



AGEPOR

ASSOCIAÇÃO DOS AGENTES DE NAVEGAÇÃO DE PORTUGAL



Ver para ir
mais longe

mais de
36 milhões
de toneladas de mercadorias/ano



PORTA ATLÂNTICA DA EUROPA

| Granéis Líquidos | Petroquímicos | Multipurpose | Gás Natural | Contentores | Atividades Logísticas |

Com capacidade para receber os maiores navios em operação no mundo em todos os segmentos de carga, é um porto ágil e simplificado que regista dos mais elevados índices de crescimento na Europa. Tem capacidade de expansão em todos os terminais especializados e está associado a uma Zona Industrial e Logística com mais de 4.000 ha, apta a receber investimentos de qualquer envergadura.

Porto de Sines, uma porta de futuro aberta no presente.



www.portodesines.pt



cartão único portuário


Óscar Burmester

Presidente da Direcção Nacional da AGEPOR
Burmester & Stuve

EDITORIAL

Para além da Carga

Se dúvidas houvesse relativamente à complexidade dos diversos negócios, e multifacetadas áreas económicas nas quais o Agente de Navegação tem relevo, bastaria atentar na matéria desta revista, acerca da feira dos cruzeiros em Barcelona (Seatrade), para perceber que as capacidades dos nossos profissionais têm que ter uma amplitude que lhes permita um ajustar constante às necessidades e desafios de cada momento. Com efeito, e no que respeita ao negócio dos cruzeiros, as Agências de Navegação sempre tiveram um papel central neste negócio tão específico que, nos seus primórdios, começou pelo “transporte de passageiros”, para num momento mais tarde (há cerca de 30/40 anos) se ter tornado numa enorme indústria de lazer global.

Se antigamente, enquanto transporte de passageiros, o navio e a carga (que neste caso falava) tinham alguma similaridade e pontos comuns com a navegação comercial e portanto ser naturalmente um negócio da nossa área, nos tempos que correm, com a componente de turismo e lazer a ser preponderante e a contribuir também para a crescente globalização e massificação dos passageiros, seria legítima a pergunta. E o que é que um Agente de Navegação continua a fazer neste negócio?

Pois bem a resposta é bem simples e tem por base a capacidade de adaptação e a flexibilidade que caracteriza o nosso ofício, e que é também o garante de um futuro que, por muito diferente que possa ser ou parecer, nos será, porque nós assim o faremos, sempre promissor.

O Agente de Navegação tendo por base a sua experiência, perícia e profissionalismo e por interlocutor o Armador, o seu navio, o Comandante deste, e a sua tripulação tem à partida um leque de opções e de oportunidades infindáveis de negócios que se multiplicam em várias áreas.

O Agente de Navegação está sempre às ordens e pronto para desempenhar, com sucesso, qualquer tarefa ou pedido que lhe façam, seja o que for e em quaisquer circunstâncias. Podem ter a certeza que, caso necessário, o Agente de Navegação é capaz de ir à lua e descobrir água para trazer a algum passageiro que tenha manifestado o desejo de beber água lunar.

É isso que nos distingue e que faz da nossa profissão única. É também isso que, como dizemos tantas vezes, depois de experimentarmos o bichinho do shipping, nos passa a correr nas veias e nos agarra para sempre a esta profissão. •

ÍNDICE

3
EDITORIAL
4
SEATRADE MED


SEATRADE MED

A AGEPOR esteve presente na Seatrade Med que, entre 16 e 18 de Setembro, reuniu em Barcelona mais de 3.000 participantes na 10ª Edição da Seatrade Med Cruise Convention.

A feira, como habitualmente, esteve muito concorrida e os mais de 170 stands que a compunham conheceram bastante movimento que se intensificava nos intervalos e no fim das conferências.

Nas conferências como destaque do “State of the Cruise Industry” o facto de ter sido sublinhado que desde a crise de 2008 a procura de cruzeiros na Europa cresceu cerca de 43% enquanto os outros negócios de turismo estagnavam.

Quanto à representação de Portugal, de referir que institucionalmente os portos de Leixões, Lisboa, Portimão e Açores partilhavam um espaço comum, o que aliás vem sendo a regra há mais de uma década, e que a Madeira, também como habitualmente partilhava um stand com as vizinhas ilhas espanholas.

A AGEPOR teve oportunidade de se encontrar na feira com cerca de uma dezena de Associados, que tendo como apoio os stands acima, circulavam por toda a feira e sala de conferência realizando os seus contactos e tratando dos seus negócios.

O balanço da participação portuguesa nesta feira foi bastante positivo e as expectativas que criaram em todos, como se pode aferir das respostas que deram à AGEPOR e se podem ler nestas páginas, foram não só animadoras, como precursoras da continuação do sucesso do negócio dos cruzeiros em Portugal.

Entrevista a

Filipe Macedo – Portos dos Açores

Que balanço faz da Seatrade Med 2014?

Nestes últimos anos, a Portos dos Açores S.A., com o intuito de melhorar os serviços prestados, tem pautado a sua participação nestes eventos por um estreitar de laços com os representantes dos vários armadores/operadores, indagando juntos destes acerca da dinâmica que as escalas nos Açores têm gerado, bem como aferir os níveis de satisfação operacional daqueles. Apesar da dimensão deste segmento de negócio, é notório verificar-se que se mantém a tradição dos contactos personalizados que para nós começam a capitalizar-se na facilidade em chegar aos principais “decision maker” dos armadores/operadores. Trazer novos armadores ao arquipélago é outro objetivo que temos vindo a concretizar e, nesse sentido, esta Seatrade Med 2014, não fugiu à regra. Foi um evento onde a Portos dos Açores conseguiu alcançar os intentos a que se propôs e além da confirmação do interesse de alguns armadores/operadores em analisar mais aprofundadamente as potencialidades do arquipélago, registamos algumas ideias interessantes para o futuro, futuro esse que pode trazer ao arquipélago novos itinerários e novos mercados.

Que expectativas trouxe para os Açores quanto ao futuro próximo?

As expectativas são as melhores, pois prevemos um 2015 verdadeiramente interessante, uma vez que os números de reservas obtidas até à data fazem prever um crescimento significativo, quer do número de escalas, quer do número de passageiros em todas as ilhas açorianas. A diversidade de oferta e a atratividade das ilhas tende a ser uma mais-valia que muitos armadores/operadores têm vindo a considerar. Tradi-

cionalmente os Açores eram um ponto de passagem em cruzeiros de reposicionamento, agora somos cada vez mais visitados como destino, com vários navios a realizar escalas em mais do que uma ilha. Também os cruzeiros temáticos estão em crescendo e estes abrangem boa parte das nossas ilhas, o que é muito positivo para a disseminação do impacto positivo desta actividade na economia local.

Qual a estratégia e o que pensa deva ser a actuação de Portugal na Seatrade em Miami em 2015?

Defendemos claramente que todos os portos portugueses de “Cruzeiros” se devem unir sob a forma de Associação e/ou Marca (“Brand”), juntamente com as entidades responsáveis pela promoção dos correspondentes destinos turísticos e outros players das várias comunidades portuárias directamente interessados no sector, e apresentar um projeto nacional designado Cruise Portugal! A crescente importância que se vem verificando do corredor atlântico, aliada ao projeto do Terminal de Cruzeiros de Lisboa, que no nosso entender potenciará uma deslocalização do eixo Barcelona/Civitavecchia mais para Oeste, gerará inevitavelmente a afirmação de uma nova realidade no turismo de cruzeiros no nosso país. À semelhança do Cruise Britain ou Cruise Norway, entre outros exemplos, a junção formal dos vários portos nacionais, com a proposta de novos itinerários, podia ser uma aposta de sucesso para vários armadores/operadores internacionais. Aparentemente, do feedback que recolhemos em Barcelona, há concordância dos vários responsáveis nesse sentido, falta apenas materializar este potencial.

Entrevista a

APDL

Que balanço faz da Seatrade Med 2014?

As feiras de cruzeiros são sempre um espaço privilegiado de contacto com os principais stakeholders da Indústria dos Cruzeiros. A Seatrade Med, em particular, por se tratar duma feira mais pequena, permite um contacto muito próximo com os responsáveis pelas companhias de cruzeiros que operam nesta região da Europa: Mediterrâneo e Costa Atlântica de ligação ao Mediterrâneo. Num momento chave para o porto de Leixões que, muito em breve irá inaugurar o novo Terminal de Passageiros, inserido no grande projecto do Novo Terminal de Cruzeiros, a presença neste certame mostra-se fundamental. A nossa presença em Barcelona, permitiu a realização de reuniões com companhias de cruzeiros, com agentes de navegação e agentes de viagem. De sublinhar ainda o contacto com outros portos que permitem uma enriquecedora troca de experiências e conhecimentos. Nesta fase de conclusão da obra e equipamento do edifício do Terminal de Passageiros, foi igualmente relevante o contacto com fornecedores especializados em equipamentos ligados à operação de cruzeiros. A título de exemplo, o stand da ADELTE, empresa responsável pela construção da manga móvel do terminal, exibiu uma imagem de projecto da mesma.

Em sua opinião Portugal esteve bem representado na Feira?

Portugal esteve representado pelos principais portos portugueses de cruzeiros: Lisboa, Funchal, Açores e Portimão, como habitualmente. A componente Turismo é fundamental nesta actividade e, por isso, torna-se central a colocação dos cruzeiros na agenda do Turismo. Portugal conta



já com mais de 1,25 milhões de passageiros de cruzeiro e tem ainda um enorme potencial de crescimento nesta matéria.

Que expectativas trouxeram para o futuro?

As reuniões e os contactos mantidos durante a feira em Barcelona, reforçaram as nossas previsões de crescimento da procura de navios em 2015 e no futuro próximo. Para 2015 estão já previstos 75 navios, a escalar Leixões o que representará um conjunto de 85.000 passageiros e 37.000 tripulantes. Nos anos seguintes as perspectivas são igualmente animadoras, embora como é normal nesta atividade, o crescimento tem de ser visto não ano a ano, mas em ciclos de 5 anos. Muitos navios alteram as suas rotas, posicionam-se em regiões diferentes em cada ano. Nos últimos 5 anos o porto de Leixões cresceu 55% ao nível do número de navios, passou de 27 navios em 2010, para 75 em 2014 e mais do que triplicou o número de passageiros, passou de 49.000 passageiros para 76.000 passageiros (+178%).

Em que medida o novo terminal de cruzeiros irá marcar uma diferença em Leixões?

Estamos convictos que o Novo Terminal de Cruzeiros, composto pelo o cais de atracação que, desde 2011, permite a recepção de navios de grande dimensão, pelo terminal de passageiros que permitirá uma operação mais eficiente ao nível das escalas em trânsito e é fundamental para as operações de Turnaround que pretendemos incrementar, e, futuramente com a ligação pública à cidade, irá posicionar o porto de Leixões na oferta europeia de portos de cruzeiros. O porto de Leixões, ao nível da carga, é já uma referência nas cadeias logísticas do Noroeste Peninsular. Segundo uma lista publicada pela revista espanhola "Transporte XXI", o Porto de Leixões é um dos 125 maiores portos do mundo em movimentação de contentores e um dos 25 maiores da Europa, segundo uma revista espanhola especializada. Na operação de cruzeiros o porto esteve limitado no seu crescimento. Com o novo terminal abre-se uma excelente oportunidade de fazer de Leixões uma importante porta de entrada de turistas estrangeiros na Região Norte. No entanto, devemos cair na tentação de posicionar Leixões em paralelo com os grandes portos europeus como Lisboa, Funchal, Barcelona. Estes portos dispõem de um elevado número de cais de atracação, permitindo a recepção de 7 e mais navios em simultâneo e Leixões dispõe de apenas dois cais dedicados a cruzeiros. Leixões pretende e terá capacidade para responder e contribuir para o incremento da procura turística no Porto e Norte de Portugal e, desta forma, contribuir para a dinamização económica regional e nacional. A par desta vertente mais económica, o novo terminal terá um papel catalisador quer ao nível urbano, na dinamização dum espaço até agora estritamente portuário e fechado à população, quer ao nível científico ao acolher o Parque de ciência e tecnologia do Mar da Universidade do Porto. Esta dimensão do Terminal é perfeitamente inovadora e irá promover uma comunhão da população com o porto, com a ciência e a investigação ligada ao cluster do mar.

Entrevista a Andreia Ventura – APL

Que balanço faz da Seatrade Med 2014?

A Seatrade Med 2014 foi considerada a edição de maior sucesso, atingindo um número recorde de cerca de 200 expositores, desde portos, destinos e fornecedores de serviços, e de cerca de 3 mil participantes, o que se refletiu na elevada afluência de visitantes ao espaço do porto de Lisboa e nas reuniões com representantes de várias companhias de cruzeiro, que visaram promover as condições que o porto de Lisboa oferece a esta atividade assim como uma relação comercial mais próxima através de um contacto personalizado com cada um dos responsáveis das companhias de cruzeiro. Previamente agendadas, estas reuniões permitem ainda ultrapassar algumas questões operacionais e de natureza mais prática, melhorando o desempenho do porto nas operações dos navios. Assim, para o Porto de Lisboa a Seatrade Med de 2014 foi um verdadeiro sucesso.

Em sua opinião Portugal esteve suficientemente representado?

À semelhança do que tem vindo a acontecer em eventos internacionais da indústria dos cruzeiros, o porto de Lisboa, em conjunto com os portos de Leixões, dos Açores e de Portimão integraram o stand dos Portos Portugueses. Esta participação conjunta vem reforçar a consolidação da cooperação dos portos nacionais ao nível dos cruzeiros, e contribuir para a definição de uma estratégia nacional que passa pela promoção de Portugal enquanto destino de cruzeiros por todos os portos que desenvolvam esta atividade. Aos portos portugueses juntaram-se a AGEPOR, diferentes agentes de navegação, a CARRISTUR e o novo concessionário da atividade de cruzeiros no Porto de Lisboa, a *Lisbon Cruise Terminals* (LCT).

A participação de diferentes agentes económicos é particularmente relevante e, em minha opinião, reforça a posição de Portugal como destino de cruzeiros.

Que expectativas trouxeram para o futuro?

A confiança demonstrada pelos principais operadores de cruzeiro, que asseguraram, durante o certame, que o mercado mediterrâneo está a recuperar dos problemas económicos, e que haverá, nos próximos anos, continuação da procura pelo Mediterrâneo, indicia um futuro próspero para a indústria dos cruzeiros no porto de Lisboa.

De facto, foi unânime a opinião dos participantes de que o turismo de cruzeiros está a resistir à crise e a comprová-lo está a continuidade dos projetos de expansão da indústria como sejam a construção de novos navios, que regista atualmente um crescimento mais acentuado do que o verificado nos últimos anos, e o investimento em infraestruturas portuárias, cada vez mais conscientes da necessidade de se adaptarem aos novos desafios da indústria.

Sendo este o primeiro grande acontecimento a nível mundial dos cruzeiros depois da concessão em Lisboa do negócio, como foi para a APL participar na feira com a LCT?

Esta participação assumiu uma importância acrescida uma vez que permitiu a apresentação dos desenvolvimentos perspectivados para Lisboa aos principais agentes económicos desta atividade, nomeadamente ao

SEATRADE MED

CONTINUAÇÃO

nível do novo modelo de gestão e do futuro Terminal de Cruzeiros de Lisboa.

O facto de a LCT se ter juntado à APL num esforço conjunto de promover o porto de Lisboa como um destino de cruzeiros de excelência, simboliza o reforço da promoção de Lisboa neste segmento.

A estratégia seguida pelo Porto de Lisboa no segmento dos cruzeiros foi apresentada aos armadores e muito bem acolhida por estes.

Qual a estratégia e o que pensa deva ser a atuação de Portugal na Seatrade em Miami em 2015?

Os portos portugueses têm apostado na promoção conjunta a nível internacional há já alguns anos como sendo uma das formas de contribuir para uma maior visibilidade e notoriedade dos portos nacionais, em particular, e de Portugal em geral, no mercado dos cruzeiros.

Assim, e em resultado dessas ações de promoção, a atividade de cruzeiros registada nos portos portugueses tem crescido substancialmente nos últimos anos, tendo atingido em 2013, 1 189 166 passageiros e 844 escalas de navios.

A parceria estabelecida entre os portos portugueses e a TAP Portugal desde 2012 também se tem traduzido na presença de representantes da companhia aérea na exposição. Esta colaboração é uma parceria muito importante, com retorno para todos os envolvidos, tendo sido de extrema importância para a comitiva portuguesa uma vez que a TAP Portugal ofereceu condições muito vantajosas na tarifa aérea Lisboa-Miami a todos os agentes económicos.

O stand de Portugal tem contado, ainda, com a presença de diversos agentes económicos e, em 2014, contou, pela primeira vez, com a presença do Grupo Pestana.

Nesta perspetiva considera-se que a atuação de Portugal na Seatrade Miami 2015 continue a assegurar uma imagem de Portugal como um destino de excelência para a indústria de cruzeiros e Lisboa como o melhor porto de cruzeiros da Europa, mantendo, assim, o reconhecimento com que foi distinguido este ano de 2014 nos apelidados Óscares do Turismo (*World Travel Awards*). Mais gostaria de poder contar com um número cada vez maior de representantes portugueses, nomeadamente, da AGEPOR, como representante daquele que é o interlocutor privilegiado entre o armador e o porto, o agente de navegação.

Tendo a APL, na sua pessoa, sido eleita para o “board” da Medcruise quais as expectativas e que cunho pessoal pretende “impor” nesta Associação.

O porto de Lisboa integra a MedCruise desde 2000 e sempre teve uma participação ativa nas atividades da associação. Porém, esta eleição significa a possibilidade de Portugal, em geral, e Lisboa, em particular, passar a pertencer ao núcleo de decisão da mais importante Associação de Cruzeiros.

Lisboa empenhar-se-á no reforço das relações entre a MedCruise e as outras importantes associações europeias do sector, aproveitando as opções estratégicas da APL que sempre considerou crucial o seu envolvimento nas várias regiões de destino de cruzeiro – Mediterrâneo, Atlântico europeu e norte da Europa.

A MedCruise contará com todo o meu empenho e dedicação e, claro, com uma visão portuguesa no seio desta importante organização.

Entrevista a

Ricardo Ferreira – Concessionário Lisboa

Que balanço faz da Seatrade Med 2014? Sendo esta a sua primeira vez numa feira de cruzeiros refira o que de mais significativo reteve.

Procurando fazer um balanço generalizado da Seatrade Med 2014, estamos perante uma indústria com elevado potencial de crescimento e desenvolvimento, que se encontra numa fase de mudança, reinventando-se para enfrentar novos desafios de modo a acompanhar as actuais necessidades do mercado.

Sendo esta uma estreia em feiras desta natureza tinha por princípio entender a forma de atuação de todos os intervenientes procurando conhecer quais os interesses comuns que poderão existir essencialmente entre armadores, agentes e operadores de terminais e outras demais entidades envolvidas.

Tornou-se interessante perceber que a tendência futura está perfeitamente alinhada com os objectivos estratégicos do projecto da Lisbon Cruise Terminals, apostando no serviço ao cliente e no desenvolvimento de infraestruturas que melhorem a qualidade do serviço.

Os Armadores/Operadores mostraram curiosidade em saber o que mudaria em Lisboa com o LCT?

O projecto LCT é inovador e pioneiro no nosso país, e como tal, foi recebido com expectativa e curiosidade por parte de todos os Armadores e Operadores da indústria. Pela nossa parte, a Feira de Barcelona, foi extremamente importante para dar a conhecer a nova gestão do Terminal de Cruzeiros de Lisboa, para promover o novo projecto e esclarecer sobre a infraestrutura que se pretende criar e que representa o futuro de Lisboa. É importante referir o apoio da Administração do Porto de Lisboa ao longo da feira, numa acção concertada que tinha como principal objectivo captar a atenção deste segmento de turismo para Lisboa, dando a conhecer o início de uma nova era no acolhimento de Cruzeiros.

Trouxe da feira algumas expectativas de novos negócios?

Em qualquer feira a expectativa é sempre a angariação de novos negócios e a visão da LCT não é diferente. Foi o início de uma acção comercial que se irá prolongar em especial durante o próximo ano, especificamente direccionada para atrair novos navios para Lisboa, tanto para operações de trânsito como de embarque e desembarque de passageiros.

Como viu a actuação dos players portugueses na feira?

A representação portuguesa no Seatrade MED está claramente à altura do desafio, sem prejuízo de procurarmos ter uma abordagem mais progressista e adaptada à visão futura do negócio de cruzeiros.

Qual a estratégia e o que pensa deva ser a atuação de Portugal na feira de Miami em 2015?

Nos últimos anos Portugal fez uma grande aposta no turismo e o efeito dessa aposta começa agora a sentir-se com o aumento significativo de turistas no país, em especial nas grandes cidades, como Lisboa e

maeil^{||}

SOLUÇÕES INOVADORAS PARA A GESTÃO
DOS SEUS PROCESSOS LOGÍSTICOS



Não resista. Experimente.

Email: sales@maeil.pt Telefone: +351 214 229 110

[f](https://www.facebook.com/maeil.pt) maeil.pt [in](https://www.linkedin.com/company/maeil) company/maeil

SEATRADE MED

CONTINUAÇÃO

Porto. Este incremento de turistas deve-se à consolidação da cultura na oferta turística portuguesa, acrescentando diversidade a um público de viajantes cada vez mais exigente e qualificado, que não se contenta unicamente com a imagem de sol e praia, outrora reinante no produto turístico português.

A Feira de Miami é extremamente importante para o negócio do turismo de cruzeiros, sendo vital a participação de todas as entidades privadas e estatais com interesses directos no crescimento desta vertente de turismo. É fundamental que tanto a LCT como a APL tenham um papel proactivo e dinâmico para potenciar o Porto de Lisboa, mas igualmente também o Turismo de Portugal e Turismo de Lisboa, inclusivamente a Ana Aeroportos, a TAP e todos os agentes devem estar envolvidos no crescimento sustentável do turismo de cruzeiros.

Só com empreendedorismo e o envolvimento de todos conseguiremos promover Portugal e dar a conhecer todas as nossas ofertas ao nível da cultura, sol, hospitalidade, serviço e tantas outras mais.

Entrevista a

António Rebelo – Bensaude Shipping Agents, Ltd

Que impressão geral guardou da Seatrade Med 2014? O evento esteve à altura das suas expectativas?

Em boa verdade, o evento superou as expectativas, dado que as mesmas, à partida, eram baixas, pelo número de respostas negativas recebidas dos Armadores, principalmente, dos Europeus, por ausência de presença. No entanto, os contactos desenvolvidos durante o evento, foram de grande importância e trouxeram boas perspectivas para um futuro que aparenta ser promissor para os Açores.

Como viu a participação institucional portuguesa?

Tenho atendido a estes eventos nos últimos 3 anos e tenho notado uma grande melhoria / interesse ao nível dos Portos presentes e algum (pouco) envolvimento por parte do Turismo de Portugal. Os representantes dos Portos que actualmente participam nestes eventos são jovens, agressivos e bastante proactivos, o que tem resultado num maior número de contactos junto de Armadores e, junto com todas as melhorias que se têm desenvolvido ao nível de infraestruturas, tem resultado num incremento no número de escalas de cruzeiro em Portugal. No caso dos Açores, em específico, tem sido feito um excelente trabalho ao nível da cooperação com os Agentes e Armadores, o que nos tem trazido um crescimento estável no número de escalas.

No entanto, mais pode ser feito. E penso que, dado o volume de escalas que temos em Portugal e, apoiados no novo Terminal de Cruzeiros de Lisboa, os Portos terão de criar um grupo, uma imagem “Cruise Portugal” onde se possam unir forças e trabalhar em conjunto para itinerários e normalização de procedimentos e até custos, que potenciem ainda mais os nossos Portos e transmitam uma imagem de maior solidez para os clientes / Armadores. E este passo terá de ser dado com urgência porque noto que somos dos poucos países que ainda não tem este conceito criado / aplicado.



Qual a importância que atribui à presença dos agentes económicos nestes certames?

Passados alguns anos de participação dos Agentes e Portos nestes eventos, com os mesmos elementos, noto claramente uma maior facilidade nos contactos e uma maior empatia por parte dos Armadores. Apesar de notar que, cada vez mais, algumas das key people da Indústria de Cruzeiros atendem a estes eventos da Seatrade apenas para participação nas conferências, não mostrando grande disponibilidade para contactos nos stands, e apesar de notar que estes eventos servem, cada vez menos para “fechar negócio”, o facto é que, os contactos resultantes destes eventos trazem, garantidamente, uma maior abertura por parte dos Armadores para conversações posteriores, resultantes da empatia que se vai criando ano após ano.

A presença dos Portos Portugueses é fundamental no sucesso destes eventos, mas a presença dos restantes agentes económicos também é, nomeadamente os Agentes de Navegação e Operadores de Turismo, porque nota-se que, muitas vezes, durante os contactos, os clientes / Armadores procuram respostas a questões que só um Agente de Navegação sabe, por ser o elemento que tem melhor conhecimento da operação no seu todo.

A presença dos Portos serve para dar a imagem de solidez/segurança, promover o destino e as infraestruturas disponíveis, algo fundamental para cativar o interesse dos Armadores de Cruzeiro.

Entrevista a

Catarina Rawes – James Rawes Navegação, Lda

Que impressão geral guardou da Seatrade Med 2014?

Boa / positiva

O evento esteve à altura das suas expectativas?

Sim

Como viu a participação institucional portuguesa?

Positiva é sempre muito importante ter a presença de todas as autoridades Portuárias o que foi o caso.

Qual a importância que atribui à presença dos agentes económicos nestes certames?

No que respeita aos Agentes Portuários etc cada uma sabe se si e do seu negócio – para uns poderá ser considerado um investimento e importante estar presente e para outros será certamente um gasto onde não vêm mais valia.