25 CONGRESO INTERNACIONAL DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
6, 7 Y 8 DE OCTUBRE 2021

GEOGRAFÍA DEL MERCADO INTERNACIONAL DE OBRAS DE ARTE: LAS CASAS DE SUBASTAS COMO EMPRESAS GLOBALES

Área de investigación: Negocios internacionales

Edgar Ortiz Arellano
Facultad de Contaduría y Administración
Universidad Nacional Autónoma de México
México
eortizarellano@comunidad.unam.mx

GEOGRAFÍA DEL MERCADO INTERNACIONAL DE OBRAS DE ARTE: LAS CASAS DE SUBASTAS COMO EMPRESAS GLOBALES

Resumen

El mercado internacional de arte se compone de diversos actores que tienen roles importantes en la compra y venta de las obras artísticas que se comercian por todo el planeta, en este sentido las casas de subastas son el agente económico más importante en este momento, debido a sus capacidades técnicas, cobertura global y organización geoestratégica, la cual se caracteriza por encontrarse físicamente en el centro del mundo capitalista, por lo que este trabajo tiene como objetivo analizar las actividades de las casas de subastas globales y sus formas de operación geoeconómicas y su perspectiva en el futuro inmediato en el marco de un ambiente complejo para los negocios internacionales en los últimos dos años. Esta investigación, para delimitar su objeto de estudio, se planteó dos preguntas ¿cuáles son las condiciones actuales que predominan en el mercado del arte dirigido por las casas de subastas? y dos ¿cuál es la distribución geográfica de los centros más relevantes de compra y venta de obras de arte? Como estrategia metodológica se utilizaron fuentes primarias obtenidas de las casas de subastas, así también reportes especializados en el mercado del arte y bibliografía académica sobre la temática, que llevaron a concluir que existe un constante crecimiento de este mercado, aun a pesar de la contradicción centro-periferia que prevalece en la economía internacional, de las crisis económicas y de la pandemia del Covid-19, es decir la compra y venta de arte se sigue expandiendo e incluso el polo de desarrollo del mercado del arte euro-estadounidense está pasando hacia el sudeste asiático.

Palabras clave: arte, globalización, mercado, negocios internacionales, subastas.

Introducción

Los negocios internacionales con el final de la Guerra Fría se convirtieron en parte de los ejes sustantivos de la globalización y de la

expansión acelerada del capitalismo, el intercambio de bienes y mercancías por fin alcanzaban todos los territorios del mundo, sin ninguna frontera que pudiera poner barrera de rango relevante que se opusiese efectivamente a los grandes flujos de capital. El integrarse al mercado mundial es imperativo para las sociedades y agentes económicos que aspiran a mejores condiciones de vida pero también que buscan el éxito de sus intereses comerciales.

La globalización a pesar de su discurso de desvanecimiento de fronteras y de beneficios colectivos para todos, muestra una realidad muy distinta: desde la aparición de los Estado-Nación entre los siglos XV y XVI hasta su consolidación en 1648, existen al día de hoy regiones específicas que son beneficiadas de manera sobresaliente al resto del mundo, especialmente las situadas en la Europa Occidental y también aquellas que pudieron adaptarse y copiar los modelos de reproducción de capital y de negocios propios de esa región (como lo son Japón y Singapur) o que simplemente por herencia cultural lograron reproducir los patrones exitosos europeos, este es el caso de los Estados Unidos de América (EE. UU.), Canadá, Australia, Nueva Zelanda, Sudáfrica y Hong Kong.

Las relaciones asimétricas en las transacciones comerciales y de los negocios internacionales son una constante y los capitales prefieren la seguridad de los Estados-Nación exitosos y que ofrecen circunstancias favorables (como la seguridad legal e institucional) para maximizar las ganancias y las ventajas competitivas de las organizaciones empresariales. Este es el caso de las 20 empresas globales más relevantes del mundo de las cuales once radican en los Estados de Unidos de América, cinco en China; una en Arabia Saudita; una en Corea del Sur; una en Japón y una en Alemania (Murphy, et., al. 2021, 13 de mayo), como se puede observar, la mayoría se agrupan en el país hegemónico en términos político-militares y que a lo largo del siglo XX fue predominante, y en segundo lugar se encuentra China que en las últimas décadas ha disputado por la hegemonía mundial del comercio a partir de una economía que es dirigida por un régimen autoritario y que tiene una clara orientación hacia mercado internacional.

La situación antes presentada impregna todos los sectores de la economía y las obras de arte, además del posible significado intelectual y sentimental que pudiesen tener para el autor y al poseedor de ellas,

son mercancías y como tal se comercian en el mercado global y son afectadas por el marco general del contexto mundial, en este sentido las galerías, los museos, los compradores particulares y las casas subastadoras tienen un rol relevante en las transacciones que se realizan así como en los precios que se fijan de estos muy particulares bienes. Las casas de subastas se han convertido en verdaderas empresas globales en los últimos treinta años, concentrando en buena parte el mercado del arte a partir de la instalación de oficinas y sucursales en puntos clave del mundo para controlar el tráfico de las mercancías además de acercarse a posibles compradores con alto poder adquisitivo, bajo una lógica eurocéntrica que se enfrenta al mercado emergente chino.

La competencia por obtener las mayores ganancias posibles es una constante en el mercado internacional de obras de arte por lo que este trabajo tuvo como objetivo analizar las actividades de las casas de subastas globales y sus formas de operación geoeconómicas y su perspectiva en el futuro inmediato en el marco de un ambiente complejo para los negocios internacionales en los últimos dos años. Esta investigación para definir su objeto de estudio se planteó dos preguntas ¿cuáles son las condiciones actuales que predominan en el mercado del arte dirigido por las casas de subastas? y dos ¿cuál es la distribución geográfica de los centros más relevantes de compra-venta de obras de arte? En el primer apartado se presenta un panorama general del contexto general del mercado global del arte y de las casas de subastas; en el segundo se realiza un análisis de los centros de negocios de arte internacional asentados en Occidente y su contra posición a los mercados emergentes especialmente surgidos en China; y se presentan las conclusiones que sostienen que hay un mercado del arte en pleno crecimiento producto de la popularidad que tiene como medio de contenedor de valor y el estatus social que tiene entre las élites globales.

Es importante señalar que en el *XXIV Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática,* se presentó el trabajo *Negocio global: el mercado internacional del arte* (Ortiz-Arellano, 2019) el cual es un antecedente relevante para esta ponencia pero a diferencia del trabajo antes señalado, en el cual se dio una visión panorámica de los diferentes agentes económicos que participan en el mercado global del arte, así como de los montos que podían alcanzar las obras de arte, esta investigación abordó de manera específica a las casas de subastas, así

como su organización geográfica y su predominancia en los procesos comerciales de este sector económico internacional.

1. Mercado del arte y casas de subastas

Las subastas de arte dejaron de ser simples eventos sociales para convertirse como lo señala Brodie (2019) en verdaderas comunidades compuestas por académicos, expertos técnicos, coleccionistas, empresas, restauradores, es decir, hay una concentración tanto de recursos económicos como de conocimientos altamente especializados provenientes de todas partes del mundo, esto hace que las ventas y compras de arte se vuelvan más sofisticadas y apreciadas por las élites económicas, además de darle mayor valor a las mercancías que se comercian, cabe señalar, que las casas subastadoras se asientan en determinados países, cumplen con su normatividad, pagan impuestos pero no necesariamente venden obras producidas en esos países *sede*, al contrario su capacidad de atracción radica en ofertar arte de todo el mundo y de prácticamente todas las épocas posibles de la historia humana.

Para Parkin (et., al. 2005), las fuerzas internacionales de oferta y demanda son las que determinan los términos de intercambio de cualquier mercancía que se mueve en los circuitos globales, en el caso del arte se puede afirmar que los factores que influyen en su compra-venta son definidos por cinco variables: 1) el prestigio del artista; 2) las valuaciones realizadas por los expertos; 3) el renombre del vendedor y/o intermediario en la venta de la obra; 4) la exclusividad o rareza de la obra de arte; 5) motivaciones subjetivos que elevan las pujas de las obras de arte, entre otras muchas, pero más allá de las variables y factores intervinientes el arte adquiere en la actualidad una importancia que radica especialmente en las aportaciones subjetivas que puede transferir al poseedor de las piezas artísticas y como estas se traducen en ganancias monetarias y acumulación de capital:

> El valor del arte siempre se basa en una combinación de aspectos materiales y no materiales. Incluso cuando el valor artístico de una obra de arte parece ser incongruente con su valor monetario, se han realizado esfuerzos constantes para precisar la relación entre estos factores diferentes, aunque estrechamente conectados, tanto en el pasado como en el presente [traducción propia] (Wimmer, 2017, p. 1).

Las casas subastadoras de arte a partir de los años 80 del siglo XX comenzaron a desplazar a roles secundarios en la comercialización de obras artísticas a los marchantes, galeristas y ferias, esto debido, según Armañanzas (1994), al uso de los medios de comunicación para concretar ventas, el uso de expertos en historia del arte que podían a explicar a detalle las ventajas y características de las piezas de arte, pero además hay una gran ventaja en términos económicos, la cual consiste en que los precios se determinan de manera pública. "De esta forma, el arte se revalorizaba mucho más drásticamente, lo que producía, por contagio, un incremento del volumen de ventas al tomarse la compra de obra de arte como una inversión segura" (Armañanzas, 1994, p. 160), bajo la lógica que para que vuelva alcanzar un alto valor la obra debe ser nuevamente sometida al proceso de subasta y estar materialmente en condiciones óptimas evitando con ello una disminución de valor. También las subastas altamente valuadas se convierten en un evento social (con protocolos y códigos de vestuario) para las élites económicas, celebridades y *famosos*, así como para miembros de la clase política, de hecho la primera de este tipo se realizó el 15 de octubre 1958 en Sotheby´s Nueva York convirtiendo las subastas en algo glamuroso y moderno a partir de la llamada *venta Goldschmidt* (Artprice, 2021), se podría decir que " 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" (Ortiz-Arellano, 2019: p. 11).

Es importante señalar que las casas subastadoras tienen su origen en Europa en el siglo XVIII y es Gran Bretaña en esta misma época donde el comercio del arte se consolida, las primeras compañías en aparecer (y que hasta la fecha son las líderes) son Christie´s y Sotheby´s, la primera aparece en 1766 y la segunda en 1741 (Vico, 2008); en ese entonces estaban especializadas en obras de arte y muebles antiguos, aunque actualmente la diversidad de productos que se ofrecen en estas casas subastadoras van desde arte, piezas arqueológicas, joyas, vinos, zapatos deportivos de marcas de lujo, libros, relojes, prendas de vestir de personajes famosos, automóviles *premium* de edición limitada, bolsas y accesorios de diseñador, obviamente la lista es mucho más amplia, así como el número de casas de subastas es también más extensa. En el año 2019 se pueden contabilizar quince casas de subastas con ganancias relevantes (véase tabla 1) pero la realidad es que la configuración del mercado del arte es de tipo oligopólico, de hecho, para Milano (2019) es más un mercado determinado por un duopolio ya que las dos casas de

subastas mencionadas *supra* concentran un poco más del 40 por ciento de las operaciones comerciales de todo el mundo.

Las 15 mejores casas de subastas por facturación de lotes del año 2019
(Tabla 1)

Casa subastadoras	Ingresos por subasta (en dólares)	Lotes vendidos
Christie's	$3,647,885,000	15,320
Sotheby's	$3,589,239,300	14,134
Poly Auction	$617,015,000	4,575
China Guardian	$587,802,200	8,659
Phillips	$583,821,200	4,613
Holly's International	$203,296,300	1,323
Xiling Yinshe Auction	$186,202,300	3,941
Bonhams	$170,108,700	8,729
Rombon Auction	$150,324,600	2,901
Council International	$108,069,000	1,209
Artcurial	$104,392,300	3,588
Beijing Hanhai	$74,993,400	4,122
Dorotheum	$71,249,200	4,692
Sungari International	$69,741,700	1,459
Ketterer Kunst	$61,927,000	1,586

Fuente: Artprice y AMMA (2020, p. 8). Traducción propia.

Las ganancias totales de las casas de subastas en su conjunto rondan en los $10,226,067.200 millones de dólares de los cuales casi el 60 por ciento se encuentra en posesión de Sotheby´s y Christie’s, pero para el 2020, como resultado de la aparición de la pandemia SARS-CoV-2, que produce la enfermedad conocida con el nombre de Covid-19 la economía internacional en su conjunto se deprimió provocando una recesión generalizada en las transacciones comerciales (Gruszczynski, 2021) así como en el mercado de divisas (Bazán-Palomino y Wilkeried, 2021), lo cual también repercutió en el mercado del arte y en la capacidad de operaciones de las casas de subastas. En el reporte 2020 de *Artprice* y *Art Market Monitor of Artron* (AMMA) se reportaron ganancias relevantes de sólo siete casas subastadoras (véase tabla 2), entre las que destacan nuevamente el duopolio euro-estadounidense, una casa de subastas británica (Phillips) y tres de origen chino.

Ingresos (en dólares) de las casas de subastas globales en el año 2020
(Tabla 2)

Casa de Subastas	Ingresos por subastas	Lotes vendidos
Sotheby´s	$2,500,000,000	14,235
Christie´s	$2,100,000,000	12,214
Poly Auction	$527,000,000	3,376
China Guardian	$472,000,000	8,516
Phillips	$464,000,000	4,183
Yongle Auction	$362,000,000	1,096
Zhongsu International	$234,000,000	244

Artprice y AMMA (2021, p. 16). Elaboración y traducción propia.

Se puede observar que al comparar los resultados de 2019 y 2020 la casa Sotheby´s fue la que obtuvo mayores ganancias, aunque sí inferiores al año anterior pero con mejores resultados con respecto a su principal competidor Christie´s, también sobresale la Yongle Auction que prácticamente fue en 2019 relanzada como casa de subastas (esta se fundó en 2005), dependiente del gobierno chino y que a pesar de la pandemia se colocó como una de los principales centros de compra-venta en Asia, y también se identifica una predominancia de las casas de subastas chinas en cuanto a su presencia en los listados de primero lugares en las ganancias internacionales, esto se debe a que desde el inicio del siglo XXI en todo el sudeste asiático (especialmente en China) se ha dado:

> El establecimiento de importantes obras de arte contemporáneo museos y galerías, ferias de arte y colecciones privadas, junto con una gama más amplia de personas y agencias que ahora se dedican a producir, responder y exhibir arte en el sudeste asiático, ha atraído a locales sin precedentes y atención internacional [traducción propia] (Antoinette y Maravillas, 2020: p. 167).

En general, las casas de subastas asumen de manera simultánea diversas posturas con respecto al mercado del arte, según Pezzini (2018) los vendedores tienen dos actitudes la empresarial y la ideológica, la primera es una posición que muestra un interés abierto por la mayor obtención de ganancias económicas y la segunda utiliza la retórica del trabajo desinteresado por el ideal del arte y su promoción, pero en ambos casos el pragmatismo es una característica del mercado y de los

agentes comerciales involucrados que se adaptan con rapidez a las nuevas condiciones y utilizan el internet, las redes sociales como el Instagram, el Twitter entre otras, incluso se llevan las operaciones mercantiles a la frontera tecnológica, un ejemplo de ello fue el aceptar criptomonedas en la venta que hizo Sotheby´s Nueva York de la obra de arte *Love is in the air* (2005), de Bansky, siendo ésta la primera en ser subastada bajo dicha modalidad (Brady, 2021), es decir, una obra de arte *física* podía ser comprada con monedas virtuales (Bitcoins y/o Ethereum), la pieza se vendió en un precio de doce millones 900 mil dólares (Sotheby´s 2021c).

Las condiciones actuales de venta de obras artísticas de arte en las casas subastadoras se caracterizan porque la mayoría de las operaciones y las más redituables son las de pinturas, estas causan una gran expectación desde que son anunciadas las subastas en las páginas web de las distintas casas donde se anuncia la unicidad de la pieza, el estado físico de la obra, el precio estimado y el autor de ellas. En particular las obras pictóricas de arte moderno, es decir, las producidas por artistas nacidos entre 1860 y 1920 son las más vendidas (especialmente en Europa) y en segundo lugar las de postguerra y en tercero las obras de los antiguos maestros que son artistas nacidos antes de 1760, aunque para el año 2020 tuvieron un despegue importante en ganancias a partir de las ventas de piezas de pintores como Georges de la Tour; Giovanni Battista Tiepolo; Rembrandt; entre otros (Artprice y AMMA, 2021).

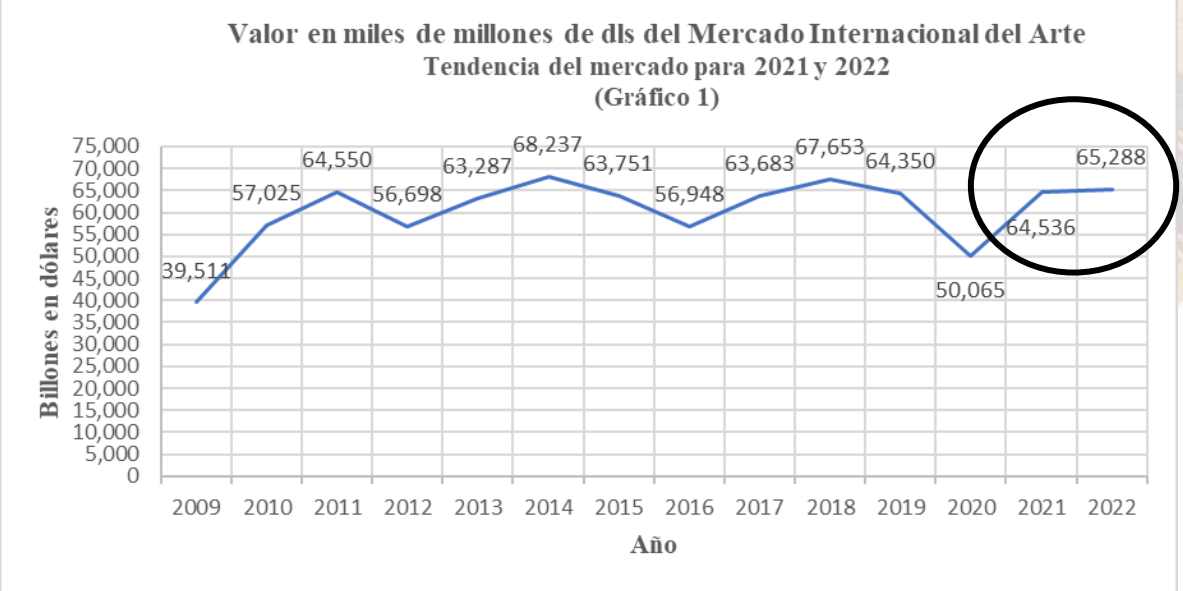
El mercado del arte internacional impulsado por las casas de subastas globales se empata con lo que según Cavusgil (2021) es una conducta de consumo y deseo de adquirir bienes inusitados que sean conspicuos y que puedan ser incluso comprados en línea, en este sentido, las obras de arte cumplen con ese perfil de comportamiento, un ejemplo de ello es el ofrecimiento que hacen estas empresas de piezas arqueológicas provenientes del continente americano, en particular un caso fue la subasta del 04 de diciembre de 2020 donde se vendieron dos piezas de la cultura azteca, la primera era una figura de piedra de un macehual y la segunda una cerámica del dios *Xipe Tótec*, las cuales fueron subastadas en 138,600 dólares y 23,940 euros, respectivamente (Sotheby´s, 2020b, 2020d), así como piezas exóticas (especialmente de marfil) de África (Bodenstein, 2020) pero esto no implica que esas zonas geográficas periféricas estén integradas de manera efectiva como centros de venta de arte o que exista un verdadero interés por el arte

producido en esas latitudes, no así Medio Oriente que, debido a su gran capacidad económica, es un mercado atractivo para las casas de subastas y que es muy probable que dentro de poco se encuentre integrado plenamente al centro euro-estadounidense del circuito y flujo de arte:

> El 2006 se considera el año en que el arte de Oriente Medio se integró más plenamente en el mercado mundial del arte. Durante ese año, sucedieron muchas cosas, incluida la primera subasta de arte de Oriente Medio en Oriente Medio, organizada por Christie's, también se estableció *Gulf Art Fair* (más tarde *Art Dubai*) y el Museo Británico anunció que estaba construyendo una colección de arte contemporáneo del Medio Oriente [traducción propia] (Sreberny-Mohammadi, 2021: p. 4)

Los centros de compra-venta de arte con escala multimillonaria, van integrando aquellos territorios que son susceptibles de aportar grandes cantidades de capital que los habilita para ser compradores de mercancías con valor artístico las cuales elevan su costo de manera constante a partir de las pujas que se realizan en las casas de subastas, en este sentido, es importante destacar que el precio que se logra en las subastas no necesariamente es el precio determinado por un valuador de arte, por un galerista o si es el caso por el propio artista (en el caso del arte contemporáneo), así que las fuerzas de oferta y demanda son forzadas a determinar precios al alza generados por la acción de las casas de subastas, lo que provoca que su papel sea el más preponderante en la industria del arte pictórico, entre otros. "[…] está claro que el precio de un objeto de arte es limitado solo por la cantidad que están dispuestos (y pueden) los coleccionistas a pagar" [traducción propia] (Goetzmann, Renneboog Spaenjers, 2011: p. 222).

Para concluir este apartado, se tomaron como base los datos del valor de mercado internacional del arte del informe de *The Global Art Market in 2020* (McAndrew, 2021) del año 2009 hasta el 2021 y se aplicó una tendencia de regresión lineal, obteniendo con ello los posibles resultados para los años 2021 y 2022, los cuales fueron de 64,536 millones de dólares y de 65,288 millones de dólares, respectivamente para cada año, es decir se puede esperar una recuperación a valores relativamente normales (con respecto a otros periodos) para fines del presente periodo y una ligera alza para el 2022 (véase gráfico 1).



Fuente: McAndrew (2021). Elaboración propia.

2. Hacia la geografía del mercado internacional del arte

Günther Schulze, en su artículo *International Trade in Art* (1999), sostiene que el comercio de arte era más intenso entre países con mayor afinidad cultural, que compartían idioma y cercanía geográfica, así como entre regiones que poseían cuantioso poder económico e incluso la tradición turística podía ser un factor importante, pero esta realidad descrita en los finales de los 90, al término de la Guerra Fría es cuasi obsoleta, el comercio mundial del arte se define en primera instancia por ubicar, como señala Joyeux-Prunel (2017), la concentración de recursos, artistas, obras, mecenas, compradores del mercado del arte y quizás con estos datos determinar un centro y una periferia del negocio del arte. Las distancias y el espacio si bien son un elemento para considerar no son relevantes en un mundo donde los costes de transportación y el tiempo de traslado se ven reducidos por las constantes mejores en la tecnología y en los procedimientos legales y administrativos que se generan para facilitar el comercio internacional.

Las mejoras para comerciar en la sociedad internacional actual son inusitadas, nunca antes se había visto tan amplia capacidad para mover mercancías y capitales, pero la división entre centro y periferia sigue vigente, en este sentido para Peter Taylor (2002) estos conceptos van

más allá de la división de EE. UU., Europa Occidental y Japón en el centro geocapitalista y por otra parte el resto del mundo conocido como periferia, en realidad tiene que ver también con procesos económicos, Taylor (2002) señala que en el centro hay trabajo asalariado altamente bien pagado, uso de tecnología moderna y diversificación en la producción, en el segundo espacio existen salarios bajos, producción simple y tecnología poco sofisticada o inexistente. De ahí que no es extraño que las casas de subastas se instalen en el centro, ya que necesitan de tecnología y de economías dinámicas que puedan crear excedentes de capital que permitan a las sociedades adquirir bienes suntuosos entre ellos las obras de arte, pero además este centro capitalista quiere retener para sí las ventajas y privilegios que les da su superioridad tecnológica y económica lo cual hace que exista una constante tensión centro-periferia, pero esta situación en las últimas décadas ha comenzado a cambiar, se ha observado como China (que se encuentra en la periferia) se ha ido convirtiendo en un polo de desarrollo importante para el mercado internacional del arte.

La rivalidad que los EE. UU., y China en términos geopolíticos tienen desde hace varias décadas para mantener sus posiciones hegemónicas, comerciales y de seguridad (Schreer, 2019; Shifrinson, 2020) también se refleja en la competencia por obtener las mejores ganancias en diversos mercados internacionales y uno de ellos es del arte, estas dos naciones fueron las más sobresalientes en cuanto a resultados, siendo China quien tiene la delantera (por el momento), cabe señalar que en el caso de este último país, es necesario dividir las casas de subastas que ubican su cuartel general en Beijing y que son administradas por el gobierno de ese país y las que se encuentran en Hong Kong o Shanghái pero no tienen vínculo con el régimen político de China (continental) entre las cuales están Sotheby´s; Phillips; y Christie´s esta última cuenta con sede Shanghái (Christié´s 2021) y al mencionar que el mercado chino aumentó se está haciendo referencia a las casas de subastas continentales China Guardian, Poly Auction (Poly International Beijing), Yongle Auction, las cuales abarcan casi el 70 por ciento del comercio de arte del sudeste asiático, y EE. UU. por sí solo retiene el 47 por ciento de la compra y venta de arte en Occidente (Artprice y AMMA, 2021).

La mayoría de las casas de subastas están ubicadas en Occidente, es decir, en países de primer mundo y en particular en ciudades que son

centros financieros o son paso de circuitos internacionales de bienes y servicios. En este sentido la ciudad más relevante es Nueva York, posteriormente sigue Londres, como segunda en importancia; París, Zúrich, Ginebra y Milán también aparecen en la geografía de las casas de subastas y por supuesto en Medio Oriente está Dubái, que cuenta con la presencia de casas de subastas de alcance global, en el caso asiático se encuentra además de las ciudades ya mencionadas Tokio y Seúl aunque prácticamente el duopolio Sotheby´s- Christie´s si bien no cuenta con casas de subastas (salón de ventas o de subasta) en esas dos ciudades, sí hay representaciones en ellas así como en los cinco continentes lo que le permite operar de manera sofisticada sus operaciones financieras (véase tabla 3).

Ubicación y convergencia de las tres principales casas de subastas Euro-estadounidenses en el mundo.

(Tabla 3)

País	**Rank Doing Business**	**Ciudad**	**Casas de subastas**
EE. UU.	6	Nueva York	Sotheby´s Christie´s Phillips
		Hampton	Sotheby´s Christie´s
		Palm Beach	Sotheby´s
Reino Unido	8	Londres	Sotheby´s Christie´s Phillips
Francia	32	París	Sotheby´s Christie´s
Suiza	36	Zúrich	Sotheby´s Chistie´s Phillips
		Ginebra	Sotheby´s Chistie´s

			Phillips
Italia	58	Milán	Sotheby´s Christie´s
Reino de los Países Bajos	42	Ámsterdam	Christie´s
China (no continental)	3	Hong Kong	Sotheby´s Christie´s Phillips
	N/A	Shanghái	Christie´s
Emiratos Árabes Unidos	16	Dubái	Sotheby´s Christie´s
Alemania	22	Colonia	Sotheby´s

Fuente: Christie´s (2021); Phillips, (2021); Sotheby´s (2021a); The World Bank (2020) Elaboración propia.

En el caso de Polly Auction, China Guardian, Yongle Auction y Zhongsu International tienen sus oficinas centrales en Beijing, China, pero celebran eventos y subastas en Hong Kong y Shanghái, así también cuentan con subsidiarias específicas para estas ciudades. Es importante señalar que a pesar de las grandes ganancias que estas cuatro casas han obtenido en los últimos dos años y que han superado al mercado estadounidense, ninguna de estas empresas de compra-venta de arte realizan subastas en Occidente o tienen *salones* para realizarlas, es decir, su capacidad de expansión se reduce al espacio que está bajo control del gobierno chino y que por lo tanto es relevante tener en cuenta esta limitación para poder proyectar la expansión global de las casas subastadoras chinas y de las mercancías que promueve, las cuales son en su mayoría de origen chino. Por otro lado, el duopolio Sotheby´s – Christie´s tiene su mayor flujo de capitales y ventas en sus sedes de Nueva York, pero a diferencia de sus competidores chinos, estas casas pueden desempeñarse en cualquier parte del mundo donde haya posibles compradores.

La casa de subastas Phillips cuenta con salones de venta y subastas en ciudades donde no hay otro competidor lo cual podría ser una ventaja competitiva por ser el único agente comercial de arte en esa ubicación geográfica, pero también implica un mayor gasto de recursos para

sostener estas sucursales que quizás no son tan relevantes en los circuitos del mercado internacional del arte (véase tabla 4), lo que sí se puede observar con claridad es que estas locaciones, por muy atípicas que pudieran ser sus sedes, la mayoría de ellas no se encuentran en la periferia del mundo Occidental. En el mismo caso se encuentra Sotheby´s con una casa de subastas en Colonia, Alemania y Christie´s con una en Ámsterdam, Reino de los Países Bajos. Este tipo de ubicaciones responde en primera instancia a una estrategia de asentarse en los espacios físicos donde hay abundancia de capital, pero también a una lógica eurocéntrica de que el arte que se comercia es el proveniente de Europa y EE. UU., y lo que está afuera de estos centros geográficos no es tan relevante o solo se circunscribe a arte antiguo obtenido de búsquedas arqueológicas, en ese sentido, para Mattos (2014) el hacer historia del arte podría replantearse de manera mucho más inclusiva lo cual ayudaría a reducir los localismos y formas limitadas de apreciar el arte, lo cual ya en otro contexto (no abordado por Mattos) permitiría hacer más eficiente el mercado, facilitar su expansión y crecimiento.

Ciudades con casa de subastas solamente de Phillips
(Tabla 4)

País	Rank Doing Business	Ciudad
Bélgica	46	Amberes
Dinamarca	4	Copenhague
Corea del Sur	5	Seúl
Japón	29	Tokio
Rusia	28	Moscú
República de China (Taiwán)	15	Taipéi

Fuente: Phillips, (2021); The World Bank, (2020). Elaboración propia.

Con base en las tablas 3 y 4 se puede observar lo que ya se ha venido afirmado con respecto a la ubicación geográfica de las casas de subasta, en el mapa 1 se reflejan en rojo las ubicaciones donde convergen Sotheby´s, Christie´s y Phillips; en negro solamente Sotheby´s y Christie´s; en verde únicamente Christie´s; en morado Sotheby´s como única casa; azul para Phillips como única casa de subastas en esas ciudades y en amarillo las casas de subastas dependientes del gobierno chino. En un círculo negro se puso énfasis en la aglomeración de estas casas en puntos geográficos correspondientes al *centro capitalista* del

mundo, en este caso son tres segmentos, el primero ubicado en la costa Este de los EE. UU.; el segundo en Europa Occidental y el tercero en Japón abarcando a también a Hong Kong y Shanghái.

Mapa 1. Fuente y elaboración propia.

Al observar en el mapa 1, en Europa se podrá discernir claramente la concentración de casas de subastas ubicadas en ese continente, es particular en su región occidental, es decir, hay 17 casas de subastas en un radio no mayor de 1000 km2 si se toma como centro a la ciudad de París, la distancia entre casas de subastas es relativamente corta y más si consideramos que ciudades como Londres, Ginebra y Zúrich, albergan hasta tres casas de subastas (véase mapa 2).

Mapa 2. Fuente y elaboración propia.

Japón cuenta con tres casas de subastas: 1) Mainichi Auction Inc; 2) SBI Art Auction Co, Ltd; y 3) iART Co., LTD., las cuales según el reporte de Artprice y AMMA (2021) sólo representan el dos por ciento del mercado del arte del sudeste asiático, lo anterior muestra cómo este país con una importante fortaleza económica se quedó muy rezagado con respecto a China (continental) en cuanto al comercio del arte. Autores como Molho (2021) sostienen que tanto Hong Kong como Singapur podrían ser en próximas décadas los ejes principales del mercado del arte en Asia, en el caso de la primera ciudad esto ya se hizo realidad ya que sin lugar a dudas Hong Kong es el epicentro del comercio de arte en aquella región aunque, según Foster (2019), el gobierno chino desde el año 2012 hace esfuerzos constantes para integrar a esta excolonia a las lógicas del territorio continental lo cual puede cambiar las tendencias de su crecimiento económico, por otra parte Singapur si bien no tiene un rol relevante en este momento en el mercado de arte global, en el reporte *Doing Business* (2020), la ciudad-Estado obtuvo el segundo lugar de la mejor economía para realizar negocios (fue desplazado por seis décimas por Nueva Zelanda que ocupó el primer puesto), así que su dinamismo, excedentes de capital, su sofisticación tecnológica y de negocios lo hace

un espacio ideal para desarrollar un mercado de arte de carácter global para los próximos años.

La presencia de China como el país que obtiene mayores ventajas del comercio de arte internacional en el año 2020 también puede atribuirse a la deliberada disminución de operaciones por parte de las casas subastadoras ubicadas en Europa y EE. UU., por motivo de la presencia de la pandemia del Covid-19, en este sentido se debe señalar que en ese año el comercio de arte global según el reporte *The Art Market* 2020 de Art-Basel y USB (McAndrew, 2021) en total representan 50 mil millones de dólares, es decir un 22 por ciento menos con respecto al 2019, por otro lado el mundo digital hace su irrupción con una cuota de operaciones comerciales de 12 mil millones de dólares, este hecho apunta que las subastas virtuales serán una tendencia en crecimiento, ya que las facilidades de comunicación permitieron romper las barreras territoriales y las capacidades de operación permanente (24 horas, 365 días al año) se logró con las subastas y ventas en línea, aunque también la sofisticación, emoción y glamour propios de las subastas se perdió por las restricciones que hubo con respecto a realizar eventos presenciales de la índole que fueran. El comercio vía electrónica permite que nuevas generaciones de coleccionistas se integren a un mercado del arte que quizás dentro de poco se encuentre desterritorializado, para Vico (2020) este mercado de por sí ya era o es muy internacional pero con las tecnologías de la información y comunicación se desvanecen casi todos los obstáculos que pudiesen existir (sin embargo todavía existen algunas de carácter legal para la exportación e importación de obras), logrando con ello aumentar la demanda de obras de arte y obviamente las casas de subastas se encuentran ya en esta lógica que puede incluso ayudarlos a abatir costos en condiciones de crisis económica.

Para concluir con este apartado, es necesario antes explicar cuál es la situación de América Latina y su relación con las casas de subastas, en este sentido las casas de subastas globales no reportan salones para realizar subastas o eventos relevantes en Latinoamérica, pero si indican que existen *representaciones* en el caso de Sotheby´s indica que tiene este tipo de oficinas en Buenos Aires, Argentina; Caracas, Venezuela; Río de Janeiro, Brasil; Monterrey y Ciudad de México, México (2021a), por otra parte Christie´s reporta representaciones en Santiago, Chile; Buenos Aires, Argentina; São Paulo, Brasil y en Ciudad de México . El resto de las casas subastas globales no reportan oficinas de representación en la

región latinoamericana. Cabe señalar que en el caso particular de México, su presencia en las casas de subastas globales se da a través, como ya se mencionó, de la comercialización de piezas arqueológicas de dudosa procedencia, así como de arte virreinal (pinturas), piezas de platería y antigüedades así como de obras de arte del siglo XX. También es importante mencionar que la casa de subastas más relevante de origen mexicana es Morton Subastas, fundada por Luis López Morton en 1987, la cual cuenta (además de varias sucursales en el país) con una oficina en París, Francia (Morton Subastas, 2021), este hecho puede ser el inicio de la futura inserción a los circuitos globales del mercado del arte por parte de empresas mexicanas y latinoamericanas especializadas en obras y piezas propios de la región.

Conclusiones

El mercado del arte es, desde la aparición de las primeras casas de subastas en el siglo XVIII en Londres, un mercado de carácter global que arroja un flujo de transacciones de compra- venta de un poco más de 60 mil millones de dólares (en promedio) y cada año va en aumento (sólo el 2020 disminuyó sus operaciones como resultado de la pandemia), lo cual es señal del crecimiento y del interés que genera a nivel internacional poseer obras de arte que pueden ser contenedoras de valor monetario, pero también de estatus, prestigio y distinción para aquel que puede comprarlas y si estas operaciones se realizaron en una subasta las obras de arte adquieren aún más renombre por la propia capacidad del vendedor de ofertar más dinero por la pieza artística que se presenta a través de estas casas de subastas, las cuales se ubican en espacios geográficos que se caracterizan por contar con grandes flujos de capitales y por lo tanto se encuentran físicamente cercanas a los dueños de los excedentes de capital, lo cual los habilita para comprar bienes suntuarios, entre ellos las obras de arte.

Las casas de subastas de arte son verdaderas empresas globales que operan en diversos idiomas, con diferentes divisas, en distintos espacios culturales y comercian obras de arte de todo el mundo apoyándose además de sus ubicaciones geográficas estratégicas, en las operaciones a través de las tecnologías de la información y la comunicación, lo cual puede potenciar sus capacidades para obtener ganancias y cubrir todos los puntos geográficos del mundo que pudiesen tener capacidad de compra de las obras de arte, pero hay una paradoja subyacente porque

este circuito de negocios busca la expansión pero sólo opera en una veintena de ciudades que están determinadas por el centro capitalista del mundo, en esta lógica han dejado fuera (o por lo menos es una posible interpretación) a mercados emergentes como el de China continental que cada vez gana de manera acelerada mayores cuotas de mercado y que probablemente dentro de poco iniciará una expansión más agresiva fuera de sus áreas naturales de control geopolítico en el sudeste asiático. También deja sin participación a mercados que tienen una gran tradición en producción artística como lo es Latinoamérica y que podría contribuir con obras de arte de gran valor económico.

La estructura de mercado de las casas de subastas en Europa es de índole duopólico y se puede prever a partir de las ganancias obtenidas desde hace ya varios años, que seguirá fortaleciéndose especialmente por los resultados que obtengan en sus sucursales estadounidenses y estarán compitiendo por los clientes globales con las entidades creadas y administradas por el gobierno de la República Popular de China, aquí será relevante analizar como los grandes coleccionistas privados interactuarán con las casas de subastas y el rol que tendrán en la obtención de las ganancias de estas empresas globales para los próximos años.

Referencias

Antoinette, M., y Maravillas, F. (2020). Positioning contemporary art worlds and art publics in Southeast Asia. *World Art*, *10*(2-3): pp. 161–189, doi:10.1080/21500894.2020.1821761

Armañanzas, E. (1994). Casas de subastas, multinacionales en un mercado global. *Kobie. Bellas Artes*, (10): pp. 155-168, https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3794159

Artprice y AMMA. (2020). *The Art Market in 2019*. Artprice.com y AMMA, https://imgpublic.artprice.com/pdf//the-art-market-in-2019.pdf

Artprice y AMMA. (2021). *The Art Market in 2020*. Artprice.com y AMMA, https://www.artprice.com/artprice-reports/the-art-market-in-2020/the-art-market-in-2020

Artprice. (2021, 27 de abril). 1958… when Sotheby's took a decisive leap into the future. *ArtMarket. Insight Contents. Market History,* https://es.artprice.com/artmarketinsight/1958-when-sothebys-took-a-decisive-leap-into-the-future

Bazán-Palomino, W., y Winkelried, D. (2021). FX markets' reactions to COVID-19: are they different? *International Economics*, (167): pp. 50-58, https://doi.org/10.1016/j.inteco.2021.05.006

Bodenstein, F. (2020). Africa: trade, traffic, collections. *Journal for Art Market Studies*, *4*(1): pp. 1-8, https://fokum-jams.org/index.php/jams/article/view/119

Brady, A. (2021, 04 de mayo). Crypto-creep accelerates as Sotheby's accepts Ether and Bitcoin for $5m Banksy painting. *The Art NewsPaper*, https://www.theartnewspaper.com/news/sotheby-s-to-accept-cryptocurrency-as-payment-for-banksy-painting

Brodie, N. (2019). The 'art world' of the auction houses: The role of professional experts, *Arts*, *8*(2- 56): pp. 1-9, https://doi.org/10.3390/arts8020056

Cavusgil, S. (2021). Advancing knowledge on emerging markets: Past and future research in perspective. *International Business Review*, *30*(2): pp. 1-11, https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2021.101796

Christie´s (2021). Christie's locations. Salesrooms. *Cristie´s,* https://www.christies.com/locations?sc_lang=en&lid=1

Foster, N. (2019). The art market and politics: The case of the Sigg Collection. *Journal for Art Market Studies*, *3*(1): pp. 1-14, https://doi.org/10.23690/jams.v3i1.85

Goetzmann, W., Renneboog, L., y Spaenjers, C. (2011). Art and money. *The American Economic Review, 101*(3): pp. 222–226, doi:10.2307/29783743

Gruszczynski, L. (2021). The COVID-19 pandemic and international trade: temporary turbulence or paradigm shift? *European Journal of Risk Regulation, 11*(2): 337-342, https://www.cambridge.org/core/services/aop-cambridge-core/content/view/8C76595B1E954E601EAF91F0E6C23492/S1867

299X2000029Xa.pdf/covid19_pandemic_and_international_trade_temporary_turbulence_or_paradigm_shift.pdf

Joyeux-Prunel, B. (2017). Circulation and the art market. *Journal for Art Market Studies, 1*(2): pp. 1-19, https://fokum-jams.org/index.php/jams/article/view/13/43

Mattos, C. (2014). Whither a art history?: Geography, art theory, and new perspectives for an inclusive art history. *The Art Bulletin, 96*(3): pp. 259-264, http://www.jstor.org/stable/43188880

McAnddrew, C. (Ed.) (2021). *The art market 2021*. Switzerland: Art Basel y UBS, https://d2u3kfwd92fzu7.cloudfront.net/The-Art-Market_2021.pdf

Milano, R. (2019). Moralizing the art market: A socioeconomic perspective on art auctions on the floor and online. *Journal for Art Market Studies*, *3*(1): pp. 1-18, https://doi.org/10.23690/jams.v3i1.80

Molho, Jeremie. (2021). Becoming Asia's art market hub: comparing Singapore and Hong Kong, *Arts, 10*(2-28): pp. 1-20, https://doi.org/10.3390/arts10020028lar

Murphy, A., Haverstock, E., Gara, A., Helman, C., y Vardi, N. (2021, 13 de mayo). Global 2000. How the world's biggest public companies endured the pandemic. *Forbes.* https://www.forbes.com/lists/global2000/#3e74e1a05ac0

Ortiz-Arellano, E. (2019). Negocio global: el mercado internacional del arte. *Memoria del XXIV Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática,* de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Nacional Autónoma de México*:* pp. 1-24. http://congreso.investiga.fca.unam.mx/es/congreso_xxiv.php

Parkin, M., Esquivel, G., Ávalos, M. (2005). *Microeconomía. Versión para Latinoamérica* (trad. Astrid Mues, 7ª ed.). México: Pearson Educación.

Pezzini, B. (2018). The "art" and the "market" elements of the art market: John Linnell, William Agnew and artist-dealer relationships in

Nineteenth-Century britain. *Journal for Art Market Studies*, *2*(4):1-18. https://doi.org/10.23690/jams.v2i4.40

Phillips. (2021). About us. Locations. *Phillips*, https://www.phillips.com/location

Schreer, B. (2019). Towards contested 'spheres of influence' in the Western Pacific: Rising China, classical geopolitics, and Asia-Pacific stability. *Geopolitics*, *24*(2): pp. 503-522, doi: 10.1080/14650045.2017.1364237

Schulze, G. (1999). International trade in art. *Journal of Cultural Economics*, *23*(1-2): pp. 109-136, http://www.jstor.org/stable/41810690

Shifrinson, J. (2020). The rise of China, balance of power theory and US national security: Reasons for optimism? *Journal of Strategic Studies*, *43*(2): pp. 175-216, doi: 10.1080/01402390.2018.1558056

Sotheby´s. (2021a). About us. Locations. *Sotheby´s*, https://www.sothebys.com/en/about/locations?locale=en

Sotheby´s. (2021b). Afrique. Océanie. Amériques. Lot 9. Statue en terre cuite Xipe Totec, culture aztèque, classique récent, 1350-1500 AP. J.-C. *Sotheby´s*, https://www.sothebys.com/en/buy/auction/2020/arts-dafrique-doceanie-dindonesie-et-des-ameriques-2/statue-en-terre-cuite-xipe-totec-culture-azteque

Sotheby´s. (2021c). Contemporary art evening auction. Lot 104. *Sotheby´s*, https://www.sothebys.com/en/buy/auction/2021/contemporary-art-evening-auction/love-is-in-the-air-2

Sotheby´s. (2021d). Sculpture: Africa, Pacific, Americas. Lot 8. Aztec stone figure of a macehual, postclassic, circa AD 1300 – 1521. Sotheby´s, https://www.sothebys.com/en/buy/auction/2020/sculpture-africa-oceania-americas/aztec-stone-figure-of-a-macehual-postclassic-circa

Sreberny-Mohammadi, L. (2021). The emergence of an auction category: Iranian art at Christie's Dubai, 2006–2016. *Arts*, *10*(2-35): pp. 1-15, https://doi.org/10.3390/arts10020035-

Taylor, P. (2002). *Geografía Política. Economía Mundo, Estado-Nación y Localidad.* Madrid: Trama Editorial.

The World Bank. (2020). *Doing Business. Comparing Business, Regulation in 190 Economies.* Washington D.C.: The World Bank, https://espanol.doingbusiness.org/es/reports/global-reports/doing-business-2020

Vico, A. (2008). El mercado de las subastas en el arte y el coleccionismo: desde sus orígenes a la actualidad, en Prado, C., y Vico, A. (Coordinadores). *La Inversión en Bienes de Colección.* España: Universidad Rey Juan Carlos, pp. 1-23, https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2707428

Vico, A. (2020). El mercado del arte en tiempos de crisis. *La Albolafia: Revista de Humanidades y Cultura,* dossier 1(20): pp: 21-346, https://www.academia.edu/44533004/EL_MERCADO_DEL_ARTE_EN_TIEMPOS_DE_CRISIS.

Wimmer, D. (2017). Introduction to this issue. The pricing of art: makers, markets, museums. *Journal for Art Market Studies, 1(1): pp. 1-3, https://fokum-jams.org/index.php/jams/article/view/2*