



# “Começar de novo é sempre um desperdício de recursos”



**Pedro Costa Ferreira, presidente da Associação Portuguesa e Agências de Viagens e Turismo, fala da relação com a nova administração da TAP e ainda das mudanças no Turismo de Portugal. O responsável elogia o trabalho feito pela anterior administração do TdP no que diz respeito à promoção e diz não esperar grandes alterações nesta matéria, porque isso seria um desperdício de recursos.**

>> CARINA MONTEIRO [cmonteiro@publituris.pt](mailto:cmonteiro@publituris.pt) >> Fotos: Frame It

## **Quais são as perspectivas para 2016 no que diz respeito à actividade de outgoing, incoming e corporate?**

Considero que vamos ter uma consolidação dos factos de 2015, tanto quanto se pode prever num mundo tão inseguro e com previsões tão difíceis. É de esperar que o outgoing continue a recuperar. Os dados recolhidos pelo Capítulo dos Operadores Turísticos apontam para crescimentos perto dos 6/8%, com alguma consolidação nos destinos, eventualmente com uma dinamização nas Caraíbas, porque há mais aposta de charters

para o destino, com a manutenção de uma liderança grande de Cabo Verde, no médio curso, com os Açores com um desempenho importante, também Madeira e Porto Santo, este último sobretudo no Verão, porque há também mais apostas dos operadores turísticos. Em suma, o que se espera é uma consolidação desta recuperação. Não se espera que o outgoing se porte pior, espera-se que se porte melhor. A confirmar-se, é o terceiro ano consecutivo e, portanto, do ponto de vista da confiança das empresas, espera-se boas notícias.

A nível de incoming, temos mais razões para

estarmos confiantes, porque os resultados do incoming seguem os do país enquanto destino turístico. Se não houver nenhuma causa mais improvável, o país vai manter o crescimento, logo as agências de incoming também vão crescer.

Do ponto de vista do corporate, mais do que os desafios, o que devemos pensar é quais são as consequências da permanência desses desafios. Temos um grande embate no corporate relacionado com Angola e isso não se vai aligeirar ao longo de 2016. Esse embate é suficientemente grande para nos preocupar a todos, do ponto de vista do volume de





negócios, da dinamização da actividade e até do ponto de vista de alguns investimentos que vários players portugueses fizeram no mercado angolano. Por outro lado, do ponto de vista das empresas clientes, continua a não se ver qualquer tipo de recuperação nos prazos médios de recebimento e continua a não se perspectivar que isso aconteça. Por outro lado, os pagamentos à IATA estão a 18,5 dias de prazo médio de pagamento e, portanto, estamos num novo ambiente de pagamentos à IATA e, com isso, permanecem problemas por resolver nas agências de viagens quanto à sua consistência financeira.

Considero que isto é um pouco o espelho do Turismo como um todo. Estamos muito diferentes, está melhor o sector, do que as suas empresas. É natural, o sector atravessou uma crise e, quando isso acontece, as empresas fragilizam-se e precisam de tempo para se recuperarem.

**Existem vários factores, sejam eles internos ou externos, que influenciam a actividade turística. O que pode impactar a actividade este ano do ponto de vista externo?**

O mundo está mais inseguro, tem havido uma evolução para uma maior insegurança a vários níveis, o que pode originar duas reacções: em primeiro lugar, a insegurança não é algo que seja bom, seja a insegurança física ou as ameaças de epidemias de vírus. Estes factores podem impactar negativamente o Turismo, não apenas porque outros mercados emissores podem olhar para destinos que nos são mais tradicionais, mas também porque podem inibir inclusivamente a população portuguesa de sair mais. Não é isso que se espera para 2016. O vírus Zica não teve consequências nas reservas dos turistas portugueses. Por outro lado, porque o mundo é cada vez mais inseguro, as pessoas vão aprendendo a viver com a insegurança e, portanto, também admito que possa haver uma espécie de aprendizagem com estes novos ambientes. Há algo que tem sido consolidado ao longo dos anos, viajar é um direito da população, está incorporado no plano de gastos da população e até agora nada tem impedido que esse plano seja executado. Não espero que seja este ano. No ano passado, tivemos vários casos no Capítulo dos Operadores com as crises nos destinos. Quando acontece, temos de gerir a crise e dialogar, sobretudo, se se tratar de destinos para os quais os operadores têm operações. Desse ponto de vista, há uma nova maneira de estar e olhar para estas questões. Mas este novo ambiente não tem impedido as pessoas de viajar.

**E quanto aos factores internos? Os por-**



**tugueses vão ter mais dinheiro para viajar?**

Os factores internos muitas vezes não dependem do dinheiro, mas da confiança. A verdade é que a grande perda de consumo, durante crise, não foi tanto devido à falta de dinheiro, porque não afectou algumas famílias que deixaram de viajar. Tem a ver com confiança e com a forma como olhamos o futuro. Desse ponto de vista, a insegurança política que se sentiu antes da tomada de posse do Governo e a dificuldade de perceber o que iria acontecer, teve alguns estragos no consumo no fim-do-ano. A insegurança política, se acontecer, pode impactar negativamente a actividade.

**No caso dos operadores turísticos, assistimos a uma grande oferta colocada no mercado este ano. Corre-se o risco de algumas destas operações não existirem?**

Nos últimos anos tem havido equilíbrio e não excesso de oferta e o que mais ilustra esse facto é não termos o 'last minute' muito agressivo e, por outro lado, termos voltado a ter ofertas e compras antecipadas. Quando o turista compra antecipadamente, está a pensar que, no momento da partida, pode não ter lugares ou que não vai ter lugares àquele preço. Portanto, quando há percepção de excesso de oferta, o turista retrai-se na compra antecipada para aproveitar o 'last minute'. Não tem acontecido. Considero que, ainda não há sinal de excesso de oferta, há um reforço evidente nas Caraíbas, mas não creio que haja reforço visível em mais lado nenhum, há algumas novas operações. Há um reforço em Porto Santo que me parece que está absolutamente absorvido pela procura que se espera. Em suma, não esperaria desequilíbrio grande entre oferta e procura. Percebo que há um aumento da oferta, é um facto, mas como esperamos crescimento da procura, não creio que o crescimento

da oferta possa provocar um desequilíbrio muito grande. Por outro lado, a verdade é que a oferta inicial de charters não é a oferta final de charters, há um ajuste antes das operações iniciarem. Desse ponto de vista, ainda há muito tempo para as expectativas se encontrarem entre aquilo que os operadores planeiam fazer e aquilo que esperam da sua procura e, portanto, se houver algum erro da partida, ainda há tempo para corrigir.

**TAP**

**Esta nova situação da TAP, em que o Governo recupera a posição maioritária da companhia, vai trazer alguma instabilidade à companhia?**

Nunca fizemos declarações políticas relativamente à detenção do capital da TAP, dissemos, antes da privatização, que a TAP tinha dois problemas para resolver que punham em causa a sua continuação: flexibilidade de gestão e dotação de capital necessário para evoluir e crescer. A operação de privatização à priori, apesar de ser uma operação de risco, porque a entrega de uma empresa a um privado é sempre um risco, foi uma operação que permitiu resolver esses problemas. A grande verdade é que aparentemente a capacidade de dotar a TAP com capital foi ultrapassada e a prova disso é que todos nós, jornalistas incluídos, pela primeira vez, em dez anos, ouvimos falar da TAP por causa da sua estratégia, por causa das suas opções comerciais e não pelas suas dificuldades ou da sua impossibilidade de crescer. Desse ponto de vista, algumas dessas opções são muito bem-vindas, nomeadamente, o tráfego da América do Norte. Agora fala-se de uma reversão, cujos alicerces ainda não são conhecidos e, como não conhecemos e não fazemos comentários de índole política, diria o seguinte: se esta reversão não colocar em causa a dotação de capital que a TAP necessita para crescer, nem a flexibilidade de gestão para assumir

uma estratégia de crescimento, não vem mal ao mundo. Mas, se colocar em causa, penso que teremos problemas no futuro. Quanto à questão do Porto, considero que temos de dividir o que é a análise técnica do que é a reacção política. Ambas são razoáveis, nas suas esferas. Nós debatemos análise técnica. A grande verdade é que não é fácil a uma companhia aérea dita tradicional estar num aeroporto com duas low cost ao lado e a poucos quilómetros do principal hub. Portanto, do ponto de vista da gestão técnica, creio que é razoável o que a TAP está a fazer. Do ponto de vista da gestão política, penso que é muito razoável a reacção que o Norte está a ter. Ambas têm lugar nas esferas onde se desenvolvem e não são contraditórias.

**E para o sector turístico?**

Desde que a reversão não ponha em causa aquilo que parecia estar resolvido, não é um problema. O que o sector turístico quer é que a TAP se desenvolva e tenha uma estratégia. Do ponto de vista do aeroporto do Porto e do negócio, creio que o aeroporto da Porto é muito menos dependente da TAP do que se pensa e, portanto, tem outras potencialidades. Não é necessário estarmos à procura da resolução dos problemas agarrados apenas a uma via de saída. A prova que há várias soluções é que já houve reacções de companhias aéreas. Será, por ventura, mais fácil a companhias aéreas preencherem essas rotas do que a TAP com um hub a 300 quilómetros de distância e com tanta e tão feroz concorrência.

**Daquilo que se já conhece, nomeadamente a aposta nos EUA. São boas notícias?**

Parecem-me boas notícias que podem ter tão boas consequências como teve a operação no Brasil. O mercado norte-americano já foi um dos principais mer-





cados emissores para Portugal e tem todas as potencialidades para voltar a ser. É um bom mercado, com um bom gasto médio. Penso que há uma série de valências em Portugal que se podem adaptar à procura norte-americana. Portanto, vejo com muito optimismo e com muita ambição e penso que, neste quadro de desenvolvimento, há um papel muito importante a desenvolver pelas agências de viagens, que espero que possa ser aproveitado por elas também.

**Uma gestão privada pode supor uma relação mais agressiva com os operadores e com as agências? Como é que está a relação da companhia com as agências e também com os operadores?**

É possível e não é um drama. A relação entre a indústria aérea e a distribuição é uma relação tensa e com desenvolvimentos recentes, que são difíceis de gerir e que exigem trabalho. Por exemplo, os prazos de pagamento mais curtos através da IATA. Pergunto-lhe qual é o sector económico que conhece em Portugal que paga a 30 dias sem mácula? Não há nenhum. Ou melhor, havia um. Era o sector das agências de viagens, pagava a 30 dias sem mácula, depois passou a pagar a 22,5 dias sem mácula, e agora paga a 18,5 sem mácula. Só este facto indicia que houve, pelo menos, muita falta de diálogo e nalgumas áreas pode ser interpretado, pelo menos alguns interpretam, como abuso de posição dominante. Depois temos uma nova forma de acreditação na IATA, o GEN ISS, onde esta desconformidade entre os riscos que existem na relação e as responsabilidades que são exigidas às agências de viagens vai ainda aumentar mais. Depois, temos a questão do NDC, onde já temos uma certeza e algumas dúvidas desagradáveis. A certeza é que vai haver fragmentação do produto, o que vai prejudicar a comparação, nomeadamente entre produtos, mas não é tudo mau, porque é, por exemplo, uma oportunidade para as agências de viagens e para o seu trabalho. Agora há uma dúvida que paira no mercado inteiro que é: o que está nos sites das companhias aéreas vai estar nos GDS? Se estiver, não vem mal ao mundo, se não tiver, é contra a liberdade de escolha e, portanto, não é uma coisa boa. Finalmente, para completar o leque, esta nova taxa da Luffhansa, aí sim, claramente, temos para o mesmo acto de reserva, condições mais benéficas no site da companhia, e tem condições mais adversas nos GDS. Aí sim, é contra a liberdade de escolha e há processos a decorrer na Comunidade Europeia, que se espera que chegue a bom termo relativamente a estes tópicos. Em suma, a relação global é tensa entre a indústria aérea



*“Como consideramos que a directiva significa pior ambiente para os agentes de viagens, pretendemos que ela seja transposta o mais tarde possível, tal como a maioria dos países europeus”*

e a distribuição, não é de agora e não é de Portugal. Neste quadro, a relação entre a APAVT e a TAP, não podendo ser uma relação em que estamos sempre de acordo, pelos factos que acabei de descrever, é uma relação que tem seguido um sentido construtivo e, quatro anos depois de exercer a presidência da APAVT, sabendo que há quem discorde desta posição, estou ainda mais convencido que este é o futuro do diálogo, tem de ser com sentido construtivo. Temos de ter uma responsabilidade quase diplomática, o que quer que esteja a acontecer, contra quem quer que esteja a acontecer, temos que tentar defender sempre os interesses, e quando se perde o equilíbrio na relação, nunca se defende melhor os interesses. Respondendo à sua pergunta inicial, não esperamos que as alterações de capital na TAP provoquem alterações neste relacionamento, volto a dizer é um relacionamento tenso, com dificuldades, nem sempre chegaremos a acordo, mas se ambos mantivermos o sentido construtivo, pelo menos chegaremos ao melhor acordo possível entre as partes face aos interesses próprios.

**No ano passado, iniciou-se o pagamento semanal do BSP à IATA. Qual é o**

**balanço que faz?**

Não há 'default'. As agências de viagens, uma vez mais, conseguiram adaptar-se e vencer mais este desafio. Mas conseguiram adaptar-se, porque lhes foi dado cerca de dois anos de período de carência entre a decisão e o modo como foi implementada, e aí foi consequência de um diálogo entre as partes. Portanto, há cumprimento, mas não me pergunte se é mais fácil agora, é exactamente uma das fragilidades do corporate, esta necessidade de pagar mais cedo, quando temos a consciência que os clientes não estão a pagar mais cedo e provavelmente estão a pagar até um pouco mais tarde.

**Como está a relação dos operadores turísticos com as agências de viagens?**

Há uma tradição para focar muito esta relação apenas na comissão. É um assunto que para mim está ultrapassado. Está ultrapassado no sentido que não vale a pena falar em redistribuição da riqueza se ela não aumentar. Isto é, se não foram criadas mais-valias na operação, se a operação não for mais rentável, não vale a pena estar-se a pedir mais dinheiro uns aos outros, porque ele não existe. Considero que é mais importante focarmo-nos na qualidade, na idoneidade, na compe-

tência e na solidez da operação. O mais importante para as agências é que, quando uma operação charter é colocada no mercado, ela corra bem sem problemas, mesmo que haja uma avaria técnica, ou seja, que haja capacidade por parte do operador para tratar bem o cliente que lhe é entregue pelo agente de viagens, do que propriamente a questão da comissão. Com toda a honestidade, sabendo que estou a ferir algumas consciências, às questões muito centradas nas comissões, nos tempos de hoje, na indústria da distribuição estão completamente ultrapassadas.

**RELAÇÃO COM A TUTELA**

**A transposição da nova directiva europeia das viagens para Portugal é um dos dossiers chave para a APAVT nos próximos tempos. Já tiveram oportunidade de falar com esta nova tutela do Turismo sobre este tema. O que é que se segue?**

Em primeiro lugar, as relações entre a APAVT e a tutela têm uma tradição de serem relações próximas e leais. Desse ponto de vista, é o que esperamos e não há o menor indício que não vá continuar a ser assim. Relativamente à transposição da nova directiva, o que temos, em primeiro lugar, é um novo quadro de mais responsabilidades para o agente de viagens e para os operadores turísticos e, portanto, mais riscos para a actividade. Perante isto, temos de debater estas responsabilidades e riscos com os players do mercado, por um lado, e construir respostas técnicas que permitam viver com essas responsabilidades e riscos, nomeadamente, seguros que possam responder a esses novos riscos. Para haver este debate e para haver a construção dos instrumentos técnicos, tem que haver tempo. Portanto, a primeira coisa que explicámos no diálogo com a tutela foi exactamente isto: temos de fazer um trabalho conjunto e precisamos de tempo, para que, daqui a alguns meses, apresentarmos uma proposta de transposição à tutela. A previsão é apresentarmos uma proposta até Setembro deste ano. Isso ficou salvaguardo. Temos um plano que esperamos concluir até Junho de 2018, porque este é o último momento, por lei, em que a directiva tem de ser transposta. Como consideramos que a directiva significa pior ambiente para os agentes de viagens, pretendemos que ela seja transposta o mais tarde possível, tal como a maioria dos países europeus.

**Em termos de fiscalidade, o IVA dos eventos é também uma prioridade para a APAVT?**

Este dossier é tão importante como a transposição directiva para o sector de





Incoming. Temos duas desigualdades fiscais para o nosso incoming. Temos uma desigualdade fiscal interna na organização de congressos. Ou seja, se for uma agência a organizar, temos um enquadramento do IVA, e se for um organizador de eventos, temos outro enquadramento. É algo que urge unificar. Não é razoável que a mesma acção, no mesmo ambiente, tenha efeitos fiscais diferentes, só pela natureza do agente. Por outro lado, temos uma desigualdade fiscal mais recente e provavelmente mais grave, nomeadamente, com Espanha que fez uma interpretação da lei que permite aos espanhóis serem 23% mais competitivos. Já transmitimos estas questões à tutela, penso que o governo estará a construir um pacote fiscal para o sector no próximo ano e, em princípio, pelo menos é a promessa, vai incluir essas preocupações na construção desse pacote.

**Tivemos recentemente mudanças na administração do Turismo de Portugal. É expectável que mais mudanças ocorram decorrentes da alteração de governo e, se sim, qual é a sua leitura?**

Não comento pessoas, comento políticas. Mas deixo duas notas: O João Cotrim de Figueiredo fez um trabalho que consideramos muito positivo no sector, construiu uma boa relação com a APAVT e com o sector. Pensou bem, penso que evoluímos em muitos aspectos com a sua liderança. Segunda nota: o Luís Araújo é bem-vindo, é uma pessoa conhecida no sector, com a qual não temos trabalho conjunto, porque nunca estivemos em circunstâncias de trabalhar em conjunto. É naturalmente bem-vindo e manifestamos a intenção de fazer um trabalho tão próximo quanto o que fizemos com o anterior presidente.

Quanto às políticas, o que sempre defendemos, em qualquer esfera política que estivesse no Governo, é que não se derrama-

masse sobre o mercado as instabilidades políticas. O Turismo de Portugal é um departamento técnico e se alguma coisa o ex-secretário de Estado deixou ao sector foi a noção de que ele pode ser um departamento técnico. Considero que isso devia ser aproveitado, nomeadamente do ponto de vista da promoção. Não quero confundir o Turismo de Portugal com promoção, o Turismo de Portugal tem muitas outras valências. Mas do ponto de vista da promoção, parece indelével que a promoção foi realizada em boa direcção, em direcção à opinião dos outros, em lugar do auto elogio, em direcção ao digital e a um maior apoio na distribuição na venda, com a particularidade que, na altura, estas mudanças que foram introduzidas tiveram a oposição de várias franjas do mercado. Ou seja, foram tomados efectivos riscos de decisão do Turismo de Portugal e, actualmente, a ideia com que fico é que se acertou. Mas esta não é a ideia só da APAVT, em todas as conferências e forums, a ideia generalizada é que o trabalho do Turismo de Portugal, do ponto de vista da promoção, é um trabalho próximo do notável. Obviamente que, desse ponto de vista da política, não gostaria que começássemos de novo. É sempre um desperdício de recursos quando isso acontece, não espero que aconteça, nem considero que haja uma razão para esperarmos que aconteça face a essas novas alterações.

**ACÇÕES APAVT**

**No ano passado, a APAVT trouxe para Portugal a organização do Congresso da Associação dos Agentes de Viagens Alemães. Este ano poderá já sentir-se o impacto desse evento?**

Foi um evento marcante a vários níveis, mas destaco dois: fica na história da APAVT, porque é a primeira vez que organiza um congresso desta natureza; e fica na história da associação alemã, por-

que foi a primeira vez que uma associação privada acolheu o congresso da DRV. Quanto ao impacto, temos todas as razões para esperar um impacto positivo. Qual foi o raciocínio da vinda deste congresso para Portugal? O mercado emissor alemão é um dos mais importantes mercados emissores europeus, mundiais e para Portugal. A nossa quota de mercado é de cerca de 1%, o que é absolutamente ridícula. Quem lidera a venda de viagens e de pacotes turísticos no mercado alemão são os agentes de viagens com cerca de 85% da quota de venda, algo absolutamente extraordinário. Portanto, vamos organizar o congresso de quem dirige as compras de um dos maiores mercados emissores mundiais, no qual ainda temos uma quota muito pequena. Tudo soa bem e podemos esperar crescer. Agora, isto funciona como a promoção, isto é, podemos ficar iguais, crescer ou decrescer e nunca poderemos vincular directamente qualquer um dos resultados a este evento. É expectável que haja crescimento e, concretamente, a resposta dos agentes alemães foi muito positiva. Ficámos na história como um dos melhores congressos organizados e seremos consultores da próxima organização, que é turca. A organização assistiu ao nosso congresso e pediu-nos para darmos algumas ideias.

**O que é que a APAVT vai fazer este ano, além do marco anual da associação que é o congresso em Dezembro?**

Terminamos todos os anos com um marco que é o congresso, de facto. Voltará a ser o congresso do Turismo e voltará a realizar-se em Portugal, em Aveiro, o que sublinha a boa relação que a APAVT tem com todos os organismos, nomeadamente as ERT's, mas, especificamente com a Região do Centro, as relações são de grande efectividade. Há uma outra bandeira que é a nossa presença na BTL. Temos o principal stand privado na feira,

algo que está relacionado com a necessidade de otimizar as oportunidades dos agentes de viagens, sobretudo dos mais pequenos, dando uma noção de escala que não teriam acesso por si. A BTL é um marco da associação, a presença na ABAV é outro e o terceiro é a formação. No meio disto, existem os Capítulos da APAVT, onde se tenta dinamizar a resposta dos agentes de viagens criando agendas comuns subsectoriais, é o caso do Capítulo dos Operadores, que tem funcionado muito bem e atingido vários objectivos, nomeadamente, no diálogo com os destinos turísticos. Por exemplo, o actual trabalho que está a ser feito com a Madeira iniciou-se com o diálogo do Capítulo dos Operados com a região e termina no projecto "Destino Preferido". Mas também no capítulo do Incoming e dos DMC's há agendas próprias, como a fiscalidade.

**Nestes quatro anos de mandato, conseguiram reforçar o número de associações na APAVT?**

Estamos na Confederação Europeia e, portanto, temos, neste momento, uma noção muito alargada do que é a vivência associativa, sobretudo, na Europa e nos EUA. A grande verdade é que, à excepção de alguns mercados onde o associativismo é obrigatório, a APAVT, comparativamente com outras associações, está no topo. Isto é, a nossa representatividade relativamente ao sector, nomeadamente volume de negócios e número de agências, está no percentil superior do ponto de vista da relação das várias associações europeias com os respectivos sectores. Agora não nos vamos iludir, quer na APAVT, quer na Europa, quer nas outras associações fora do sector, as crises criam dificuldades e essas dificuldades muitas vezes geram afastamentos. O que posso dizer é que, durante os meus quatro anos de mandato fomos estancando a perda de representatividade, sobretudo, ao nível do número de agências. Ao nível do número de volume de negócios não sentimos qualquer quebra e a melhor novidade é que em 2015, pela primeira vez, se calhar na última década, tivemos um aumento do número de associados, um aumento ténue, mas um aumento, decorrente de algumas medidas que tomámos para os chamar, nomeadamente tínhamos uma joia de entrada que já não era destes tempos. Hoje temos mais agências de viagens do que tínhamos há um ano. Por outro lado, ao nível, por exemplo, do nosso congresso, há muito tempo que não tínhamos tantas agências de viagens como tivemos em 2015, desde João Pombo. **¶**

\* Agradecimento Dom Pedro Palace.





O presidente da APAVT, Pedro Costa Ferreira, fala da actividade da distribuição em 2016 e ainda da relação com a nova administração da TAP e com a tutela do Turismo.

**“Está melhor o sector do que as suas empresas”**

pág. 46