

## Mercado de intangibles

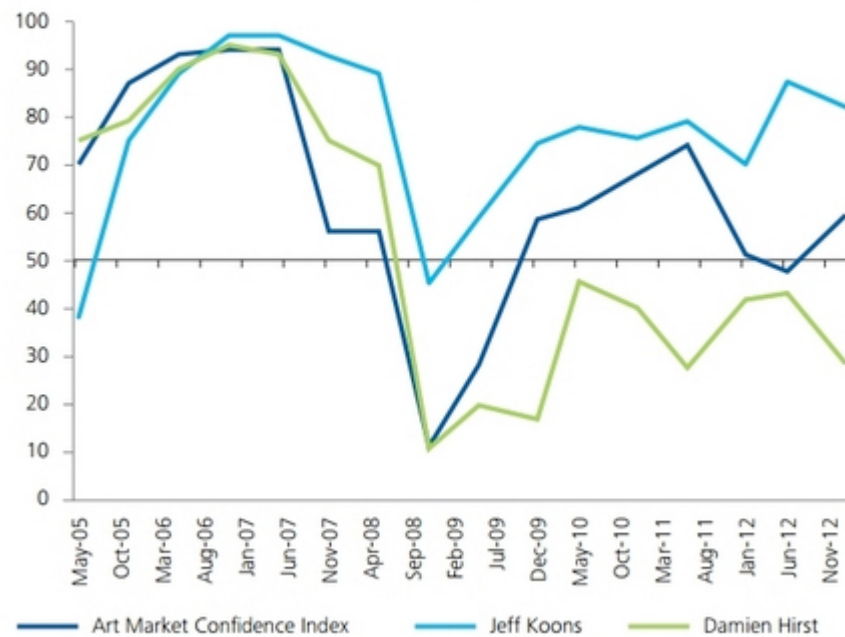
### Analizamos los mecanismos del coleccionismo especulador a partir de dos informes sobre la salud del arte como activo financiero y las tendencias de su compraventa online

ELENA VOZMEDIANO | Publicado el 09/04/2013



El 26 de marzo, la consultora [ArtTactic](#) -del grupo Deloitte- dio a conocer el [Art & Finance Report 2013](#), informe anual que elabora sobre la salud del arte como activo financiero. Hoy ha publicado en su web otro informe, sumamente revelador de las tendencias que se están dibujando en el mercado, el [Online Art Trade Report](#), sobre la venta de obras a través de Internet. El primero, se refiere principalmente a ese **mercado del arte especulador**, que concibe la obra como inversión y que hace subir los precios de manera extravagante y dañina. En ese segmento ocurre como en otros ámbitos financieros: se cuenta con la avidez de los inversores y con la de los intermediarios, que lanzan fondos de inversión artísticos y se lucran a base de comisiones. Naturalmente, **a todos les interesa decir que la cosa marcha estupendamente**, pues las ganancias se basan en la presión de la demanda y es necesario hacer creer a los nuevos inversores-coleccionistas que pueden hacer ahí grandes negocios. **Generar “confianza”**, que se mide: habría subido de un 32 a un 42,3 según ArtTactic. También es importante **limitar los bienes disponibles en el mercado**: si al inversor le interesara el arte en general la especulación no sería posible, así que lo que se hace es identificar un **pequeño número de artistas sobre los que se concentrarán las opciones de compra**. No más de una veintena, a los que se refieren, con un término de la economía bursátil, como *blue chip*. No son mejores que el resto pero se cotizan más. Y también se mide el riesgo en cada uno. Vean este demencial gráfico que compara la evolución del índice de confianza en dos de esos *blue chip*.

### ArtTactic Art Market Confidence Indices: Contemporary art market vs. Damien Hirst vs. Jeff Koons

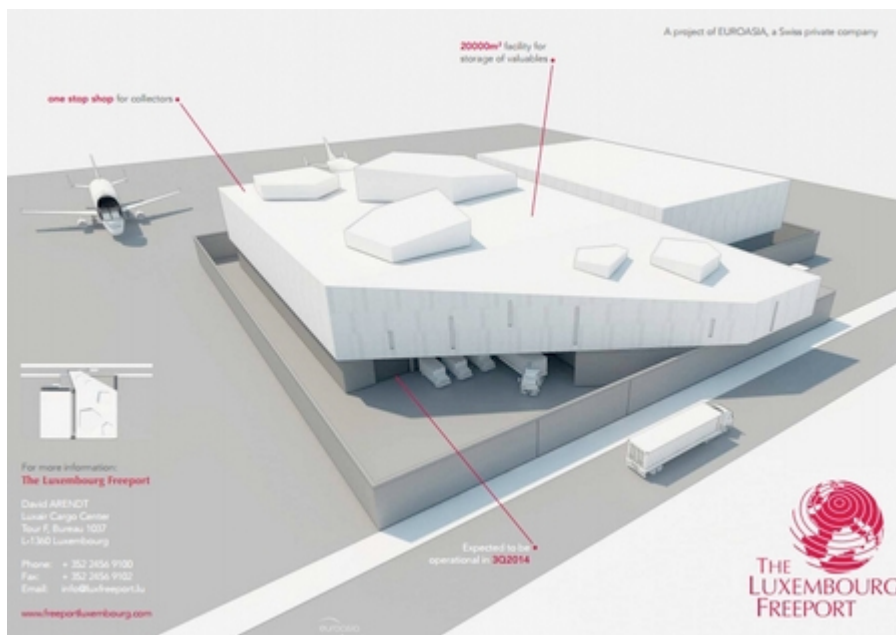


Es muy curioso que, en el arte contemporáneo, existe una **escisión casi insalvable entre el mercado de las grandes subastas, los fondos y los especuladores, y el mercado primario**, de las galerías medianas y pequeñas, en el que trabajan la inmensa mayoría de artistas y de galeristas. El único vínculo entre ellos es el coleccionista de elevado poder adquisitivo, que se abastece en ambas esferas. Pero el gran dinero está en la primera, que copa además la atención mediática y se presenta como un área económica perfectamente seria, establecida, estudiada y casi diría que científica, cuando cualquiera puede darse cuenta de que hay poca carne en el asador.

A los publicistas de este *business* se les ve el plumero a millas; léase, por ejemplo, cómo Art Tactic y Deloitte **defienden su propio protagonismo como intermediarios**: “El valor creciente del arte está generando una necesidad de servicios bancarios para proteger, realzar y monetizar ese valor”. Pero son convincentes, porque hablan el lenguaje del inversor. Y, así, en 2012 el mercado de fondos artísticos creció en un 69%, gracias en gran parte a la demanda china. Reconocen, no obstante -haciendo más jugoso el cebo-, que se trata de un fenómeno incipiente. Los fondos más conocidos son el [Fine Art Fund Group](#), el [Collectors Fund](#), el [Art Collection Fund](#) y el [Anthea Art Fund](#). (Estas webs suelen ser de acceso privado, como los clubs más elitistas). La salida -y muchas veces la entrada- de toda esta inversión está en las grandes casas de subastas.

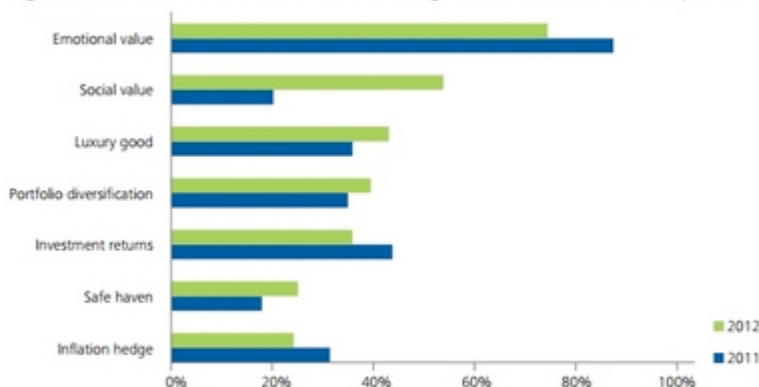
Y, ahora que se está hablando en España de evasión de capitales, cuentas en Suiza y empresas en paraísos fiscales a través de las que se adquieren obras de arte, como la de Carmen Thyssen, sepan que en septiembre de 2014 se abrirá el [Freeport Luxembourg](#), una **zona franca en el aeropuerto de Luxemburgo** que contará con almacenes especiales para bienes de elevado valor, y tienda “para coleccionistas”. **Un Duty Free del mega-lujo**, pensado para obras de arte, joyas, oro, vinos, antigüedades y documentos. Los bienes que entren estarán exentos de tasas aduaneras e IVA, al igual que el almacenaje. Podrán venderse allí -habrá show rooms-, con servicios adicionales: autentificadores, enmarcadores, transportistas, fotógrafos, aseguradoras. Lo que no explica la

promoción inicial es cómo tributarán estas obras en su exportación -si es que no se hace de tapadillo- y en su posible venta.



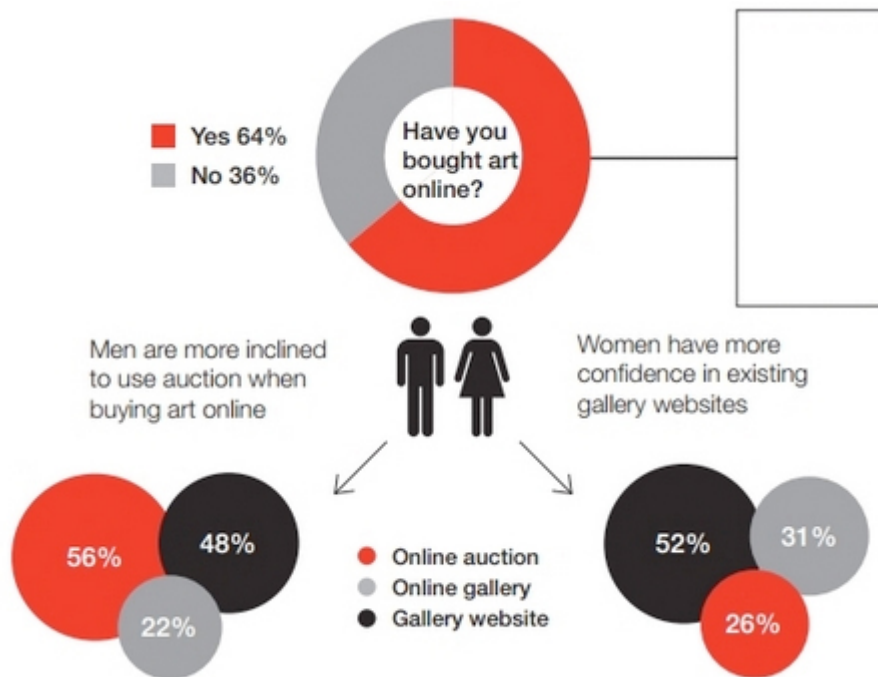
**Todo está pensado para el coleccionista que no necesita** -porque le importan poco- **o no puede** -por razones de espacio o porque no las tiene legalizadas- **tener sus obras a la vista.** El comprador que los artistas y los galeristas -ahora también los museos- desean es el que se apasiona por la obra, sigue al artista, le apoya, le prestigia... Los hay, sin duda. Otros compran para demostrar su estatus, como quienes coleccionan coches de lujo. Y, finalmente, están estos especuladores para los que el arte no es más que un producto financiero “seguro” que, según les han prometido, tendrá un asombroso índice de revalorización.

Figure 18. Collectors: Which of the following motivations are most important in buying art?



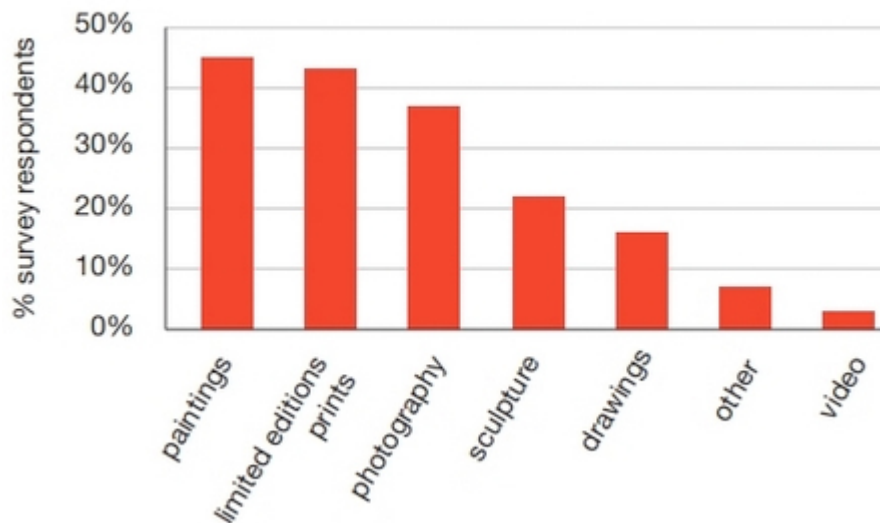
Parece, por otra parte, que se están desarrollando los **bancos especializados en prestar dinero tomando obras de arte como garantía.** Una especie de **hipoteca de la colección artística.** Destaca el [Emigrant Bank Fine Art Finance](#), que se dedica en exclusiva a ello y dice tener entre sus clientes a fundaciones y museos. O [Borro](#), que funciona como un **Monte de Piedad para ricos:** préstamos rápidos y a corto plazo dejando en depósito sus bienes de lujo, incluidas las obras

de arte.



El Art & Finance Report menciona el incremento del mercado del arte online, tema que es desarrollado en el segundo informe citado, el **Online Art Trade Report**, realizado en colaboración con la aseguradora Hiscox. Esta otra realidad está más cerca del “mercado real”, puesto que son muchas las galerías de arte de nivel intermedio -no ya las grandes multinacionales- que están vendiendo telemáticamente gracias a sus páginas web. Pero comparte con ese otro mundo de los inversores, al menos en el momento de la transacción, la **“virtualización” de la obra, que no ven y tocan hasta que, tras la adquisición, les es entregada. Eso en los casos en los que no va directamente a un almacén. Es el arte como intangible.** Resulta que un ¡71%! de los coleccionistas entrevistados por Hiscox compraron alguna obra online y un 25% gastaron al menos 50.000 libras. Por su parte, **un 89% de las galerías incluidas en el estudio afirman que realizan habitualmente ventas en las que el cliente solo ve una imagen digital.** Y no sólo se comercializan de esta manera la fotografía o el vídeo, lo que nos parecería menos “arriesgado”: en realidad lo que más se vende online es la pintura. Tienen más posibilidades las obras de precio moderado: la gran mayoría de las transacciones importan menos de 10.000 libras que no es poco, pero recuerden quiénes promueven el informe.

Fig 10. Type of art bought online



Según éste, la mayoría de las galerías ofrecen las obras en sus webs pero **no permiten que el proceso de compra se complete online** (mediante alguna pasarela de pago o transferencia). Y de las galerías que venden a través de Internet, un **72%** informan de que lo hicieron a **nuevos coleccionistas**, lo que es muy interesante.

Junto a diversos lugares de venta y subasta online que ya conocemos, Hiscox señala como novedad el inicio del **P2P -peer to peer- en el mercado del arte**. Se trata de páginas en las que cualquiera puede poner a la venta sus obras artísticas, sin intermediarios. Las que están teniendo más éxito son [Artviatic](#), con sede en Mónaco, y [Artbanc](#), en Londres. Pero no crean que es para cualquiera. En Artviatic puede poner una sola obra a la venta sin cargos; por cada obra adicional tendrá que pagar ¡**500 euros!** O, si lo prefiere, tiene la tarifa anual de 3.500 euros.

**Como de costumbre, no tenemos estudios similares en España.** Puedo suponer, por lo que he hablado en otras ocasiones con unos y otros galeristas, que la venta telemática está funcionando bastante en nuestro país. Hace poco me decía el dueño de una pequeña galería -que exponía en ese momento a una artista internacional conocida- que había vendido bastantes obras, pero todas a coleccionistas extranjeros. Los cuales no habían pisado su local. Conocen a la artista, han visto otras obras, confían en el galerista **Con el mercado nacional semi-hundido por la crisis y los impuestos, muchas galerías están sobreviviendo gracias a las ventas en el exterior: en ferias o a distancia.** Lo que es menos habitual, y en eso coincide nuestra situación con el informe del que hablamos, es que las galerías con sede física -no las que nacen como galerías online- ofrezcan la posibilidad de comprar directamente en la web. Algunas hay, no obstante. La Fresh Gallery, por ejemplo, que ahora tiene una exposición de Gabriela Bettini sobre la que escribiré este viernes, ha montado una [tienda online](#) en la que se puede pagar a través de PayPal. Seguro que hay más.