Tabla 2)		
Nº	Grupo/Actor	Clave
A.1	Artistas	ARCR
A.2	Compradores/Coleccionistas	CMCL
A.3	Patrocinadores y difusores de arte	PADF
A.4	Casas de subastas	CASB
A.5	Ferias internacionales	FEIT
A.6	Galerías de arte privadas	GAPI
Fuente y elaboración propia		



Por las condiciones actuales del comercio y las finanzas internacionales, las facilidades que proveen las tecnologías de la información y la comunicación, el alto flujo de capitales que buscan territorios y espacios de inversión tanto especulativa como financiera, hacen que los actores del mercado de arte se vuelvan verdaderos agentes globales que pueden operar de manera simultánea en cualquier parte del globo especialmente los grupos A2, A.4 y A.6, que está conformado por los galeristas, vendedores independientes y subastadores de arte que se emplazan en los principales espacios financieros del mundo para operar el negocio del arte a partir de las estrategias de mercadotecnia y habilidades de negociación intercultural de carácter avanzado (ya que





la venta de arte y la fijación de precios es de índole sumamente subjetivo), esto implica conocer diversos ámbitos de acción y conocimientos como lo son “Economía: Análisis del riesgo; Negocios internacionales: Resolución de conflictos y diplomacia; Derecho Internacional: Contratos o tratados comerciales, públicos o privados; Administración: Estrategias y gestión” (Butrago, 2015: p. 119). También es importante mencionar a las ferias internacionales de arte que dan a conocer a los nuevos talentos y permite que los países emergentes presenten sus propuestas en cuanto a arte contemporáneo se refiere, estos espacios son sumamente importantes para conocer a las nuevas generaciones y normalmente estos eventos son promovidos por los grandes galeristas un ejemplo de ello es la Armony Show de Nueva York:

The Armony Show, la feria fundada en 1994 por los galeristas Colin de Land, Pat Hearn, Matthew Marks y Paul Morris (bajo el nombre de *Gramercy International Art Fair* ya que era celebrada en el *Gramercy Park Hotel*), conmemora este año su 25 aniversario. **En esta edición fue posible ver el creciente interés que el medio del arte tiene por dar voz a artistas mujeres y a artistas pertenecientes a minorías raciales** (particularmente afroamericanos y provenientes de regiones periféricas como África, Medio Oriente y, en menor medida, Latinoamérica) (Porrero, Marzo, 2019: párr. 2).

Otras de las ferias más influyentes y que es en los hechos una de las más importantes empresas que se dedican a difundir arte y brindar información de mercado a los diversos actores económicos y financieros es *Art Basel*, que cada año realiza su feria de arte en Basilea Suiza y por el número de galerías y artistas que reúne es una de las más influyentes:

Art Basel se celebra anualmente en junio en la tercera ciudad más grande de Suiza. Es una feria de los superlativos. En 2014 participaron 285 galerías de treinta y cuatro países, que presentaron a más de 4.000 artistas en un área de 30.000 metros cuadrados y atrajeron a 92.000 visitantes, incluidos importantes coleccionistas, representantes de 70 museos y numerosos artistas de todo el mundo. *The New York Times* caracterizó la feria como las "Olimpiadas del mundo del arte" (Schultheis, 2017: p. 70).

Las galerías de arte establecidas en los centros mundiales del poder económico, como lo son Nueva York, Londres, Hong Kong entre otras ciudades, permiten que las habilidades del galerista en un sistema de capitalismo de mercado acendrado, sea un factor determinante para la comercialización del arte, esto en buena medida se debe a que son ellos quienes manipulan (en menor medida) el precio y por lo tanto las leyes de oferta y demanda, es decir, en “ [...] el mercado del arte no existe un



nivel de equilibrio por lo que sus precios son considerados no-naturales en sentido clásico” (Unzueta, 2002: p.36). Los galeristas determinan el valor del arte precios en función de una serie de variables: “Las galerías fijan sus precios, en relación con el mercado, fundamentalmente comparando trayectorias: exposiciones individuales, colectivas, premios... todo suma” (Cabrera, 2011: p. 2).

Los galeristas dependen de su habilidad para encontrar por un lado nuevos talentos que a larga puedan cotizarse y ellos convertirse de alguna manera en sus descubridores, esto les da la oportunidad de ser quienes valoran en términos monetarios en cuanto vender las obras presentes de los artistas que presentan en sus exhibiciones y con esto tener las primicias de su trabajo y en esa lógica pueden tasar en cuánto valdrán dichos trabajos en el futuro y con esto deciden si apoyan o no a un artista. Por otra parte, buscan coleccionistas o potenciales compradores a quienes vender aquello que ellos promocionan a la usanza de mecenas, pero con un objetivo meramente mercantil, aquí dependerán de la capacidad para ubicar a dichos compradores y convencerlos de “invertir” en obras de arte, el estatus de las galerías, la capacidad producción de espectáculo por parte de esta y una estrategia de marketing (no de las obras de arte, sino del nombre de la galería) harán que se convierta en un negocio prospero o por el contrario en un espacio de segundo nivel para exposiciones ocasionales. De ahí que, a partir de lo antes mencionado, se pueda decir que es el galerista un distorsionador del mercado de arte, puesto que los precios no reflejan ni la capacidad de venta de los oferentes, ni la disposición de compra de los demandantes.

Entre las galerías más importantes que son verdaderas empresas globales está en primer lugar *Gagosian Gallery* que cuenta con 15 espacios de exhibición, la mayoría ubicados en Nueva York, este espacio fue fundado por Larry Gagosian y de iniciar originalmente en Los Ángeles, ahora cuenta con presencia en París, Roma, Ginebra, Venecia, Atenas, San Francisco y Londres (*Gagosian Gallery*, 2018), las galerías *Gagosian* no solo promueven y venden obras de arte¹, sino también

¹ Para muchos críticos de arte, el hecho de que Gagosian sea un acaparador de arte y una persona influyente tanto sobre la decisión de qué artistas tienen futuro y quienes no, es el hecho de que su forma de vender el arte a impulsado este mercado de manera por demás sobresaliente:

¿Es el imperio gagosiano como el Starbucks del arte contemporáneo? ¿Un intento megalómano por acaparar el mercado del arte? Puede parecer así, pero esta cadena de tiendas de delicias estéticas es una de las mejores cosas que le están sucediendo al arte en este momento. Gagosian es una fuerza para el bien. Esta empresa



impulsan carreras, prácticamente un artista que está en la égida de esta empresa es un hecho que gira hacia el estrellato en cuanto a ventas y reconocimientos, con ello aumentando el volumen del mercado del arte como parte de los mercados internacionales de comercio.

Otro grupo de galerías la mayoría asentadas en Nueva York, también se disputan un lugar del mercado internacional del arte. Entre ellas destacan: *Team Gallery* (Nueva York y Venice Beach); *The Hole* (Nueva York); *Gavin Brown's Enterprise* (Nueva York); *Salon 94* (Nueva York); *Hauser & Wirth* (Nueva York, Los Angeles, Zürich, Somerset) y *David Zwirner* (Nueva York, Londres y Hong Kong), (Complex, 2017).

Pero el gran agente internacional del arte es sin lugar a duda la casa de subastas: "Lo que desorbita los precios y hace que la gente se lleve las manos a la cabeza, son las subastas. No existe límite. Si hay alguien que quiere y puede permitirse tener una obra, podrá pujar por ella lo que se le antoje, puro capricho, estrategia, o inversión. Esto es lo que hace que una obra llegue a costar varios millones de euros" (Cabrera, 2011: p. 2). El crecimiento del negocio internacional del mercado de arte fue empujado por las casas subastadoras que en el año 2006 y 2007 aprovecharon el repunte de las obras de los grandes maestros, esta bonanza económica del arte es también producto del crecimiento económico que se vivió a nivel global:

El ascenso que las casas de subastas obtuvieron en sus rentabilidades durante los años 2006 y 2007, no tiene precedentes en la historia del mercado del arte. Los precios crecieron con una subida más destacable aún dentro de los principales sectores del mercado del arte; de hecho los precios en el 2006 tuvieron una revalorización anual de más del 25,4% (quedando tan sólo a un 5% del récord de precios marcado en 1990). Todo ello viene dado por los 810 lotes que se vendieron en más de un millón de dólares, generando en el total de ventas por subasta unos ingresos de 2,7 billones de dólares (en €) El total del público que acude a las subastas generó en 2006 un total de ingresos de 6,4 billones de dólares, lo cual representa el doble de la media de ingresos realizados entre 1999 y 2003, periodo en el que el incremento del 52% respecto al 2005 (Belmonte. 2008 p. 4).

En noviembre de 2017 se reportó que la obra de Leonardo Da Vinci *Salvatore Mundi*, alcanza la cifra de \$450, millones de dólares en la casa de subastas Christie's de Nueva York, (Artprice, 2019), este hecho

comercial rica y poderosa actúa como un genuino patrón de lo mejor en el arte del siglo XXI. Gagosian tiene estándares, y son impresionantemente altos. Si desea ver el arte más serio de hoy, es una buena apuesta que lo encontrará en su Gagosian local [traducción propia] (Jones, 2014).



histórico² marcó el resurgimiento de las obras de los antiguos Maestros [*Old Master*]³, esto es relevante porque desde principios del siglo XXI las preferencias de consumo de arte ya no serán las obras del Renacimiento o de la Modernidad, serán las obras de arte contemporáneo. Sin embargo, después de la cifra récord de la obra de Da Vinci, Christie's nuevamente el 1 de mayo presentó una serie de obras de maestros del Renacimiento y del Barroco temprano.

En 2018, el volumen anual de la subasta de Bellas Artes alcanzó los \$ 15.5 mil millones, un 4% más que en 2017, con el crecimiento impulsado principalmente por los mercados occidentales (+ 12%), y en particular por el mercado estadounidense, que registró el mejor total de su historia. en \$ 5.9 mil millones (+ 18%). El Reino Unido (+ 12%), Italia (+ 17%) y Japón (+ 31%) también contribuyeron al crecimiento, mientras que el mercado de arte secundario francés (-10%) careció claramente del tipo de obras que atraen grandes cantidades de dinero [traducción propia] (AMMA & ArtPrice.com, 2019: p.7).

El mercado internacional de arte como muchos de los negocios internacionales se encuentra concentrado en un número reducido de empresas, en este caso, además de los coleccionistas privados, museos y galerías internacionales, también hay unas cuantas casas subastadoras que acaparan el mercado (véase tabla 3), entre las que destacan Christie's y Sotheby's que casi conforman un oligopolio para la venta de obras de arte vía subastas, de hecho se puede hablar de un submercado, que incluso distorsiona los precios a la alza con el fin de obtener mayores ganancias: "De hecho, las casas de subastas de primer nivel tienen una alianza no oficial con los coleccionistas / compradores de primer nivel. Juntos, generan una especie de sub-mercado, en el que todo es "grande": grandes cantidades de dinero, grandes potencias y grandes nombres o marcas. Como cualquier mercado, este sub-mercado de "grandeza" opera sobre la base de prácticas e instituciones" (Milano, 2019: p. 5). La línea que siguen estas casas de subastas no es sólo vender una obra por su valor artístico, sino por lo que representa y puede representar para el comprador.



² La puja por la obra de Da Vinci sólo duró 20 minutos y comenzó en 70 millones: "Christie's llevaba varias semanas promocionando esta subasta y aseguraba que la obra tenía un valor superior a los 100 millones de dólares, aunque otros expertos elevaban la suma hasta los 200 millones" (Agencia, EFE: 2017: s/p).

³ Se considera obras de arte de los *Old Master* todas aquellas realizadas por artistas nacidos antes del año 1760.



Participación de mercado de las casas de subastas en 2018
(Tabla 3)

Rank	Casa Subastadora	Volumen de mercado (en dólares)	Lotes vendidos
1	Christie's	4,998,867,473	16,082
2	Sotheby's	3,932,490,788	13,307
3	Poly Group	654,304,640	8,000
4	Phillips	653,829,059	4,450
5	China Guardian	606,226,161	10,323
6	Council	328,964,829	2,656
7	Rongbao	246,871,078	6,895
8	Bonhams	171,110,342	7,531
9	Hangu	155,654,501	454
10	Xiling Yinshe	132,962,259	3,386
11	Holly	118,142,000	1,319
12	Canton Treasure	103,393,032	2,798
13	Seoul	09,041,918	477
14	Hanhai	80,175,039	5,366
15	Artcurial	79,944,407	3,159

Fuente y elaboración: The Art Market 2018 (2019: p. 7)

El total de ventas durante el 2018 de las quince casas de subastas más importantes del mundo sumaron un total de \$12,271,977,526.⁰⁰ (en dólares), y teniendo un total de 72,896 de lotes vendidos. El promedio de ventas de las quince casas de subastas es de \$818,131,835⁰⁰, aunque es importante señalar que la diferencia entre la casa que más vendió, que fue la de Christie's, con respecto a la que menos vendió que fue Artcurial es de \$4,918,923,066., esto habla de una concentración de mercado de carácter importante.

El arte contemporáneo por ejemplo en el mes de Junio de 2019, alcanza cifras millonarias en las casas de subastas, incluso superando a obras de arte de otras épocas, por ejemplo, la casa de subastas Sotheby's para su subasta a realizarse el 26 de Junio del año en curso presenta obras que tienen precios estimados por entre 3 y 6 millones de libras esterlinas como lo es la pintura *Shadow Head* de Jenny Saville; o entre 15 y 20 millones de libras esterlinas para la pintura *Self-Portrait* de Francis Bacon (Sotheby's, a2019), aunque el arte impresionista francés en los últimos meses se ha cotizado correctamente, nuevamente la misma casa de subastas para el día 19 de junio del año en curso, programó una subasta donde pone obras como *Nympheas* de Claude Monet en un precio



estimado entre 25 y 35 millones de libras; *Peinture (L'air)* del mismo pintor con un precio estimado entre 10 y 15 millones de libras esterlinas y *Jeune Homme Assis, Les Mains Crois* de Amedeo Modigliani con un precio entre 16 y 24 millones de libras esterlinas (Sotheby's, b2019), (artista que ha estado cotizándose muy alto en los últimos años). Esta casa de subastas fue fundada en 1744 y es una expresa de carácter internacional que cuenta con nueve sucursales esparcidas en tres continentes, las ciudades donde se asientan se caracterizan por centros internacionales del comercio global: Hong Kong, Ginebra, Milán, París, Zurich, Doha, Dubai, Nueva York y Londres; así como 65 representaciones en todo el mundo (Sotheby's, c2019).

Por otra parte, la casa de subastas Christie's en Londres reporta para su próxima subasta de arte impresionista del 18 de Junio obras como *Le Parc du Vautour* de René Magritte estimada entre 2.5 y 4 millones de libras esterlinas; *Le Collier D'ambre* de Henri Matisse, estimada entre 5 y 8 millones de libras esterlinas; y *Homme et Femme Nus* de Pablo Picasso con precio calculado entre 10 y 15 millones de libras esterlinas (Christie's, b2019). Cabe señalar que la subasta realizada en Christie's Nueva York el 13 de mayo de 2019 tuvo ventas totales por 399,041,000^{oo} dólares (Christie's, c2019) y de los 64 lotes vendidos, 6 lotes concentraron un total de 205,950,000^{oo}, es decir, una característica relevante del mercado internacional de arte es que ciertas obras de arte son tan importantes que concentran las ganancias ya que al momento de subastarlas sus precios se elevan considerablemente, hay artistas que por su peso histórico y prestigio se elevan por encima de la multitud de obras de arte que hay en el mercado internacional (véase tabla 4).

**Lotes con mayor valor subastados en mayo de 2018 en Christie's
(Tabla 4)**

Lote	Artista	Obra	Precio final (dólares)
15 A	Vincent Van Gogh	<i>Arbres dans le jardin de l'asil...</i>	40,000,000 ^{oo}
18 ^a	Paul Cézanne	<i>Bouilloire et fruits</i>	59,295,000 ^{oo}
25 ^a	Amedeo Modigliani	<i>Lunia Czechowska (à la robe noi...</i>	25,245,000 ^{oo}
31 ^a	Amedeo Modigliani	<i>Tête</i>	34,325,000 ^{oo}
35 ^a	Claude Monet	<i>Coin du bassin aux nymphéas</i>	21,840,000 ^{oo}
64 ^a	Pablo Picasso	<i>La Lettre (La Réponse)</i>	25,245,000 ^{oo}

Fuente: Christie's (c2019). Elaboración propia

Esta casa de subastas fue fundada en 1766 por James Christie, dicha organización describe su actividad de la siguiente manera:



Christie's ofrece alrededor de 350 subastas por año en más de 80 categorías, que incluyen todas las áreas de artes finas y decorativas, joyas, fotografías, objetos de colección, vino y más. Los precios van desde \$200 a más de \$100 millones [de dólares]. Christie's también tiene una larga y exitosa historia en la realización de ventas privadas para sus clientes en todas las categorías, con énfasis en arte de posguerra y contemporáneo, impresionismo y modernismo, antiguos maestros y joyería (Christie's, c2019: párr. 1).

Christies tiene diez sucursales de carácter global las cuales son Amsterdam, Dubai, Ginebra, Hong Kong, Londres, Milán, Nueva York, París, Shangai, Zurich, también cuenta con oficinas y representaciones en 46 países, la cual la convierte en una verdadera empresa global que puede comercializar arte en cualquier parte del mundo en los cinco continentes de manera simultánea, 24 horas sin interrupciones.

A todas luces, de los diversos actores que participan en la compra-venta del mercado del arte son las casas de subastas las que predominan e impulsan los precios a la alza, su capacidad técnica, los siglos de permanencia de algunas de ellas, el prestigio que garantiza que las piezas sea auténticas, así como su presencia en diversas partes del mundo hacen que sean los agentes predominantes del mercado, por otra parte, los galeristas y coleccionistas tienen un rol preponderante, pero sus opciones son más limitadas ya que a diferencia de las casas de subastas que en muchos casos son intermediarios sin arriesgar grandes sumas de dinero (salvo sus costos operativos), pueden tener control sobre piezas valiosas de arte, en cambio, los coleccionistas privados y las galerías apuestan sus recursos y buena parte del patrimonio al auspiciar o patrocinar artistas, además de que en el caso de los primeros a veces faltan conocimientos para autenticar obras de arte o calcular con certeza el precio futuro de una obra de arte. Los galeristas son agentes internacionales que pueden ayudar a construir carreras de artistas incluso tener exclusividad sobre la compraventa de las obras de sus artistas patrocinados pero el riesgo y apuesta que enfrentan en términos financieros también es grande. Las ferias son espacios donde se realiza la promoción del arte contemporáneo hoy y son influyentes en el sentido que son ese espacio donde el artista y su obra se realizan en el plano estético, pero, es en las galerías, las subastas y la compra directa o indirecta del coleccionista donde se concreta económicamente la obra de arte como mercancía.



Geografías del mercado del arte



El arte como mercancía global, circula por todos los países y continentes en una lucha por posicionarse en un precio mucho más alto al que originalmente se adquirió, David Harvey señalará que la cultura (en la cual está incluida el arte), como una forma de remanso también es absorbida por la lógica mercantil:

Existe, por consiguiente, la percepción de que la cultura ya no arrastra otras formas de actividad económica sino que se ha trasladado a la vanguardia, no como zona protegida de actividad económica, sin embargo, sino como campo de feroz competencia para la obtención de beneficio. La acumulación de nichos de mercado, de preferencias diversas y la promoción de estilos de vida nuevos y heterogéneos se producen dentro de la órbita de la acumulación de capital (2014: p. 142).

Con la caída del bloque soviético en 1988 y la expansión del capitalismo y sus consecuente economía del mercado, la fragmentación de los mercados y sus centros de transacciones son múltiples, a todas horas hay operaciones financieras y comerciales, en el caso del mercado del arte, este tiende a concentrarse cada vez más en unos cuantos países, en el que EE.UU., es el que lleva la primacía, con un 44 por ciento del mercado global de arte, le sigue Reino Unido con un 21 por ciento; China con un 19 por ciento y hasta el año 2018 estaba en crecimiento (actualmente tuvo una desaceleración); Francia con un 6 por ciento; Suiza un 2 por ciento; Alemania un 1 por ciento; España un 1 por ciento y el resto del mundo 6 por ciento (McAndrew, 2019, p. 36), (véase gráfica 1).



Fuente: McAndrew, (2019, p. 36). Elaboración propia



El predominio de los tres primeros países en el mercado del arte no es casualidad y sorpresa, la compra y venta de obras como bienes suntuarios, es una consecuencia de una alta capacidad de poder adquisitivo y de un excedente de capital que permite la compra de este tipo de mercancías, países en condiciones de pobreza o alta marginación económica y social es complicado (más no imposible) que el mercado arte crezca a dimensiones de carácter global, además de que el caso de los dos primeros países la protección a la propiedad privada y el sistema jurídico y financiero, da seguridad a los inversionistas y coleccionistas sobre la adquisición de obras de arte, además de que existen amplios sectores sociales que valoran y aprecian el arte esto puede ser resultado (y es sólo una especulación) a los altos niveles educativos que también presentan. En la tabla 5 se puede observar las condiciones económicas de estos tres países, en el caso del indicador de *facilidad para hacer negocios* se obtuvo del índice Doing Business (2019) de Banco Mundial y el PIB Per cápita del mismo organismo:



Indicadores de potencias mundiales de mercado del arte
(Tabla 5)

País	Ranking Mercado del arte	Ranking Facilidad de hacer negocios	PIB Capita 2017 (dls)	Per año
EE.UU.	1	8	53,356	
Reino Unido	2	9	42,692.6	
China ⁴	3	4	7,329.1	

Fuente: (McAndrew, 2019, p. 36), (Doing Business, 2019, p. 5), (Banco Mundial, 2019)



Es necesario aclarar que esta categorización por países puede ser muy forzada, por lo que no es pretensión de este trabajo establecer que hay una competencia entre países como pudiese ocurrir en otros mercados de mercancías y que incluso ya Paul Krugman en su ensayo *Competitiveness: a Dangerous Obsession* (1994), argumento lo difícil y engañoso que es establecer el tema de guerra comerciales entre países (aun cuando en el discurso se siguen manejando, pero sí se puede señalar con claridad un eje de ciudades eminentemente occidentales



⁴ En el caso de China los datos no necesariamente son comparables, ya que tanto para el ranking de posicionamiento en la porción del mercado del arte, como en el caso del ranking *Doing Bunisses*, sólo se toma como muestra el caso de Hong Kong y para el cálculo del PIB per capita se considera a toda la población de la República Popular de China que es claro no tiene el mismo estatus económico de la antigua colonia británica, sin embargo, se incluyó en el análisis, debido que esta puede ser una condición por la cual China no ha ocupado aún el lugar número 1 en el mercado internacional del arte.



donde residen galerías y casas de subastas: Nueva York, Los Ángeles en el espacio territorial estadounidense, Londres, París, Ginebra y Roma, Zurich, Berlín, Basilea y Amsterdam en Europa, Hong Kong y recientemente Dubai en Asia.

Se puede decir que el epicentro del mercado del arte sin lugar a dudas es Nueva York, debido a la gran inversión que esta ciudad ha hecho en espacios físicos con los que cuenta, el tipo de actividades artísticas, escuelas y museos con grandes presupuestos, lo que hace que tenga una proyección internacional o mejor dicho global:

Nueva York se convirtió en el centro del mercado del arte contemporáneo en Europa y los Estados Unidos en los últimos cinco años debido a la apertura de nuevas ferias de arte, la remodelación de instituciones como el Whitney Museum of American Art y MoMA PS1, la expansión del sector de galerías emergente en el Lower East Side y la gran variedad de casas de subastas, revistas de arte y escuelas de arte en la ciudad [traducción propia] (Luther, 2018: p.2).

Por otra parte China como la nueva potencia del siglo XXI, aprovechó su estrategia de capitalismo de Estado, para impulsar todos los sectores de su economía, cultura y comercio internacional, aunado a la infraestructura que obtuvo de herencia de la descolonización de Hong Kong y Macao, logrando crear un nicho de artistas y coleccionistas suficientemente fuerte para colocarse en el mercado del arte. “Un fenómeno singular se ha venido produciendo durante los últimos años con la irrupción de manera explosiva de inversores chinos que han llevado, al mercado mundial a alcanzar cifras que superan por primera vez un volumen de transacciones por encima de los 10.000 millones de dólares, según datos de las principales entidades de subastas” (Quílez, 2013: p. 280).

También en estas *geografías*, las nacionalidades de los personajes más influyentes son relevantes para *mundo del arte* ya que todos guardan una relación directa o indirecta con el espacio económico donde se realizan las *mercancías* de índole artística. La revista inglesa fundada en 1949 *ArtReview*, en su edición 2019 presenta su lista de los *100 personajes más influyentes en el mundo del arte*, en la cual son incluidos artistas, directores de museos, galerías, casas de subastas, periodistas culturales, directores de empresas, coleccionistas entre otros, de una gama extensa de nacionalidades, el número uno es el dueño de galerías en Nueva York, Hong Kong y Londres, David Zwirner de nacionalidad alemana; seguido de Kerry James Marshall, pintor estadounidense; y en tercer



lugar el movimiento de redes sociales #metoo sin nacionalidad; en cuarto lugar esta Hito Steyerl, artista (teórico del arte) y en quinto lugar Ai Weiwei artista y activista chino (ArtReview, 2019), pero nuevamente la predominancia de los personajes influyentes recae en nacionalidades occidentales o de primer mundo, donde el 65 por ciento de los miembros de esa lista son de los EE.UU., Gran Bretaña, Alemania, Suiza, Francia y por otro lado se encuentran Hong Kong con una persona y 4 en el caso de China continental (véase tabla 6).

Nacionalidades de personajes del mundo del arte
(Tabla 6)

País/Región /ciudad	Número de personas influyentes
EE.UU.	26
Gran Bretaña	10
Alemania	10
Francia	8
Suiza	6
China	4
Hong Kong	1
Total	65

Fuente: ArtReview (2019). Elaboración propia.

El resto de los miembros se diseminan en más de 20 países, cabe señalar que en este listado aparecen cuatro países latinoamericanos México/Colombia con tres integrantes, Brasil con tres y Venezuela con uno. Es destacar que los personajes presentados en esta lista sobresalen los alemanes, a pesar de que su país no sobresale como un espacio global del mercado internacional del arte, pero su presencia como dueños de galerías en EE.UU., y Gran Bretaña hacen que sean considerados en esta lista y sucede el mismo caso con Francia y China.

Conclusiones y propuestas

Los negocios internacionales en el mundo globalizado se caracterizan por su capacidad de adaptación ante un mundo dinámico, por ser portadores en la mayoría de los casos de grandes cantidades de capital, inversiones, bienes y servicios. Las mercancías que se comercian a nivel global, se rigen en su mayoría por las reglas de la oferta y la demanda, sin embargo, el mercado internacional del arte, se distingue por ser un



espacio donde diversos agentes provocan distorsiones en los precios y en su posible demanda a partir de consideraciones de carácter múltiple como el hecho de considerarlas como instrumentos para guardar valor o ser un activo financiero de personas y empresas, otro factor tiene que ver con el estatus que otorga una obra de arte al dueño o poseedor de la misma, pero también debe de considerarse que las obras de arte en realidad también presentan características de ser bienes Giffen, es decir, que su demanda aumenta conforme sube su precio, este hecho, es una realidad que es operado y manipulado por las casas de subastas que son al día de hoy el agente comercial más importante del mercado internacional de arte, así que al impulsar el precio a la alza de una obra de arte, esta se vuelve más atractiva y por lo tanto toma relevancia a nivel global.

El mercado de arte involucra a muchos agentes con gran capacidad técnica y que operan en un espacio global muy amplio, manejan diversas divisas, idiomas, mercados nacionales, regionales, así como conocimientos propios de la historia del arte, de las tendencias contemporáneas, así como de estrategias internacionales de mercadotecnia y estudios a profundidad del consumidor y como este cambia sus preferencias conforme la economía internacional se mueve. En este sentido los países protagónicos de las finanzas y la economía del mundo EE.UU., Reino Unido y China son también los polos de operaciones del mercado internacional del arte, los cuales buscan ser altamente competitivos y acaparar las mejores obras de arte o mejor dicho las mejor cotizadas, así como catapultar artistas que en el mediano plazo puedan ser rentables en las galerías y casas de subastas, esto implica la concentración por parte de las superpotencias comerciales y financieras de la fuerza de trabajo altamente especializada.

En este circuito internacional del mercado del arte, los países periféricos se encuentran fuera o con participación nula, lo cual es desafortunado para una región que cuenta con una gran tradición cultural y artística, que a lo largo del tiempo ha demostrado una vocación por el arte, bien puede ser canalizada para posicionarse en el ambiente de los negocios internacionales como una forma de allegarse recursos y crear una industria cultural que sea generadora de empleos y prestigio para los países en la región. En esta lógica se propone que, en las escuelas de negocios de Latinoamérica, sean incluidos en sus programas de estudios asignaturas, sobre economía del arte, mercados globales artísticos,





finanzas y obras de arte, comercio de arte internacional; para generar una planta profesional que pueda aprovechar a uno de los mercados globales más pujantes de la actualidad. También se sugiere que los gobiernos de la región impulsen la creación de infraestructura y condiciones económicas para atraer galerías y casas de subastas de talla global, así de esta manera asentar espacios generadores de flujos importantes de capital, también esto implicará afianzar la presencia de los países latinoamericano y sus artistas en las ferias internacionales que se presentan tanto en los EE.UU., como en Europa, es decir, los gobiernos nacionales y subnacionales deben convertirse en promotores activos de la inserción de sus territorios en el mercado internacional de arte.

Entre los posibles derroteros a seguir en esta línea de investigación, se encuentra revisar el creciente papel de los portales electrónicos de compraventa y asesoría de obras de arte; es necesario observar el comportamiento de mercado chino y si este seguirá creciendo o ya llegó a su tope. Es indispensable profundizar qué artistas de arte contemporáneo están en el mercado internacional y como es su desempeño, así como sus relaciones con galeristas y casas de subastas, para tratar de aclarar comportamientos que pudieran distorsionar aún más los precios de las obras de arte que se comercian a nivel global. Las regulaciones legales para la comercialización del arte son dispares y es necesario estudiar sus consecuencias directas para generar un mercado más transparente y que refleje las aspiraciones de libre comercio sin detrimento de los artistas y del patrimonio cultural de los países.

Referencias

- Agencia EFE. (2017). Leonardo Da Vinci. Un Da Vinci se subasta por 450 millones de dólares, un récord mundial, en *Portal Agencia EFE. Sección Cultura*. Disponible en: <https://www.efe.com/efe/america/cultura/un-da-vinci-se-subasta-por-450-millones-de-dolares-record-mundial/20000009-3439791>.
Fecha de consulta: 14/05/2019.
- AMMA & ArtPrice.com. (2019). *The Art Market in 2018*. AMMA & ArtPrice.com. Disponible en <https://imgpublic.artprice.com/pdf//the-art-market-in-2018.pdf>.
Fecha de consulta: 14/05/2019.





ArtReview. (2019). 2018 Power 100. This year's most influential people in the contemporary artworld, en revista electrónica *ArtReview*. Disponible en: https://artreview.com/power_100/2018/. Fecha de consulta: 21/06/2019.

Banco Mundial. (2019). Banco de datos. Indicadores del desarrollo mundial, en Portal Web *Banco Mundial*. BIRF-AIF. Disponible en: <https://databank.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.CD/1ff4a498/Popular-Indicators#>. Fecha de consulta: 20/06/2019.

Belmonte; Ana. (2008). El mercado de las subastas en el arte y el coleccionismo: desde sus orígenes a la actualidad, en Padro, Camilo (Coord.). *La Inversión en Bienes de Colección*. España. Universidad Rey Juan Carlos, pp. 1-23.

Blanco, María. (2011). El consumo del arte en la economía de mercado actual, en *ASRI. Arte y Sociedad. Revista Investigación*. N°. 0, pp. 1-11.

Buitrago, Iván. (2015). Tendencias de la disciplina en negocios internacionales, en *Revista Académica e Institucional Páginas de la UCP*, N°. 97. pp. 109-121.

Cabrera, Sonia. (2011). La mercancía exquisita. breves notas para todos aquellos que se preguntan quién pone el precio, en *ASRI. Arte y Sociedad. Revista Investigación*. N°. 0, pp. 1-4.

Christie's. (a2019). About us, en página electrónica *Christies*. Disponible en: <https://www.christies.com/about-us/welcome-to-christies>. Fecha de consulta: 16/06/2019.

Christie's. (b2019). Impressionist and Modern Art Evening Sale, en página electrónica *Christie's*. Disponible en: <https://www.christies.com/salelanding/index.aspx?lid=1&intsaleid=28090&dt=166201922304&saletitle=>. Fecha de consulta: 16/06/2019.

Christie's. (c2019). Results. Impressionist and modern art evening sale, en página electrónica *Christie's*. Disponible en: <https://www.christies.com/impressionist-and-modern-art-28066.aspx?lid=1&dt=170620191203&saletitle=>. Fecha de consulta: 16/06/2019.



Complex. (2017). The world's best art galleries, en portal electrónico *Complex*. Disponible: <https://www.complex.com/style/worlds-best-art-galleries/>. Fecha de consulta: 21/06/2019.

De la Poza (2008). *Los Activos del Mercado del Arte como Objeto de Inversión Financiera*. Tesis Doctoral. Universidad de Valencia España. Disponible en: <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/8307/tesisUPV2818.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Fecha de consulta: 20/06/2019.

De Ugarte, David. (1997). *Microeconomía del Arte y la Pintura*. España. eumenet. Disponible en: <http://www.eumed.net/cursecon/libreria/2004/ped-du-arte.htm>. Fecha de consulta: (17/06/2019).

Durán, José. (2011). Elementos para una Crítica de la Economía Política del Arte, en *Eptic Online: Revista Electronica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura*, Vol. 13, Nº. 2, pp. 60-74. Disponible en <https://seer.ufs.br/index.php/epitic/article/view/113/89>. Fecha de consulta: 20/06/2019.

Gagosian Gallery. *About Larry Gagosian*, 2016. Disponible en: <http://www.larrygagosian.net>. Fecha de consulta, 19/11/2018.

Harillo, Adria. (2015). El mercado del arte. Una ruptura, en *LaAlbolafia: Revista de Humanidades y Cultura*. Nº 4, pp. 155-166.

Harvey, David. (2014). *Espacios del Capital. Hacia una Geografía Crítica*. España. Akal.

Jones, Jonathan. (2014). "Why Gagosian is the Starbucks of the art world – and the saviour", en *The Guardian*, 24 de Marzo, párrs. 2-3. Disponible en: <https://www.theguardian.com/artanddesign/jonathanjonesblog/2014/mar/24/larry-gagosian-art-galleries>. Fecha de consulta: 18/11/2018.

Krugman, Paul. (1994). Competitiveness: a dangerous obsession, en revista *Foreign Affairs*, March, 1. Disponible en: <https://www.foreignaffairs.com/articles/1994-03-01/competitiveness-dangerous-obsession>. Fecha de consulta: 15/05/2019.



Luther, Anne. (2018). Artist-run Galleries- Differentiating three models in current contemporary art markets, en *Journal for Art Market Studies*, Vol. 2, N° 1, pp. 1-12. Disponible en: <https://www.fokum-jams.org/index.php/jams/article/view/19/67>. Fecha de consulta: 18/06/2019.

Manterola, Pedro. (2010). El mercado del arte. La «sostenibilidad» en *Fabrikart: Arte, Tecnología, Industria, Sociedad*, N° 9, pp. 170-175. Disponible: <http://www.ehu.eus/ojs/index.php/Fabrikart/article/view/4897/4769>.

Marx, Karl. (2017/1867). *El Capital. Tomo I*. México. Siglo XXI Editores.

McAndrew, Clare. (2019). *The Art Market 2019*. Switzerland. Art Basel, UBS Group.

Milano (2019). Moralizing the art market: A socioeconomic perspective on art auctions on the floor and online, en *Journal for Art Market Studies*, Vol. 3 N° 1, pp. 1-18. Disponible en: <https://www.fokum-jams.org/index.php/jams/article/view/80/162>. Fecha de consulta: 18/06/2019.

Picard, J. (1977). The monetary appreciation of painting, en *Journal of Political Economy*, Vol. 85, N° 5, pp. 1021-1936.

Porrero, Ricardo. (Marzo/2019). The Armory Show. Arte en el epicentro del mercado, en *Revista Digital Código. Arte, Arquitectura y Diseño*. Disponible en <https://revistacodigo.com/arte/resena-armory-show-2019/>. Fecha de consulta: 21/05/2019.

Quílez, Ángel. (2013). El mercado del arte. Consideraciones generales, en *Ars & Renovatio*, N° 1, pp. 280-291.

Schultheis, Franz. (2017). On the price of priceless goods. Sociological observations on and around Art Basel, en *Journal for Art Market Studies*, Vol. 1, N° 1, pp. Disponible en: <https://www.fokum-jams.org/index.php/jams/article/view/7/11>. Fecha de consulta: 17/06/2019.





Sotheby's. (a2019). Contemporary Art Evening Auction, en página electrónica *Sotheby's Est. 1744*. Disponible en: <https://www.sothebys.com/en/auctions/2019/contemporary-art-evening-auction-119022.html?locale=en>. Fecha de consulta: 16/06/2019,

Sotheby's. (b2019). Impressionist & Modern Art Evening Sale, en página electrónica *Sotheby's Est. 1744*. Disponible en: <https://www.sothebys.com/en/auctions/2019/impressionist-modern-art-evening-sale-119006.html?locale=en>. Fecha de consulta: 16/06/2019.

Sotheby's. (c2019). Locations, en página electrónica *Sotheby's Est. 1744*. Disponible en: <https://www.sothebys.com/en/about/locations?locale=en>

Unzueta, Sara. (2002). El mercado del arte, en *Boletín Económico de ICE*, N° 2747, España, pp. 35-44.

World Bank Group. (2019). Doing business. Training for reform. USA. World Bank Group.

