

iscte

INSTITUTO
UNIVERSITÁRIO
DE LISBOA



LETRAS
LISBOA

Os Leilões *Online* de Arte Moderna e Contemporânea da Cabral Moncada Leilões entre 2016 e 2020 – Análise da Performance das Vendas

Pedro Lemos Diniz Brum da Silveira

Mestrado em Mercados de Arte

Orientadores:

Doutor Luís Urbano Afonso, Professor Auxiliar, Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa

Dr. Miguel Cabral de Moncada, Professor Auxiliar Convidado, ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

Novembro, 2020

iscte

SOCIOLOGIA
E POLÍTICAS PÚBLICAS



LETRAS
LISBOA

Os Leilões *Online* de Arte Moderna e Contemporânea da Cabral Moncada Leilões entre 2016 e 2020 – Análise da Performance das Vendas

Pedro Lemos Diniz Brum da Silveira

Mestrado em Mercados de Arte

Orientadores:

Doutor Luís Urbano Afonso, Professor Auxiliar, Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa

Dr. Miguel Cabral de Moncada, Professor Auxiliar Convidado, ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa

Novembro, 2020

Agradecimentos

Gostaria de agradecer, em especial, aos meus orientadores, o Professor Luís Afonso e o Dr. Miguel Moncada pela ajuda em todos os momentos da realização da presente dissertação.

Gostaria ainda de agradecer ao Dr. Jean-Pierre Blanchon e ao Dr. Luís Costa Brandão pelas valiosas entrevistas prestadas que em muito enriqueceram este trabalho.

À Joana Loureiro pelo auxílio na definição dos critérios e na escolha dos parâmetros que melhor se aplicariam à realização da análise das vendas.

À Cabral Moncada Leilões pelo extraordinário contributo na cedência de dados que foram essenciais à realização da presente dissertação e ainda aos seus colaboradores que se mostraram sempre disponíveis para me esclarecer qualquer dúvida que surgisse.

Aos meus familiares e amigos aos quais não podia de deixar de agradecer por toda a ajuda nos últimos anos e pela motivação quando esta estava menos presente.

Resumo

O objetivo do presente trabalho consiste em realizar uma análise dos leilões *online* de arte moderna e contemporânea da Cabral Moncada Leilões, entre 2016 e 2020, a partir de três vertentes: a análise da performance dos leilões *online*; a análise dos leilões presenciais; e por fim a leitura comparada dos leilões *online* e dos leilões

Neste sentido, começamos por caracterizar os mercados *online*, desde o desenvolvimento do *e-commerce* em geral até aos leilões *online* em específico. Incluímos ainda uma revisão dos principais acontecimentos do mercado da arte nos últimos seis anos, quer no cenário internacional quer em território nacional. Naturalmente, este estudo analisa ainda o aparecimento do mercado da arte *online* em Portugal, beneficiando de uma série de entrevistas prestadas pelos responsáveis das principais leiloeiras do mercado nacional.

Para além da análise de vendas da CML entre 2016 e 2020, também realizámos um estudo sobre os clientes do setor *online* explorando algumas categorias (género, verba despendida, lotes adquiridos, etc.), entre as quais se destaca a distribuição geográfica. Os resultados para os leilões *online* demonstram que o desenho obteve os melhores resultados em todas as categorias, excerto no número de lotes vendidos, ocupado pelo mobiliário, e no preço médio por lote, que é ocupado pela pintura. Na análise aos clientes constatou-se que maioritariamente o comprador *online* é do sexo masculino, português e residente no concelho de Lisboa.

Na conclusão deste trabalho apontam-se linhas de crescimento para os leilões *online*, sobretudo num quadro como o atual de crise sanitária e distanciamento social.

Palavras-chave: Mercado de Arte em Portugal; Leilões *Online*; Arte Moderna e Contemporânea; Cabral Moncada Leilões; Análise de Vendas

Abstract

The aim of this dissertation consists of an analysis of the sales of the *Online* Auctions of Modern and Contemporary Art at Cabral Moncada Leilões between 2016 and 2020 based on three main aspects: an overview of the *Online* Auctions, an analysis of the Live Auctions and, finally, a comparative view of both.

In this sense we begin by characterizing the *online* market, spawning from the development of e-commerce to art auctions *online*. We include also a revision of the most important highlights of the art market during the last six years, both internationally and nationally. Naturally in this study we also look at the appearance of the Portuguese *online* art market aided with a series of interviews with the major auction houses of our domestic market.

Besides the main analysis of the sales between 2016 and 2020, we also looked upon the segmentation of the *online* clients (gender, money spent, number of lots bought.), and also their geographical distribution.

The main conclusions of this dissertation show that the category *Drawing* has the best overall sales results on the *Online* sector, and the categories *Furniture* and *Painting* had the best results, respectively, for the highest percentage of sold lots, and highest average price per lot. The results also showed that the clients that buy the most are Portuguese males residing in the city of Lisbon.

We also present new lines of possible growth in the upcoming future, especially now that we live under social distancing laws.

Keywords: Portuguese Art Market; *Online* Auctions; Modern and Contemporary Art; Cabral Moncada Leilões; Sales Analysis.

Índice

Agradecimentos.....	i
Resumo	iii
Abstract.....	iv
Índice de Figuras.....	viii
Glossário de Siglas	x
CAPÍTULO 1	1
Introdução.....	1
CAPÍTULO 2	5
Mercados <i>online</i>: do <i>e-commerce</i> aos leilões <i>online</i>	5
2.1. <i>E-commerce</i> : definição breve de um novo conceito.....	5
2.2 O Mercado de Arte <i>online</i>	7
2.3 A evolução do Mercado de Arte, nos últimos seis anos	8
2.4 O Mercado de Arte em Portugal.....	13
CAPÍTULO 3	17
O aparecimento do Mercado de Arte <i>online</i> em Portugal	17
3.1 O aparecimento das leiloeiras <i>online</i> , em Portugal.....	17
3.2 A criação dos leilões <i>online</i> na Cabral Moncada Leilões (CML).....	20
3.2.1. Metodologia aplicada à peritagem.....	26
3.2.2. Metodologia aplicada à avaliação	27
3.3. O impacto inicial da epidemia Covid-19 no mercado leiloeiro.....	27
CAPÍTULO 4	31
Os leilões <i>Online</i> de Arte Moderna e Contemporânea CML (2016-2020)	31
4.1 Definição de critérios de análise.....	31
4.2 Caracterização dos Leilões CML <i>Online</i> 2016 – 2020	32
4.3 Caracterização dos Leilões CML Presenciais 2016-2019	34
4.4 Comparação entre os Leilões <i>Online</i> e os Presenciais	37
CAPÍTULO 5	47
Análise dos Clientes dos Leilões <i>Online</i>	47
5.1 Composição dos Clientes.....	47
5.1.1 Clientes Masculinos	47
5.1.2 Clientes Femininos.....	50
5.1.3 Clientes Empresas.....	53
5.2 Distribuição Geográfica dos Clientes Nacionais	54
5.2.1 Ano de 2016.....	55
5.2.2 Ano de 2017.....	56
5.2.3 Ano de 2018.....	57
5.2.4 Ano de 2019.....	58

5.2.5 Ano de 2020.....	59
5.3 Distribuição Geográfica – Clientes Nacionais – Resumo.....	61
5.4 Distribuição Geográfica dos Clientes Estrangeiros	61
CAPÍTULO 6	63
Conclusão	63
REFERÊNCIAS.....	69
ANEXOS.....	79
Anexo I – Entrevista a Jean-Pierre Blanchon, sócio-gerente da Bestnet Leilões.....	81
Anexo II - Entrevista a Miguel Cabral de Moncada, sócio-gerente da Cabral Moncada Leilões... 83	83
Anexo III - Entrevista a Luís Costa Brandão, Diretor dos Leilões <i>Online</i> da Cabral Moncada Leilões.	87
Anexo IV - Figuras referentes à análise dos leilões <i>online</i> da CML entre 2016 e 2020	89
Anexo V - Figuras referentes à análise dos leilões presenciais da CML, entre 2016 e 2019.....	99
Anexo VI – Analise Semestral entre 2016 e 2020	109

Índice de Figuras

Figura 2.4.1 – Lote 425, Leilão 181 da Cabral Moncada – Aquário, porcelana chinesa, decoração policromada «Doucai» "Motivos florais", reinado Qianlong (1736-1795).	16
Figura 2.4.2 – “ <i>Femme Assise</i> ” (1909), Pablo Picasso, vendida na Sotheby’s em 2016 por 63,7 milhões de dólares	16
Figura 2.4.3 – “SCHECHINA”, (1999), Anselm Kiefer (n. 1945), vendida na Veritas em 2015 por 620.000 euros	16
Figura 3.2.1 – Evolução Anual da Médias da Base e das Vendas dos leilões <i>online</i>	23
Figura 3.2.2 Número de Leilões Anuais de AMC e de AOA	24
Figura 3.2.3 – Número de Viajantes Portugueses entre os 25 e os 44 anos entre 2012 e 2018	25
Figura 3.3.1.1 - Oliver Barker, <i>Senior Director</i> da <i>Sotheby’s</i> – Leilão <i>Online</i> , Junho 2020...	29
Figura 4.4.1 A e B – Número de lotes presentes em Leilão Online e Presencial em 2016 por categorias.....	38
Figura 4.4.2 (A e B) - Número de lotes vendidos em Leilão Online e Presencial em 2016, por categorias.....	38
Figura 4.4.3 (A e B) - Valores de venda em Leilão Online e Presencial em 2016, por categorias.....	40
Figura 4.4.4 (A e B) – Número de lotes presentes em Leilão Online e Presencial em 2019 por categorias.....	41
Figura 4.4.5 (A e B) - Número de lotes vendidos em Leilão Online e Presencial em 2019, por categorias.....	42
Figura 4.4.6 (A e B) - Valores de venda em Leilão Online e Presencial em 2019, por categorias.....	43
Figura 4.4.7 – Leilão 1239 – Total de lotes e lotes vendidos por categoria.....	44
Figura 5.1.1.1 - Composição dos Clientes Masculinos - Nacionalidade.....	48
Figura 5.1.1.2 - Divisão dos Clientes Masculinos – Total	48
Figura 5.1.1.3 – Clientes Masculinos – Gastos	49
Figura 5.1.1.4 – Clientes Masculinos – Número de Lotes Comprados.....	50
Figura 5.1.2.1 - Composição de Clientes Femininas – Nacionalidade	51
Figura 5.1.2.2 - Divisão das Clientes Femininas – Total	51
Figura 5.1.2.3 – Clientes Femininas – Gastos.....	52
Figura 5.1.2.4 – Clientes Femininas – Número de Lotes Comprados	52
Figura 5.1.3.1 – Composição Empresas – Nacionalidade.....	53
Figura 5.1.3.2 – Clientes Empresas – Gastos	53
Figura 5.1.3.3 – Clientes Empresas – Número de Lotes Comprados.....	54
Figura 5.2.1 - Distribuição Geográfica de Clientes em Portugal Continental (A) e detalhe dessa distribuição no Concelho de Lisboa (B), para o Leilão 1004 da CML, em 2016.....	55
Figura 5.2.2 - Distribuição Geográfica de Clientes em Portugal Continental (A) e detalhe dessa distribuição no Concelho de Lisboa (dir.) para o Leilão 1066 da CML em 2017.....	56
Figura 5.2.3 - Distribuição Geográfica de Clientes em Portugal Continental (A) e detalhe do Concelho de Lisboa (dir.) para o Leilão 1142 da CML em 2018	57

Figura 5.2.4 - Distribuição Geográfica de Clientes em Portugal Continental (A) e detalhe do Concelho de Lisboa (B) para o Leilão 1199 da CML em 2019	58
Figura 5.2.5 - Distribuição Geográfica de Clientes em Portugal Continental (A) e detalhe do Concelho de Lisboa (B) para o Leilão 1239 da CML em 2020	59
Figura 5.2.6 - Distritos Evolução Global – 2016 a 2020.....	60
Figura 5.2.7 - Concelhos Evolução Global – 2016 a 2020	60
Figura 5.2.8 - Freguesias Evolução Geral – 2016 a 2020	60
Figura 6.1 – Leilão 1004, Lote 74, Emerenciano, 1946.....	66
Figura 6.2 – Leilão 1047, Lote 33, Francisco Simões, 1946.....	66
Figura 6.4 – Leilão 1191, Lote 1, Pablo Picasso, 1881-1973	66
Figura 6.3 – Leilão 1098, Lote 84, Dorita Castel-Branco, 1936-1996	66
Figura 6.5 – Leilão 1239, Lote 11, Julião Sarmiento, 1948	67

Glossário de Siglas

AMC – Arte Moderna e Contemporânea

AOA – Antiguidades e Objectos de Arte

CEO – *Chief Executive Officer*

CFO – *Chief Financial Officer*

CML – Cabral Moncada Leilões

CMO – *Chief Marketing Officer*

DGS – Direção Geral de Saúde

EUA – Estados Unidos da América

INE – Instituto Nacional de Estatística

PCV – Palácio do Correio Velho

CAPÍTULO 1

Introdução

A escolha do presente tema de dissertação, os Leilões *Online* de Arte Moderna e Contemporânea da Cabral Moncada Leilões (CML) entre 2016 e 2020, surge da dupla necessidade de realizar uma análise detalhada das vendas *online* na CML e de igual modo contribuir para o desenvolvimento dos estudos nesta área dos mercados online.

Segundo o Mercado de Arte, entende-se por Arte Moderna e Contemporânea toda a produção artística realizada por artistas nascidos entre 1860 (Moderna) até artistas nascidos após 1945 (Contemporânea)¹.

No domínio da literatura subordinada ao tema Mercados de Arte, destacamos a dissertação de mestrado com o título *Economic and Financial Analysis of the Portuguese Art Market*, da autoria de Débora Matos Nabais, defendida em 2015, a dissertação de doutoramento subordinada ao tema *O Mercado de Arte Moderna e Contemporânea em Portugal (2005-2013)*, da autoria de Pedro Ribeiro Simões, defendida em 2016, e mais recentemente o livro *Mercados de Arte*, da autoria conjunta de Luís Urbano Afonso e Alexandra Fernandes, publicado em 2019.

Estas obras analisam os Mercados de Arte enquanto fenómeno geral, mas não se debruçam em particular sobre a venda de arte através de plataformas eletrónicas (*online*), o que vem a justificar a presente dissertação que surge com o intuito de recolher, sistematizar e discutir dados sobre leilões *online*, em Portugal, utilizando a CML leilões *online* como *case-study*.

Para conseguirmos compreender a realidade dos leilões *online* da CML, será necessário recuar neste setor, até às origens do *e-commerce* enquanto fenómeno global, colocando depois o enfoque em Portugal, onde são discutidas as principais dinâmicas deste setor, em território nacional. Será também realizada, segundo a mesma lógica (do geral para o particular), uma análise aos Mercados de Arte nos últimos anos, culminado no aparecimento dos leilões *online* em Portugal, mais concretamente os de Arte Moderna e Contemporânea (AMC), sendo este último ponto pautado por breves entrevistas aos principais agentes do mercado nacional, com

¹ <https://www.artprice.com/artmarketinsight/how-to-objectively-define-contemporary-art-in-2020>. Consultado no dia 29 de Outubro de 2020.

o objetivo de criar uma cronologia onde figurarão os principais acontecimentos deste mercado.

De seguida, iremos analisar todos os leilões *online* decorridos entre 2016 e 2020, segundo um conjunto de parâmetros que consideramos serem os mais adequados para o estudo e compreensão dos resultados de vendas em leilão.

Serão por isso analisados: número total de lotes e lotes vendidos; número de lotes vendidos que subiram o preço face ao valor de base; percentagem de crescimento do preço (de cada lote) face ao valor da base (-50%, entre 50-100% e + 100%); valor da soma das bases *versus* o valor da soma das vendas; valor médio das bases *versus* o valor médio das vendas e percentagem dos lotes vendidos e retirados. Estes parâmetros têm por base um trabalho interno da CML realizado por Joana Loureiro, contabilista da CML, tendo sido readaptados aos leilões *online*.

Para além destes parâmetros iremos dividir os lotes apresentados, em leilão, em cinco categorias: Pintura; Desenho; Escultura; Mobiliário e Outros. Esta divisão deve permitir compreender o *gosto dos clientes* ou os interesses do mercado, nos leilões *online* de Arte Moderna e Contemporânea, uma vez que a segmentarização da amostra permite uma melhor leitura dos dados. Reconhecemos o seu carácter artificial, mas apresenta a vantagem de seguir os próprios parâmetros escolhidos pela Leiloeira que é o objecto do presente estudo, o que nos parece fundamental da perspectiva do mercado.

Os dados referentes aos lotes vendidos serão recolhidos na íntegra no *site* da CML, e a partir destes será realizado um conjunto de gráficos referentes aos parâmetros sobreditos, com objetivo de criar um auxílio visual à interpretação dos resultados.

Para além destes dados, serão ainda recolhidas as informações referentes os leilões presenciais de AMC, realizados no mesmo período, e desenvolvida depois uma leitura comparada entre os resultados dos leilões *online* e os leilões presenciais. Esta análise comparativa é decisiva na presente dissertação uma vez que permite uma melhor compreensão dos leilões *online* e do seu significado relativo nos Mercados de Arte e qual a sua escala relativamente aos leilões presenciais de AMC.

Simultaneamente a caracterização dos clientes dos leilões *online* foi considerada um ponto essencial para a compreensão deste setor. Para esta análise foram recolhidos – sempre de acordo com as políticas de protecção de dados da CML – dados do sistema interno da CML, nomeadamente o código postal de cada cliente, o género (Masculino/Feminino ou Empresa), o número de lotes adquiridos e a verba despendida. Estas informações são compiladas num conjunto de gráficos que pretendem responder às seguintes questões: género,

nacionalidade, clientes *tradicionais* /*novos* clientes, gasto médio por cliente, número de lotes adquirido por cada cliente.

Para cada ano de atividade, será ainda analisada a distribuição geográfica dos clientes, sendo apresentados os resultados por distritos, concelhos e freguesias. Foram ainda realizados, para cada ano, mapas para o concelho de Lisboa e para Portugal Continental, nos quais cada ponto presente corresponderá a um cliente, que foi registado na respetiva freguesia/concelho.

Esta dissertação começada no ano de 2019 cruzou-se no ano de 2020 com a crise sanitária provocada pelo Covid-19, que impôs o confinamento e o distanciamento social. Como os restantes sectores da economia, os Mercados de Arte encontraram nas plataformas digitais uma estratégia de venda eficaz. Esta tese também conta essa história.

CAPÍTULO 2

Mercados *online*: do *e-commerce* aos leilões *online*

Neste capítulo, aborda-se a formação do comércio *online* como fenómeno global, aqui designado por *e-commerce*, passando-se depois à análise do *e-commerce* no âmbito do Mercado de Arte.

2.1. *E-commerce*: definição breve de um novo conceito

O *e-commerce* define-se como a atividade de comprar ou vender produtos através da *internet* e onde são utilizadas tecnologias como: “*electronic funds transfer, online transaction processing, electronic data interchange (EDI), and automated data collection systems*” (Banda, 2019: 1). Este conceito difere do *e-business* na medida em que apenas trata da transação de bens e serviços, enquanto o *e-business*, inclui todos os aspetos que integram um negócio *online* (idem: 2).

Dentro do *e-commerce* podemos verificar várias formas de realizar negócios. As três principais formas são: *business and consumers, businesses and businesses* e finalmente *consumers and consumers* (Totonchi e Kakamanshadi, 2011: 272). Apresentamos de seguida as definições de cada um destes tipos, segundo proposta de Banda (2019: 4):

- *Business to Consumer* (B2C) – quando o negócio vende diretamente ao um cliente;
- *Business to Business* (B2B) – quando um negócio vende diretamente a um negócio;
- *Consumer to Consumer* (C2C) – quando um cliente vende diretamente a outro cliente.

Este autor propõe ainda um quarto tipo de venda, onde o cliente vende diretamente ao negócio (C2B – *Consumer to Business*). Este quarto tipo é um reflexo dos novos tempos dado que, se verificarmos a sua definição, compreendemos que este existe quando um(a) *influencer* utiliza o seu público *online* para publicitar um negócio, recebendo um pagamento fixo ou uma comissão sobre as vendas que sejam feitas através do seu canal.

As principais vantagens do comércio eletrónico são as seguintes face ao comércio, dito, tradicional (Oliveira, 2019):

- Sem limitações geográficas ou temporais
- Menor custo de operação
- Procedimento célere de compra e venda
- Exposição de todos os produtos de forma simples e organizada
- Facilidade de monitorização do percurso do cliente pela loja

- Simplicidade de comercialização de produtos/serviços
- Possibilidade de corte nos custos de intermediário

Em suma, este tipo de negócio tem como principal enfoque a diluição dos regionalismos característicos dos negócios físicos, aliado a uma redução dos custos para o vendedor e agilizando o processo de compra.

Relativamente ao processo de compra podemos dividir o *e-commerce* em três grandes canais de distribuição (Banda, 2019: 20):

- *Pure-Click* – companhias que lançaram um *website* sem qualquer tipo de pré-existência física;
- *Bricks-and-clicks* – companhias que existem fisicamente e desenvolveram um *website* para realizar vendas *online*;
- *Click-to-brick* – companhias que numa fase já avançada do negócio lançaram uma loja física.

O início da venda generalizada de artigos através da *internet* remonta à década de 1990, mais concretamente ao ano de 1995, quando são criadas duas empresas que virão a ser as principais no setor do *e-commerce*, a *Amazon* e o *eBay*. Ao quarto ano de existência este mercado, já contabilizava 20 mil milhões de dólares em vendas (Samadi, 2011: 3). No ano de 2010, o Reino Unido apresentava o valor mais elevado de gastos *per capita* em *e-commerce*, no planeta (Banda, 2019: 9). Em 2016, o lugar cimeiro era ocupado pela China, com um valor estimado de 899 mil milhões de dólares (*ibidem*), e em 2017, o total mundial de vendas através de *e-commerce* atingiu 2.3 triliões de dólares.

Entre 2015 e 2020 esperava-se que o mercado *online* aumentasse 56% enquanto para o mesmo período o mercado tradicional esperava um crescimento de 2% (*idem*: 15). Segundo as previsões para o ano de 2019 (Lipsman, 2019), o setor do *e-commerce* esperaria contabilizar 3.535 triliões de dólares, registando assim um aumento de 20% face ao ano anterior. Os principais mercados em termos de crescimento, nesse ano, seriam a Ásia do Pacífico, a América Latina, o Médio Oriente e África. Já em termos de valores, a mesma projeção apontava que a China atingiria 1.934 mil milhões de dólares em vendas, ocupando o primeiro lugar, os EUA com 568 mil milhões, o segundo e o Reino Unido com 141 mil milhões, o terceiro (*idem*).

Veremos adiante que o *e-commerce* e o Mercado de Arte partilham, à escala global, os mesmos lugares cimeiros em termos de volume de faturação, mas que as áreas que projetam mais crescimento não são semelhantes. Nos Mercados de Arte, áreas geográficas como

África, América Latina e Médio Oriente têm um peso bastante diminuto e não está previsto nenhum crescimento efetivo nestas áreas, uma vez que o Mercado de Arte se mantém inalterado, em termos dos principais actores e da percentagem de ocupação dos restantes, desde o fim da última crise económica.

Para o caso português, o *e-commerce* tem evoluído a um ritmo lento (Oliveira, 2019; Saraiva, 2020). No ano de 2012, realizaram-se 2.4 mil milhões de euros em compras B2C, o que corresponde a c. 1.5% do PIB (ACEDPI-IDC, 2012). Em 2017, 60% das empresas portuguesas não tinha presença *online* e apenas 67% da população portuguesa utilizava a *internet* e na área dos negócios apenas 27% das empresas e 48% da população utilizou este canal (Oliveira, 2019).

Estes números ganham uma elevada importância quando comparados com o número de portugueses que utiliza as diferentes redes sociais, cerca de 6.7 milhões, de um total de 7.8 milhões de portugueses com serviço de *internet* móvel (Teixeira, 2020), demonstrando que apesar do acesso à rede, esta não é vista como um canal preferido para compras e vendas.

Relativamente ao método de compra apenas 33% dos portugueses utiliza o telemóvel, enquanto 44% recorre ao computador para adquirir produtos ou serviços. Relativamente à origem geográfica dos produtos, Portugal é o segundo maior país de Europa em termos de volume de aquisições em *sites* estrangeiros (idem). Teixeira (2020) apresenta como principal motivo para tal, a falta de diversidade de produtos e os preços mais elevados, em território nacional, face aos *sites* estrangeiros.

2.2 O Mercado de Arte *online*

A vertente *online* do Mercado de Arte surge quase em simultâneo com o fenómeno do *e-commerce* para o comércio dito tradicional. Este trajeto pode ser dividido em três momentos: o primeiro deu-se nos finais da década de 1990, com o aparecimento do fenómeno ‘*dot.com boom*’² (Adams, 2014: 121; Aldámiz-Echevarría, 2013: 97). A maioria destes projetos comerciais não resistiu ao *crash* do ano 2000 (Adams, 2014: 121), ainda assim alguns deles perseveraram como é o caso da *Artnet*, a *Heffel* e a *Safronart* (Hiscox, 2013: 22).³ O segundo momento decorre durante a primeira década do século XXI, no momento em que os principais

² Bolha no Mercado de ações, devido a investimentos realizados através da Internet, que dura entre 1995 e 2000. Veja-se <https://www.investopedia.com/terms/d/dotcom-bubble.asp>. Consultado no dia 28 de Janeiro de 2020.

³ Estas plataformas ainda se encontram em atividade em 2020.

players do mercado, *Christie's*, *Sotheby's* e *Gagosian*, desenvolvem as suas estratégias *online*. O terceiro momento tem o seu início após 2010, quando assistimos ao aparecimento de plataformas *online* de arte, que vendem em nome de terceiros, como é o caso da *Artsy*, *Saatchi Online* e a *Etsy* (Samdanis, 2016: 3).

2.3 A evolução do Mercado de Arte, nos últimos seis anos

Para perceber o crescimento do Mercado de Arte *online* é necessário comparar a evolução do volume de vendas *online* com o volume de vendas realizado em plataformas físicas. Para o efeito iremos apresentar uma análise sobre esta evolução ao longo dos últimos seis anos.

No ano de 2013, foram realizados 12 mil milhões de dólares em leilões presenciais de *fine arts* (Artprice, 2013: 9). Tal como em anos anteriores, os três países que se destacaram no setor leiloeiro foram a China, os EUA e o Reino Unido. Com valores de venda na ordem de 4.1 mil milhões de dólares, a China alcançou o primeiro lugar, seguido de perto pelos EUA com mais de 4 mil milhões de dólares em vendas. Em terceiro lugar, o Reino Unido, com metade do valor dos dois primeiros, com 2.1 mil milhões de dólares (idem: 11). Não se pode no entanto deixar de anotar aqui que o Reino Unido tem no caso particular dos mercados de arte um peso que supera a sua posição na economia mundial.

Neste mesmo ano, o valor atingido pelo setor de vendas de arte *online* foi de 1.57 mil milhões de dólares (Hiscox, 2014: 4). Para definir o setor leiloeiro na sua vertente *online* podemos apresentar os resultados de uma das duas maiores empresas: em 2013, a *Christie's* que realizou 49 leilões *online*, atingindo um valor de vendas superior a 20 milhões de dólares (idem: 6). Se compararmos estes resultados com os do ano anterior, 7 leilões realizados e 4.7 milhões em vendas (idem: 6), compreendemos que o crescimento do setor *online* foi notável. No Reino Unido a empresa *the-saleroom.com* teve mais de 74 milhões de libras em vendas (idem: 6), e nos EUA, a *Invaluable.com* registou um quarto trimestre recorde com vendas 102% superiores face ao mesmo período do ano anterior. A *LiveAuctioneers.com* registou igualmente o seu melhor ano de sempre totalizando 222.5 milhões de dólares em vendas (idem: 6).

No ano de 2014, o setor leiloeiro registou uma subida de 26% face ao ano anterior, atingindo um valor recorde de 15.2 mil milhões de dólares (Artprice, 2014: 4). Em 2014, os *hotspots* do mercado leiloeiro foram idênticos aos de 2013, China com 5.6 mil milhões (+\$1.5B), EUA com 4.88 mil milhões (+\$0.8B), e o Reino Unido com 2.87 mil milhões (+\$0.7 B) (idem: 4).

Neste ano, os valores do mercado *online* atingiram os 2.64 mil milhões de dólares (Hiscox, 2015: 5). Face ao ano anterior registou-se um aumento de mais de mil milhões de dólares, um crescimento muito superior ao das plataformas tradicionais. Podemos destacar, para este ano, quatro grandes *players*: a *Heritage Auctions*, com vendas de 356.6 milhões e um aumento de 42% face ao ano anterior; a *Auctionata* com 41 milhões de dólares e um aumento de 148%; a *Paddle8* com 35.8 milhões de dólares e um aumento de 146% e a *Christie's Online* com 35.1 milhões de vendas e um aumento de 69% face ao ano anterior (idem: 7). Com estes valores seria expectável que os compradores estivessem situados no *high-end* do mercado, mas a realidade demonstra exatamente o oposto. Através do relatório publicado pela *Hiscox*, verificamos que 84% dos compradores adquirem obras de arte por valores inferiores a 10.000 libras (idem: 6), um dado muito significativo na caracterização do perfil dos leilões *online*.

Para o ano de 2015, o setor leiloeiro presencial atingiu os 16.095 mil milhões de dólares (incluindo o *buyer's premium*) (Artprice, 2015: 3). Em termos de presença no mercado, os EUA atingiram este ano o lugar cimeiro, correspondendo a 38.38%. A China atingiu os 30.19% e o Reino Unido alcançou os 18.58% (idem, 3).

No setor *online*, verificou-se um aumento de 24% face ao ano anterior, totalizando 3.27 mil milhões de dólares em vendas (Hiscox, 2016: 2). As principais leiloeiras físicas com vertente *online* também seguiram a vaga de aumentos. A *Sotheby's* registou vendas na ordem dos 100 milhões de dólares, já a *Christie's* aumentou as suas vendas em 11% atingindo assim os 36.4 milhões de dólares (idem: 3). Por outro lado, a principal leiloeira exclusivamente *online*, *Heritage Auctions*, registou um decréscimo de 3.5%, comparando com 2014, estabelecendo o valor de vendas de 2015 em 344 milhões de dólares. Ainda dentro das leiloeiras estritamente *online*, a *Auctionata* registou um aumento de 165% chegando aos 90 milhões de dólares (idem: 4), e a agregadora *Invaluable* registou um aumento de 60% (idem: 5). Em termos do aumento de compradores no mercado *online*, o relatório da *Hiscox* apresenta números na casa dos 20% (idem: 8).

O setor leiloeiro teve o seu *annus horribilis* em 2016, registando uma queda de vendas na ordem dos 23%. Neste ano, o setor realizou apenas 12.45 mil milhões de dólares (*buyer's premium* incluído), apesar do aumento de 8% no número de lotes levados à praça (Artprice, 2016: sp). Nova Iorque registou uma queda de 43% e Londres de 30%. Já a China registou um decréscimo de 2% no seu *turnover*. Em termos da ocupação do mercado, a China alcançou o primeiro lugar com 38%, os EUA os 28% e o Reino Unido os 17%. (idem: sp). Se podemos utilizar um factor que demonstre a indisponibilidade do Mercado em realizar

compras de elevado valor em 2016 face a 2015, apresentamos o valor de venda recorde. Em 2016, foi de 81.447.500 dólares, sendo que em 2015, foi de 179.365.000 dólares (Artprice, 2015: 15).

Comparativamente em 2016 o Mercado de Arte *online* subiu 15% face a 2015 atingindo os 3.75 mil milhões de dólares, correspondendo a 8.4% do total das vendas dos Mercados de Arte (+1% face a 2015) (Hiscox, 2017: 2). As principais leiloeiras, *Sotheby's* e *Christie's*, registaram aumentos de 19% e de 34%, respectivamente, face ao ano anterior. A primeira alcançou os 155 milhões de dólares⁴ e a segunda alcançou os 217 milhões de dólares⁵ (idem: 6). A leiloeira que alcançou o resultado mais alto, novamente, foi a *Heritage Auctions*, atingindo os 348 milhões de dólares em vendas registando assim um aumento de 1.3% face ao ano anterior (idem: 6). Ou seja temos no ano de 2016 a constatação de quando o modelo tradicional de negócios falha, o *online* pode bem ser a solução.

Em 2017, o setor leiloeiro presencial registou um aumento de 19.78%, atingindo 14.9 mil milhões de dólares (*buyer's premium* incluído) (Artprice, 2017: sp). Este ano foi um ano importante para o setor devido a dois eventos. O primeiro foi que desde o aparecimento do mercado chinês no panorama mundial, tanto o mercado ocidental como asiático demonstraram sinais de estabilidade e crescimento (idem: sp). O segundo foram dois novos recordes de vendas. No mercado asiático uma obra de Qi Baishi atingiu os 140 milhões de dólares (*buyer's premium* incluído), sendo a obra mais dispendiosa de sempre, vendida no mercado asiático. O segundo recorde foi atingido por uma obra de Leonardo Da Vinci, *Salvator Mundi*, que atingiu os 450 milhões de dólares, alcançando um novo recorde global do preço mais elevado pago por uma obra de arte (idem: sp).

Em termos da geografia do mercado, a China alcançou o primeiro lugar com 5.1 mil milhões de dólares (valor inferior ao de 2014), seguido de perto pelos EUA com 5 mil milhões de dólares (valor superior ao de 2014). Em terceiro e com perto de metade dos valores dos dois primeiros lugares o Reino Unido com 2.5 mil milhões de dólares (valor inferior ao de 2014) (idem: sp).

Em 2017, o mercado *online* atingiu 4.22 mil milhões de dólares, um aumento de 12% face ao anterior (Hiscox, 2018: 2). As principais leiloeiras do setor também registaram mudanças

⁴ Este resultado inclui licitações realizadas através da plataforma Online em leilões presenciais e os resultados dos leilões puramente Online.

⁵ Este resultado inclui licitações realizadas através da plataforma Online em leilões presenciais e os resultados dos leilões puramente Online.

positivas. A *Sotheby's*, que neste ano ofereceu 0% de *buyer's premium* aos compradores *online* (Basel, 2018: 234), registou vendas de 180 milhões de dólares, aumentando assim 25 milhões face ao ano anterior. A *Heritage Auctions* registou um aumento de 89 milhões, alcançando os 438 milhões de dólares. Já a *Christie's* registou um decréscimo de 2 milhões de dólares, registando 215 milhões em vendas (Hiscox, 2018: 4). Já dentro das agregadoras de leilões, a *Invaluable* registou em vendas 342 milhões em 2017, aumentando 14% face ao ano anterior (Basel, 2018: 238).

Em 2018, o setor leiloeiro registou um aumento de 4%, registando 15.5 mil milhões de dólares (Artprice, 2018: 7). Se compararmos com o aumento do ano anterior, 19%, vemos que este ano foi um ano mais calmo no setor. Em termos de distribuição geográfica do *turnover*, os EUA alcançaram o primeiro posto com 38% do mercado, seguidos pela China com 29% e o Reino Unido com 18% (idem: 10). Para as leiloeiras, relativamente ao *turnover*, temos em primeiro lugar a *Christie's* com perto de 5 mil milhões de dólares, seguida da *Sotheby's* com perto de 4 mil milhões de dólares. Em terceiro está a *Poly Group*, leiloeira chinesa, com mais de 650 milhões de dólares (idem: 7). Através destes dados podemos compreender que a polarização do mercado nas duas leiloeiras com os valores anuais mais elevados, *Christie's* e *Sotheby's*, é bastante significativa, dado que a segunda regista valores seis vezes superiores aos valores da terceira mais significativa. Outro aspeto que denota a supremacia em duas empresas é que a *Poly Group*, tem apenas um escritório fora do continente asiático, em Nova Iorque⁶ de um total de nove. Apesar de a *Sotheby's* ter apenas um local de vendas, em Hong Kong, para os compradores asiáticos, tem onze representantes no mercado Ásia-Pacífico⁷. Já a *Christie's* conta com dois locais de venda para o mercado asiático, Hong Kong e Xangai⁸, conta também com dez representantes⁹ esparsos pelos diversos pontos de interesse no mercado Ásia-Pacífico. Ou seja a penetração das leiloeiras chinesas fora do mercado dito interno e do mercado asiático é consideravelmente diminuta.

O setor *online*, também registou uma subida face ao ano anterior, mas mais lenta do que o setor presencial. Com um ritmo de crescimento de 9.8% atingiu os 4.64 mil milhões de dólares (Hiscox, 2019: 2). As principais leiloeiras do setor físico registaram aumentos percentuais superiores às que se dedicam em exclusivo ao setor *online*, entre 11% a 17%

⁶ <https://www.polyauction.com.hk/en/about-us/locations/>. Consultado no dia 25 de Outubro de 2020

⁷ <https://www.sothebys.com/en/about/locations?locale=en>. Consultado no dia 25 de Outubro de 2020

⁸ https://www.christies.com/locations?sc_lang=en&lid=1. Consultado no dia 25 de Outubro de 2020

⁹ <https://www.christies.com/locations/offices/asia-pacific/>. Consultado no dia 25 de Outubro de 2020

(idem: 3). A *Sotheby's* alcançou os 200 milhões, a *Christie's* os 250 milhões e a *Heritage Auctions* os 487 milhões (idem: 3). Já para as leiloeiras puramente *online*, 2018 foi um ano positivo. A *Invaluable* registou um aumento de vendas alcançando os 365 milhões de dólares (Basel, 2019: 275) e a *LiveAuctioneers* registou 278 milhões de dólares em vendas (idem: 277).

Em 2019, o setor leiloeiro teve um decréscimo que alcançou os 17%. O valor do setor foram 24.2 mil milhões de dólares (Basel, 2020: 19). Este decréscimo foi verificável nos três principais locais do mercado os EUA, China e Reino Unido que perderam 4% da sua representação combinada no mercado, ficando assim pelos 84%. O único local, dentro da categoria dos principais, que registou um aumento foi a França que conquistou 2% face ao ano anterior, alcançando os 7% de presença no mercado (idem: 19). Os especialistas apresentam três fatores que contribuíram para este decréscimo do setor leiloeiro. O primeiro deve-se às incertezas políticas que pautaram o ano de 2019, nomeadamente as incertezas face ao Brexit, as manifestações em Hong Kong e o *impeachment* de Donald Trump. A segunda, mais próxima do setor, foi a ausência de grandes coleções a entrarem no mercado para serem vendidas (idem: 126) e a terceira foi a redução do número de lotes das gamas de preços mais altos (idem: 137).

Os leilões *online* também sofreram uma queda face ao ano anterior. Esta foi de 2%, totalizando o setor em 5.9 mil milhões de dólares (Basel, 2020: 244). Apesar deste decréscimo, o setor leiloeiro manteve a mesma presença de 9% no total do mercado de arte (idem: 245). Nas principais leiloeiras do setor o panorama foi contrário ao que se esperaria dada a quebra generalizada do Mercado de Arte. Na *Christie's* as vendas *online*¹⁰ aumentaram 8% face ao ano anterior, para os 270 milhões de dólares (Idem: 262). Na *Sotheby's* as vendas *online*¹¹ registaram um aumento de 25%, para os 249 milhões de dólares. Já os leilões puramente *online* registaram uma subida ainda mais acentuada, na casa dos 55%, para os 75 milhões de dólares. A *Heritage Auctions* foi mais uma vez a principal leiloeira do setor *online*, que apesar da sua queda de 1% face ao ano anterior, atingiu os 483 milhões de dólares.

¹⁰ Este resultado inclui licitações realizadas através da plataforma Online em leilões presenciais e os resultados dos leilões puramente Online.

¹¹ Este resultado inclui licitações realizadas através da plataforma Online em leilões presenciais e os resultados dos leilões puramente Online.

Podemos então verificar que entre 2013 e 2019 os valores totais tiveram flutuações entre os 12 mil milhões (2013) e os 13.3 mil milhões (2019), atingindo o valor mais elevado em 2015 com 16 mil milhões de dólares.

2.4 O Mercado de Arte em Portugal

Creio ainda ser necessário após esta apresentação, condensada, da evolução dos mercados de arte internacionais, realizar uma abordagem semelhante para o mercado de arte português, mas num período temporal ligeiramente diferente, 2012 a 2020¹².

Este período do mercado de arte português que pretendemos aqui apresentar, insere-se naquilo que Afonso e Fernandes (2019: 206-207) definem como sendo o quarto período do nosso mercado de arte, após o 25 de Abril de 1974, com início em 2008. Antes de iniciarmos esta análise tenha-se em conta a seguinte característica do mercado doméstico, apresentada por João Magalhães em entrevista a Alexandra Carita (2016): *“99% do que é vendido internamente não têm qualidade suficiente para estarem presentes num leilão de monta da Sotheby’s”*. É importante estarmos cientes deste facto porque sem ele, não seria possível fazer o devido distanciamento entre os nossos valores de mercado e os obtidos no estrangeiro, vistos anteriormente. Tal observação qualitativa permite interpretar o diferencial face ao mercado internacional que os números a seguir expostos evidenciam.

Em termos de valores aproximados, o mercado nacional pode ter uma envergadura de 100 milhões de euros anuais, para 2019, tendo oscilado entre um máximo de c. 100-150 milhões em 2008, e um mínimo de c. 50-75 milhões em 2012 (Afonso e Fernandes, 2019: 197). Numa entrevista dada em 2014, o Dr. Miguel Moncada situou o Mercado de Arte em Portugal entre os 60 e os 80 milhões de euros por ano, sendo que o Mercado de Arte leiloeiro valerá entre os 25 e os 30 milhões de euros (Simões, 2016: 317-318). Estes valores, refletem a profunda descrença acerca da solvabilidade do estado português, durante o período da crise económica onde se verificou uma redução substancial do consumo, incluindo a aquisição de obras de arte (idem: 207). Apesar disso, o setor leiloeiro demonstrou ser capaz de resistir à crise como verificamos pela entrevista cedida pelo Dr Pedro Alvim, gerente da Cabral Moncada Leilões, onde refere que *“o sistema de leilões cá em Portugal, funciona em termos maduros. Já foi uma novidade e agora já funciona em termos de velocidade de cruzeiro e as práticas são boas, são iguais às internacionais, e há concorrência mesmo, e quando tem estas*

¹² Este aumento de um ano, face ao mercado internacional, deve-se ao facto da primeira leiloeira exclusivamente *online* surgir em Portugal em 2012.

características juntas as coisas funcionam. O mercado está maduro” (Hargreaves, 2013 apud Afonso e Fernandes, 2019: 208).

Esta resiliência, face às adversidades económicas, do setor leiloeiro, é corroborada pelo relato de Sebastião Pinto Ribeiro, CFO do *Palácio do Correio Velho*, em entrevista ao *Jornal Sol*, no qual afirma que os anos posteriores à crise, até 2015, foram os melhores do seu negócio na última década. Após este período, relembra que “*o mercado imobiliário começou a pegar, começou a ser uma solução muito melhor em Portugal, a ter muito mais investimento, e este mercado das artes desceu francamente*”. Em termos da força do *online* na sua leiloeira afirma que em “*2015, no total do ano, tinham sido realizados, pelo Palácio do Correio Velho, 46 leilões, 38 destes 'online', e, numa faturação global de dez milhões de euros, o 'online' representou 500 mil euros*” sendo que no ano seguinte “*Numa faturação global de 5,5 milhões de euros, nos primeiros seis meses de 2016, os leilões 'online' representaram 600 mil euros*”. Estes valores parecem evidenciar um crescimento do peso do *online* em linha com o que já verificamos na análise da evolução do mercado internacional.

Outra característica a destacar no mercado português é a coincidência entre o aparecimento do maior número de novas leiloeiras e o primeiro ano da crise financeira de 2007-2008. Surgiu em Lisboa, a *Aqueduto*, a *Renascimento* (resultante da cisão entre a *Leiria & Nascimento*), a *P4* (dedicada exclusivamente à fotografia), e a *Sala Branca* (dedicada exclusivamente à Arte Moderna e Contemporânea). No Porto, surgiram ainda a *Leiloeira São Domingos* e a *Marques dos Santos* (Teixeira, 2012, 42). Todos estes empreendimentos ainda se encontram em atividade.

Outro argumento que demonstra como o nosso mercado relativamente ao internacional ainda tem valores bastante reduzidos é o valor de lote mais elevado. O lote com valor recorde, vendido em território nacional, foi um Aquário de porcelana chinesa (Figura 2.4.1), com decoração policromada «Doucai» "Motivos florais", do reinado Qianlong (1736-1795), que atingiu o preço de €640.000, vendido pela *Cabral Moncada Leilões*, no Leilão 181, com o lote número 425 (27 de Setembro de 2016). Se compararmos com o lote mais caro vendido no mercado internacional nesse ano, “*Femme Assise*” (1909) de Pablo Picasso (Figura 2.4.2)¹³ vendido por 63,7 milhões de dólares vemos que a diferença é avassaladora.

Compreendemos também que o lote mais caro vendido em território nacional se trata de um objecto do século XVIII, ou seja, uma antiguidade o que é bastante sintomático do *gosto*

¹³ <http://zet.gallery/blog/en/top-10-most-expensive-artworks-of-2016/>. Consultado no dia 25 de Outubro de 2020.

português. Para objetos de arte de cronologias mais recentes o valor recorde diminuiu ligeiramente para os €620.000 com uma obra da autoria de Anselm Kiefer (n. 1945), vendida pela *Veritas* no Leilão 44 com o número de lote 34 em Maio de 2015 (Figura 2.4.3)¹⁴.

¹⁴ <https://veritas.art/lot/anselm-kiefer-schechina-1999/>. Consultado no dia 25 de Outubro de 2020.



Figura 2.4.1 – Lote 425, Leilão 181 da Cabral Moncada – Aquário, porcelana chinesa, decoração policromada «Doucai» "Motivos florais", reinado Qianlong (1736-1795).

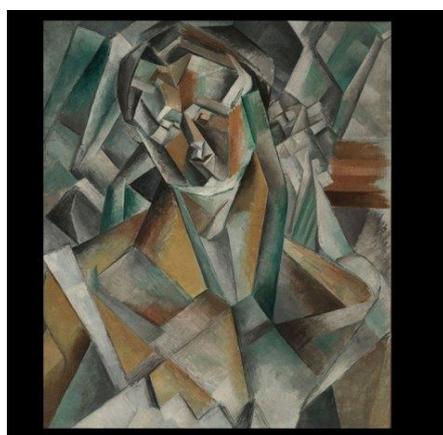


Figura 2.4.2 –“*Femme Assise*” (1909), Pablo Picasso, vendida na Sotheby’s em 2016 por 63,7 milhões de dólares



Figura 2.4.3 –“*SCHECHINA*”, (1999), Anselm Kiefer (n. 1945), vendida na Veritas em 2015 por 620.000 euros

CAPÍTULO 3

O aparecimento do Mercado de Arte *online* em Portugal

Neste capítulo abordamos o início do Mercado de Arte *online*, em Portugal. Após a apresentação do contexto global, descreve-se agora o princípio desta atividade em território nacional. Partimos da consideração dos primórdios do mercado *online*, tomado como um todo, para a discussão do caso particular da Leiloeira Cabral Moncada, analisando o processo de criação desta vertente e identificando as suas principais características.

3.1 O aparecimento das leiloeiras *online*, em Portugal

O início dos leilões *online* em Portugal dá-se em 2010, com o primeiro leilão *online* da *Oportunity Leilões* (em actividade desde 2006), com um leilão *online* de oportunidades (Leilão 111), que contava com lotes que incluíam pinturas originais (Lote 1), fatos de judoca (Lote 18) e até aparelhos de hidromassagem para os pés (Lote 45).¹⁵

Por esta panóplia de lotes apresentados, este leilão não pode nem deve ser considerado, o primeiro leilão *online* estritamente de arte a ter lugar no nosso país. Só dois anos mais tarde, com o aparecimento da *Bestnet Leilões* em 2012, é que podemos considerar o início da actividade leiloeira *online* onde as peças vendidas são exclusivamente objetos artísticos.¹⁶ Esta leiloeira caracteriza-se por ser, desde a sua origem, exclusivamente *online*. Em conversa com Jean-Pierre Blanchon, um dos gerentes da *Bestnet*, foi-nos possível compreender melhor como começou este projeto. Sigamos alguns excertos desta conversa (Cf. Anexo I).

“Em 2012, eu (JPB) decidi juntamente com o meu sócio, Alexandre Saldanha, começar um negócio que praticamente não existia em Portugal, que era uma leiloeira online de arte e antiguidades. Na altura considerei que isso seria um excelente desafio e traria algo de inovador ao Mercado de Arte em Portugal. Tanto eu como o meu sócio, já tínhamos experiência dentro da área e isso numa fase inicial foi um importante auxílio, dado que tanto alguns fornecedores como clientes transitaram connosco para este novo desafio”.

Podemos então compreender que a *Bestnet* surge do desejo de criar algo novo no panorama nacional, criando uma nova área de negócios e um novo nicho de mercado.

¹⁵ <https://oportunityleiloes.auctionserver.net/?page=113&type=T>. Consultado no dia 20 de Agosto de 2020.

¹⁶ Informação retirada do *site* <https://www.bestnetleiloes.com/pt/empresa/sobre-nos>. Consultado no dia 22 de Junho de 2020.

Compreendemos assim, que o início desta tecnologia em Portugal corresponde à terceira fase dos leilões *online* no panorama internacional (pós-2010). Em termos da prestação da empresa nos primeiros anos, Jean-Pierre Blanchon relembra:

“Os dois primeiros anos foram muito mais difíceis, a actividade não era tão alta, fazíamos um nível de vendas que permitiam pagar os custos, mas durante um ano e meio não recebi qualquer vencimento. O meu sócio sim porque ele vivia só disto. A equipa inicial era de quatro. Depois tinha o investimento inicial que tem de se fazer para preparar a sala, o sistema. Apesar de tudo houve sempre um progresso. Passados os dois primeiros anos tivemos um crescimento entre os 20 e os 30%”.

O testemunho reforça a perceção de um crescimento relativamente rápido do volume de negócios nesta área e embora tal como na maioria dos novos negócios, na sua primeira fase um dos gerentes não retire rendimentos da sua atividade, depois de ultrapassada a etapa de arranque, estes reportaram crescimentos bastante satisfatórios.

Para a gerência da *Bestnet*, havia como questão fundamental resolver a diferença entre os leilões *online* e os presenciais, no campo das emoções sentidas durante a licitação de uma peça, um processo que no *online* se estende por uma semana e que no presencial acontece em apenas alguns minutos. A solução encontrou-se: *“Isto foi conseguido através do aumento do tempo em um minuto cada vez que uma pessoa licita depois de ter entrado no minuto final do tempo pré-estabelecido para se licitar”.*

A solução encontrada foi a de acrescentar um minuto por cada licitação feita, no minuto final. Este incremento de 60 segundos, veio criar uma tradição de compra, uma “crença”, entre os compradores. Para a grande maioria é apenas no minuto final da venda que estes farão o maior número de licitações, dado que nenhum dos potenciais compradores quer demonstrar, numa fase inicial da semana de licitações, o seu interesse na peça. Este tipo de “crença” destina-se a, obviamente, não despertar a atenção de outros compradores sobre a peça pretendida procurando assim evitar aumentos de preço.

No entanto, como esperado, a *Bestnet* teve uma fase inicial complexa, até conquistar a confiança dos clientes, tanto fornecedores como compradores. Dado tratar-se de uma nova plataforma, havia dúvidas sobre a idoneidade deste negócio, situação frequente no Mercado de Arte face a novos empreendimentos. J-P. Blanchon recorda como na altura conseguiu transmitir segurança aos seus clientes, de modo a que estes se sentissem tentados a exercer algum tipo de relação com a *Bestnet*. Essa confiança conquista-se *“...pelos conversas que podemos ter, pelos contatos. Passado uns anos os clientes sabem que a leiloeira paga sem atrasos, que faz as coisas legalmente. As descrições são de boa qualidade. Através da*

transparência”. Com efeito, são estas as principais razões que levam um cliente a depositar a sua confiança num negócio como a *Bestnet*. Dado que grande parte da publicidade deste tipo de negócios se faz no processo “boca-a-boca”, é de extrema importância que todos os clientes se apercebam da honestidade da leiloeira para criar elos de ligação ativa com futuros clientes. Como esperado esta reputação demora a ser construída e foi necessário aguardar dois anos até assistirmos a um novo aparecimento de leiloeiras *online*, em Portugal. Estas surgem por vários motivos, sendo que um deles é a verificação do aumento da performance da *Bestnet*, demonstrando assim, a outros interessados, que de facto este pode ser um modelo de negócio rentável e que o mercado responde positivamente a este tipo de iniciativa.

Em 2014 registam-se novos desenvolvimentos neste setor, com a criação de uma nova leiloeira exclusivamente *online*, a *Artbid*, e com o primeiro ramo *online* de uma das grandes leiloeiras da praça portuguesa, *Palácio do Correio Velho*. Entre 2015 e 2017, surgem maioritariamente ramos *online* em leiloeiras pré-existentes, das quais destacamos, por ordem cronológica, a *Corte Real* (2015), a *Cabral Moncada Leilões* (2016), a *Renascimento* (2016), e a *Aqueduto* (2017). Passariam dois anos até vermos uma nova vaga de criação de um ramo *online*, com a *Marques dos Santos* (2019) e a *Soares e Mendonça* (2019). Já em 2020, assistimos à criação de um ramo *online* numa leiloeira dedicada à numismática, *Numisma*, e assistimos à criação de uma leiloeira exclusivamente *online*, em maio, a *Tagus Art Auctioneers*¹⁷.

No caso português podemos dividir, neste momento histórico, os leilões *online* em três fases: a primeira, de 2012 a 2014, com duas leiloeiras exclusivamente *online* a surgirem e uma importante casa leiloeira a recorrer à tecnologia *online*; a segunda fase, de 2015 a 2018, onde verificamos várias casas leiloeiras a recorrer ao modelo *online* como diversificação dos seus negócios e por fim a terceira fase, de 2019 aos dias *Covid* (2020), onde verificamos um aumento da diversificação de negócios *online*, sendo caso disso a abertura por uma leiloeira temática, de uma vertente *online* e fundamentalmente, o uso dos leilões *online* pelas grandes casas como forma única de manter a actividade durante a pandemia.

Numa perspetiva geográfica, a distribuição das leiloeiras é consideravelmente reduzida. Das onze leiloeiras enunciadas, apenas duas se situam fora de Lisboa, sendo elas a *Corte Real* e *Marques do Santos* sedeadas na cidade do Porto, o que revela uma concentração do mercado

¹⁷ Informações obtidas através de entrevistas telefónicas decorridas entre os dias 14 e 17 de Julho de 2020.

em linha com os dois grandes centros demográficos e económicos da região de Lisboa e Vale do Tejo e do Grande Porto.

Este *boom* de leiloeiras *online* cedo viu a sua atividade regulada, desde 2015, por decreto-lei. O decreto-Lei 155/2015 apresenta no artigo 19 (Fonte 1), as obrigações as quais os leilões eletrónicos devem cumprir, que aqui citamos na íntegra:

- a) *Divulgação, de forma clara e inequívoca, do dia e hora de abertura e de termo de cada leilão eletrónico com, pelo menos, três dias de antecedência face ao seu início;*
- b) *Indicação, no respetivo sítio na Internet, do local e do horário em que os bens podem ser examinados, quando aplicável;*
- c) *As ofertas de licitação, uma vez introduzidas no sistema, não podem ser retiradas;*
- d) *Divulgação do resultado do leilão eletrónico no sítio na Internet, com indicação do montante pelo qual os bens foram adjudicados, de forma clara e inequívoca;*
- e) *Comprovação da identidade dos participantes no leilão através de meios de autenticação segura, nomeadamente o cartão de cidadão ou a chave móvel digital.*

Constata-se que estes leilões devem ter indicado o momento de início dos mesmos, com pelo menos três dias de antecedência e onde podem ser vistos os lotes. As licitações são irrevogáveis e os resultados de vendas devem ser publicitados de forma a não haver enganos de leitura. Deve ainda ser certificada a identidade de todos os participantes. Tal esforço regulador adapta as regras gerais do mercado leiloeiro a esta nova circunstância, não traduzindo nenhuma revisão específica da normativa corrente no mercado leiloeiro.

Compreendido o início dos leilões *online* e quais as regulamentações legais a que devem obedecer em Portugal vejamos agora mais aprofundadamente como estes surgiram no nosso objecto de estudo, a *Cabral Moncada Leilões*.

3.2 A criação dos leilões *online* na Cabral Moncada Leilões (CML)

Neste ponto iremos debruçar-nos sobre o aparecimento dos leilões *online*, na Cabral Moncada Leilões (CML), leiloeira escolhida como *case-study* desta dissertação. Esta análise baseia-se em questionários realizados a dois dos principais elementos da estrutura interna da CML, Dr. Miguel Cabral Moncada, sócio-gerente, e Dr. Luís Costa Brandão, chefe do Departamento *online*. O primeiro questionário (Cf. Anexo II) realizado ao Dr. Miguel Moncada incide sobre o aparecimento dos leilões *online* na CML, com especial enfoque nos de Arte Moderna e Contemporânea. O segundo questionário (Cf. Anexo III) sobre os métodos e práticas de peritagem e avaliação de obras de arte, foi dirigido ao Dr. Luís Costa Brandão.

No ano de 2016, a CML empreendeu uma nova estratégia de negócio, conforme recorda o Dr. Miguel Moncada: [Este novo modelo de vendas] “ (...) *deveu-se a uma proposta que nos foi feita pelo Luís Costa Brandão. A Cabral Moncada Leilões sempre esteve aberta a propostas para novos projectos desde que tenham, na nossa opinião, interesse, se encaixem no «perfil» da empresa (...). Tem sempre de ser alguém que tenha uma visão do mundo e do negócio semelhante à nossa.*”

Podemos então verificar que os leilões *online* na CML partiram da iniciativa do Dr. Luís Costa Brandão. Relativamente ao momento escolhido para o início deste novo formato de leilões pode-se encontrar como justificação o facto de que nesta altura o sistema de vendas *online* já se tinha disseminado o suficiente em Portugal, como anteriormente se observou, sendo agora a vez de a CML iniciar o seu projeto, visto que alguma da relutância dos clientes a este modelo de leilão tinha sido já ultrapassada por outras leiloeiras.

Podemos verificar através de uma rápida procura no *site* da CML que estes leilões se encontram divididos por temáticas (AOA, Oriental, Vinhos, entre outros). Relativamente aos leilões de Arte Moderna e Contemporânea, o Dr. Miguel Moncada afirma que estes sempre foram uma preocupação da CML: “*Sim, sempre fizeram parte do projecto. O projecto foi concebido para realizar leilões on-line semanais temáticos, sendo um dos temas a Arte Moderna e Contemporânea*”.

Percebemos assim qual foi o método de funcionamento pensado para os leilões *online*. Consistia em leilões temáticos semanais, ainda que em casos excecionais possam realizar-se dois leilões numa mesma semana, que começam à segunda-feira, iniciando-se aproximadamente ao meio dia e o encerramento a partir das 21 horas de Domingo¹⁸. Tal como a *Bestnet*, a CML também desenvolveu um processo para o término dos seus leilões. Segundo o Guia do Cliente *Online*¹⁹, verificamos:

“A licitação dos lotes encerrar-se-á, progressiva e sequencialmente, com intervalos de 15 segundos entre cada lote, a partir da hora prevista para o termo do leilão. Todavia, nos casos em que seja recebida uma ordem de compra (licitação) para determinado lote até três minutos antes da hora do termo do leilão, a “Cabral Moncada Leilões” prolongará automaticamente a licitação desse lote durante mais três minutos, contados a partir da hora de apresentação da última ordem de compra (licitação); e assim sucessivamente. O encerramento da licitação de cada lote em concreto estará indicado junto ao mesmo. O

¹⁸ Informação recolhida através do site <https://www.cml.pt/>. Consultado no dia 2 de Julho de 2020.

¹⁹ Informação recolhida através do site <https://www.cml.pt/>. Consultado no dia 2 de Julho de 2020

prolongamento da hora de encerramento da licitação de qualquer lote não afectará a dos lotes seguintes, o que poderá resultar no encerramento dos mesmos fora da sua ordem numérica”.

A diferença está em que nos leilões *online* da CML é dado mais tempo entre cada licitação, comparativamente à *Bestnet*, para os clientes poderem licitar após o minuto final. Este tempo mais amplo pode justificar-se pelo facto de um cliente poder estar a licitar mais de um lote, em simultâneo, sendo-lhe por isso necessário algum tempo para verificar as suas licitações e, quando o entenda, realizar uma nova oferta. Veremos mais adiante que estes 3 minutos são essenciais dado que, em vários leilões, alguns clientes adquirem mais de 5 lotes, no mesmo leilão.

Em termos dos lotes que figurariam nestes leilões temáticos: *“A estratégia original era colocar nos leilões on-line (todos) os bens de menor valor económico, de menor interesse artístico e/ou em mau de estado de conservação. Isso significava, «desviar» para os leilões on-line a «fatia» inferior dos bens que colocávamos nos nossos leilões presenciais. Assim, os leilões on-line, incluindo os de Arte Moderna e Contemporânea, começaram por incluir a tal «fatia» inferior do que já se colocava nos leilões presenciais, mais os bens que antes não se aceitavam para leilão por terem valores demasiadamente reduzidos”.*

Podemos então constatar que de facto os leilões *online* tinham como função numa fase inicial executar uma “limpeza” dos lotes menos interessantes para os leilões presenciais, criando assim condições para que os resultados dos leilões presenciais, chamados de “capa dura”, em alusão ao tipo de catálogos produzidos, mais luxuosos, fossem cada vez mais elevados uma vez que as peças que lá figurariam seriam de melhor qualidade. Miguel Moncada afirma ainda, em resposta à mesma questão, que *“Com o tempo, os valores (individuais) dos bens que colocamos nos leilões on-line tem vindo a subir e, cumulativamente, temos cortado a aceitação de bens de menor valor – abaixo de € 100”.*

Podemos verificar através da Figura 3.2.1, a evolução dos valores médios tanto dos preços de base, como dos preços médios de venda por lote, corroborando assim a seleção que tem sido feito a nível de peças. Estes dois fatores são de extrema importância porque o primeiro, média dos preços base, permite à leiloeira estimar quantos lotes precisa de vender para cobrir os custos e obter lucro. O segundo fator, preço médio por lote, é o resultado do mercado a agir. Em três anos, tanto o valor médio das bases como o preço médio de vendas duplicaram.

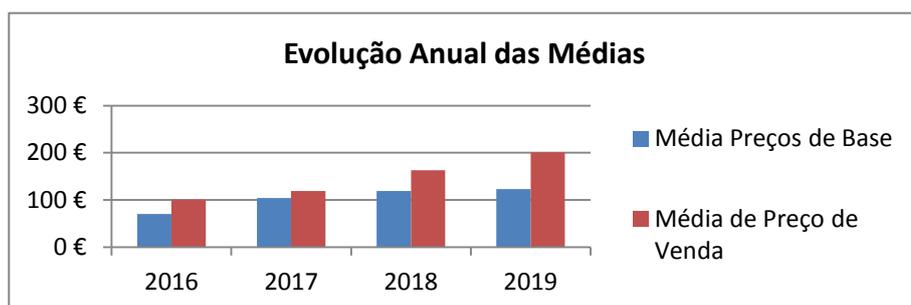


Figura 3.2.1 – Evolução Anual da Médias da Base e das Vendas dos leilões *online*

Em termos de futuro, Miguel Moncada, acrescenta *“E essa vai cada vez ser mais a tendência – os leilões on-line incluírem objectos mais valiosos e mais importantes do ponto de vista artístico e histórico-cultural, deixando para os leilões presenciais só a «nata» dos objectos – sejam de Arte Antiga ou de Arte Moderna e Contemporânea.”*

No capítulo seguinte, iremos compreender melhor como se registaram estas alterações de valores. Ainda assim podemos desde já afirmar que o preço mais elevado atingido por um lote, em 2016, foi de €1.150 e, em 2019, de €4.000. Um caso à parte é o excepcional Leilão 1239 (1º semestre de 2020), um leilão que devia ter ocorrido em formato presencial e que, em consequência do confinamento provocado pela pandemia por Covid 19, decorreu em formato *online* e que no qual o lote mais caro atingiu os €18.000. Mais adiante veremos o valor mais elevado por ano e o respetivo lote.

Apesar destas francas melhorias, o número de leilões *online* de AMC, é diminuto face às outras temáticas. Quando questionado sobre esta diferença o Dr. Miguel Moncada justifica: *“Pela escassez de bens. Existem muitos mais antiguidades do que bens de Arte Moderna e Contemporânea. Os sectores da Arte Antiga são muito variados – pintura, mobiliário, joias, pratas, objectos de arte, porcelanas e arte oriental, porcelana da Vista Alegre, livros, vinhos, brinquedos, etc. Os de Arte Moderna e Contemporânea resumem-se, praticamente, a pintura, aguarela, desenho e serigrafia. A escultura é muito reduzida.”*

Ao realizarmos uma busca rápida no *site* da CML, compreendemos que a diferença entre o número de leilões anuais de Arte Moderna e Contemporânea e os de Antiguidades é avassaladora (Figura 3.2.2.). Através deste gráfico podemos verificar que o diferencial total entre os leilões de diferentes tipologias é de 61 leilões – 13 de Arte Moderna e Contemporânea e 74 de Antiguidades e Obras de Arte.

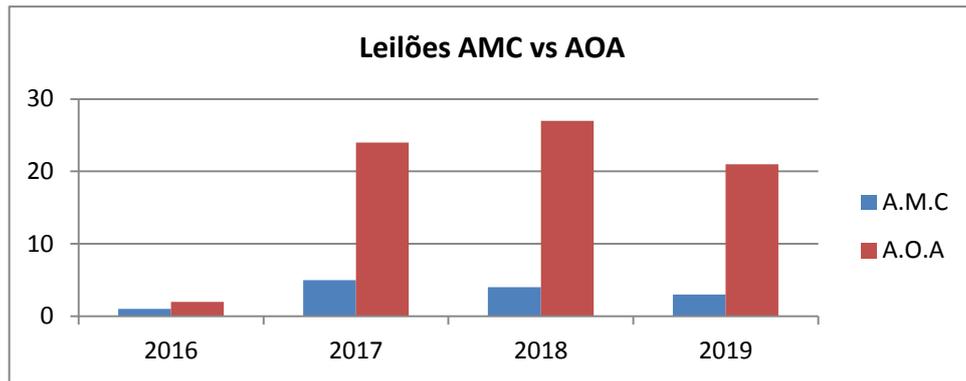


Figura 3.2.2 Número de Leilões Anuais de AMC e de AOA

Apesar desta diferença em número, também sintomática do *gosto português* e do tipo de cliente dos leilões, inclusive dos *online*, importa perceber se os leilões *online* de Arte Moderna e Contemporânea conseguem conquistar a mesma credibilidade perante os compradores do que os seus “irmãos” presenciais: *“Sem dúvida. O cuidado que colocamos nas descrições, identificação, peritagem e avaliação dos bens que são incluídos nos leilões on-line é rigorosamente a mesma que colocamos para os bens que colocamos nos leilões presenciais (...) É fundamental que os clientes tenham a mesma confiança na exactidão das identificações dos bens que estão nos leilões on-line como das identificações dos bens que se encontram nos leilões presenciais.”*

Segundo o sócio gerente parece que a CML conseguiu transferir para os leilões *online* o mesmo sentimento de confiança que os clientes depositavam no presencial, dado que todos os objetos que colocam em hasta são cuidadosamente analisados pelos peritos que aí trabalham. Ainda assim apesar da confiança atual, nem sempre foi este o caso. Em termos da prestação inicial destes leilões foram apontados os seguintes entraves: *“Começou «tímida» e tem vindo, claramente, a melhorar. Os compradores aderiram lentamente. Por extraordinário que possa parecer – acreditando que os compradores de Arte Moderna e Contemporânea são, tendencialmente, mais novos –, aderiram mais lentamente ao facto de comprarem obras de arte on-line. Na Arte Antiga a adesão dos compradores foi bastante mais imediata. (...) Esta é uma realidade que sempre foi sentida no Mercado de Arte. A maior parte dos «velhos» compram Arte Moderna e Contemporânea e a maior parte dos «novos» não compra Arte Antiga”.*

Podemos então observar que, ao contrário, do que seria expectável, os clientes mais jovens, apesar do tempo despendido na *internet*, devido às redes sociais e plataformas de *streaming*, são os que menos compram no mercado presencial mas também no mercado

online. Para melhor caracterizar esta situação recorreremos à entrevista cedida por Sebastião Pinto Ribeiro, CFO do PCV, ao jornal *Sol*, onde afirma: “Entre estes chamados *millennials* – e até já há outros nomes para os que vêm a seguir –, a tendência é para estarem um bocadinho desapegados de coisas, não tem de ser só obras de arte. (...) Os *millennials* ainda não descobriram muito bem qual é a relação que querem ter com a arte. Sabem o que não querem: não querem ter coisas pesadonas, grandes casarões, porque isso implica grandes obrigações, estar no mesmo sítio, contas para pagar, etc., e eles gostam de ser livres.”

Aliado a estes fatores do *gosto*, que também estão relacionados com um estilo de vida mais móvel e internacional, temos também o fator económico, eventualmente decisivo. De acordo com o INE, o rendimento mensal médio real dos jovens entre os 25 e os 34 anos, registou em Portugal uma variação negativa de 4.6% (dos €794 em 2008, para os €757 em 2018). Se aliarmos a este decréscimo financeiro os interesses da população jovem, onde as viagens ocupam um lugar destacado (Figura 3.2.3), vemos confirmadas as afirmações de Sebastião Pinto Ribeiro.

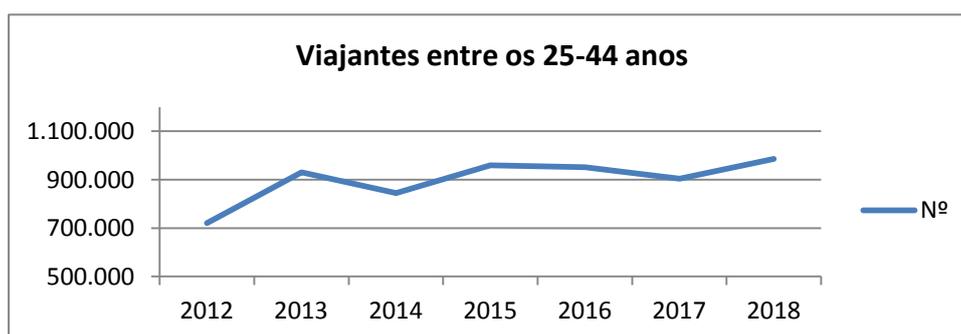


Figura 3.2.3 – Número de Viajantes Portugueses entre os 25 e os 44 anos entre 2012 e 2018²⁰

Tendo estes fatores em consideração vejamos o que, na opinião do Dr. Miguel Moncada os próximos cinco anos trarão, em termos de dificuldades: “*Nenhuma. É um sector em franca expansão em todo o mundo. As leiloeiras internacionais, tal como está a fazer a Cabral Moncada Leilões, estão cada vez mais a transferir os bens para os leilões on-line – deixando apenas para os presenciais a «nata» dos bens. A principal dificuldade vai ser distinguir o «trigo do joio» e saber aceitar apenas os bens com verdadeiro interesse para o Mercado de Arte, independentemente do seu valor económico*”.

²⁰ Números retirados da PORDATA, a 23 de Junho de 2020 <https://www.pordata.pt/Europa/Popula%20a7%20a30+residente+que+viagou+em+turismo+total+e+por+grupo+et%20a1rio-2449>.

Pode-se assim antever que o futuro já não passa pela corrida ao setor *online*, uma vez que este já está em pleno funcionamento e com o quadro sanitário atual será reforçado nos próximos anos, mas sim pela distinção da CML como leiloeira responsável pela venda das peças mais emblemáticas da nossa produção artística e por isso com o maior valor cultural e financeiro.

Um ponto importante para a credibilização dos leilões, *online* e presenciais, diz respeito aos procedimentos específicos durante fase de peritagem e avaliação dos bens, pelo que importa identificar a metodologia seguida na CML. Para o efeito realizámos uma série de questionários que se encontram em anexo.

3.2.1. Metodologia aplicada à peritagem

Na CML a fase de peritagem obedece a regras claras. A peritagem deve classificar a autenticidade da peça na sua origem, cronologia, autoria, matérias-primas e a sua descrição detalhada. Como destaca o Dr. Luís Costa Brandão, *“a descrição deve sempre ser feita o mais completa possível, todas as informações são benéficas para valorizar e identificar a peça, independentemente do seu valor”*. Em alguns casos, o perito não possui toda a informação necessária para realizar a melhor descrição do bem que tem em mão e por isso necessita de realizar uma consulta de fontes que providenciem mais informação pertinente sobre o objeto em causa.

Em termos da pesquisa de informação sobre o bem seria admissível que bens que tivessem um valor de mercado mais reduzido teriam uma descrição proporcional ao seu valor monetário, mas Luís Costa Brandão refere que esse não é o caso e que a CML está obrigada, através de condições negociais, a desenvolver as melhores descrições possíveis com os conhecimentos existentes independentemente do valor atribuído à peça *“As condições negociais da Cabral Moncada Leilões são as mesmas seja para leilões presenciais seja para leilões online: A “Cabral Moncada Leilões” responsabiliza-se pela exactidão das descrições”*.

Compreendemos então que a peritagem realizada aos lotes é feita sem qualquer diferenciação entre lotes que sejam, *a posteriori*, colocados num leilão presencial ou *online*. Isto garante aos clientes uma segurança efetiva, dado que é lhes apresentada informação tão rigorosa quanto possível sobre o lote pelo qual demonstraram interesse.

3.2.2. Metodologia aplicada à avaliação

O processo de averiguar o valor de uma peça está longe de ser uma ciência exata sendo fundamental a consulta de índices de preços, como afirma Luís Costa Brandão: “*Sim, antes de avaliar uma peça é sempre importante perceber quais são os resultados de venda de peças semelhantes no mercado*”. Podíamos considerar que para as peças mais comuns seria mais simples a sua avaliação dado os termos de comparação serem em maior número. Mas, Luís Costa Brandão nega este falso facilitismo e relembra: “*A avaliação de uma peça é sempre complexa, no entanto, é claro que se for de maior importância história poderá exigir um estudo mais aprofundado*”.

Com efeito, a avaliação das peças é um processo complexo, em que diferentes fatores como qualidade artística, matérias-primas, cronologia, autoria, raridade, mas até o significado histórico ou emocional podem ser relevantes. Apesar de todas as variantes a questão que mais preocupa a CML é a maior aproximação possível, do valor atribuído à peça ao seu *valor real*, ou seja, ao seu valor de mercado. Esta preocupação deve-se ao facto de que quanto mais acertada for a avaliação, maior será a satisfação do dono da peça – cliente CML que confiará na leiloeira para vendas futuras.

3.3. O impacto inicial da epidemia Covid-19 no mercado leiloeiro

O impacto da epidemia de Covid-19 também se estendeu ao mercado leiloeiro, pelo que nos sentimos na obrigatoriedade de incluir aqui uma referência a este fenómeno inesperado, apontando o seu impacto nas leiloeiras portuguesas e estrangeiras. À data em que escrevemos, não é certo quando terminará a vaga epidémica, nem as consequências que ela terá na evolução dos mercados, global e leiloeiro em particular. Ainda assim, é essencial avaliar a situação presente, em outubro de 2020, indicando o modo como as leiloeiras tanto internacionais como portuguesas absorveram o impacto e reagiram à epidemia. Primeiramente iremos apresentar um breve resumo dos acontecimentos da pandemia e *a posteriori* quais foram as soluções encontradas pelas principais leiloeiras para fazerem face às adversidades que surgiram de forma sistemática.

No dia 31 de dezembro de 2019, o Gabinete da Organização Mundial de Saúde (OMS), da China informa sobre a existência de mais de duas dezenas de casos de pneumonia de origem desconhecida na cidade chinesa de Wuhan. A 30 de janeiro, a OMS declara o surto como “caso de emergência de saúde pública internacional” e só no dia 2 de março são confirmados os dois primeiros casos de Covid-19, em Portugal. Dia 11 de março, a OMS declara a doença Covid-19 como pandemia e dia 12 de março, o estado de alerta é declarado

em Portugal. No dia 18 de março, o Presidente da República decreta o estado de emergência por 15 dias e o confinamento obrigatório. Dia 2 de Abril, a Assembleia da República aprova o decreto de Presidente da República que prolonga o estado de emergência até ao final do dia 17 de abril. Dia 16 de Abril, Marcelo Rebelo de Sousa propõe ao parlamento a segunda prorrogação do estado de emergência, que vigorará até 2 de maio. O Parlamento aprova o decreto. Dia 3 de maio, o país passa a situação de calamidade, com a aplicação faseada de medidas de desconfinamento. Dia 15 de maio, o Governo reúne-se em Conselho de Ministros e prolonga a situação de calamidade até ao final do mês. Dia 1 de junho, reabrem novos serviços no âmbito das medidas graduais de desconfinamento. É a terceira fase de desconfinamento a ser posta em prática. Dia 9 de junho, o Governo mantém até ao final do mês a situação de calamidade.

Após este breve resumo cronológico da pandemia, avancemos então para o modo como as principais leiloeiras, tanto estrangeiras como nacionais, reagiram à crise sanitária e funcionaram durante este período.

As grandes leiloeiras internacionais como a *Christie's*, a *Sotheby's* e a *Phillips* adiaram ou transferiram, de imediato, para o modelo *online*, a maioria dos seus leilões. Apesar do sucesso destes eventos, os resultados não são comparáveis com os valores dos leilões presenciais pré-Covid, sendo que a *Sotheby's* realizou \$6.4M, num leilão de arte contemporânea e a *Phillips* alcançou os \$7.9M, num leilão do mesmo setor artístico (Adam: 2020a).

Esta quebra, que se justifica porque, como afirma o *CEO* da *Christie's* Guillaume Cerutti “*We are entering a different World and we will have to adapt*” (Adam, 2020a), reflete a incerteza do período, mas também o efeito negativo do afastamento entre o comprador e a peça. Uma das soluções apresentadas é a de que as leiloeiras funcionem num sistema híbrido, onde os compradores possam ver as peças exclusivamente por marcação, mas onde as licitações são realizadas *online* ou por telefone (Adam: 2020a). No fim do mês de Junho, a *Sotheby's* realizou um leilão inovador, no qual Oliver Barker, *Senior Director* da *Sotheby's*, apareceu num pódio sozinho filmado de todos os ângulos, onde num mar de ecrãs à sua frente os especialistas de Londres, Hong Kong e Nova Iorque sinalizavam licitações ao mesmo tempo que eram realizadas licitações *online*. Este leilão, de enorme efeito visual, realizou \$363.2 milhões de dólares e foi considerado por isso, um exemplo do “novo normal”. (Adam: 2020b).



Figura 3.3.1.1 - Oliver Barker, *Senior Director* da *Sotheby's* – Leilão *Online*, Junho 2020

In <http://www.touchofclass.com.br/index.php/2020/08/05/miro-e-rembrandt-lideram-a-venda-hibrida-da-sothebys-londrina/>

Também em Portugal, em resposta às imposições da DGS, métodos inovadores foram utilizados, tanto pela Cabral Moncada, no leilão 1239 (Maio de 2020), como pelo PCV, no leilão 376 (Abril de 2020). No caso do PCV, o leilão apenas contou com uma vertente *live online*. Já, no leilão da CML, era possível realizar uma visita presencial à exposição mediante marcação existindo ainda a possibilidade de visualizar a sala da exposição, através de um *virtual tour 360°*, algo inédito no panorama leiloeiro nacional²¹. No capítulo seguinte iremos ver qual a prestação do leilão 1239, da CML. Quanto às outras leiloeiras, destacamos a *Aqueduto* que fechou as suas instalações durante a totalidade do período de calamidade, como é possível verificar através do seu *site*²² e a *Bestnet* que decretou que as visitas às instalações para visionar ou levantar lotes seriam possíveis apenas com marcação, na qual o cliente é obrigado a estar de máscara facial e tem 5 minutos para tratar do assunto que o levou às instalações da leiloeira²³. Relativamente às outras leiloeiras não foi possível encontrar informação sobre quais os processos utilizados para fazer face às novas exigências, mas partimos do pressuposto que não fujam aos modelos apresentados anteriormente.

Perante o quadro atual, podíamos então afirmar com alguma certeza que doravante o modelo *online* seria o mais escolhido pela segurança que oferece, mas apesar dessa vantagem real, neste momento, a transição para o *online* não será ainda um facto definitivo, garante a

²¹ <https://www.cml.pt/leiloes/online/1239/apresentacao>. Consultado no dia 17 de junho de 2020.

²² <https://www.aqueduto.pt/web/>. Consultado no dia 17 de Junho de 2020.

²³ Informação presente no site <https://www.bestnetleiloes.com/pt>. Consultado no dia 7 de Julho de 2020.

global *chairwoman* da *Phillips* Cheyenne Westphal. Esta apresenta ainda um cenário hipotético onde os leilões presenciais serão a *jóia da coroa*, reservados apenas para os melhores lotes (Adam: 2020a). Já Christine Bouron, chefe executiva da *Pi-eX* afirma que o que falta ao modelo *online* é o drama/o instantâneo dos leilões presenciais, sendo que nos *online* será mais difícil fazer disparar a adrenalina dos compradores para que os preços alcancem níveis estratosféricos (Reyburn: 2020).

Em resumo, e para melhor expressar o impacto que o Covid-19 teve nos principais mercados recorremos às palavras de Marc Sands, *CMO* da *Bonhams* “*The art world was slow to adopt tech, but now it will*” (Adam: 2020a). A transição ao menos parcial para o *online* parece assim neste momento inevitável, o que torna mais importante ainda estudar o seu percurso na primeira década em que esse mecanismo se começou a afirmar. Pretendemos fazê-lo através do caso da Leiloeira Cabral Moncada Leilões.

CAPÍTULO 4

Os leilões *Online* de Arte Moderna e Contemporânea CML (2016-2020)

Neste ponto iremos compreender quais foram os resultados de vendas dos leilões de Arte Moderna e Contemporânea na CML. A análise será composta por três partes: a primeira onde serão analisados os leilões *online*, decorridos entre 2016 e 2020; a segunda dedicada aos leilões presenciais, decorridos entre 2016 e 2019 e por fim, uma terceira parte onde será apresentada uma análise comparada entre os leilões *online* e os presenciais. A análise dos leilões presenciais termina em 2019, uma vez que, no ano de 2020, ainda não teve lugar nenhum leilão presencial de Arte Moderna e Contemporânea.

4.1 Definição de critérios de análise

Na análise dos leilões *online* e dos leilões presenciais foram utilizados os seguintes critérios:

- i) Número de total de lotes e lotes vendidos;
- ii) Número de lotes vendidos que subiram o preço face ao valor de base;
- iii) Percentagem de subida do preço face ao valor da base (-50%; 50-100% e +100%)
- iv) Valor da soma das bases *versus* o valor da soma das vendas ;
- v) Valor médio das bases *versus* o valor médio das vendas;
- vi) Percentagem dos lotes vendidos e retirados.

Estes critérios são alguns dos mais utilizados quando se analisam leilões públicos (Afonso e Fernandes, 2020: 1), dado que permitem uma compreensão bastante eficaz de cada leilão e ainda realizar uma leitura evolutiva de séries de leilões ao longo de uma escala temporal maior.

Para os diferentes leilões que analisamos, foram utilizados os seguintes critérios de divisão dos lotes: Pintura, Desenho, Escultura, Mobiliário e Outros. Integram-se na categoria Pintura todos os lotes realizados sobre tela, madeira, derivados de madeira (platax, contraplacado, entre outros), e ainda azulejo. A introdução dos azulejos nesta categoria tem por base a utilidade histórica dos azulejos, a aplicação em parede, à semelhança da pintura. O Desenho engloba todos os lotes que tenham como suporte o papel (serigrafias, fotografias, entre outras). A Escultura engloba todos os lotes que os peritos da CML tenham definido, no momento de peritagem, como escultura, independentemente dos materiais utilizados e das suas dimensões. Esta categoria engloba ainda toda a Arte Africana, desde bastões a máscaras. Esta decisão parte do princípio que os objetos africanos que entraram em leilão são mais do

que meros objetos decorativos, contendo em si a principal característica de uma obra de arte, a aura²⁴. O Mobiliário diz respeito a todos os lotes que os peritos da CML tenham definido, no momento de peritagem, como peças de mobiliário. Decidimos ainda incluir todos os lotes que tenham aproximações funcionais ao mobiliário (ex.: carrinhos de chá e café). A categoria Outros é composta pelos lotes que não se inserem em nenhuma das outras categorias quer porque conceptualmente não se enquadram em nenhuma das classificações clássicas – instalações, vídeos, etc., – quer porque não tenham representação suficiente, por leilão, para criarem uma categoria própria (pratas, joias ou objetos de moda).

4.2 Caracterização dos Leilões CML *Online* 2016 – 2020

Entre 2016 e 2020, tiveram lugar catorze leilões *online* de Arte Moderna e Contemporânea na CML, sendo que no primeiro ano e no último ano apenas se realizou um (Figura 4.2.1 *in* Anexo IV)²⁵.

Foram levados à praça 3.509 lotes, vendendo-se 1.919, sendo que o máximo de lotes vendidos foi alcançado no Leilão 1170, 210 lotes (Maio de 2019). As vendas alcançaram um total de €492.421, dos quais perto de metade foi realizado no Leilão 1239 (Maio de 2020). (Figura 4.2.2 *in* Anexo IV)²⁶. O preço médio por lote geral foi de €256, e o resultado mais elevado foi atingido no Leilão 1239, com €1.787 (Figura 4.2.3 *in* Anexo IV). Em relação à percentagem de crescimento do preço, o Leilão 1170 foi o que registou o número mais elevado de lotes vendidos por um valor superior ao da base, com mais de 160 resultados (Figura 4.2.4 *in* Anexo IV). A taxa de vendas foi superior a 54% e o melhor resultado foi alcançado no Leilão 1170 (Figura 4.2.5 *in* Anexo IV).

Em relação à divisão por categorias, entre 2016 e 2020, o panorama foi diversificado. A categoria Pintura contou com 685 lotes, dos quais vendeu 339, sendo o resultado mais alto alcançado no Leilão 1120 (Setembro de 2019). (Figura 4.2.6 *in* Anexo IV). O total de vendas foi de €191.448, sendo que o Leilão 1239 realizou mais de metade deste valor (Figura 4.2.7 *in* Anexo IV) e obteve um preço médio por lote de €564, com o valor mais alto a atingir um valor superior aos €5.000 (Figura 4.2.8 *in* Anexo IV), e com uma taxa de vendas geral superior a 49%. A taxa de vendas mais elevada ficou perto dos 90% tendo este valor sido

²⁴ Conceito apresentado por Walter Benjamin no seu ensaio “A arte na era da sua reprodutibilidade técnica” em 1936.

²⁵ Todas as figuras referentes a este subcapítulo encontram-se no anexo IV.

²⁶ Todos os valores apresentados são sem BP (*buyer's premium*). BP significa a comissão que o comprador paga a leiloeira. Este valor é somado ao preço de venda.

atingido no Leilão 1120 (Figura 4.2.9 *in* Anexo IV). Relativamente à percentagem de crescimento do preço sobre o valor de base registaram-se apenas dois leilões com números inferiores a cinco lotes, no Leilões 1014 (Janeiro de 2017) e no Leilão 1025 (Abril de 2017), sendo o valor mais elevado de 30 lotes, vendidos acima do preço de base, atingido no Leilão 1120 (Figura 4.2.10 *in* Anexo IV).

A categoria Desenho contou com 1.594 lotes, dos quais foram vendidos 947 (Figura 4.2.11 *in* Anexo IV). Do Leilão 1199 (Outubro de 2019) para o 1239 verificou-se um decréscimo bastante acentuado tanto no número de lotes disponíveis como nos lotes vendidos. Apesar do número de lotes vendidos ultrapassar as 100 unidades em apenas três ocasiões, as vendas totalizaram €205.896 (Figura 4.2.12 *in* Anexo IV), registando apenas uma quebra considerável do Leilão 1170 para o Leilão 1183. O preço médio por lote geral foi de €217, sendo que no Leilão 1239 este valor ultrapassou os 2.000€ (Figura 4.2.13 *in* Anexo IV). Obteve uma taxa de vendas superior a 59% de um modo geral, sendo que apenas numa ocasião verificou uma taxa perto dos 30%, no Leilão 1014 (Figura 4.2.14 *in* Anexo IV). Para a percentagem de crescimento do preço face ao valor da base, o leilão que obteve o melhor resultado foi o 1170 registando perto de 120 lotes vendidos por um valor superior ao preço da base (Figura 4.2.15 *in* Anexo IV).

A categoria da Escultura, que esteve presente em apenas 10 leilões, contou com 184 lotes, dos quais vendeu 89, sendo que no Leilão 1142 (Dezembro de 2018) vendeu mais de vinte lotes (Figura 4.2.16 *in* Anexo IV). Deve ainda ser referido que do Leilão 1120 para o 1142, o número de lotes aumentou exponencialmente. Para o valor obtido através das vendas (Figura 4.2.17 *in* Anexo IV) registaram-se flutuações de elevada amplitude, culminado no Leilão 1170 com perto de €6.000 de vendas. Ainda assim a Escultura totalizou, no período 2016-2020, €20.160. O preço médio por lote foi de €204, sendo o resultado mais elevado obtido no Leilão 1183 (Julho de 2019), com um valor próximo dos €600 (Figura 4.2.18 *in* Anexo IV). Obteve uma taxa de vendas superior a 46% e o leilão que registou o valor mais alto foi o 1025 com mais de 70% (Figura 4.2.19 *in* Anexo IV). Para a percentagem de crescimento do preço (Figura 4.2.20 *in* Anexo IV) o melhor resultado foi obtido no Leilão 1142 ultrapassando os 14 lotes vendidos por um preço superior à base.

A categoria Mobiliário esteve presente em apenas cinco leilões, contando com 96 lotes, dos quais se venderam 56, sendo que se verificou o melhor resultado no Leilão 1034 (Junho de 2017), com perto de vinte lotes vendidos (Figura 4.2.21 *in* Anexo IV). Este setor, em 2018, passou a integrar leilões específicos de mobiliário, e por isso não se verifica mais nenhuma entrada após essa data. Devido à baixa representação em leilões e o reduzido número de lotes,

esta categoria apenas totalizou €6.653 (Figura 4.2.22 *in* Anexo IV). O preço médio por lote foi de €126, sendo que apenas numa ocasião este desceu para valores próximos dos €100, no Leilão 1047 (Setembro de 2017) (Figura 4.2.23 *in* Anexo IV). Obteve uma taxa de vendas geral superior a 61% e só num leilão desceu abaixo dos 50%, no 1034 (Figura 4.2.24 *in* Anexo IV). Relativamente à percentagem de crescimento do preço, os resultados foram consideravelmente inferiores às outras categorias, sendo que apenas uma vez ultrapassou os 10 lotes (Figura 4.2.25 *in* Anexo IV).

A categoria Outros contou com 944 lotes dos quais vendeu 488. O leilão que obteve o maior número de lotes foi o 1014, com 137 lotes, sendo que este número foi maioritariamente diminuindo face ao valor atingido nesse leilão (Figura 4.2.26 *in* Anexo IV). A diminuição deste número, reflete a melhoria da seleção de peças para estes leilões demonstrando assim uma especialização das peças. As vendas verificaram apenas em duas ocasiões valor superiores a €5.000, no Leilão 1047 e 1239, ainda assim totalizaram €68.282 (Figura 4.2.27 *in* Anexo IV). O preço médio por lote mais alto registado foi de €139, dado que este registou no Leilão 1239 um valor próximo dos €4.500 (Figura 4.2.28 *in* Anexo IV). Obteve uma taxa de vendas superior a 51% (Figura 4.2.29 *in* Anexo IV) sendo que apenas numa ocasião se verificou uma percentagem inferior a 40%. Os lotes que registaram valores de venda superiores ao da base conheceram o seu pico no Leilão 1014, com mais de 70 lotes. Em 10 leilões, o número de lotes vendidos por um valor superior ao da base foi inferior a 20 lotes, o que demonstra que os compradores desta categoria não estão dispostos a pagar quantias elevadas por este tipo de lotes (Figura 4.2.30 *in* Anexo IV).

Podemos então concluir que a categoria Desenho teve os resultados mais elevados, exceto menos na percentagem de lotes vendidos, onde se destacou o Mobiliário, apesar da sua fraca representação global e ainda no preço médio por lote que pertenceu à Pintura. Isto denota que a preferência dos compradores dos leilões *Online* de Arte Moderna e Contemporânea foram os objetos incluídos na categoria do Desenho.

4.3 Caracterização dos Leilões CML Presenciais 2016-2019

Entre 2016 e 2019, tiveram lugar, na CML, nove leilões presenciais de Arte Moderna e Contemporânea. Para efeitos de equilíbrio do nosso estudo, iremos excluir os primeiros dois leilões deste tipo realizados em 2016, o 175 e o 178. Esta opção justifica-se pelo facto de os Leilões *Online* terem arrancado apenas no último trimestre do ano, pelo que apenas iremos incorporar dados que possam ser analisados em sincronia. Relativamente ao ano de 2020 não

foi incluído nenhum leilão presencial para comparar com o *online* (1239) porque só a 26 de outubro de 2020 (Leilão 207)²⁷ se voltou a realizar um leilão presencial desta tipologia, coincidindo praticamente com o momento de entrega desta tese não nos permitindo realizar uma análise detalhada a tempo.

No período em causa foram levados à praça, em leilões presenciais, 3.408 lotes de AMC, dos quais se venderam 1.885 (Figura 4.3.1 *in* Anexo V). É possível verificar que houve alterações nas amplitudes entre lotes vendidos e retirados, mas podemos considerar que foram diminutas, portanto havendo uma estabilidade que se pode identificar da ordem dos 42% de lotes retirados. As vendas realizaram €3.995.510, sendo que apenas num leilão, o 202 (Outubro de 2019), estas ficaram perto de atingir um milhão de euros (Figura 4.3.2 *in* Anexo V). O preço médio por lote geral foi de €2.219 e o resultado mais elevado obtido foi superior a €5.000 (Figura 4.3.3 *in* Anexo V). A percentagem de crescimento do preço teve um período de quatro leilões nos quais não ultrapassou os 80 lotes vendidos por um valor superior à base, tendo culminado num pico de 140 lotes atingido no Leilão 199 (Maio de 2019) (Figura 4.3.4 *in* Anexo V). Obteve uma taxa de vendas de 58%, sendo o valor percentual mais elevado atingido no Leilão 202 com 66% (Figura 4.3.5 *in* Anexo V).

A categoria Pintura contou com 944 lotes, dos quais vendeu 452, sendo que apenas num leilão ultrapassou os 60 lotes, Leilão 190 (Outubro de 2017) (Figura 4.3.6 *in* Anexo V). As vendas realizaram €1.982.960 apesar de em três leilões não ter ultrapassado a barreira dos €200.000, o 182 (Outubro de 2016), 196 (Outubro de 2018) e 199 (4.3.7 *in* Anexo V). O preço médio por lote foi de €4.542, tendo em duas ocasiões chegado a valores próximos dos €7.000, o Leilão 187 (Abril de 2017) e 202 (Figura 4.3.8 *in* Anexo V), e obteve uma taxa de venda superior a 49%, resultado de três registos inferiores a 50% nos leilões 182, 187, 190 (Figura 4.3.9 *in* Anexo V). Em termos da percentagem de crescimento do preço registaram-se apenas dois leilões com menos de 15 lotes vendidos por um valor superior ao da base, 187 e 196 (Outubro de 2018) (Figura 4.3.10 *in* Anexo V).

A categoria Desenho contou com 797 lotes dos quais vendeu 496, sendo que numa ocasião não atingiu os 40 lotes vendidos, Leilão 196 (Figura 4.3.11 *in* Anexo V). Esta categoria alcançou em vendas €1.128.800 tendo tido apenas um resultado inferior a €50.000, Leilão 190 (Figura 4.3.12 *in* Anexo V). O preço médio, por lote, foi de €2.203, sendo que só ultrapassou a barreira dos €2.000 em três leilões, 182, 193 e 202 (Figura 4.3.13 *in* Anexo V).

²⁷ <https://www.cml.pt/leiloes/2020/207-leilao/1-sessao>. Consultado no dia 29 de Outubro de 2020.

Em percentagem de vendas, o valor médio geral foi superior a 62%, sendo que o resultado mais elevado, 77% foi obtido no Leilão 199 (Figura 4.3.14 *in* Anexo V). Os lotes vendidos por um valor superior ao da base foram superiores a 30 em três ocasiões (Figura 4.3.15 *in* Anexo V).

A categoria Escultura contou com 310 lotes dos quais vendeu 150. Esta registou um pico de lotes vendidos no Leilão 199 que ultrapassou os 30, sendo que o número de lotes disponíveis demonstrou ter aproximadamente o mesmo número que em leilões anteriores (Figura 4.3.16 *in* Anexo V). O total realizado pelos lotes vendidos foi de €210.380, apesar de em duas ocasiões ter registado valores inferiores a €10.000 (Figura 4.3.17 *in* Anexo V). O preço médio por lote foi de €1.576, resultado das constantes subidas e descidas abruptas que se verificaram (Figura 4.3.18 *in* Anexo V). A percentagem geral de vendidos foi superior a 48%, tendo num leilão chegado aos 79% (Figura 4.3.19 *in* Anexo V). Para a percentagem de crescimento do preço os resultados foram baixos tendo apenas se verificado um leilão que vendeu mais de 20 lotes por um valor superior ao da base (Figura 4.3.20 *in* Anexo V).

A categoria Mobiliário contou com 690 lotes dos quais vendeu 382, tendo tido apenas um resultado inferior a 30 lotes vendidos, no Leilão 196 (Figura 4.3.21 *in* Anexo V). Estes totalizaram €315.200 tendo tido três resultados superiores a €30.000, o 182, 190, 193 (Abril de 2018) (Figura 4.3.22 *in* Anexo V). O preço médio, por lote, foi de €860, sendo inferior a €700 apenas em duas ocasiões, Leilão 182 e 187 (Figura 4.3.23 *in* Anexo V). Obteve uma percentagem de vendas de 56%, resultado da drástica queda entre o Leilão 193 para o 196, onde se passou dos 72% para os 25%, respetivamente (Figura 4.3.24 *in* Anexo V). Para a percentagem de crescimento do preço, registaram-se 3 leilões com valores superiores a 15 lotes, o 182, 193 e 199 (Figura 4.3.25 *in* Anexo V).

A categoria Outros contou com 664 lotes, dos quais se venderam 402, sendo que apenas num leilão ultrapassou os 50 lotes, o 199 (Figura 4.3.26 *in* Anexo V). As vendas totalizaram €575.500, apesar do decréscimo avassalador entre o Leilão 190, com mais de €180.00 e o Leilão 193 com vendas inferiores a €20.000 (Figura 4.3.27 *in* Anexo V). O preço médio por lote foi de €1.576, tendo-se verificado o resultado mais elevado no Leilão 190 com um valor superior a €4.000 (Figura 4.2.28 *in* Anexo V). A percentagem de lotes vendidos foi superior a 62%, apesar da quebra para os 40% no Leilão 193 (Figura 4.3.29 *in* Anexo V). Para a percentagem de crescimento do preço verificaram-se três leilões onde se venderam mais de 20 lotes por um valor superior à base, o 182, 199 e 202 (Figura 4.3.30 *in* Anexo V).

Podemos então concluir que a categoria que mais lotes submeteu, que alcançou o valor mais elevado de vendas e com o valor médio por lote mais elevado, em hasta, foi a Pintura,

mas aquela que mais lotes vendeu foi o Desenho. Em termos de percentagem de lotes vendidos, o Desenho e os Outros têm o mesmo peso. A partir destes resultados podemos ainda adiantar que os leilões presenciais têm uma clientela mais diversificada nas suas compras do que os clientes dos leilões *online* dado não existir, nos leilões presenciais, uma categoria que obtenha os melhores resultados em todos os parâmetros de análise, mas sim uma descentralização dos melhores resultados.

4.4 Comparação entre os Leilões *Online* e os Presenciais

Vejamos agora o que aproxima e o que diferencia estes dois tipos de leilões, os *online* e os presenciais. Como foi dito anteriormente, os dois primeiros leilões presenciais de 2016, o 175 e o 178, não irão constar desta análise, dado que os leilões *online* apenas começam no último trimestre de 2016 e estes leilões (175 e 178), ocorreram no primeiro semestre do ano de 2016.

A análise será uma comparação entre os resultados do *online* face ao presencial no ano de 2016 e novamente no ano de 2019, com o objetivo de compreender quais foram as alterações que decorreram entre o primeiro momento de análise e o segundo, ou seja, o Leilão 1004 (*online*), decorrido em 2016 será comparado ao Leilão 182 (Presencial) decorrido também em 2016. Para o último ano a ser analisado, 2019, decidimos aglomerar os três leilões *online*, 1170; 1183 e o 1199 obtendo assim um resultado para 2019. Para o presencial decidimos optar pelo mesmo formato, o de aglutinação dos resultados dos leilões 199 e 202, criando assim um resultado apenas. Decidimos ainda apresentar o resultado do Leilão 1239 em separado, para que seja comparado tanto com os leilões *online* como com os leilões presenciais.

Podemos verificar através da Figura 4.4.1 (A e B) que neste primeiro ano de análise, no *online* a categoria que tem maior presença no mercado é a de Outros. Podemos atribuir este volume de bens a um, inicial, critério de escolha dos lotes colocados em leilão bastante alargado. Verificamos ainda dentro dos *online* que esta é superior à categoria que se encontra em segundo lugar, o Desenho, por 13%. Esta mesma categoria, os Outros, ocupa a terceira posição no presencial com 21% da representatividade. Neste setor, o presencial, a posição cimeira corresponde à Pintura com 29% do total de lotes levados a leilão, sendo que o Desenho ocupa o segundo lugar, tal como no *online* mas com mais 1%.

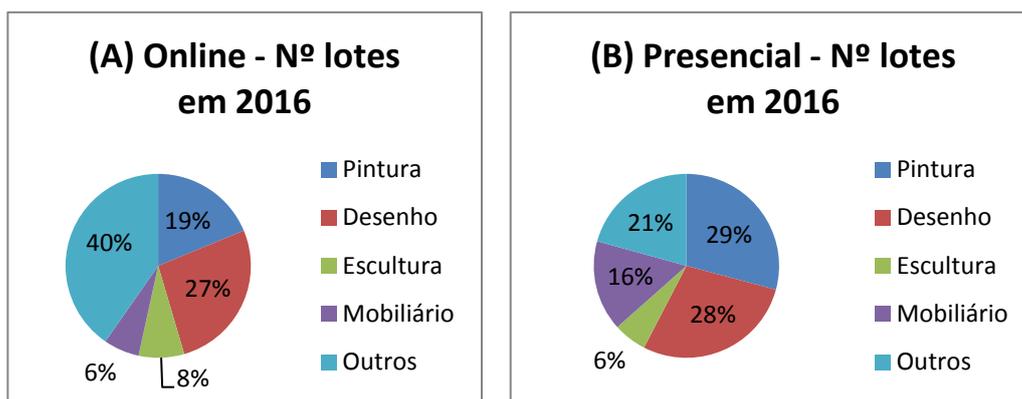


Figura 4.4.1 A e B – Número de lotes presentes em Leilão Online e Presencial em 2016 por categorias

Em termos de lotes vendidos, Figura 4.4.2 (A e B), verificamos que no *online*, as categorias que registaram alterações em termos da posição que ocupam, foram a Escultura e o Mobiliário. Estas face à figura 4.4.1 (A) trocaram de posição, ou seja, o Mobiliário com 6% do total de lotes vendeu 11% do total de lotes vendidos e a Escultura com 8% dos lotes vendeu 10% do total de lotes vendidos. O setor presencial encontra no Desenho a categoria com mais lotes vendidos, representando 32% do total de lotes. Na figura 4.4.1 (B) vimos que o Desenho ocupava a segunda posição a 1% da Pintura para o total de lotes e que agora se destaca desta por 10% em lotes vendidos.

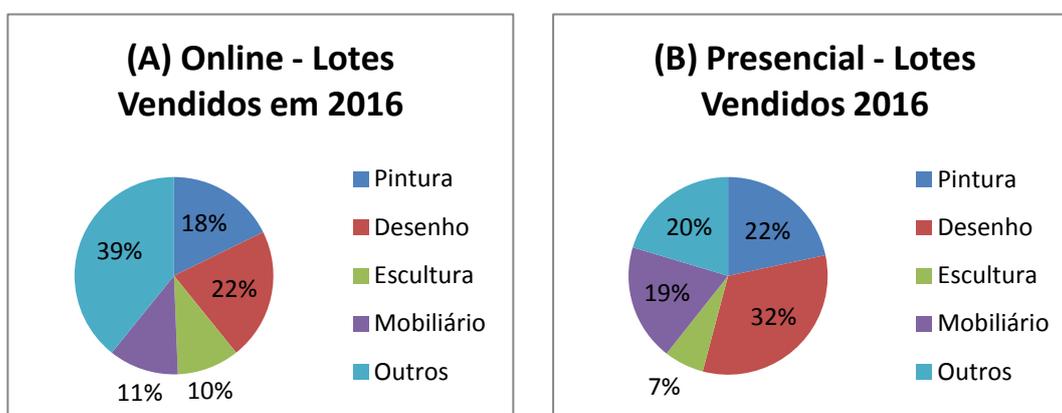


Figura 4.4.2 (A e B) - Número de lotes vendidos em Leilão Online e Presencial em 2016, por categorias

Para os valores de vendas, Figura 4.4.3 (A e B), verificamos que a ordem das categorias é a mesma em ambos os setores. A Pintura foi seguida pelo Desenho, sendo que em último lugar ficou a Escultura. Em termos de valores o *online* ainda dista consideravelmente do presencial. No *online* apenas três das cinco categorias ultrapassam os mil euros, enquanto no

presencial três, das cinco, ultrapassam os cinquenta mil euros, sendo que duas dessas três ultrapassaram os cento e cinquenta mil euros em vendas.

Para o *online* podemos verificar que a Pintura que alcançou o terceiro lugar em termos de número de lotes levados a leilão e em quantidade de lotes vendidos, alcançou agora o primeiro lugar destacada, representando 47% do total do valor de vendas, ou seja, apesar do baixo número de lotes, estes pelos seus valores consideravelmente mais elevados que os lotes da categoria Desenho, são responsáveis pela diferença de €5.328 entre categorias. O Desenho alcançou o segundo lugar com 23% do valor total e a Escultura e Mobiliário obtiveram ambos a pior prestação, com 7% do valor total. Para o presencial a Pintura representou 40% do total de vendas tendo tido 22% do total de lotes vendidos. Já o Desenho alcançou os 34% (+10% que no *online*), ou seja manteve a mesma proporção que vemos na Figura 4.4.2 (A e B).

A diferença em termos de valores concretos entre os dois setores foi de €427.907, sendo que o presencial alcançou os €450.710 e o *online* os €22.803. Esta diferença toma ainda proporções maiores se tivermos em conta que neste ano, o Leilão 182 foi o terceiro leilão presencial de arte moderna e contemporânea a ter lugar nesse ano, ou seja, se quiséssemos ter o valor total de vendas em 2016 do setor presencial teríamos ainda de somar € 303.760 do Leilão 175 e € 391.410 do Leilão 178.

É certo que este foi o primeiro ano do *online*, por isso não seria expectável que os valores alcançados fossem significativos, mas estes resultados iniciais já permitem retirar algumas elações. Pelos montantes das vendas atingidos, e pelos registados nas figuras anteriores, compreendemos desde já que existem dois setores cujo interesse é consideravelmente mais reduzido que nos outros, sendo eles a Escultura e o Mobiliário. Verificamos que no presencial, que não esta no seu primeiro ano de existência, estas mesmas categorias também apresentam resultados muitíssimo mais baixos que as outras categorias. Estaremos perante um elemento caracterizador do “gosto português”?

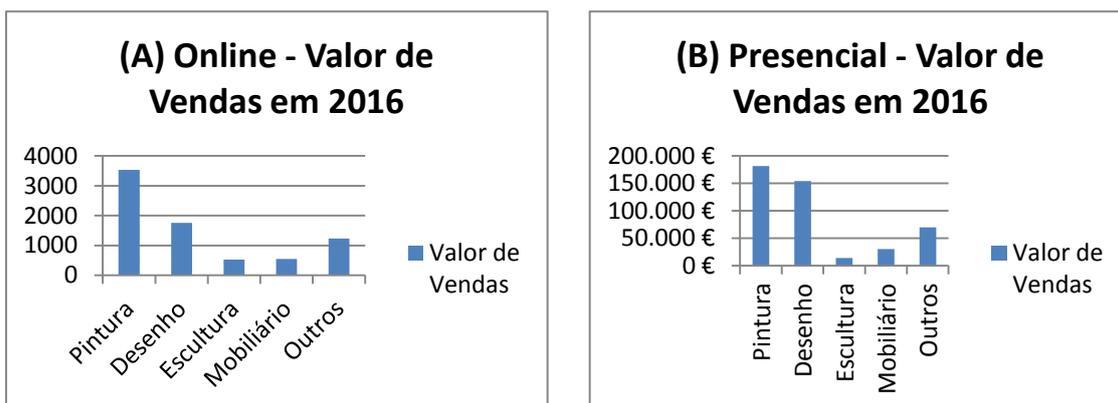


Figura 4.4.3 (A e B) - Valores de venda em Leilão Online e Presencial em 2016, por categorias

Como referimos anteriormente, para o último ano desta análise decidimos juntar todos os resultados dos leilões *online* e dos leilões presenciais, obtendo assim um resultado para a totalidade do ano de 2019 em cada setor. Para além da comparação entre *online* e presencial iremos de igual modo comparar o ano de 2016 com o de 2019, com o intuito de registar e compreender quais as alterações que tiveram lugar neste espaço de três anos.

Verificamos através da Figura 4.4.4 (A e B) que o Desenho no setor *online*, tem praticamente o dobro da representação do que no presencial, 61% e 32%, respectivamente. A Pintura que no setor presencial ocupa o primeiro posto com 35% dos lotes, no *online* representa apenas 15% do total de lotes levados a leilão. O setor Outros ocupa a mesma percentagem em ambos os setores, 20%. A Escultura no *online* representou 4% dos lotes e no presencial 13%.

Relativamente ao ano de 2016 verificou-se que a categoria Outros no *online* diminuiu o número de lotes para metade, sendo que no presencial aumentou 4%. A Pintura no setor *online* que representava 19% dos lotes em 2016, viu o seu resultado diminuir 4 pontos percentuais. Já no presencial registou um aumento de 6% face ao primeiro ano de análise. A Escultura registou uma queda para metade no *online* enquanto no presencial teve um aumento de 7%.

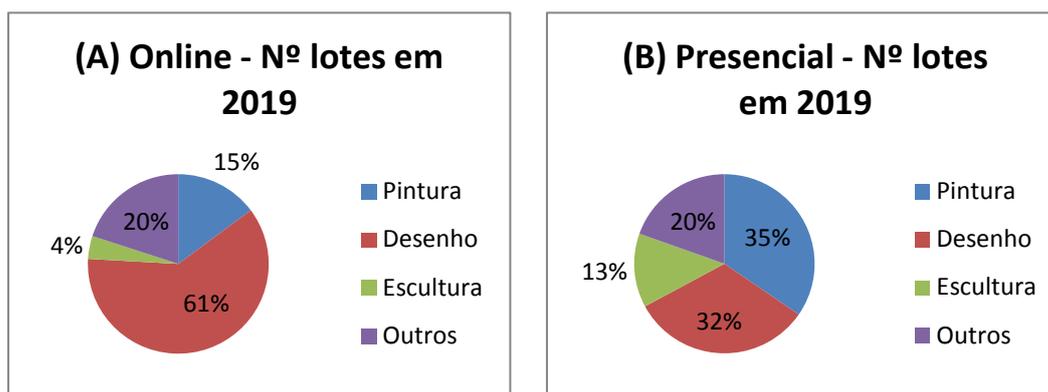


Figura 4.4.4 (A e B) – Número de lotes presentes em Leilão Online e Presencial em 2019 por categorias

Para os lotes vendidos o ano de 2019 apresentou os seguintes resultados, Figura 4.4.5 (A e B). Verificamos desde já que a categoria Desenho tanto no *online* como no presencial vendeu o maior número de lotes de todas as categorias. Se no *online* é claramente a categoria que mais se destaca com 67% do total de lotes vendidos, no presencial apresenta um valor superior a um terço do total de lotes vendidos. Esta diferença quantitativa entre lotes vendidos no presencial face ao *online* significa que as categorias no presencial apresentam vendas mais uniformes, ou seja não temos uma categoria que domine o panorama de vendas, sendo por isso um setor mais heterogéneo. No *online* a Pintura registou 14% dos lotes vendidos, a um ponto percentual da categoria Outros com 15%. Já no setor presencial estas categorias registam 29% (Pintura) e 23% (Desenho).

Face a 2016 a maior diferença de percentagem registou-se no setor *online* na categoria do Desenho, onde no primeiro ano desta análise contava com 22% dos lotes vendidos, sendo que em 2019 esse valor mais que triplicou. Isto vem confirmar que o que se verifica na Cabral Moncada Leilões é semelhante ao que se regista nos mercados de arte internacionais, onde os trabalhos sobre papel/múltiplos de obras de autor consagrado representam a melhor aposta para este setor, devido à boa proporção entre preços reduzidos versus o “peso” da assinatura. Outra alteração que verificamos é, como referimos anteriormente, o fim da categoria do Mobiliário, uma vez que esta deixou de fazer parte dos leilões *online* de arte moderna e contemporânea.

Para a categoria Outros, que em 2016 representava 39% dos lotes vendidos no *online* e 20% no presencial, tem agora a preponderância de 15% no *online* (um decréscimo de 24%), sendo que no presencial o valor aumentou 3%. Esta diminuição, no *online*, é um indicador

bastante positivo da melhoria do critério de aceitação dos lotes que vão a leilão. Se numa fase inicial a Cabral Moncada Leilões tinha de aceitar uma grande quantidade de lotes, que caracterizamos como não pertencentes a nenhuma das principais categorias, para conseguir realizar os leilões *online* e conseguir adquirir uma base fiel de clientes tanto vendedores como compradores, verificamos que em 2019 estes lotes diminuíram consideravelmente e os leilões *online* são alvo de um critério de seleção bastante mais cuidado. Em termos de futuro acreditamos que se a CML seguir este rumo muito em breve terá lotes de elevada qualidade a serem vendidos regularmente através dos leilões *online* de arte moderna e contemporânea. Basta apenas que um punhado de clientes tome a iniciativa de ver os seus lotes vendidos através do *online* para que os outros menos recetivos compreendam que a alternativa dos *online* não só é viável como poderá eventualmente compensar.

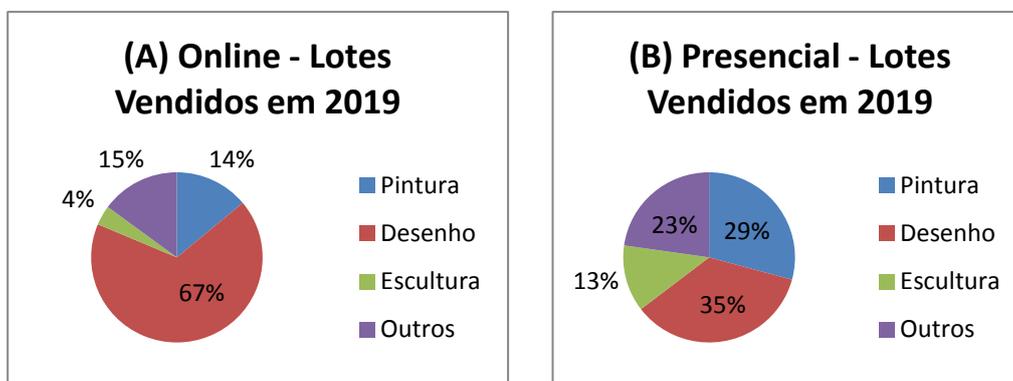


Figura 4.4.5 (A e B) - Número de lotes vendidos em Leilão Online e Presencial em 2019, por categorias

Para os valores de venda, Figura 4.4.6 (A e B), verificamos que no setor *online* o valor mais elevado pertenceu novamente à categoria do Desenho, que registou um valor, sensivelmente, três vezes superior ao da Pintura (+€80.000 e +€20.000, respectivamente.) Tal como se verificou anteriormente o setor *online* é consideravelmente mais “monocategórico” do que o setor presencial. Neste setor, o presencial, verificamos que a Pintura e o Desenho obtiveram valores muito próximos, mas ainda assim foi o Desenho, que ao contrário de 2016, registou o valor mais elevado, com mais de €550.000. Através destes números compreendemos o baixo peso que em 2019 tiveram as categorias Escultura e Outros. Seja no presencial ou no *online* estas apresentam resultados muito inferiores às outras categorias, o que demonstra a sua baixa importância, na opinião dos compradores, na CML.

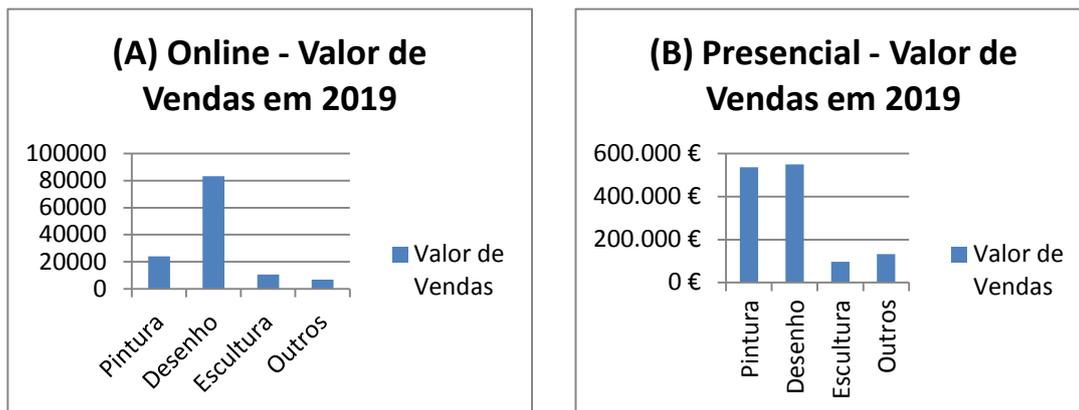


Figura 4.4.6 (A e B) - Valores de venda em Leilão Online e Presencial em 2019, por categorias

Podemos então verificar que a evolução que ocorreu entre 2016 e 2019 foi maioritariamente no sentido de uma categoria, o Desenho. Tanto no setor *online* como no setor presencial, registou um crescimento considerável, sendo que em 2019 foi a categoria que mais lotes vendeu e que registou o valor vendas mais elevado em ambos os setores.

Acreditamos que a base deste crescimento encontre justificação na melhoria da qualidade dos lotes levados a leilão sendo isto verificável na subida do preço médio por lote.

No ano de 2016 o Desenho tinha no setor *online* um preço médio por lote de €103 e no presencial o valor atingia os €2.057. Passados três anos e vários leilões depois os valores encontram-se em patamares consideravelmente elevados. No *online* o preço médio por lote alcançou os €200 e no presencial €4.553. Podemos então constatar que os preços médios por lote duplicaram em três anos. Isto significa que atualmente um cliente que queria adquirir um lote desta categoria terá de despende duas vezes mais dinheiro do que em 2016. Isto é um reflexo do claro aumento da qualidade dos bens levados a leilão, tanto qualidade artística como qualidade da autoria. Outra atratividade desta categoria é que, apesar dos fatores demonstrados anteriormente, é mais barata do que a Pintura, o que seria expectável. Se compararmos o preço médio por lote, do Desenho e da Pintura em 2016 e 2019 vemos que o primeiro é sempre mais baixo que o segundo, veja-se os resultados apresentados na Tabela 3.

Outra informação que retiramos é que comparativamente, a Pintura registou um aumento bastante inferior ao Desenho, em termos do aumento do preço dos lotes, o que poderá significar que os valores de base dos lotes já em 2016 se encontravam próximos do seu valor final, ou seja o preço de venda.

Categoria Online	2016	2019
Pintura	€252	€280
Desenho	€103	€200

Tabela 3 – Evolução do preço médio por lote entre 2016 e 2019 para as categorias Pintura e Desenho

Para o leilão decorrido em 2020, o 1239, decidimos apresentar os resultados em separado, uma vez que este leilão se tratou de um acontecimento diferente que encontra a sua justificação nos tempos que se vivem. Originalmente este leilão estava concebido para decorrer presencialmente mas devido ao período de confinamento este leilão decorreu num formato *online*. Isto só foi possível porque a esmagadora maioria dos proprietários dos bens que iriam a leilão presencial, autorizaram a Cabral Moncada Leilões a recorrer ao *online* para venderem os seus bens.

Este leilão caracterizou-se por ter, maioritariamente, obras das categorias Pintura e Desenho, Figura 4.4.7. De um total de 109 lotes, venderam-se 54 realizando €194.825, com um preço médio por lote de €3.607. Em termos da performance das categorias a Pintura de 45 lotes vendeu 22, totalizando €110.300 com um preço médio de €5.013. O Desenho levou 52 lotes a leilão dos quais vendeu 24, totalizando €49.250, com preço médio por lote de €2.052. A Escultura contou com 6 lotes neste leilão dos quais vendeu 5, totalizando €13.900, obtendo assim um preço médio por lote €2.780. A categoria Outros colocou em leilão 6 lotes dos quais vendeu metade, 3, totalizando assim €21.375, com um preço médio por lote de €7.125.

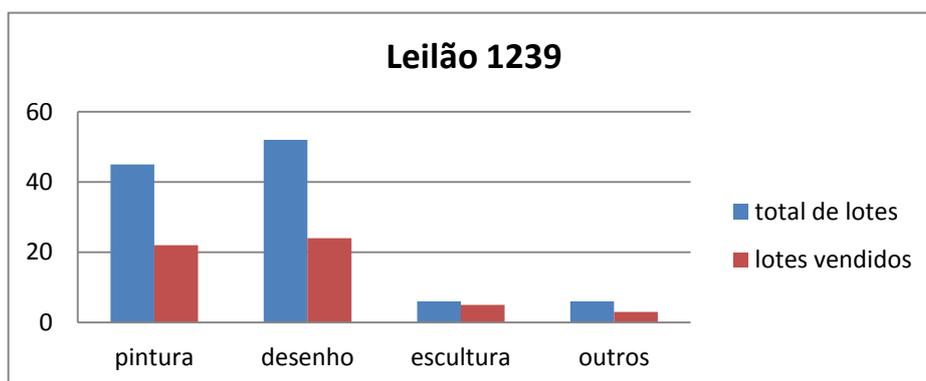


Figura 4.4.7 – Leilão 1239 – Total de lotes e lotes vendidos por categoria

Através dos valores alcançados no Leilão 1239 conseguimos compreender que este realizou um valor de vendas mais elevado do que a soma de todos dos resultados do *online*

em 2019, €194.825 para €124.658. Esta diferença de elevada amplitude nos valores encontra justificação na qualidade dos lotes que foram à venda no Leilão 1239. De 109 lotes presentes em leilão, 29 tinham um preço de base mais elevado que o valor mais alto pago por um lote num leilão *online* de arte moderna e contemporânea na CML, ou seja €4.000 (valor recorde até 2019). Dos 29 venderam-se 12, com valores entre os €4.000 e os €18.000, totalizando €116.250.

Verificamos que 29 lotes realizaram uma soma quase tão grande como três leilões *online* juntos, o que significa que estes eram de elevada qualidade artística e por isso o mercado estava disposto a despende de somas consideráveis de capital para os adquirir. Se comparamos o desempenho das categorias deste leilão *online* com os leilões do mesmo setor decorridos até 2019 verificamos que no Leilão 1239 o preço médio por lote na Pintura foi superior 17 vezes superior ao resultado de 2019, no Desenho foi 10 vezes, na Escultura o valor foi 5 vezes superior e nos Outros foi superior a 96 vezes. Se o compararmos com os resultados dos presenciais decorridos em 2019, a nível do preço médio por lote, verificamos que na Pintura os valores são praticamente idênticos, €5.261 para o presencial e €5.013 para o Leilão 1239. Para o Desenho o valor do presencial é superior em mais de o dobro, € 4.553 (2019) para €2.052 alcançados no Leilão 1239. Apesar desta categoria, o Desenho, por norma ser o ponto principal dos leilões *online*, ainda assim e apesar da elevada qualidade dos lotes apresentados, o Leilão 1239 não conseguiu ultrapassar os presenciais de 2019, nesta categoria. Para a categoria Escultura o valor do preço médio por lote, do Leilão 1239, é inferior em €1 ao resultado de 2019. A categoria Outros o preço médio por lote é superior a 3 vezes o valor de 2019.

Verificamos então que o Leilão 1239 não se pode considerar o leilão *online* normal, uma vez que todos os seus resultados são esmagadoramente superiores aos resultados nos leilões *online*. Por outro lado também não podemos considerar que este tenha sido um leilão presencial como os que decorreram até 2019 uma vez que em termos de valor ainda se encontram longe, daqueles que são comuns aos leilões do setor presencial.

Ainda assim podemos considerar que este leilão foi um sucesso e que a Cabral Moncada Leilões deverá com bases nestes resultados incentivar cada vez mais aos clientes a depositarem as suas obras de elevada qualidade nos leilões *online*, para que este setor não só consiga crescer em Portugal, e se a CML tomar a dianteira nestes avanços na área da venda de arte *online* em Portugal, verá o seu prestígio reforçado.

CAPÍTULO 5

Análise dos Clientes dos Leilões *Online*

Neste ponto, iremos analisar os clientes dos Leilões *Online* de Arte Moderna e Contemporânea da Cabral Moncada Leilões. Ao contrário da análise das prestações dos leilões, em que decidimos incluir o setor presencial, este ponto será exclusivamente dedicado aos leilões *online*. Relativamente à composição dos clientes, à divisão entre clientes *tradicionais e novos* e aos gastos decidimos analisar todos os leilões. Já para a distribuição geográfica decidimos que esta teria um carácter ilustrativo e por isso, escolhemos como ponto de recolha da informação dos clientes o último leilão decorrido em cada ano, ou seja, para 2016 o Leilão 1004, para 2017 o Leilão 1066, para 2018 o Leilão 1142, para 2019 o Leilão 1199 e para 2020 o Leilão 1239.

O estudo tem como base a recolha dos dados presentes no sistema informático da CML, sendo que por motivos de confidencialidade não são divulgadas quaisquer informações que possam comprometer a identidade dos clientes. São ainda registados os gastos totais e os gastos médios por clientes. Decidimos também, tal como fizemos anteriormente para os leilões, incluir o Leilão 1239, realizado em Maio de 2020, pelos mesmos motivos, anteriormente explanados.

5.1 Composição dos Clientes

Para caracterizar os clientes da CML *online* são registados, numa perspetiva cronológica, os seguintes elementos: Género/Tipo (Masculino, Feminino, Empresas); Nacionalidade, e quando Portugueses – registados os distritos, concelhos e freguesias de origem – tendo sido realizada uma cartografia em *ArcGIS* para uma rápida visualização das áreas de proveniência. É ainda registada a fidelidade à CML, dividindo o conjunto entre clientes *antigos* e novos clientes. São ainda registados o número de lotes adquiridos, os gastos totais e os gastos médios por cliente.

5.1.1 Clientes Masculinos

Os 14 leilões analisados, Figura 5.1.1.1, totalizaram 869 clientes masculinos, dos quais 32 eram estrangeiros. De todos os leilões o que contou com um maior número de clientes foi o Leilão 1183 onde estiveram presentes 128 compradores. Em termos da representação estrangeira, percentualmente, em cada leilão a média foi de 4%, sendo o valor mais elevado

atingido no 1034 onde 10% dos compradores eram estrangeiros. Apenas dois leilões não registaram qualquer comprador estrangeiro masculino, o 1084 e o 1199.

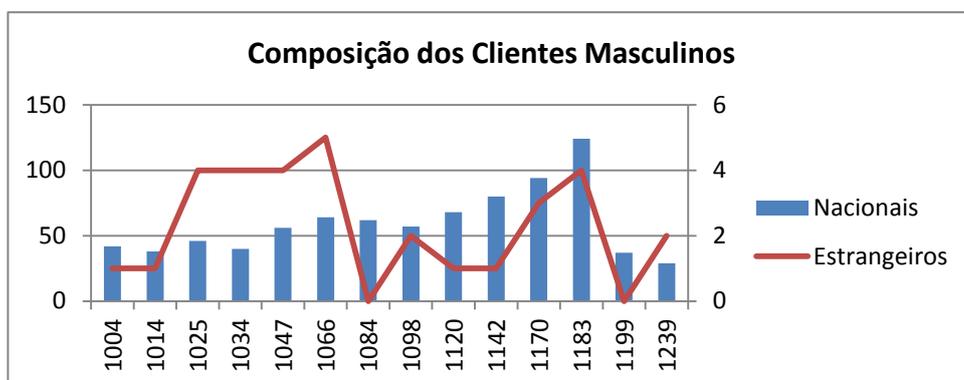


Figura 5.1.1.1 - Composição dos Clientes Masculinos - Nacionalidade

Relativamente à divisão dos clientes, Figura 5.1.1.2, verificamos que do total de clientes masculinos (869), aproximadamente um quarto, tanto nacionais como estrangeiros, que compraram nestes leilões, não tinham tido qualquer tipo de relação com a CML. Dentro do total de novos clientes, 215, os estrangeiros totalizaram 11, ou seja 5%. O leilão que registou um maior número de novos clientes foi o 1183 com um total de 26 novos clientes, tanto nacionais como estrangeiros. O número mais elevado de novos clientes estrangeiros registados num leilão foram 2 clientes nos leilões 1047, 1066 e 1239.

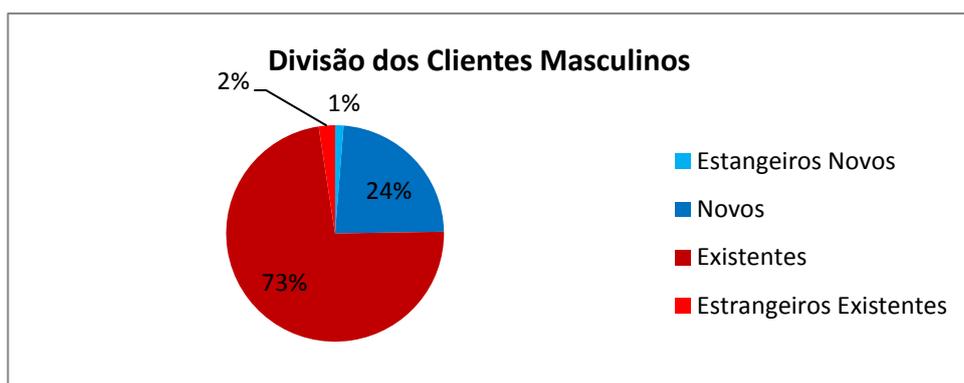


Figura 5.1.1.2 - Divisão dos Clientes Masculinos – Total

Estes clientes como é possível verificar pela Figura 5.1.1.3, foram gastando quantias mais elevadas à medida que iam ganhando confiança, não obstante de se terem registado pequenas quebras, ainda assim o sentido foi de aumento generalizado, totalizando €383.146 em compras. Se excluirmos o resultado do Leilão 1239, ocorrido já em 2020, o valor desce para

os €241.446. Do Leilão 1199 para o 1239 assistimos a um elevado crescimento das quantias disponibilizadas para adquirir lotes. Esta escalada deve-se ao aumento do preço dos lotes no último leilão, como verificamos anteriormente.

Em média, cada cliente masculino gastou, entre 2016 e 2020, €586. Se removermos o resultado do ano de 2020, o Leilão 1239, vemos que a média desce abruptamente para os €280, ou seja, verificamos que depois do confinamento os clientes masculinos estavam dispostos a pagar quantias elevadas por lotes de distinta qualidade, demonstrando assim que – apesar do período incerto que se atravessa – não perderam a confiança, nem a vontade de adquirir obras de arte.

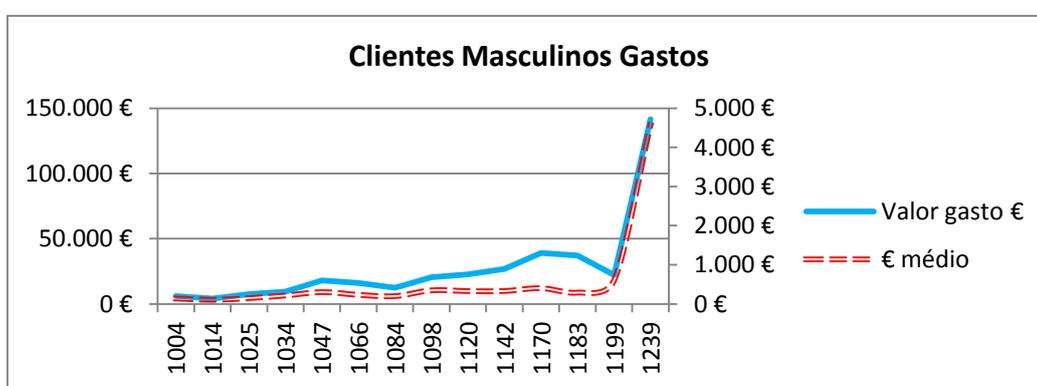


Figura 5.1.1.3 – Clientes Masculinos – Gastos

Em termos de lotes adquiridos, Figura 5.1.1.4, podemos compreender que à medida que o número de clientes aumenta, o número de lotes vendidos segue o mesmo rumo. Em termos de média de lotes por número de clientes aquele que atingiu o melhor resultado foi o Leilão 1014, com 2.26L/C²⁸ sendo o pior resultado obtido no Leilão 1239 com uma média de 1.29L/C. O valor médio total foi de 1.71L/C. Em termos de lotes adquiridos no pós-leilão os números são baixos, sendo que em 5 ocasiões excederam os 10 lotes, sendo o número mais elevado 15, obtido no Leilão 1066. O significado desde número ser reduzido é que na grande maioria dos casos os lotes que foram levados à praça encontraram comprador, o que

²⁸ L/C representa lotes por cliente.

demonstra da parte da CML uma adequação dos lotes áquilo que o mercado procura, reduzindo ao máximo as hipóteses de insucesso dos lotes, evitando assim “queimá-los”²⁹.

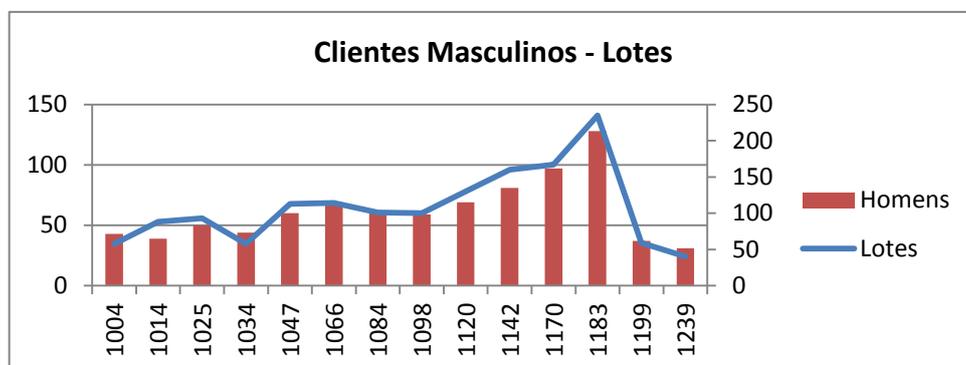


Figura 5.1.1.4 – Clientes Masculinos – Número de Lotes Comprados

5.1.2 Clientes Femininas

Para o setor feminino, Figura 5.1.2.1, registaram-se 308 clientes femininas, das quais sete eram estrangeiras. Verificamos desde já que a diferença entre compradoras femininas e clientes masculinos é superior a meio milhar. Relativamente à diferença entre o número de clientes estrangeiras e estrangeiros é de um quarto de centena. De todos os leilões, o que contou com um maior número de clientes foi o Leilão 1183, onde estiveram presentes 47 compradoras. Em termos percentuais, a representação estrangeira teve uma média de 2%, sendo o valor mais elevado atingido no Leilão 1034, onde 13% das compradoras eram estrangeiras. Apenas seis leilões registaram compradoras estrangeiras, sendo estes o 1025, 1066, 1084, 1142, 1170 e o 1183.

²⁹ Expressão comum à área dos mercados de arte que significa, quando um lote é apresentado por um preço ao mercado e este não está disposto a adquiri-lo, este perde a sua essência de novidade. Na maior parte dos casos, este volta a entrar no mercado por um preço mais baixo tentando assim cativar um eventual comprador. Esta expressão é comumente aplicada a lotes de maior importância cultural e financeira. A consequência final disto é que aos olhos da maioria dos compradores este lote terá sido mal avaliado e o preço de base do mesmo não corresponde às expectativas dos eventuais compradores.

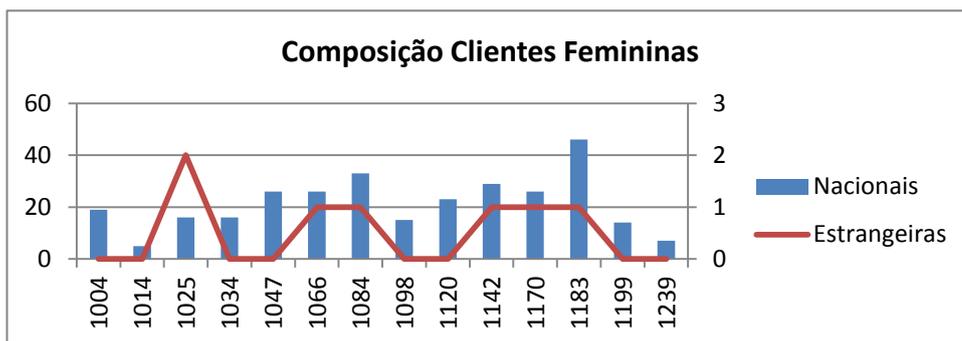


Figura 5.1.2.1 - Composição de Clientes Femininas – Nacionalidade

De um universo de 308 clientes, Figura 5.1.2.2, compreendemos que a percentagem de clientes femininas que passou a ter um *engagement* com a CML é superior ao setor masculino em 8%, alcançando os 33%. Tanto a percentagem de mulheres estrangeiras, que já eram clientes, como as que passaram a ser apresentam os mesmos valores que o setor masculino, 2% e 1%, respectivamente, demonstrando que, como esperado, a grande maioria de novas clientes são portuguesas.

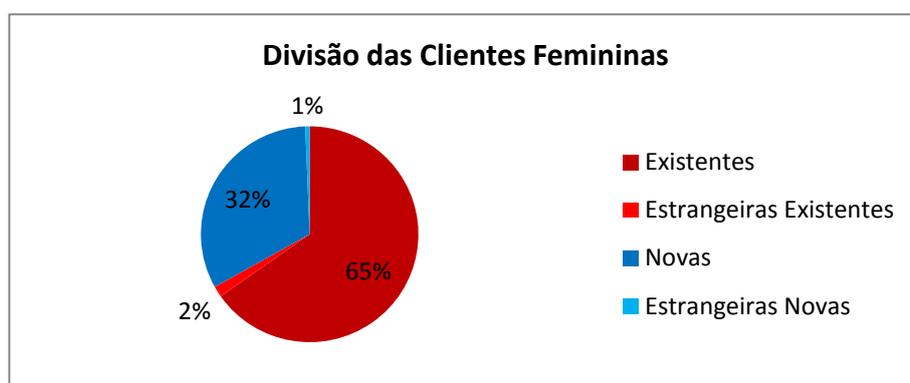


Figura 5.1.2.2 - Divisão das Clientes Femininas – Total

Para os valores gastos, Figura 5.1.2.3, a diferença face ao setor masculino é considerável. As clientes totalizaram €101.416 em compras. Se excluirmos o primeiro leilão de 2020, que totalizou €42.475, o resultado mais elevado de todos, este valor desce para os €58.941, ou seja no leilão de 2020, as clientes gastaram perto de dois terços da quantia que despenderam entre 2016 e 2020. Em termos de gastos médios, por clientes, o valor é de €605 para o período entre 2016 e 2020. Este desce para os €185, se excluirmos o Leilão 1239, onde se registou um preço médio por lote de €6.068, nas compras femininas, sendo este o resultado mais elevado do que o obtido no sector masculino, onde se registou um preço médio por lote de €4.571.

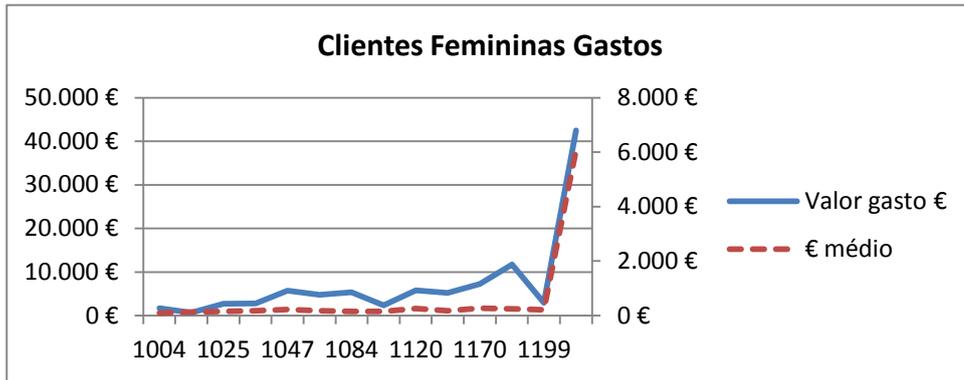


Figura 5.1.2.3 – Clientes Femininas – Gastos

Para o volume de lotes adquiridos, Figura 5.1.2.4, podemos compreender que as flutuações do número de clientes são bastante consideráveis, não havendo assim um sentido geral de aumento. Em termos de média de lotes, por número de clientes, aquele que atingiu o melhor resultado foi o Leilão 1183 com 1.81L/C, sendo que o pior resultado foi obtido no Leilão 1066 onde cada cliente adquiriu, em média, 1.33 lotes. O valor médio total foi de 1.52 L/C. Comparando com os valores registados no setor masculino 2.26L/C, o melhor resultado obtido no feminino é inferior, 1.81L/C, mas o pior resultado no setor feminino 1.33L/C é superior aos 1.29L/C obtidos no setor masculino. A média geral, de compras no setor feminino, é menor do que no setor masculino, 1.52L/C e 1.71L/C, respetivamente. Em termos de lotes adquiridos no pós-leilão, os números são inferiores ao setor masculino sendo que apenas numa ocasião o resultado é superior a 10, no Leilão 1142. Em resumo, as mulheres compraram no formato “lote retirado” 55 lotes sendo que os homens compraram 109.

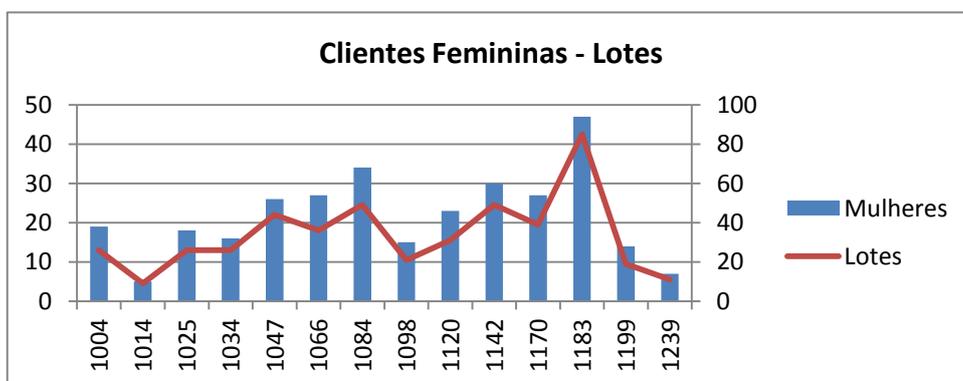


Figura 5.1.2.4 – Clientes Femininas – Número de Lotes Comprados

5.1.3 Clientes Empresas

Para as empresas, Figura 5.1.3.1, podemos compreender que a esmagadora maioria são nacionais, sendo que apenas uma é estrangeira. Este é o setor que menos peso tem nestes leilões, dado que apenas em quatro leilões o número de empresas é superior a cinco sendo o resultado mais elevado oito, obtido no Leilão 1183.

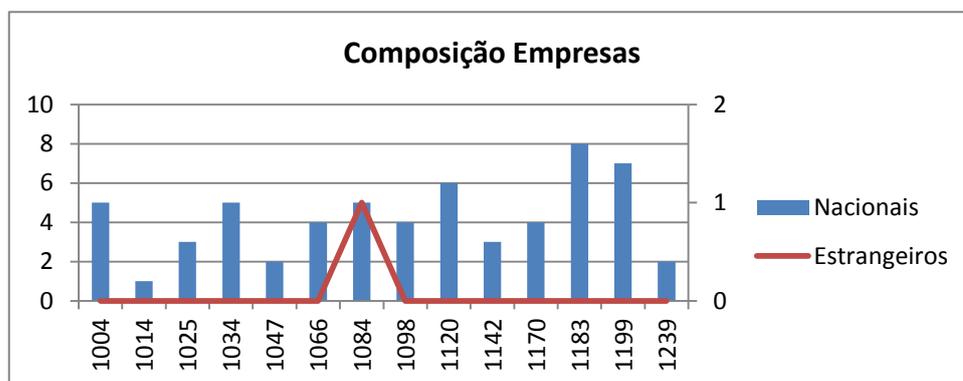


Figura 5.1.3.1 – Composição Empresas – Nacionalidade

Em termos de valores gastos, Figura 5.1.3.2, verificamos que tal como nos dois outros setores, os valores de gastos totais e médios disparam no último leilão. Ainda assim não deixa de ser interessante o comportamento dos gastos entre 2016 e 2019. Estes sofrem alterações bastante acentuadas entre leilões indo desde os €135 de valor total obtido no Leilão 1142 até aos €4.260 alcançados no Leilão 1199. Se compararmos a inclinação da linha entre o Leilão 1199 e o 1239, tanto para os gastos, como para o valor médio vemos que os ângulos são praticamente opostos, demonstrando assim que a subida em termos de valor, €4.260 para os €6.150, obtidos no Leilão 1239, é de menor intensidade do que a subida dos €609 para os €3.075 de valor médio de gastos por cliente.

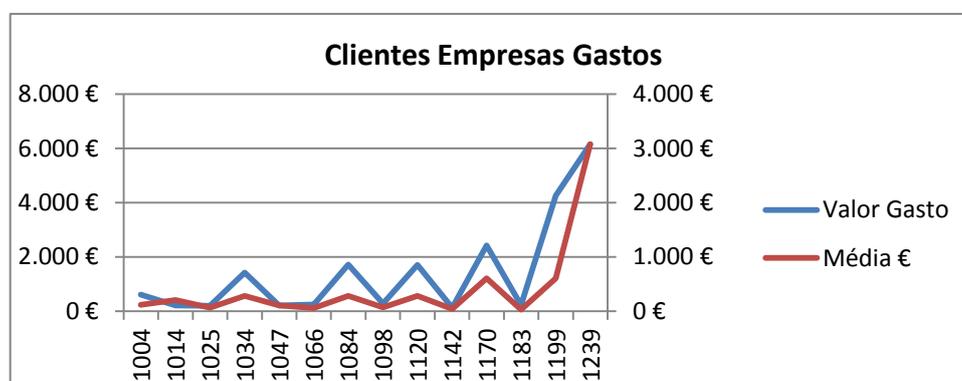


Figura 5.1.3.2 – Clientes Empresas – Gastos

Os lotes adquiridos pelas empresas, Figura 5.1.3.3, totalizam os 114, obtendo assim um valor de 1.81L/C. O valor registado mais elevado foi de 3L/C no Leilão 1183, sendo o valor mais baixo de 1 L/C obtido em 4 leilões, 1066, 1120,1142,1239.

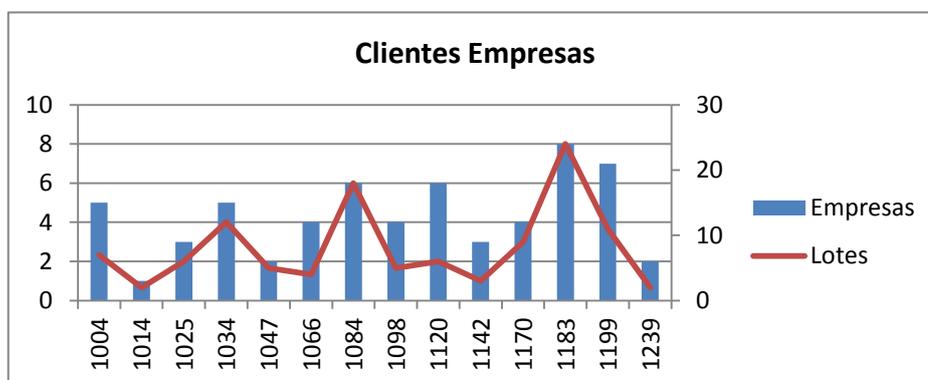


Figura 5.1.3.3 – Clientes Empresas – Número de Lotes Comprados

Outro aspeto a considerar nesta análise é a faixa etária dos clientes. Não foi, no entanto, possível aferir a idade de cada cliente porque essa informação não consta da ficha de cliente, tendo por isso sido procuradas outras fontes de informação. Decidimos então recorrer a uma entrevista realizada por Pedro David Simões, aquando da sua tese de doutoramento, ao Dr. Miguel Moncada, onde lhe perguntada qual a faixa etária dos clientes da CML. Não obstante de à data deste questionário, ainda não existirem leilões *online* na CML, não acreditamos que a faixa etária dos mesmos tenha mudado tão drasticamente que invalide a afirmação seguinte: *“A arte contemporânea é “mágica” porque, ao contrário da arte antiga é muito mais transversal... Um jovem de 25 anos gosta de arte contemporânea e para ele é impensável ter um objecto do séc. XVIII. Um senhor de 40, 50, 60 ou 70 anos é diferente, ele tem o objecto do séc. XVIII e tem o contemporâneo... Dos jovens de 30 e 35 anos acredito que 90% ou mais só quer comprar arte contemporânea, arte do seu tempo...Posso dizer-lhe que a faixa etária dos compradores de Arte Moderna e Contemporânea vai dos 30 aos 83”*. Compreendemos então que esta tipologia de leilões, os de AMC, tem uma clientela base muito mais alargada do que os de OAA.

5.2 Distribuição Geográfica dos Clientes Nacionais

Após verificados o comportamento dos clientes, avancemos para segunda parte deste capítulo onde iremos realizar uma distribuição geográfica dos mesmos. Para a realização da distribuição geográfica dos clientes foram recolhidos os códigos postais e foram compilados

mapas da sua distribuição através de um sistema de informação geográfica (SIG) utilizando o *software ArcGIS*. Para este ponto decidimos apenas utilizar o último leilão de cada ano, para ilustrar a distribuição dos clientes. Estes mapas terão apenas informação referente à localização dos compradores e não ao número de lotes por localização. A cada cliente foi-lhe atribuído um ponto que é colocado na freguesia onde se encontra o seu domicílio. Pretende-se realizar assim uma leitura evolutiva do *outreach* dos leilões *online* da CML. Os mapas são divididos em dois grupos, o primeiro apresenta Portugal Continental e o segundo mapa é referente ao concelho de Lisboa, local onde se situam as instalações da CML. A razão pela qual as Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira não figuram no mapa do país, deve-se ao facto de que o número de compradores, destas regiões ser tão diminuto que consideramos não ser interessante estes mapas figurarem na nossa análise.

5.2.1 Ano de 2016

No ano de 2016, Leilão 1004, o *outreach* foi de 8 distritos, sendo que o mais representativo foi Lisboa com 63 entradas (Figura 5.2.1.).

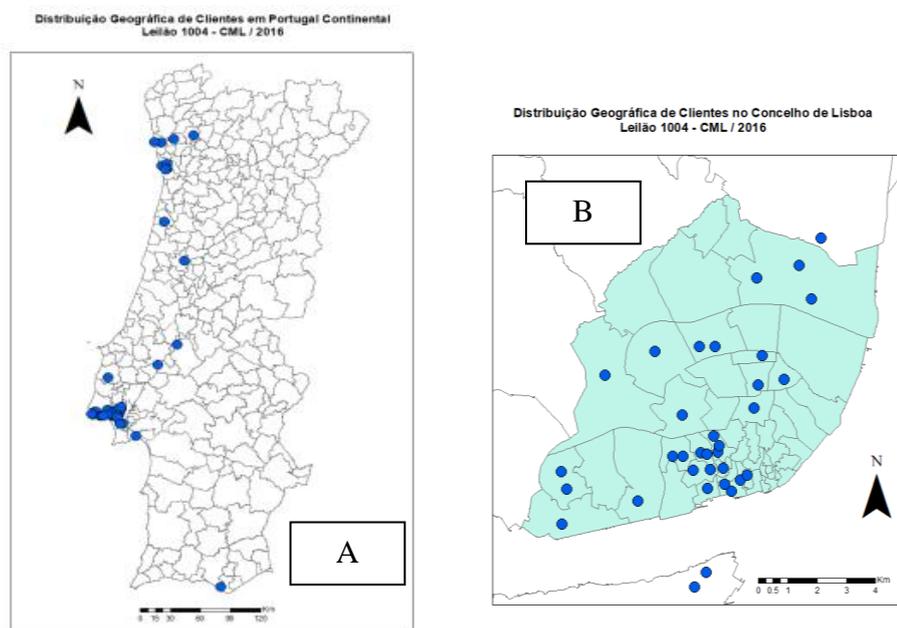


Figura 5.2.1 - Distribuição Geográfica de Clientes em Portugal Continental (A) e detalhe dessa distribuição no Concelho de Lisboa (B), para o Leilão 1004 da CML, em 2016

Ao nível dos concelhos foram feitas vendas em 20 concelhos, sendo Lisboa o que ocupa o lugar cimeiro com 45 entradas. No caso da análise por freguesias, foram registadas 50 sendo a

mais representativa a de São Mamede – Lisboa, com 7 entradas. Em termos percentuais, as vendas da CML *online* atingiram-se 44% dos distritos, 6% dos concelhos e 2% das freguesias do total do país.

5.2.2 Ano de 2017

No ano de 2017, Leilão 1066, em termos dos distritos o número aumentou em dois para 10, sendo no distrito de Lisboa que se registou o maior número de entradas, com 97 clientes. Para os concelhos, o total foi de 33, sendo novamente Lisboa com 75 entradas. As freguesias totalizaram as 63, sendo a de São Francisco de Xavier – Lisboa, com 10 entradas a que ocupa o lugar cimeiro. Percentualmente, foram alcançados 56% dos distritos, 11% dos concelhos e 2% das freguesias. Relativamente ao ano anterior, o *outreach* aumentou 12%, 5 no caso dos concelhos, e manteve a mesma percentagem de freguesias, no total do país (Figura 5.2.2.).

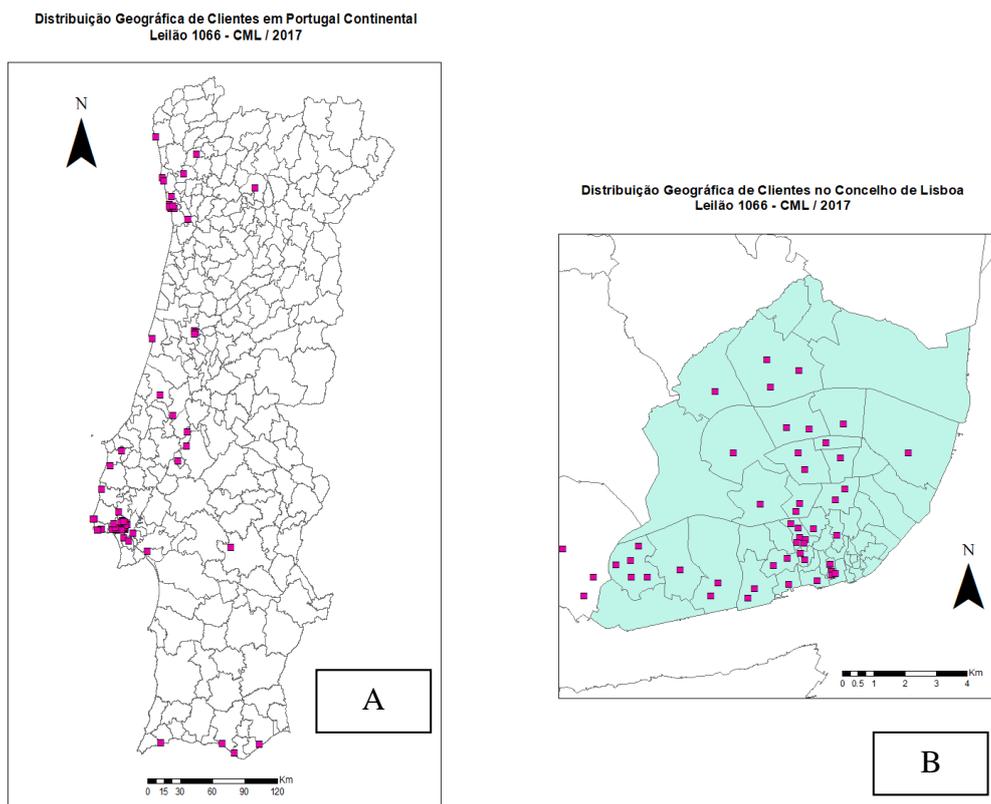


Figura 5.2.2 - Distribuição Geográfica de Clientes em Portugal Continental (A) e detalhe dessa distribuição no Concelho de Lisboa (dir.) para o Leilão 1066 da CML em 2017

5.2.3 Ano de 2018

Em 2018, Leilão 1142, o número de distritos que registaram compras foram de 14, sendo novamente o de Lisboa o mais comum com 127 entradas. Atingiram-se os 32 concelhos, sendo o de Lisboa o que obteve a maior representatividade, com 79 entradas. As freguesias atingiram as 74, sendo o Lumiar a mais representada, com 14 entradas (Figura 5.2.3.).

Em percentagens, a CML *online* atingiu 78% dos distritos, 10% dos concelhos e 2% das freguesias do país. Face ao ano anterior, verificamos que a percentagem dos distritos aumentou, a dos concelhos diminuiu e as freguesias manteve-se.

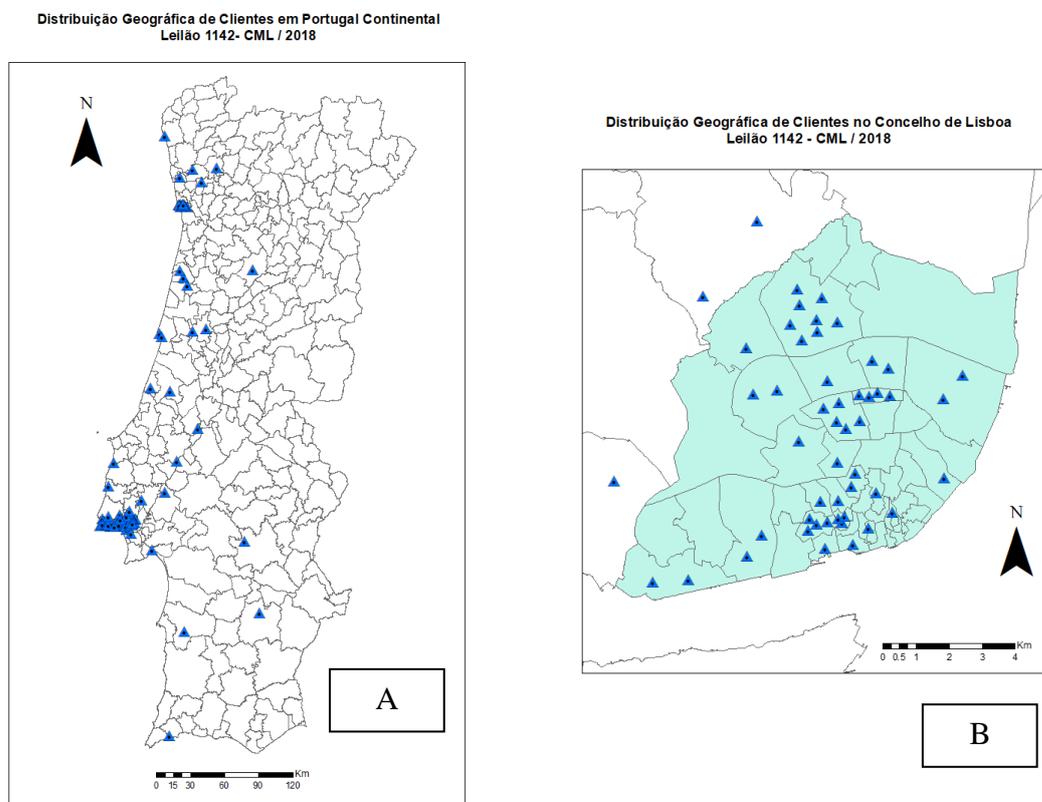


Figura 5.2.3 - Distribuição Geográfica de Clientes em Portugal Continental (A) e detalhe do Concelho de Lisboa (dir.) para o Leilão 1142 da CML em 2018

5.2.4 Ano de 2019

Em 2019, Leilão 1199, os distritos que registaram compradores foram 11, sendo Lisboa a que registou mais entradas, 53. Para os concelhos foram registados 22, sendo que Lisboa totalizou 33 entradas. Para as freguesias verificou-se um total de 47 tendo sido Tenões (Braga) a mais presente com 7 entradas. Assistimos pela primeira vez a um resultado fora da Grande Lisboa. Percentualmente os distritos registaram 61%, os concelhos 7% e as freguesias 2% do total do país. Face ao ano anterior registou-se uma diminuição nos distritos e concelhos. Podemos estar perante uma contração do *outreach*? Devemos referir que, apesar de não descartar a hipótese de uma contração, este leilão teve menos clientes que os anteriores por isso é provável que possa existir um enviesamento dos resultados (Figura 5.2.4.).

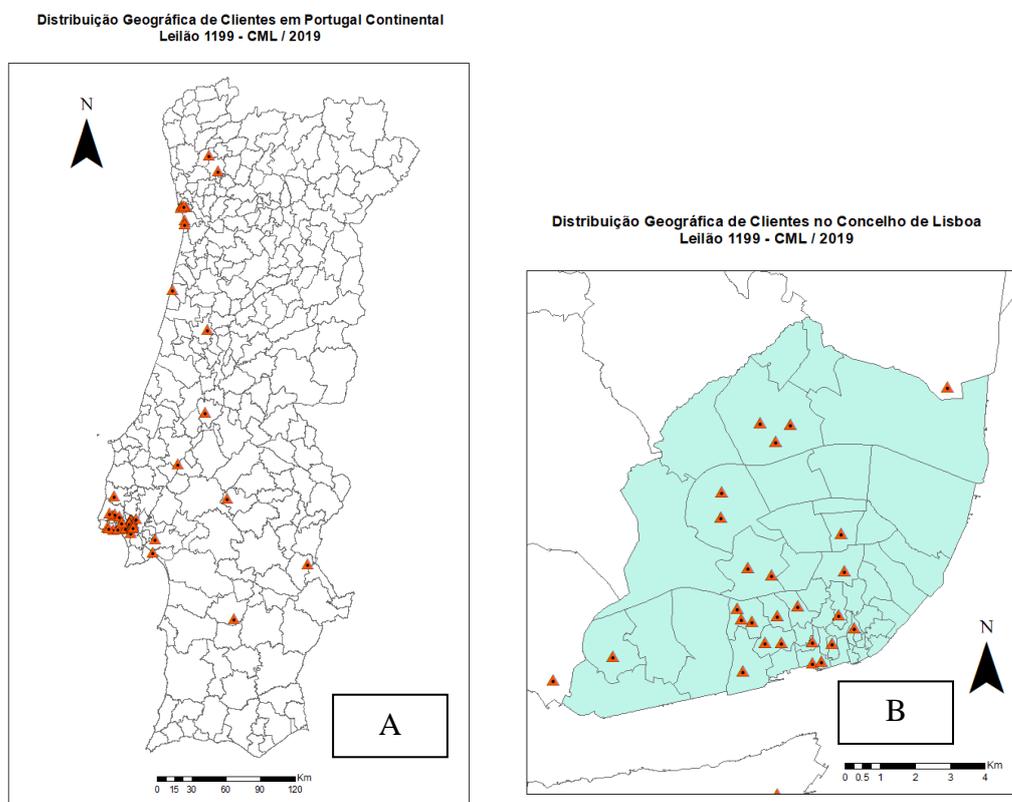


Figura 5.2.4 - Distribuição Geográfica de Clientes em Portugal Continental (A) e detalhe do Concelho de Lisboa (B) para o Leilão 1199 da CML em 2019

5.2.5 Ano de 2020

O ano de 2020 contou apenas com um leilão, como vimos anteriormente, que não foi um leilão *online* comum, tratou-se de um *online* especial que contou com lotes que por norma não se verificam nos outros leilões desta tipologia. Devido ao elevado valor destes lotes e a sua diminuta quantidade, o número de compradores foi reduzido. Os distritos que registaram compradores foram 7, sendo Lisboa o que registou o maior número, com 39 entradas. Os concelhos foram 12, com 23 entradas para Lisboa. As freguesias foram apenas 5 sendo que foi no Estoril que se registou o maior número de entradas, 5. Em percentagem, os distritos obtiveram 39% (c.-20% face a 2019), os concelhos 4% (-2% face a 2016), e as freguesias 1% (-1% face a qualquer um dos anos) (Figura 5.2.5.).

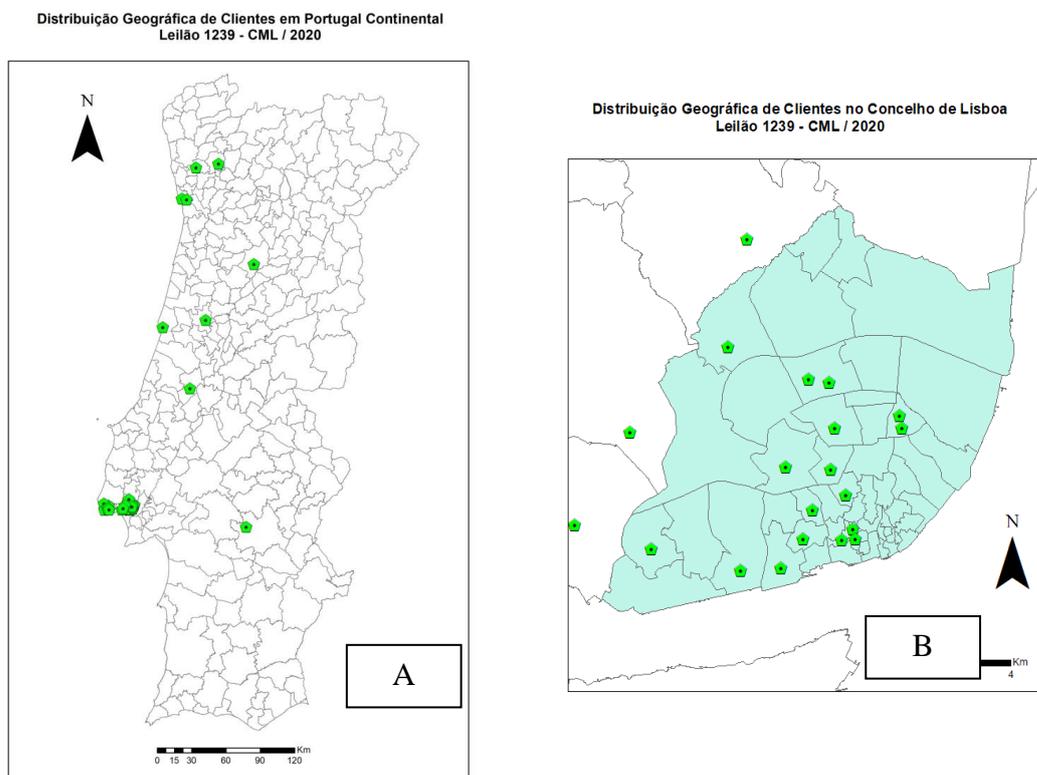


Figura 5.2.5 - Distribuição Geográfica de Clientes em Portugal Continental (A) e detalhe do Concelho de Lisboa (B) para o Leilão 1239 da CML em 2020

Podemos compreender que em termos da variação da distribuição por Distritos, o máximo foi alcançado em 2018, com um total de 14 distritos, 78% do total nacional, Figura 5.2.6. Já para o ano de 2020 registou um valor inferior ao ano de 2016, totalizando sete distritos. Vemos então que o último valor obtido foi metade do máximo alcançado.

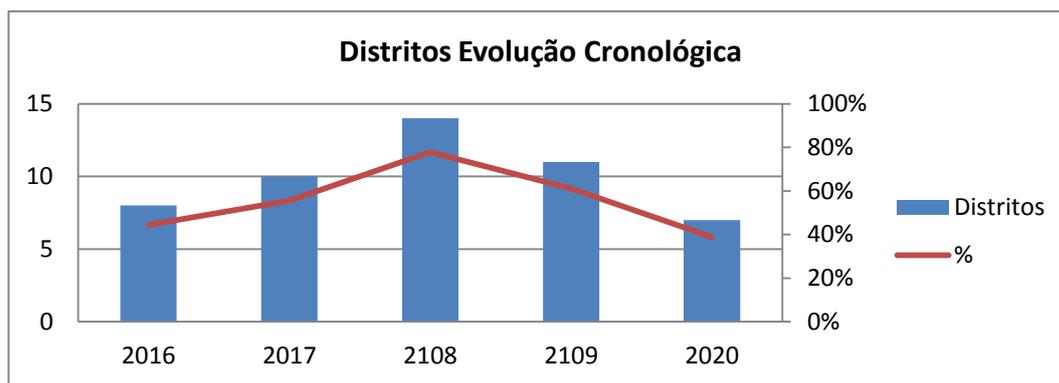


Figura 5.2.6 - Distritos Evolução Global – 2016 a 2020

Para os Concelhos, Figura 5.2.7, o valor mais elevado foi de 33, 11% do total nacional, registado no ano de 2017. O ano de 2020 registou, à semelhança dos distritos, o valor mais baixo com 12 concelhos.

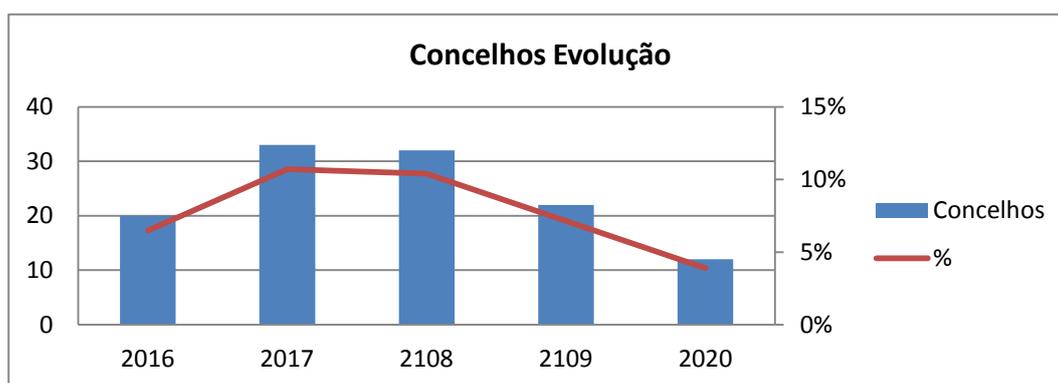


Figura 5.2.7 - Concelhos Evolução Global – 2016 a 2020

Para as Freguesias, Figura 5.2.8, o máximo foi atingido em 2018 com 74 freguesias, 2% do total nacional, sendo o valor mais baixo de 30 freguesias alcançado também em 2020.

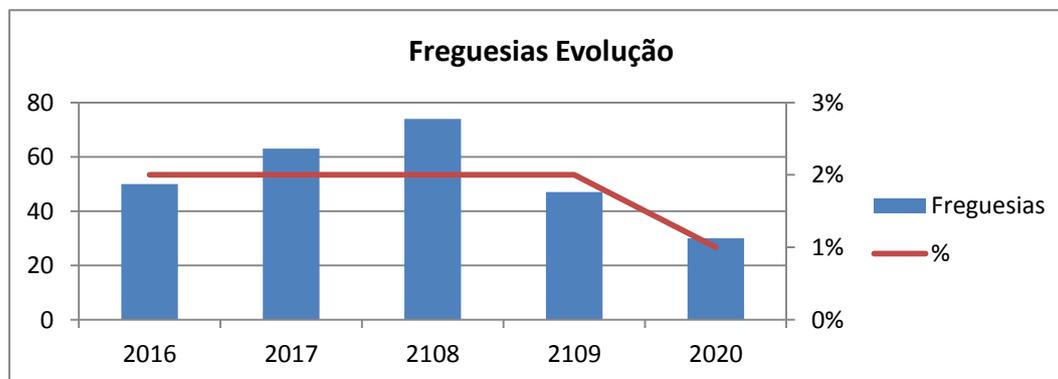


Figura 5.2.8 - Freguesias Evolução Geral – 2016 a 2020

O facto do Leilão 1239 apresentar os resultados mais baixos em todas as análises deve-se em reduzido número de lotes que foram a leilão.

5.3 Distribuição Geográfica – Clientes Nacionais – Resumo

Mostrando um enorme potencial de crescimento, e ao contrário do esperado, num leilão *online*, a cobertura nacional é ainda baixa registando-se o maior número de vendas, a nível nacional, no eixo litoral Centro-Norte, onde se concentra a população portuguesa. O peso na cidade de Lisboa muito óbvio sobretudo na Velha Lisboa – e na chamada Linha do Estoril. Algumas áreas com evidente poder de compra e uma população “jovem” – por ex. zona da Expo – apresentam uma representação bastante reduzida.

5.4 Distribuição Geográfica dos Clientes Estrangeiros

Neste ponto iremos apresentar, a distribuição geografia dos clientes estrangeiros em termos dos principais resultados (Tabela 2).

País	Homens	Mulheres
Brasil	8	1
Espanha	7	0
Suíça	5	1
Macau	2	0
França	2	1
EUA	2	1
Luxemburgo	2	0

Tabela 2 – Distribuição Geográfica dos Clientes Estrangeiros

Para além dos países apresentados, existem ainda outros que devido à baixa representatividade decidimos que não figurariam na tabela acima. Podemos então verificar que o Brasil ocupa a posição cimeira, seguido de perto pela Espanha e pela Suíça. Para melhor compreender o *outreach* da CML devemos dizer que existem compradores em Andorra, Moçambique, Rússia e Canadá. A única empresa estrangeira tem nacionalidade espanhola.

CAPÍTULO 6

Conclusão

Os leilões *online* são, em Portugal, um fenómeno recente, ainda pouco estudado, mas com um imenso potencial de crescimento numa economia cada vez mais digital e que a presente pandemia veio reforçar. Como plataforma já do século XXI, o seu crescimento deu-se também quando o Mercado olhou com confiança para os negócios *online*.

Com a presente dissertação foi nos possível compreender o funcionamento dos leilões *online* de Arte Moderna e Contemporânea (AMC), da Cabral Moncada entre 2016 e 2020. Estes leilões *online*, que ainda se encontram distantes dos valores de faturação dos leilões presenciais do mesmo setor artístico, mas têm vindo, no entanto a melhorar a sua performance de forma considerável, apresentando-se mesmo, no cenário presente da pandemia por Covid-19, como um recurso fundamental para manutenção da atividade leiloeira.

Comparativamente com o outro principal setor dos leilões *online*, o das Antiguidades e Obras de Arte (AOA), compreendemos que o volume de negócios em AMC é significativamente menor que o associado às AOA. Este fenómeno pode explicar-se pela natureza *conservadora* do mercado português, mas também pelo maior número de peças de AOA, em circulação.

Para os leilões *online* de Arte Moderna e Contemporânea, a análise feita pelas categorias: Pintura, Desenho, Escultura, Mobiliário e Outros, seguindo as propostas dos mercados internacionais e os principais relatórios desta área, nomeadamente Hiscox, Basel e Artprice, revelou-se adequada e permitiu identificar as preferências do mercado de forma mais precisa. Em termos da aplicabilidade real destas divisões, e relativamente às peças que figuram nos leilões *online* da Cabral Moncada, esta foi muito efetiva, tendo apenas existido um punhado de peças conceptualmente complexas, mas que decidimos incluir na categoria Outros, por causa da sua definição alargada.

Prevê-se que, num futuro próximo, novas categorias venham a ser criadas para gerir os lotes de AMC que não se enquadram nas definições que apresentamos nesta dissertação.

Relativamente à performance das categorias, nos leilões *online*, destacam-se três resultados:

I - a categoria que obteve a melhor prestação foi o Desenho; mostrando assim o interesse do mercado num tipo de peça de valor relativamente baixo, mas de grande efeito estético/decorativo, numa mesma tendência que se identificou à escala global;

II - a categoria Escultura devido à série de maus resultados consecutivos devia ter a sua posição nos leilões *online* revista. Os baixos resultados que a categoria Escultura alcançou, justifica que doravante exista uma maior seleção das peças de melhor qualidade, uma vez que esta alcançou apenas os €20.000 em 10 dos 14 leilões realizados, ou seja, obteve uma média de €2.000, por leilão;

III - a terceira conclusão é referente ao Mobiliário. Este apesar de ter tido representação em apenas 5 leilões e do valor reduzido que totalizou em vendas, vendeu a maior percentagem de lotes de todas as categorias.³⁰

Na análise dos Clientes constata-se que a grande maioria são indivíduos do sexo masculino e de nacionalidade portuguesa. São também estes os que adquirem o maior número de lotes e por consequência mais verba despendem. Relativamente à distribuição geográfica não fomos surpreendidos com o peso da cidade de Lisboa. Uma das explicações para tal reside no facto das instalações da CML se encontrarem nesta cidade, de onde são também a maioria dos seus clientes *online*. Ao contrário do que esperávamos verificar, o regionalismo dos leilões *online* da CML é bastante elevado. Estes cingem-se principalmente à área de Lisboa e de forma mais reduzida ao grande Porto. Assinalam-se como áreas potenciais de crescimento: as zonas da nova Lisboa e as áreas mais distantes da capital. Destacamos ainda o mercado feminino como potencial zona de crescimento.

Os compradores estrangeiros, ao contrário, apresentam uma evidente dispersão geográfica, inicialmente não prevista, do Canadá a Moçambique, com passagem pela Rússia. Esta dispersão veio demonstrar que de facto existem compradores, no estrangeiro, para a AMC que se vende na Cabral Moncada Leilões, que é composta maioritariamente de artistas nacionais. Podemos apresentar duas eventuais explicações para tal facto: estes compradores são portugueses que residem no estrangeiro e/ou, também como dado inesperado, existe interesse na arte portuguesa moderna e contemporânea, no estrangeiro.

³⁰ Devido à logística interna da Cabral Moncada, desde 2018, este setor já não integra os leilões *online* de AMC, e estes lotes já não se encontram nas suas instalações principais, mas foram transferidos para umas instalações secundárias, onde têm lugar os leilões específicos de mobiliário. No entanto, com base na percentagem de lotes de Mobiliário vendidos *online*, e pelo interesse do mercado nestas peças, seria interessante explorar a hipótese da criação de leilões *online* de Mobiliário Moderno e Contemporâneo, tentando assim satisfazer a procura que o Mercado tem deste setor. Se do ponto de vista prático, da arrumação do espaço não for possível criar leilões temáticos, sugerimos que a divisão seja feita apenas a nível do *site* e que as peças estejam à mesma juntas com outras da mesma tipologia.

Em termos do Mercado de Arte português em formato *online*, este apesar de recente, com início em 2012, tem vindo a proliferar a um ritmo considerável, contando-se hoje com mais de uma dezena de leiloeiras que acrescentam à sua estratégia geral de vendas uma versão *online*. Dividimos o aparecimento dos novos projetos *online* em três fases, 1ª fase - 2012-2014; 2ª fase - 2015-2018; 3ª fase - 2019- Atualidade. Devido aos tempos de distanciamento social em que vivemos, acreditamos que esta cronologia será revista em breve uma vez que a pandemia foi um catalisador para o mercado online generalizado e esta inflamação em breve se fará sentir no mercado de arte, sobretudo a nível nacional.

Como também seria expectável os grandes mercados são as zonas de Lisboa e Porto, sendo a capital dominante, nesta área de negócios.

O futuro dos leilões *online* e da CML *online* é seguramente de grande crescimento porque a economia digital é uma realidade ainda em expansão, no quadro atual de uma pandemia que limita, ou cancela, as atividades presenciais dando origem a um crescimento explosivo dos negócios online.

Transportar para os leilões *online*, o espetáculo visual e a adrenalina que são próprios dos leilões presenciais é também um desafio de futuro para os que trabalham nesta área de negócios. Acreditamos que cada vez mais será necessário às casas leiloeiras realizarem um *stream* dos seus leilões em direto para as várias plataformas digitais e redes sociais.

Ainda sobre os leilões *online* podemos apresentar a seguinte evolução, o preço mais alto registado ao longo dos anos. Para o ano de 2016, Leilão 1004, o lote 74 (Figura 6.1), atingiu os €1.150, tendo como valor de base €150. Para o ano de 2017, no Leilão 1047, o lote 33 (Figura 6.2) aumentou o recorde para os €2.500, tendo iniciado as licitações nos €1.000. Em 2018, no Leilão 1098 o lote 84 (Figura 6.3), atingiu um valor mais baixo que o *top* do ano anterior, €2.400, com valor de base de €300. No ano de 2019, no Leilão 1199, o lote 1 (Figura 6.4), atingiu o valor de €4.000, o mais alto do ano, tendo um valor de base de €500. O ano de 2020, no qual decorreu o Leilão 1239, o lote 11 (Figura 6.5), teve o valor mais elevado de sempre num leilão *online* de Arte Moderna e Contemporânea da CML, alcançando os €18.000, o que se explica pelo facto de este leilão ser à partida um leilão presencial que teve de ser transposto para a plataforma *online* devido à situação pandémica vivida em Portugal.



Figura 6.1 – Leilão 1004, Lote 74,
Emerenciano, 1946
Óleo sobre tela assinado e datado de 1989
Dim. - 65 X 54 Cm



Figura 6.2 – Leilão 1047, Lote 33,
Francisco Simões, 1946
Escultura em bronze assinada e datada de
1984 Dim. - 41,5 Cm



Figura 6.3 – Leilão 1098, Lote 84,
Dorita Castel-Branco, 1936-1996
Escultura em bronze assinada e datada de
1985 Dim. - 32,5 Cm



Figura 6.4 – Leilão 1191, Lote 1, Pablo
Picasso, 1881-1973
Gravura sobre papel assinada e numerada
109/300 Dim. - 27 X 19,5 Cm



Figura 6.5 – Leilão 1239, Lote 11, Julião Sarmiento, 1948
"Emma, 7 #895"

Técnica mista sobre tela assinada e datada de Cabriz 1990/91 no
verso Dim. - 190 X 120 cm

REFERÊNCIAS

Bibliografia

ADAM, Georgina. *Big Bucks, The Explosion of the Art Market in the 21st Century*. Farnham: Lund Humphries. 2014.

ADAM, Georgina (2020a) “Auctions: what will change, post-Covid-19, *The ArtNewspaper*, (Online). Disponível em <https://www.theartnewspaper.com/comment/auctions-what-will-change-post-covid-19>.

ADAM, Georgina (2020b) “*Brave new world: Francis Bacon triptych sells for \$84.5m in Sotheby's first major live-streamed evening sale*” Disponível em <https://www.theartnewspaper.com/news/brave-new-world-sotheby-s-first-major-live-streamed-evening-sale-totals-usd363-2m>.

AFONSO, Luís e Alexandra Fernandes (2019), *Mercados da Arte*, Lisboa: Sílabo.

ALDÁMIZ-ECHEVARRÍA, Miguel. *El mercado del arte, Reflexiones y experiencias de un marchante*. Ediciones Trea, S.L. 2013.

HARGREAVES, Manuela, 2013. “*Coleccionismo e Mercado da Arte em Portugal. O território e o mapa*”, Porto, Afrontamento citado por Afonso, Luís e Alexandra Fernandes (2019), *Mercados da Arte*, Lisboa: Sílabo.

Samdanis, Marios. 2016. “The impact of new technology on art”. In *Art Business Today. 20 Key Topics*. Edited by Jos Hackforth-Jones and Iain Robertson. London: Lund Humphries, pp. 164–72.

SIMÕES, Pedro David (2016) *O Mercado da Arte Moderna e Contemporânea em Portugal (2005-2013)*, Dissertação de Doutoramento em História, na especialidade de História de Arte na Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa. Anexo 9.3.1 p.279-319.

TEIXEIRA, João Julio (2012), “O Mercado Leiloeiro em Portugal (2005-2012). A Crise Financeira: Efeitos e Consequências” em Alexandra Fernandes e Luís U. Afonso (orgs.), *Os*

Leilões e o Mercado da Arte em Portugal: Estrutura, História, Tendências. Lisboa. Scribe. P. 40-50.

Webgrafia

AECPI-IDC, “*Economia Digital em Portugal 2009-2017*” Disponível em <https://www.acepi.pt/downloads.php?idCategoria=62>.

ARTPRICE, 2013. *The Art Market in 2013*. Saint-Romain-au-Mont-d’Or, Artprice.com.

2014. *The Art Market*. Saint-Romain-au-Mont-d’Or, Artprice.com.

2015. *The Art Market*. Saint-Romain-au-Mont-d’Or, Artprice.com.

2016. *The Art Market*. Saint-Romain-au-Mont-d’Or, Artprice.com.

2017. *The Art Market*. Saint-Romain-au-Mont-d’Or, Artprice.com.

2018. *The Art Market*. Saint-Romain-au-Mont-d’Or, Artprice.com.

Banda, Nawarathna, (2019),” *E-commerce*”, apresentação, *sine loco, sine anno*. Disponível em https://www.researchgate.net/publication/330496230_Ecommerce.

Carita, Alexandra (2016), “*A arte portuguesa que mais se vende lá fora*”. Disponível em <https://expresso.pt/cultura/2016-09-25-A-arte-portuguesa-que-mais-se-vende-la-fora>. Data da edição 25.09.2016 (09:00).

Decreto-Lei n.º 155/2015 – Estabelece o regime jurídico da atividade leiloeira. Disponível em <https://dre.pt/home/-/dre/69977685/details/maximized?serie=I&dreId=69976372>.

HISCOX 2013. *Hiscox Online Trade Report*. Disponível em <https://www.hiscox.co.uk/sites/static-content/online-art-trade-report/docs/hiscox-online-art-trade-report-2013.pdf>.

2014. *Hiscox Online Trade Report*. Disponível em <https://www.hiscox.co.uk/sites/static-content/online-art-trade-report/docs/hiscox-online-art-trade-report-2014.pdf>.

2015. *Hiscox Online Trade Report*. Disponível em <https://www.hiscox.co.uk/sites/uk/files/documents/2017-05/hiscox-online-art-trade-report-2015.pdf>.

2016. *Hiscox Online Trade Report*. Disponível em <https://www.hiscox.co.uk/sites/uk/files/documents/2017-05/hiscox-online-art-trade-report-2016-v2.pdf>.

2017. *Hiscox Online Trade Report*. Disponível em <https://www.hiscox.co.uk/sites/uk/files/documents/2017-05/hiscox-online-art-trade-report-2017.pdf>.

2018. *Hiscox Online Trade Report*. Disponível em <https://www.hiscox.co.uk/sites/uk/files/documents/2018-04/Hiscox-online-art-trade-report--2018.pdf>.

2019. *Hiscox Online Trade Report*. Disponível em <https://www.hiscox.co.uk/sites/uk/files/documents/2019-04/hiscox-online-art-trade-report--2019.pdf>.

<https://www.antenalivre.pt/covid-19/cronologia-covid-19-principais-acontecimento-da-pandemia-em-portugal/>.

<https://www.christies.com/locations/offices/asia-pacific/>.

https://www.christies.com/locations?sc_lang=en&lid=1.

<https://www.polyauction.com.hk/en/about-us/locations/>.

<https://www.sothebys.com/en/about/locations?locale=en>.

<https://tvi24.iol.pt/sociedade/coronavirus/covid-19-uma-viagem-cronologica-a-historia-do-virus>.

<https://www.tsf.pt/portugal/sociedade/a-cronologia-da-pandemia-covid-19-ja-fez-quase-600-mortes-num-mes-em-portugal-12077088.html>.

Leilão 1004 da Cabral Moncada Leilões. De 21 de Novembro a 27 de Novembro de 2016. Disponível em <https://www.cml.pt/leiloes/online/1004/leilao-online-arte-moderna-e-contemporanea-e-objectos-de-decoracao>.

Leilão 1014 da Cabral Moncada Leilões. De 30 de Janeiro a 5 de Fevereiro de 2017. Disponível em <https://www.cml.pt/leiloes/online/1014/leilao-online-de-arte-moderna-e-contemporanea-e-objectos-de-design>.

Leilão 1025 da Cabral Moncada Leilões. De 17 de Abril a 23 de Abril de 2017. Disponível em <https://www.cml.pt/leiloes/online/1025/leilao-online-de-arte-moderna-e-contemporanea-e-objectos-de-decoracao>.

Leilão 1034 da Cabral Moncada Leilões. De 19 de Junho a 25 de Junho de 2017. Disponível em <https://www.cml.pt/leiloes/online/1034/leilao-online-de-arte-moderna-e-contemporanea-e-objectos-de-decoracao>.

Leilão 1047 da Cabral Moncada Leilões. De 4 de Setembro a 10 de Setembro de 2017. Disponível em <https://www.cml.pt/leiloes/online/1047/leilao-online-de-arte-moderna-e-contemporanea-e-objectos-de-decoracao>.

Leilão 1066 da Cabral Moncada Leilões. De 11 de Dezembro a 17 de Dezembro de 2017. Disponível em <https://www.cml.pt/leiloes/online/1066/leilao-online-de-arte-moderna-e-contemporanea-e-objectos-de-decoracao>.

Leilão 1084 da Cabral Moncada Leilões. De 13 de Março a 19 de Março de 2018. Disponível em <https://www.cml.pt/leiloes/online/1084/leilao-online-de-arte-moderna-e-contemporanea>.

Leilão 1098 da Cabral Moncada Leilões. De 14 de Maio a 20 de Maio de 2018. Disponível em <https://www.cml.pt/leiloes/online/1098/leilao-online-de-arte-moderna-e-contemporanea>.

Leilão 1120 da Cabral Moncada Leilões. De 11 de Setembro a 17 de Setembro de 2018. Disponível em <https://www.cml.pt/leiloes/online/1120/leilao-online-de-arte-moderna-e-contemporanea>.

Leilão 1142 da Cabral Moncada Leilões. De 24 de Dezembro a 30 de Dezembro de 2018. Disponível em <https://www.cml.pt/leiloes/online/1142/leilao-online-de-arte-moderna-e-contemporanea>.

Leilão 1170 da Cabral Moncada Leilões. De 13 de Maio a 19 de Maio de 2019. Disponível em <https://www.cml.pt/leiloes/online/1170/leilao-online-de-arte-moderna-e-contemporanea---coleccion-vasco-graca-moura-e-outras-proveniencias>.

Leilão 1183 da Cabral Moncada Leilões. De 22 de Julho a 28 de Julho de 2019. Disponível em <https://www.cml.pt/leiloes/online/1183/leilao-online-de-arte-moderna-e-contemporanea>.

Leilão 1199 da Cabral Moncada Leilões. De 28 de Outubro a 3 de Novembro de 2019. Disponível em <https://www.cml.pt/leiloes/online/1199/leilao-online-de-arte-moderna-e-contemporanea>.

Leilão 1239 da Cabral Moncada Leilões. De 18 de Maio a 24 de Maio de 2020. Disponível em <https://www.cml.pt/leiloes/online/1239/arte-moderna-e-contemporanea>.

Leilão 182 da Cabral Moncada Leilões. Dia 17 de Outubro de 2016. Disponível em <https://www.cml.pt/leiloes/2016/182-leilao/1-sessao>.

Leilão 187 da Cabral Moncada Leilões. Dia 10 de Abril de 2017. Disponível em <https://www.cml.pt/leiloes/2017/187-leilao/1-sessao>.

Leilão 190 da Cabral Moncada Leilões. Dia 23 de Outubro de 2017. Disponível em <https://www.cml.pt/leiloes/2017/190-leilao/1-sessao>.

Leilão 193 da Cabral Moncada Leilões. Dia 16 de Abril de 2018. Disponível em <https://www.cml.pt/leiloes/2018/193-leilao/1-sessao>.

Leilão 196 da Cabral Moncada Leilões. Dia 29 de Outubro de 2018. Disponível em <https://www.cml.pt/leiloes/2018/196-leilao/1-sessao>.

Leilão 199 da Cabral Moncada Leilões. Dia 6 de Maio de 2019. Disponível em <https://www.cml.pt/leiloes/2019/199-leilao/1-sessao>.

Leilão 202 da Cabral Moncada Leilões. Dia 28 de Outubro de 2019. Disponível em <https://www.cml.pt/leiloes/2019/202-leilao/1-sessao>.

LIPSMAN, Andrew, (2019) “*Global E-commerce 2019*” Disponível em <https://www.emarketer.com/content/global-ecommerce-2019>, data de edição 27 de Junho de 2019.

LUSA (2016) “*Colecionadores de arte cada vez mais interessados em leilões online*”. Disponível em <https://www.dn.pt/artes/colecionadores-de-arte-cada-vez-mais-interessados-em-leiloes-online-5301870.html>. Editado no dia 23 de Julho de 2016.

MATEUS, Cátia (2018), “*Jovens ganham menos do que há 10 anos*” Disponível em <https://expresso.pt/economia/2018-03-04-Jovens-ganham-menos-do-que-ha-10-anos>.

MCANDREW, Clare. 2019. *The Art Market. 2018. The Art Basel and UBS Global Art Market Report/2019*. Basel: Art Basel and UBS. Disponível em https://d2u3kfw92fzu7.cloudfront.net/Art%20Basel%20and%20UBS_The%20Art%20Market_2018-1.pdf.

2020. *The Art Market. 2020. The Art Basel and UBS Global Art Market Report/2020*. Basel: Art Basel and UBS. Disponível em https://d2u3kfw92fzu7.cloudfront.net/The_Art_Market_2020-1.pdf.

OLIVEIRA, D, (2019). “*Como está a evoluir o e-commerce em Portugal?*”, Contabilidade e gestão, retirado de Primavera business software solutions, publicado em 13/06/2019, acedido

a 16 de Julho de 2020. Disponível em <https://pt.primaverabss.com/pt/blog/e-commerce-em-portugal-esta-a-crescer/>.

REYBURN, Scott (2020) “*A brave new virtual world or joyless mundane experience? Glamour of collecting gets lost in online translation*”. Data de edição 12 de Junho de 2020, consultado no dia 3 de Julho de 2020. Disponível em <https://www.theartnewspaper.com/analysis/a-brave-new-virtual-world-or-joyless-mundane-experience>.

SAMADI, Behrang *et.al* (2011), “*The Evolution and Development of E-Commerce Market and E-Cash*”, comunicação apresentada na 2nd International Conference on Measurement and Control Engineering em Outubro de 2011, nos E.U.A. Disponível em https://www.researchgate.net/publication/263230383_The_Evolution_and_Development_of_E-Commerce_Market_and_E-Cash.

SARAIVA, Ana.(2020). “*Why Portugal is so behind in e-commerce in relation to the rest of the Europe?*”. Disponível em https://www.researchgate.net/publication/340378231_Why_Portugal_is_so_behind_in_e-commerce_in_relation_to_the_rest_of_the_Europe.

SARAIVA, José Cabrita (2020), “*Nas crises, o azar de uns é a sorte dos outros*” Disponível em <https://sol.sapo.pt/artigo/695382/nas-criises-o-azar-de-uns-e-a-sorte-dos-outros>. Data da edição 5 de Maio de 2020.

TEIXEIRA, André (2020). “*O Estado Atual do E-Commerce em Portugal*”. Disponível em <https://escolacomerciolisboa.pt/2020/01/o-estado-atual-do-e-commerce-em-portugal/>.

TOTONCHI, Jalil e Gholamreza Kakamanshadi (2011), “*Globalization and E-commerce*”, comunicação apresentada no 2nd International Conferennce on Networking and Information Technology, em 2011 em Singapura. Disponível em https://www.researchgate.net/publication/265109324_Globalization_and_E-Commerce.

<https://veritas.art/lot/anselm-kiefer-schechina-1999/>.

[http://zet.gallery/blog/en/top-10-most-expensive-artworks-of-2016/.](http://zet.gallery/blog/en/top-10-most-expensive-artworks-of-2016/)

FONTES

Fonte 1 - Decreto-Lei n.º 155/2015 de 10 de Agosto. Disponível em <https://dre.pt/home/-/dre/69977685/details/maximized?serie=I&dreId=69976372>.

ANEXOS

Anexo I – Entrevista com Jean-Pierre Blanchon, Leiloeira *Bestnet*

Anexo II – Entrevista com Miguel Cabral Moncada, da Cabral Moncada Leilões

Anexo III – Entrevista com Luís Costa Brandão, da Cabral Moncada Leilões

Anexo IV – Figuras referentes à análise dos leilões *online* da CML, entre 2016 e 2020

Anexo V - Figuras referentes à análise dos leilões presenciais da CML, entre 2016 e 2019

Anexo I – Entrevista a Jean-Pierre Blanchon, sócio-gerente da Bestnet Leilões

Duração: uma hora

Data: 5 de Maio

1. No ano de 2012 decidiram dar os primeiros passos em Portugal em termos de uma leiloeira exclusivamente *Online*. A que se deveu esse facto?

R: Em 2012 um amigo meu o Alexandre Saldanha estava a pensar novas formas de trabalhar e achei interessante lançar uma coisa que não existia praticamente em Portugal e fomos os primeiros a fazer uma leiloeira *online* de arte e antiguidades. Era uma maneira de fazer uma coisa nova. Eu (JPB) já tinha uma certa idade e pensei vai ser o último desafio que vou dar me na minha vida, e foi assim que decidimos os dois lançar esta empresa. Não foi sem saber nada porque o meu sócio era negociante de quadros, mas quem sabia de leilões era eu. Foi com o objetivo de renovar o mercado e nessa altura em 2012 não era fácil dado ser o período da crise e economicamente a situação em Portugal não era assim tão boa. A ideia foi de lançar esta empresa de leilões e aliás durante 3 anos os concorrentes nunca fizeram nada e só quando viram que a *Bestnet* estava a desenvolver que as outras leiloeiras começaram a fazer leilões *online*. Desde a criação da *Bestnet*, o caminho que se fez durante os oito anos podemos dizer que na praça portuguesa a BESTNET foi considerada provavelmente uma das leiloeiras mais conceituadas em termos de leilões *online*.

2. No início do projeto Bestnet, como funcionava o modelo de negócios? Era igual ao dos dias de hoje?

R: Neste assunto pode-se dizer que entre 2012 e agora, o mercado português não se modificou muito, não é que Portugal seja mais ou menos conservador. O ramo das antiguidades e da arte é uma coisa com uma certa estabilidade. Parte dos fornecedores e clientes já vinham dos negócios anteriores tanto leiloeiros como da publicação dos livros das cotações de artistas portugueses. No início teria menos de uma dezena de fornecedores habituais e hoje temos cerca de 100, permitindo assim atualmente vender entre 30 a 40 lotes por noite. No início do *site* até aos dias de hoje houve duas ou três modificações mínimas. Tentativa de recriar no *online* as principais características de um leilão físico. Isto foi conseguido através do aumento do tempo em um minuto cada vez que uma pessoa licita depois de ter entrado no minuto final do tempo pré estabelecido para se licitar.

No início, nos bons dias, fazíamos um leilão com 20 lotes

3. Em termos de resultados de vendas como foram os primeiros dois anos?

R:Os dois primeiros anos foram muito mais difíceis, a actividade não era tão alta, fazíamos um nível de vendas que permitiam pagar os custos, mas durante um ano e meio não recebi qualquer vencimento. O meu socio sim porque ele vivia só disto. A equipa inicial era de 4. Depois tinha o investimento inicial que tem de se fazer para preparar a sala, o sistema. Apesar de tudo houve sempre um progresso. Passados os dois primeiros anos tivemos um crescimento entre os 20 e os 30%

Atualmente não queremos ter mais de 40 peças por leilão dado que assim os custos teriam de aumentar consideravelmente

4. Como ultrapassaram a relutância inicial dos compradores Portugueses em adquirir obras de arte através de um modelo de leilões exclusivamente *Online*?

R: pelas conversas que podemos ter pelos contatos passado uns anos os clientes sabem que a leiloeira paga sem atrasos que faz as coisas legalmente. As descrições são de boa qualidade. Através da transparência

5. Quais considera serem as principais adversidades dos leilões *Online* de Arte Moderna e Contemporânea?

R: Uma leiloeira portuguesa tem o problema de ser portuguesa e por isso tem cronicamente dificuldade em expandir para o estrangeiro

6. Nos próximos 5 anos quais serão as principais dificuldades que o setor *Online* irá atravessar e em especial os leilões de Arte Moderna e Contemporânea?

R: Não estou a ver dificuldades superiores às atuais.

Anexo II - Entrevista a Miguel Cabral de Moncada, sócio-gerente da Cabral Moncada Leilões

Duração: 45 minutos

Data: 17 de Abril de 2020

1. No ano de 2016, decidiram criar os Leilões *Online*. A que se deveu este novo modelo de negócios?

R: Deveu-se a uma proposta que nos foi feita pelo Luís Costa Brandão – actual responsável dos leilões on-line.

A Cabral Moncada Leilões sempre esteve aberta a propostas para novos projectos desde que tenham, na nossa opinião, interesse, se encaixem no «perfil» da empresa, sejam uma mais-valia para a Cabral Moncada Leilões e que sejam apresentadas por pessoas em quem tenhamos confiança. Não propriamente confiança no aspecto económico. Confiança na sua maneira de liderar esse novo projecto, de organizar o novo sector, na sua ética, na sua prática, na sua forma de tratar e de resolver os assuntos. Tem sempre de ser alguém que tenha uma visão do mundo e do negócio semelhante à nossa. É sempre alguém que vai ser mais um rosto da Cabral Moncada Leilões e que vai falar e decidir em nome da Cabral Moncada Leilões.

Poderemos dizer que não foi a Cabral Moncada Leilões que foi atrás dos leilões on-line, mas que foram os leilões on-line que vieram ter com a Cabral Moncada Leilões.

2. Os Leilões *Online* de Arte Moderna e Contemporânea fizeram parte do programa inicial?

R: Sim, sempre fizeram parte do projecto. O projecto foi concebido para realizar leilões on-line semanais temáticos, sendo um dos temas a Arte Moderna e Contemporânea.

3. No começo qual seria o tipo de objetos que figurariam neste tipo de leilão? Os que não teriam qualidade para pertencerem aos Leilões Presenciais ou incluiria objetos vindos do Presencial?

R: A estratégia original era colocar nos leilões on-line (todos) os bens de menor valor económico, de menor interesse artístico e/ou em mau de estado de conservação.

Isso significava, «desviar» para os leilões on-line a «fatia» inferior dos bens que colocávamos nos nossos leilões presenciais.

Como os custos de colocar um bem num leilão on-line é muito, muito, inferior aos custos de colocar um bem num leilão presencial, pudemos passar a receber bens de valor inferior.

Assim, os leilões on-line, incluindo os de Arte Moderna e Contemporânea, começaram por incluir a tal «fatia» inferior do que já se colocava nos leilões presenciais, mais os bens que antes não se aceitavam para leilão por terem valores demasiadamente reduzidos.

Com o tempo, os valores (individuais) dos bens que colocamos nos leilões on-line tem vindo a subir e, cumulativamente, temos cortado a aceitação de bens de menor valor – abaixo de € 100.

E essa vai cada vez ser mais a tendência – os leilões on-line incluem objectos mais valiosos e mais importantes do ponto de vista artístico e histórico-cultural, deixando para os leilões presenciais só a «nata» dos objectos – sejam de Arte Antiga ou de Arte Moderna e Contemporânea.

Por outro lado, muitos bens que são retirados nos leilões presenciais – incluindo os de Arte Moderna e Contemporânea – são recolocados nos leilões on-line.

4. Em termos de quantidade, os Leilões *Online* de Arte Contemporânea, são muito inferiores a outras categorias. A que se deve esta diferença?

R: Pela escassez de bens. Existem muitos mais antiguidades do que bens de Arte Moderna e Contemporânea. Os sectores da Arte Antiga são muito variados – pintura, mobiliário, joias, pratas, objectos de arte, porcelanas e arte oriental, porcelana da Vista Alegre, livros, vinhos, brinquedos, etc. Os de Arte Moderna e Contemporânea resumem-se, praticamente, a pintura, aguarela, desenho e serigrafia. A escultura é muito reduzida.

5. A nomenclatura “Arte Moderna e Contemporânea” têm uma razão por detrás ou foi assim definido para emular os Leilões Presenciais?

R: Sim. É a designação internacional para os leilões presenciais da arte dos séculos XX e XXI, que todas as leiloeiras internacionais transferiram também para os seus leilões on-line do mesmo tipo de bens.

6. A credibilidade, perante os compradores, dos Leilões Presenciais foi transmitida com sucesso para os Leilões *Online* de Arte Moderna e Contemporânea?

R: Sem dúvida. O cuidado que colocamos nas descrições, identificação, peritagem e avaliação dos bens que são incluídos nos leilões on-line é rigorosamente a mesma que colocamos para os bens que colocamos nos leilões presenciais.

Por vezes quando o estamos a fazer ainda nem sequer sabemos se um determinado bem vai ser colocado num leilão presencial ou num leilão on-line.

Por outro lado, os nossos peritos revêem também todos os bens que são colocados nos leilões on-line, tal como fazem para os bens que são colocados nos leilões presenciais.

É fundamental que os clientes tenham a mesma confiança na exactidão das identificações dos bens que estão nos leilões on-line como das identificações dos bens que se encontram nos leilões presenciais.

7. Após findos os três primeiros anos de existência deste tipo de Leilões, como definiria a sua prestação?

R: Começou «tímida» e tem vindo, claramente, a melhorar. Os compradores aderiram lentamente.

Por extraordinário que possa parecer – acreditando que os compradores de Arte Moderna e Contemporânea são, tendencialmente, mais novos –, aderiram mais lentamente ao facto de comprarem obras de arte on-line. Na Arte Antiga a adesão dos compradores foi bastante mais imediata.

A minha experiência de vida e de 37 anos de Mercado de Arte diz-me que os compradores «mais velhos» são muito mais ecléticos e adaptam-se mais rapidamente à novas situações (já viram muito) e que os compradores mais «novos» muito mais preconceituosos, adaptando-se muito mais lentamente às novas situações.

Esta é uma realidade que sempre foi sentida no Mercado de Arte. A maior parte dos «velhos» compram Arte Moderna e Contemporânea e a maior parte dos «novos» não compra Arte Antiga.

8. Quais foram as principais adversidades com que se deparou nestes três anos?

R: A pouca adesão inicial dos compradores e, na actualidade, a menor adesão dos compradores relativamente aos compradores de Arte Antiga. É muito mais fácil vender Arte Antiga nos leilões on-line do que vender Arte Moderna e Contemporânea, mas isso é uma realidade também sentida nos leilões presenciais, mas em menor escala.

9. Nos próximos 5 anos quais serão as principais dificuldades que o setor *Online* irá atravessar e em especial os leilões de Arte Moderna e Contemporânea?

R: Nenhuma. É um sector em franca expansão em todo o mundo.

As leiloeiras internacionais, tal como está a fazer a Cabral Moncada Leilões, estão cada vez mais a transferir os bens para os leilões on-line – deixando apenas para os presenciais a «nata» dos bens.

A principal dificuldade vai ser distinguir o «trigo do joio» e saber aceitar apenas os bens com verdadeiro interesse para o Mercado de Arte, independentemente do seu valor económico.

Anexo III - Entrevista a Luís Costa Brandão, Diretor dos Leilões *Online* da Cabral Moncada Leilões.

Data: 25/10/2018

Duração: 30 minutos

1. Considera que a utilização de Fontes para a peritagem nos leilões *online* é necessária?

R: Quando utiliza o termo “fontes” está a referir-se a bibliografia? Sim, a Cabral Moncada leilões tem como regra fornecer todas as informações que considera relevantes aos bens que vende. Vd exemplo abaixo.

Exemplo: <https://www.cml.pt/leiloes/online/1143/lotas/2/rei-d.-luis--enquanto-duque-do-porto-%281838-1889%29>

2. A descrição do bem deve ser a mais aprofundada possível, ou devido ao hipotético baixo valor do bem, não existe essa necessidade?

R: A descrição deve sempre ser feita o mais completa possível, todas as informações são benéficas para valorizar e identificar a peça, independentemente do seu valor.

3. A exaustão das questões colocadas à obra de arte aquando da elaboração do relatório de peritagem deve ser idêntica à dos leilões presenciais?

R: Sim, todas as peças são importantes e devem ser analisadas com detalhe, sobretudo o estado de conservação. As condições negociais da Cabral Moncada Leilões são as mesmas seja para leilões presenciais seja para leilões *online*:

A “Cabral Moncada Leilões” responsabiliza-se pela exactidão das descrições (entende-se como tal as referências à época, ao estilo, ao autor, aos materiais e dos bens efectuadas nos seus catálogos, sem prejuízo de as poder corrigir pública e verbalmente até ao momento da venda :

vd site: condições negociais, art. 17 : <https://www.cml.pt/informacoes/condicoes-negociais>

4. O perito dos leilões *online* é um só responsável, ou são vários para cada área?

R: Há peritos para várias áreas, a responsabilidade do perito é avaliar peças sejam elas para *online* ou presencial.

5. Com o conhecimento disponível nos dias de hoje considera que a atividade da peritagem esta menos sujeita a erros, ou dado o excesso de informação este pode ser contraproducente?

R: A quantidade de informação disponível (ainda que nem toda seja de qualidade) na *internet* facilita as pesquisas. Frequentemente recorremos a *sites* que consideramos fidedignos como é o caso do artprice <https://www.artprice.com/>

6. Considera que a consulta de índices de preços durante a avaliação é necessária nos leilões *online*?

R: Sim, antes de avaliar uma peça é sempre importante perceber quais são os resultados de venda de peças semelhantes no mercado.

7. Considera ser mais complexo avaliar uma peça de baixa importância histórica ou uma peça de elevada importância histórica?

R: A avaliação de uma peça é sempre complexa, no entanto, é claro que se for de maior importância histórica poderá exigir um estudo mais aprofundado.

8. O que é mais preocupante, uma avaliação ser feita “por baixo” ou o “por cima”?

R: A avaliação deverá ser feita com um valor adequado, nenhuma das opções é válida pois o vendedor e o comprador serão prejudicados em ambas as situações.

9. O avaliador tem uma área específica (porcelana, pratas etc.) ou com base no relatório de peritagem e consulta de preçários é capaz de emitir um valor para o bem em questão?

R: O avaliador tem uma área específica de conhecimento e é a pessoa indicada para confirmar a veracidade de uma peça, uma responsabilidade ainda maior do que a determinação do valor.

10. O perito e o avaliador podem ser a mesma pessoa?

R: Sim, tendo em conta que um perito sabe muito de uma área, à partida tem noção dos valores de mercado pois os acompanha regularmente.

Anexo IV - Figuras referentes à análise dos leilões *online* da CML entre 2016 e 2020

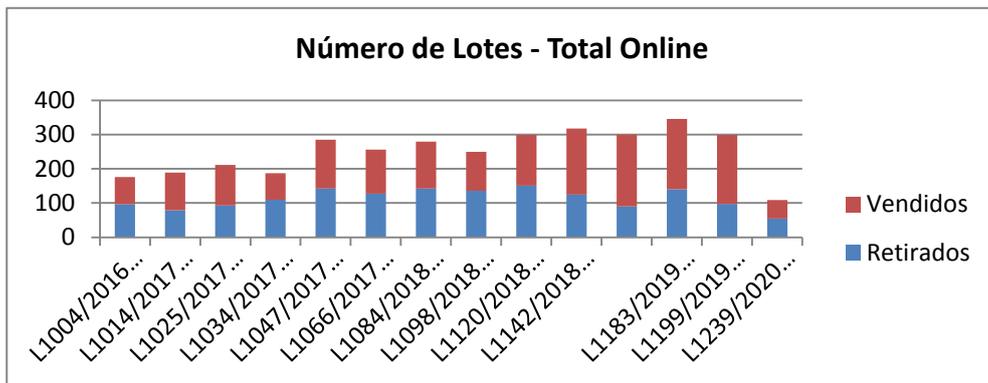


Figura 4.2.1 – Número de Lotes Total – Online - 2016 – 2020 – Vendidos e Retirados

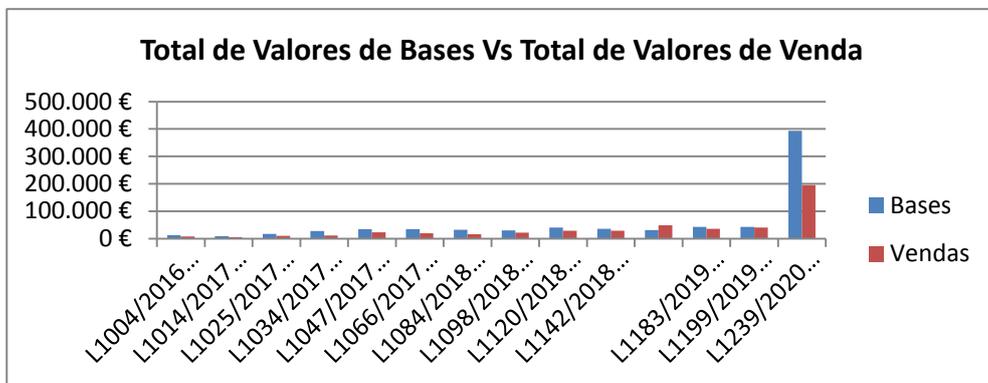


Figura 4.2.2 – Total de Valores de Base Vs. Total de Valores de Venda – Online - 2016 - 2020

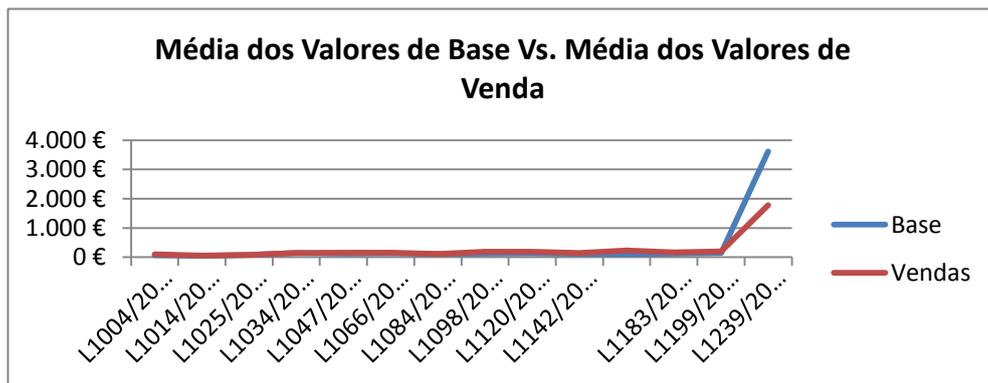


Figura 4.2.3 - Média dos Valores de Base Vs. Média dos Valores de Venda Online 2016 – 2020

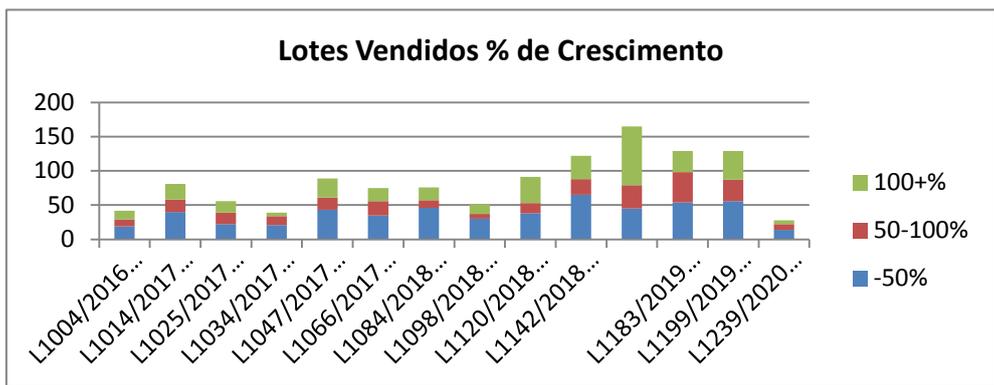


Figura 4.2.4 - Lotes vendidos – percentagem de crescimento do preço sobre o valor de Base – Online - 2016 - 2020

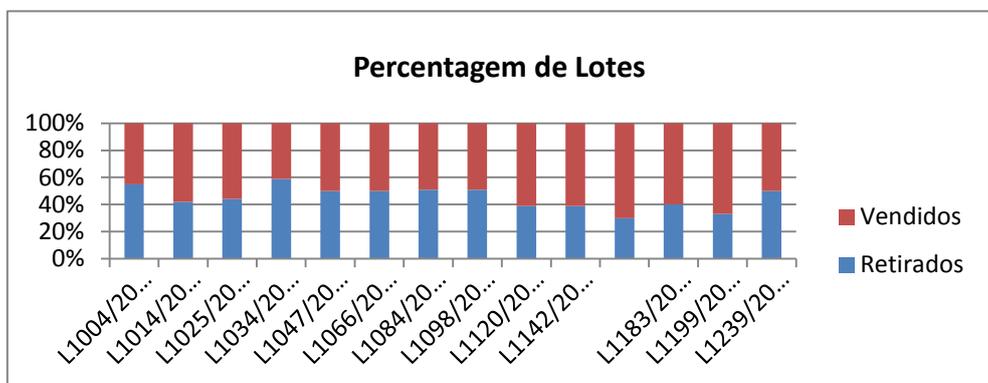


Figura 4.2.5 - Percentagem de Lotes Vendidos e Retirados – Online - 2016 - 2020

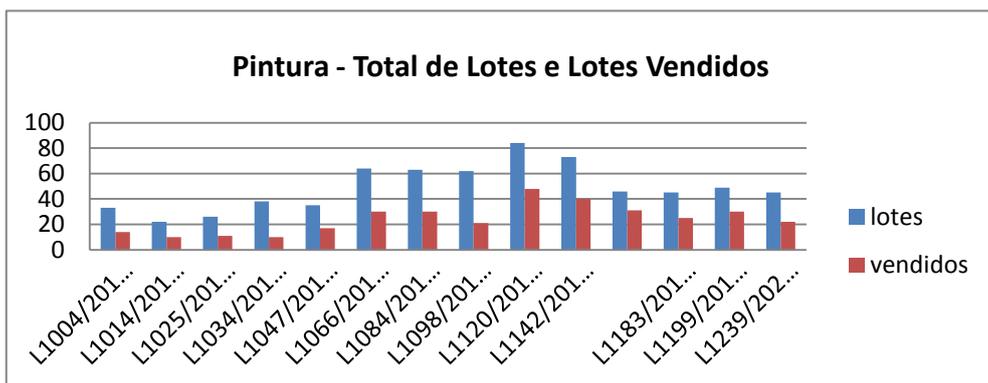


Figura 4.2.6 – Pintura – Total de Lotes e Lotes Vendidos – Online - 2016 - 2020

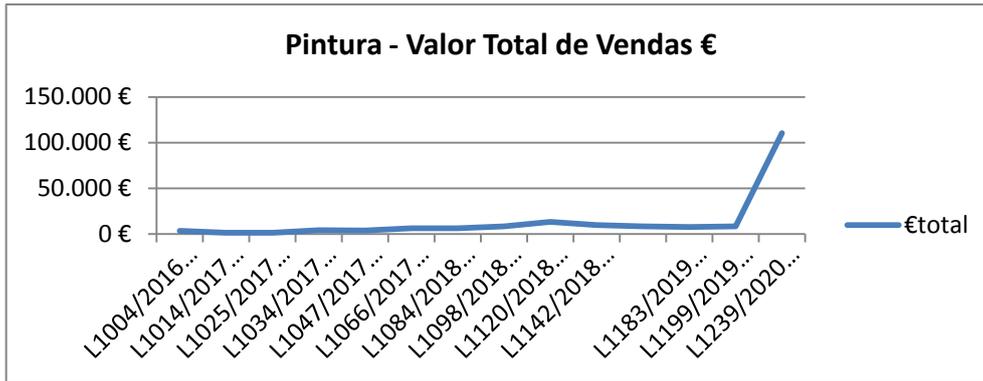


Figura 4.2.7 – Pintura - Valor Total de Vendas – Online - 2016 - 2020

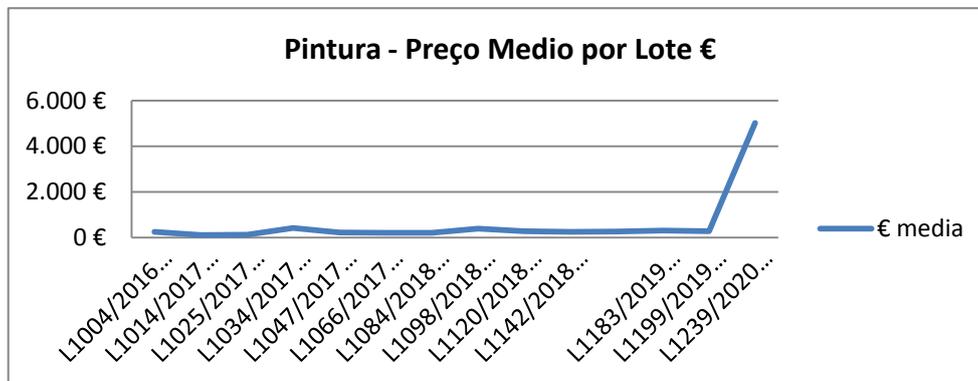


Figura 4.2.8 – Pintura - Preço Médio por Lote – Online - 2016 – 2020

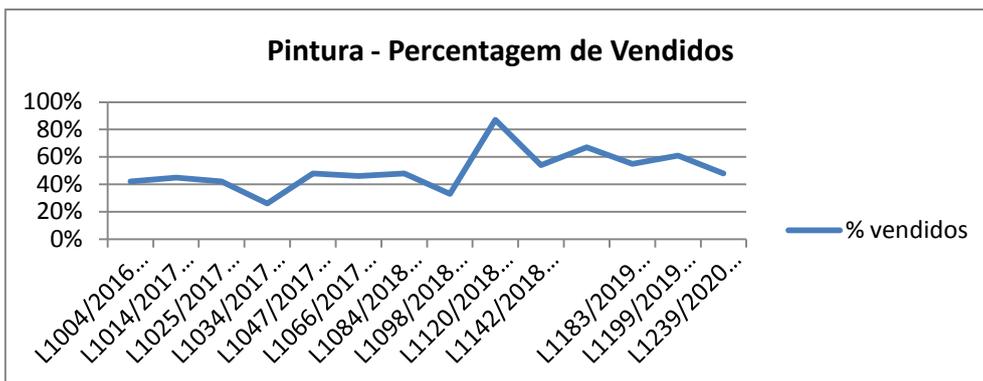


Figura 4.2.9 – Pintura - Percentagem de Vendidos – Online - 2016 – 2020

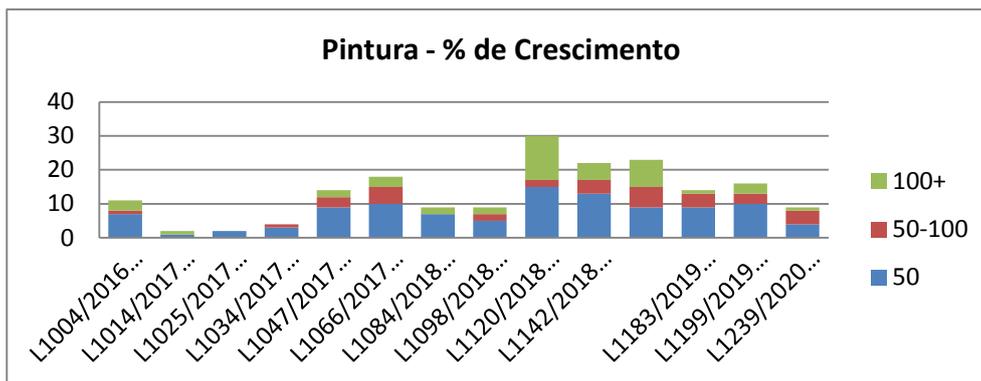


Figura 4.2.10 – Pintura – Lotes Vendidos – percentagem de crescimento do preço sobre o valor de base – Online - 2016 – 2020

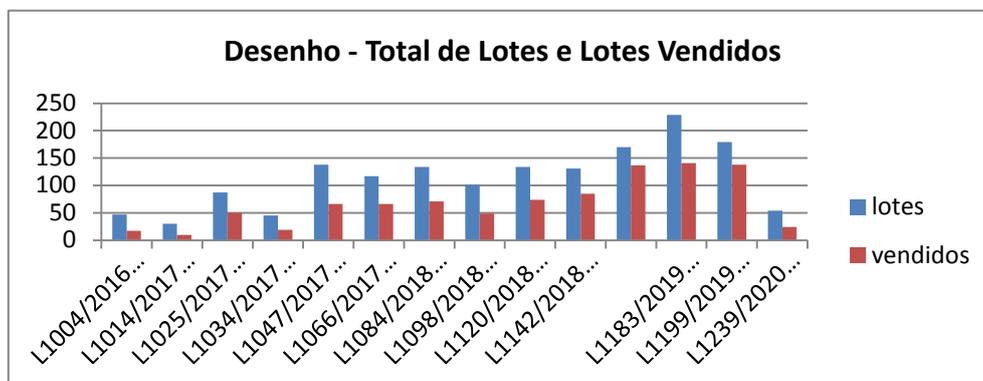


Figura 4.2.11 – Desenho – Total de Lotes e Lotes Vendidos – Online - 2016 - 2020

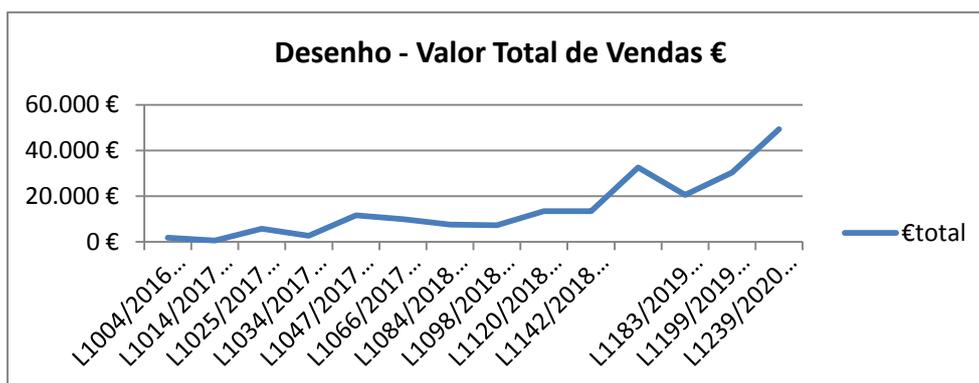


Figura 4.2.12 – Desenho - Valor Total de Vendas – Online - 2016 – 2020

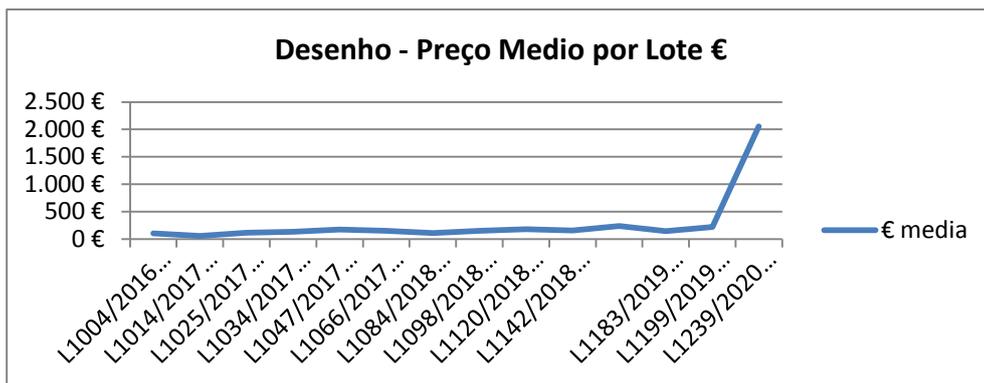


Figura 4.2.13 – Desenho - Preço Médio por Lote – Online - 2016 - 2020

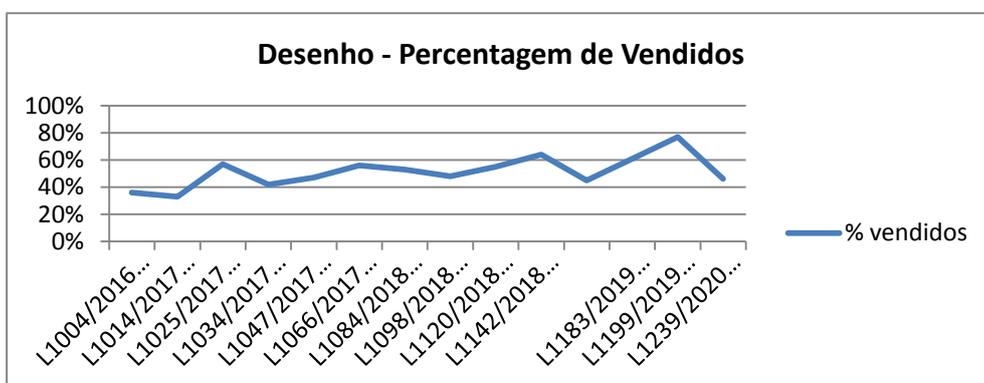


Figura 4.2.14 – Desenho - Percentagem de Vendidos Online - 2016 - 2020

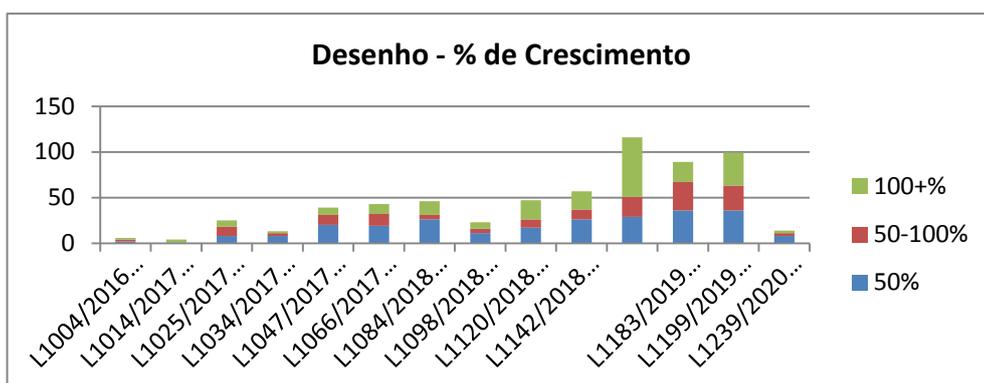


Figura 4.2.15 – Desenho - Lotes Vendidos – percentagem de crescimento do preço sobre o valor de base – Online - 2016 – 2020

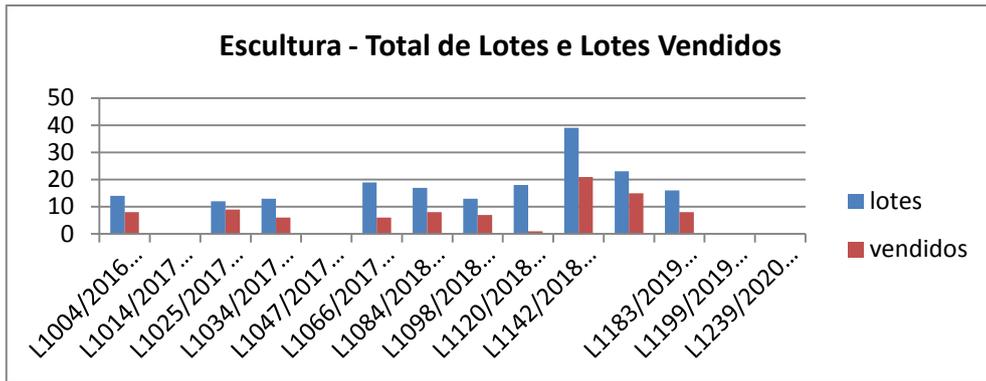


Figura 4.2.16 – Escultura - Total de Lotes e Lotes Vendidos – Online - 2016 – 2020

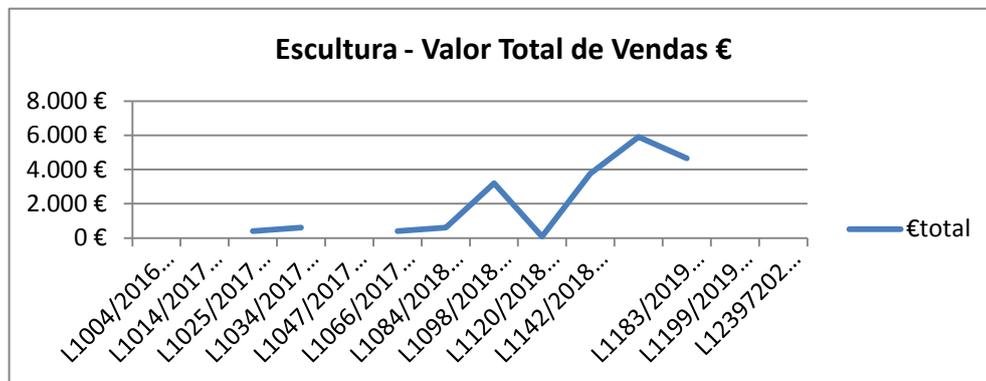


Figura 4.2.17 – Escultura - Valor Total de Vendas – Online - 2016 - 2020

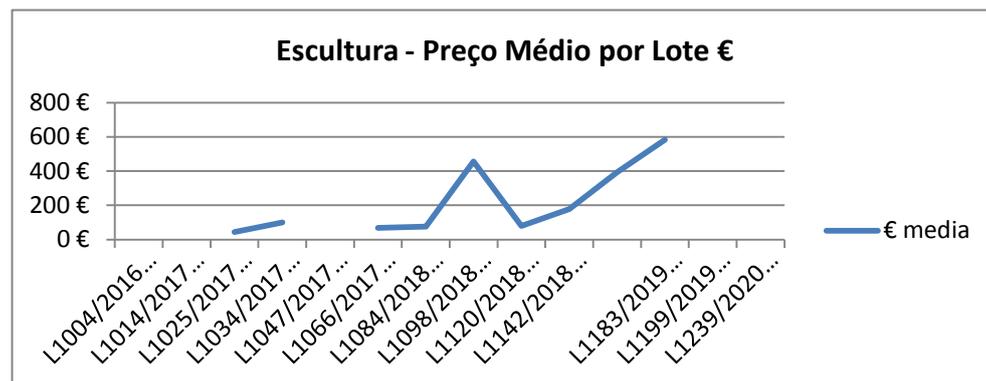


Figura 4.2.18 – Escultura - Preço Médio por Lote – Online - 2016 – 2020

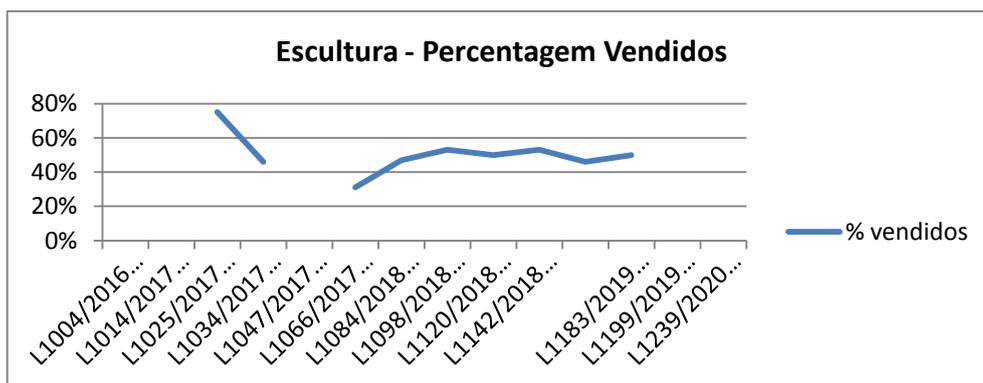


Figura 4.2.19 – Escultura - Percentagem de Vendidos – Online - 2016 - 2020

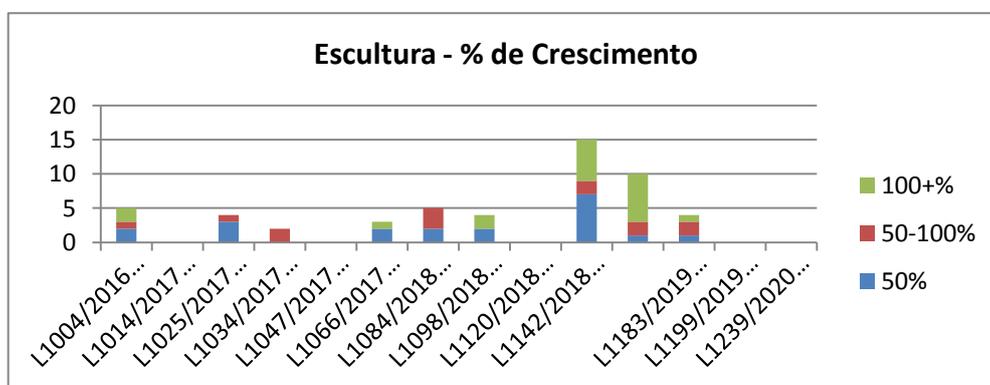


Figura 4.2.20 – Escultura - Lotes Vendidos – percentagem de crescimento do preço sobre o valor de base – Online - 2016 – 2020

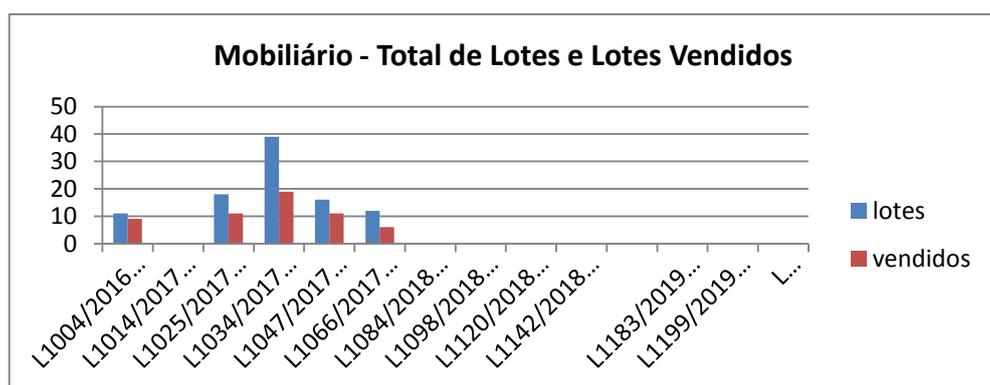


Figura 4.2.21 – Mobiliário – Total de Lotes e Lotes Vendidos – Online - 2016 - 2020

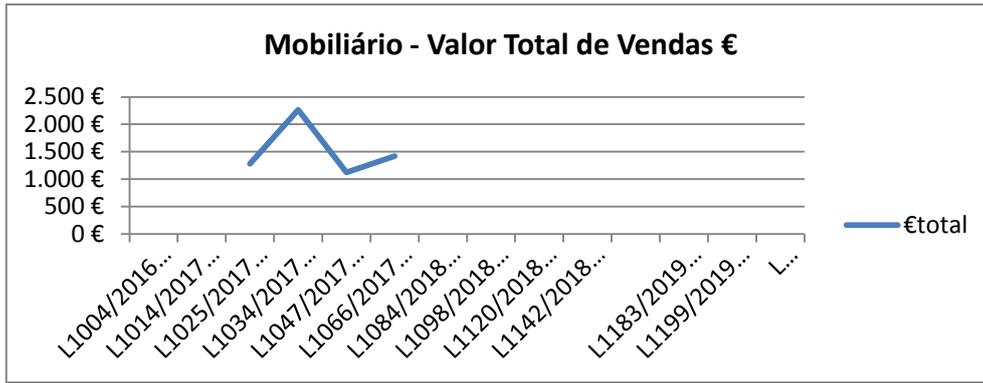


Figura 4.2.22 – Mobiliário - Valor Total de Vendas – Online - 2016 - 2020

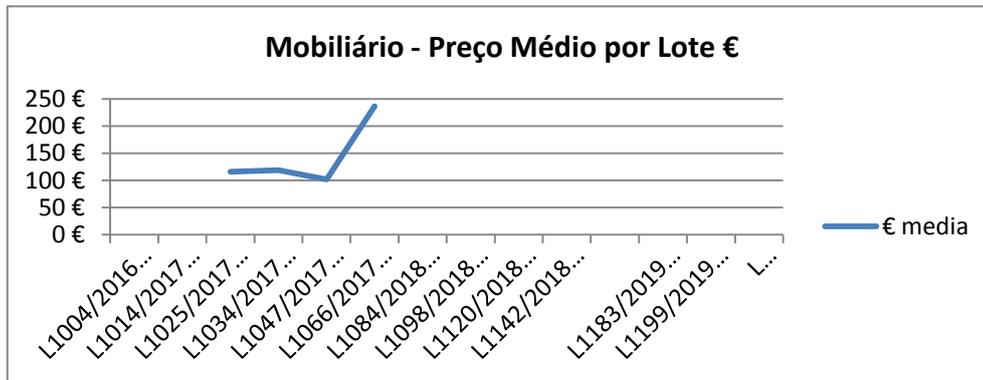


Figura 4.2.23 – Mobiliário - Preço Médio por Lote – Online - 2016 - 2020

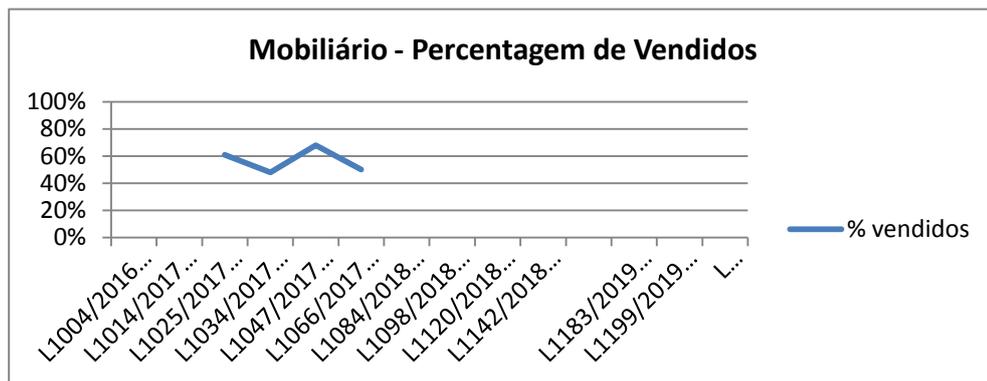


Figura 4.2.24 – Mobiliário - Percentagem de Vendidos – Online - 2016 – 2020

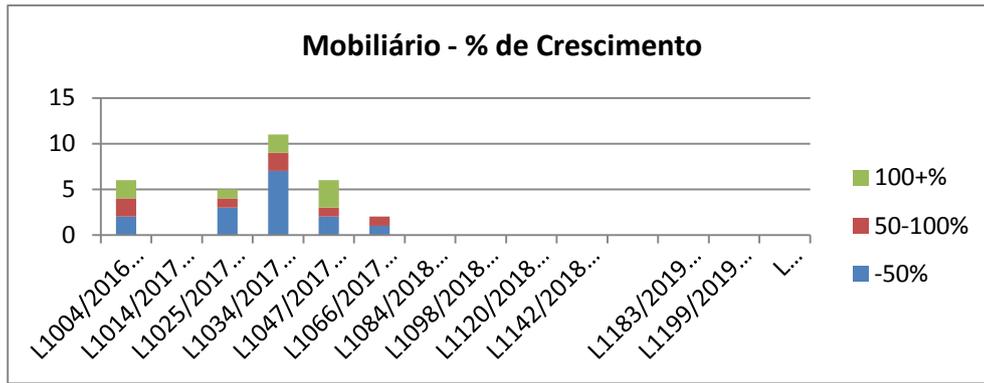


Figura 4.2.25 – Mobiliário - Lotes Vendidos – percentagem de crescimento do preço sobre o valor de base – Online - 2016 - 2020

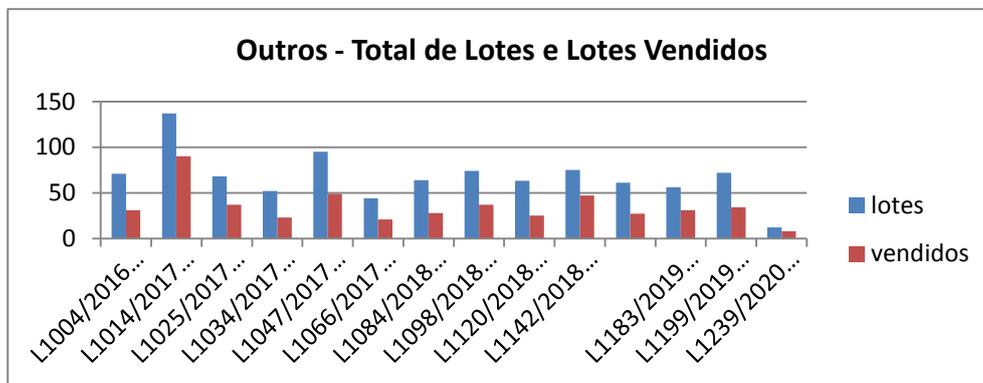


Figura 4.2.26 – Outros - Total de Lotes e Lotes Vendidos – Online - 2016 – 2020

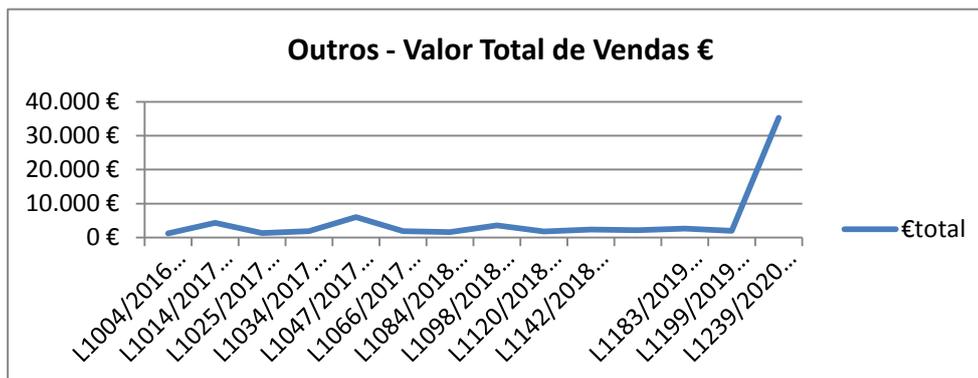


Figura 4.2.27 – Outros - Valor Total de Vendas – Online - 2016 – 2020

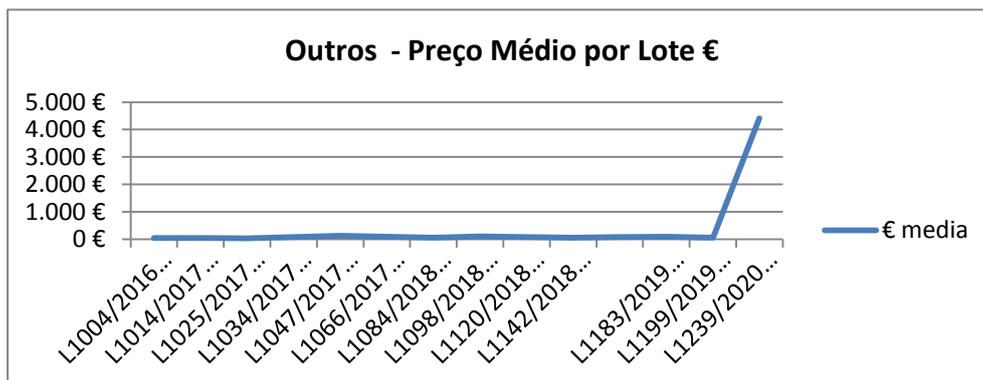


Figura 4.2.28 – Outros - Preço Médio por Lote – Online - 2016 – 2020

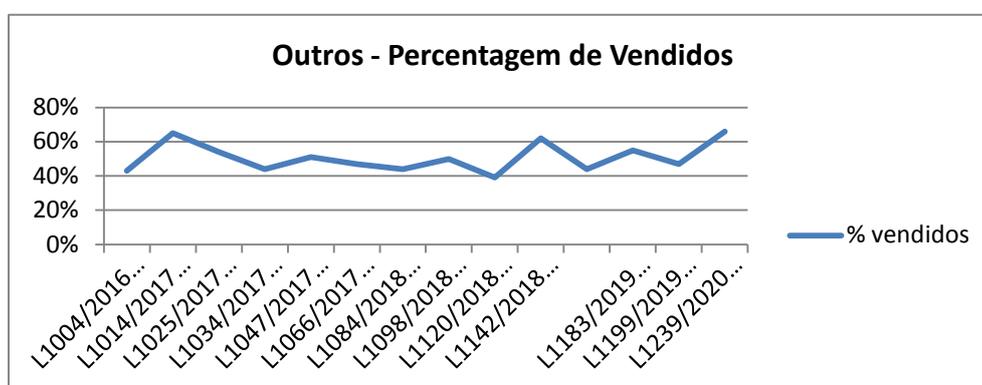


Figura 4.2.29 – Outros - Percentagem de Vendidos – Online - 2016 - 2020

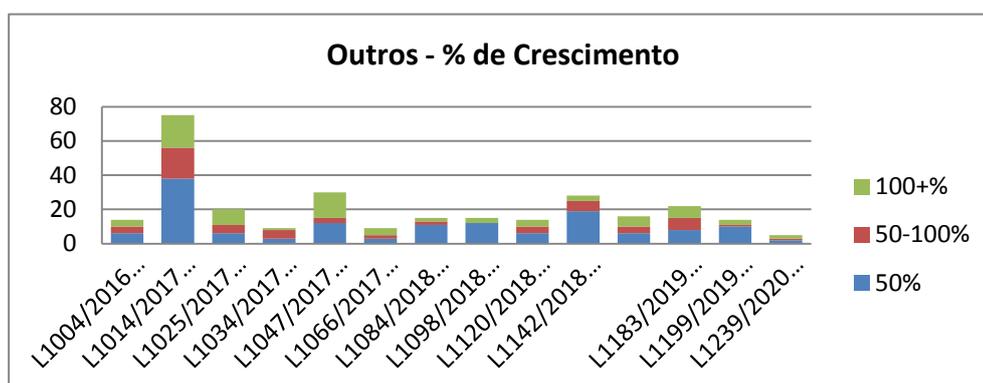


Figura 4.2.30 – Outros - Lotes Vendidos – percentagem de crescimento do preço sobre o valor de base – Online - 2016 - 2020

Anexo V - Figuras referentes à análise dos leilões presenciais da CML, entre 2016 e 2019

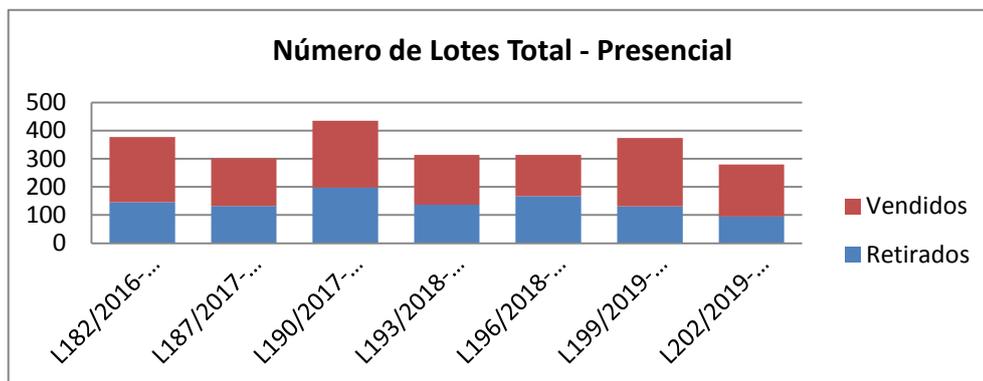


Figura 4.3.1 – Número de Lotes Total - Presencial - Total 2016 – 2019 – Vendidos e Retirados

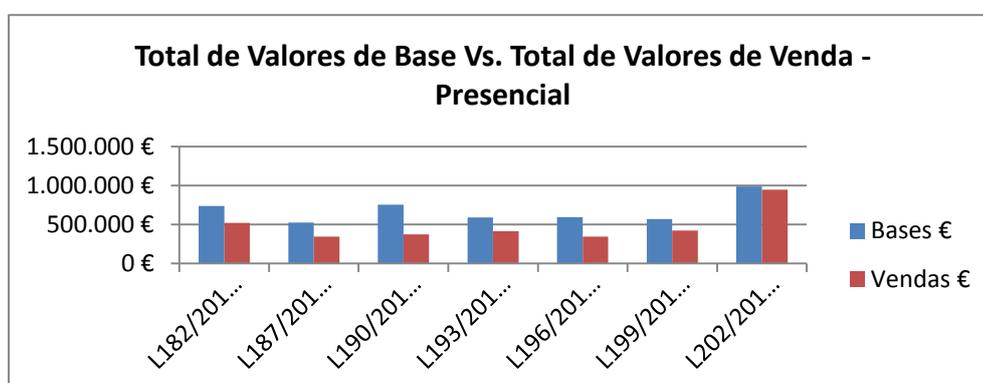


Figura 4.3.2- Total de Valores de Base Vs. Total de Valores de Vendas - Presencial 2016 – 2019

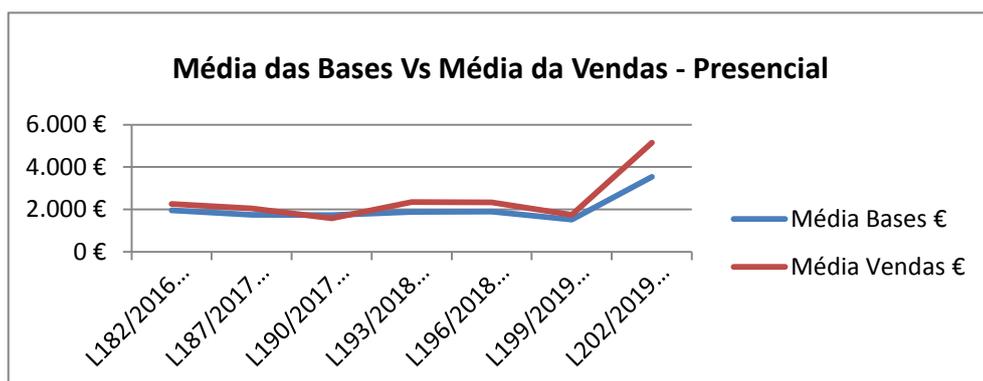


Figura 4.3.3 - Média das Bases Vs. Média das Vendas Presencial 2016 – 2019

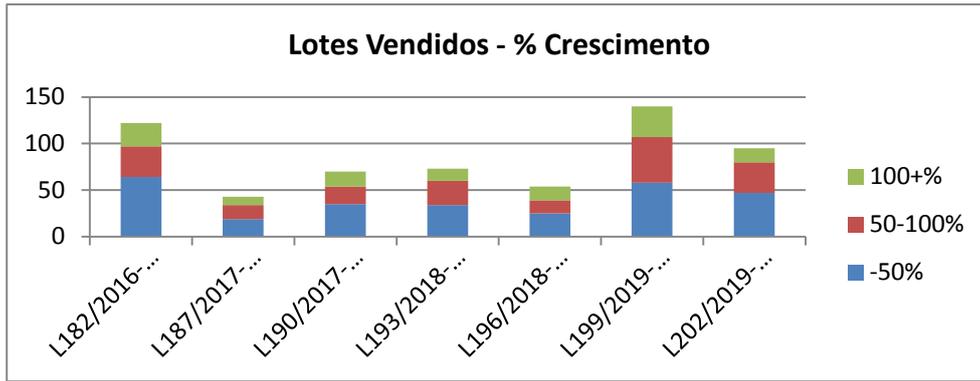


Figura 4.3.4 - Lotes Vendidos – percentagem de crescimento do preço sobre o valor de base - Presencial 2016 – 2019

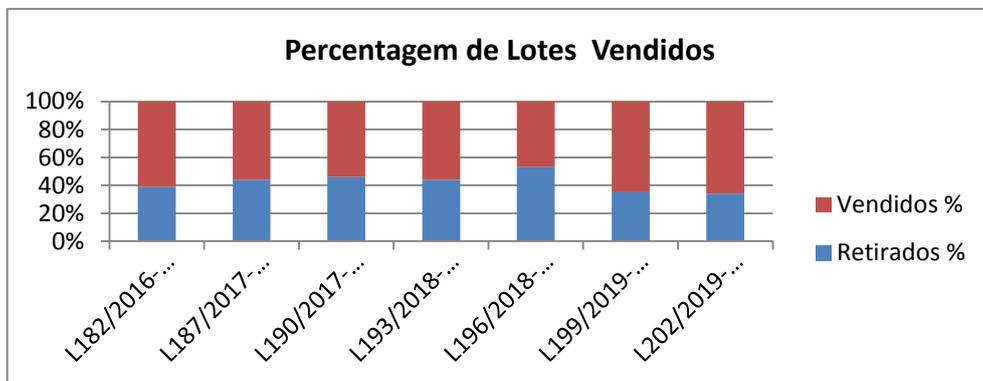


Figura 4.3.5 - Percentagem de Lotes Vendidos – Presencial - 2016 - 2019

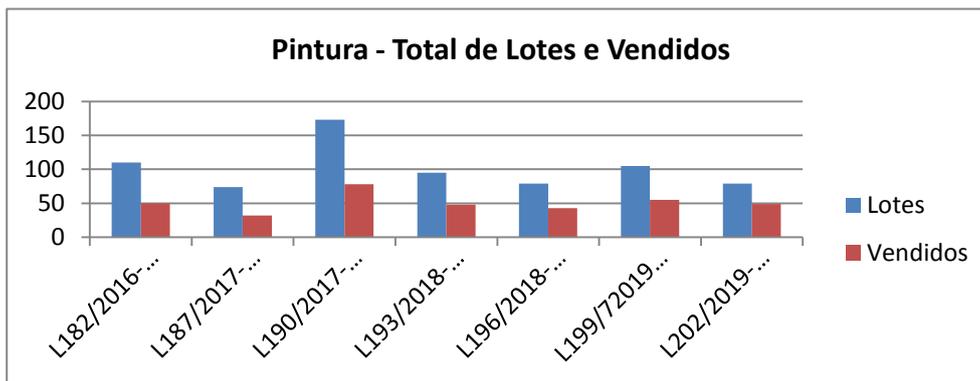


Figura 4.3.6 – Pintura – Total de Lotes e Lotes Vendidos – Presencial - 2016 - 2019

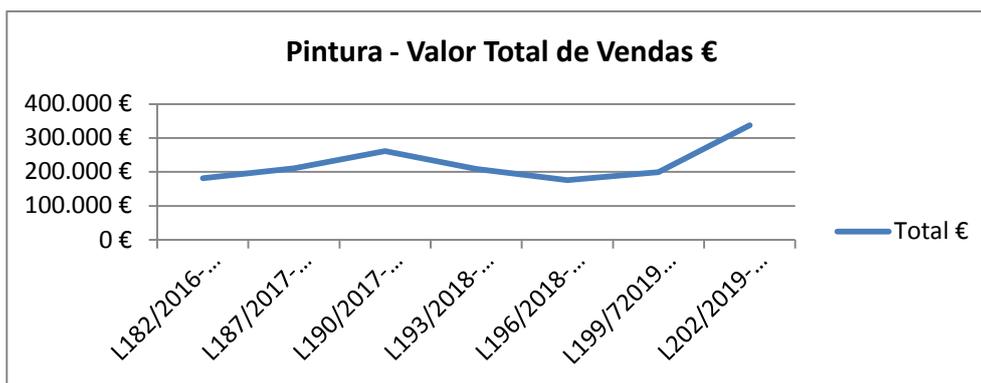


Figura 4.3.7 – Pintura - Valor Total de Vendas – Presencial - 2016 - 2019

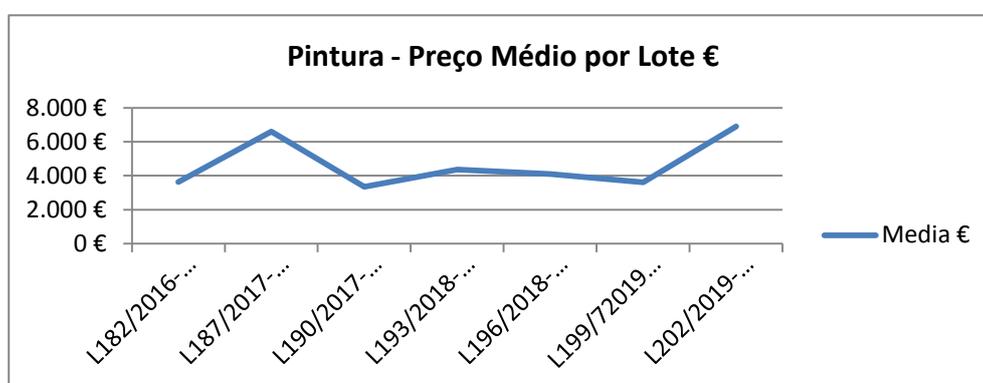


Figura 4.3.8 – Pintura - Preço Médio por Lote – Presencial - 2016 – 2019

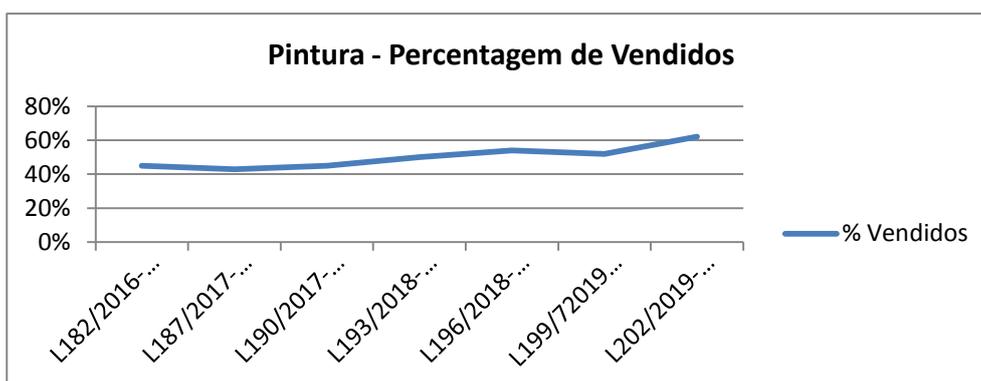


Figura 4.3.9 – Pintura - Percentagem de Vendidos – Presencial - 2016 - 2019

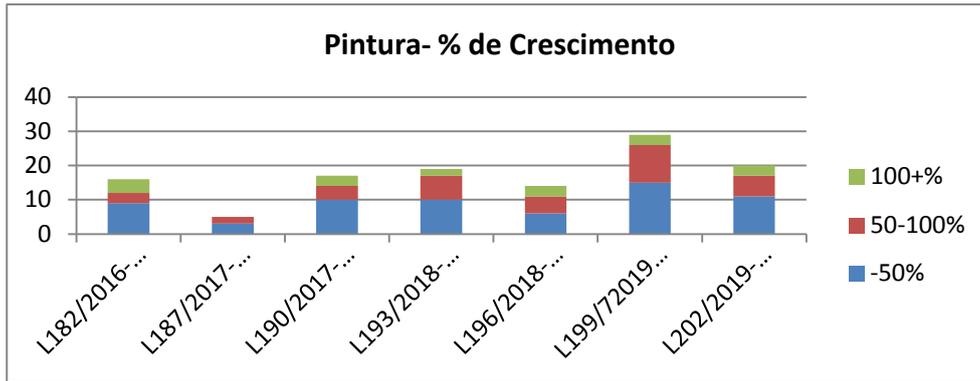


Figura 4.3.10 - Pintura - Lotes Vendidos – percentagem de crescimento do preço sobre o valor de base
– Presencial - 2016 - 2019

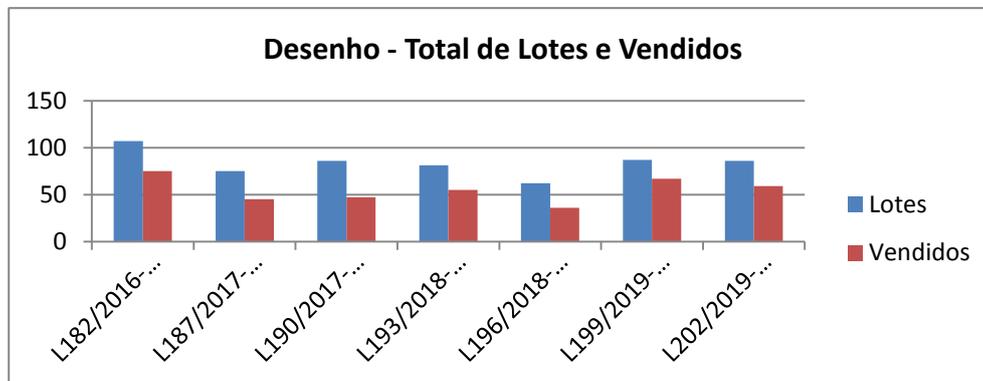


Figura 4.3.11 – Desenho – Total de Lotes e Vendidos – Presencial - 2016 - 2019

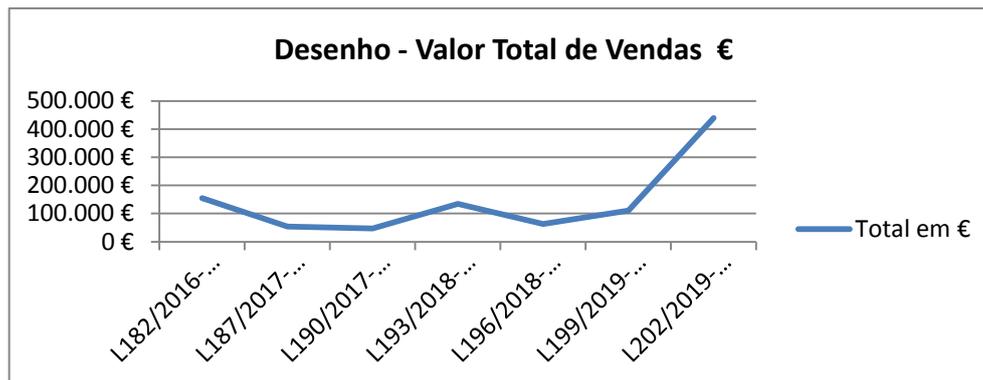


Figura 4.3.12 – Desenho - Valor Total de Vendas – Presencial - 2016 - 2019

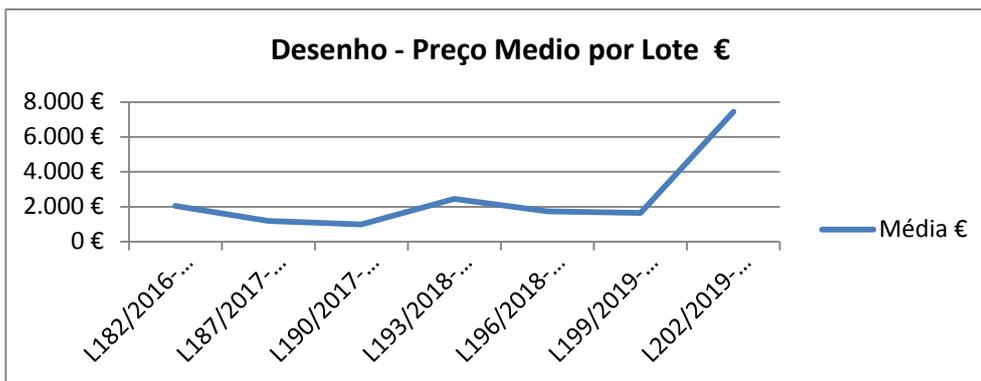


Figura 4.3.13 – Desenho - Preço Médio por Lote – Presencial - 2016 - 2019

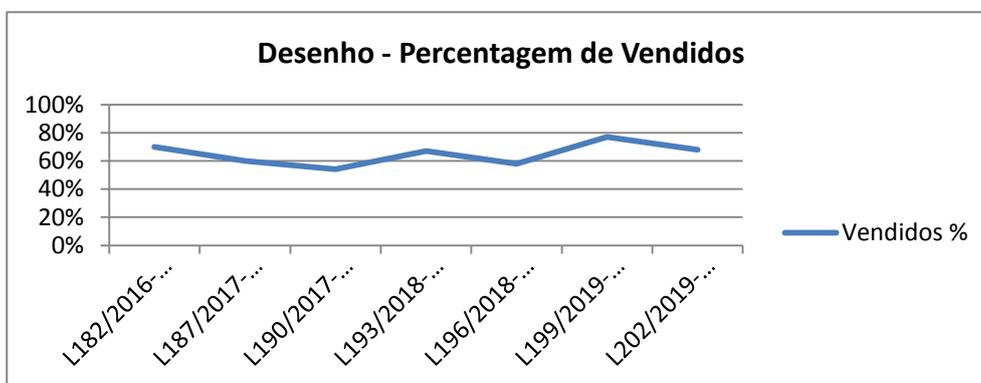


Figura 4.3.14 – Desenho - Percentagem de Vendidos - Presencial 2016 - 2019

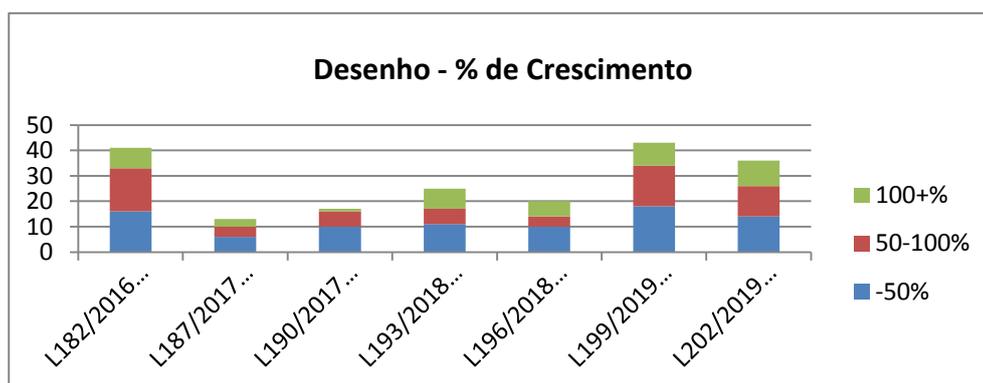


Figura 4.3.15 – Desenho - Lotes Vendidos – percentagem de crescimento do preço sobre o valor de base - Presencial 2016 - 2019

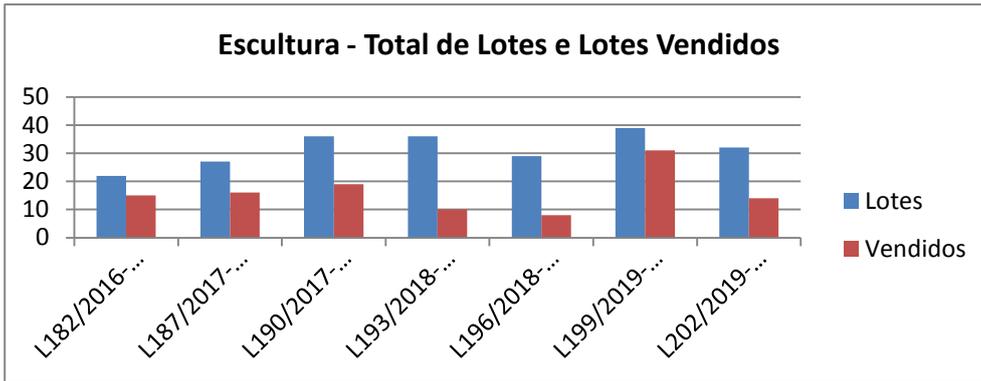


Figura 4.3.16 – Escultura -Total de Lotes e Vendidos – Presencial - 2016 - 2019

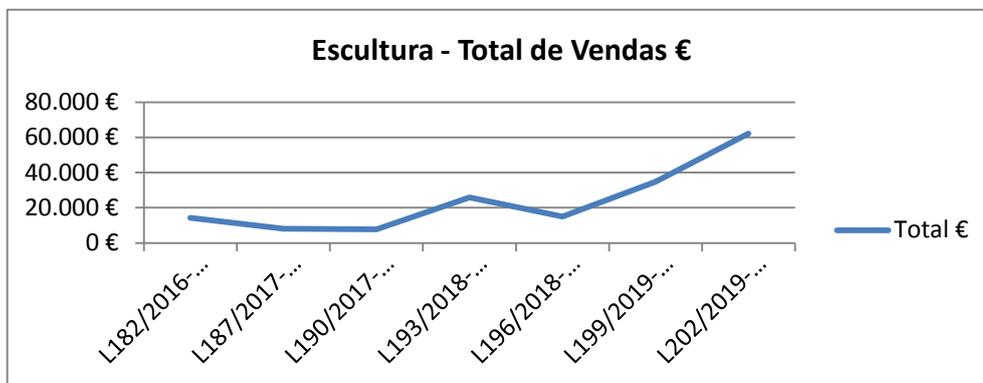


Figura 4.3.17 – Escultura - Total de Vendas – Presencial - 2016 - 2019

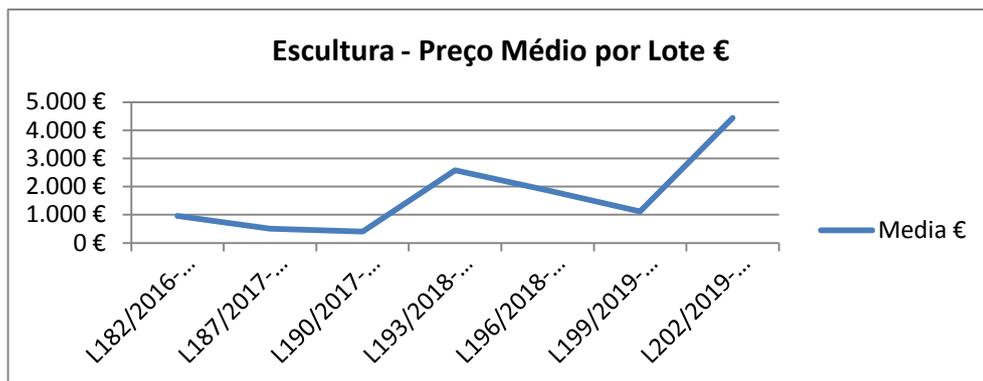


Figura 4.3.18 – Escultura - Preço Médio por Lote – Presencial - 2016 - 2019

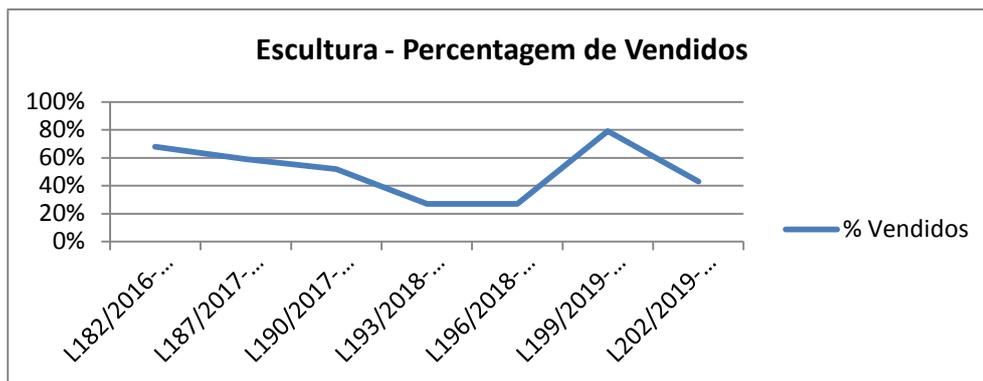


Figura 4.3.19 – Escultura - Percentagem de Vendidos – Presencial - 2016 - 2019

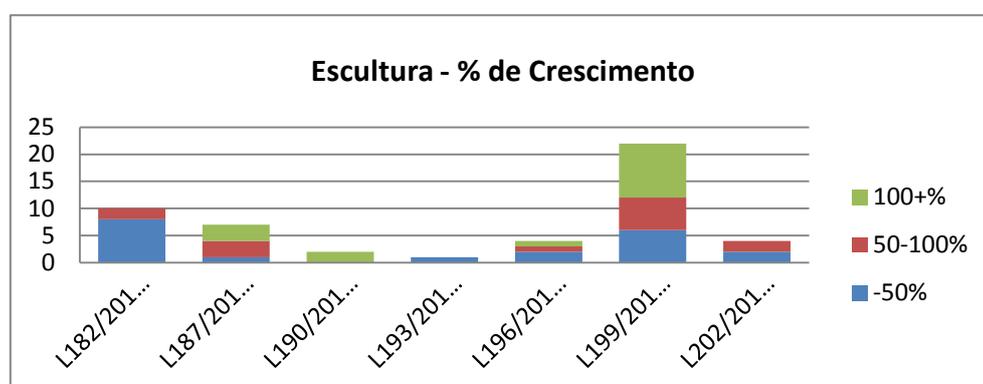


Figura 4.3.20 – Escultura - Lotes Vendidos – percentagem de crescimento do preço sobre o valor de base – Presencial - 2016 - 2019

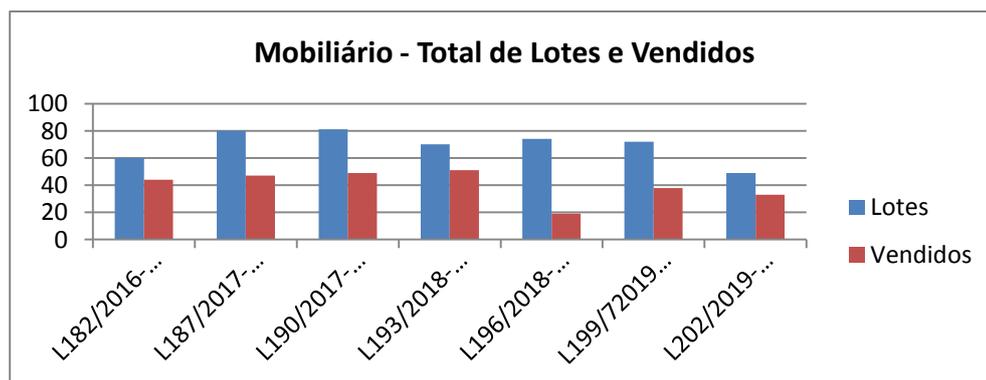


Figura 4.3.21 – Mobiliário - Total de Lotes e Vendidos – Presencial - 2016 - 2019

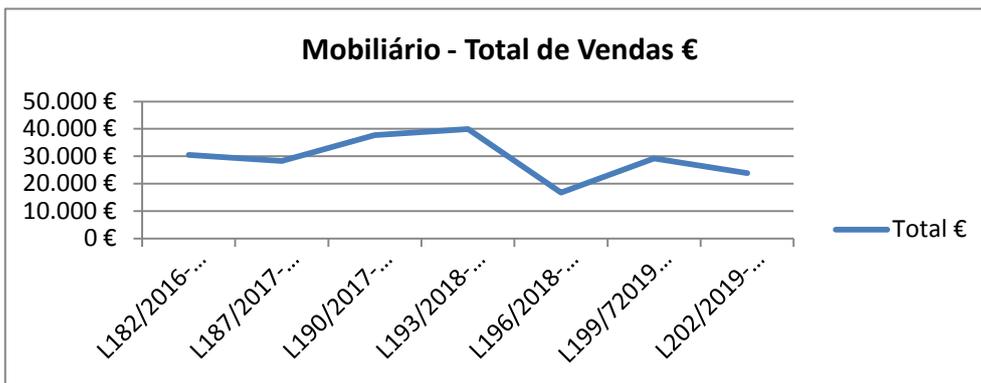


Figura 4.3.22 – Mobiliário - Total de Vendas – Presencial - 2016 - 2017

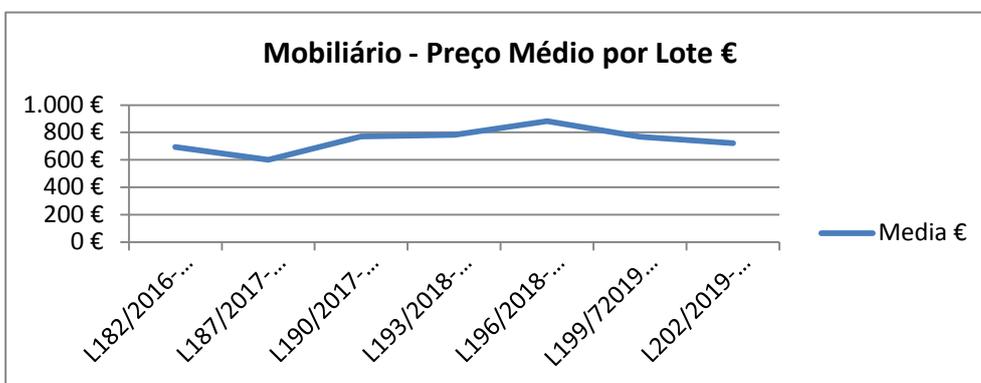


Figura 4.3.23 – Mobiliário - Preço Médio por Lote – Presencial - 2016 - 2019

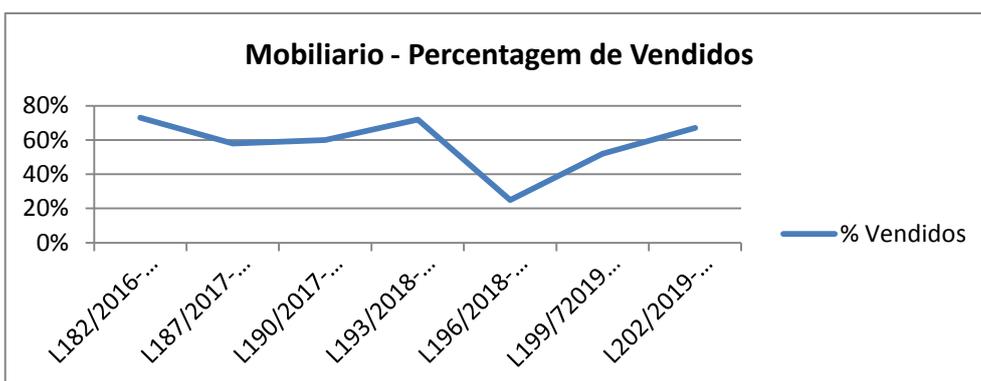


Figura 4.3.24 – Mobiliário - Percentagem de Vendidos – Presencial - 2016 - 2019

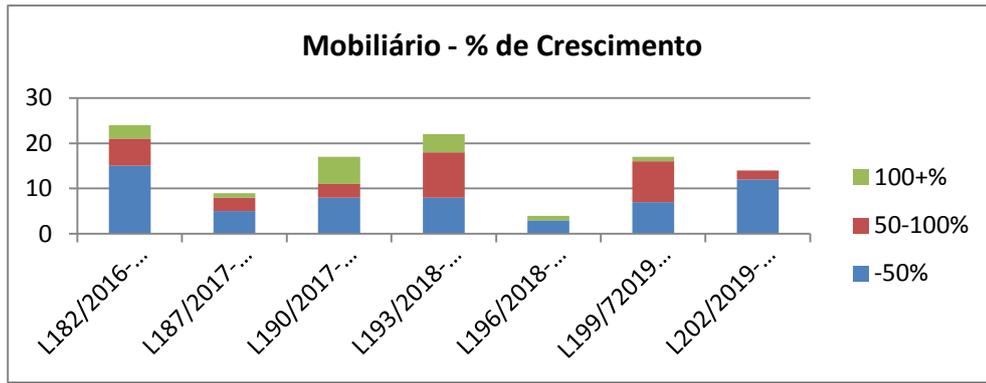


Figura 4.3.25 – Mobiliário – Lotes Vendidos – percentagem de crescimento do preço sobre o valor de base – Presencial - 2016 - 2019

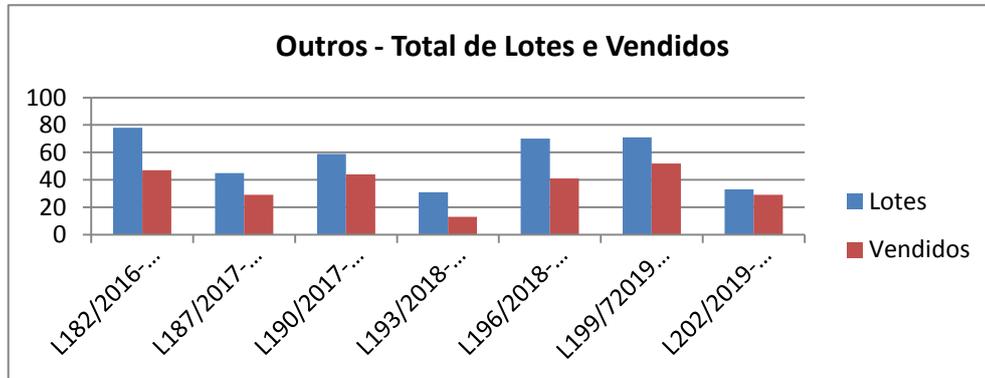


Figura 4.3.26 – Outros – Total de Lotes e Vendidos – Presencial - 2016 - 2019

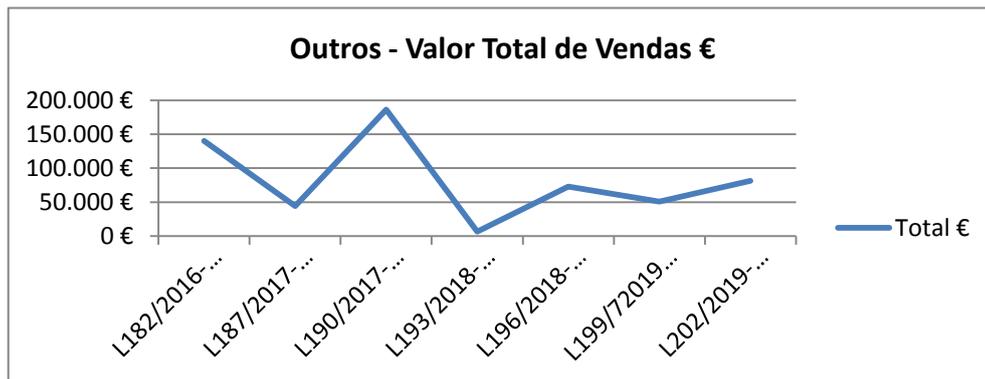


Figura 4.3.27 – Outros - Valor Total de Vendas – Presencial - 2016 - 2019

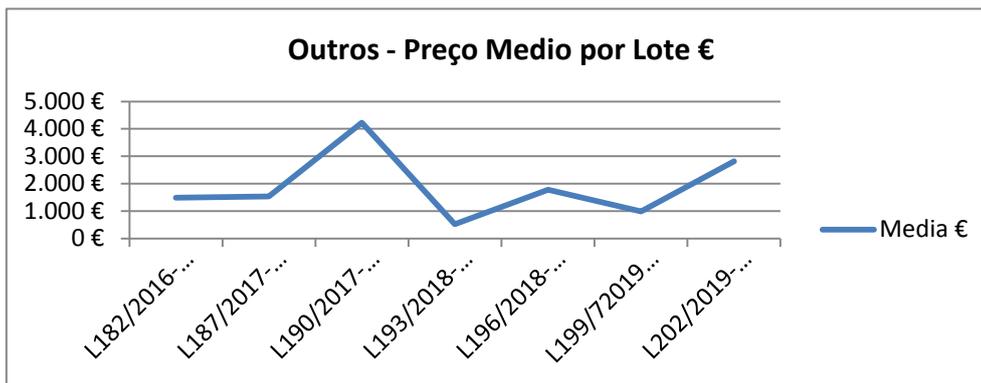


Figura 4.3.28 – Outros - Preço Médio por Lote – Presencial - 2016 - 2019

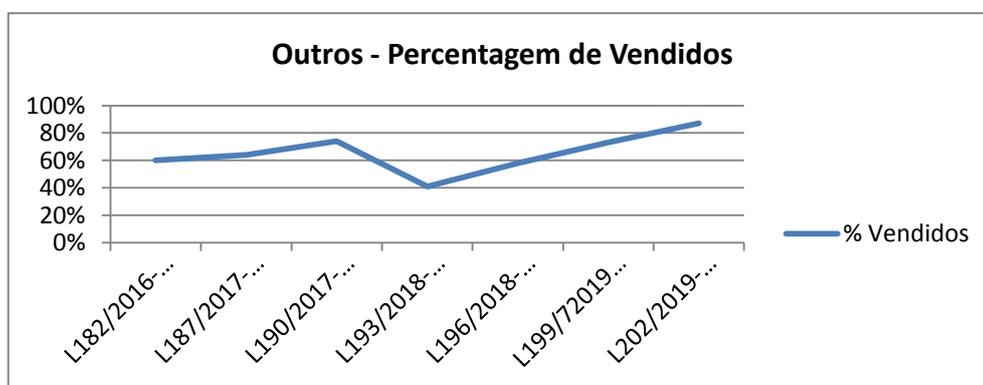


Figura 4.3.29 – Outros - Percentagem de Vendidos – Presencial - 2016 - 2019

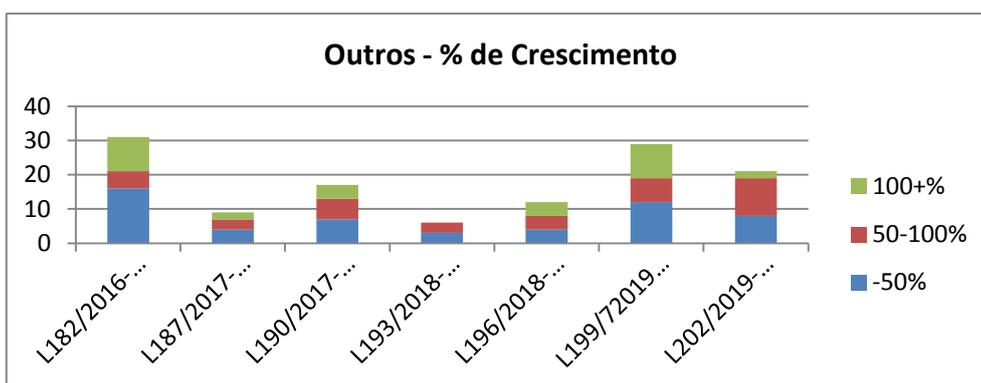


Figura 4.3.30 – Outros - Lotes Vendidos – percentagem de crescimento do preço sobre o valor de base – Presencial - 2016 - 2019

Anexo VI – Análise Semestral entre 2016 e 2020

Segundo Semestre de 2016

Começamos, então, pelo ano de 2016. Neste ano vamos analisar apenas dois leilões de Arte Moderna e Contemporânea, um *online*, o 1004, e um presencial, o 182. Na Figura 1/2016 podemos ver as diferenças no número de lotes entre os leilões. O Leilão 182 contou com 377 lotes e o 1004 contou com 176, ou seja, menos de metade do número de lotes do terceiro leilão presencial de 2016.

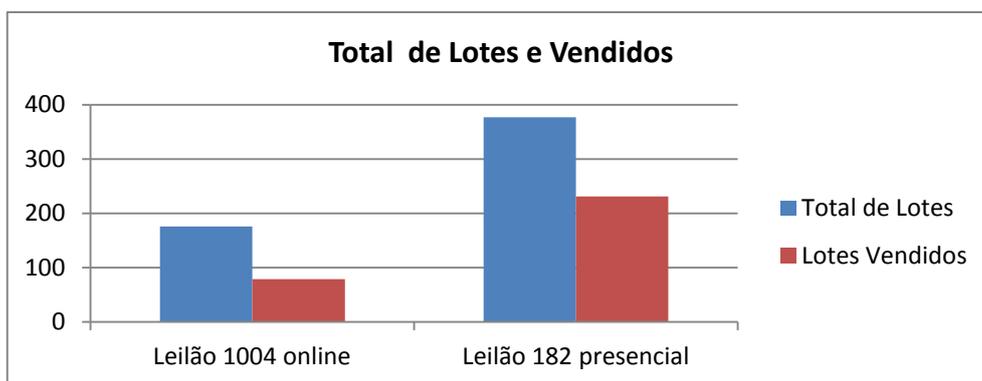


Figura 1/2016 - Total de Lotes e Vendidos - Segundo Semestre de 2016 - *Online* Vs. Presencial

Em termos de valores, as diferenças são ainda mais acentuadas. Na Figura 2/2016, o Leilão 1004 atinge um valor de vendas de €7.601 tendo um preço médio por lote de €96, já o presencial atingiu os €450.710 em vendas, com um preço médio, por lote, de €1.951.

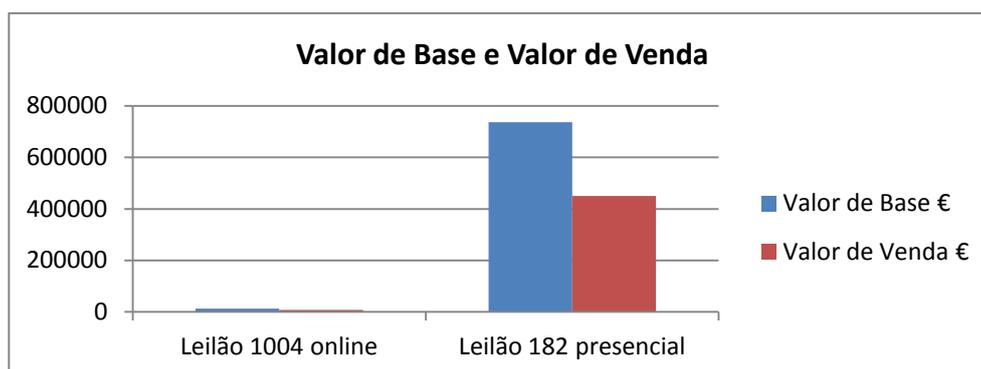


Figura 2/2016 - Valor de Base e Valor de Venda – Segundo Semestre de 2016 - *Online* Vs. Presencial

Relativamente à percentagem de crescimento do preço face ao valor de base³¹, o cenário não destoou muito do que vimos anteriormente. Com efeito, como se pode verificar na Figura 3/2016, os clientes do *online*, ainda se encontravam consideravelmente reticentes em entrar em disputas por um lote específico. Este fenómeno pode encontrar duas justificações. A primeira deve ao facto de este ser o primeiro leilão e a maioria dos potenciais clientes não ter tomado conhecimento da sua realização. A segunda é que possivelmente existiriam poucos lotes que, de acordo com a opinião dos compradores, justificassem o aumento do preço. Já por oposição, no leilão presencial vários lotes foram vendidos por valores superiores ao da base, sendo que à medida que os valores vão subindo o número de clientes vai diminuindo, sinal de uma clientela já estabelecida e conhecedora dos lotes e dos preços praticados no mercado. Ainda assim o número de compradores na classe dos +100% – uma classe de clientes *premium* – é superior a 20 indivíduos.

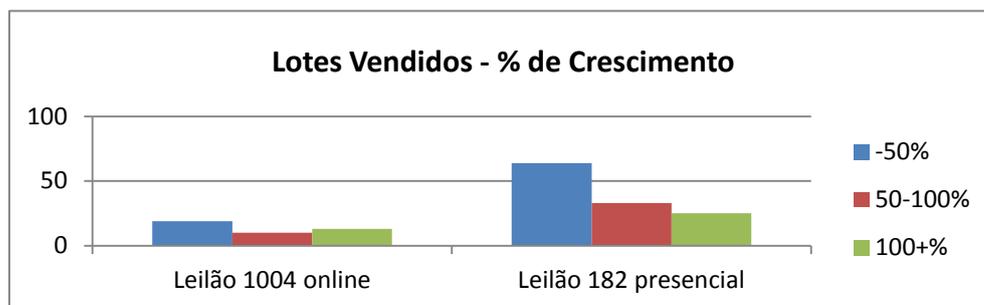


Figura 3/2016 - Lotes Vendidos – percentagem de crescimento do preço sobre o valor de base Segundo Semestre de 2016 - *Online* Vs. Presencial

A diferença entre a categoria da Pintura, nos dois leilões, em termos de número de lotes é visível na Figura 4/2016 (A e B). Apesar desta diferença, a percentagem de vendas diferiu 3% entre o presencial e o *online*, 45% e 42% respetivamente (A). O total de vendas para o Leilão 182, foi de €181.420, tendo um preço médio por lote de €3.628. Já o Leilão 1004, teve um valor de vendas de €3.530 e um preço médio por lote de €252.

A percentagem de crescimento do preço sobre o valor da base (B), apresenta pequenas diferenças entre leilão *online* e o presencial. Se excluirmos os valores de venda da equação, a Pintura vendida através dos leilões *online*, que muitas vezes é de autores menores e de qualidade menor, demonstrou o mesmo comportamento na venda que Pintura de grandes

³¹ O número de lotes vendidos pela base não será alvo de estudo.

nomes que se apresenta nos leilões presenciais. Isto é especialmente visível na classe dos lotes vendidos a +100%, em que o número do *online* para o presencial apenas difere em um lote.

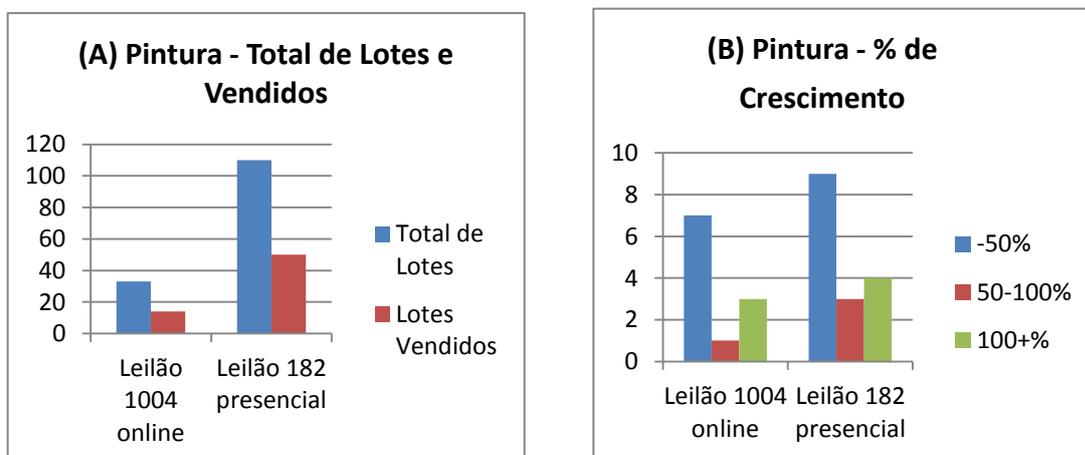


Figura 4/2016 - Pintura – Total de Lotes e Vendidos (A) e Percentagem de aumento do preço face ao valor da base (B) - Segundo Semestre de 2016 - *Online* Vs. Presencial

Analisemos agora a categoria do Desenho. Nesta, mais uma vez, a quantidade de lotes apresentados e vendidos, é consideravelmente superior no presencial, face aos leilões *online*, Figura 5/2016 (A e B). Em valores, a diferença é abissal. O presencial registou €154.310 em vendas, com um preço médio por lote de €2.570. O *online* atingiu os €1.754, com um preço médio por lote de €103. A percentagem de lotes vendidos (A) foi sensivelmente o dobro no presencial face ao *online*, 70% e 36%, respetivamente. O panorama do crescimento do preço (B) demonstrou um leilão presencial, 182, com resultados muito superiores ao 1004.

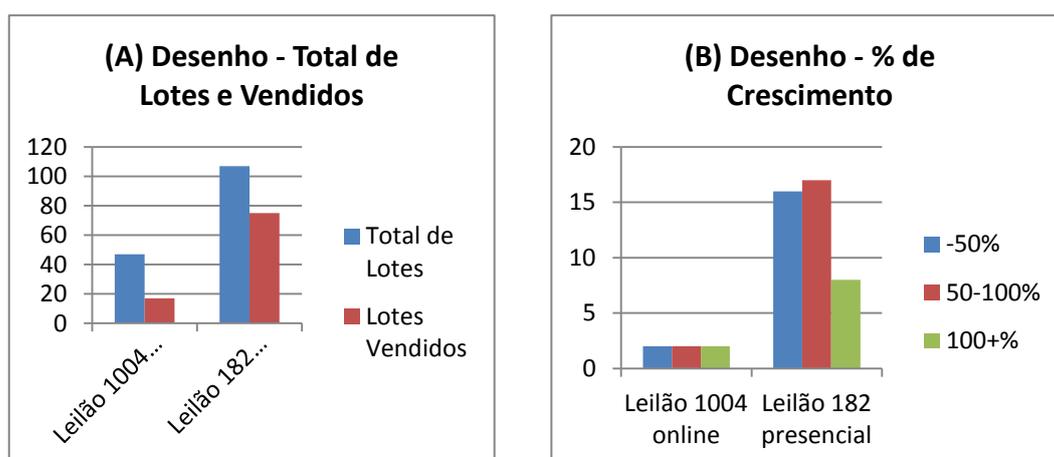


Figura 5/2016 – Desenho - Total de Lotes e Vendidos (A) e Percentagem de crescimento do preço face ao valor de base (B) - Segundo Semestre de 2016 - *Online* Vs. Presencial

Para a categoria da Escultura, existe uma maior aproximação entre o *online* e o presencial, no número de lotes e nos lotes vendidos, como se pode verificar pela Figura 6/2016. (A e B) Em termos de valores, as diferenças entre o presencial e o *online* são consideráveis. O Leilão 182, realizou €14.300 e o 1004 apenas €532, ou seja, no presencial os valores são aproximadamente 26 vezes superiores aos do *online*. No preço médio, por lote, a diferença é de aproximadamente 14 vezes. No presencial foi de €953 e no *online* foi de €66. A percentagem de lotes vendidos foi mais uma vez superior no presencial com 68%, sendo que no *online* atingiu os 57% (A). Para a percentagem de crescimento do preço (B), onde o leilão 1004 apresenta entradas em todas as classes, o presencial não contém nenhuma entrada na classe +100%.

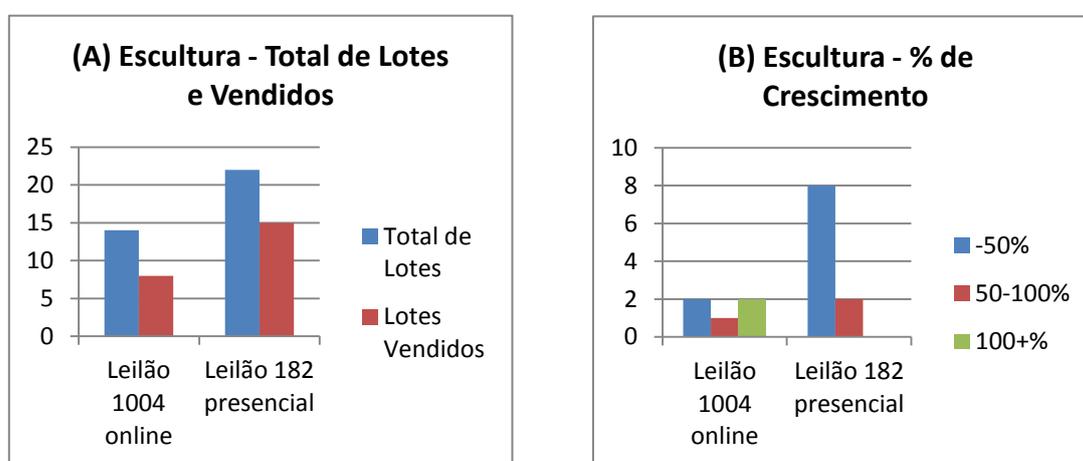


Figura 6/2016 – Escultura - Total de Lotes e Vendidos (A) e Percentagem de crescimento do preço sobre o valor de base (B) - Segundo Semestre de 2016 - *Online* Vs. Presencial

Para o Mobiliário, o panorama foi o seguinte. O presencial registou números consideravelmente mais elevados, do que o *online*, como é possível verificar através da Figura 7/2016 (A e B) Em termos de valores o Leilão 182, alcançou os €30.540, com um preço médio por lote de €694. Já o 1004 registou apenas €552 de total de vendas, com um preço médio por lote de €52. Em termos de percentagem de vendas (A), os valores do *online* foram superiores ao do presencial, 81% e 73%, respetivamente. Para a percentagem de crescimento do preço (B), podemos desde já constatar que o Mobiliário para os leilões *online* de Arte Moderna e Contemporânea têm muito pouca relevância. Isto é verificável através do baixo número de lotes levados a leilão e do reduzido interesse dos clientes em pleitear os lotes apresentados, dado que em todas as classes nenhuma ultrapassou as 5 unidades.

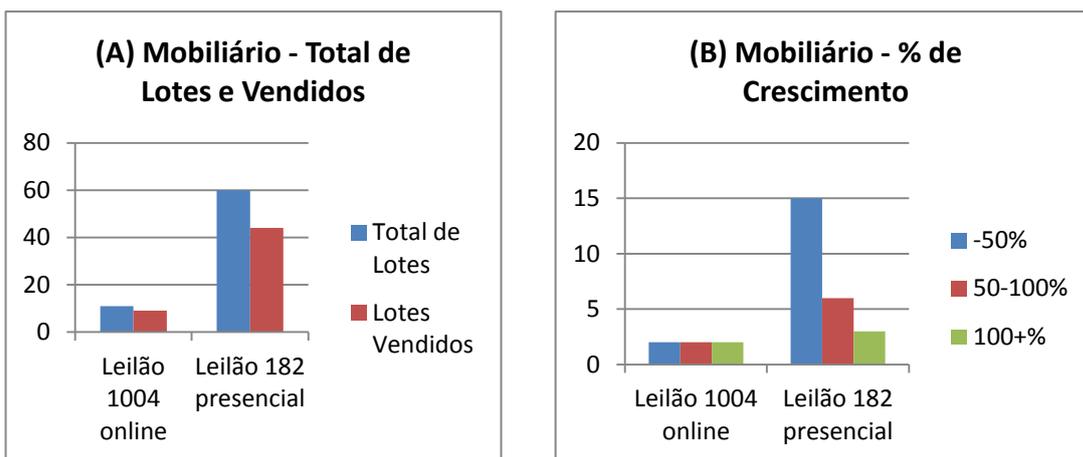


Figura 7/2016 – Mobiliário – Total de Lotes e Vendidos (A) e Percentagem de crescimento do preço sobre o valor de base (B) - Segundo Semestre de 2016 - *Online* Vs. Presencial

Avancemos para a categoria Outros. Como foi referido anteriormente, esta engloba todos os lotes que não se inserem nas categorias acima referidas. Como podemos verificar na Figura 8/2016 (A e B), a diferença do número de lotes apresentados e de vendidos é reduzida, entre o *online* e o presencial. No que diz respeito aos valores, a similitude desaparece. O presencial atinge os €70.140, com um preço médio por lote de €1.492. O *online* obteve os seguintes valores, €1.233 de total de vendas e um preço médio por lote de €39. A percentagem de vendidos (A) foi de 60% no presencial e de 43% no *online*. Para a percentagem de crescimento do preço (B), apenas uma classe no *online* ultrapassa as 5 unidades (-50%), enquanto no presencial apenas uma tem resultados inferiores a 5 unidades.

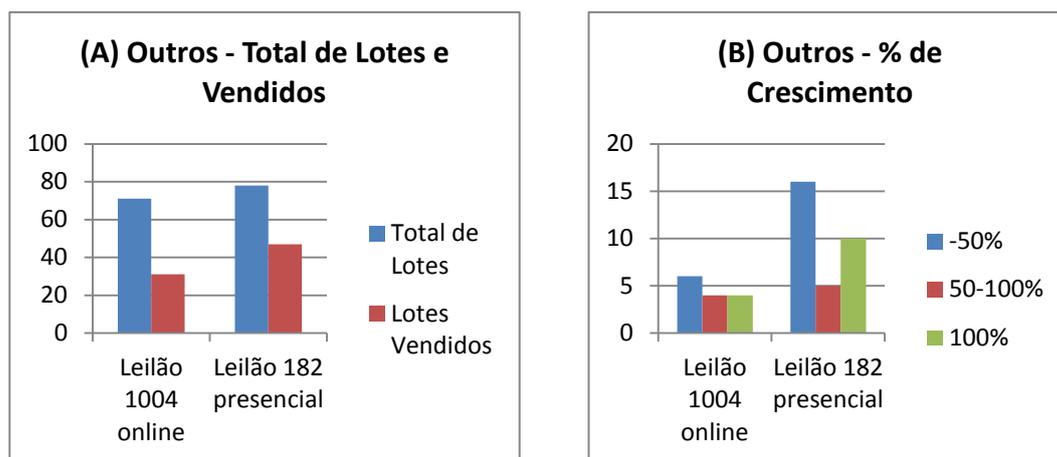


Figura 8/2016 – Outros – Total de Lotes e Vendidos (A) e Percentagem de crescimento do preço sobre o valor de base (B) - Segundo Semestre de 2016 - *Online* Vs. Presencial

Podemos então concluir que o Leilão 1004 teve dois propósitos. O primeiro foi de servir de piloto para os leilões desta tipologia e o segundo foi de transmitir aos clientes da CML que iriam ter esta tipologia de leilões *online* doravante. Já para o Leilão 182, podemos concluir que apesar de ter sido o terceiro leilão desta tipologia neste ano, a sua prestação foi bastante boa. Outro fator que deve ser analisado é o preço do lote de preço mais elevado, tanto no presencial como no *online*. No Leilão 182, o lote 168 foi o de valor recorde e atingiu os €42.000 (Paula Rego, Sem título, lote 168) já para o Leilão 1004, o lote recorde foi o 74, que alcançou os € 1.150 (veja-se Figura 4.5.1) Apesar da diferença de valores, o preço de €1.150 pago por um lote adquirido através do *online*, denota desde já que num futuro próximo será possível atingir valores de venda consideráveis para esta nova plataforma de vendas.

Primeiro Semestre de 2017

Em 2017, realizaram-se dois leilões presenciais, 187 e 190, e tiveram lugar cinco leilões *online*, 1014, 1025, 1034, 1047 e o 1066. Devido ao elevado número de leilões, este ano será dividido em dois semestres. No primeiro semestre ocorreram os seguintes leilões: 1014, 1025, 187 e 1034. No segundo semestre os leilões 1034, 1047, 190 e o 1066.

Em termos dos lotes vendidos, vemos que no primeiro semestre de 2017, os leilões *online* ainda se encontram longe do leilão presencial, como é visível na Figura 1/2017.

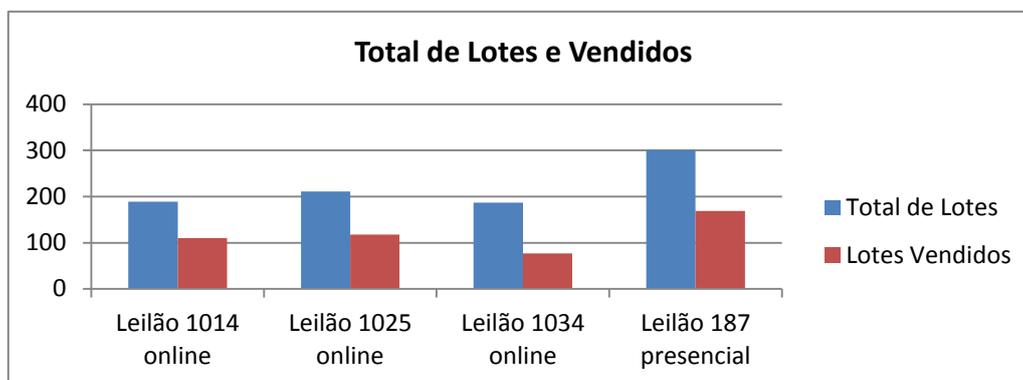


Figura 1/2017 – Total de Lotes e Vendidos - Primeiro Semestre de 2017 - *Online* Vs. Presencial

Já relativamente a valores, o único leilão presencial totalizou €345.640 em vendas, ou seja, um valor mais de doze vezes superior à soma do total de vendas dos três leilões *online*, sendo que o 1014 atingiu os €5.976, o 1025 os €9.885 e o 1034 registou €11.476.

Entre os *online*, com base na Figura 2/2017, compreendemos que o valor da base do Leilão 1014 é inferior ao 1004, em 29%. O Leilão 1025 tem um valor de base 90% superior

ao 1014 e por fim o 1034 tem um valor de base 62% superior ao 1025. Para o valor de vendas, o Leilão 1014 teve um resultado 21% inferior ao 1004. O 1025 registou um aumento de 65% face ao 1014 e o 1034 registou um aumento de 16% face ao 1025.

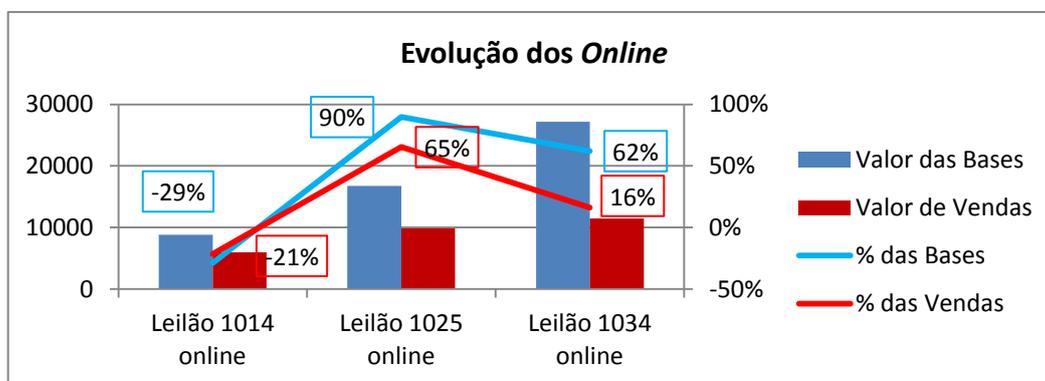


Figura 2/2017 - Evolução dos *Online* - Primeiro Semestre de 2017

Para as médias, os valores dos leilões *online* continuam consideravelmente distantes do presencial. Na média dos valores de base, o presencial foi mais de 12 vezes superior ao melhor resultado do *online* (Leilão 1034, €145), e para a média de vendas foi mais de 13 vezes superior ao melhor resultado (Leilão 1034, €149).

Nos três leilões *online*, as médias de vendas foram sempre superiores às da base. Em termos da percentagem de crescimento, assistimos a uma diferença face aos leilões de 2016. Agora, o número de lotes que foram vendidos por um valor mais elevado do que o da base, é superior nos leilões *online*. Este aumento pode significar que o sistema de licitações *online* também consegue o *emotional engagement* que se materializa numa escalada dos preços de venda, mas também pelo facto de que os preços nos *online* são substancialmente mais baixos do que no presencial, permitindo o disparar de resultados como os que vemos na Figura 3/2017.

Outro fator a destacar como eventual explicação para esta diferença, na percentagem de crescimento do preço, é que todo o processo se passa no mundo virtual, onde ao contrário do leilão presencial, em que os valores ditos pelo pregão permitem uma consciência imediata do significado desse valor na economia do comprador, no mundo virtual, são apenas números num ecrã. Este distanciamento sensorial não permite ao comprador tomar consciência imediata do significado que os valores que licita representam no seu orçamento mensal/anual. Serão estes três fatores, o *emotional engagement*, os preços baixos e o distanciamento

sensorial, que nos dê a resposta para a diferença considerável entre os valores de 2016 e os do primeiro semestre de 2017.

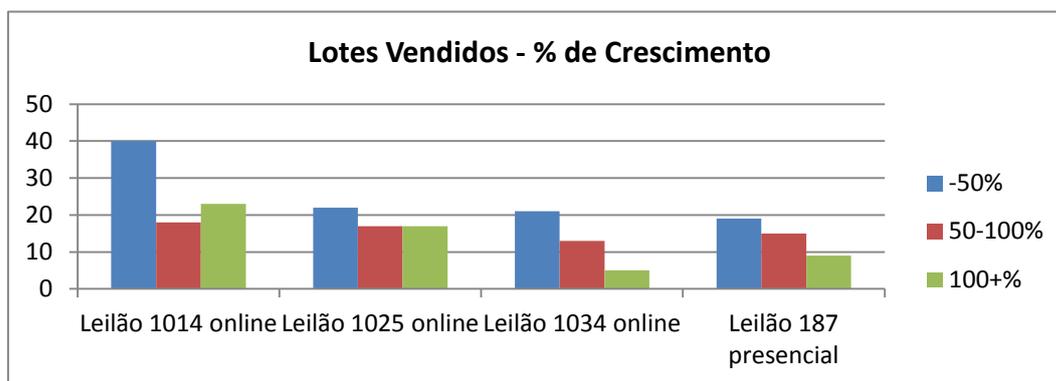


Figura 3/2017 - Lotes Vendidos – percentagem de crescimento do preço sobre o valor de base - Primeiro Semestre de 2017 - *Online* Vs. Presencial

Na Pintura, é visível o aumento do número de lotes dentro dos leilões *online*. Apesar deste incremento, a quantidade de lotes vendidos manteve-se idêntica, sendo esta estabilidade verificável na Figura 4/2017 (A e B). Em termos de percentagem de venda, para os *online* registou-se um decréscimo de 19% entre o 1014 e o 1034. Já o presencial não conseguiu ultrapassar o melhor resultado do *online*, 45% no 1014, ficando pelos 43% (A). Em termos de valores, para os *online*, o total de vendas triplicou entre o 1014 e o 1034, alcançando os €4.185. Este valor ainda se encontra substancialmente abaixo do presencial que atingiu os €211.140. O preço médio por lote triplicou entre o 1014 e o 1034, alcançando os €418. Ainda assim, estes valores são apenas uma sombra do presencial que alcançou o valor de €6.598. Para a percentagem de crescimento do preço (B), podemos então concluir que dentro das peças vendidas, poucas registaram aumentos face ao valor de base. Isto pode refletir dois cenários. O primeiro de que o valor de base atribuído já se encontrava próximo do valor máximo que o mercado estaria disposto a dar por determinada peça. O segundo é que os potenciais compradores se dispersaram pelos vários lotes apresentados, não se aglomerando assim em peças específicas, demonstrando um ecletismo tanto por parte da leiloeira como por parte dos compradores.

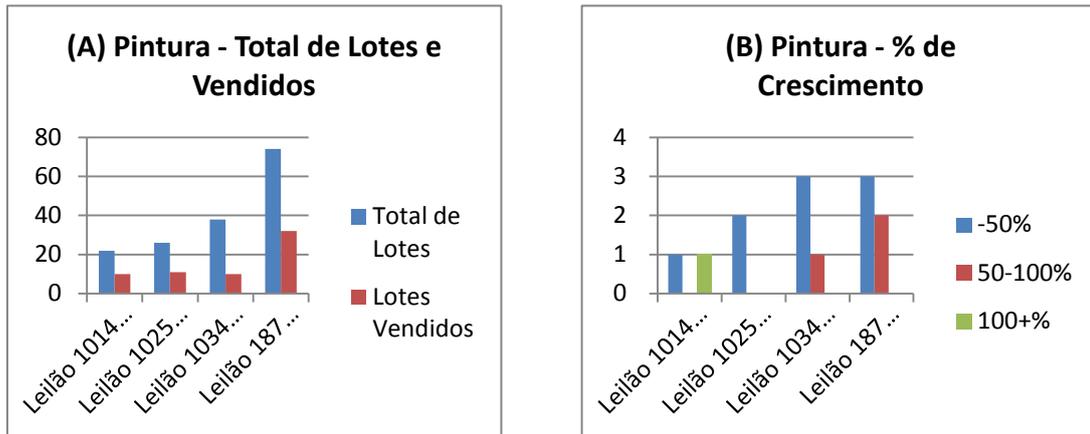


Figura 4/2017 – Pintura - Total de Lotes e Vendidos (A) e Percentagem de crescimento do preço sobre o valor de base (B) - Primeiro Semestre de 2017 *Online* Vs. Presencial

Para o Desenho, o primeiro semestre decorreu da seguinte forma: nos *online* tanto a quantidade de lotes como os que foram vendidos demonstrou flutuações importantes, como é visível na Figura 5/2017 (A e B). Do 1014 para o 1025, os lotes levados à hasta triplicaram, enquanto as vendas registaram um aumento de cinco vezes. Já do Leilão 1025 para o 1034, o número de lotes disponíveis diminuiu sensivelmente para metade sendo que as vendas ficaram um pouco aquém da metade. Para os valores alcançados, no *online*, os resultados variaram entre os €486, no 1014, os €2.553 no 1034 e os €5.626 no 1025. O valor máximo atingido no *online* é pouco superior a um décimo do valor alcançado pelo presencial, €53.520. Para o preço médio por lote o cenário foi de crescimento continuado entre os €48 no 1014 até os €134 no 1034.

Ainda assim estes encontram-se distantes do presencial que atingiu os €1.189 de preço médio por lote. Já a percentagem de lotes vendidos (A) viu o seu pico ser atingido no 1025, com 57%, apenas 3% a menos do que o presencial, com 60%. Para a percentagem de crescimento do preço (B), assistimos a um aumento considerável do preço dos lotes do Leilão 1014 para o 1025. Estes números registam um decréscimo para o Leilão 1034. Já para o presencial, os números à medida que vai aumentando o preço vão diminuindo. Não obstante destes resultados os lotes vendidos pela base continuam a ser consideráveis.

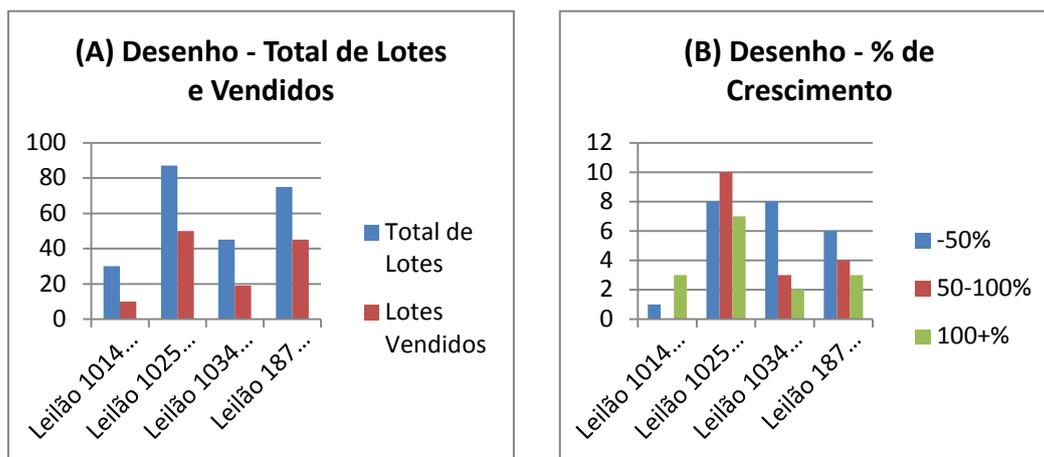


Figura 5/2017 – Desenho - Total de Lotes e Vendidos (A) e Percentagem de crescimento do preço sobre o valor de base (B) - Primeiro Semestre de 2017 - *Online* Vs. Presencial

Vejamos agora a Escultura. No Leilão 1014, esta categoria não teve qualquer lote. Apesar disso verificamos que o número de lotes disponíveis nos dois leilões *online* seguintes aumentou. Ainda assim, o número de lotes vendidos registou um decréscimo. Estes números, do *online*, ainda se encontram distantes dos números do presencial, como é possível verificar na Figura 6/2017 (A e B). Para os valores, os leilões *online* atingiram o valor total de €401 e €603, respetivamente, e o presencial alcançou os €8.110. O preço médio por lote mais elevado foi atingido no *online* no Leilão 1034, sendo €100, cerca de 5 vezes inferior ao do presencial, €506. Apesar do Leilão 1025 (A) apresentar os valores mais baixos em quase todos os parâmetros, no que diz respeito a percentagem de lotes vendidos alcançou os 75%, o valor mais alto dentro dos *online* e inclusivamente mais alto que o presencial com 59%. Para a percentagem de crescimento do preço (B), podemos compreender então que o primeiro semestre de 2017, não foi bom para a Escultura na vertente *online*. Não registou nenhum lote na classe +100%. Contabilizou apenas 3 lotes tanto na classe dos -50% como na dos 50-100%. Para o presencial, os números são melhores mas ainda assim, pouco interessantes.

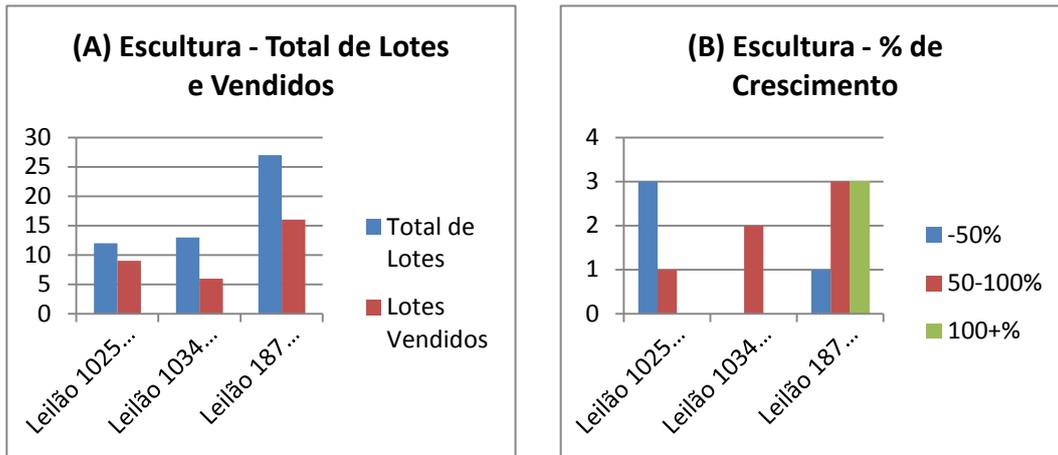


Figura 6/2017 – Escultura - Total de Lotes e Vendidos (A) e Percentagem de crescimento do preço sobre o valor de base (B) - Primeiro Semestre de 2017 - *Online* Vs. Presencial

Avancemos para o Mobiliário. Esta categoria não teve representatividade no Leilão 1014. Podemos verificar que tanto para os *online* como para o presencial, o Mobiliário vendeu perto de metade dos lotes levados a leilão, Figura 7/2017 (A e B). Em relação aos valores obtidos, os do *online* são inferiores a um décimo do presencial, tendo o melhor resultado sido o do Leilão 1034, com €2.262, tendo o presencial alcançado os €28.250. Em comparação com 2016, para o *online*, o valor total de venda quadruplicou enquanto o valor médio, por lote, dobrou. Apesar disto a percentagem de lotes vendidos (A), diminuiu nos *online* de 61% para 48%, no primeiro semestre. O presencial vendeu 58% dos seus lotes. A percentagem de crescimento do preço (B), para o Mobiliário, registou um pequeno número de lotes na classe dos +100%, ou seja, poucos são os clientes estão dispostos a entrar em *bidding wars* por lotes de mobiliário, tanto no *online* como no presencial. Isto pode ter como possível justificação a democratização do acesso a mobiliário moderno, elaborado por *designers* e a baixo custo, que possa ser alvo de compra imediata, como é o caso do mobiliário do IKEA. Daí a classe que tem maior representatividade geral é a dos -50%. Em suma, o comprador está disposto a comprar mobiliário moderno, mas os limites de valores máximos autoimpostos são baixos uma vez que existem, no Mercado, várias alternativas.

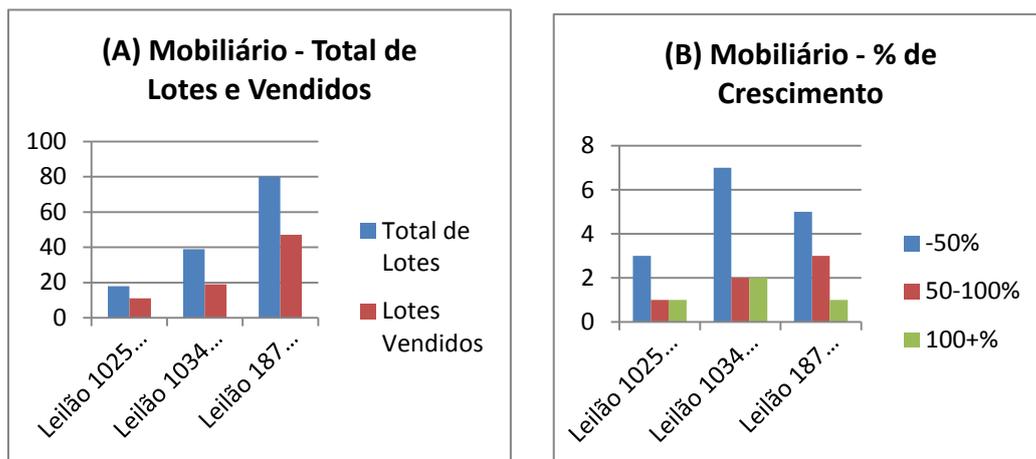


Figura 7/2017 – Mobiliário - Total de Lotes e Vendidos (A) e Percentagem de crescimento do preço sobre o valor de base (B) - Primeiro Semestre de 2017 -*Online* Vs. Presencial

Vejamos agora a categoria Outros. Ao longo do primeiro semestre de 2017, para os *online*, esta tem vindo a diminuir em números de lotes levados à praça. Como consequência o número de lotes vendidos também caiu. Isto pode refletir uma melhor definição dos critérios de seleção dos lotes que são levados a Leilão, ou seja, deixa de existir uma ambiguidade nos lotes e passam a ser mais específicos a uma categoria. Vemos que no Leilão 1034 os números estão muito próximos do presencial, como é confirmado pela Figura 8/2017 (A e B). Para o valor das vendas voltou-se ao que já se tinha verificado em 2016. No *online*, continuam consideravelmente mais baixos do que no presencial. O melhor resultado foi o do Leilão 1014, com €4.360, mas que ainda assim foi perto de um décimo do total obtido no presencial, €44.350. Ainda assim só no Leilão 1034 é que a percentagem de lotes vendidos não foi superior a 50% ficando apenas pelos 44%. O preço médio por lote teve o seu valor máximo, para os *online*, no Leilão 1034, com €81, apesar de que ainda assim não pode ser comparado com os €1.529 de preço médio por lote do presencial. O panorama da percentagem de crescimento do preço (B), demonstrou que o Leilão 1014 registou a quantidade mais elevada de lotes que contabilizou um aumento do preço face ao seu valor de base. Assistimos depois, nos outros leilões *online*, a um decréscimo da subida do preço dos lotes bastante acentuado. Isto é um reflexo da diminuição do número de lotes. Dado a percentagem de vendas de lotes (A) do Leilão 1014 e do 1025, 65 e 54% respetivamente, podemos constatar que o número de lotes vendidos pela base é significativo.

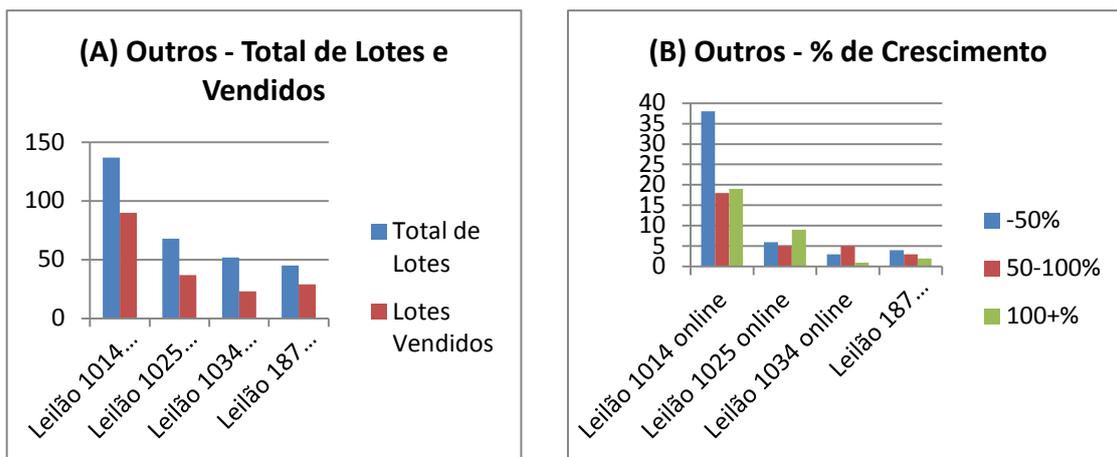


Figura 8/2017 – Outros - Total de Lotes e Vendidos (A) e Percentagem de crescimento do preço sobre o valor de base (B) - Primeiro Semestre de 2017 - *Online* Vs. Presencial

Podemos então fazer um pequeno resumo do primeiro semestre de 2017. Neste decorreram quatro leilões, sendo três deles *online*. Com bases nos gráficos, podemos afirmar que o Leilão 1014 ainda tem um carácter principalmente introdutório. Isto é visível nos seus resultados em múltiplas análises, das quais saliento a figura 1/2017, onde se destacam dois aspetos: 1- registou-se um decréscimo percentual tanto no valor das bases como no valor das vendas, para o Leilão 1004; 2- verificou-se um aumento considerável, do Leilão 1014, para o Leilão 1025, em termos de valores de base e valores de venda.

Outra figura com interesse para a afirmação sobredita é a Figura 8/2017. onde é possível constatar que o número de lotes da categoria Outros apresenta-se em maior quantidade no 1014 e reduzem drasticamente nos leilões seguintes, demonstrando assim o carater genérico e pouco especializado deste leilão. Por último, a inexistência das categorias de Mobiliário e Escultura no Leilão 1014. Tendo em consideração todos estes fatores, pode afirmar-se que o Leilão 1014 teve uma prestação pior do que o 1004, que foi o primeiro a ser realizado.

Segundo Semestre de 2017

No segundo semestre de 2017, realizaram-se os seguintes leilões: 1047, 1066, *online* e o 190, presencial.

Para os *online*, assistimos a um aumento tanto do número de lotes levados a leilão como o número de vendidos do último leilão do semestre anterior para o primeiro deste. Apesar disso, registou-se um decréscimo para o segundo leilão do semestre, Figura 9/2017. O presencial

também registou um aumento em termos da quantidade de lotes presentes em leilão e lotes vendidos.

Os valores do *online* são consideravelmente inferiores aos do presencial sendo que o valor da base é vinte e uma vezes inferior e o valor das vendas dezasseis vezes, tendo como registo de comparação o melhor resultado, obtido no Leilão 1047, sendo o valor de base de €34.350 e as vendas foram de €22.417.

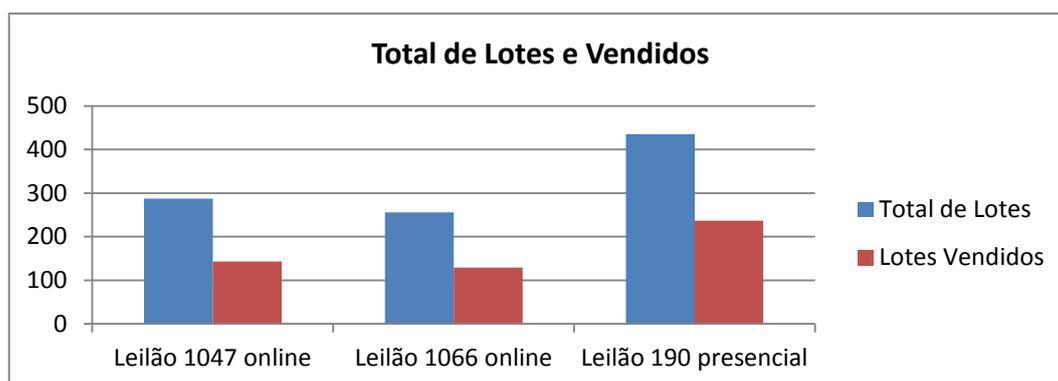


Figura 9/2017 – Total de Lotes e Vendidos - Segundo Semestre de 2017 - *Online* Vs. Presencial

Para a evolução do *online*, Figura 10/2017, verificamos que o valor das bases do Leilão 1047 aumentou mais de 26% face ao Leilão 1034, e que para o 1066, registou uma diminuição inferior a 1%. Para as vendas, o valor do Leilão 1047, foi 95% superior ao do 1034 e registou-se uma quebra de aproximadamente 12% para o valor de venda do 1066.

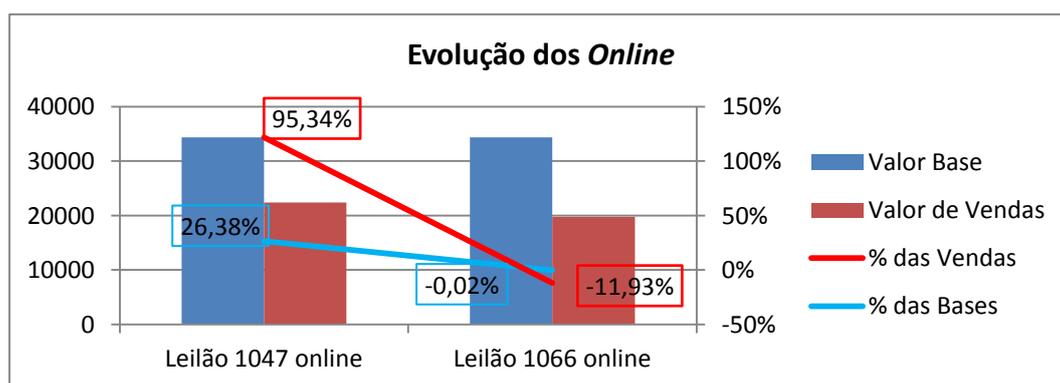


Figura 10/2017 - Evolução do *Online* - Segundo Semestre de 2017

As médias da base nos leilões 1047 e 1066, foram respetivamente de €120 e €134, valores inferiores aos do semestre anterior. Para o preço médio por lote o cenário foi de crescimento, atingindo um máximo de €156 no Leilão 147. Estes valores ainda assim encontram-se longe do presencial que obteve uma média do valor de base de €1.733 e um preço médio por lote de

€1.571. Para a percentagem de crescimento do preço, Figura 11/2017, verificamos, através da quantidade de lotes levados a leilão e pelo número de lotes vendidos que houve um decréscimo percentual no segundo semestre. Se tivermos em consideração que no primeiro semestre tiveram lugar 3 leilões e no segundo apenas dois, podemos constatar que apesar da diminuição da percentagem o segundo semestre demonstrou uma melhor performance.

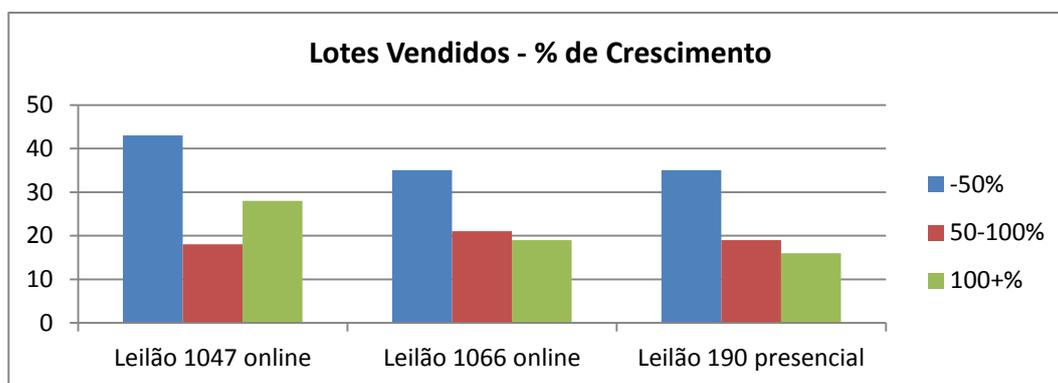


Figura 11/2017 – Lotes Vendidos – percentagem de crescimento do preço sobre o valor de base - Segundo Semestre de 2017 - *Online* Vs. Presencial

Para o setor da Pintura, no *online*, assistimos a um aumento do número de lotes disponíveis e a um conseqüente aumento do número de lotes vendidos, Figura 12/2017 (A e B). Face ao melhor resultado do primeiro semestre, a quantidade de lotes vendidos triplicou, aproximadamente, indo dos 11 lotes vendidos para os 30. Apesar desta melhoria significativa, ainda se encontra distante dos números do presencial, que contou com 78 lotes vendidos. Os valores totais de vendas praticamente duplicaram do Leilão 1047 para o 1066, de €3.725 para €6.111. Apesar disso o preço médio por lote diminuiu dos €219 para os €203. Ainda assim os valores do *online* continuam longe do presencial, com €261.580 de total de vendas com um preço médio por lote de €3.353. Já para a percentagem de lotes vendidos (A) os melhores valores registaram-se nos *online*, onde o pior resultado, 46%, é superior ao do presencial, 45%. Através da percentagem de crescimento do preço (B), compreendemos que existem mais compradores disponíveis para fazer subir o valor de venda dos lotes de Pintura face ao semestre anterior. Podemos ainda constatar que o Leilão 1066 alcançou melhores resultados do que o presencial em duas das três categorias.

Sendo certo que a ordem de grandeza dos valores é distinta, mas ainda assim numa escalada de preços entre os €100 e os €500, existe um número de compradores que não está disposto a alocar mais do que considera necessário e/ou pode disponibilizar para adquirir Arte e assim se retira da *bid war*, tal como existem inúmeros compradores que são confrontados

com este mesmo problema, mas nas ordens de valores comuns a um leilão presencial. Ou seja, apesar de serem poucos os compradores *online* que estão dispostos a fazer subir o preço de um lote para mais do dobro do valor de base, este número tem vindo a crescer.

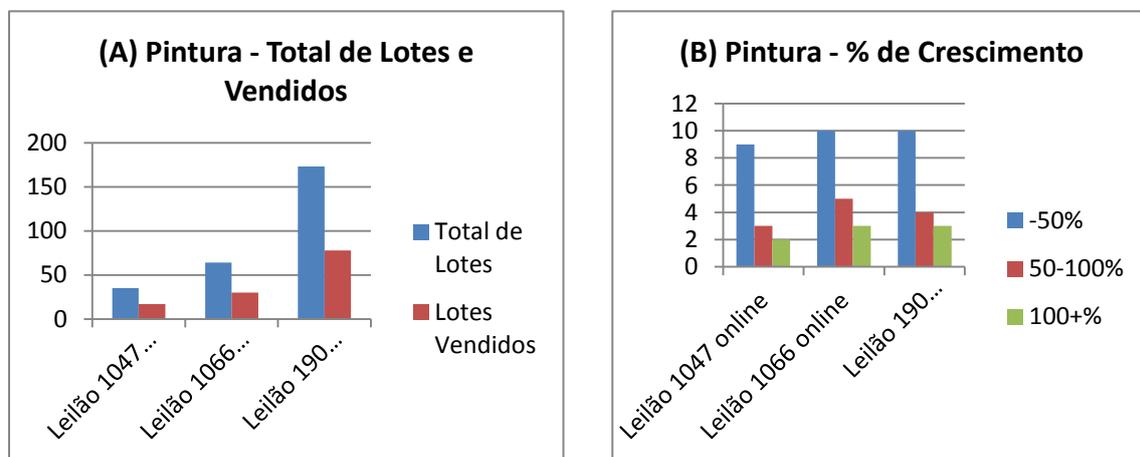


Figura 12/2017 – Pintura - Total de Lotes e Vendidos (A) e Percentagem de crescimento do preço sobre o valor de base (B) - Segundo Semestre de 2017 - *Online* Vs. Presencial

A categoria Desenho, Figura 13/2017 (A e B), registou um aumento considerável no número de lotes presentes em leilão face ao semestre anterior (A). Do Leilão 1034 para o 1047, o número de lotes disponíveis mais que triplicou, dos 45 para os 138, registando depois uma pequena quebra para os 117 no Leilão 1066. Já os lotes vendidos aumentaram de 19, no 1034, para os 66, no 1047 e 1066, mais uma vez um resultado superior a um aumento de três vezes. Para valores de venda o Leilão 1047 realizou €11.502 com um preço médio por lote de €174. Estes diminuíram ligeiramente para o Leilão 1066, €9.936 de total de vendas e €150 de preço médio por lote. Apesar do incremento de valores generalizado deste setor *online*, estes ainda estão longe do presencial que contou com €46.840 de vendas e um valor médio por lote de €996. Este setor no *online* tem vindo a ganhar representação, sendo reflexo disso ter alcançado os valores de venda mais elevados no segundo semestre. Como é perceptível pela percentagem de crescimento do preço (B), as categorias mais elevadas percentualmente contam com mais entradas, demonstrando assim a importância desta categoria para os leilões *online*.

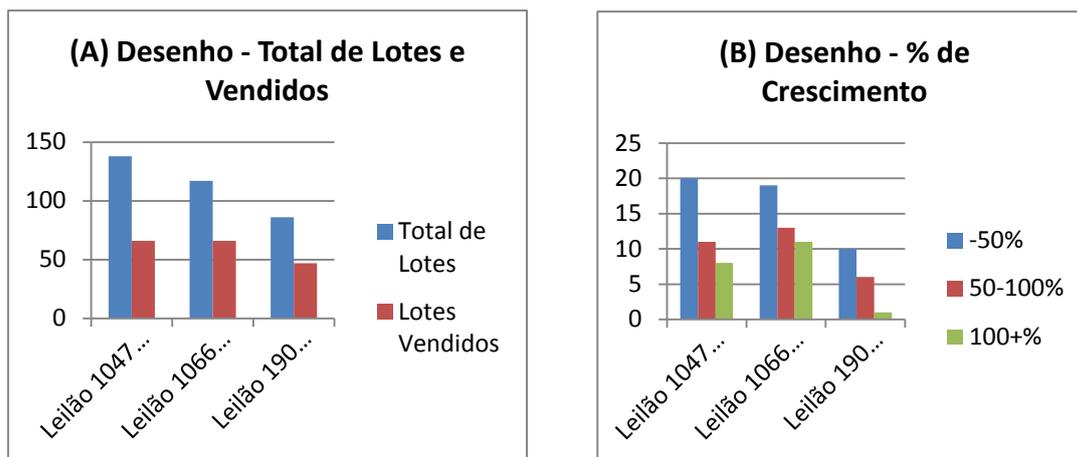


Figura 13/2017 – Desenho – Total de Lotes e Vendidos (A) e Percentagem de crescimento do preço sobre o valor de base (B) - Segundo Semestre de 2017 - *Online* Vs. Presencial

A Escultura, no Leilão 1047, não contabilizou nenhum lote, por isso apenas poderíamos comparar o Leilão 1066 com o 190. Devido à reduzida possibilidade de comparação não será apresentado nenhuma figura. Em termos de número de lotes presentes em leilão e os vendidos, o Leilão 1066, contabiliza 19 e 6, respetivamente. O presencial contou com perto do dobro dos lotes, 36, dos quais 19 foram vendidos. Os valores, no *online*, obtidos pelos 6 lotes vendidos foram €410, totalizando um preço médio por lote de €68. Para o presencial, os valores foram de €7.760 com um preço médio por lote de €408. Podemos então compreender que a Escultura tanto no *online* como no presencial tem uma base de clientes bastante reduzida quando comparada com as outras áreas. Esta afirmação encontra justificação na percentagem de crescimento do preço. Para o total do *online*, apenas 3 lotes foram vendidos por um valor superior ao da base, 2 por -50% e 1 por +100%. No presencial, apenas se venderam dois lotes ambos por +100%. Isto significa que no presencial se venderam 17 lotes pelo valor de base. Em suma, existem clientes para este mercado, mas apenas uma ínfima parte está disposta a oferecer mais do que o valor de base.

Para o Mobiliário, Figura 14/2017 (A e B), estes foram os resultados do segundo semestre. Ao contrário do primeiro semestre, esta categoria figura em todos os leilões decorridos. Ainda assim, assistimos a uma diminuição do número de lotes entre o Leilão 1047 e o 1066. Este decréscimo não se reflete nos valores, apesar da quantidade de lotes vendidos diminuir para perto de metade. Para o total de vendas, assistimos a um aumento de €300, dos €1.123 para os €1.420 e o preço médio por lote mais que duplicou, dos €102 para os €236. Ainda assim estes permanecem longe do presencial que contabilizou €37.770 com um preço médio por lote de €770.

Em suma, os compradores, *online*, de Mobiliário são poucos e altamente seletivos nas suas compras e preferem os lotes de melhor qualidade (A). Isto encontra-se registado no Leilão 1066. Com apenas metade dos lotes vendidos realizou um melhor resultado de vendas do que o Leilão 1047, que vendeu perto do dobro dos lotes e o 1066 para além de vender metade dos lotes, o preço médio destes duplicou face ao 1047. Por outro lado, já os compradores do presencial (B) estão mais predispostos a licitar repetidamente, aumentando assim o preço de venda dos lotes. Isto é verificável na classe dos +100% onde se registou o valor mais elevado neste grupo, para o Leilão 190.

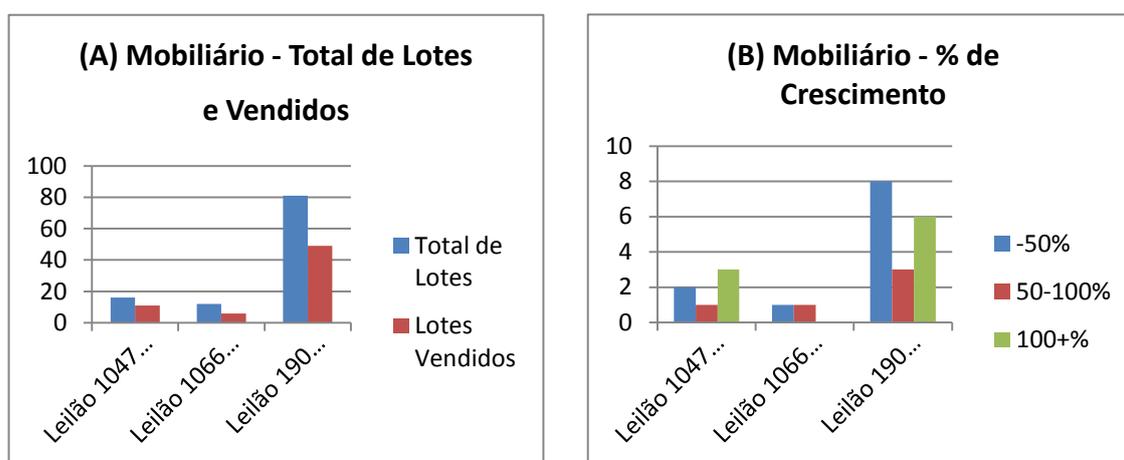


Figura 14/2017 – Mobiliário – Total de Lotes e Vendidos (A) e Percentagem de crescimento do preço sobre o valor de base (B) - Segundo Semestre de 2017 Online Vs. Presencial

Para a categoria Outros, Figura 15/2017 (A e B), o segundo semestre registou um aumento de lotes (A), criando assim uma rutura com o que vinha acontecendo até então. Se comparamos o número de lotes, 52 do Leilão 1034, o último do semestre anterior, vemos que este praticamente duplicou no 1047. Este comportamento de aumento para o dobro também se registou nas vendas. Já o Leilão 1066 apresenta um número próximo ao do 1034. Para os valores, assistimos a uma quebra bastante significativa entre o 1047 e o 1066, de €6.067 para €1.865, respetivamente. Esta quebra reflete-se também no preço médio por lote, sendo que desceu dos €123 para os €88. Já a percentagem de crescimento do preço (B), demonstrou flutuações consideráveis em termos de números. Para o Leilão 1047, trinta lotes foram vendidos acima do seu valor de base, enquanto o Leilão 1066 apenas registou nove. Estes números, do 1066, são ainda mais baixos que os do presencial, demonstrando assim, mais uma vez, o carácter errático que caracteriza esta categoria.

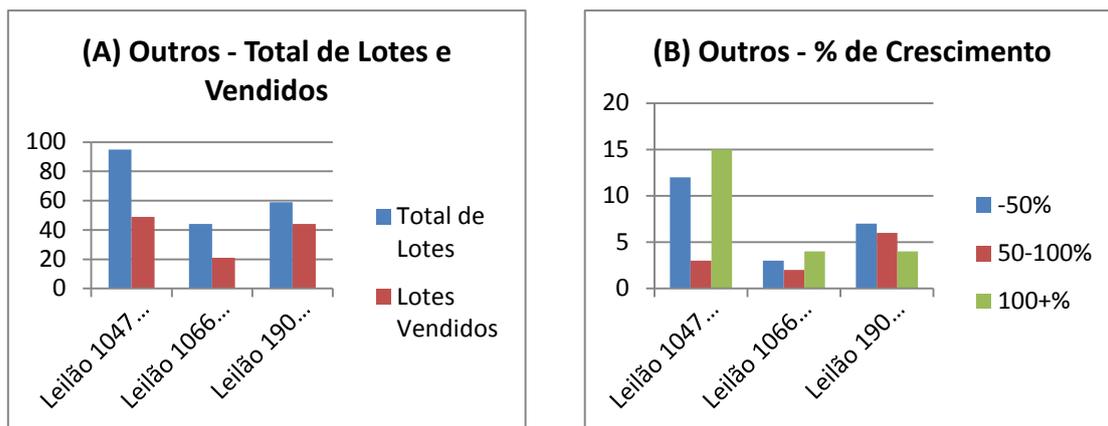


Figura 15/2017 – Outros - Total de Lotes e Vendidos (A) e Percentagem de crescimento do preço sobre o valor de base (B) - Segundo Semestre de 2017 - *Online* Vs. Presencial

Concluída a análise do segundo semestre de 2017, podemos então fazer um resumo do ano. Neste ano tiveram lugar 7 leilões, cinco dos quais *online*. As suas prestações sofreram algumas flutuações, mas o sentido geral foi de melhoria face ao leilão anterior. Isto é visível em vários parâmetros, dos quais destaco os seguintes. Os valores de vendas aumentaram de €5.976, no Leilão 1014, para €22.417, o resultado mais alto do ano, no Leilão 1047 terminando com €19.742 no último leilão do ano, o 1066. Em percentagem de lotes vendidos a alteração já é oposta, uma vez que o Leilão 1014 registou 58% de lotes vendidos, tendo atingido o resultado mais baixo no Leilão 1034 com 41%, acabando o ano com 50% de lotes vendidos no Leilão 1066. Outro parâmetro que demonstrou várias alterações no decorrer do ano foi a percentagem de crescimento do preço. Através desta, podemos constatar que o número de lotes vendidos por valor superior à base começou com 81 no Leilão 1014, que registou o valor mais alto, 89 no 1047, acabou o ano com 75 no Leilão 1066. De ser ainda dito que o Leilão 1047 alcançou os valores mais altos tanto na classe dos -50% como na dos +100%, sendo que o melhor resultado da classe dos 50-100% foi obtido no Leilão 1066. Para as categorias, a que registou mais lote vendidos foi a categoria Outros, com 220, seguida de perto pelo Desenho com 211 lotes. A categoria que menos lotes vendeu, foi a Escultura, contabilizando apenas 21. Para valores o melhor resultado foi alcançado pelo Desenho com €30.103, em segundo a Pintura com pouco mais de metade do valor, €16.416. A que obteve o valor mais baixo foi a Escultura com €1.414. Para a percentagem de crescimento do preço a categoria que registou o melhor resultado foi a Outros com 143 lotes vendidos por um preço superior ao valor da base. Em segundo ficou o Desenho com 124 e em último mais uma vez a Escultura. Esta má prestação da Escultura em vários parâmetros de análise deve-se a vários

fatores. Em primeiro lugar, figura em apenas 3 leilões em 2017. Tanto o total de lotes levados à hasta como os vendidos são em quantidade bastante diminuta, 44 e 21, respetivamente. Para valores de venda o máximo que atinge são os €603 no Leilão 1034, sendo que o preço médio por lote foi de aproximadamente €100, para os 21 lotes vendidos. Com base nestes critérios podemos afirmar que a Escultura obteve a pior prestação em 2017. Este ano vai ser também o último ano em que o Mobiliário figura em quantidade suficiente nos leilões *online* para ser analisado. Devido ao facto de não ser possível realizar uma análise comparativa, será deixado de parte a categoria Mobiliário nos leilões presenciais. Ainda assim os resultados desta categoria serão incluídos nas prestações gerais dos leilões presenciais (Número de lotes, Valores de vendas, etc.). Creio ser ainda necessário uma breve conclusão sobre os presenciais em 2017. Para os valores das vendas registaram-se aumentos do Leilão 187, para o 190, dos €345.640 aos €372.560. Ainda assim estes valores são inferiores ao melhor resultado do presencial em 2016, €450.710. Para as categorias a que mais lotes vendeu foi a Pintura com 110 lotes. Esta foi também a que atingiu o valor de vendas mais alto na soma de todos os lotes vendidos com €472.720. A categoria que vendeu mais lotes por um valor superior ao da base foi o Desenho com 30 lotes.

Primeiro Semestre de 2018

Este ano também será dividido em dois semestres, devido ao elevado número de leilões tanto *online* como presenciais, 4 e 2 respetivamente, que foram os seguintes, 1084, 1098, 1120, 1142 e 193 e 196.

No primeiro semestre de 2018, decorreram dois leilões *online*, 1084 e 1098 e um leilão presencial, 193. Em quantidade de lotes levados a leilão podemos assistir a um decréscimo pouco significativo entre o Leilão 1084 e o 1098. Devido à diminuição do número de lotes disponíveis, o número de lotes vendidos também registou uma ligeira quebra, Figura 1/2018. O presencial também registou uma quebra em ambos os indicadores face ao último semestre do ano anterior.

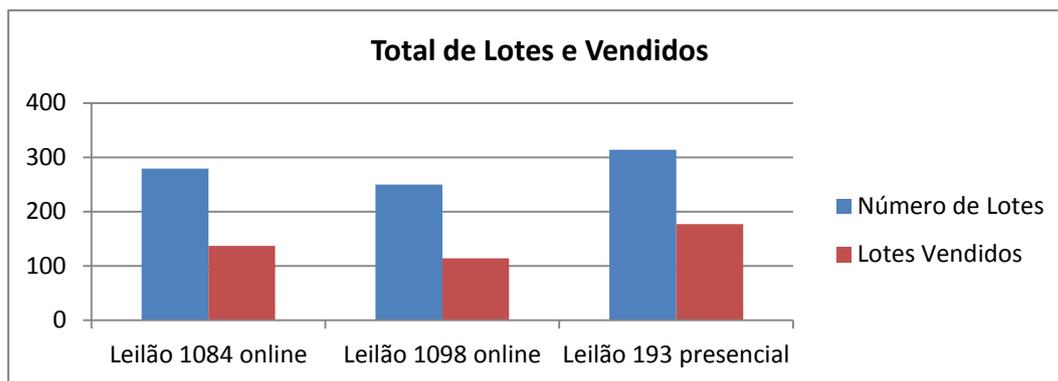


Figura 1/2018 – Total de Lotes e Vendidos - Primeiro Semestre de 2018 - *Online* Vs. Presencial

Para os leilões *online*, registámos o seguinte cenário evolutivo, Figura 2/2018. Face ao Leilão 1066, o Leilão 1084 registou um decréscimo de 7% no valor das bases. Este enfraquecimento resultou numa diminuição de 18% no valor de vendas, face à soma obtida no leilão anterior. Já para o Leilão 1098 o valor de bases registou a segunda quebra do semestre, de 4%. Ainda assim, o valor de vendas registou um aumento de 37%. Em euros este aumento foi superior a €6.000, de €16.092 do Leilão 1084 para €22.111 no Leilão 1098. Para as médias, registou-se um aumento tanto na média da base como no preço médio por lote, do Leilão 1084 para o 1098, sendo os resultados do último €121 e €193, respetivamente.

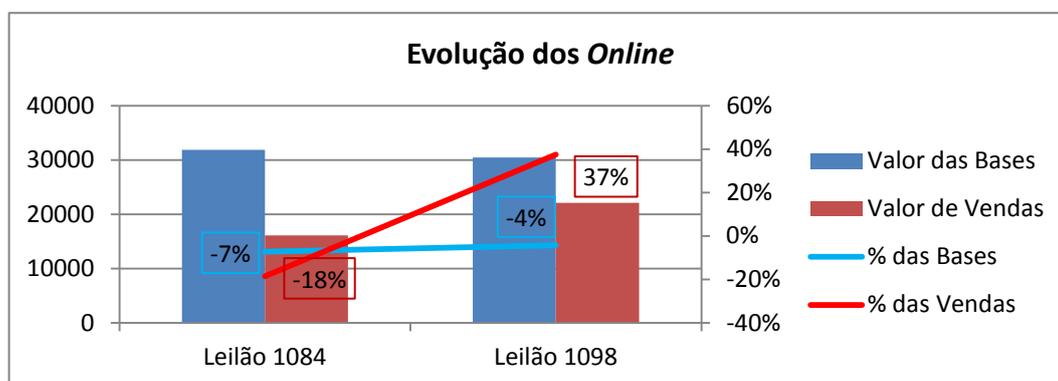


Figura 2/2018 - Evolução dos *Online* - Primeiro Semestre de 2018

Ainda assim estes valores encontram-se consideravelmente distantes dos valores do presencial, que registou €1.879 de média das bases e um preço médio por lote de €2.352. Através destes indicadores, é possível comprovar mais uma vez que a qualidade dos lotes levados a leilão de modo presencial é consideravelmente superior à dos *online*. Isto é perceptível se juntarmos os dois resultados de vendas do *online* deste semestre, que totalizam

€38.203, sendo que este valor é menos de um décimo do valor do presencial, €416.360. Para os lotes vendidos, Figura 3/2018, no *online* é ainda possível compreender que do Leilão 1084 para o 1098 registou-se uma quebra no número de lotes vendidos por valores superiores ao da base. Ainda assim como tem sido hábito desde o Leilão 1014, a classe que regista o maior número de lotes é a dos -50%. Já a classe dos 50-100% registou neste semestre o seu valor mais baixo de sempre, com apenas 7 lotes no Leilão 1098.

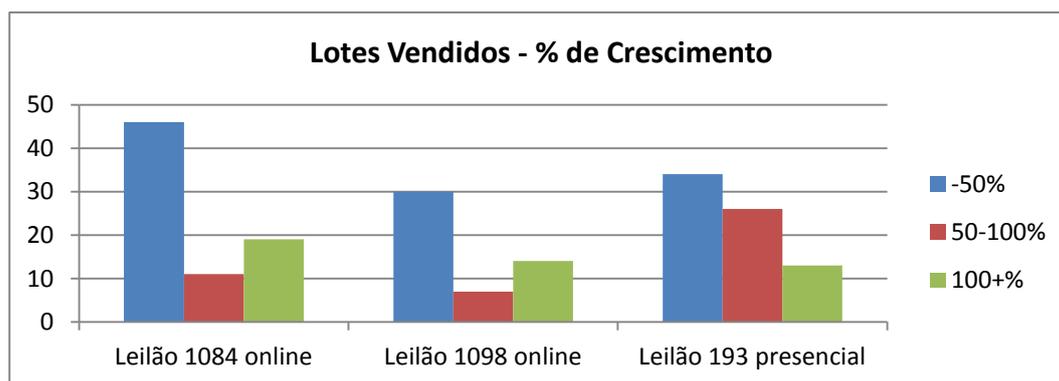


Figura 3/2018 - Percentagem de crescimento do preço Primeiro Semestre de 2018 *Online* Vs. Presencial

Para a Pintura o primeiro semestre de 2018, decorreu da seguinte forma, Figura 4/2018 (A e B). Para o *online* registou-se uma pequena quebra no número de lotes vendidos. O presencial continua conseguir alocar mais lotes e a vender mais (A). Em termos de valores, o *online* registou um aumento do Leilão 1084, com €6.284 para os €8.110 no Leilão 1098. Ainda assim estes números continuam distantes do presencial com €209.180. Para o preço médio por lote, o melhor resultado do semestre para os *online* foi obtido no Leilão 1098 que alcançou os €386. Este valor apesar da melhoria, não chega a ser um décimo do preço médio por lote do presencial, que alcançou os €4.357. Para a percentagem de lotes vendidos o melhor resultado foi obtido no presencial com cerca de 50% dos lotes vendidos. No Leilão 1098 a Pintura registou o seu pior desempenho até à data, vendendo apenas 33% dos lotes. Para a percentagem de crescimento do preço (B) o Leilão 1084 na classe dos 50-100% não registou qualquer lote, sendo que as outras classes registaram valores que somados não atingem os 10 lotes. O Leilão 1098 que já contou com registos em todas as classes, viu o seu valor mais alto ser 5 lotes. O presencial registou entradas em todas as classes, sendo apenas a dos +100% igual em termos de lotes ao *online* sendo as outras duas superiores.

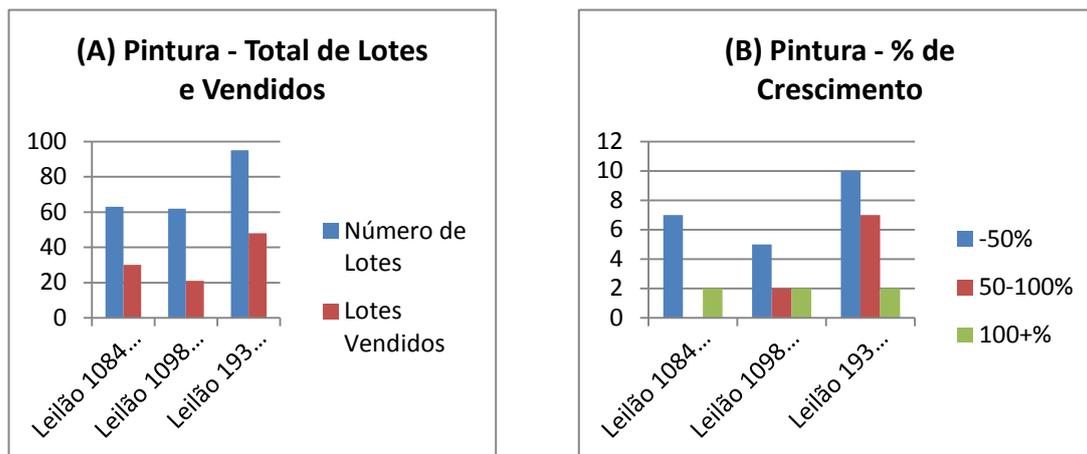


Figura 4/2018 – Pintura – Total de Lotes e Vendidos (A) e Percentagem de crescimento do preço sobre o valor de base (B) - Primeiro Semestre de 2018 - *Online* Vs. Presencial

Para o Desenho o primeiro semestre no *online* decorreu de melhor forma do que para o presencial, Figura 5/2018 (A e B). Em número de lotes disponíveis o *online* obteve um valor mais elevado. Para os vendidos o presencial obteve um resultado pouco superior do que o pior resultado do *online* (A). Os valores de venda, decresceram do Leilão 10844 para o 1098, dos €7.534 para os €7.214. Ainda assim estes valores continuam bastante distantes dos atingidos pelo presencial, €134.610. O preço médio por lote, ao contrário do valor de vendas, registou um aumento de um leilão *online* para o seguinte. Apesar da melhoria, ainda é mais de 16 vezes inferior ao do presencial, que atingiu os €2.447. Para a percentagem de crescimento do preço sobre o valor de base (B) é possível verificar que a classe dos -50% continua a ser a que conta com mais registos. Já a classe dos +100% atinge, no *online*, um valor superior e outro pouco inferior ao do presencial.

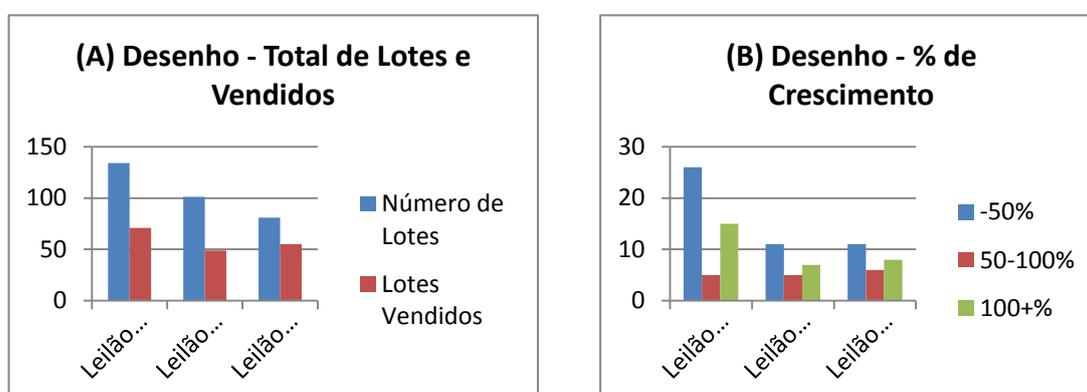


Figura 5/2018 – Desenho - Total de Lotes e Vendidos (A) e Percentagem de crescimento do preço sobre o valor de base (B) - Primeiro Semestre de 2018 - *Online* Vs. Presencial

Para a Escultura, o primeiro semestre de 2018, decorreu como se pode observar na Figura 6/2018. A quantidade de lotes, de Escultura, presentes em leilão, para os *online*, tem vindo a diminuir desde o último leilão de 2017, o 1066. Apesar desta diferença, venderam-se mais peças no Leilão 1098 do que no 1066. O presencial contou com um número consideravelmente maior de lotes disponíveis, mas o número de lotes vendidos é ligeiramente superior ao melhor resultado do *online*, 10 e 8 respetivamente. Para os resultados de vendas, o *online* registou um aumento superior a 5 vezes do Leilão 1084 para o 1098, passando de €608 para os €3.202.

Quando comparados os valores entre leilões *online* e presenciais verifica-se que o melhor valor atingido nos leilões *online* é ainda 1/8 do atingido nos presenciais. €25.800. Estes aumentos, em particular do *online*, são também verificáveis nos preços médios por lote. Estes registaram um aumento superior a 6 vezes, indo dos €76 para os €457. O valor mais elevado corresponde ao Leilão 1098 e foi o valor mais elevado até à data para a Escultura. Para a percentagem de crescimento do preço o resultado foi de tal modo reduzido que não será apresentado nenhuma informação visual. Ainda assim deve ser mencionado que ambos os *online* registaram números superiores ao presencial. Apesar disso o que mais se verificou foi a ausência de classes em todos os leilões, sendo que no presencial apenas um lote foi vendido por um valor superior ao da base.

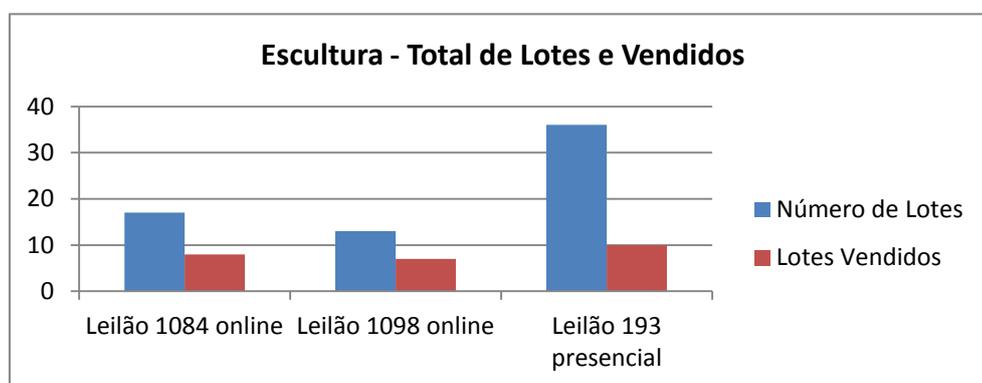


Figura 6/2018 – Escultura - Total de Lotes e Vendidos - Primeiro Semestre de 2018 - *Online* Vs. Presencial

Para a categoria Outros, o primeiro semestre decorreu da seguinte forma, Figura 7/2018 (A e B). Podemos constatar que mais uma vez, a quantidade de lotes presentes nesta categoria é bastante superior nos *online* face ao presencial (A). Se compararmos com o período homólogo do ano anterior, Figura 4.4.2.6 (A), vemos que o número de lotes presentes em leilão é inferior ao resultado mais alto desse semestre, o Leilão 1014, mas que é mais elevados

que o resultado mais baixo, o Leilão 1034. Ainda assim estes valores são o dobro dos apresentados no presencial, tanto no número de lotes disponíveis como nos vendidos. Esta diferença deve-se ao fato dos leilões presenciais estarem altamente codificados em termos de peças e os lotes que são mais ambíguos na sua categorização, pintura, escultura, etc., não figuram em quantidades tão elevadas como nos *online*.

Os valores obtidos pelo *online*, são consideravelmente mais próximos ao presencial, do que em qualquer outra categoria. O melhor resultado foi obtido com o Leilão 1098, com €3.585, sendo que o valor atingido pelo presencial foi menos de duas vezes superior, alcançando os €6.820. Para o preço médio por lote a diferença já é mais semelhante às outras categoria sendo o melhor valor do *online* €96, obtido no Leilão 1098, e o valor do presencial €524. Para a percentagem de crescimento do preço (B), assistimos tal como vimos noutras categorias à predominância da classe dos -50%. Isto reflete que devido a multiplicidade de peças que compõem esta categoria, os clientes não estão dispostos a licitar ativamente nos lotes disponíveis, devido à grande oferta. Este interesse reduzido por esta categoria é visível também no presencial, o que seria espetável, uma vez que por norma os compradores do presencial são conduzidos às grandes categorias e aos objetos que são facilmente identificáveis e canónicos.

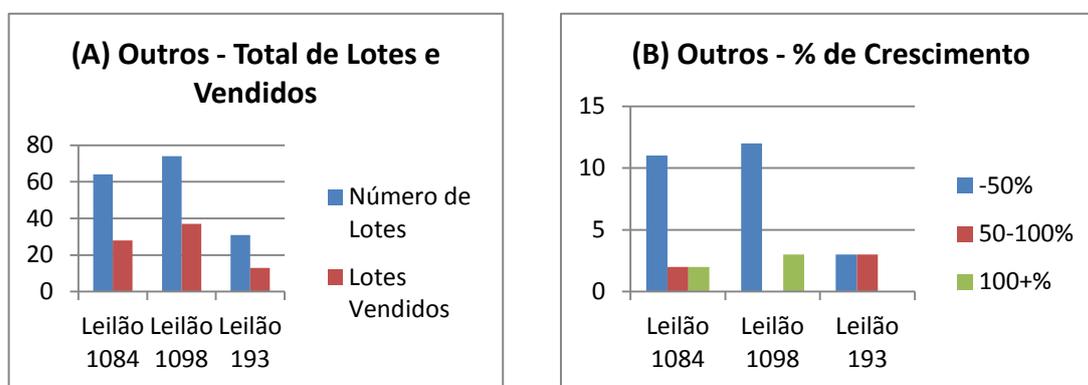


Figura 7/2018 – Outros - Total de Lotes e Vendidos (A) e Percentagem de crescimento do preço sobre o valor de base (B) - Primeiro Semestre de 2018 *Online* Vs. Presencial

Analisado o primeiro semestre de 2018, podemos concluir o seguinte. Apesar do número de lotes, no *online*, ter diminuído o valor de vendas aumentou. A categoria do Mobiliário deu por terminada a sua presença nos leilões *online* de Arte Moderna e Contemporânea, passando a figurar em exclusivo nos leilões *online* de móveis. A categoria que mais lotes vendeu foi o Desenho, mas a que atingiu os valores mais altos foi a Pintura. A Escultura continua a ser a que menos lotes vendeu, mas regista a maior subida de valor de vendas do Leilão 1084 para o

1098, indo dos €608 para os €3.202 (+ €2.594). O Desenho, apesar do sucesso de vendas, registou um decréscimo de €300 do primeiro leilão para o segundo do semestre.

Segundo Semestre de 2018

No segundo semestre de 2018, tiveram lugar três leilões, dois deles *online*, o 1120 e 1142, e um presencial, o 196. Neste segundo semestre, assistimos pela primeira vez a um leilão *online* que obteve mais lotes vendidos que o presencial, Figura 8/2018. O Leilão 1142, contou com mais lotes e vendeu mais do que o Leilão 196. O 1142, ultrapassou ainda a barreira dos trezentos lotes em leilão.

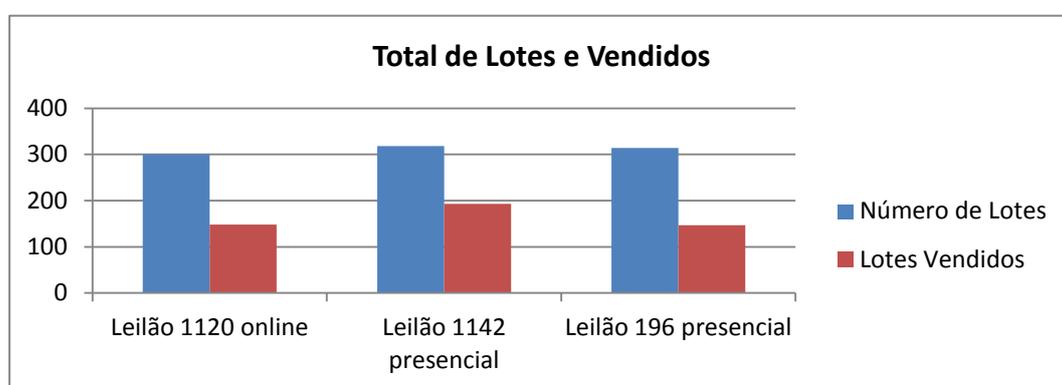


Figura 8/2018 – Total de Lotes e Vendidos - Segundo Semestre de 2018 - *Online* Vs. Presencial

Os leilões *online* registaram a evolução visível na Figura 9/2018. O valor de base dos lotes aumentou 31%, do Leilão 1098 para o 1120, registando depois uma quebra de 11% para o 1142. O valor de vendas registou igualmente um aumento do 1098 para o 1120, em 29% e seguiu esta tendência, mas numa aceleração mais lenta, do 1120 para o 1142, de 3%.

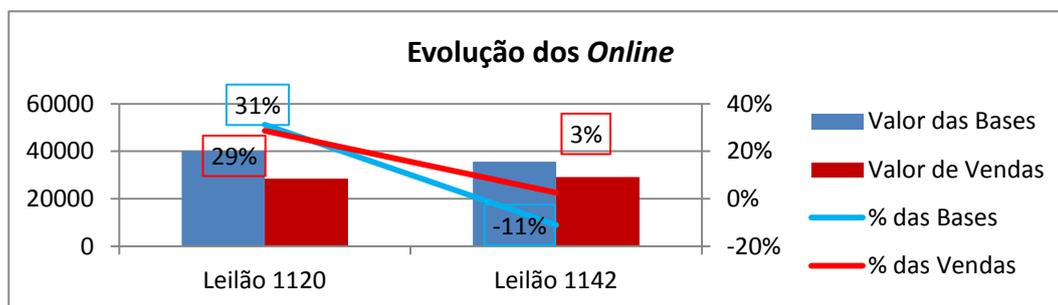


Figura 9/2018 - Evolução dos *Online* - Segundo Semestre de 2018

A percentagem de crescimento do preço, Figura 10/2018, atingiu novamente valores superiores nos *online*. Estes valores são inferiores nas classes dos -50% e 50-100%, no Leilão 1120 face ao 1042 (Segundo Semestre de 2017), sendo superiores em todas as classes do 1142

face ao 1066 (Segundo Semestre de 2017). Para o presencial, são inferiores em todas as classes no 196, face ao 190. Apesar destas diferenças em números, para os *online*, o segundo semestre de 2018 contou com 213 lotes vendidos acima do preço de base, um aumento de 49 lotes face ao segundo semestre de 2017.

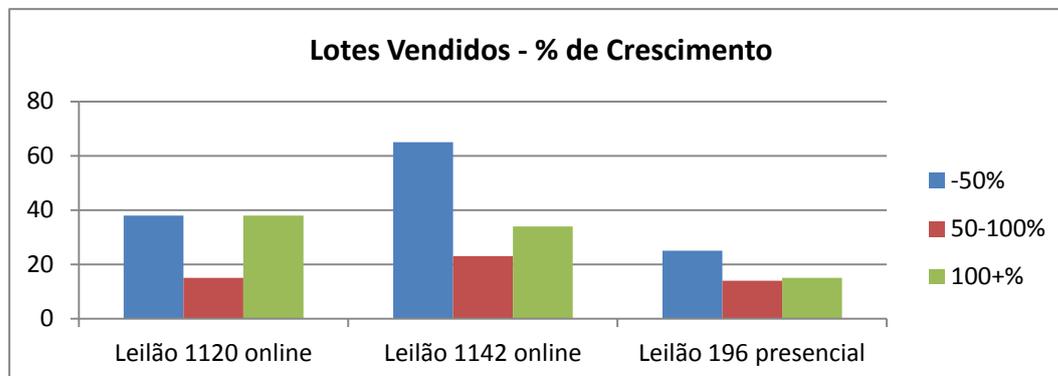


Figura 10/2018 – Lotes Vendidos – percentagem de crescimento do preço sobre o valor de base - Segundo Semestre de 2018 - *Online* Vs. Presencial

Para a Pintura, o segundo semestre de 2018 decorreu da seguinte forma, Figura 11/2018 (A e B). O leilão presencial tanto no número de lotes disponíveis como nos vendidos registou um valor que o coloca entre os dois leilões *online* (A). Já em valores tomou a dianteira, alcançando um resultado superior em trezes vezes ao melhor resultado do *online*, €176.150 e €13.093, respetivamente, sendo o segundo valor obtido no Leilão 1120. O preço médio por lote também registou um decréscimo entre os leilões *online*, €272 no 1120 e €242 no 1142. Se nos valores de vendas a diferença entre *online* e presencial era grande, no preço médio por lote é ainda maior, atingindo um valor 15 vezes superior ao melhor resultado do *online*, €4.096. A percentagem de aumento do preço (B), demonstra que no *online*, o número de entradas na classe dos +100% diminui substancialmente do Leilão 1120 para o 1142.

Ainda assim estes números são consideravelmente mais elevados do que os do presencial. No presencial, assistimos a uma curva descendente em grande parte homogénea à medida que as classes vão aumentando, enquanto no *online* assiste-se a uma irregularidade no comportamento das classes.

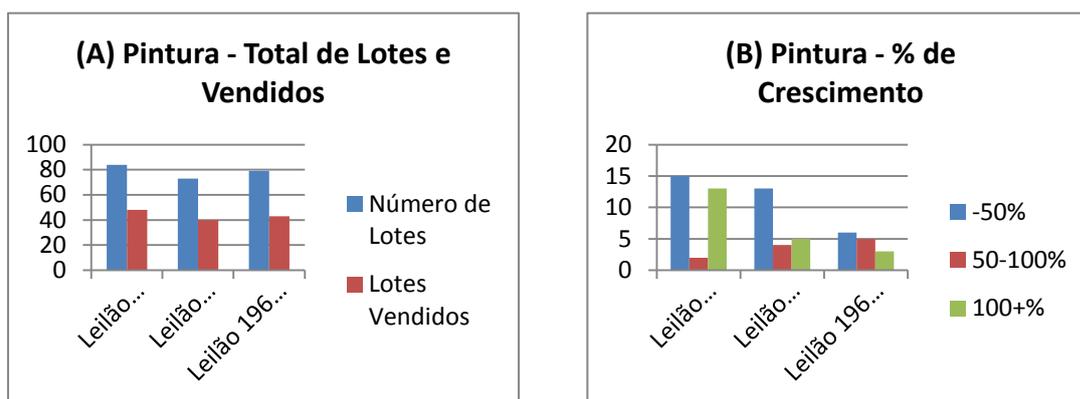


Figura 11/2018 – Pintura - Total de Lotes e Vendidos (A) e Percentagem de crescimento do preço sobre o valor de base (B) - Segundo Semestre de 2018 - *Online* Vs. Presencial

O Desenho, no segundo semestre de 2018, Figura 12/2018 (A e B), registou um aumento das suas vendas, nos *online*, apesar da diminuição da quantidade de lotes presentes em leilão (A). Esta categoria continua a ser consideravelmente superior em termos de quantidade no *online* do que no presencial, mas esta superioridade não se reflete nos valores. No *online* registou-se, apesar de pequeno, um decréscimo do valor de vendas, indo dos €13.419 para os €13.383. Já o presencial, apesar do número de lotes vendidos ser muito reduzido, duas vezes inferior ao pior resultado do *online*, apesar disso alcança um valor de vendas superior ao *online*, em mais de 4 vezes, atingindo os €62.790.

O preço médio por lote no *online* desceu dos €181 para os €157, sendo que presencial atingiu os €1.744. Para a percentagem de crescimento do preço (B), sobre o valor da base, assistimos a uma subida considerável da classe dos +100%, nos *online*. Esta subida deve-se ao facto desta categoria ser atrativa aos compradores uma vez que apresenta obras de autores de renome a preços consideravelmente mais reduzidos do que se verifica para os mesmos autores quando as suas obras são apresentadas no presencial.

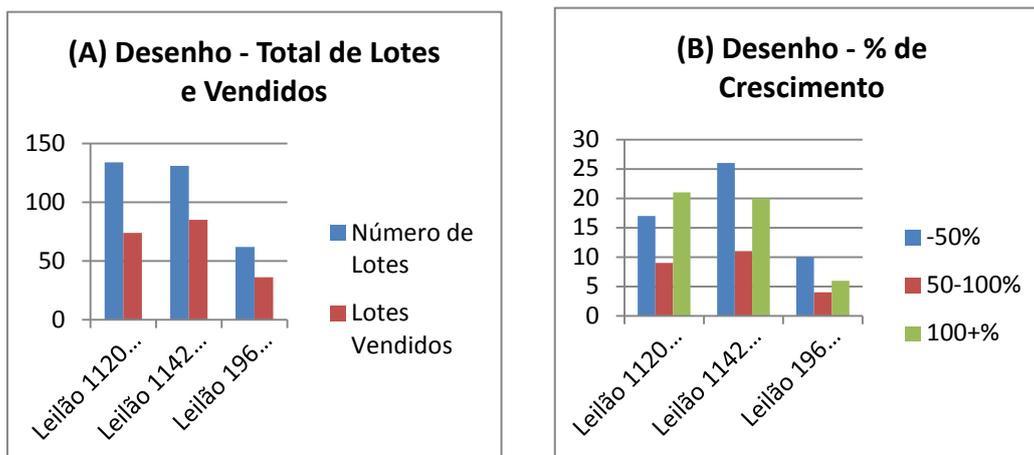


Figura 12/2018 – Desenho - Total de Lotes e Vendidos (A) e Percentagem de crescimento do preço sobre o valor de base (B) - Segundo Semestre de 2018 - *Online* Vs. Presencial

Para a Escultura, Figura 13/2018 (A e B), o segundo semestre de 2018 decorreu de forma bastante errática. No Leilão 1120, vendeu apenas um lote, sendo que no 1142 já vendeu mais lotes do que os que tinham sido levados a leilão no 1120. No presencial, as vendas foram inferiores às 10 unidades (A). Em termos de valores, o leilão 1120 realizou apenas €80, o 1142 alcançou os €3.760 e o presencial, os €14.950. O preço médio, por lote, no 1142 foi de €179 e no presencial foi mais de 10 vezes superior, alcançando os €1.868. Para a percentagem do crescimento do preço (B), o leilão 1120 não registou qualquer entrada, dado só ter tido um lote, que foi vendido pela base. O 1142 registou a classe dos +100% bastante próxima da classe que tem obtido quase sempre os melhores resultados, a dos -50% acima do preço base.

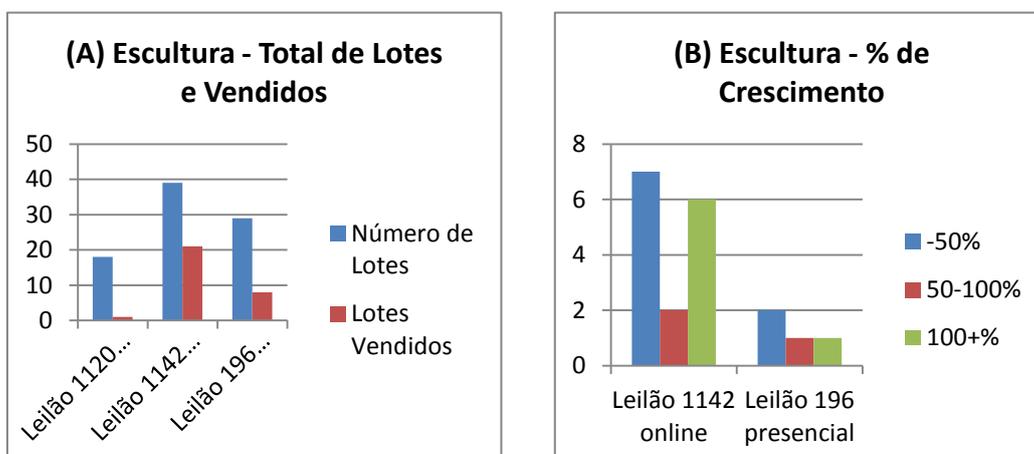


Figura 13/2018 – Escultura -Total de Lotes e Vendidos (A) e Percentagem de crescimento do preço sobre o valor de base (B) - Segundo Semestre de 2018 - *Online* Vs. Presencial

Para a categoria Outros, Figura 14/2018 (A e B), assistimos a uma aproximação do leilão presencial aos números mais elevados, registados no *online* (A). Os valores de venda atingidos aumentaram entre o Leilão 1120 e o 1142 de €1.863 para €2.342, respetivamente. Apesar da melhoria continuam distantes dos valores do presencial, €72.950. O preço médio por lote diminuiu entre os leilões *online* de €74 para €49. O preço médio por lote no presencial atingiu os €1.779, demonstrando assim a clara superioridade dos lotes de classificação ambígua no presencial face aos presentes no *online*. A percentagem de crescimento do preço sobre o valor de base (B), continua a demonstrar a superioridade dos leilões *online*, em termos de aumento de licitações. A classe mais elevada continua a ser a dos -50%. Podemos ainda verificar que, no presencial, nenhuma das classes ultrapassou as 5 unidades. Esta figura, como várias outras anteriormente apresentadas, demonstra que no leilão *online*, dados os valores mais baixos que estão envolvidos, é possível aos compradores licitarem repetidamente o lote que desejam adquirir, sem ultrapassarem o seu *budget*.

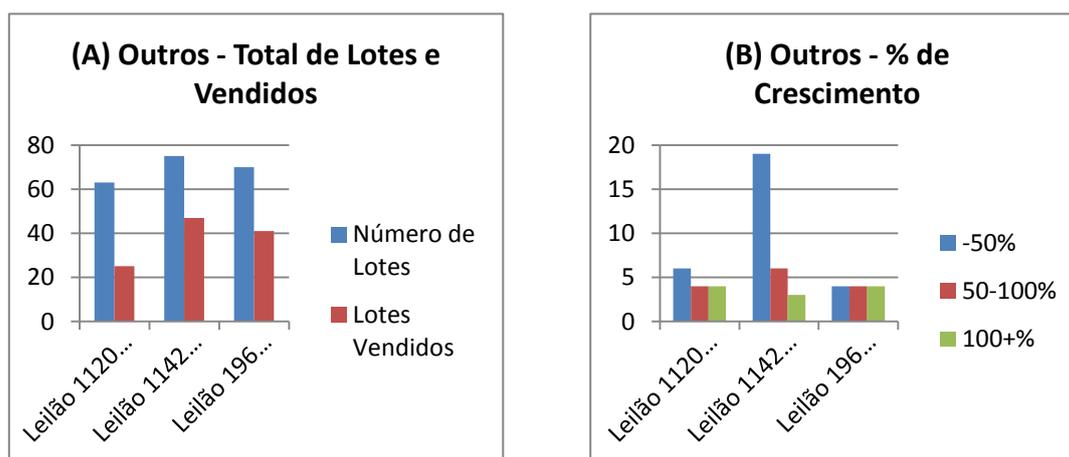


Figura 14/2018 – Outros - Total de Lotes e Vendidos (A) e Percentagem de crescimento do preço sobre o valor de base (B) - Segundo Semestre de 2018 - *Online* Vs. Presencial

No ano de 2018, tiveram lugar 6 leilões, quatro dos quais *online*. Em termos da quantidade de lotes presentes em leilão, o número sofreu alterações tendo como resultado mais baixo o Leilão 1098, com 250 lotes e o número mais elevado alcançado no Leilão 1142, com 318 lotes. Para os valores de venda começaram o ano a registar uma quebra face ao último valor de 2017, mas nos leilões seguinte foram registando crescimentos sucessivos. Para o número de lotes vendidos por um valor superior ao da base, em 2018 registou-se o mesmo valor que em 2017, 340 lotes. A divisão por classes registou valores mais altos em 2018 na -50% e na +100%, ou seja, assistimos a uma polarização dos clientes.

Por categorias, a que teve a prestação mais fraca foi a Escultura. Com apenas 37 lotes vendidos, sendo que num leilão apenas vendeu 1 lote, demonstrou assim um padrão de lotes vendidos totalmente errático. Para o valor das vendas, começou o ano com €608, subiu para os €3.202, desceu para os €80 e voltou a subir para os €3.760.

A categoria do Desenho registou dois valores de vendas superiores a €10.000, €13.419 e €13.383, totalizando 279 lotes vendidos, registando assim um total de vendas de €41.550. Este valor é superior em mais de €15.000 em comparação com o resultado de 2017. A Pintura vendeu 139 lotes, atingindo apenas um resultado de vendas acima dos €10.000, €13.093. Alcançou assim os €37.185 de vendas em 2018, registando um aumento superior a €10.000 face ao ano anterior.

Primeiro Semestre de 2019

Em 2019 tiveram lugar 5 leilões, três dos quais *online*. Os presenciais foram o 199 e o 202. Os *online*, foram o 1170, 1183 e o 1199. Podemos desde já verificar que é o segundo ano consecutivo em que existe uma diminuição do número de leilões tanto *online*, como presenciais. No primeiro semestre tiveram lugar 3 leilões, o 199, o 1170 e o 1183. No segundo semestre decorreram apenas dois, o 202 e o 1199.

No primeiro semestre de 2019, Figura 1/2019, em número de lotes disponíveis para leilão, nos *online*, verificou-se um aumento do 1170 para o 1183. Apesar deste aumento registou-se uma diminuição marginal do número de lotes vendidos. Ainda assim a aproximação do *online* ao presencial, é bastante visível no seu melhor resultado do primeiro semestre, o Leilão 1183. Para valores, nos *online*, verificou-se uma quebra nas vendas, passando dos €48.707 para os €35.252. Estes valores estão ainda consideravelmente distantes do presencial que atingiu os €424.950. O preço médio por lote, no *online*, também registou um decréscimo, passando dos €231 para os €171. No presencial o preço médio por lote foi de €1.748.

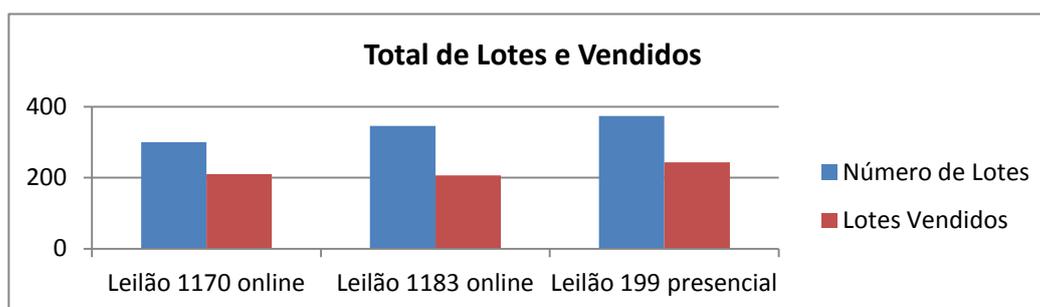


Figura 1/2019 - Total de Lotes e Vendidos - Primeiro Semestre de 2019 - *Online* Vs. Presencial

Para a evolução dos *online*, o panorama foi o apresentado na Figura 2/2019. O valor das bases registou uma diminuição do final de 2018 para o início de 2019. Para o segundo leilão do semestre, o 1183, este valor registou um aumento de 37%. Os valores de venda registaram um aumento de 67% face ao último resultado de 2018, tendo depois diminuído para o segundo leilão do primeiro semestre. O resultado de vendas do Leilão 1170 foi o mais elevado, até à data, alcançando os €48.707, registando um aumento de perto de €20.000 em relação ao resultado mais alto até então, €29.183 atingidos no Leilão 1142. Um dos principais fatores para este aumento significativo é a proveniência de algumas das peças. Como é possível verificar pelo título do leilão, “*Leilão Online de Arte Moderna e Contemporânea - Coleção Vasco Graça Moura e outras proveniências*” temos pela primeira vez num leilão *online* de Arte Moderna e Contemporânea uma proveniência explícita, apesar de não estarem identificadas as peças que são específicas da Coleção Vasco Graça Moura e quais são as peças que têm como origem outras proveniências. Esta ausência concreta da proveniência, desperta nos compradores uma vontade redobrada de alocar uma maior quantidade de capitais para realizar as suas compras, dado que quando exibirem a peça adquirida, dirão com alguma satisfação, que esta figurava no Leilão Coleção V.G. Moura, apesar de não saberem ao certo se de facto a peça teria essa proveniência ou outra.

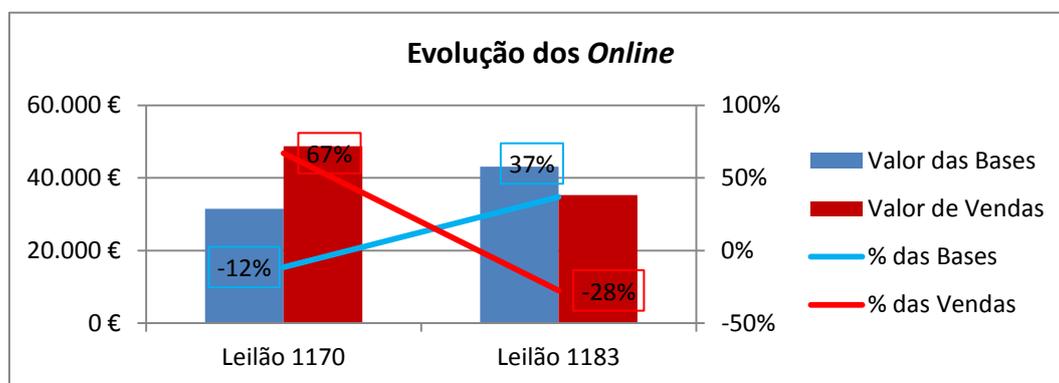


Figura 2/2019 - Evolução dos *Online* - Primeiro Semestre de 2019

Para a percentagem de crescimento do preço, Figura 3/2019, verificamos que o Leilão 1170, ao contrário do que tem sido a norma até agora, apresenta como a classe mais elevada a dos +100%, com um valor próximo do dobro da classe -50%. Isto deve-se ao facto dos clientes estarem dispostos a realizar *bid wars* para adquirir peças que consideram ter vindo diretamente da coleção Vasco Graça Moura. Este resultado de 86 lotes, na classe dos +100%,

é superior em mais de o dobro face ao anterior melhor resultado, que contabilizava 38 lotes vendidos por +100% no Leilão 1120.

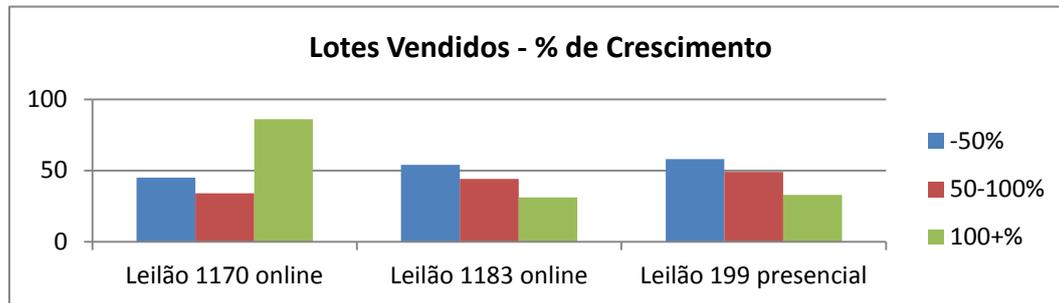


Figura 3/2019 - Lotes Vendidos – percentagem de crescimento do preço sobre o valor de base - Primeiro Semestre de 2019 - *Online* Vs. Presencial

A Pintura, Figura 4/2019 (A e B), nos *online* em termos de lotes disponíveis manteve praticamente a mesma quantidade no primeiro semestre, sendo que os lotes vendidos diminuíram ligeiramente do primeiro leilão para o segundo. O presencial teve sensivelmente o dobro dos lotes presentes em leilão sendo que os vendidos acompanharam esta ordem de grandeza, chegando a ser mais de o dobro do pior resultado do *online* (A). Em valores, no *online* registou-se um decréscimo para o segundo leilão, passando de €8.141 para €7.444. No presencial o valor atingiu os €199.180, tendo subido face ao último valor de 2018. O preço médio por lote, no *online*, subiu do Leilão 1170 para o 1183, de €262 para os €297. Estes valores estão ainda distantes do presencial onde o preço médio por lote é de €3.621. Para a percentagem de crescimento do preço (B), no *online*, constatamos que a classe dos -50% continuou a ser a que obteve melhores resultados. Já a classe dos +100% registou uma quebra acentuada do primeiro leilão para o segundo, de 8 resultados para 1. O presencial demonstrou uma boa performance nas duas classes mais baixas obtendo, em ambas, valores superiores a dez lotes.

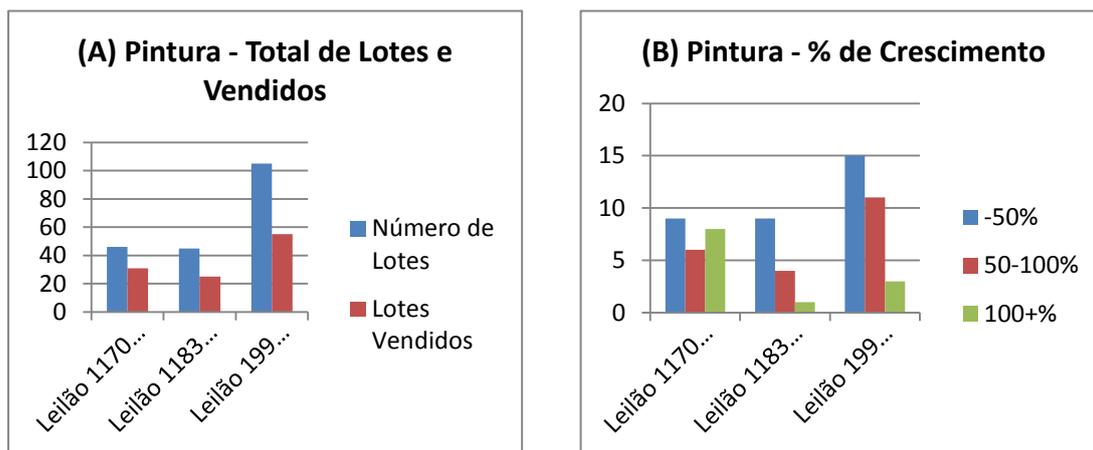


Figura 4/2019 – Pintura - Total de Lotes e Vendidos (A) e Percentagem de crescimento do preço sobre o valor de base (B) - Primeiro Semestre de 2019 - *Online* Vs. Presencial

O Desenho, Figura 5/2019 (A e B), no *online* registou um aumento do número de lotes disponíveis do Leilão 1170 para o 1183. Este aumento de lotes disponíveis teve repercussões baixas nos lotes vendidos (A). Estes números no *online*, são consideravelmente maiores do que o presencial, demonstrando assim a força desta categoria. Já para os valores registou-se uma descida entre os *online* superior a €10.000, indo dos €32.512 para os €20.479, o que causou uma diminuição de preço médio por lote dos €237 para os €145. Ainda assim, estes valores continuam distantes dos do presencial, que obteve um preço médio por lote de €1.652. Para a percentagem de crescimento do preço (B), mais uma vez a classe que registou o número mais elevado no *online* foi a +100%. O Leilão 1183, apresenta o comportamento semelhante ao que tem sido a norma no presencial, sendo a classe mais alta a dos -50% e indo decrescendo progressivamente até à +100%.

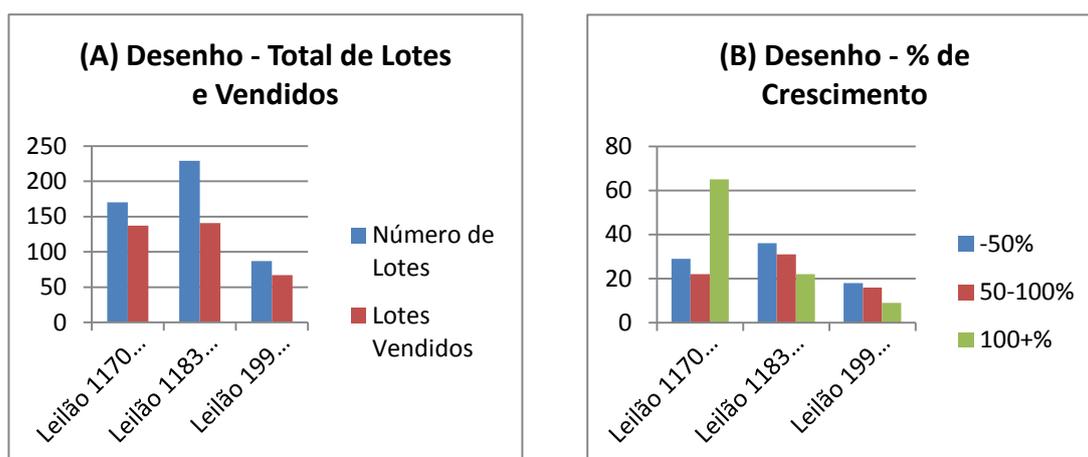


Figura 5/2019 – Desenho - Total de Lotes e Vendidos (A) e Percentagem de crescimento do preço sobre o valor de base (B) - Primeiro Semestre de 2019 - *Online* Vs. Presencial

A Escultura, Figura 6/2019 (A e B), registou no *online* uma quebra tanto em termos de lotes levados a leilão como na quantidade de lotes vendidos (A). Já o presencial, registou números bastante elevados. Os valores de venda no *online* registaram um decréscimo dos €5.900 para os €4.664, mas o preço médio por lote aumentou dos €393 para os €583. O presencial registou em vendas €34.780 tendo um preço médio por lote €1.121. A percentagem de crescimento do preço (B), para o presencial registou números superiores aos do *online*, contrariando a tendência de que o *online* registava números superiores nas classes. Também se verificou algo pouco comum que foi a superioridade da classe +100%, no presencial, face às outras. No *online* houve um decréscimo do primeiro leilão para o segundo em que a maior quebra de verificou na classe dos +100%.

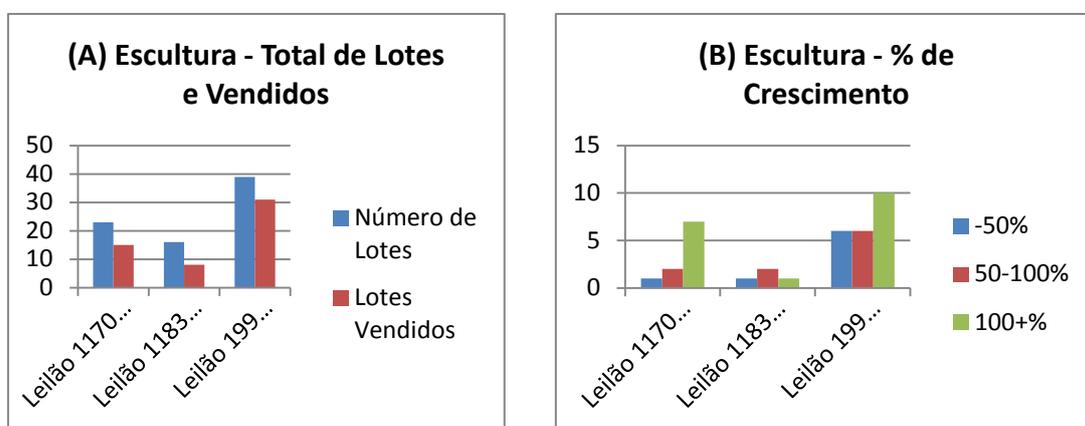


Figura 6/2019 – Escultura – Total de Lotes e Vendidos (A) e Percentagem de crescimento do preço sobre o valor de base (B) - Primeiro Semestre de 2019 - *Online* Vs. Presencial

Os Outros, Figura 7/2019 (A e B), registaram, para os *online*, um decréscimo do número de lotes presentes em leilão, mas os lotes vendidos aumentaram ligeiramente (A). O presencial teve mais lotes disponíveis e consequentemente realizou mais vendas. Estes números vieram também contrariar a tendência de que o *online* tinha mais lotes nesta categoria que o presencial. Este aumento pode ter como explicação os bons resultados do *online*, permitindo assim dar liberdade ao presencial para escolher peças diferentes, que não se incluíam nas categorias habituais tentando diversificar a oferta atraindo assim novos clientes que por norma não seriam atraídos pelos lotes “comuns”. Os valores, para o *online*, registaram um aumento de €2.154 para os €2.665. Apesar deste incremento, o preço médio por lote registou um aumento ligeiro alcançando os €85. Estes valores estão bastante distantes do presencial que vendeu €51.080 com um preço médio por lote de €982. Para a percentagem de crescimento do preço (B), houve um aumento da quantidade de lotes em cada classe do

Leilão 1170 para o 1183. Ainda assim o presencial obteve melhores resultados do que o *online*.

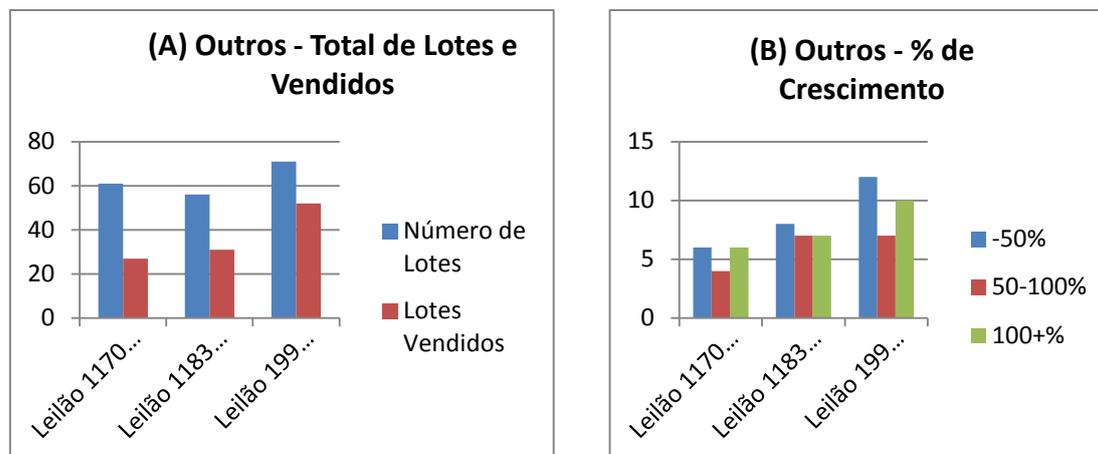


Figura 7/2019 – Outros - Total de Lotes e Vendidos (A) e Percentagem de crescimento do preço sobre o valor de base (B) - Primeiro Semestre de 2019 - *Online* Vs. Presencial

O primeiro semestre de 2019 registou um leilão, o 1170, com uma excelente prestação. Contabilizou um aumento significativo nos valores de vendas, sendo o melhor resultado de vendas do *online* até à data. A subida no valor de vendas foi superior em mais de dois terços, sendo que as somas dos valores das bases eram inferiores em 12% face ao último semestre do ano anterior (1142). Para a percentagem de crescimento do preço obteve o segundo valor mais elevado na classe dos 50-100% e o mais elevado na classe dos +100%, sendo que graças a estes resultados foi o leilão que mais lotes vendeu por um valor superior ao da base, 165. Foi também o leilão que registou a taxa mais baixa, até à data, de retirados, 30%.

A categoria do Desenho registou o seu maior valor de vendas, contabilizando mais de €32.000, sendo o segundo valor mais elevado deste leilão pertencente à Pintura, que ficou pelos €8.141. A Escultura registou também o seu melhor valor de vendas, alcançando os €5.900, aumentando em mais de €2.000, o melhor resultado anterior. Os Outros registaram uma quebra no valor face ao final de 2018. Como seria espectável depois de excelentes resultados, todos os parâmetros analisados diminuíram para o Leilão 1183, com algumas exceções.

O presencial, registou o seu segundo melhor resultado de vendas, €424.950, tendo sido, até à data, o melhor resultado o do Leilão 182 com €450.710. Para as categorias, na Pintura, registou-se uma subida face ao último resultado de 2018. O Desenho também acompanhou a tendência de melhoria. A Escultura registou o seu melhor resultado até à data, €34.780 aumentando perto €10.000 face ao melhor valor anterior, €25.800 no Leilão 193. A única

categoria que destoou foi os Outros que registou uma diminuição superior a €20.000 face ao último resultado de 2018.

Segundo Semestre de 2019 e Primeiro de 2020

Devido aos acontecimentos dos últimos meses, provocados pelo Covid-19, decidimos integrar na leitura do segundo semestre de 2019 o resultado do Leilão 1239, ocorrido já em 2020 para podermos obter uma comparação entre o último leilão de 2019 e o primeiro leilão *online* de Arte Moderna e Contemporânea, pós-estado de emergência nacional.

Deve ser dito que entre o 1199 e o 1239, decorreu o Leilão 1222, que não figurara nesta análise. Será incluído, tal como até agora se verificou, o leilão presencial também ocorrido em 2019. Como podemos verificar através da Figura 8/2019, o número de lotes disponíveis regista uma quebra de aproximadamente 60% do Leilão 1199 para o 1239, sendo que o presencial também registou números inferiores ao melhor resultado do *online*, o 1199.

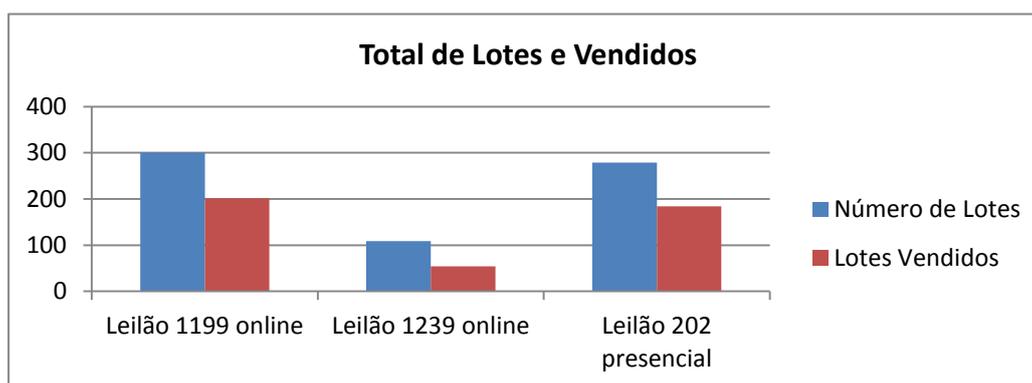


Figura 8/2019 – Total de Lotes e Vendidos - Segundo Semestre de 2019 e Primeiro de 2020 - *Online* Vs. Presencial

Em termos de valores de venda, no setor *online*, verificou-se um aumento bastante significativo do Leilão 1199, com €40.699, para o Leilão 1239, que atingiu os €194.825, portanto o melhor resultado de sempre deste setor.

O presencial também registou o melhor resultado, até à data, alcançando os €946.510. Os preços médios, por lote, denotaram as mesmas alterações verificadas nas vendas, sendo que no *online* a subida foi de €202 para €1.787, e no presencial o valor foi de €5.144. Ao analisar a evolução do *online*, Figura 9/2019, compreendemos a verdadeira grandeza do incremento ocorrido. Os valores da base aumentaram mais de 820%, indo dos €42.382 para os €393.700. Já os valores de venda registaram um aumento menor, mas ainda assim de 379%, alcançando os valores acima mencionados. Podemos então verificar que para os valores de base e de

vendas do Leilão 1239 são os que mais se aproximam do presencial, mas ainda assim continuam distantes.

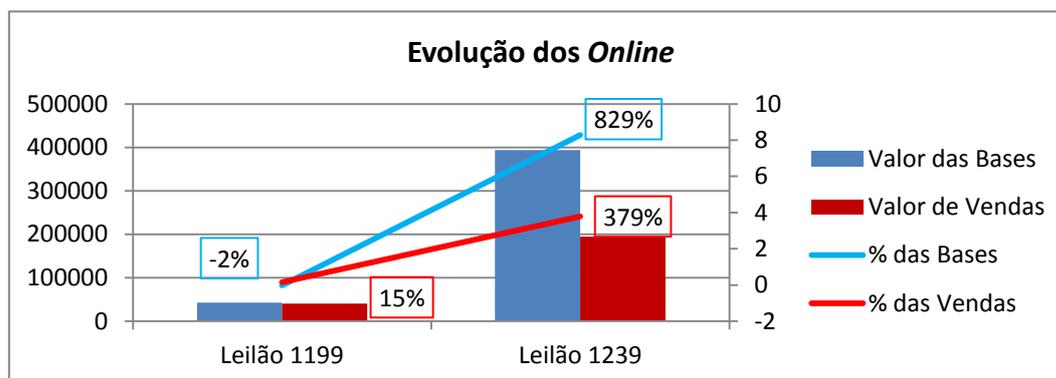


Figura 9/2019 - Evolução dos *Online* - Segundo Semestre de 2019 e Primeiro de 2020

A percentagem de crescimento do preço, Figura 10/2019, demonstra que dentro dos *online*, ao contrário de todos os outros indicadores, se registou uma quebra bastante significativa nos lotes vendidos por um valor superior ao da base. Na classe dos -50% caiu dos 56 para os 14, na classe dos 50-100% dos 31 para os 8 e na classe dos +100% dos 42 para os 6. Apesar dos baixos números, podemos verificar que o 1239 teve o mesmo comportamento que o presencial. Ou seja, à medida que se vai avançando na classe o número de lotes que a constitui vai diminuindo. Estes valores reduzidos encontram justificação nos preços dos lotes. Ao analisarmos os preços de venda, compreendemos que foram vendidos por um valor superior a antigo melhor resultado, €4.000, 14 lotes sendo que o mais elevado alcançou os €18.000.

Em suma, os lotes não subiram excessivamente o seu valor dado que já se encontravam, muitos deles, em valores bastante elevados para o Mercado de Arte *online* português. Se tivermos em consideração que todos os leilões desde 2016, a começar no 1004, até ao fim de 2019, com o 1199, realizaram em vendas €297.596 e que o 1239, como vimos anteriormente realizou €194.285 podemos compreender o quão elevado são os preços de vendas deste leilão, 1239, dentro do setor *online*.

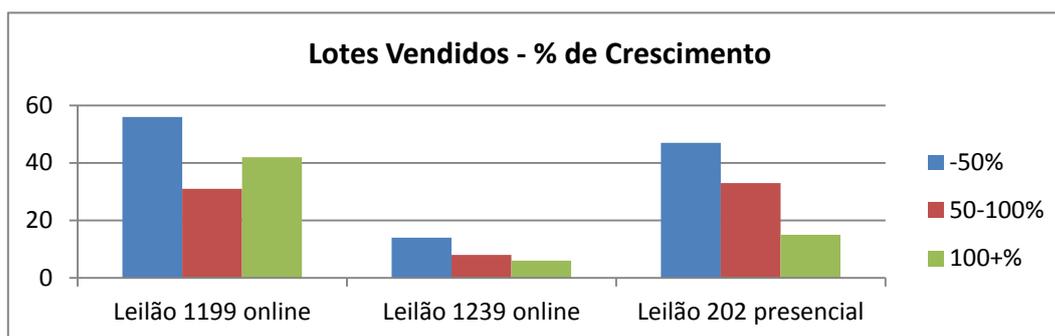


Figura 10/2019 - Lotes Vendidos – percentagem de crescimento do preço sobre o valor de base - Segundo Semestre de 2019 e Primeiro de 2020 - *Online* Vs. Presencial

A Pintura, Figura 11/2019 (A e B), demonstra nos *online* uma ligeira quebra entre o Leilão 1199 e o 1239, em termos de lotes disponíveis e vendidos. Os números do presencial foram substancialmente mais elevados que os do setor *online* (A). Em valores, registou-se uma subida dos €8.432 atingidos no 1199 para os €110.300 no 1239. Apesar deste espetacular incremento, o valor do presencial ainda assim foi superior atingindo os €338.080. O preço médio por lote, no *online*, registou igualmente uma grande escalada indo dos €281 para os €5.013. Ainda assim o preço médio por lote no presencial foi mais elevado, sendo de €6.899. Para a percentagem de crescimento do preço (B), vemos que para o *online* se deu uma descida da quantidade de lotes que viu o seu preço aumentar, entre o Leilão 1199 e o 1239. Neste caso, o presencial foi quem obteve os resultados mais elevados, ultrapassando o *online* em duas das três classes.

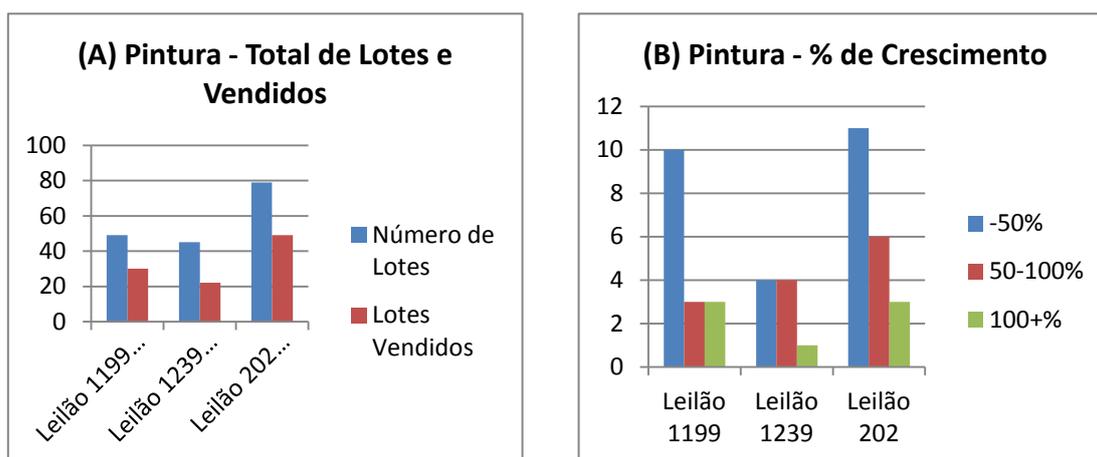


Figura 11/2019 – Pintura - Total de Lotes e Vendidos (A) e Percentagem de crescimento do preço sobre o valor de base (B) - Segundo Semestre de 2019 e Primeiro de 2020 - *Online* Vs. Presencial

O Desenho, Figura 12/2019 (A e B), no *online* continuou a registar o sentido geral de queda entre o último leilão de 2019 e o primeiro de 2020. Em termos de lotes vendidos a quebra foi superior a 5 vezes descendo dos 138 para os 24 lotes. O presencial registou no 202, números sensivelmente duas vezes inferiores, tanto nas vendas como nos lotes disponíveis, aos do Leilão 1199 (A). Os valores para o *online* registaram um aumento do Leilão 1199 para o 1239 dos €30.248 para os €49.250. O preço médio, por lote, também registou uma subida dos €219 para os €2.052, ainda assim estes valores continuam distantes dos obtidos no presencial que alcançou os €439.710, com um preço médio por lote de €7.452. Para a percentagem de crescimento do preço, verificamos que a diferença dos lotes que viram o seu preço subir entre o Leilão 1199 e o 1239 é gritante. No Leilão 1199, a classe dos +100% registou 36 entradas sendo que no Leilão 1239 a mesma classe apenas registou 3 entradas (B).

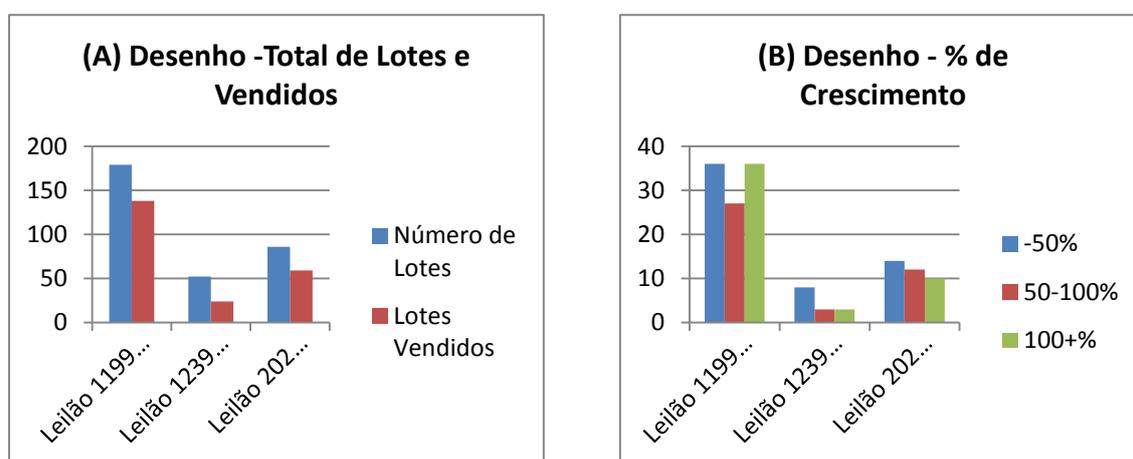


Figura 12/2019 – Desenho - Total de Lotes e Vendidos (A) e Percentagem de crescimento do preço sobre o valor de base (B) - Segundo Semestre de 2019 e Primeiro de 2020 - *Online* Vs. Presencial

Para a categoria Outros, Figura 13/2019 (A e B), compreendemos que a quantidade destes lotes de caracterização ambígua diminuiu para números irrisórios no Leilão 1239 dado que este se baseou maioritariamente em Pintura e Desenho, devido ao facto de ser um leilão especial³² (A). O número de lotes desta categoria foi o mais baixo desde o início desta análise tanto para os *online* como para os presenciais. Em termos de valores, para o *online*, o valor de venda à semelhança dos outros setores, aumentou exponencialmente subindo dos €2.019, do Leilão 1199, para os €35.275 no Leilão 1239. O presencial alcançou um valor de vendas de

³² Como é possível verificar através de uma consulta no *site* <https://www.cml.pt/leiloes/online/1239/arte-moderna-e-contemporanea>. Consultado no dia 8 de Junho de 2020.

€81.530. Para o preço médio, por lote, pela primeira vez um leilão *online* registou um valor mais elevado do que o presencial, ao atingir os €4.409 no Leilão 1199, ultrapassando assim os €2.811 realizados no Leilão 202.

No campo da percentagem de crescimento do preço (B), verificamos que o presencial de um modo geral obteve um resultado mais elevado do que o *online*. Isto vem demonstrar que os lotes desta categoria no presencial têm aumentado de qualidade e preço uma vez que os lotes mais fracos deste setor foram transferidos para o *online*.

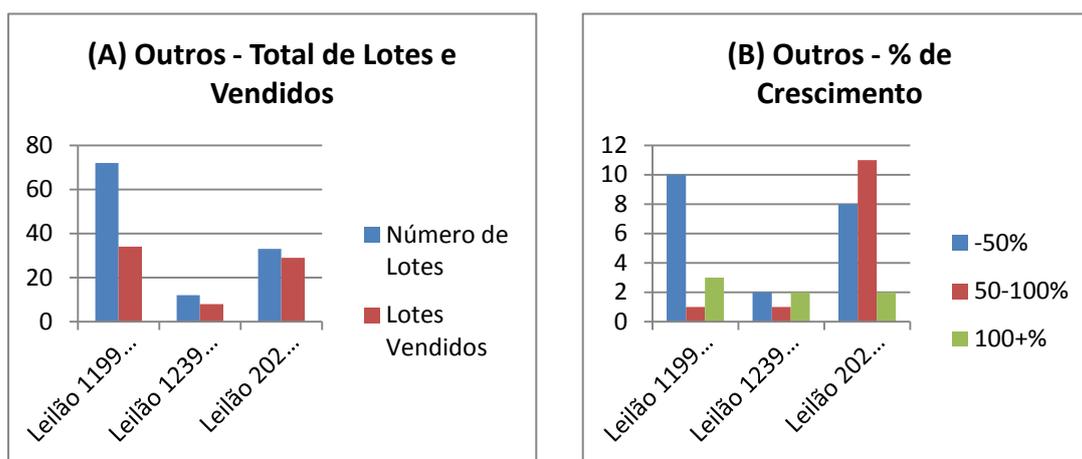


Figura 13/2019 – Outros - Total de Lotes e Vendidos (A) e Percentagem de crescimento do preço sobre o valor de base (B) - Segundo Semestre de 2019 e Primeiro de 2020 - *Online* Vs. Presencial