



Xunto á presente achégase a seguinte documentación relativa aos orzamentos da sociedade municipal INFORMACIÓN E COMUNICACIÓN LOCAL, S.A. para o exercicio 2016, aprobados polo Consello de Administración con data 22 de febreiro de 2016:

- Certificación do acordo de aprobación dos orzamentos para 2016 polo Consello de Administración.
- Programa Anual de Actuacións, Investimentos e Financiamento.
- Estado de previsión de ingresos e gastos.
- Estado previsional da conta de Perdas e Ganancias.
- Detalle do desglose de ingresos e gastos por capítulos.
- Detalle do cálculo da Capacidad/Necesidade de financiamento.
- Detalle do cálculo da Regra do gasto.

Santiago de Compostela, a 25 de febreiro de 2016





D. FRANCISCO JAVIER CASTIÑEIRA IZQUIERDO, SECRETARIO DO CONSELLO DE ADMINISTRACIÓN DA ENTIDADE MERCANTIL INFORMACIÓN E COMUNICACIÓN LOCAL, S.A. (INCOLSA), CON C.I.F. A-15.683.477,

CERTIFICO:

Que o Consello de Administración da Empresa Municipal Información e Comunicación Local, S.A. (INCOLSA), na sesión celebrada o día 22 de febreiro de 2016, adoptou entre outros, o seguinte acordo:

PROPOSTA DE ORZAMENTO DA SOCIEDADE INCOLSA PARA A ANUALIDADE 2016.

Aprobar a proposta de orzamento da sociedade para a anualidade 2016, que se recolle nos seguintes documentos: Programa anual de actuacións, investimentos e financiamento, Estado de previsión de ingresos e gastos e Estado Previsional da conta de perdas e ganancias abreviada para o exercicio 2016, que figuran a continuación, e que se compoñen de 26 páxinas, todas elas coa miña rúbrica.

E para que conste aos efectos oportunos expido a presente de orde e co Visto e Prace do Sr. Presidente en Santiago de Compostela a 23 de febreiro de douce mil dezaseis.

Vº. E Prace,
O PRESIDENTE,

Asdo. Martiño Noriega Sánchez

O SECRETARIO



DOCUMENTACIÓN DA SOCIEDADE MUNICIPAL INFORMACIÓN E COMUNICACIÓN LOCAL, S.A. (INCOLSA):

- PROGRAMA ANUAL DE ACTUACIÓNS, INVESTIMENTOS E FINANCIAMENTO 2016
- ESTADO DE PREVISIÓN DE INGRESOS E GASTOS PARA O EXERCICIO 2016
- ESTADO PREVISIONAL DA CONTA DE PERDAS E GANANCIAS ABREVIADA PARA O EXERCICIO 2016

PROGRAMA ANUAL DE ACTUACIÓN, INVESTIMENTOS E FINANCIAMENTO 2016 DA SOCIEDADE MUNICIPAL INFORMACIÓN E COMUNICACIÓN LOCAL, S.A.

MISIÓN

A misión de INCOLSA é consolidar o posicionamento de Santiago como un destino turístico de referencia internacional. En esencia, esta é a finalidade que se recolle na serie de actividades definidas no obxecto social dos seus estatutos.

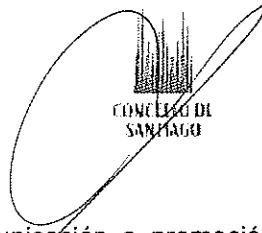
OBXECTIVO FUNDAMENTAL

O obxectivo de diferenciarnos como destino, de incrementar a estancia media e de desestacionalizar a demanda, debe lograrse destacando o atractivo turístico da cidade, que se debe a factores como a excepcionalidade, singularidade, variedade de recursos turísticos, calidade da oferta hoteleira, existencia de excelentes equipamentos culturais, gastronomía, mellora das comunicacións ou á súa proxección internacional como destino turístico universal.

1. OBXECTO SOCIAL

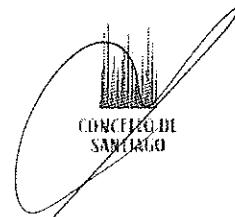
Desde a modificación estatutaria aprobada pola Xunta Xeral da sociedade na sesión celebrada con data 27 de xuño de 2013, constitúe o obxecto social de “INFORMACIÓN E COMUNICACIÓN LOCAL, S.A.” (INCOLSA):

- a) A comunicación impresa mediante revistas, folletos, carteis e calquera outro medio que se estime necesario.
- b) A producción, reproducción e difusión de imaxes e sons, a través dos sistemas que se consideren oportunos.
- c) O fomento e promoción da actividade turística xeral no ámbito municipal en colaboración e cooperación coas restantes Administracións públicas e especialmente cos restantes Concellos da comarca de Santiago de Compostela.
- d) O estudo, xestión e execución de plans de dinamización e excelencia turística e programas de actuación concertados con Administracións e outras institucións e entidades públicas e privadas de índole turística ou de comunicación e información.



- e) O desenvolvemento e xestión de campañas de información, comunicación e promoción turística e cidadá.
- f) A explotación comercial de publicacións, folletos, imaxe corporativa, símbolos e anagramas, titularidade do Concello de Santiago, así como aqueles outros que se poidan elaborar ou producir pola propia Sociedade.
- g) A xestión das oficinas de información turística e cidadá e a producción de cantos outros servizos turísticos se consideren necesarios para o desenvolvemento do sector no municipio.
- h) Cantas actividades ou funcións sexan anexas ou complementarias das anteriores e, en xeral, todas aquelas encamiñadas á promoción da cidade de Santiago e dos seus habitantes.
- i) Crear e desenvolver redes relacionadas coa xestión, investigación e innovación do impacto turístico nos novos desenvolvimentos urbanos e nos xa existentes co obxecto de garantir un equilibrio sostible entre a poboación residente e a actividade propiamente turística no ámbito do Concello de Santiago.
- j) Cooperar, asesorar e establecer relacións con institucións locais, rexións, nacionais e europeas, así como empresas, colectivos e outras asociacións de carácter nacional e internacional relacionadas coa xestión, investigación, innovación e creación.
- k) Axudar ao desenvolvemento sostible e ao mantemento dos nosos recursos históricos, urbanos, naturais, medio ambientais e culturais, con especial atención ao que poida contribuír a mellorala calidade de vida e o benestar social dos cidadáns sexa cal for a súa idade e condición.
- l) Investigar e promover solucións aos problemas provocados pola evolución dos sistemas sociais, culturais e os desequilibrios xerados polos novos modelos de vida.
- m) Xestión de todo tipo de bens de titularidade municipal que sexan precisos ou axeitados para o cumprimento do seu obxecto social.
- n) Desenvolvemento e xestión do turismo de congresos na cidade.

O desenvolvemento do obxecto social de INCOLSA constitúe unha forma de xestión directa dun servizo público de competencia local, de conformidade co establecido no art. 85 da Lei 7/1985, de 2 de abril, reguladora das Bases de Régime Local, sendo medio propio e servizo técnico do Concello de Santiago, nos termos contemplados no art. 24.6 do Real Decreto Lexislativo 3/2011, polo que se aproba o Texto Refundido da Lei de Contratos do Sector Público e demais normativa que a complemente, desenvolva ou substitúa, para calquera encomenda e en calquera procedemento de adjudicación de contratos nas materias comprendidas no seu obxecto social.



2. PROGRAMA DE ACTUACIÓNES

Para desenvolver esta misión é fundamental traballar nos diferentes aspectos do proceso turístico, que se poden sintetizar en 1. información, 2. promoción, 3. marketing, 4. comunicación, 5. calidad e 6. planificación. Sen embargo, por razóns funcionais, estrutúrase o programa de actuaciónes 2016 en función dos distintos departamentos da Sociedade:

2.1.- INFORMACIÓN TURÍSTICA

Os servizos de atención e información turística, oriéntanse a informar aos turistas que veñen a Santiago das posibilidades que ofrece a cidade, así como a resolver as súas dúbidas respecto da mesma, tanto persoalmente nas oficinas dispoñibles, como telefónicamente ou a través de correo electrónico. A oficina municipal de turismo, permanece aberta todo o ano, excepto os días 1 e 6 de xaneiro e 24 e 25 de decembro. Nesta oficina aténdense todas as consultas, tanto presenciais como non presenciais, ata en 9 idiomas diferentes.

Ao igual que en anos anteriores, o obxectivo de cara ao 2016, é prestar un servizo de información turística rexido pola calidad, nun ano no que se prevé un número moi importante de turistas e visitantes, para o que se ampliará o servizo habitual con persoal contratado para os meses de maior carga de traballo.

2.2.- PROMOCIÓN TURÍSTICA

No ámbito da promoción turística, levaranse a cabo accións nos principais mercados nacionais, europeos e internacionais.

No exercicio 2016 prevese a execución de importantes campañas de marketing en mercados estratégicos con conexións aéreas coa cidade, coa intención de xerar oportunidades de turismo e negocio.

INCOLSA, participa, así mesmo, nas accións de promoción organizadas por outras Redes, Entidades e Asociacións coas que colabora. Entre estas cabe destacar:

- Grupo de Ciudades Patrimonio da Humanidade de España
- Spiritual Pilgrimages: Santiago-Kumano
- Cidades Santas Patrimonio da Humanidade

- OMT
- TURESPAÑA
- Axencia de Turismo de Galicia
- Asociación Hispano Japonesa de Turismo

Na área de promoción prevese, para 2016, a asistencia ás principais feiras sectoriais de turismo: FITUR en Madrid, TTG de Rimini, TTG Polonia, ITB Berlín, WTM Londres, JATA Tokio, Holiday World en Dublín, ABAV en Sao Paulo e VAKANTIENBEURS en Utrecht.

Ao longo do ano, en función da oferta e das posibilidades de participar, valorarase a asistencia a outras feiras, workshops ou presentacións distintas das antes mencionadas.

2.3.- SANTIAGO DE COMPOSTELA CONVENTION BUREAU (SCCB)

Desde o **Santiago de Compostela Convention Bureau (SCCB)**, seguirase a promocionar e difundir a imaxe de Santiago de Compostela como destino turístico de congresos, convencións, eventos e incentivos, e a colaborar cos organizadores de eventos de turismo MICE na cidade, co fin de garantir a perfecta planificación e desenvolvemento dos mesmos e optimizar a calidade da estancia en Santiago de Compostela dos asistentes.

Os servizos que presta inclúen:

- Busca de espazos para conferencias, reunións, presentacións, ceas, cócteles, etc.
- Planificación do programa de ocio complementario – itinerarios, visitas, programas de incentivos, etc.
- Busca e cotización de aloxamentos, servizos de restauración e outros servizos.
- Apoio ás candidaturas e presentacións oficiais do destino: preparación de candidaturas de congresos con información completa do destino e dossier personalizado.
- Servizo de secretaría técnica virtual para congresos.
- Interlocución entre as empresas organizadoras de eventos e as empresas provedoras locais especializadas no sector.
- Coordinación coas autoridades municipais para a utilización de edificios municipais de tradición histórica e monumental, ou ben usos especiais de espazos públicos.

Ademais, e como complemento aos servizos básicos, o SCCB pode proporcionar un amplo abano de ferramentas promocionais e de marketing: información turística (planos, folletos, guía cultural, etc.), imaxes e material audiovisual, apoio na difusión do evento.

A promoción do SCCB baséase en cinco directrices:

- Accións de marketing directo con prescriptores e potenciais organizadores de reunións e eventos, sobre todo mediante visitas comerciais.
- Participación nas feiras sectoriais más importantes a nivel nacional e europeo.
- Organización de viaxes de familiarización para OPC's, Incentive House e Decision Makers de grandes empresas.
- Presentacións comerciais a grandes grupos verticais, grandes axencias especializadas e departamentos de eventos e reunións de empresa, mediante presentación do destino, produto e servizos.
- Participación en presentacións, roadshows, workshops organizados por organismos dos que o SCCB forma parte, como o Spain Convention Bureau ou o Grupo Ciudades Patrimonio da Humanidade, sempre e cando se trate de mercados estratégicos e ben comunicados coa nosa cidade por vía aérea.

As principais accións previstas en 2016 para o SCCB son:

Semanas de comercialización: realización de accións comerciais en empresas dirixidas a travelmanagers, responsables de CCI, (Organizadores de Congresos, Convencións e Incentivos), directores de implants, xerentes, presidentes, directores de departamentos, secretarias de dirección, etc. de multinacionais e grandes compañías de diferentes sectores empresariais, asociacións profesionais, colexios oficiais, empresas organizadoras de eventos, axencias de viaxe especializadas, etc. en Madrid e Barcelona.

Asistencia a feiras: Imex Frankfurt, EIBTM Barcelona, Meeting Show Londres.

Famtrips: viaxes de familiarización para OPC's, Incentive House e Decision Makers de grandes empresas, coa posibilidade de convidar tamén a prensa especializada en colaboración coas OETs.

Presentacións, Xornadas Directas e Inversas e Workshops: workshops para OPCs, Corporate e Decision Makers de grandes empresas, en colaboración co Spain Convention Bureau, nos mercados estratégicos.

2.4.- SANTIAGO DE COMPOSTELA FILM COMMISSION (SCFC)

Polo súa banda a Santiago de Compostela Film Commission (SCFC), a oficina de promoción audiovisual, continuará durante o 2016 a desenvolver accións para facilitar a realización de producións audiovisuais na cidade, promover a imaxe do destino a través do fomento da industria audiovisual, e contribuír ao seu desenvolvemento e consolidación.

As vantaxes que para unha cidade como Santiago ten contar cunha film commission, son, entre outras:

- Un impacto económico positivo: a realización dunha produción audiovisual nunha cidade reporta uns beneficios económicos, tanto directos como indirectos, en concepto de alugamentos, hostalería e servizos.
- Xera emprego entre a poboación local: xa sexa a traballadores da industria audiovisual como doutros sectores.
- Fomenta o desenvolvemento e consolidación da industria audiovisual local ao actuar de interlocutor entre produtoras foráneas e empresas da cidade, potenciando a contratación e alugamento de técnicos e equipos locais.
- Proxecta a imaxe da cidade cara ao exterior a través das pantallas de cine e televisión, o que supón unha publicidade difícilmente available en termos económicos.
- Atrae visitantes: está demostrado que despois da estrea dunha película localizada nunha cidade, o número de visitantes aumenta. Os efectos do 'movie tourism' non só son medíbeis na chegada de visitantes aos lugares elixidos como localizacións, senón tamén no impacto publicitario que logra o destino en prensa e Internet.

Entre os servizos que presta a SCFC están os seguintes:

- Facilitar a relación entre as produtoras audiovisuais, nacionais ou internacionais, e os servizos e instalacións da industria na cidade.
- Asesorar e informar a localizadores e produtores audiovisuais.
- Tramitar permisos municipais (rodaxe, corte de rúas, ocupación de espazo público, reserva de aparcamento, entre outros).
- Servizo de asistencia en rodaxe.
- Permanente relación coa comunidade, as compañías produtoras e os distintos organismos e institucións.
- Coordinación na rodaxe dos servizos municipais coa produtora (policía, bombeiros, protección civil, toma de auga, toma de corrente, alteración de mobiliario urbano, etc).

2.5.- MARKETING

Dentro desta área preténdese fomentar e desenvolver diferentes actividades na cidade co fin de aumentar o seu atractivo turístico, ao tempo que crear unha conciencia empresarial e cidadá de cara a determinados ámbitos ou segmentos que se consideran estratégicos para o desenvolvemento turístico de Santiago.

Un dos obxectivos fundamentais desta área é fomentar a creación e diversificación de produtos e servizos e comunicalos eficazmente, promovendo a súa comercialización, de xeito que permitan posicionar á cidade como un destino diverso e atractivo ao longo de todo o ano. Para isto desenvólvense, entre outras, as seguintes accións:

2.5.1.- Produtos turísticos propios

Co fin de enriquecer a oferta turística da cidade, INCOLSA desenvolve produtos turísticos propios. Dentro destes destacan na actualidade:

Santiago en MP3. Consiste nunha visita audioguiada en MP3 que permite dun xeito cómodo, áxil e de fácil manexo, coñecer os principais recursos da cidade a través de 23 puntos de obrigada visita. Está disponible en 6 idiomas e é a única posibilidade que a cidade ofrece para aqueles visitantes internacionais que non teñen visita guiada ordinaria no seu idioma.

Tren turístico. O Consello de Administración de INCOLSA, na sesión celebrada con data 29 de xullo de 2011, aprobou por en marcha o procedemento aberto para a contratación do servizo de explotación do tren turístico urbano, con itinerario fixo de Santiago de Compostela.

Como resultado deste procedemento de contratación, no mes de setembro de 2011 adxudicouse, por un período de 5 anos, a explotación do tren turístico urbano de Santiago de Compostela á empresa Transportes Mosquera, S.L.. A vixencia deste contrato esténdese en principio ata o 19 de setembro de 2016, polo que neste exercicio farase preciso sacar de novo a concurso a explotación do mesmo. Para a prestación deste servizo en 2016, haberá de terse en conta tamén, o que resulte da execución da sentenza 1000/2014 da Sección segunda da Sala do Contencioso-Administrativo do Tribunal Superior de Xustiza de Galicia relativa á adxudicación do Tren Turístico (Exp. 2011/001).

O tren realiza un percorrido arredor da Cidade Histórica, que permite descubrir xardíns, coñecer as arquitecturas de autor e gozar das vistas panorámicas da zona monumental e da Catedral.

Funciona con carácter xeral todo o ano, variando as frecuencias dependendo da tempada. Ten unha gran acollida entre os visitantes.

2.5.2.- Impulso a eventos/produtos de interese turístico

Compostela Gastronómica: Dentro da estratexia de city marketing de Turismo de Santiago, que trata de impulsar e producir eventos e produtos con atractivo e interese suficiente que atraian a atención cara a cidade ao longo de todo o ano, e moi especialmente en temporada baixa (sendo a gastronomía especialmente interesante e estratégica para favorecer esa buscada desestacionalización), Turismo de Santiago creou en 2014 a marca "Compostela Gastronómica", que na actualidade é unha marca paraugas baixo a que se enmarcan accións e eventos gastronómicos (Santiago(é)Tapas, Ruta de Escumosos, Festa das Uñas de San Lázaro, etc.) que pretenden reforzar o posicionamento de Santiago como destino gastronómico de primeiro nivel ao longo de todo o ano, e como punto de referencia da cultura gastronómica galega desde o que mostrar as posibilidades dos produtos e da restauración de Galicia, e moi especialmente os de Compostela e arredores (Área Santiago).

"Compostela Gastronómica" é así un proxecto para gozar das diferentes perspectivas da gastronomía e as accións nel incluídas están destinadas tanto ao público final (visitantes e poboación local), como ao sector profesional, pero tamén a xornalistas e creadores de opinión.

Apoio a eventos/iniciativas considerados de interese turístico: No mesmo sentido de estratexia de city marketing citada no punto anterior, lévase a cabo a análise e apoio a eventos/iniciativas considerados de interese para a cidade, tanto pola súa potencial atractividade e/ou porque se estima repercuten positivamente no aumento da calidade do sector.

Este apoio lévase a cabo, segundo os caos, en forma de asesoramento técnico e/ou na difusión mediante accións varias de marketing on-line (banners, creación de contidos específicos en clave de marketing, etc.) ou cunha pequena colaboración económica se o interese da acción o xustifica.

Área Santiago: Pola súa estreita relación coa liña de creación e promoción de novos produtos, desde o Dpto. de Marketing asúmese desde marzo de 2013, a coordinación, planificación e xestión de Área Santiago, grupo de 16 Concellos dos arredores de Santiago para a promoción turística conxunta, incluíndo deseño de produtos e materiais de promoción específicos e das correspondentes accións de marketing, tal como aparece recollido na "Memoria do Plan de Acción Ano 2015 de Área Santiago".

Máis aló do retorno económico efectivo das accións do Grupo, que pretende en último termo alongar a estancia en toda esta zona, engadindo atractivos e posibilidades, ÁREA Santiago está a supoñer un exemplo senlleiro de colaboración en rede que ademais, en termos de imaxe, permite situar a Santiago de Compostela no lugar que se merece como capital e líder turístico de Galicia e, nomeadamente, dos seus arredores.

Entroido Rural Tradicional dos Xenerais da Ulla: En relación co anterior, o Dpto. de Marketing de Turismo de Santiago, forma parte desde 2011 do equipo técnico do Grupo de 8 Concellos para a Promoción Turística Conxunta do Entroido Tradicional dos Xenerais da Ulla, Festa Declarada de Interese Turístico de Galicia.

En 2016 o Grupo espera avanzar na configuración do produto relacionado co Entroido, colaborando e ampliando a oferta de menús paquetes de turismo rural de Entroido. Esta liña de traballo está dirixida á creación e consolidación de produto para a temporada baixa (desestacionalización).

2.5.3.- Merchandising

Nas oficinas de turismo están dispoñibles para a venda como obxectos de agasallo, publicacións, artigos de artesanía, carteis, postais, xogos, planos, etc. Desde o Dpto. de Marketing, en colaboración coa Oficina de Información, defíñese a liña de materiais promocionais (merchandising), propios e alleos, á venda na tenda propia.

2.6.- COMUNICACIÓN

A ÁREA de Comunicación é a encargada de coordinar e xestionar a comunicación externa de Turismo de Santiago. Para o cometido desta función distínguense varios ámbitos de traballo:

1. Medios de comunicación. O departamento elabora o material preciso para comunicar todas as actividades nas que participa a empresa, tanto aquelas que organiza directamente como aquellas nas que colabora. As ferramentas que máis se empregan neste ámbito son: notas de prensa, roldas de prensa, presentacións e dossier de prensa para atender as solicitudes xenéricas dos xornalistas. Pero o departamento adáptase ás particularidades de cada actividade que se quere comunicar.

Neste sentido, o Departamento de Comunicación presta un servizo transversal aos diferentes departamentos da empresa, xa que se encarga da coordinación e elaboración da comunicación externa das súas actividades.

2. Análise da situación turística. O departamento recompila todos os datos dispoñibles sobre o sector turístico da cidade: datos de pernoctacións, datos de peregrinos, datos de pasaxeiros en Lavacolla, enquisas do CETUR, datos de outras entidades que elaboren calquera informe sobre o turismo na cidade...

Con esta información, elabora análises da situación turística da cidade, que serven tanto para os diferentes departamentos da empresa nas súas actuacións como para comunicar a evolución integral da situación turística de Santiago.

3. Edición de folletos informativos. Corresponde ao Departamento de Comunicación, en coordinación cos de Información e Promoción, analizar e satisfacer a necesidade de edición de material impreso para atender as necesidades de información dos turistas e composteláns no mostrador da oficina, así como dos visitantes potenciais e dos profesionais -turopeladores, axentes de viaxe, organizadores de congresos, etc- nas feiras e eventos profesionais aos que se asiste.

En 2016 é precisa a reedición e/ou actualización de materiais existentes e sería moi aconsellable a creación doutros novos (publicación mensual con axenda e outra información de interese e publicación de compromiso/agasallo, da que se esgotaron existencias).

4. Web www.santiagoturismo.com e outros minisites propios. O departamento xestiona directamente a comunicación da empresa nas súas propias canles, xa que se consideran ferramentas estratégicas para a empresa.

www.SantiagoTurismo.com é sen dúbida algunha a web máis importante de Santiago de Compostela, como demostran cada ano o número de usuarios e páxinas vistas e o feito de que apareza sempre de primeira en calquera busca que se faga sobre a materia en Google.

As tarefas diárias do departamento inclúen a actualización das seccións dinámicas da web www.SantiagoTurismo.com, como a axenda cultural, as novas, e a actualización dos contidos estáticos cada vez que cambia algún dato dos máis dun millón contidos neste portal.

A necesidade de actualizar as prestacións técnicas e os contidos desta ferramenta fundamental para a comunicación interna e externa da imaxe da cidade.:

Ademais do anterior, no 2016 proxectase a creación dun newsletter, ferramenta fundamental para a comunicación cos turoperadores e axentes de viaxe en orixe.

O departamento coordina e xestiona ademais outros ~~minisites~~ propios como www.semanasantasantiago.com e outros creados con motivo de eventos concretos.

5. Redes sociais. O Dpto. de Comunicación tamén xestiona as redes sociais de Turismo de Santiago, que aumentan cada ano os seus seguidores: Twitter, Facebook e Instagram, creada a neste mesmo ano 2016.

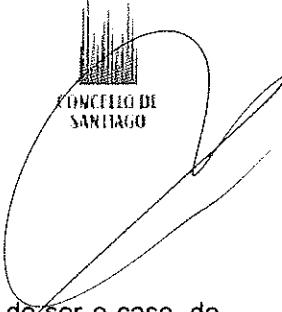
6. Arquivo fotográfico. Turismo de Santiago posúe e xestiona un arquivo de máis de 4 mil fotografías da cidade, con énfase no seu patrimonio, medio natural, manifestacións culturais, gastronomía, peregrinacións, actividades turísticas e modo de vida. Este arquivo fotográfico precisa de actualización constante.

7. Atención a xornalistas. Finalmente, Comunicación colabora co departamento de Promoción na atención dos xornalistas e turoperadores que visitan a cidade, e responde ás peticións de fotografías e materiais sobre Santiago de Compostela destinadas tanto a publicacións impresas e medios on-line como a guías de viaxe, catálogos de axencias, grupos promocionais, educadores e editoriais. Este é un servizo que ofrecemos desde sempre de xeito gratuito polos beneficios que reporta á difusión da imaxe turística de Santiago de Compostela.

2.7.- CALIDADE

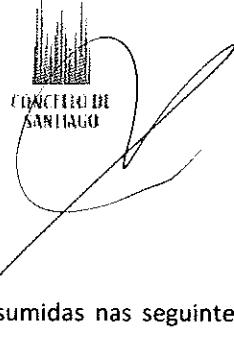
O obxectivo de cara ao 2016 neste apartado é a avaliación do servizo de atención turística, mediante a recollida de datos a través de enquisas de satisfacción aos usuarios, co fin de garantir unha información turística de calidade e acorde co destino.

Dentro desta área preténdese continuar coa elaboración dos estudos de caracterización da demanda turística de Santiago de Compostela, que xa se veñen realizando con carácter continuo, en colaboración co CETUR, Centro de Estudos e Investigacións Turísticas da USC. O principal obxectivo destes estudos é debuxar un perfil do visitante da cidade, en termos cualitativos, a partir da análise das principais variables relacionadas coa visita. En particular, as motivacións da viaxe, organización da mesma, caracterización da estadía, grao de satisfacción, principais atractivos, perfil sociodemográfico, etc.



2.8.- PLANIFICACIÓN

No ano 2016 é preciso acometer a renovación e correspondente reorientación, de ser o caso, do Plan Estratégico de Turismo de Santiago de Compostela 2016-2021. Para elo haberá que habilitar o necesario proceso de debate e organizar e analizar as distintas achegas, que se espera canalizar na súa maior parte a través do propio Consello Municipal de Turismo e Cidade que se vén de crear. Para elo haberá que destinar os recursos económicos e humanos que permitan marcar, nas mellores condicións, a folla de ruta da política turística da cidade para os vindeiros anos.



ESTADO DE PREVISIÓN DE INGRESOS E GASTOS PARA O EXERCICIO 2016

As previsións de ingresos e gastos que se establecen para o exercicio 2016, recóllese resumidas nas seguintes partidas :

	Base Imponible	IVE	Total
INGRESOS	2.968.777,07	49.644,57	3.018.421,64
Concello de Santiago de Compostela	2.277.000,00		2.277.000,00
Deputación Provincial da Coruña (PCT)	115.000,00		115.000,00
Deputación Provincial da Coruña (WOMEX 2016)	215.000,00		215.000,00
Xunta de Galicia. Consellería de Cultura (WOMEX2016)	100.000,00		100.000,00
Concellos Área Santiago	25.374,35		25.374,35
Tren turístico	216.402,72	45.444,57	261.847,29
Merchandising	20.000,00	4.200,00	24.200,00
GASTOS	2.939.538,90	259.431,05	3.198.969,95
Personal			830.396,30
Soldos e Salarios do persoal de estrutura	549.286,11		
Cargas Sociais persoal de estrutura	166.187,28		
Importe Paga Extra 2012 pendente de cobro	15.473,26		
Reforzo Atención turística	71.810,32		
Cargas sociais Reforzo Atención turística	23.051,12		
Outros Gastos de Persoal	3.919,42		
Cargas Sociais outros gastos de persoal	668,79		
Xerais	163.182,60	28.483,55	191.666,15
Gastos financeiros	6.210,00		6.210,00
Plan de Competitividade Turística	93.750,00	19.687,50	113.437,50
Womex 2016	390.000,00		390.000,00
Plan de accións convenio Concellos Área Santiago	45.000,00	9.450,00	54.450,00
Campaña de marketing en Europa	850.000,00	178.500,00	1.028.500,00
Campaña de marketing on-line Alemaña-Italia	450.000,00		450.000,00
Outras accións de planificación e promoción turística	105.000,00	22.050,00	127.050,00
Compra de merchandising	6.000,00	1.260,00	7.260,00
RESULTADO CONTABILIDADE ORZAMENTARIA	29.238,17		-180.548,31

AXUSTES DE BALANCE E CONTÁBEIS

Axustes negativos	8.307,83
Amortización do inmobilizado	-8.307,83
Axustes IVE	209.786,48
IVE Repercutido	-49.644,57
IVE Soportado	259.431,05
RESULTADO CONTABLE	20.930,34

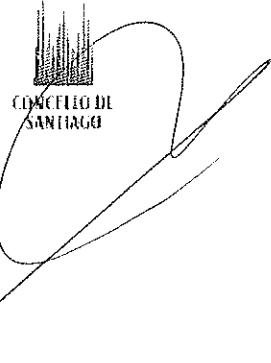
INGRESOS

SUBVENCIÓNS DO CONCELLO DE SANTIAGO

O Concello de Santiago de Compostela posúe o cen por cen das accións de INCOLSA. Para o exercicio 2016 están previstas achegas á sociedade municipal por un total de **2.277.000,00 euros** procedentes dos orzamentos municipais. Estas achegas destinaranse ao financiamento ou cofinanciamento das seguintes actuacións e polos seguintes importes:

- **Plan de Competitividade Turística.** Importe: **28.750,00 euros.** Os Plans de Competitividade Turística anuais veñen financiándose a través de convenios de colaboración coa Deputación Provincial da Coruña, que financian ata o 80% do orzamento total. O importe recollido na achega do Concello de Santiago corresponde ao importe do cofinanciamento previsto en anualidades anteriores para estes convenios e sitúase no 20% do orzamento de actuacións do programa.
- **Plan de accións Convenio Concellos Área Santiago.** Importe: **19.625,65 euros.** O concello de Santiago como parte asinante do convenio para a xestión compartida da promoción turística conjunta dos concellos da Área de Santiago deberá aportar na anualidade 2016, a cantidade de 19.625,65 euros, para o desenvolvemento do programa de actuacións do grupo, cun orzamento total de 45.000,00 euros.
- **Campaña de marketing on-line Alemaña-Italia.** Importe: **450.000,00 euros.** O Concello contribuirá ao financiamento do 100% desta actuación.
- **Actuacións de deseño e execución de accións de información e promoción turística** nas que se engloban entre outros os gastos de persoal non incluídos especificamente noutras programas e os restantes gastos non financiados con ingresos propios. O importe da achega municipal destinado ao financiamento desta partida ascende a **853.624,35 euros.**
- **Campaña de marketing en Europa.** Importe: **850.000,00 euros.** O Concello contribuirá ao financiamento do 100% desta actuación.
- **WOMEX 2016.** Importe: **75.000,00 euros.** Achega do Concello de Santiago para cubrir a diferenza entre o orzamento total desta actuación (390.000,00 euros) e o importe do cofinanciamento previsto a través de subvencións doutras Administracións (315.000,00 euros).

Prevese que as achegas se fagan efectivas ao longo do exercicio económico, en cotas trimestrais ao igual que en anteriores exercicios.



SUBVENCIÓNS DOUTRAS ADMINISTRACIÓNS

Deputación Provincial da Coruña

Prevese a obtención, para 2016, dunha subvención procedente da Deputación Provincial da Coruña por importe de **115.000,00 euros**, para o financiamento do Plan de Competitividade Turística. Esta subvención formalizaríase mediante convenio entre o Concello de Santiago e a Excma Deputación Provincial, sendo posteriormente encomendada a execución e xustificación do mesmo á sociedade municipal.

Así mesmo, prevese que esta subvención finance o 80% do orzamento de actuacións recollido no Plan de Competitividade Turística 2016, que ascendería a 143.750,00 euros. O importe do cofinanciamento requirido ao Concello finanziarase con cargo á achega municipal.

Womex 2016

Prevese a obtención, para 2016, de subvencións procedentes doutras Administracións, Deputación Provincial da Coruña, **215.000,00 euros** e Consellería de Cultura, Educación e Ordenación Universitaria, **100.000,00 euros**, para o financiamento da anualidade 2016 da feira WOMEX2016.

Con este importe acadaríase o financiamento do 80,77% do orzamento de actuacións recollido na anualidade 2016 do contrato privado para a cesión da marca en exclusiva e o patrocinio do evento "WOMEX 2016 THE WORLD MUSIC EXPO" (Expediente 2015/003) asinado coa empresa alemá PIRANHA ARTS AG, titular en exclusiva dos dereitos de marca sobre dito evento, que ascende a 390.000,00 euros. O importe do cofinanciamento que corresponde ao 19,23% restante finanziarase con cargo a achega municipal.

Concellos Área Santiago

O Concello de Santiago, asinou en 2014 un convenio de colaboración marco para a xestión compartida da promoción turística conxunta dos concellos da Área de Santiago, no que participan, ademais de Santiago, outros 15 concellos. Segundo se recolle no convenio, a xestión das actividades aprobadas para cada anualidade será realizada polo Concello de Santiago a través da sociedade pública municipal, INCOLSA.

Os concellos asinantes comprométense a garantir un financiamento suficiente e estable para o bo funcionamento da promoción turística conxunta, repartindo o financiamento en base á porcentaxe resultante de aplicar a media ponderada de catro elementos: poboación, superficie, último orzamento municipal aprobado e prazas turísticas.

Para 2016 mantense o mesmo orzamento de actuacións que nas dúas anualidades anteriores, isto é, 45.000,00 euros, polo que manténdose tamén o criterio de reparto establecido nas anteriores anualidades, a cantidade a aportar polos 15 concellos asinantes, excluíndo o de Santiago, ascende a **25.374,35 euros**.

O importe da achega que corresponde ao Concello de Santiago e que ascende a 19.625,65 euros, finanziarase con cargo á achega municipal prevista para 2016.

OUTROS INGRESOS

INCOLSA conta con ingresos propios derivados da comercialización do Tren turístico e da venda de merchandising e produtos turísticos.

Tren Turístico :

Segundo o establecido no contrato de adxudicación da explotación deste servizo, asinado con Transportes Mosquera, S.L., a empresa adxudicataria deberá abonar a INCOLSA o 50% dos ingresos do servizo. O contrato asinado con dita firma (Exp. 2011/001) remata a súa vixencia en 2016, polo que se fará preciso, nesta anualidade, sacar de novo a concurso a explotación do mesmo. Para a prestación deste servizo en 2016, haberá de terse en conta tamén, o que resulte da execución da sentenza 1000/2014 da Sección segunda da Sala do Contencioso-Administrativo do Tribunal Superior de Xustiza de Galicia relativa á adxudicación do Tren Turístico (Exp. 2011/001).

As previsións de ingresos para 2016, calcúlanse en base aos datos de ingresos do tren para o período anual comprendido entre outubro de 2014 e setembro de 2015, descontando os importes previstos para aos meses de xaneiro e febreiro durante os que o tren estivo sen funcionamento en virtude da aplicación da sentenza antes mencionada e en espera dunha nova resolución de adxudicación por parte do órgano de contratación. Os ingresos previstos para 2016 estímanse na cantidade de **216.402,72 euros** (máis IVE).

Merchandising:

En base aos datos de anteriores anualidades as vendas de merchandising estimanse na cantidade de 20.000,00 euros.

GASTOS

Gastos de persoal:

A continuación incorpórase o cadro de gastos do persoal de estrutura, con salarios, e antigüidades. Para a súa estimación aplícase o incremento do 1 % sobre os salarios vixentes a 31 de decembro de 2015 recollido no artigo 19 da Lei de Orzamentos Xerais do Estado para 2016. Incorpórase tamén o importe pendente de abono da paga extra de decembro de 2012 que fora suprimida por aplicación do Real Decreto-lei 20/2012, de 13 de xullo, de medidas para garantir a estabilidade orzamentaria e o fomento da competitividade e que a Lei de Orzamentos Xerais do Estado para 2016 permite recuperar. O cadro recolle, así mesmo, os importes a abonar en concepto de dietas por asistencia aos Consellos de Administración, os importes doutros gastos de persoal derivados do desistimento do actual contrato de Xerencia que non foron provisionados en 2015, e o importe dos salarios e cargas sociais do reforzo de información turística, previsto para atender as oficinas de turismo.

Personal de Estrutura		Salario bruto anual 2016
Xerencia	Xerente titular	9.563,09
	Xerente en funcións	18.812,63
	Novo Xerente	35.593,75
Responsables de Área	Técnico de Turismo	35.951,48
	Técnico de Administración	35.951,48
Outro Personal	Xornalista	27.865,87
	Film Commissioner	27.865,87
	Adxunto Área Promoción	27.865,87
	Técnico SCCB	27.865,87
	Técnico de Marketing	18.577,25
	Técnico de Comunicación	27.865,87
	Técnico Contable e de Calidade	27.865,87
	Coordinador Oficinas de Turismo	27.865,87
	Secretaria de dirección	27.865,87
	Informador turístico 1	18.700,15
	Informador turístico 2	18.700,15
	Informador turístico 3	18.700,15
	Informador turístico 4	18.700,15
	Informador turístico 5	18.700,15
	Informador turístico 6	18.700,15
Subtotal		489.577,55
Antigüidade		59.708,55
Seguridade Social		166.187,28
Total Personal de Estrutura		715.473,39

Paga Extra 2012	Estimación
Importe paga extra decembro 2012 pendente de abono	15.473,26
Total Outros gastos de persoal	15.473,26

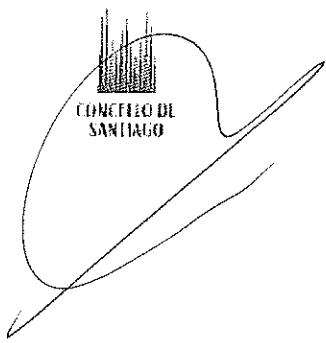
Outros Gastos de Persoal	Estimación
Dietas Consello de Admón (10 sesións)	1.803,00
Outros Gastos de Persoal	2.116,42
Subtotal	3.919,42
Seguridade Social	668,79
Total Outros gastos de persoal	4.588,21

Reforzo información turística		Salario bruto anual 2016 + Liquidacións
Informadores turísticos oficina aeroporto	Persoal eventual oficina aeroporto (18 marzo - 30 outubro) (40 horas) 1 pax.	13.167,16
	Persoal eventual oficina aeroporto (21 marzo - 28 outubro) (40 horas) 1 pax.	12.877,13
Informadores turísticos reforzo oficina Rúa do Vilar	Persoal eventual (18 marzo - 27 marzo) Semana Santa (40 horas)	580,05
	Persoal eventual (25 abril - 30 outubro) (40 horas) 2 pax.	21.925,93
	Persoal eventual (25 abril - 29 maio) (20 horas) 2 pax.	2.030,18
	Persoal eventual (30 maio - 30 outubro) (40 horas) 2 pax.	17.865,57
	Persoal eventual (2 xullo - 28 agosto) (20 horas) 2 pax.	3.364,30
Subtotal		71.810,32
Seguridade Social		23.051,12
Total Persoal Reforzo de información turística		94.861,44
TOTAL GASTOS DE PERSOAL		830.396,30

Gastos xerais:

No apartado de gastos xerais recóllese fundamentalmente a estimación de gastos derivados do aluguer do local destinado a oficinas, os gastos básicos de auga, luz, teléfono, correos, material de oficina, renting fotocopiadora, limpeza, mantemento, correos e mensaxería, conexión alarma, primas de seguro, gastos de asesoría e auditoría, gastos por desprazamentos do persoal, prevención de riscos laborais e vixilancia da saúde, etc.

Concepto	Estimación 2016	IVE	Total
Alugueiros	43.347,60	9.103,00	52.450,60
Renting equipos oficina	3.100,00	651,00	3.751,00
Limpeza oficinas	6.150,00	1.291,50	7.441,50
Mantemento sinalización e almacén	16.400,00	3.444,00	19.844,00
Mantemento informático	6.000,00	1.260,00	7.260,00
Outros gastos de mantemento: alarma, centraliña, reparacións e conservación, ...	1.760,00	369,60	2.129,60
Asesoría laboral, fiscal e xurídica	19.140,00	4.019,40	23.159,40
Gastos rexistro mercantil e outros (notarios, BOP,...)	2.500,00	525,00	3.025,00
Gastos auditoría	5.300,00	1.113,00	6.413,00
Pólizas de seguros	16.700,00	0,00	16.700,00
Subministros (luz, auga, climatización,...)	6.855,00	1.439,55	8.294,55
Material de oficina e reprografía	3.200,00	672,00	3.872,00
Procesos de selección de persoal	2.000,00	420,00	2.420,00
Correos e mensaxería	1.900,00	399,00	2.299,00
Dietas de manutención exentas de gravame	5.000,00	0,00	5.000,00
Gastos transporte por desprazamentos do persoal	5.000,00	0,00	5.000,00
Servizos de prevención de riscos laborais e de vixilancia da saúde	1.900,00	399,00	2.299,00
Servizos bancarios	100,00	0,00	100,00
Subscrepcións prensa	700,00	28,00	728,00
Teléfono	12.700,00	2.667,00	15.367,00
Gastos calidad	400,00	84,00	484,00
Gastos varios	3.030,00	598,50	3.628,50
TOTAL	163.182,60	28.483,55	191.666,15



Gastos financeiros:

Este apartado recolle a carga financeira que derivaría da contratación dunha operación de tesourería a curto prazo para cubrir posibles desfasaxes entre cobros e pagos e atender en prazo os pagamentos a provedores. O límite máximo desta operación de tesourería en base aos datos de ingresos correntes do derradeiro exercicio cerrado é de 750.000,00 euros. A carga financeira para os meses de abril a decembro do exercicio 2016 desta operación estímase en 6.210,00 euros. Os cálculos para a determinación desta cantidade fanse en base ás condicións da póliza formalizada no exercicio 2015 e prevendo unha porcentaxe de disposición do 100% durante toda a vixencia da mesma.

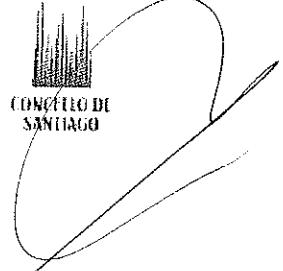
Accións de promoción:

Dentro deste epígrafe recóllense todas as actuacións a levar a cabo para a promoción de Santiago de Compostela como destino turístico, que se agrupan en:

Plan de Competitividade Turística

Dentro deste epígrafe recóllese o importe das accións a desenvolver no marco do convenio de colaboración previsto para asinar coa Deputación Provincial da Coruña en 2016, para o financiamento de accións de promoción turística encamiñadas a mellorar a competitividade de Santiago como destino turístico. Engloba accións de promoción, acollida e atención ao visitante, turismo gastronómico, comunicación e portal web e estudos de demanda turística. O orzamento de actuación que se prevé incluír dentro deste convenio distribúese en **93.750,00 euros** para a contratación de accións específicas (feiras de turismo, redes de promoción, accións SCFC, etc) e 50.000,00 euros de gastos de reforzo do servizo de información turística en temporda alta que se contemplan dentro do apartado de gastos de persoal.

As accións recollidas neste Plan finanziaranse con cargo a achega prevista da Deputación provincial prevista para 2016, por importe de 115.000,00 euros, o que supón o 80% do orzamento de actuacións e con cargo á achega municipal, no importe do 20% restante, que ascende a 28.750,00 euros.



WOMEX 2016

Dentro deste epígrafe incorpórarse o importe recollido na anualidade 2016 do contrato privado para a cesión da marca en exclusiva e o patrocinio do evento "WOMEX 2016 THE WORLD MUSIC EXPO" (Expediente 2015/003) asinado coa empresa alemá PIRANHA ARTS AG, titular en exclusiva dos dereitos de marca sobre o evento WOMEX, que ascende a **390.000,00 euros**.

Plan de Accións Área Santiago

O Concello de Santiago, asinou en 2014 un convenio de colaboración marco para a xestión compartida da promoción turística conxunta dos concellos da Área de Santiago.

Segundo se recolle no devandito convenio a xestión das actividades obxecto do mesmo será realizada polo Concello de Santiago a través da sociedade pública municipal, INCOLSA.

O orzamento de actuacións que se prevé para 2016 ascende a **45.000,00 euros**. Este Plan finánciase a través das achegas dos Concellos asinantes. O importe que corresponde achegar ao Concello de Santiago, como asinante do convenio, inclúese dentro da achega municipal prevista para 2016.

Campaña de marketing en Europa.

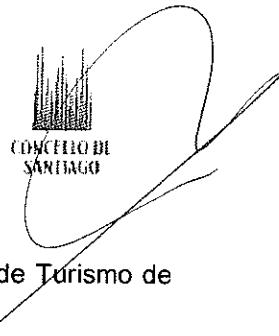
INCOLSA ten previsto para 2016 a contratación dunha campaña de promoción turística de Santiago de Compostela como destino turístico internacional nos mercados emisores europeos con voos directos a Santiago.

Esta campaña ten como principal obxectivo evitar a estacionalidade dos visitantes europeos que acoden á cidade e contribuír á promoción da imaxe da cidade e potenciar que Santiago se consolide como destino turístico internacional.

O importe previsto para o desenvolvemento desta campaña ascende a **850.000,00 euros** (IVE non incluído), que se financiarán con cargo á achega municipal.

Campaña de marketing on-line Alemaña-Italia.

Coa intención de promover activamente Santiago de Compostela como destino internacional de vacacións e como un centro de negocios atractivo, e ante o cada vez más importante peso de Internet no mundo das comunicacións e da información, prevese para 2016 a realización dunha



nova campaña de marketing on-line, a través da inserción de links á páxina web de Turismo de Santiago.

A campaña prevese para dous importantes mercados emisores, o italiano e o alemán, mercados estratéxicos que contan con rutas internacionais aéreas directas a Santiago de Compostela, e oriéntase fundamentalmente aos potenciais viaxeiros e visitantes que planifican as súas viaxes directamente a través de internet.

O orzamento previsto para a execución desta acción ascende a **450.000,00 euros**, e finanziarase con cargo á achega municipal.

Outras accións de promoción e planificación turística

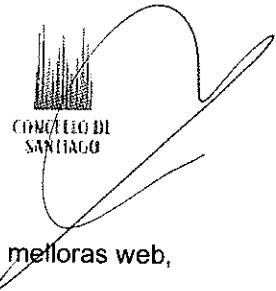
Dado que en 2015 finalizou a vixencia da actualización do Plan Estratégico de Turismo de Santiago, que comprendía os anos 2009-2015, faise precisa a contratación, en 2016, dunha nova actualización do **Plan Estratégico do turismo da cidade**, que defina as liñas de actuación e da política turística de Compostela de cara ao próximo Ano Santo 2021.

En paralelo, contratarase tamén neste ejercicio un **Estudo de novas fórmulas de financiamento para Turismo de Santiago** e a organización dunhas **Xornadas de debate sobre o novo modelo turístico para Santiago**.

En 2016 afondarase na consolidación do posicionamento da cidade, grazas á marca **Compostela Gastronómica**, baixo a que se situarán eventos de referencia, que xa forman parte da axenda anual da cidade, xunto a promoción doutros de nova creación, ou á necesaria reorientación e/ou ampliación doutros preexistentes, sempre de acordo e en coordinación co sector.

Esta marca paraugas incluirá así unha oferta que demostre que merece a pena vir a Santiago todo o ano, e que teña á gastronomía como fío condutor. Impulsaranse eventos que promocionen tanto os produtos como os costumes e tradicións asociadas, propios de cada temporada, creando un calendario fixo e estable de actividades que teñen á gastronomía como pretexto fundamental, pero que vaian moito más alá, unindo gastronomía e cultura, porque “a gastronomía é a cultura que se come”.

Así mesmo, englobanse neste apartado todas aquelas accións de promoción previstas para 2016, que non están englobadas noutros programas específicos dos aquí descritos: feiras de turismo



distintas das recollidas no Plan Competitividade Turística, accións de dinamización, melloras web, publicacións, deseño e elaboración de produto turístico, ...

O orzamento previsto para a execución destas accións ascende a **105.000,00 euros** más IVE.

Compras merchandising:

Neste apartado recóllese o custo estimado da adquisición de merchandising para poñer á venda directa na oficina central de Turismo, que se calcula en **6.000,00 euros** más IVE.

ESTADO PREVISIONAL DA CONTA DE PERDAS E GANANCIAS ABREVIADA PARA O EXERCICIO
2016

Título	(Debe) Haber
1. Importe neto da cifra de negocios.	236.402,72
2. Variación de existencias de produtos terminados e en curso de fabricación	
3. Traballos realizados pola empresa para o seu activo.	
4. Aprovisionamentos .	(6.000,00)
5. Outros ingresos de explotación.	2.732.374,35
6. Gastos de persoal.	(832.296,30)
7. Outros gastos de explotación.	(2.095.032,60)
8. Amortización do inmobiliizado.	(8.307,83)
9. Imputación de subvencións de inmobiliado non financeiro e outras.	
10. Excesos de provisións.	
11. Deterioro e resultado por alleamientos do inmobiliado.	
13. Outros resultados.	
A1) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11+13)	27.140,34
14. Ingresos financeiros.	
15. Gastos financeiros.	(6.210,00)
16. Variación de valor razonable en instrumentos financeiros.	
17. Diferenzas de cambio.	
18. Deterioro e resultado por alleamientos de instrumentos financeiros.	
B) RESULTADO FINANCIERO (14+15+16+17+18)	(6.210,00)
C) RESULTADO ANTES DE IMPOSTOS (A+B)	20.930,34
19. Impostos sobre beneficios.	(52,33)
D) RESULTADO DO EXERCICIO (C + 19)	20.878,01



SANTIAGO DE
COMPOSTELA

ESTADO PREVISIONAL DA CONTA DE PERDAS E GANANCIAS ABREVIAADA. ORZAMENTOS 2016

INFORMACIÓN E COMUNICACIÓN LOCAL, S.A.

DATOS PARA CONSOLIDACIÓN ORZAMENTOS INCOLSA 2016

TÍTULO	(Debe) Haber	Ingresos	CAPÍTULO	DENOMINACIÓN	INCOLSA
1. Importe neto da cifra de negocios.	236.402,72			1 IMPUESTOS DIRECTOS	236.402,72
2. Variación de existencias de produtos terminados e en curso de fabricación				2 IMPUESTOS INDIRECTOS	1.807.374,35 ("N")
3. Traballo realizados pola empresa para o seu activo.				3 TAXAS, PRECOS PÚBLICOS E OUTROS INGRESOS	
4. Aprovisionamentos .	(6.000,00)			4 TRANSFERENCIAS CORRIENTES	
5. Outros ingresos de explotación.	2.732.374,35			5 INGRESOS PATRIMONIAIS	
6. Gastos de persoal.	(832.296,30)			6 ENAJENACIÓN DE INVERSIÓN REAIS	
7. Outros gastos de explotación.	(2.095.032,60)			7 TRANSFERENCIAS DE CAPITAL	
8. Amortización do immobilizado.	(8.307,83)			TOTAL CAPITAL	
9. Imputación de subvencións de immobilizado non financeiro e outras.				TOTAL NON FINANCIERAS	
10. Excesos de provisións.				8 ACTIVOS FINANCIEROS	830.396,30
11. Deterioro e resultado por alleamientos do immobilizado.				9 PASIVOS FINANCIEROS	2.102.932,60
13. Outros resultados.				TOTAL FINANCIERAS	6.210,00
A1) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11+13)	27.140,34			TOTAL ORZAMENTO	2.939.538,90
14. Ingresos financieros.				TOTAL CAPITAL	0,00
15. Gastos financieros.	(6.210,00)			TOTAL NON FINANCIERAS	
16. Variación de valor razonable en instrumentos financieros.				8 ACTIVOS FINANCIEROS	
17. Diferenzas de cambio.				9 PASIVOS FINANCIEROS	
18. Deterioro e resultado por alleamientos de instrumentos financieros.				TOTAL FINANCIERAS	
B) RESULTADO FINANCIERO (14+15+16+17+18)	(6.210,00)			TOTAL ORZAMENTO	2.939.538,90
C) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A+B)	20.930,34				
19. Impuestos sobre beneficios.	(52,33)				
D) RESULTADO DO EXERCICIO (C + 19)	20.878,01				

(*) Dentro desta partida inclúese a achega anual do Concello de Santiago por importe de 1.352.000,00 euros.

(**) Dentro desta partida inclúense o importe das subvencións previstas procedentes doutras Administracións por un importe total de 455.374,36 euros.

(***) Dentro desta partida inclúese unha achega do Concello de Santiago por importe de 925.000,00 euros.

CONCILIACIÓN CON PeG

Diferenza ingresos e gastos	
- Amortización de immobilizado	29.238,17 -8.307,83

DETALLE DO CÁLCULO DA CAPACIDADE/NECESSIDADE DE FINANCIAMENTO. ORZAMENTOS 2016

INGRESOS E GASTOS SEGUNDO PEG PREVISIONAL ORZAMENTOS 2015					
		Ajustes positivos	Ajustes negativos	Capacidade/Necessidade de financiamento prevista a 31/12/16	
Dato de ingresos e gastos do exercicio segundo PEG previsional 2015					Auxilio para a determinación da capacidade/necessidade de financiamento a partir dos datos da Conta de PeG previsional de 2016, calculado seguindo o Guía de cálculo do déficit en Contabilidade Nacional das unidades empresariais que aplican o PGC.
INGRESOS A EFECTOS DE CONTABILIDADE NACIONAL (A)					
Importe neto cifra de negocios	2.968.777,07	115.867,37	-115.000,00	2.969.644,44	
Traballo previsto realizar para o seu activo	236.402,72			236.402,72	
Ingresos adicionais e outros ingresos de xestión corrente				0,00	
Subvencións e transferencias correntes	2.732.374,35	115.867,37	-115.000,00	2.733.241,72	Auxilio por diferenza de criterio entre a normativa contable de aplicación a INCOLSA e a Contabilidade Nacional, sobre o momento de imputación a ingresos das subvencións. Súmanse as formalizadas en 2015 con resolución de pago prevista en 2016 e restanse as previstas para 2016 con resolución prevista en 2017
Ingresos financeiros por intereses				0,00	
Ingresos de participacións en instrumentos de patrimonio (dividendos)				0,00	
Ingresos excepcionais				0,00	
Acheas patrimoniais				0,00	
Subvencións de capital a recibidas				0,00	
GASTOS A EFECTOS DE CONTABILIDADE NACIONAL (B)					
Aprovisionamentos	(2.947.899,06)	8.380,18	109,30	(2.939.429,80)	
Gastos de persoal	(6.000,00)			(6.000,00)	
Otros gastos de explotación	(832.296,30)			(832.296,30)	
Gastos financeiros e assimilados	(2.095.032,60)			(2.095.032,60)	
Imposto de sociedades	(6.210,00)			(6.210,00)	
Outros impostos	(52,33)		52,33	109,30	Auxilio por diferenza de criterio para a determinación do IS que non computa.
Gastos excepcionais					
Amonización do immobilizado	(8.307,83)		8.307,83		
Variacións do immobilizado material e intangible, de investimentos immobiliarios, de existencias					
Varación de existencias de produtos terminados e en curso de fabricación da conta de PeG					
Aplicación de provisións					
Inversiones efectuadas por contas de Administracións e Entidades Públicas					
Axudas, transferencias e subvencións concedidas					
(=) Capacidad/Necesidade de financiamento				30.214,84	
				20.888,01	

SUBVENCIONES RECULLIDAS EN PE_G PREVISIONAL 2016

Concello de Santiago (1)	2.277.000,00	Total
Deputación Provincial - PCT 2016 (2)	115.000,00	
Subvencións outras Administracións - WOMEX2016 (3)	315.000,00	
Concellos Área Santiago (4)	25.374,35	
	2.732.374,35	

AXUSTES NEGATIVOS (Prevese que a resolución de pago se produza en 2017)

Deputación Provincial - PCT 2016 (2)

-115.000,00

-115.000,00

-115.000,00

AXUSTES POSITIVOS (Subvencións recollidas en Pe_G previsional 2015 con resolución de pago prevista en 2016)

Deputación Provincial - PCT 2015 (5)

867,37

115.867,37

115.000,00

INROBLEM CONSELLERÍA DE EMPRESAS, INVESTIGACIÓNS E INNOVACIÓN

(1) Recolle a achega anual do Concello de Santiago a INCOLSA para 2016, por importe de 2.277.000,00 euros. Prevese que esta aportación sexa cobrada íntegramente dentro do exercicio 2016.

(2) Recolle a subvención prevista a través dun convenio asinado entre o Concello de Santiago e a Deputación Provincial para o financiamento do Plan de Competitividade Turística 2016, por importe de 115.000,00 €. O prazo de xustificación previsto para este convenio, e en base aos convenios de anos anteriores, remataría o 31 de xaneiro de 2017, polo que a Resolución de pago desta subvención non se espera que se produza antes da finalización de 2016.

(3) Recolle as subvencións que se prevé obter doutras Administracións (Deputación e Xunta de Galicia) para o financiamento da anualidade 2016 da feira WOMEX, por importe de 315.000,00 €. O evento terá lugar entre o 19 e o 23 de outubro de 2016, e o último pago do contrato vinculado ao mesmo, para 15 días despois de rematar o evento, polo que podería procederse á xustificación dentro da anualidade 2016 e a obter a resolución de pago tamén dentro da anualidade. De non ser así, podería comprometerse o cumprimento da estabilidade orzamentaria.

(4) Recolle as achegas previstas no Convenio de colaboración marco para a xestión conjunta dos Concellos da Área Santiago. O devandito convenio establece que a xestión sexa realizada polo Concello de Santiago a través de INCOLSA. Os Concellos asinantes deberán ingresar na conta habilitada ao efecto a cantidad total de 25.374,35 euros, para o desenvolvemento das actuacións previstas para 2016, por importe de 45.000,00 euros. Prevese que a totalidade das achegas se ingresen antes do 31/12/16.

(5) Recolle unha subvención procedente dun convenio a asinado en 2015 entre o Concello de Santiago e a Deputación Provincial para o financiamento do Plan de Competitividade Turística 2015, por importe de 115.000,00 €. O prazo de xustificación previsto para este convenio, e en base aos convenios de anos anteriores, remataría o 31 de xaneiro de 2016, polo que a Resolución de pago desta subvención prevese que se produza en 2016.

(6) Recolle o importe de 867,37 euros correspondentes a 2015 a pagar polo Concello de Trazo, que a 31/12/15 non foi ingresado. Prevese que o cobro se realice ao longo de 2016.

DETERMINACIÓN GASTO COMPUTABLE A EFECTOS DA REGRA DO GASTO. ORZAMENTOS 2016

Concepto	ORZAMENTO 2016
Aprovisionamentos	6.000,00
Gastos de persoal	832.296,30
Outros gastos de explotación	2.095.032,60
Imposto de sociedades	-109,30
Outros impostos	0,00
Gastos excepcionais	0,00
Variacións do inmovilizado material e intanxible, de inversiones immobiliarias, de existencias	0,00
Variación de existencias de produtos terminados e en curso de fabricación da conta de perdas e ganancias	0,00
Aplicación de provisións	0,00
Inversiones efectuadas por conta da Entidade local	0,00
Axudas, transferencias e subvencións concedidas	0,00
Empleos non financeiros termos SEC, excepto intereses da débeda	2.933.219,60
- Pagos por transferencias (e outras operacións internas) a outras entidades que integran a Corporación Local (2) Hai que descontalo na entidade pagadora.	0,00
(-) Gasto financiado con fondos finalistas procedentes da Unión Europea ou doutras Administracións Públicas: UE, Estado, Comunidade Autónoma, Diputacións, Outras Administracións Públicas.	-455.374,35
Gasto computable a efectos da regra do gasto	2.477.845,25

INFORMACIÓN E COMUNICACIÓN LOCAL, S.A.

FOLLA AUXILIAR REGRA DO GASTO		ORZAMENTOS 2016	
Aprovisionamientos	6.000,00		
Compras (600)+(602)	6.000,00		
Variación existencias (610)			
Traballois realizados por outras empresas (607)			
Gastos de persoal	832.296,30		
Soldos e salarios (640)	636.569,69		
Indemnizacions (641)			
Seguridade social (642)	189.907,19		
Outros gastos sociais (649) (*)	5.819,42		
(*) Inclúe dietas previstas no exercicio a abonar aos membros do Consello de Administración e o custo dos servicos de preventión e viviancia da saúde obligatorios por lei.			
Outros gastos de explotación	2.095.032,60		
Servizos exteriores (62)	2.095.032,60		
Outros gastos de xestión corrente (65)	0,00		
Impostos e societades	109,30		
Pagos a conta realizados no exercicio (473)	3,38		
Rodo liquidación final exercicio anterior (4709)	-112,68		
Outros impostos	0,00		
Outros tributos (631)	0,00		
Gastos excepcionais	0,00		
Só gastos reais que impliquen saída de fondos ou creación de pasivos financieros (678)	0,00		
Variacións del inmovilizado material e intangible, de inversiones inmobiliarias, de existencias	0,00		
Ver Hoja auxiliar SEC			
Variación de existencias de produtos terminados y en curso de fabricación de la cuenta de pérdidas y ganancias	0,00		
Aplicación de provisións	0,00		
Inversiones efectuadas por cuenta de la Entidad local	0,00		
Ayudas, transferencias y subvenciones concedidas	0,00		

	Importe Gasto a Justificar	Importe subvención
2016		
Convenio Deputación PCT	143.750,00	115.000,00
Concellos Área Santiago	45.000,00	25.374,35
Deputación + Xunta WOMEX		315.000,00
TOTAL	188.750,00	45.374,35

Detalle Gasto finaniciado con fondos finalistas procedentes da Unión Europea ou doutras Administracións Públicas: UE, Estado, Comunidade Autónoma, Diputacións, Outras Administracións Públicas.