



Lisboa 15 de Abril de 2009

Assunto: Fotografia de Identificação Estado versus ANIF / Fotógrafos

Documento em anexo, realizado pela ANIF sobre a fotografia de identificação retirada pelo Estado ao sector fotográfico.

Quero contribuir com este documento num melhor esclarecimento sobre o assunto, e assim poder-se questionar o Governo por não ter ouvido as Associações do sector.

A ANIF não está contra "Simplex", mas deseja encontrar um compromisso de forma a não levar à falência o sector fotográfico.

Esta forma utilizada pelo Estado tem contribuído para a falência e desemprego do sector e ao mesmo tempo onerado os cidadãos com despesa que poderia ser evitada.

Embora se fale muito em crise, o verdadeiro problema é a falta da Fotografia de Identificação que não passa pelas nossas lojas, porque o Estado instalou nos seus serviços, pelo país, as câmaras fotográficas de identificação.

Esta atitude do Estado criou falências e desemprego no nosso sector, algumas lojas fecharam e a outras seguem o mesmo caminho. Como é do conhecimento público a ANIF tudo tentou fazer em devido tempo, com que o Estado ouvisse as nossas sugestões.

Tínhamos a solução para o problema: os Fotógrafos tiravam as fotografias com regras determinadas, continuavam a pagar o IVA, IRS/IRC, e o Estado não oneraria os Contribuintes com mais uma despesa Pública. Tentámos explicar estas e outras razões, mas o Estado Português não nos deu ouvidos.

Das várias tentativas de diálogo com o Exmo. Sr. Primeiro-Ministro Eng. José Sócrates e o Exmo. Sr. Ministro da Administração Interna Dr. António Costa, disponibilizámo-nos para encontrar uma solução que não lesasse ambas as partes e privilegiasse os cidadãos. Recebemos somente promessas, como verificámos pela carta que nos foi enviada em 2006 pela UCMA, entidade coordenadora de todo este processo de modernização do Estado. Não fomos consultados como nos prometeram, e, deparámo-nos em 2007, com o início da instalação das Máquinas em vários pontos do país.

Após a instalação das referidas máquinas como acto consumado, verificou-se que:

Apesar do sistema "Pegasus" contemplar que os serviços de identificação, podem aceitar as fotos tipo passe levadas pelos cidadãos, na prática acontece que os funcionários estão a recusar as fotos tiradas nos fotógrafos.

No entanto, os serviços de identificação, não conseguem fazer a captação de imagens a cidadãos com deficiência física, pessoas acamadas, crianças de tenra idade e a pessoas que usam óculos.

Encaminhando estes cidadãos para os Fotógrafos, que o fazem, quase de forma humanitária tendo em conta as dificuldades resultantes das limitações que as referidas pessoas são portadoras.

Estranhamos que seja um serviço do Estado a ter uma atitude discriminatória com os cidadãos e com os Fotógrafos, uma vez que só captam as imagens que são comodamente fáceis.

Acresce ainda referir que: as imagens captadas pelos serviços de identificação são de tal forma, que as autoridades fiscalizadoras, terão com certeza dificuldade em identificar os cidadãos através de fotos que não são um elemento inequívoco de qualidade no importante processo de identificação.

Muitos fotógrafos que viviam exclusivamente da Fotografia Tipo Passe e sem outra alternativa entraram em colapso económico, sendo obrigados a despedimentos e encerramentos das lojas.

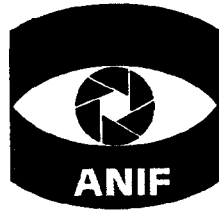
Por estas razões querem aos Fotógrafos Portugueses, que o Estado encontre uma solução que permita ao sector continuar a subsistir.

Queremos a regulamentação da Profissão de Fotógrafo Profissional, para podermos combater a concorrência desleal, e competir nos mercados internacionais como os nossos congéneres europeus.

Queremos a Certificação e qualificação profissional.

Estes são alguns pontos a juntar aos demais apresentados pela CPPME.

Carlos Vilas
Presidente ANIF



Associação Nacional dos Industriais de Fotografia

Análise sobre o mercado da fotografia em Portugal 2009

O sector fotográfico com a evolução tecnológica digital no processo de captação, partilha e impressão de imagens sofreu uma importante transformação no mercado do foto-acabamento.

As empresas do sector assistem a uma redução da procura dos serviços fotográficos tradicionais - revelação de filmes e impressão - e viram-se obrigadas a investir em estruturas que lhes permitissem prestar serviços digitais.

Esta transformação obrigou estas empresas - muitas delas de matriz familiar - a avultados investimentos em equipamentos de impressão e tratamento digital de imagens.

A par destas mudanças tecnológica, os operadores deste mercado assistem ao aparecimento de novas formas de comércio, o hard-discount de electrónica e o comércio on-line, utilizando como argumento, por exemplo, de competitividade fiscal, assistimos também à redução substancial do consumo de fotografia de identificação induzida pelas medias determinadas pela Resolução do Conselho de Ministros nº154/2005) agora já em funcionamento.

Os empresários deste sector sempre souberam vencer desafios utilizando como argumento a sua capacidade de inovar, a sua imaginação e a sua capacidade de adaptação da oferta às necessidades dos consumidores.

Não haverá, contudo, capacidade de vencer desafios emergentes quando da tecnologia , da concorrência aberta dos grandes Grupos Económicos e do próprio Estado.

Na verdade, não existe nenhum estudo actualizado sobre estas variáveis, com excepção de alguns trabalhos de consultoras como a GKF GFK, "Retail and Technology"/"Distribuição Europa/Península Ibérica" (número de estabelecimentos), que, à luz de quem conhece o sector por dentro, parecem pecar por defeito.

Podemos estimar que existem cerca de **1.500 lojas** (2003) que prestam este tipo de serviços, que se estima que pertençam a cerca de **1.200 empresas**.

Pessoal ao serviço:

Total de empresas de “prestação de serviços fotográficos” (2006):
1.200 empresas;

Pessoal estimado na “prestação de serviços fotográficos” 3.053
pessoas;

Estes cálculos baseiam-se na seguinte matriz de dados disponibilizados pelo
“Instituto Nacional de Estatística” (2003):

<i>classe de dimensão</i>	<i>empresas (2003)</i>	<i>pessoal (2003)</i>	<i>empresas sector fotográfico (2006)</i>	<i>empresas sector fotográfico (2003)</i>	<i>%</i>	<i>pessoal sector fotográfico (2003)</i>
Até 9	15.866	22.377	1.168	1.288	8,12%	1.816
10 - 19	173	1.981	20	22	12,75%	252
20 ou mais	140	10.416	12	13	9,45%	984
Total	16.179	34.774	1.200	1.323		3.053

Aplicando a mesma taxa de abandono do número de empresas ao volume de pessoal no “sector fotográfico”, podemos estimar que, em 2006, existem cerca de **2.770 pessoas** afectas a este sector;

- Facturação Estimada do Sector (Prestação de Serviços):

O cálculo deste indicador é o mais complexo. Contudo, utilizando a mesma metodologia, podemos chegar a um valor estimado para a “prestação de serviços fotográficos” para o ano 2003 de **197.887.242,73 Euros**.

<i>classe de dimensão</i>	<i>empresas</i>	<i>empresas sector fotográfico (2003)</i>	<i>%</i>	<i>Prestação de Serviços (CAE748)</i>	<i>Estimação da Prestação de Serviços Sector Fotográfico 2003</i>
Até 9	15.866	1.288	8,12%	1.457.600.405,00	118.327.828,16
10 - 19	173	22	12,72%	137.587.940,00	17.496.732,25
20 ou mais	140	13	9,29%	668.367.348,00	62.062.682,31
Total	16.179	1.323	8,18%	2.263.555.693,00	197.887.242,73

Contudo, a erosão verificada em particular nos anos 2004 e 2005 no volume da prestação de “serviços fotográficos” ao nível da impressão de imagens analógicas e à descida abrupta do preço médio das imagens impressas obrigam-nos a um ajustamento do valor estimado de “prestação de serviços do sector fotográfico” (25% de queda em 2004 e 30% de queda em 2005, o que também parece condizente com a dinâmica do sector) que nos pode conduzir aos seguintes dados de facturação estimada de “prestação de serviços fotográficos” para o ano 2005:

<i>classe de dimensão</i>	<i>Estimação da Prestação de Serviços Sector Fotográfico 2003</i>	<i>Prestação de Serviços Sector Fotográfico 2004 (-25%)</i>	<i>Prestação de Serviços Sector Fotográfico 2005 (-30%)</i>
Até 9	118.327.828,16	88.745.871,12	62.122.109,79
10 - 19	17.496.732,25	13.122.549,19	9.185.784,43
20 ou mais	62.062.682,31	46.547.011,74	32.582.908,22
Total	197.887.242,73	148.415.432,05	103.890.802,43

Note-se que este valor a título de “prestação de serviços fotográficos” estimado para 2005 pode ter aderência com outros dados do mercado, nomeadamente com o consumo estimado de papel fotográfico (em 2005), que deveria ter rondado os 5.000.000 metros quadrados.

Se utilizar uma estimativa (frequente neste mercado) de que metade deste consumo era para a impressão de imagens analógicas ou digitais (foto acabamento) e o restante para fins profissionais, podemos estimar:

<i>tipo de serviço</i>	<i>consumo papel</i>	<i>nº de 10x15</i>	<i>pvm unit</i>	<i>total</i>
foto acabamento	2.500.000	161.248.710	0,157	25.316.047,47
fins profissionais	2.500.000	161.248.710	0,314	50.632.094,94
total	5.000.000	322.497.420		75.948.142,41

Note-se que o “gap” entre o valor estimado do total de prestação de serviços fotográficos (103.890.802,43 Euros) e os 75.948.141,41 Euros pode estar precisamente no valor da produção de “fotografias de identificação”, como iremos comprovar a seguir.

Ou seja, poderemos, tendo em conta os dados disponíveis, estimar que a **prestação de serviços fotográficos (incluindo fotoacabamento) gera uma**

facturação anual bruta de cerca de 20 milhões de contos (estimativa para o ano 2005).

Hoje 2009 cremos que as perca no sector fotográfico são maiores que este quadro apresentado.

A perca das fotografias de identificação, tanto para os serviços centrais como para as escolas e outros, deverão representar no final do ano uma perca de mais 50% das empresas e reflectidas no desemprego.

Não foi acima referido que existem mais 3000 pessoas que trabalham indirectamente com o nosso sector, nomeadamente o transporte, a logística/distribuição, papelaria, CTT, escolas de formação, etc.

A “Fotografia de Identificação”

1.1 - Análise da dimensão do negócio da “fotografia de identificação”

O ponto de partida relevante nesta análise tem a ver com a estimação do valor global do negócio da “fotografia de identificação” em Portugal neste momento, ou seja, antes da entrada em vigor das medidas que limitarão a sua produção pelos canais tradicionais.

Para estimarmos estes dados, será relevante uma análise do perfil demográfico da população (uma criança até os seis anos terá pouca probabilidade de tirar fotografias “tipo passe”, bem como um idoso com mais de 65 anos, já com um “Bilhete de Identidade” vitalício) e uma identificação clara dos objectivos de quem compra “fotografias de identificação”, a saber:

- Matrículas (*todos os anos, em idade escolar, 2 unidades*);
- Bilhete de Identidade (*5 em 5 anos, 2 unidades, até 65 anos; depois desta idade, BI vitalício*);
- Passaporte (*estimamos um terço da população com passaporte, 2 fotos, de 5 em 5 anos até aos 24 anos e de 10 em 10 anos depois*);
- Passe Social (*estimamos um vigésimo da população com passe, renovação de 3 em 3 anos, uma foto*);
- Carta de Condução (*duas fotos por 30 anos, um quarto da população*);
- Documentos de identificação vários (cartões de clubes de futebol, de ginásios, etc.), estimamos o consumo médio de uma foto/ano entre os 6 e os 75 anos e de 0.5 fotos/ano para os residentes com mais de 75 anos;

Estimando um taxa de sobreconsumo de 10% (compra de fotografias de identificação por perda dos documentos, não gostar da imagem, etc.) podemos estimar que o **consumo anual médio de fotografias de identificação em Portugal deverá rondar os 20 milhões de unidades, de acordo com os seguintes cálculos:**

	<i>total</i>	<i>0-5 anos*</i>	<i>6 - 14 anos</i>	<i>15 - 24 anos</i>	<i>25 - 64 anos</i>	<i>65 e mais anos</i>	<i>75 e mais anos</i>	<i>total</i>
Portugal	10 529 255	588 370	1 059 067	1 327 586	5 763 693	1 018 628	771 911	
Bilhete de Identidade		0,00	0,40	0,40	0,40	0,00	0,00	
Passaporte		0,00	0,13	0,13	0,07	0,07	0,07	
Passe Social		0,00	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	
Carta de Condução		0,00	0,00	0,03	0,02	0,02	0,02	
Matrículas		0,00	2,00	2,00	0,00	0,00	0,00	
Documentos Vários		0,00	1,00	1,00	1,00	0,50	0,50	
Total consumo ano per capita		0,00	3,55	3,58	1,50	0,60	0,60	
consumo total		0	3.759.688	4.757.183	8.645.540	611.177	463.147	18.236.73
Consumo total com tx sobreconsumo de 10%		0	4.135.657	5.232.901	9.510.093	672.294	509.461	20.060.40

*estimativa

Partindo do estudo dos preços médios da “fotografia de identificação” apresentado pela revista “FotoVendas” nº 78, podemos estimar que o valor global do negócio da “fotografia de identificação” rondará os 19 milhões de Euros, de acordo com os seguintes cálculos:

Quantidade Estimada	20.060.407
Preço médio	1,15
Facturação total com IVA	23.136.336
Valor total sem IVA	19.120.939

Ora, este valor parece condizente com a parcela em falta para cálculo do valor global dos “serviços fotográficos” em Portugal, que, sob a forma de ensaio, terá o seguinte distribuição:

<i>tipo de serviço</i>	<i>valor</i>	<i>%</i>
fotoacabamento	25.316.047,47	24,37%
serviços profissionais	50.632.094,94	48,74%
fotografia de identificação	19.120.939,00	18,40%
outros	8.821.721,02	8,49%
total	103.890.802,43	100,00%

Teremos então de sublinhar que o negócio da “fotografia de identificação” constitui cerca de 19% do valor facturado pelas lojas nacionais de fotografia, sendo ainda um importante instrumento gerador de tráfego para as lojas.

1.2 - Efeitos da diminuição da “fotografia de identificação” no sector

Estimemos então que os “Bilhetes de Identidade” deixam de consumir “fotografias de identificação”, os “Passaportes Electrónicos” vão “beber” a informação à Base de Dados do Estado e, nas matrículas, os alunos limitam-se a gastar duas fotografias por inscrição em cada “grau de ensino”.

Teremos uma redução no consumo estimada de “fotografias de identificação” de cerca de 45%, ou seja, a procura total será de cerca de 10.852.921 “fotografias de identificação”, que corresponderão a uma facturação estimada de cerca de 10.344.657 Euros. Note-se que, neste cenário de redução para metade da procura de “fotografias de identificação”, faz sentido estimar que a taxa de “sobreconsumo” também deverá ser mais baixa (a fotografia será exposta em menos ocasiões pelo que lhe será dada, teoricamente, menor importância).

Os cálculos que conduziram a estes dados são:

país	total	0-5 anos*	6 - 14 anos	15 - 24 anos	25 - 64 anos	65 e mais anos	75 e mais anos	total
Portugal	10 529 255	588 370	1 059 067	1 327 586	5 763 693	1 018 628	771 911	
Bilhete de Identidade		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Passaporte		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Passe Social		0,00	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	
Carta de Condução		0,00	0,00	0,03	0,02	0,02	0,02	
Matrículas		0,00	0,40	0,40	0,00	0,00	0,00	
Documentos Vários		0,00	1,00	1,00	1,00	0,50	0,50	
Total consumo ano per capita		0,00	1,42	1,45	1,03	0,53	0,53	
consumo total		0	1.500.345	1.925.000	5.955.816	543.268	411.686	10.336.115
taxa de sobreconsumo (5%)		0	1.575.362	2.021.250	6.253.607	570.432	432.270	10.852.921

Partindo da mesma base de cálculo teremos que a facturação estimada das “fotografias de identificação” no cenário exposto será de: 10.344.657 Euros, de acordo com o seguinte cálculo:

Quantidade Estimada	10.852.921
Preço médio	1,15
Facturação total com IVA	12.517.036
Valor total sem IVA	10.344.657

Ou seja, a alteração proposta pelo Governo gerará para o sector uma redução de receitas de cerca de **8.776.282 Euros**.

Um dos aspectos mais importantes a estimar prende-se com o efeito sobre o volume de emprego do sector. Poderá argumentar-se que a redução do pessoal será proporcional à redução da facturação. Contudo, tal análise peca por defeito. Na verdade, é fundamental fazer-se uma análise do “valor acrescentado” bruto de cada uma das 4 actividades principais da “prestação de serviços” fotográficos, a saber:

- Fotoacabamento;
- Serviços Profissionais;
- Fotografia de Identificação;
- Outros Serviços;

Poderemos estimar então que 20% do VAB do sector resulta dos serviços de “fotografia de identificação”, de acordo com os seguintes cálculos:

<i>tipo de serviço</i>	<i>Valor</i>	<i>estimação CMVMC (% s/venda)</i>	<i>estimação CMVMC</i>	<i>VAB</i>	<i>%</i>
fotoacabamento	25.316.047,47	0,33	8.354.295,67	16.961.751,80	20,8%
serviços profissionais	50.632.094,94	0,165	8.354.295,67	42.277.799,27	51,9%
fotografia de identificação	19.120.939,00	0,15	2.868.140,85	16.252.798,15	20,0%
outros	8.821.721,02	0,33	2.911.167,94	5.910.553,08	7,3%
total	103.890.802,43		22.487.900,12	81.402.902,31	100,0%

Estimando o impacto da queda da procura de “fotografia de identificação” no VAB do sector teremos:

<i>tipo de serviço</i>	<i>valor</i>	<i>estimação CMVMC (% s/venda)</i>	<i>estimação CMVMC</i>	<i>VAB</i>
fotoacabamento	25.316.047,47	0,33	8.354.295,67	16.961.751,80
serviços profissionais	50.632.094,94	0,165	8.354.295,67	42.277.799,27
fotografia de identificação	10.344.657,00	0,15	1.551.698,55	8.792.958,45
outros	8.821.721,02	0,33	2.911.167,94	5.910.553,08
total	95.114.520,43		21.171.457,82	73.943.062,61

Ou seja, a queda estimada do “Valor Acrescentado Bruto” do sector induzida pela redução da procura dos serviços de “fotografia de identificação” será de 7.459.839,70 Euros. Podemos então ponderar uma redução no emprego

directo do sector, ou seja, este conjunto de medidas do Governo poderão gerar um volume de destruição directa de 852 postos de trabalho.

Note-se que o efeito de redução dos serviços fotográficos prestados com as medidas agora propostas pode ainda gerar importantes consequências também em termos de emprego a montante (existindo empresas a operar em Portugal cujo seu “core business” é o fornecimento de soluções para “fotografia de identificação”), para não falar na possibilidade objectiva que existirá de, algumas unidades, verem os seus “business plans” irremediavelmente alterados, tendo que optar pelo abandono da actividade.

Acresce uma outra consequência importante que se prende com a redução das receitas fiscais geradas por esta actividade.

Não obstante a simplificação que tais medidas podem induzir no dia-a-dia dos cidadãos, não deverão ser esquecidos estes danos objectivos colaterais, sobretudo num sector que sofreu importantes abalos com a transformação tecnológica induzida pela substituição dos filmes fotográficos pelos dispositivos digitais de captação (e conseqüente redução do negócio do “fotoacabamento”) e pela feroz concorrência desenvolvida pelos “grandes espaços” que, em poucos anos, conseguiram absorver outro negócio, antes explorado pelo sector: a venda de equipamentos fotográficos.

Como se afirma no vídeo de promoção do sistema “Pegasus”, o “nosso rosto, o nosso nome são uma forma de estabelecermos relações de confiança”. Ora, a escolha desse rosto, dessa imagem que vai fazer parte do quotidiano de cada Português, deve ser feita livremente por cada pessoa, que deve continuar a ter o direito de socorrer-se de um “profissional da imagem”, como sempre fez ao longo de décadas. O Estado não pode, em nome de uma simplificação administrativa, cercear esse direito nem pode pôr em perigo a sobrevivência de um sector, que não carece de paternalismos Estatais, mas que exige que as suas expectativas legítimas não sejam alteradas.

Fontes consultadas

- www.cartaodocidadao.pt;
- Relatório final de prova do conceito – programa “Pegasus”;
- GFK, “Retail and Technology”/”Distribuição Europa/Península Ibérica”, Miguel Faias;
- Revista “FotoVendas Digital” nº 78;
- Resolução do “Conselho de Ministros” 154/2005;
- Programa “Simplex”;

Estudo realizado por

Dr. António Pedro Correia

Nota Biográfica

António Pedro Barbosa Correia nasceu em Matosinhos em 1973. Licenciou-se em Economia na Faculdade de Economia da Universidade do Porto em 1996.

1997 – integra quadro da FUJIFULM PORTUGAL, LDA, Director Comercial de Produtos de Consumo, sector da fotografia.

2005 – integra quadro de empresa líder de mercado no sector alimentar, mantendo-se ligado aos produtos de “grande consumo”, tendo as funções de “key account manager”.

2006 – Doutoramento em “Ciências Empresariais” Faculdade de Economia da Universidade do Porto.

Carlos Vilas

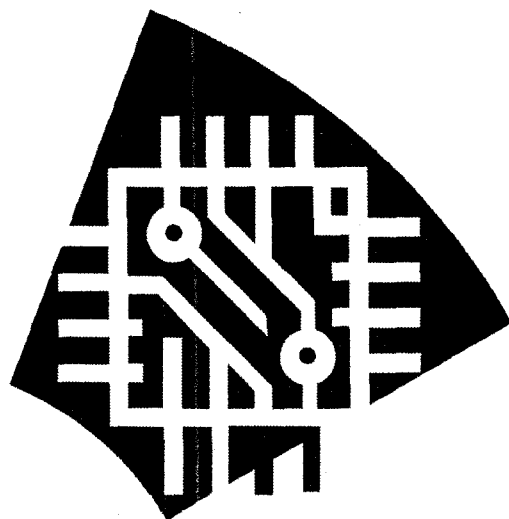
Presidente ANIF



Associação Nacional dos Industriais de Fotografia
Rua Rodrigo da Fonseca 58 r/c
1250-193 Lisboa

anif@netcabo.pt

www.anif.pt



Concorrência Desleal?

- Análise da oferta nacional de serviços de impressão digital



Trabalho realizado por:

António Pedro Correia, Economista

Para a ANIF

«... É proibido oferecer para venda ou vender um bem a um agente económico ou a um consumidor por um preço inferior ao seu preço de compra efectivo, acrescido dos impostos aplicáveis a essa venda e, se for caso disso, dos encargos relacionados com transporte...»¹

«... É proibida a exploração abusiva, por uma ou mais empresas, de uma posição dominante no mercado nacional ou numa parte substancial deste, tendo por objecto ou como efeito impedir, falsear ou restringir a concorrência...»²

«...É proibido a um agente económico praticar em relação a outro agente económico preços ou condições de venda discriminatórios relativamente a prestações equivalentes...»³

«...Entende-se por preço de compra efectivo o preço constante da factura de compra, após a dedução dos descontos directamente relacionados com a transacção em causa que se encontrem identificados na própria factura ou, por remissão desta, em contratos de fornecimento ou tabelas de preços e que sejam determináveis no momento da respectiva emissão...»⁴

¹ Decreto-Lei nº140/98, de 16 de Maio

² Lei nº18/2003, de 11 de Junho

³ Decreto-Lei nº140/98, de 16 de Maio

⁴ Decreto-Lei nº140/98, de 16 de Maio

1. Introdução

A introdução da tecnologia digital no processo de captação, armazenamento, visionamento, partilha e impressão de imagens gerou uma importante transformação no mercado do “foto-acabamento”. As empresas do sector assistiram a uma redução da procura de serviços fotográficos tradicionais – revelação de filmes e sua impressão – e viram-se obrigadas a investir em estruturas que lhes permitissem prestar serviços digitais.

Esta transformação obrigou estas empresas⁵ – muitas delas de matriz familiar – a avultados investimentos em equipamentos de impressão e tratamento digital de imagens. A par dessa mudança tecnológica, os operadores deste mercado também assistiram ao aparecimento de novas formas de comércio, como é o caso do “hard-discount” de electrónica (posição assumida, por exemplo, pela cadeia multinacional “MediaMarkt”) e do comércio “on line”⁶, utilizando neste caso fortes argumentos, por exemplo, de competitividade fiscal⁷.

Actualmente, este Sector actua numa envolvente dinâmica e de grande dificuldade, o que aumenta a dimensão do desafio que os seus operadores terão de defrontar. Note-se, contudo, como ponto prévio, que na história do desenvolvimento do negócio da fotografia – recheada de diversos momentos de transformação tecnológica -, os empresários deste importante ramo de actividade sempre souberam vencer os desafios utilizando como argumento a sua capacidade de inovar, a sua imaginação e a sua capacidade de adaptação da oferta às necessidades dos consumidores.

Não haverá, contudo, capacidade de vencer os desafios emergentes da “revolução tecnológica” quando a concorrência aberta – saudável para que um mercado se desenvolva e os consumidores tenham os respectivos benefícios – for substituída por comportamentos de agressividade comercial muito acentuada, e que, nomeadamente, passem pela eventual violação da matriz legislativa que formata as regras de concorrência no mercado.

Neste sentido, pede-nos a ANIF – Associação Nacional dos Industriais de Fotografia – que analisemos alguma da oferta de serviços de impressão digital existente no mercado, numa perspectiva de se perceber se esses serviços são, ou não, prestados dentro do enquadramento legal existente. É esse trabalho que vamos tentar fazer neste ensaio,

⁵ Estima-se que em Portugal existam cerca de 1.500 empresas neste sector

⁶ De que é exemplo a cadeia “Pixmania”

⁷ Veja-se a pertinente questão da taxa de IVA aplicada por estas empresas...

sendo certo, contudo, que, quanto à legalidade ou ilegalidade objectiva de eventuais práticas, nada poderemos afirmar, sendo esse um papel reservado aos especialistas nos assuntos do Direito. O objectivo será, apenas, o lançamento de algumas pistas sobre esta temática que afecta a vida de algumas centenas de empresários e alguns milhares de pessoas, seus funcionários e famílias.

2. A Oferta de Serviços de Impressão Digital

A oferta de serviços de impressão digital em Portugal tem sido caracterizada por uma grande diversidade de propostas. Enquanto as grandes cadeias – caso da “FNAC”, da “Worten”, do “Auchan” ou da “MediaMarkt” – desenvolvem poderosas campanhas de divulgação dos seus serviços utilizando como argumento quase sempre o preço, os operadores independentes vão desenvolvendo estratégias de diversificação da sua oferta, personalizando o serviço e gerando “valor acrescentado” aos olhos do consumidor.

Uma análise muito breve às práticas de alguns dos principais operadores deste mercado leva-nos às seguintes constatações⁸:

- a) Quase todos os “novos operadores” sublinham o factor preço como argumento principal da sua oferta (ex. campanha “Worten”: “o nosso forte é o preço”);
- b) Por exemplo, a “MediaMarkt” anuncia, durante um determinado período de tempo (de 6 a 10 de Fevereiro), a venda de fotografias impressas a 1 cêntimo (válido para um máximo de 50 fotografias);
- c) A “FNAC” anuncia um preço de 15 cêntimos por imagem 10x15 ao qual acresce uma taxa de processamento de 49 cêntimos;
- d) O “Auchan” oferece serviços fotográficos a 15 cêntimos por imagem 10x15, também com o acréscimo de uma taxa de 49 cêntimos;

2.1 A oferta a preços “inexplicáveis”

A concorrência aberta entre operadores tem levado a que, com grande frequência, sejam desenvolvidas campanhas promocionais muito fortes, fazendo supor que os operadores poderão estar a vender abaixo do respectivo preço de custo – portanto, em aparente desrespeito da lei.

É certo que nenhuma das tecnologias existentes no mercado – impressão em suporte de “haletos de prata”, impressão térmica, jacto de tinta – permite, por exemplo, imagens

⁸ Recolha de dados efectuada no dia 2 de Março de 2008

10x15 cm a um preço de 1 cêntimo com IVA (de 21%). Se tal fosse possível, os restantes operadores estavam com lucros fabulosos (multiplicando por mais de 15 o valor do seu custo para marcar o preço de venda...), o que não é, de todo, o que se verifica no sector, que tem, pelo contrário, registado bastantes falências. O conhecimento que temos das tecnologias de impressão, resultado de mais de oito anos de trabalho nesta indústria, permite-nos afirmar, contudo, e com toda a segurança, que não: não é possível imprimir imagens 10x15 a 1 cêntimo. Como justificar então esta prática? Pode argumentar-se que se trata de uma acção de “degustação” do serviço para o difundir junto dos consumidores, eventualmente suportada por eventuais apoios do fornecedor. Contudo, a forma como é apresentada a campanha refere claramente que o preço do serviço é aquele – 1 cêntimo! – e é isso que o consumidor assimila: fotografias a 1 cêntimo, portanto muito mais baratas que as da “concorrência”. Note-se, aliás, que este tipo de acções promocionais realizadas agora em Portugal também foi lançado por aquela empresa em Espanha, quando a “MediaMarkt” se instalou naquele país.

2.2 A oferta a preços “semelhantes”

Contudo, há outra situação que pode indicar eventuais operações de “ajustamento de preços” entre operadores induzidas, eventualmente, por factores externos que não a acção da “mão invisível” do mercado.

Referimo-nos à existência de preços iguais na oferta, por exemplo, de operadores como a “FNAC” e o “Auchan”. É o mercado que gera esta igualdade da oferta? Então e a concorrência?⁹ Dificilmente se poderá aceitar que estes preços tão iguais sejam apenas o resultado de ajustamentos normais do mercado...

2.3 Concorrência com “armas” distintas

Adicionalmente, é conhecido o modelo de negócio destes grandes operadores, que são, na prática, intermediários na prestação de serviços do seu fornecedor (de serviços fotográficos) e o consumidor. Porque não têm custos com os equipamentos, nem custos com o pessoal, nem ainda o risco resultante de uma escala mínima de produção (indispensável para suportar o custo do equipamento, seja amortização económica, seja custo financeiro da operação de financiamento), têm a capacidade de oferecer serviços a

⁹ A preocupação, a nível Europeu, com eventuais práticas de fixação “anormal” de preços é testemunhada, por exemplo, por notícias recentes da autoridade de concorrência britânica que dão conta da descoberta de eventuais acordos “de fixação de preços entre indústrias de lacticínios e cadeias de distribuição” (ver site www.anilact.com)

preços baixos, impossíveis de praticar a operadores independentes. Tal poderá levar-nos até a questionar se, à luz de uma comparação com as condições “normais” de prestação do serviço no mercado, não estão também estes operadores – mesmo a 15 cêntimos! - a prestar serviços abaixo do custo real... Podemos questionar ainda, e por fim, se as condições propostas a estes operadores também não deveriam ser propostas aos operadores independentes em nome da igualdade de condições para prestações económicas semelhantes. Recorda-se: *«É proibido a um agente económico praticar em relação a outro agente económico preços ou condições de venda discriminatórios relativamente a prestações equivalentes»* (ver Decreto-Lei nº140/98, de 16 de Maio).

3. Conclusão

O cumprimento do enquadramento legal existente, necessário para regular práticas e para promover a livre e salutar concorrência entre todos os operadores, é fundamental, por regra, para que os mercados possam funcionar em benefício último dos consumidores.

A necessidade do cumprimento dessas regras legais aplica-se, em particular, a mercados – como o da impressão digital – que estão em momentos críticos do processo de formação da procura e da oferta. O seu desrespeito limita a necessária diversidade e concorrência da parte da oferta, potenciando situações de concentração.

Os dados apresentados neste pequeno ensaio podem levar a que sejam efectivamente questionadas as práticas de alguns operadores. Aparentemente, os dados expostos fazem pressupor a existência de eventuais indícios de vendas abaixo do eventual preço de custo do serviço e a prática eventual de preços não resultantes da actuação livre do mercado.

Provar se isso é, ou não, verdade, se há, ou não, concorrência desleal, é um assunto que ultrapassa o âmbito deste pequeno ensaio e que só as autoridades competentes poderão efectivamente avaliar no cumprimento da sua Missão de defesa da efectiva aplicação dos princípios – e das leis – da economia de mercado e da livre concorrência.

Anexo 4

A União Europeia é a primeira potência comercial mundial. A sua política comercial traduz o seu empenhamento na liberalização do comércio, tanto a nível europeu como a nível mundial. O objectivo consiste em suprimir as restrições ao comércio e as barreiras alfandegárias. Por conseguinte, a União Europeia salienta a importância do enquadramento da liberalização em regras comerciais comuns.

O comércio livre encontra-se no cume da criação da União Europeia. A harmonização de algumas normas contribui para o bom funcionamento desse mercado. Assim, normas comuns são aplicadas a sectores industriais específicos ou a determinados produtos, a fim de, por exemplo, proteger a saúde pública, o consumidor ou o ambiente. Além disso, a União Europeia elaborou uma política da concorrência, de forma a garantir que as trocas se efectuem em condições equitativas. Pretende-se evitar que eventuais acordos, práticas anti concorrenciais ou abusos de posição dominante constituam um obstáculo à dinâmica do mercado.

A União Europeia insiste no papel fundamental da competitividade da indústria europeia na concretização dos objectivos de Lisboa

Anexo 2

VENDA A DINHEIRO N°.A 2493

Data : 24/08/2006

PAIKOS, LDA

RUA DAS MURÇAS, LDA

0000.058 FUNCHAL

Contribuinte: 511155591

Telefone: 282799849

Fax: 282769503

Telemovel:

Matriculado na Conservatória do Registo Comercial de

Zona Franca da Madeira

Capital Social : 5000

8500.619 PORTIMAO

Data de Vencimento : 24/08/2006

Nº de Cliente :	Contribuinte :	Cond. Pagamento :
9269722	225600362	

Referência	Descrição	Enc.	Quant.	Preço Unit.	Dsc.1	Dsc.2	IVA	Valor
EOS300	CANON CAMERA DIGITAL EOS300 + CF512MB	0	1.00	1.038.26	0.00	0.00	15	1.038.26

								TOTAL
Incid.	1.038.26	Taxa	15.00	Iva	155.74	Total Líquido	1.038.26	Moeda: EUR EURO 1,194.00
Incid.	0.00	Taxa	5.00	Iva	0.00	Total IVA	155.74	
Incid.	0.00	Taxa	0.00	Iva	0.00	Desc. Linha	0.00	
Incid.	0.00	Taxa	0.00	Iva	0.00	Desc. Financ.	0.00	

Observações :

PEÇA JÁ >>

Exclusivo para novos clientes Citi

Simplex,
rápido, sem
burocracias

Informação Desporto Horas Vagas Pesquisas Classificados Compras Serviços Correio

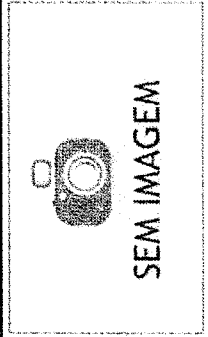
Anexo 1

DIRECTÓRIOIOL

Ajuda

« voltar imprimir

efectuar nova pesquisa



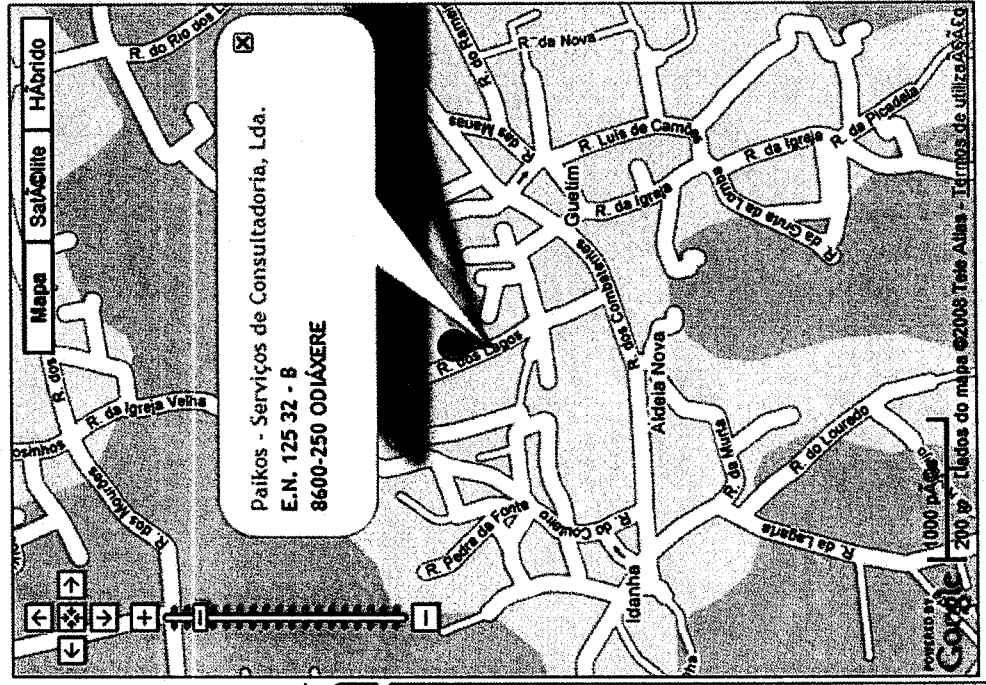
Paikos - Serviços de Consultadoria, Lda.
E.N. 125 32 - B
8600-250 ODIÁXERE
Faro - Lagos

Actividade(s): Auditores
(Clique numa actividade acima para ver mais empresas)

Contactos

Tel: 282762223

Contactar empresa	Enviar a amigo	Reportar erro
Preencha o formulário abaixo:		
O seu nome *	<input type="text"/>	
O seu e-mail *	<input type="text"/>	
O nome do seu amigo *	<input type="text"/>	
O e-mail do seu amigo *	<input type="text"/>	
A sua mensagem	<input type="text"/>	
Introduza o texto que vê na imagem *		
2988		
<input type="button" value="limpar"/>		<input type="button" value="enviar"/>





Categorias

- Cameras Digitais->
- Objetivas->
- Depositos de Memórias->
- Filtros->
- Accessórios->
- Cameras de Filme Digitais->
- Accessórios para Camaras de Filme Digitais->
- Flash->
- Accessórios para Flash
- Medidores de Exposição
- Luminário de Estúdio & Accessórios
- Tipês
- Sacos para Camaras->
- Impressoras->
- Accessórios para impressoras->
- Scanner->
- Cameras SLR de Filme
- Accessórios para SLR de Filme->
- Robôs Fotográficos->
- Photo Albums->
- Excl Wedding Album->
- Guest Books
- Molduras->
- Essais
- Posterhanger
- Second Hand->
- Specials

Bestsellers

09. SANDISK 1GB CompactFlash Card Ultra II



Diga um Amigo

Diga alguém que você sabe sobre este produto.

Alto » Catálogo » Conditions of Use

Conditions of Use

1. Scope of Application
All sales, deliveries and services on our part are subject to the following terms. Any conditions deviating from our terms are invalid, even if we execute our orders without having objected to these conditions explicitly.

2. Offers, Prices and Conclusions of Contracts
In our catalogues and price lists, you will always find cash prices quoted value inclusive of value added tax. All offers are subject to alterations. With smaller articles and commodities being ordered, the price valid on the day of delivery is charged. If prices of equipment ordered are raised, we will seek your consent before the execution of the order. Price reductions will be transferred to you immediately. For valid conclusions of contracts our written confirmation of the order is required. The letter is replaced by delivery and/ or invoice. Agreements and deviations from our terms by word of mouth require written form. This also applies to the renunciation of the form requirement. Drawings, illustrations, measurements, weights and other production data, particularly in prospectuses, are only binding if there is an explicit written agreement. Such particulars do not constitute any assurances of properties, even if they contain indications of norms, as for instance DIN.

3. Guarantee
We offer product guarantee customary in our line of business. For cameras and objectives, we grant a total of 2 years guarantee. In the second year of the guarantee, the execution of repairs must be performed directly via Digitalwonderworld. This is important. Please enclose, if guarantee is required, return forms and the original guarantee card (if comprised in the delivery). Otherwise our dealing with the matter will not be possible.

The company Digitalwonderworld is not accountable for shipping charges incurred from the return of faulty items. Items may be sent to us for repair at the expense of the customer. The customer will also be billed for shipping when repaired items are returned. This charge will be in accordance with our international shipping rates.

4. Right to Exchange
Once an order has been made by a customer we provide, free of charge, the possibility to return the goods within fourteen days of the date of shipment. For returned goods, in perfect condition, unused and in the original packaging, we will, upon request, reimburse the cost of the goods by bank transfer. For returned goods, we require a copy of the purchase receipt. Digitalwonderworld accepts no responsibility for the loss, or damage, of the goods during transit. Exchange and re is not possible for used goods or special order items - see section 5 ut terms of business.

Carrinho 0 artigos

Minha Conta

Top sellers



Canon EF-S 17-55mm f/4-5.6 IS USA 444,00EUR

Fixando o preço do info

Os preços indicados são incl. VAT

Os shipments dos bens dentro do EU são enviados nos preços indicados; não há nenhum dever ou imposto adicional.

15% será deduzido do preço para o VAT se os shipments dos bens estiverem indo fora do EU.

As informações adicionais do transporte estão aqui Envs e Devoluções



VALOR : 12 €

A apresentação deste trabalho não implica, por parte dos professores ou encarregados de educação, qualquer tipo de compromisso ou responsabilidade. A sua aquisição é absolutamente voluntária.

REPETIÇÕES

pedidos feitos ao

Apartado 123
Santa Marta do Pinhal
2855-998 CORROIOS

Se V. Exa. pretender alguma repetição destas fotos, em tamanho normal ou em Posters, queira dirigir-se-nos em carta, para a morada acima indicada, com uma foto ou fotocópia da mesma, indicando no espaço abaixo, a Escola e o nome da Prof. ou Turma, com o pedido que deseja.

<i>Formatos</i>	<i>Preços</i>	<i>Quant.</i>
Foto 3x4,5 cms. (mínimo 6 fotos)	5,00 €
Foto 10x15 cms. (Boas Festas)	2,00 €
Foto 13x18 cms.	3,00 €
Foto Memorando	6,00 €
Mini-Poster 20x25 cms.	7,50 €
Poster 30x40 cms.	25,00 €
Poster 50x75 cms.	45,00 €

Nota: não estão incluídas as despesas de envio

Escola

Prof. ou ano e turma

Localidade

Nome

Morada

Localidade

Cod. Postal