



D. JOSÉ MANUEL GONZÁLEZ GARCÍA, VICESECRETARIO DO CONSELLO DE ADMINISTRACIÓN DA ENTIDADE MERCANTIL INFORMACIÓN E COMUNICACIÓN LOCAL, S.A. (INCOLSA), CON C.I.F. A-15683477

CERTIFICO:

Que no Consello de Administración da Empresa Municipal Información e Comunicación Local, S.A. (INCOLSA), na sesión ordinaria celebrada o mércores, 10 de febreiro de 2021, foi presentada, no punto 1 da orde do día, a proposta de orzamentos da sociedade para o exercicio 2021, que se compoñía dun documento de 28 páxinas no que se incluían o Programa anual de actuacións, investimentos e financiamento, o Estado de previsión de ingresos e gastos e o Estado Previsional da conta de perdas e ganancias abreviada para o exercicio 2021 que figuran a continuación.

Que sometida a votación a devandita proposta, votaron a favor da mesma Don José Antonio Sánchez Bugallo, Don Gumersindo Guinarte e D^a Marta Abal Rodríguez coa abstención dos restantes membros do Consello presentes, D^a M^a Goretti Sanmartín Rei, D^a Marta Irene Lois González, D^a María Ángeles Antón Vilasánchez e D. José Antonio Constenla Ramos, non acadándose, polo tanto, a maioría absoluta que se require no artigo 20 dos Estatutos sociais para a adopción de acordos.

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 16 de febreiro de dous mil vinte e un.

Vº. E Prace,

O VICESECRETARIO

O PRESIDENTE,

Asdo: José Antonio Sánchez Bugallo

José Manuel González García

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

- PROGRAMA ANUAL DE ACTUACIÓNS, INVESTIMENTOS E FINANCIAMENTO 2021.
- ESTADO DE PREVISIÓN DE INGRESOS E GASTOS PARA O EXERCICIO 2021.
- ESTADO PREVISIONAL DA CONTA DE PERDAS E GANANCIAS ABREVIADA PARA O EXERCICIO 2021.

PROGRAMA ANUAL DE ACTUACIÓN, INVESTIMENTOS E FINANCIAMENTO 2021 DA SOCIEDADE MUNICIPAL INFORMACIÓN E COMUNICACIÓN LOCAL, S.A.

As previsións iniciais indicaban que no ano 2020 continuaría o crecemento turístico da cidade, tendo como obxectivos principais conseguir superar os máximos históricos de pernoctacións na cidade, pasaxeiros no aeroporto de Santiago-Rosalía de Castro e peregrinos no Camiño de Santiago.

Os orzamentos do 2020 estaban claramente deseñados para alcanzar estes obxectivos, cunha aposta moi forte por continuar internacionalizando a demanda turística da cidade para converter a Santiago de Compostela nun destino global, tanto a través da promoción directa da cidade a través de múltiples accións, como a través da mellora da conectividade do aeroporto.

Sen embargo, a situación xerada polo Covid-19, coa Declaración do Estado de Alarma, os meses de confinamento e as múltiples restricións aos desprazamentos, tanto dentro de España como internacionalmente, que tiveron e están a ter un gran impacto na industria turística global, trastocaron todas estas previsións iniciais.

Turismo de Santiago adaptou o orzamento inicialmente previsto para o 2020 co obxecto de responder á crise xerada polo Covid-19. O obxectivo fundamental desta adaptación foi impulsar a reactivación do sector turístico da cidade na medida do posible e dentro do difícil contexto xerado pola pandemia, caracterizado por unha gran incerteza.

Este traballo de adaptación supuxo, entre outras cousas, definir como público obxectivo o turismo familiar español, que se considerou o que tiña máis posibilidades de desprazarse a Santiago nos meses centrais de verán. Ademais, supuxo tamén traballar no deseño de iniciativas para fomentar o turismo a Santiago no último trimestre do ano, centrándose neste caso no turismo de escapadas de proximidade.

O orzamento previsto para o 2021 parte de dúas realidades:

1. A incerteza xerada pola Covid-19, que continuará afectando ao sector turístico global ata a aparición e distribución dunha vacina que reduza os riscos da enfermidade e permita que o sector global recupere o seu dinamismo.
2. A celebración do Ano Santo Compostelán 2021, que constitúe unha oportunidade única para que a cidade poda superar a crise xerada polo Covid-19 o antes posible.

Neste sentido, cabe destacar que o Covid-19 acelerou aínda máis o proceso de dixitalización da sociedade, fomentando ferramentas xa dispoñibles pero que cada vez teñen e terán máis presenza nas vidas cotiás: como a compra dixital ou o teletraballo.

A consolidación destes procesos, impulsados polas necesidades xeradas pola Covid-19 de continuar mercando e traballando pese ás restricións de mobilidade e períodos de confinamento, provoca que a presenza das novas tecnoloxías da información e a comunicación teñan xa a moi curto prazo unha presenza aínda maior que a que xa tiñan antes do Covid-19.

Este proceso de dixitalización acelerada está dando lugar a un novo tipo de turista, denominado Turista 3.0, caracterizado por: sempre está conectado e disposto a probar; fai un amplo uso da tecnoloxía para a planificación e a reserva; emprega comunidades sociais virtuais como medio de información; leva un equipaxe lixeiro, sen tanta preparación; ten unha velocidade de reserva alta, no último momento; non emprega papel.

Partindo destas dúas realidades e do novo tipo de Turista 3.0, o orzamento de Turismo de Santiago deseñase en base a tres liñas estratéxicas fundamentais:

- a) Reforzo das accións de promoción da cidade, tanto en España como internacionalmente, adaptándoas ás circunstancias de cada mercado e empregando tamén canles que permitan chegar ao Turista 3.0, ademais dos profesionais intermediarios do sector turístico. Os obxectivos son:

- Atraer turismo español en porcentaxes superiores aos anos pasados, apoiándose na celebración do Ano Santo.
 - Recuperar os mercados internacionais estratéxicos para a cidade a medida que se vai recuperando a situación xerada polo Covid-19. Neste sentido, os mercados estratéxicos son os mercados tradicionais europeos, o mercado estadounidense (que nos últimos anos estaba posicionándose entre os tres máis importantes para a cidade xunto con Italia e Alemaña) e os mercados asiáticos, en especial Xapón e Corea do Sur, cun gasto por persoa moi elevado.
- b) Apoio ao aeroporto de Santiago como principal punto de entrada do turismo internacional na cidade. Os obxectivos concretos son:
- Recuperar a conectividade internacional do aeroporto. Neste sentido, hai que ter en conta que o sector aéreo é un dos máis golpeados pola crise e que as compañías previsiblemente deseñarán plans de rutas moi conservadores, recuperando aquelas que xa tiñan consolidadas e deixando a apertura de novas rutas para anos posteriores.
 - Continuar consolidando a Santiago como principal aeroporto de Galicia, centralizando o tráfico internacional da comunidade.
- c) Fomento da seguridade sanitaria do destino como unha condición imprescindible para atraer turismo neste momento. Entre outras medidas continuarase fomentando a adhesión do sector ás distincións “Preparados Covid-19” do SICTED, da Secretaría de Estado de Turismo. Cabe destacar que neste momento Santiago é un destino moi avanzado na introdución destas novas distincións, con máis de 70 concedidas neste verán.

Estas tres liñas estratéxicas concrétanse nunha multiplicidade de accións, encamiñadas todas elas ao obxectivo de aproveitar o Ano Santo 2021 como unha oportunidade única para recuperar o antes posible a tendencia turística crecente na cidade.

Entre estas accións, a modo de exemplo, poden destacarse o deseño dunha nova campaña promocional innovadora con motivo do Ano Santo que se presentará en Fitur 2021 e co foco no Turista 3.0; o apoio á recuperación de Santiago como destino MICE favorecendo a celebración de novos eventos e aqueles que estaban previstos para o 2020 pero tiveron que cancelarse; o apoio ao turismo gastronómico, cunha edición especial de Santiago(é)tapas con motivo do Ano Santo 2021, entre outras medidas; o proxecto europeo Bodah, liderado por Turismo de Santiago, que se reformulou para adaptarse ás novas circunstancias xeradas polo Covid-19; ou o apoio ao evento Fairway como foro para a promoción do Camiño de Santiago.

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 produción, reprodución 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 produción 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 desenvolvementos 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 mellorar a 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.

2. PROGRAMA DE ACTUACIÓNS

O programa de actuacións está baseado na gobernanza turística, a intelixencia de mercado, a xestión da demanda e a excelencia na visita e vivencia da cidade.

Os proxectos que a continuación se expoñen están estruturados en función dos departamentos de INCOLSA-Turismo de Santiago.

2.1.- INFORMACIÓN TURÍSTICA

Turismo de Santiago xestiona actualmente catro oficinas de información turística, onde o servizo está orientado a atender as demandas de todos os visitantes sobre os recursos e servizos que ofrece a cidade; o obxectivo último é o de ofrecer un servizo de atención rexido pola calidade.

A Oficina de Información Turística situada na Rúa do Vilar 63 está xestionada directamente pola entidade municipal Incolsa – Turismo de Santiago, mentres que o Punto de Información da Dársena de Autobuses Xoán XXIII está cedido, dende xullo de 2009, á APIT-Galicia a través dun convenio de colaboración entre as dúas entidades, para sede da Asociación e Punto de Información para excursionistas e grupos. A terceira oficina está situada no interior do Pazo de Congresos e Exposicións de Galicia, prestando os seus servizos a participantes en congresos e eventos especiais, e baixo petición das distintas secretarías técnicas ou organizadores; a canle de comunicación e supervisión é o Santiago de Compostela Convention Bureau. Desde o mes de novembro de 2012, Turismo de Santiago presta o servizo de información turística tamén dentro Aeroporto de Santiago. En marzo de 2019 inaugurouse, en base ao convenio asinado entre AENA a Axencia de Turismo de Galicia e INCOLSA, unha oficina conxunta de Turismo de Galicia e Turismo de Santiago situada na zona de chegadas, que se prevé que estea funcionando ao longo de todo o 2021.

A oficina central de información turística, situada na céntrica Rúa do Vilar, está consolidándose dende hai anos como referente da xestión de información, non só para os visitantes e turistas, senón tamén para os propios habitantes da cidade. Permanece aberta todo ano atendendo por enriba das 200.000 consultas en cada anualidade.

As funcións desempeñadas desde este departamento son:

- Subministrar información turística e cultural aos visitantes en diferentes idiomas, tanto de forma presencial como de xeito non presencial (medios telemáticos).
- Recoller datos referidos á procedencia dos visitantes coa fin de elaborar informes estatísticos.

- Coñecer e proporcionar información dos diferentes produtos turísticos creados por Turismo de Santiago e outros produtos de interese da oferta xeral do destino.
- Proporcionar información de carácter práctico da cidade (servizos, administración, etc.)
- Vender e controlar o material turístico existente.
- Coidar do axeitado funcionamento dos elementos audiovisuais en servizo.
- Manter actualizada a información amosada na oficina, así como coidar da axeitada disposición e reposición dos folletos nos estantes e expositores habilitados para tal uso.
- Procurar información, actualizar bases de datos e revisar periodicamente a información turística da web.
- Servir de apoio ao Plan de Marketing turístico da cidade, a través da preparación do material para os distintos eventos, da asistencia a feiras, presentacións e famtrips, así como do apoio á organización de distintas viaxes de familiarización e presentacións.
- Colaborar na axeitada formación de estudantes que realicen as súas prácticas de formación na Oficina de Información Turística.

Os servizos que ofrece son:

- Información turística e cultural da cidade, tanto de xeito presencial como non presencial, en diferentes idiomas.
- Información gratuita en soporte gráfico (planos, folletos...).
- Venda de folletos temáticos.
- Recollida de queixas e reclamacións.
- Venda de servizos e produtos turísticos.
- Tenda turística.

Ao igual que en anos anteriores, o servizo reforza o seu cadro de persoal e amplía o seu horario de atención durante os meses considerados de tempada alta, que abrangue, polo xeral, o período que vai dende Semana Santa ata finais de outubro. Para 2021 prevese reforzar o servizo para que a oficina do aeroporto permaneza aberta todo o ano.

2.2.- PROMOCIÓN TURÍSTICA

A conxuntura turística vén determinada por unhas condicións excepcionais, inéditas, e unha extrema incerteza respecto do futuro inmediato, tanto polo comportamento da demanda (preferencias de viaxe, sensación de seguridade, situación e perspectivas económicas...), como polas limitacións da oferta derivadas dos requirimentos sanitarios e a evolución da pandemia unha vez relaxadas as medidas de contención e incrementada a interacción social.

Basicamente, no curto prazo, a conxuntura dependerá da evolución epidemiolóxica en España, nos destinos turísticos competidores e da existencia ou non de rebrotes de contaxio e a necesidade de volver adoptar medidas que restrinxan a mobilidade e a actividade económica.

O plan de accións está dirixido a unha serie de actividades de promoción e marketing internacional co obxecto de comercializar o destino Santiago de Compostela, seguindo as directrices da política turística municipal.

O departamento de Promoción de Turismo de Santiago traballa activamente coas asociacións das que forma parte, na elaboración do plan e na execución de actividades, fundamentalmente do Grupo de Cidades Patrimonio da Humanidade de España, Spiritual Pilgrimages, a Organización Mundial do Turismo, European Cities Marketing e a Asociación Hispano Xaponesa.

A estratexia está coordinada coas accións promovidas polos organismos cos que temos obxectivos comúns como Turespaña, Axencia Galega de Turismo, Deputación da Coruña e Xacobeo, fundamentalmente; a nivel local, co Consorcio da cidade de Santiago, a Universidade, a Fundación da Catedral, a Cámara de Comercio, a Asociación de Empresarios de Hostalería e a Fundación Cidade da Cultura de Galicia.

Dentro do plan hai dous grandes eixos: consolidación dos produtos e mercados emisores cara a cidade e ampliación e recuperación das accións cara outros produtos e mercados emerxentes.

Destacan as accións promocionais das asociacións coas que se traballa en rede. De todas elas sobresa o Grupo de Cidades Patrimonio da Humanidade de España, cun plan de operacións específico para o desenvolvemento do turismo cultural de cidade co que, á súa vez, se asinan acordos de promoción con entes nacionais, internacionais e turoperadores.

Desde 2006 Santiago é membro do Comité Empresarial de NU-OMT-Organización Mundial do Turismo co que forma parte dunha rede internacional de empresas dedicadas ao turismo e baseada no intercambio de coñecementos, experiencias, innovación e boas prácticas.

En 2021 tamén continúan as accións promocionais conxuntas subscritas entre Turismo de Santiago e Turismo do Camiño de Kumano de Tanabe, en Xapón, e da rede "Peregrinacións Espirituais, Patrimonio da Humanidade", nas que destaca o programa do Pasaporte Dual dos dous camiños.

Nos mercados internacionais, as accións centranse en consolidar os mercados de proximidade: Alemaña, Francia, Italia, Benelux, Gran Bretaña e Irlanda. Portugal seguirá sendo, así mesmo, unha prioridade para Turismo de Santiago a través de accións propias e das accións do Eixo Atlántico.

Farase tamén promoción noutros mercados europeos e nos destinos de ultramar consolidados: Estados Unidos, Canadá, Corea do Sur e Xapón. E son tamén mercados de alto potencial Brasil, Australia, o Sudeste asiático, Nova Zelandia, China e India.

Na Área de Promoción prevese, para 2021, a asistencia **virtual ou presencial** ás principais feiras sectoriais de turismo: FITUR en Madrid, ITB Berlín, ITB Asia en Singapur, JATA en Xapón, WTM en Londres e como novidade KOREA KOFTA en Seúl. Durante o ano 2020, constatouse a axilidade dos grandes organizadores feirais de adaptar os seus eventos á situación pandémica actual, ben aprazando as datas ou ben modificando a asistencia de presencial a virtual. Por iso, en base ao datos actuais, podemos establecer un calendario de actuacións para o ano 2021, que poden variar segundo a situación. Non se prevé a cancelación das grandes feiras de turismo incluídas no plan de accións 2021 pero no caso doutros eventos menores, é posible que poidan sufrir cancelacións (viaxes de prensa, Road Show Italia, Xornadas de comercialización ou workshops sectoriais). A situación da incerteza condicionará en gran medida as accións que finalmente se realicen.

FITUR MADRID - Maio 2021

FITUR é a cita mais relevante de promoción do destino a nivel nacional. Nesta feira contarase cun mostrador dentro do Stand de Galicia e atenderanse citas B2B cos compradores internacionais convidados pola propia organización da feira. Ao igual que en anos anteriores, manteranse reunións cos directores das OET's para coordinar accións conxuntas.

ITB BERLIN - Marzo 2021

A ITB Berlín é a feira de turismo internacional máis importante de Europa e un dos mercados emisores máis relevantes para o noso destino e España en xeral. Como peregrinos, os alemáns ocupan o 2º lugar nas estatísticas e tamén o 1º posto nas consultas nas oficinas de turismo. Facilitan as súas chegadas as conexións directas cos aeroportos alemáns.

Entre os desexos vacacionais, ademais da tradicional procura de bo tempo, mar e praias, destaca a cada vez maior tendencia cara á procura de destinos "verdes", con paisaxes bonitas e natureza intacta. A sustentabilidade ambiental da oferta adquire cada vez maior relevancia entre os turistas alemáns á hora de valorar e elixir un lugar onde pasar as vacacións.

Durante a feira, manteranse citas prefixadas cos compradores alemáns e europeos posto que a feira é de carácter internacional e un punto de encontro importante tanto para os mercados emisores como para os receptores. Tamén, se farán reunións coas Oficinas Españolas de Turismo en Alemaña para coordinar accións conxuntas.

KOREA KOFTA – SEÚL – Xuño 2021

Turismo de Santiago asistirá, xunto con Turespaña, á Feira Internacional de Corea do Sur

“Kofta” que se celebrará en Seúl no mes de xuño e na que participarán mais de 70 países. O obxectivo desta participación é o de amosar e promocionar os principais atractivos da cidade no mercado asiático. Con este fin editouse un folleto en lingua coreana e chinesa. A presenza nesta feira é importante para o destino dado que contribúe á desestacionalización xa que estes mercados prefiren viaxar durante os meses de outono-inverno.

Antes da pandemia, Corea do Sur estivo posicionado como o segundo mercado asiático para España, despois de China, e goza de exención de visados, o que facilita as chegadas.

As principais actividades que realizaron foron visitas culturais (75%), compras (74%) e visitas a cidades (69%).

JATA XAPÓN – Setembro / Outubro 2021

Para Santiago, Xapón xa é un mercado maduro e a súa presenza estase notando no resto do territorio galego. O viaxeiro xaponés en España caracterízase por realizar un tour combinado por diferentes cidades españolas, en ocasións procedentes de países próximos como Portugal, Francia e Italia, cidades ás que adoita dedicar un día ou dous en cada unha. O turista xaponés viaxa principalmente durante os meses de marzo (final do ano fiscal e escolar), agosto (vacacións de verán e celebracións do O-bon) e setembro (SilverWeek).

En 2019 a principal motivación dos turistas xaponeses que visitaron España foi o lecer (84% do total). O turista xaponés tamén se situou en primeira posición na porcentaxe relativa de turistas que pernoctaron en hoteis (95%) e en segunda posición nos que contaban con estudos superiores (94%).

O peso daqueles que viaxaron sen paquete turístico foi do 58% e os produtos turísticos máis demandados por parte dos turistas xaponeses que viaxan ao exterior son a contemplación da natureza, visitar lugares emblemáticos e a oferta culinaria. As principais razóns á hora de elixir España como destino son o patrimonio cultural, o turismo urbano e a gastronomía

Predominaron aqueles que viaxaron con amigos (25%), seguidos dos que viaxaron en parella (24%) ou sos (22%). As principais actividades que realizaron foron visitas culturais (78%), compras (74%) e visitas a cidades (59%). Por todas estas razóns, este mercado é de suma importancia tanto polos hábitos de viaxe como polo gasto empregado.

Na JATA, Turismo de Santiago exporá dentro do Stand Spain cun mostrador propio. Aparte da feira, asistirase a un workshop para manter citas con TTOO e Axentes que venden o destino España.

Un produto diferenciador de Turismo de Santiago para o mercado xaponés é a alianza coa cidade xaponesa de Tanabe. Un dos froitos desta cooperación é o “Pasaporte Dual” – un único documento para percorrer estes dous camiños espirituais (Camiño de Santiago e Kumano Kodo, ambos patrimonio da humanidade).

Outros produtos a promocionar neste mercado son o turismo cultural e gastronómico e como valor engadido senlleiro, as rutas polos Xardíns de Camelias.

ITB ASIA – SINGAPUR - Outubro 2021

Turismo de Santiago participará no mes de outubro na Feira ITB Asia, o maior encontro profesional de turismo de Asia e Pacífico, que se celebra en Singapur. É un evento de turismo cun programa de citas preaxendadas cos compradores asiáticos e coa posibilidade de networking cos profesionais inscritos antes e despois do evento.

Ademais, a Oficina Española de Turismo organiza un workshop cos profesionais locais onde temos a oportunidade de presentar o noso destino.

Trátase da sexta edición consecutiva na que Turismo de Santiago participa na ITB Asia, logo de que no 2016 se tomase a decisión de apostar pola participación neste evento como unha fórmula para posicionarse nos principais mercados asiáticos. No ano 2020 asistiuse de maneira virtual a esta feira.

A asistencia de Turismo de Santiago ao evento responde á necesidade de promoverse directamente ante un dos mercados turísticos máis dinámicos e de maior crecemento no mundo, tras constatar, por unha banda, o aumento do número de turistas procedentes do sueste asiático nas oficinas municipais de turismo nos últimos anos e, por outra, os informes favorables recibidos de Turespaña e do Grupo Cidades Patrimonio de España.

Neste marco propicio para establecer contactos de primeiro nivel coas empresas turísticas líderes da rexión, como turoperadores de viaxes de lecer e do sector de congresos e turismo corporativo, a axenda de Turismo de Santiago incluírá reunións con axencias e profesionais de Xapón, China, Singapur, Corea, Australia, Indonesia, Filipinas e Tailandia.

WTM – LONDRES - Novembro 2021

En 2021 está previsto volver asistir a esta feira de carácter internacional dedicada só a público profesional cun mostrador propio dentro do Stand Spain, desde o que se atenderán as citas preaxendadas e outras solicitudes.

O mercado británico é un dos máis importantes emisores para Santiago e grazas ás boas conexións aéreas, as súas chegadas presentan unha gran capacidade de crecemento.

Antes da feira, asistirase ao Workshop GEM; organizado pola ETOA para atender citas prefixadas cos compradores europeos.

As anteriores accións complétanse coa asistencia a xornadas de Turespaña, workshops e presentacións que se fixan no programa de citas cos directores das OETs no marco de FITUR. Asistirase ás xornadas organizadas por TURESPAÑA nalgún dos mercados emerxentes posto que estes workshops na orixe resultan de gran eficacia. Estas xornadas brindan a posibilidade de achegar aos profesionais e prescritesores a oferta do noso destino e de realizar presentacións para que nos coñezan como un novo destino para incluír nas súas propostas.

Igual de importantes son as accións promocionais no destino cos profesionais, xornalistas ou prescritesores procedentes dos mercados tradicionais pero sobre todo dos mercados emerxentes ou afastados. Estas accións comprenden famtrips, presstrips ou outras campañas on line e presenciais para divulgar as novidades e recursos turísticos e desenvólvense en colaboración con OET´s e outros entes de turismo.

2.3.- SANTIAGO DE COMPOSTELA CONVENTION BUREAU (SCCB)

O Santiago de Compostela Convention Bureau (SCCB) é o servizo de Turismo de Santiago, que ten como principal obxectivo a promoción e difusión de Santiago de Compostela como destino turístico de congresos, convencións, eventos e incentivos.

O plan de accións está dirixido a unha serie de actividades de promoción e marketing, tanto a nivel local como a nivel nacional e internacional e ten como obxecto dar a coñecer os servizos do Santiago de Compostela Convention Bureau e promover Santiago de Compostela como destino MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Events) seguindo as directrices da política turística municipal.

Dentro do plan de promoción previsto para o ano 2021, hai dous grandes eixes:

A promoción interna, entendida como a promoción dos servizos do SCCB de cara aos profesionais do sector turístico e aos potenciais promotores de reunións e eventos locais e rexionais, cobra especial relevancia no contexto actual, no que a aposta pola captación de reunións e eventos de proximidade é unha prioridade.

A promoción externa seguirá levándose a cabo - na medida do posible - como en anos precedentes, de xeito que se poidan acadar niveis de actividade parecidos aos dos últimos anos no menor prazo posible.

Segundo a evolución da situación epidemiolóxica causada pola Covid-19 e as posibles restricións para os desprazamentos derivadas da mesma nos diferentes territorios, as accións promocionais propostas levaranse a cabo de xeito presencial ou virtual, mediante os sistemas telemáticos previstos en cada caso.

Accións do SCCB a nivel local/rexional:

- Presentacións e reunións profesionais dirixidas a promover os servizos do Santiago de Compostela Convention Bureau entre a comunidade médica e investigadora local, co obxectivo de establecer colaboracións para a presentación de candidaturas a congresos nacionais e internacionais á nosa cidade.
- Accións de apoio a candidaturas de congresos e eventos que se presenten.
- Actividades dirixidas a consolidar o Foro MICE Santiago:
Levaranse a cabo unha serie de iniciativas dirixidas ao sector MICE local co fin de fomentar e reforzar as relacións profesionais: Comunicación das accións do SCCB, coordinar posibles accións promocionais conxuntas, difusión das iniciativas das empresas locais encamiñadas a captar eventos, etc.
- Acción formativa dirixida ás empresas MICE de Santiago de Compostela:
Técnicas de marketing e comunicación

Accións do SCCB para o mercado nacional:

Eventodays

Evento Days é un encontro anual organizado polo Grupo Eventoplus, o principal medio en España dedicado ao sector dos eventos.

Esta feira, que adoita celebrarse en Madrid, consolidouse nos últimos anos como un encontro de referencia para os profesionais da organización de eventos. Provedores de servizos, destinos, organizadores de eventos e compradores reúnen para compartir experiencias, aprendizaxes e crear relacións para organizar mellores eventos.

Iberian MICE Forum

Trátase dun encontro profesional entre organizadores profesionais de eventos e provedores e destinos MICE, procedentes de España e Portugal.

O programa dos IMF combinan as sesións de citas persoais cun intenso programa social para favorecer a conexión entre os participantes e xerar así oportunidades de negocio.

Xornada de promoción nacional con cliente asociativo

Esta xornada, promovida polo Spain Convention Bureau para os destinos asociados, ten como obxectivo dar a coñecer os destinos participantes a un grupo de prescriptores pertencentes a unha asociación nacional.

Famtrip

O SCCB organizará viaxes de familiarización con operadores nacionais co obxectivo de dar a coñecer as posibilidades que ofrece Santiago de Compostela á hora de organizar eventos profesionais, poñendo especial énfase nos produtos e servizos que mellor se adaptan ao contexto actual: espazos

ao aire libre, actividades en espazos exteriores, espazos seguros, etc.

Accións de marketing directo

Reunións comerciais (presenciais ou telemáticas) con prescritesores e potenciais organizadores de reunións procedentes dos principais mercados nacionais (sobre todo Madrid e Barcelona) co obxectivo de captar reunións e eventos corporativos en 2021 e 2022.

Accións do SCCB para mercados internacionais:

Feiras profesionais de carácter internacional: IBTM World (Barcelona) e IMEX (Frankfurt)

A participación do SCCB nestas dúas feiras sectoriais de referencia a nivel mundial adoita ser como empresa co-expositora no mostrador de Turismo de Galicia, dentro do stand de Turespaña. En función da evolución da pandemia e dos formatos de participación que ofrezca a organización, a participación do SCCB podería ser de xeito individual e/ou de xeito virtual.

IBTM World e IMEX son feiras con público exclusivamente profesional que se desenvolven mediante unha axenda de citas profesionais pre-establecidas e segmentada por mercados e produtos de interese.

Xornadas directas e indirectas en asociación co Spain Convention Bureau

Estas xornadas brindan a posibilidade de achegar aos profesionais e prescritesores dos principais mercados emisores europeos a oferta MICE de Santiago de Compostela e de realizar presentacións para que coñezan as características e posibilidades do noso destino para a organización dun futuro evento.

Presentación de candidaturas a congresos internacionais organizados por asociacións:

Como membros asociados de ICCA - a Asociación Internacional de Congresos e Convencións - temos acceso á máis importante base de datos de congresos a nivel mundial, o que nos permite coñecer de primeira man todos os procesos de candidatura abertos e postularnos como cidade candidata para todos aqueles congresos cuxos requirimentos cumpre a cidade. Estas candidaturas irían dirixidas a captar congresos a medio – longo prazo, para os anos 2023, 2024 e 2025.

Famtrip internacional

Organizárase unha viaxe de familiarización internacional dirixida a un grupo selecto de compradores dun dos mercados europeo estratéxicos (en función das conexións aéreas directas) e en colaboración coa Oficina de Turismo de España local. Seleccionáranse preferentemente axentes cos que o SCCB xa estableceu contacto comercial previo nalgunha acción promocional de 2019 e 2020, o que nos permitirá consolidar as nosas relacións profesionais e comerciais.

Accións de formación e networking

Participación en diversas actividades formativas específicas do ámbito MICE, ofrecidas polas asociacións das que o SCCB é membro – Spain Convention Bureau e ICCA – a International Congress and Convention Association.

2.4.- SANTIAGO DE COMPOSTELA FILM COMMISSION (SCFC)

Santiago de Compostela Film Commission (SCFC), a oficina de promoción audiovisual, continuará durante o 2021 a desenvolver accións para facilitar a realización de producións audiovisuais na cidade, promovendo a imaxe do destino en todo o mundo a través das distintas canles de difusión das devanditas producións (cine, televisión, plataformas, internet, redes sociais, etc).

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 taxas, 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, televisión e dispositivos varios, o que supón unha publicidade do destino dificilmente avaliable en termos económicos.
- Atrai visitantes: está demostrado que despois da estrea dunha produción audiovisual de éxito localizada nunha cidade, o número de visitantes aumenta. Os efectos do movie tourism non só son medibles 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.
- Busca e xestión de localizacións.
- 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...).

De cara a 2021 prevese levar a cabo accións de apoio a estreas na cidade, colaboración cos festivais de cine que se organizan na cidade, como Curtocircuíto ou KINO Galicia, a asistencia a eventos de promoción e a edición e actualización de material de promoción.

No orzamento de gastos da SCFC para 2021 inclúense os derivados de:

- Asistencia ás reunións da Spain Film Commission. A SCFC é vogal da Xunta directiva da Spain Film Commission, polo que debe asistir, cando menos, a algunha das reunións deste órgano que se celebran o longo do ano.
- Apoio a estreas e presentacións na cidade. A través de SCFC procúrase que obras rodadas en Santiago se estreen ou presenten na cidade para que o público en xeral poda apreciar Compostela en pantalla grande. As estreas son nalgúns casos de producións estranxeiras, dificilmente accesibles doutro xeito ao público local.
- Colaboración con Curtocircuíto. A SCFC colabora co festival Curtocircuíto estimulando a rodaxe de obras audiovisuais na cidade e nutríndose así de producións de vangarda que ofrecen una visión distinta de Compostela.
- Colaboración con Kino Galicia. Este evento internacional, que reúne en Santiago a cineastas de todo o mundo para rodar na cidade unha serie de curtametraxes, serve de elemento de promoción da cidade como plató xa que estas curtas participan en festivais de todo o mundo.

- Asistencia a eventos promocionais. Para 2021 prevese a asistencia a distintos eventos específicos para promocionar a cidade como plató ante profesionais do sector audiovisual.
- Convenios con produtoras. Resérvase unha partida para a posible concertación de convenios de colaboración con produtoras que teñan previsto rodar en Santiago obras que resulten de interese para a cidade.

A SCFC é membro de distintas asociacións que agrupan a Film Commissions de distintos territorios para a promoción común dos destinos como platós de rodaxe, máis concretamente, é membro da AFCI (Asociación Internacional de Film Commissioners), da EUFCN (European Film Commission Network) e da Spain Film Commission (Asociación española de Film Commissions).

2.5.- MARKETING

Dentro desta área preténdese fomentar e desenvolver diferentes accións no destino co fin de aumentar o seu atractivo turístico, descentralizar e desestacionalizar, ao tempo que crear unha conciencia cidadá de cara a determinados aspectos que se consideran estratéxicos para o desenvolvemento turístico sostible de Santiago.

Co fin de acadar a diversificación e de posicionar a Santiago de Compostela como un destino diverso e atractivo ao longo de todo o ano desenvólvense, entre outras, as seguintes accións:

2.5.1.- Produtos propios

- VISITAS AUTOGUIADAS DE SANTIAGO. Visita en formato audio e vídeo que permite dun xeito cómodo, áxil e de fácil manexo, coñecer os principais atractivos da cidade. Disponibles en 7 idiomas e dende o 2018 tamén en linguaxe de signos española (LSE), están concibidas prioritariamente para aqueles visitantes, principalmente internacionais, que non teñen oferta guiada ordinaria no seu idioma.
- TREN TURÍSTICO. Servizo concesionado que realiza dous percorridos distintos arredor da cidade. Este servizo foi paralizado en outubro de 2020 como consecuencia das restricións de mobilidade derivadas da COVID_19, estando previsto que se reanude no mes de abril. A ruta monumental rodea a Cidade Histórica e descubre xardíns, arquitecturas de autor e vistas panorámicas da zona monumental. Con carácter xeral funciona todo o ano, variando as frecuencias en función da tempada. Pola súa banda, a ruta dos parques achega ao visitante a algúns dos parques máis sobranceiros de Santiago, aos campus universitarios e a barrios históricos como Sar e Conxo, fomentando a descentralización. Funciona nos meses de temporada alta entre Semana Santa e outubro.
- 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 departamento de Marketing, en colaboración coa oficina de información, o departamento de promoción e o SCCB, defínese a liña de materiais promocionais (merchandising), propios e alleos, á venda na tenda propia.

2.5.2.- Eventos/programas de interese turístico

Co fin de enriquecer a oferta turística da cidade, o Departamento de Marketing contribúe ao desenvolvemento dos seguintes eventos e programas turísticos, tanto propios como en colaboración con outras entidades:

COMPOSTELA GASTRONÓMICA. Sendo a gastronomía especialmente interesante e estratéxica para favorecer a necesaria desestacionalización, Turismo de Santiago creou en 2014 a marca "Compostela Gastronómica", unha marca paraugas baixo a que se enmarcan, entre outras, as accións gastronómicas Santiago(é)Tapas e Festa das Uñas de San Lázaro, eventos que pretenden reforzar o posicionamento de Santiago como destino gastronómico 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.

- CAMPAÑA COA ASOCIACIÓN HOSTALARÍA COMPOSTELA. O principal obxectivo desta

campaña, a realizar previsiblemente no primeiro trimestre do ano –temporada baixa, especialmente no actual contexto-, sempre que a actual crise sanitaria o permita, será reactivar e incentivar o consumo nos locais de hostalaría na cidade, a través tanto dunha campaña en medios de comunicación, dirixida fundamentalmente ao turismo de proximidade - xa que será este o primeiro en recobrase-, e dunha serie de incentivos ao consumo.

- FESTA DAS UÑAS DE SAN LÁZARO. Promoción específica de menús de uñas con bertóns de col, peculiar prato típico do barrio de San Lázaro na antesala da Semana Santa, coincidindo coa chamada “Festa das Uñas”, considerada unha das festas gastronómicas máis antigas de Galicia. Cada ano participan arredor de 20 restaurantes e casas de comida do citado barrio. Esta acción está supeditada á evolución da pandemia.
- CONCURSO DE TAPAS SANTIAGO(É)TAPAS. Concurso anual que naceu en 2008 e que busca a difusión da hostalería compostelá no mes de novembro, no que participan anualmente máis de 50 establecementos, que presentan arredor de 100 tapas distintas e que serven máis de 30.000 petiscos a prezo fixo. Para 2021 prevese unha edición especial, con motivo do Ano Santo 2021, polo que se reforza a contía destinada a esta acción.

NADAL. Inclúense aquí accións que suman atractivo turístico ao programa municipal de Nadal*, e que contribúan a motivar a visita á nosa cidade nesas datas, tales como: montaxe e xestión das visitas do público ao belén da igrexa de San Fiz de Solovio -incluíndo a iluminación interior e exterior desa igrexa, proxección en espazos públicos relevantes de ilustracións de Nadal de autores/as galegos/as e o apoio económico á celebración do Mercado da Estrela, iniciativa privada coa que se colabora desde a súa posta en marcha.

*(Neste sentido, ver tamén a acción “Iluminación artística das personaxes senlleiras e outros elementos de interese na Alameda de Santiago” incluída no epígrafe máis abaixo “Descentralización: parques e xardíns, recurso diferenciador”).

PROMOCIÓN DA FIGURA DE ROSALÍA DE CASTRO. A única acción prevista para o ano 2021 refírese ao pagamento da parte correspondente do hosting, dominio e mantemento da web da Ruta Rosaliana, www.rutarosaliana.gal, froito do traballo de promoción turística conxunta dos cinco Concellos implicados: Ames, Brión, Dodro e Padrón, ademais do propio Santiago de Compostela.

ENTROIDO RURAL TRADICIONAL DOS XENERAIS DA ULLA. O departamento de marketing de Turismo de Santiago colabora desde 2011 co 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 2021 destinarase a esta promoción a cantidade mínima necesaria para garantir unicamente a súa difusión turística -considerada estratéxica por tratarse de temporada baixa, e xa que logo de interese para a desestacionalización-, en vista da asunción en 2020, por parte do departamento municipal de festas, das competencias correspondentes ao impulso desta festa, incluída dentro do programa municipal de Entroido. Esta acción está supeditada á evolución da pandemia.

SAN XOÁN. En 2021 prevese continuar coa liña de anualidades anteriores (excluído o ano 2020, polas restricións motivadas pola crise sanitaria por mor da Covid-19), desenvolvendo un programa para dar a coñecer e potenciar o atractivo turístico das Festas de San Xoán en Santiago, aproveitando a gran tradición que teñen na cidade, con multitude de cacharelas por todo o termo municipal. Este programa vai dirixido tanto ao mercado doméstico como internacional e mesmo á poboación local, constituíndo un espazo de encontro.

DESCENTRALIZACIÓN: PARQUES, XARDÍNS E SENDEIROS, RECURSO DIFERENCIADOR. Trátase de potenciar este atractivo inegable da cidade, promovendo así, entre outros, a descentralización e conseguinte desconxestión, o aumento de polos de atracción, especialmente para públicos como o familiar, etc., que poidan servir tamén como incentivo para alongar a estancia.

TURISMO FAMILIAR. O produto turismo familiar precisa dun maior grao de desenvolvemento. En función do anterior, o primeiro paso refírese á sección titulada “Santiago para peques” na web SantiagoTurismo.gal que precisa de ampliación e actualización nos distintos epígrafes, o que necesariamente ten que facerse con visión estratéxica e en clave de produto “turismo familiar”, actualizando tanto os contidos relativos a eventos infantís, oferta de servizos, incorporando información sobre parques e sendeiros para facer con peques -Sar, Sarela, Selva Negra-, etc.

Neste epígrafe inclúense tamén as accións de promoción de Santiago de Compostela como destino para familias con mascotas, seguindo as accións iniciadas durante o ano 2020.

CAMIÑO DE SANTIAGO. Turismo de Santiago desenvolve as seguintes accións de marketing relacionadas co Camiño de Santiago:

- DUAL PILGRIM PROJECT. Este proxecto nace en 2015 para incentivar a realización das dúas únicas rutas de peregrinación Patrimonio da Humanidade: o Camiño de Santiago e o Kumano Kodo, en Xapón. Trátase dunha estratexia de marketing específica, concibida e xestionada simultaneamente polos xestores das cidades principais desas rutas en ambos países -Santiago de Compostela e Tanabe-, que inclúe unha credencial, un diploma, un pin conmemorativo para os/as peregrinos/as que realicen ambos Camiños, así como unha sección na web www.spiritual-pilgrimages.com e un blog. En termos de imaxe, esta acción fortalece a presenza do Camiño de Santiago no mercado xaponés, creando aínda máis simpatía polo noso destino, ao posicionalo ao lado da milenaria ruta de peregrinación nipona.
- O CAMIÑO REMATA NO OBRADOIRO. Apoio económico e na difusión, mediante convenio de colaboración co equipo local de baloncesto Obradoiro CAB, integrante da Liga ACB, para a realización dunha acción anual coa que se pon en valor o Camiño e a cidade de Santiago a través dun/ha deportista de elite e recoñecemento internacional relacionado co mundo do baloncesto. Trátase dunha acción de marketing de cidade, que pode enmarcarse no chamado turismo deportivo, xa que está dirixida principalmente aos seguidores deste deporte.

2.6.- COMUNICACIÓN

A Área de Comunicación é a encargada de coordinar e xestionar a comunicación externa de Turismo de Santiago a través de:

2.6.1.- Prensa e 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 aquelas nas que colabora. As ferramentas que máis se empregan neste ámbito son: notas de prensa, roldas de prensa, presentacións e dosieres de prensa para atender as solicitudes xenéricas dos xornalistas, e adaptándose 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.

2.6.2.- 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 doutras entidades etc.

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.

2.6.3.- 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 - turoperadores, axentes de viaxe, organizadores de congresos - nas feiras e eventos profesionais aos que se asiste.

Para o apoio á Semana Santa Compostelá está prevista a edición do folleto anual, xa habitual, que recolle tanto as procesións coma as actividades turísticas e a tradición gastronómica da época.

Tamén se contempla a reedición e reposición dos folletos existentes nos idiomas máis demandados, especialmente o flyer xenérico de información xeral e os planos-guía da cidade.

2.6.4.- Web www.santiagoturismo.com e outros *minisites* propios

O departamento xestiona directamente a comunicación da empresa nas súas propias canles, que se consideran ferramentas estratéxicas para a comunicación interna e externa da imaxe da cidade.

www.SantiagoTurismo.com é, sen dúbida algunha, a web máis importante de Santiago de Compostela, como demostran cada ano o número de usuarios (830.3729 no 2019) e páxinas vistas (3.572.953 no 2019), ademais do feito de que lidere as buscas de Google en numerosos termos asociados a Santiago de Compostela.

As tarefas diarias do departamento inclúen a actualización das seccións dinámicas da web www.SantiagoTurismo.com, como a axenda cultural (externalizada polo seu volume), as novas, e a actualización dos contidos estáticos cada vez que cambia algún dato dos máis dun millón contidos neste portal. Esta actualización de contidos require tamén de servizos de tradución para recoller as modificacións nos 7 idiomas en que está dispoñible a información da web.

No 2020, en medio das novas necesidades de información xurdidas durante a pandemia, levouse a cabo o redeseño da navegación web, que databa de 2015. Buscouse adaptala ás novas resolucións e formatos de lectura *responsive* dos aparatos móbiles, que definitivamente lles gañaron terreo aos formatos horizontais dos ordenadores de sobremesa. Estes formatos esixían tamén novas resolucións fotográficas, polo que a acción foi emparellada coa adquisición de novas imaxes de arquivo. As tarefas abarcaron a maquetación da portada en bloques, apostando por pantallas completas; novos menús visualmente máis sinxelos e atractivos, programación de sliders ou ventás animadas de contidos; novos formatos de imaxe e nova versión de listados para permitir a navegación a través de panorámicas.

No 2021 completárase esa reformulación web continuando coa adquisición de fotografías actuais.

2.6.5.- Redes sociais

O departamento de Comunicación tamén xestiona as redes sociais de Turismo de Santiago, que aumentan cada ano os seus seguidores en Twitter (17,4 mil), Facebook (27,1 mil) e Instagram (17,7 mil). Para atendelas prevese continuar coa compra de dereitos de fotografías e diversas accións de promoción que poden incluír concursos ou retos para os seguidores.

2.6.6.- Arquivo fotográfico

Turismo de Santiago posúe e xestiona un arquivo de máis de 5 mil fotografías da cidade, con énfase no seu patrimonio, medio natural, manifestacións culturais, gastronomía, peregrinacións, actividades turísticas e modo de vida. Os cambios do perfil urbano experimentados nos últimos 18 anos -que é xa a antigüidade das primeiras imaxes adquiridas no ano 2001-, os diversos traballos de restauración dos principais monumentos e maila propia evolución experimentada na calidade da fotografía dixital, fixeron que o arquivo perdesse a súa actualidade aceleradamente, polo que require de actualización constante.

As imaxes destínanse principalmente á páxina web www.santiagoturismo.com, ás redes sociais, cada vez máis eminentemente gráficas; e ás numerosas solicitudes dos medios nacionais e internacionais, axencias, editoriais e entes educativos, todos os cales coinciden no propósito de promocionar o noso destino.

Para o 2021 está prevista a adquisición de temáticas como a Catedral trala restauración, o Pórtico da Gloria, prazas monumentais tralas restauración da catedral, mercado e comercio tradicional, vida nas

rúas, actualización dos parques e miradoiros, natureza e as actividades culturais, todo isto reflexando aforos máis reducidos que antes da pandemia.

2.6.7.- Atención a xornalistas

Finalmente, o departamento de 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 online como a guías de viaxe, catálogos de axencias, grupos promocionais, educadores e editoriais. Este é un servizo que se ofrece de xeito gratuíto polos beneficios que reporta á difusión da imaxe turística de Santiago de Compostela.

2.7.- CALIDADE

No 2021 preténdese continuar coas tarefas de avaliación do servizo de atención turística xa desenvolvidas en anteriores anualidades, 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.

Como mellora no 2020, para eliminar o sistema de recollida de enquisas en papel e para que o tratamento da información e a elaboración de informes fose o máis áxil posible, instalouse un sistema de enquisas en dixital. É un sistema que permite a creación de enquisas personalizadas e a recollida de todos os datos e estatísticas en tempo real. Para levar isto a cabo colocouse un terminal táctil na oficina, que permite realizar as enquisas sen conexión a internet para, posteriormente, actualizar os datos na plataforma unha vez se teña acceso. En concreto, instaláronse dúas enquisas na terminal: a relativa á oficina de turismo, coas mesmas preguntas que se facían nas enquisas en papel, para poder seguir comparando co histórico, e unha enquisa de destino, para o cal se utilizou a elaborada pola Secretaría de Estado de Turismo para o SICTED. Ambas enquisas poden cubrirse en sete idiomas.

Debido á situación creada pola Covid-19, a oficina veuse obrigada a retirar a pantalla táctil de recollida de enquisas de satisfacción. (Tampouco é posible exhibir as enquisas en formato papel). No seu lugar colocáronse dous reclamos QR, un por cada enquisa, para que os turistas poidan cubrir as enquisas desde os seus dispositivos.

O departamento de calidade tamén xestiona a formación da empresa, determinando os créditos asignados á mesma pola Fundación Tripartita, recollendo peticións de cursos e asignando os mesmos aos traballadores previa autorización da Xerencia.

Así mesmo, no 2021 pretendese continuar coas labores de implantación do SICTED xa iniciadas en 2017, adaptando o sistema á nova situación, xa que no manual de boas prácticas se incorporaron os requisitos recollidos nos protocolos elaborados pola Secretaría de Estado de Turismo, relativos á Covid, o que permite, pasada unha avaliación, obter o distintivo *Preparados Covid-19*. Os obxectivos nesta área de cara ao 2021, establecendo o SICTED como proxecto estratéxico de mellora da competitividade turística de Santiago de Compostela, son:

- Realizar asesoramento na implantación das prácticas avanzadas Covid-19.
- Realizar as avaliacións de renovación dos 72 establecementos/servizos que obtiveron en 2020 o distintivo *Preparados Covid-19*.
- Presentar a Comité ás empresas de nova adhesión que desexen obter o distintivo *Preparados Covid-19*.
- Tratar de aumentar o número de establecementos/servizos adheridos. Realizaranse dúas visitas individualizadas de asesoramento (ATI) ás empresas novas que se atopen en ciclo 1.
- Impartir a formación correspondente aos 6 módulos do ciclo 1.
- Realizar unha visita individualizada de asesoramento ás empresas de ciclo 2, 3 e 4.
- Xestionar a formación online dos módulos correspondentes aos ciclos 2, 3 e 4.

- Realizar a finais de ano as correspondentes avaliacións, de todas as empresas, para obter ou renovar o distintivo SICTED.

ESTADO DE PREVISIÓN DE INGRESOS E GASTOS PARA O EXERCICIO 2021

As previsións de ingresos e gastos que se establecen para o exercicio 2021, recóllense resumidas nas seguintes partidas:

	Ingresos/Gastos	IVE	Total
INGRESOS	3.040.536,50	49.507,50	3.090.044,00
Concello de Santiago de Compostela (Subvención)	2.485.000,00		2.485.000,00
Deputación Provincial da Coruña (Subvención PMCCAT)	120.000,00		120.000,00
Deputación Provincial da Coruña (Subvención FAIRWAY)	120.000,00		120.000,00
Subvención BODAH Project	79.786,50		79.786,50
Tren turístico	225.750,00	47.407,50	273.157,50
Merchandising	10.000,00	2.100,00	12.100,00
GASTOS	2.991.710,10	30.043,85	3.021.753,95
Persoal			983.658,59
Soldos e Salarios do persoal de estrutura	635.881,05		
Cargas Sociais persoal de estrutura	194.257,41		
Reforzo Atención turística	114.244,82		
Cargas sociais Reforzo Atención turística	37.472,31		
Outros Gastos de Persoal	1.803,00		
Xerais	185.852,76	28.794,35	214.647,11
Gastos financeiros operacións tesourería C/P	6.000,00		6.000,00
Comisións avais e intereses de demora Expdte IVA 2015	8.012,03		8.012,03
Plan de Mellora da Calidade e Competitividade Turística	110.000,00		110.000,00
FAIRWAY 2021	150.000,00		150.000,00
BODAH Project	77.236,72		77.236,72
Campaña de marketing en Europa	400.000,00		400.000,00
Campaña de marketing on-line Italia-Reino Unido	605.000,00		605.000,00
Campaña de marketing nacional noutros medios	185.000,00		185.000,00
Plan de Promoción e Comunicación	275.000,00		275.000,00
Investimentos	2.950,00	619,50	3.569,50
Compra de merchandising	3.000,00	630,00	3.630,00
RESULTADO CONTABILIDADE ORZAMENTARIA	48.826,40		68.290,05
Axustes negativos			-8.901,62
Amortización do inmovilizado	-8.901,62		
Axustes positivos			2.950,00
Investimentos	2.950,00		
Axustes IVE			-46.596,88
IVE Repercutido			-49.507,50
IVE Soportado			30.043,85
Maior gasto por IVE non deducible en operacións comúns	-27.133,23		-27.133,23
RESULTADO	15.741,55		15.741,55

INGRESOS

SUBVENCIONS DO CONCELLO DE SANTIAGO

Para o exercicio 2021 está prevista unha achega do Concello á sociedade por un importe total de **2.485.000,00 euros** procedentes dos orzamentos municipais. Esta achega destinarase ao financiamento das seguintes actuacións e polos seguintes importes:

- **Campaña de marketing en Europa.** Importe: **400.000,00 euros.** O Concello contribuirá ao financiamento do 100% desta actuación.
- **Campaña de marketing on-line Italia-Reino Unido.** Importe: **605.000,00 euros.** O Concello contribuirá ao financiamento do 100% desta actuación.
- **Campaña de marketing nacional noutros medios.** Importe: **185.000,00 euros.** O Concello contribuirá ao financiamento do 100% desta actuación.
- **FAIRWAY 2021.** Importe: **30.000,00 euros.** Está previsto que en 2021 o Concello encomende a INCOLS A a execución das actuacións necesarias para a celebración na cidade de FAIRWAY 2021 que se prevé financiar con cargo a unha achega nominativa da Deputación provincial a favor do Concello por importe de 120.000,00 euros. O importe que se inclúe neste epígrafe corresponde ao cofinanciamento requirido pola Deputación, que ascende ao 20 por cento do orzamento total.
- **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 noutros programas e os restantes gastos non financiados con ingresos propios. O importe da achega municipal destinado ao financiamento desta partida ascende a **1.265.000,00 euros.**

O importe desta achega prevese que se vaia transferindo á sociedade ao longo do exercicio económico en cotas trimestrais, ao igual que en anteriores exercicios.

SUBVENCIONS DOUTRAS ADMINISTRACIONES

Deputación Provincial da Coruña. Plan de mellora da calidade, competitividade e actividades turísticas, da provincia da Coruña.

En 2021 mantense o programa de subvencións da Deputación Provincial da Coruña dirixido a entes de xestión, asociacións, mancomunidades e consorcios turísticos para a mellora da calidade, competitividade e actividades turísticas, da provincia da Coruña. No marco deste programa e en consonancia co recollido nas bases de execución do mesmo prevese a obtención dunha subvención, por importe de **120.000,00 euros**, que se destinará ao financiamento do 80% do orzamento total de actuacións recollido no plan de mellora da calidade, competitividade e actividades turísticas 2021 de Santiago, que conta cun total de 150.000,00 euros. O detalle das accións a incluír neste programa recóllese no apartado de gastos.

Deputación Provincial da Coruña. FAIRWAY 2021

Para 2021 prevese a formalización dun convenio entre o Concello de Santiago e a Deputación Provincial da Coruña para o financiamento de actividades no marco do evento FAIRWAY 2021. IV Foro do Camiño de Santiago. Está previsto, así mesmo, que a execución do devandito convenio por parte do Concello se faga mediante encargo á sociedade municipal INCOLSA.

O orzamento de actuacións a recoller no convenio ascende a 150.000,00 euros, e a achega provincial prevese que acade o 80% do orzamento total, isto é, **120.000,00 euros.** O importe do cofinanciamento requirido ao Concello financiarase con cargo á achega municipal.

BODAH PROJECT

Con data 5 de abril de 2019 asinouse coa Autoridade de Xestión do Programa de Cooperación Territorial Europea Interreg Atlantic Area o contrato de subvención (Subsidy Contract) do proxecto BODAH, no que INCOLSA figura como "Leader".

O obxecto deste programa, a desenvolver no período 2019–2022, é estimular a investigación e a competitividade creando infraestruturas de investigación e innovación pública e desenvolvendo actividades de investigación e innovación en centros de investigación públicos e centros de competencia, incluída a creación de redes.

Xunto con INCOLSA figuran como participantes no proxecto distintas entidades de España, Portugal, Francia, Irlanda e Reino Unido, entre as que hai universidades, sociedades públicas e fundacións.

O orzamento global das actuacións a desenvolver pola totalidade dos socios ao longo das tres anualidades do proxecto ascende a 1.571.373,00 euros. O orzamento estimado das actuacións a desenvolver por INCOLSA ascende a 247.400,00 euros e o importe da achega FEDER ao 75% desa cantidade, isto é, a 185.550,00 euros.

Para a anualidade 2021 a achega prevista para INCOLSA segundo o Subsidy Contract ascende a **79.786,50 euros** e o orzamento total de actuacións a xustificar a 106.382,00 euros.

O detalle das actuacións a desenvolver no marco deste convenio recóllese no apartado de gastos.

OUTROS INGRESOS

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

Tren Turístico :

Con data 7 de xullo de 2017 formalizouse, coa firma Autocares Rías Baixas S.L., o contrato para a explotación do tren turístico urbano con itinerario fixo de Santiago de Compostela que entrou en vigor ao día seguinte da súa sinatura e que manterá a súa vixencia durante un período de 6 anos. En base ao devandito contrato a empresa adxudicataria debe abonar a INCOLSA un canon fixo anual de 301.000,00 euros máis IVE; un canon variable do 5,66% das cantidades que superen os 400.000,00 euros (excluído o IVE) da facturación anual do servizo e un canon variable consistente no 0,50% do total do importe da facturación anual do servizo (excluído o IVE).

Ao longo de 2020 a prestación deste servizo veuse fortemente afectada pola situación de crise sanitaria derivada da COVID19, resultando neste momento imposible de predicir a súa evolución. É por este motivo que para a estimación de ingresos se terá unicamente en conta o importe do canon fixo que está previsto se devengue entre abril e decembro de 2021, xa que para o período xaneiro-marzo foi acordada a paralización do servizo e do canon asociado ao mesmo. A estimación de ingresos para 2021 non ten pois en conta os canons variables previstos no contrato. No caso do do 5,66% porque non se prevé que se alcance a cifra mínima para a súa aplicación e o do 0,50% porque é imposible determinar neste momento unha posible cifra de facturación.

- **225.750,00 euros** (IVE non incluído) de canon fixo.

Merchandising :

INCOLSA mantén á venda na Oficina de turismo da Rúa do Vilar distintos artigos de merchandising, guías, produtos de artesanía de Galicia, folletos de produción propia e audioguías, entre outros. En anualidades anteriores a cifra de ingresos por este concepto situábase arredor dos 20.000,00 euros pero o novo escenario aberto pola COVID19 causou unha importante caída das vendas, que fai que as estimacións para 2021 se sitúen en torno á metade das anteriores, isto é, **10.000,00 euros** (IVE non incluído).

GASTOS

Gastos de persoal:

A continuación incorpórase o cadro de gastos do persoal de estrutura, no que se detallan os salarios, as antigüidades e o custo da Seguridade Social. O cadro recolle, así mesmo, o importe estimado a abonar en concepto de dietas por asistencia aos Consellos de Administración e o importe dos salarios e cargas sociais do reforzo de información turística previsto para atender as necesidades de persoal das oficinas de turismo.

O cadro de persoal de estrutura da sociedade está composto actualmente pola Xerencia e un total de 15 persoas.

O reforzo de información turística está formado por persoal temporal contratado tanto para atender o servizo de información turística na oficina do aeroporto de Santiago, como para reforzar o servizo de información turística na oficina central nos meses de temporada alta, nos que se amplía o horario de atención ao público.

O persoal temporal contratado procede das listas previas para a contratación temporal de informadores turísticos convocadas por INCOLSA e conta con formación específica no ámbito do turismo e con dominio de idiomas. O último procedemento de renovación destas listas levouse a cabo en 2018.

En maio de 2018, INCOLSA asinou un convenio de colaboración con AENA e a Axencia de Turismo de Galicia, para a apertura dun Punto de Información Turística na planta de Chegadas do Aeroporto de Santiago de Compostela. Este espazo, previsto como punto de información non só de Santiago, senón tamén de toda Galicia e do Camiño, foi inaugurado o día 1 de marzo do 2019. Actualmente, a previsión é que abra as súas portas ao longo de todo o ano, facéndose necesario para iso a contratación de dous Informadores a tempo completo, e unha terceira persoa para a cobertura de vacacións.

Para a estimación dos gastos de persoal aplicouse unha porcentaxe máxima de actualización do 0,9% sobre a masa salarial recollida no orzamento aprobado para 2020, en base ao recollido nos Presupostos Xerais do Estado para 2021.

As previsións de persoal eventual necesario para a cobertura do servizo de información turística son as seguintes:

- 2 persoas de xaneiro a decembro para atender a oficina de información turística do aeroporto de Santiago segundo o compromiso adquirido por INCOLSA no marco do convenio de colaboración asinado con AENA e a Axencia de Turismo de Galicia.
- 1 persoa adicional para cobertura das vacacións do persoal que atende a oficina do aeroporto.
- 2 persoas para reforzo da oficina central de Rúa do Vilar durante a Semana Santa.
- 4 persoas de reforzo do servizo de información na oficina central de Rúa do Vilar para cobertura do período de tempada alta que vai de maio a outubro.
- 1 persoa adicional para cobertura das vacacións do persoal que atende a oficina do central da Rúa do Vilar.

Persoal de Estrutura		Salario bruto anual
Xerencia	Xerente titular	58.392,90
Responsables de Área	Técnico de Turismo	39.319,74
	Técnico de Administración	39.319,74
Outro Persoal	Xornalista	30.476,51
	Film Commissioner	30.476,51
	Adxunto Área Promoción	30.476,51
	Técnico SCCB	30.476,51
	Técnico de Marketing	30.476,51
	Técnico de Comunicación	30.476,51
	Técnico Contable e de Calidade	30.476,51
	Coordinador Oficinas de Turismo	30.476,51
	Secretaria de dirección	30.476,51
	Informador turístico_1	21.430,75
	Informador turístico_2	21.430,75
	Informador turístico_3	21.430,75
	Informador turístico_4	21.430,75
	Informador turístico_5	21.430,75
	Informador turístico_6	21.430,75
	Subtotal	
Antigüidade		95.975,58
Seguridade Social		194.257,41
Total Persoal de Estrutura		830.138,46

Outros Gastos de Persoal	Estimación
Dietas Consello de Admón (10 sesións)	1.803,00
Total Outros gastos de persoal	1.803,00

		Salario bruto anual + Antigüidade + Liquidacións
Reforzo información turística		
Informadores turísticos oficina	Persoal eventual oficina aeroporto (1 xaneiro - 31 decembro)	24.258,50
aeroporto	Persoal eventual oficina aeroporto (1 xaneiro - 31 decembro)	23.201,81
	Persoal eventual (Vacacións persoal aeroporto+cobertura turnos)	3.933,86
Informadores turísticos reforzo oficina Rúa do Vilar	Persoal eventual (Reforzo temporada alta + Cobertura vacacións persoal fixo)	62.850,65
Subtotal		114.244,82
Seguridade Social		37.472,31
Total Persoal Reforzo de información turística		151.717,13

TOTAL GASTOS DE PERSOAL	983.658,59
--------------------------------	-------------------

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 fotocopiadoras e impresoras, 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.

A continuación incorpórase a estimación dos importes previstos para 2021 para cada un dos conceptos de gasto.

Concepto	Estimación 2021	IVE	Total
Alugueros	46.000,00	9.660,00	55.660,00
Renting equipos oficina	5.628,00	1.181,88	6.809,88
Limpeza oficinas	9.576,00	2.010,96	11.586,96
Mantemento almacén e oficinas de turismo	5.000,00	1.050,00	6.050,00
Mantemento informático	12.000,00	2.520,00	14.520,00
Outros gastos de mantemento: alarma, centraliña, reparacións, ...	2.410,00	506,10	2.916,10
Asesoría laboral, fiscal e DPO	10.740,00	2.255,40	12.995,40
Asesoría xurídica e de contratación	34.400,00	3.024,00	37.424,00
Gastos rexistro mercantil, notaría e outros	4.000,00	840,00	4.840,00
Gastos auditoría	2.875,00	603,75	3.478,75
Pólizas de seguros	18.410,17	0,00	18.410,17
Suministros (luz, auga,...)	7.282,00	1.529,22	8.811,22
Material de oficina e reprografía	1.600,00	336,00	1.936,00
Gastos de formación	2.000,00	0,00	2.000,00
Correos e mensaxería	1.800,00	378,00	2.178,00
Dietas de manutención exentas de gravamen	2.500,00	0,00	2.500,00
Gastos transporte por desprazamentos do persoal	2.000,00	0,00	2.000,00
Servizos bancarios	300,00	0,00	300,00
Subscricións prensa	775,00	31,00	806,00
Teléfono	6.000,00	1.260,00	7.260,00
Gastos calidade	1.000,00	210,00	1.210,00
Gastos varios + Consumibles COVID	5.556,59	1.135,38	6.691,97
Servizos de prevención de riscos laborais e de vixiancia da saúde	4.000,00	262,66	4.262,66
TOTAL	185.852,76	28.794,35	214.647,11

Gastos financeiros derivados de operacións de tesourería a C/P:

Para 2021, prevese a posibilidade de contratación dunha operación de tesourería a curto prazo para o caso de que se fixera necesaria en función da evolución de cobros e pagos. En base á actual estimación de ingresos líquidos para 2020, o límite máximo desta operación podería ascender a 800.000,00 euros.

A carga financeira anual estimada para 2021, calculada aplicando o diferencial máximo e supoñendo a disposición total durante toda a vixencia, ascendería a **6.000,00 euros**.

Outros gastos financeiros e asimilados:

Dentro deste epígrafe recóllese a estimación de custos financeiros derivados da aplicación de intereses de demora sobre a débeda reclamada pola Axencia Tributaria en relación coa reclamación das liquidacións de IVE correspondentes ao exercicio 2015. Os intereses de demora calculados ao tipo vixente, 3,75%, ascenderían a **6.810,39 euros**.

Así mesmo, inclúense neste apartado o importe das comisións a abonar polo mantemento dos catro avais bancarios, por importe total de 189.585,91 euros, depositados ante a Axencia Tributaria como garantía da débeda reclamada. O gasto previsto por este concepto ascende a **1.201,64 euros**.

Accións de promoción:

Neste epígrafe recóllense todas as actuacións a levar a cabo para a promoción de Santiago de Compostela como destino turístico. As devanditas actuacións agrúpanse en:

Plan de Mellora da Calidade, Competitividade e Actividades Turísticas

Dentro deste epígrafe recóllese o importe das accións a desenvolver no marco do programa de subvencións da Deputación Provincial dirixido a entes de xestión, asociacións, mancomunidades e consorcios turísticos para a mellora da calidade, competitividade e actividades turísticas.

O Plan de Mellora da calidade, competitividade e actividades turísticas engloba actuacións dentro das áreas de calidade e iniciativas de desenvolvemento de produtos. O orzamento de actuacións distribúese en **110.000,00 euros** (IVE incluído) para a contratación de accións específicas e **40.000,00 euros** de gastos de reforzo do servizo de información turística que se contemplan dentro do apartado de gastos de persoal.

As accións recollidas neste Plan financiaranse con cargo á subvención prevista da Deputación Provincial por importe de 120.000,00 euros, o que supón o 80% do orzamento de actuacións, e con cargo a ingresos propios, no importe do 20% restante, que ascende a 30.000,00 euros.

O orzamento total das actuacións que se prevé desenvolver no marco deste convenio é o que se recolle no seguinte cadro:

DETALLE ACCIÓN PROPOSTAS PARA O PLAN DE MELLORA DA CALIDADE, COMPETITIVIDADE E ACTIVIDADES TURÍSTICAS FINANCIADO POLA DEPUTACIÓN		
Área	Programa	Importe
Actuacións en materia de calidade	Acollida e atención ao visitante. Reforzo do servizo de información turística	40.000,00
	PORTAL WEB. Xestión, mantemento e actualización de contidos	33.585,78
	SICTED_Implantación. Visitas de sensibilización, asesoría, formación e avaliacións	24.647,70
	TURISMO MICE_Formación do sector	9.516,52
Iniciativa e desenvolvemento de produtos	TURISMO FAMILIAR	24.150,00
	DESCENTRALIZACIÓN_Parques, xardíns, sendeiros, recurso diferenciador	18.100,00
TOTAL		150.000,00

FAIRWAY 2021. IV Foro do Camiño de Santiago

En 2021 está prevista a celebración en Santiago de Compostela da cuarta edición de FAIRWAY. O importe das accións a contratar no marco deste evento cifrase na cantidade de **150.000,00 euros** (IVE incluído). Como xa se recolleu no epígrafe de ingresos o desenvolvemento destas actuacións levaríase a cabo por INCOLSA por encargo do Concello de Santiago.

Esta cantidade financiaríase con cargo a unha subvención prevista da Deputación Provincial por importe de 120.000,00 euros. Os restantes 30.000,00 euros financiaranse con cargo á achega anual do Concello á sociedade municipal.

BODAH PROJECT

Segundo o desglose por anualidades das actuacións a desenvolver que se recolle no contrato de subvención (Subsidy Contract) asinado coa Autoridade de Xestión do Programa de Cooperación Territorial Europea Interreg Atlantic Area, o importe de gasto a executar en 2021, para o desenvolvemento do proxecto BODAH ascende a 106.382,00 euros. Está solicitada unha extensión do prazo de execución do proxecto debido ao retraso na execución ocasionado pola situación de crise sanitaria derivada da COVID19, que afectou a parte das actividades previstas no proxecto. En caso de que a extensión fose aprobada pola Autoridade de Xestión, parte das actuacións se trasladarían para o 2022.

Os gastos de contratacións externas contempladas para a anualidade 2021 ascenden a un total de **63.832,00 euros** (IVE non incluído) que corresponden aos gastos da asistencia técnica para apoio á coordinación e xustificación, da auditoría obrigatoria, da asistencia técnica para a recolección e analítica de datos, análise de modelos de fluxos e organización de obradoiros de utilización de datos, dos materiais de comunicación e dos gastos de viaxe e desprazamento que se faga preciso contratar para asistir ás reunións que no marco do programa se concreten. Os restantes gastos corresponden á imputación de gastos xerais e de administración e de gastos do persoal vinculados ao proxecto.

Campaña de marketing en Europa.

Para 2021 prevese o desenvolvemento dunha nova campaña de promoción turística de Santiago de Compostela como destino turístico internacional nos mercados emisores europeos con voos directos a Santiago operados por Vueling Airlines, S.A. .

O alcance que se pretende con esta acción é o de dar visibilidade aos valores e á oferta que Santiago de Compostela lle pode ofrecer ao viaxeiro europeo, captando a súa atención de forma activa tanto no momento de xestionar os seus voos a través dos sistemas de reservas e embarque, como durante os traxectos aéreos, a través dos distintos soportes propiedade da compañía.

O principal obxectivo desta campaña é evitar a estacionalidade dos visitantes europeos que acoden á cidade, 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 **400.000,00 euros (IVE incluído)**.

Campaña de marketing on-line Italia e Reino Unido.

A campaña de marketing on line iniciada en abril de 2019 continuará a desenvolverse en 2021, ante o cada vez máis importante peso de Internet no mundo das comunicacións e da información, coa intención de promover activamente Santiago de Compostela como destino internacional de vacacións e como atractivo centro de negocios. Esta campaña consiste na inserción de links á páxina web de Turismo de Santiago que permitirán dar publicidade dos recursos turísticos da cidade diante dun gran número de pasaxeiros usuarios de compañías aéreas low cost.

A campaña prevese para dous importantes mercados emisores, o italiano e o británico, 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 **605.000,00 euros (IVE incluído)**.

Campaña de marketing nacional noutros medios

Atendendo á alta repercusión que a Liga ACB – ENDESA, a máxima categoría do baloncesto profesional español da que forman parte un total de 19 equipos de toda España, ten en medios, tanto de ámbito nacional como internacional (presencia en informativos, programas e retransmisións deportivas), considérase que dar visibilidade á cidade a través das competicións deportivas desta Liga, pode constituír unha ferramenta moi útil de promoción. É por este motivo que para o 2021 se prevé a

formalización dun acordo de promoción turística co equipo local de baloncesto que participa na mesma, o OBRADOIRO CAB.

A campaña, orientada fundamentalmente ao mercado nacional, está previsto que inclúa accións encamiñadas á promoción da cidade tanto durante a celebración do Ano Santo 2021 como da súa prórroga do Ano 2022.

O orzamento previsto para a execución desta acción ascende a **185.000,00 euros (IVE incluído)**.

Plan de Promoción e Comunicación

Ademais das actuacións descritas anteriormente e vinculadas á xustificación de subvencións e á execución de convenios xa formalizados, a sociedade ten previsto acometer accións de promoción por importe de 275.000,00 euros (IVE incluído). Dentro deste epígrafe recóllese, polo tanto, o orzamento de todas aquelas actuacións incluídas no Programa Anual de Actuacións, Financiamento e Investimentos de 2021 con excepción das xa recollidas nas partidas descritas anteriormente e que contan con programas de acción específicos e individualizados.

No Plan de Promoción e Comunicación xenérico englobanse, entre outras, as seguintes actuacións: accións de promoción a través da presenza en feiras, atención a fam trips e press trips, Workshops e Xornadas de turismo; participación en redes de promoción (OMT, ECM, Asociación hispano-xaponesa de turismo,...); fomento do turismo MICE a través do Santiago de Compostela Convention Bureau; fomento das rodaxes na cidade e colaboración coa organización de eventos audiovisuais a través da Santiago de Compostela Film Commission; colaboración con eventos organizados por outros entes da cidade; desenvolvemento de produto turístico arredor da música e a tradición (San Xoán, Xenerais do Ulla, Rosalía de Castro, ...), a través de accións de promoción do turismo gastronómico (Santiago(é)tapas, Festa das Uñas de San Lázaro, ...), do Nadal ou accións vinculadas ao Camiño; renovación do arquivo fotográfico; accións en redes sociais e edición de material promocional (folletos e planos).

O orzamento previsto para a execución destas accións ascende con IVE incluído a **275.000,00 euros**.

O orzamento de gasto previsto agrupado por áreas é o que a continuación se detalla:

DETALLE PLAN DE PROMOCIÓN E COMUNICACIÓN 2021	
ACCIÓN DE PROMOCIÓN: Presenza en feiras, Fam-trips e Press-trips, Workshops e Xornadas de turismo.	37.850,00
PARTICIPACIÓN EN REDES DE PROMOCIÓN TURÍSTICA: Cotas de participación.	6.370,00
SCCB: Accións de promoción do turismo MICE, asistencia a feiras e eventos sectoriais, atención a Fam e Press-trips, accións de apoio a candidaturas, cotas de participación en redes especializadas (ICCA, SCB).	40.302,30
SCFC: Accións de apoio e promoción de rodaxes na cidade, colaboración coa organización de eventos audiovisuais (Curtocircuíto, KINO Galicia) e cotas de participación en redes especializadas (AFCI, European Film Commission, Spain Film Commission).	14.013,24
MARKETING: Desenvolvemento de produto turístico arredor da gastronomía, da música e a tradición, do Nadal e do Camiño.	148.476,46
PRENSA E COMUNICACIÓN: Renovación do arquivo fotográfico, accións en redes sociais, edición de material promocional (folletos e planos).	27.988,00
TOTAL ACTUACIÓNS PREVISTAS	275.000,00

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 **3.000,00 euros (máis IVE)**.

Investimentos:

Neste apartado recóllese o custo estimado da renovación de parte dos equipos informáticos da Oficina de Turismo da Rúa do Vilar e das licenzas de programas informáticos vinculadas aos mesmos, que se calcula en **2.950,00 euros (máis IVE)**.

**ESTADO PREVISIONAL DA CONTA DE PERDAS E GANANCIAS ABREVIADA.
ORZAMENTOS 2021**

INFORMACIÓN E COMUNICACIÓN LOCAL, S.A.

Título	(Debe) Haber
1. Importe neto da cifra de negocios.	235.750,00
2. Variación de existencias de produtos terminados e en curso de fabricación	
3. Traballos realizados pola empresa para o seu activo.	
4. Aproveisionamentos .	(3.000,00)
5. Outros ingresos de explotación.	2.804.786,50
6. Gastos de persoal.	(987.658,59)
7. Outros gastos de explotación.	(2.012.424,35)
8. Amortización do inmovilizado.	(8.901,62)
9. Imputación de subvencións de inmovilizado non financeiro e outras.	
10. Excesos de provisións.	
11. Deterioro e resultado por alleamentos do inmovilizado.	
13. Outros resultados.	
A1) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11+13)	28.551,94
14. Ingresos financeiros.	
15. Gastos financeiros.	(12.810,39)
16. Variación de valor razoable en instrumentos financeiros.	
17. Diferenzas de cambio.	
18. Deterioro e resultado por alleamentos de instrumentos financeiros.	
B) RESULTADO FINANCIERO (14+15+16+17+18)	(12.810,39)
C) RESULTADO ANTES DE IMPOSTOS (A+B)	15.741,55
19. Impostos sobre beneficios.	(39,35)
D) RESULTADO DO EXERCICIO (C + 19)	15.702,20

ESTIMACIÓN DO CÁLCULO DA CAPACIDADE/NECESIDADE DE FINANCIAMENTO. ORZAMENTOS 2021

INGRESOS E GASTOS SEGUNDO PeG PREVISIONAL ORZAMENTOS 2021	Datos de ingresos e gastos do exercicio segundo PeG previsual 2021	Axustes positivos	Axustes negativos	Capacidade/ Necesidade de financiamento prevista a 31-12-21	Axustes para a determinación da capacidade/necesidade de financiamento a partir dos datos da Conta de PeG previsual de 2021, calculada seguindo a Guía de cálculo do déficit en Contabilidade Nacional das unidades empresariais que aplican o PGC.
INGRESOS A EFECTOS DE CONTABILIDADE NACIONAL (A)	3.040.536,50	150.123,27	-159.893,25	3.030.766,52	
Importe neto cifra de negocios	235.750,00			235.750,00	
Traballos previstos realizar para o seu activo				0,00	
Ingresos accesorios e outros ingresos de xestión corrente				0,00	
Subvencións e transferencias correntes	2.804.786,50	150.123,27	-159.893,25	2.795.016,52	Axustes 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 exercicios anteriores con resolución de pago prevista en 2021 e réstanse as previstas en PeG 2021 con resolución de pago prevista para 2022.
Ingresos financeiros por intereses				0,00	
Ingresos de participacións en instrumentos de patrimonio (dividendos)				0,00	
Ingresos excepcionais				0,00	
Achegas patrimoniais				0,00	
Subvencións de capital a recibidas				0,00	
GASTOS A EFECTOS DE CONTABILIDADE NACIONAL (B)	(3.024.834,30)	15.751,36		(3.009.082,94)	
Aprovisionamentos	(3.000,00)			(3.000,00)	
Gastos de persoal	(987.658,59)			(987.658,59)	
Outros gastos de explotación	(2.012.424,35)			(2.012.424,35)	
Gastos financeiros e asimilados	(12.810,39)	6.810,39		(6.000,00)	Axuste: Realízase un axuste reducindo o gasto no importe da dotación á provisión por impostos derivada do rexistro dos intereses devengados no exercicio 2021 polos expedientes de revisión de IVE correspondentes á anualidade 2015 (garantizados mediante avais), en tanto que non sexan esixibles.
Imposto de sociedades	(39,35)	39,35			Axuste por diferenza de criterio para a determinación do gasto por IS.
Outros impostos					
Gastos excepcionais					
Amortización do inmovilizado	(8.901,62)	8.901,62			Axuste do importe da dotación á amortización do inmovilizado do exercicio que non computa.
Variacións do Inmovilizado material e intanxible, de inversións inmobiliarias, de existencias					
Variación de existencias de produtos terminados e en curso de fabricación da conta de PeG					
Aplicación de provisións					
Inversións efectuadas por contas de Administracións e Entidades Públicas					
Axudas, transferencias e subvencións concedidas					
(=) Capacidade / Necesidade de financiamento	15.702,20			21.683,58	

Santiago de Compostela, a 17 de febreiro de 2021

Asdo: Flavia Ramil Millarengo
Directora-Xerente

ESTADO PREVISIONAL DA CONTA DE PERDAS E GANANCIAS ABREVIADA.
ORZAMENTOS 2021

INFORMACIÓN E COMUNICACIÓN LOCAL, S.A.

Título	(Debe) Haber
1. Importe neto da cifra de negocios.	235.750,00
2. Variación de existencias de produtos terminados e en curso de fabricación	
3. Traballos realizados pola empresa para o seu activo.	
4. Aprovisionamentos .	(3.000,00)
5. Outros ingresos de explotación.	2.804.786,50
6. Gastos de persoal.	(987.658,59)
7. Outros gastos de explotación.	(2.012.424,35)
8. Amortización do inmovilizado.	(8.901,62)
9. Imputación de subvencións de inmovilizado non financeiro e outras.	
10. Excesos de provisións.	
11. Deterioro e resultado por alleamentos do inmovilizado.	
13. Outros resultados.	
A1) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (1+2+3+4+5+6+7+8+9+10+11+13)	28.551,94
14. Ingresos financeiros.	
15. Gastos financeiros.	(12.810,39)
16. Variación de valor razoable en instrumentos financeiros.	
17. Diferenzas de cambio.	
18. Deterioro e resultado por alleamentos de instrumentos financeiros.	
B) RESULTADO FINANCIERO (14+15+16+17+18)	(12.810,39)
C) RESULTADO ANTES DE IMPOSTOS (A+B)	15.741,55
19. Impostos sobre beneficios.	(39,35)
D) RESULTADO DO EXERCICIO (C + 19)	15.702,20

DATOS PARA CONSOLIDACIÓN. ORZAMENTOS 2021

Ingresos	CAPÍTULO	DENOMINACIÓN	
		1 IMPOSTOS DIRECTOS	
		2 IMPOSTOS INDIRECTOS	
		3 TAXAS, PREZOS PÚBLICOS E OUTROS INGRESOS	235.750,00
		4 TRANSFERENCIAS CORRENTES	2.804.786,50 (*) (**) (***)
		5 INGRESOS PATRIMONIAIS	
		TOTAL CORRENTES	3.040.536,50
		6 ENAXENACION DE INVERSIÓNS REAIS	
		7 TRANSFERENCIAS DE CAPITAL	
		TOTAL CAPITAL	0,00
		TOTAL NON FINANCEIRAS	
		8 ACTIVOS FINANCEIROS	
		9 PASIVOS FINANCEIROS	
		TOTAL FINANCEIRAS	
		TOTAL ORZAMENTO	3.040.536,50
Gastos	CAPÍTULO	DENOMINACIÓN	
		1 GASTOS DE PERSOAL	983.658,59
		2 GASTOS CORRENTES EN BENS E SERVIZOS	2.019.463,70
		3 GASTOS FINANCEIROS	6.000,00
		4 TRANSFERENCIAS CORRENTES	
		TOTAL CORRENTES	3.009.122,29
		6 INVERSIÓNS REAIS	2.950,00
		7 TRANSFERENCIAS DE CAPITAL	
		TOTAL CAPITAL	2.950,00
		TOTAL NON FINANCEIRAS	
		8 ACTIVOS FINANCEIROS	
		9 PASIVOS FINANCEIROS	
		TOTAL FINANCEIRAS	
		TOTAL ORZAMENTO	3.012.072,29

(*) Dentro desta partida inclúense unha achega do Concello de Santiago por importe de 2.485.000,00 euros.

(**) Dentro desta partida inclúese unha subvención nominativa a formalizar a través de convenio entre o Concello de Santiago e a Deputación provincial da Coruña por importe de 120.000,00 euros para o financiamento de FAIRWAY. A execución do devandito convenio prevese que se encomende a INCOLSA.

(***) Dentro desta partida inclúense subvencións previstas procedentes de Fondos Europeos e doutras Administracións por un importe total de 199.786,50 euros.

CONCILIACIÓN CON PeG

Diferenza ingresos e gastos	28.464,21
- Amortización de inmovilizado	-8.901,62
- Aportación de socios para compensación perdas	0,00
- Intereses provisionados	-6.810,39
+ Invetimentos	2.950,00

PeG RESULTADO DESPOIS DE IMPOSTOS **15.702,20**



Xunto á presente achégase a Proposta de orzamentos da sociedade municipal INFORMACIÓN E COMUNICACIÓN LOCAL, S.A. para o exercicio 2021 presentada no Consello de Administración de data 10 de febreiro de 2021 que sometida a votación non acadou, de acordo co que se recolle na certificación adxunta, a maioría necesaria para a súa aprobación.

A devandita proposta comprende:

- O Programa Anual de Actuacións, Investimentos e Financiamento.
- O Estado de previsión de ingresos e gastos.
- O Estado previsional da conta de Perdas e Ganancias.

En relación á mesma achégase tamén a seguinte documentación:

- Detalle de ingresos e gastos por capítulos para a consolidación.
- Detalle do cálculo da Capacidade/Necesidade de financiamento.
- Detalle do cálculo da Regra do gasto.

Santiago de Compostela, a 17 de febreiro de 2021

Asdo: Flavia Ramil Millarengo
Directora-Xerente

OFICINA PRESUPUESTARIA
CONCELLO DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

INFORMACIÓN E COMUNICACIÓN LOCAL, S.A.

DETERMINACIÓN GASTO COMPUTABLE A EFECTOS DA REGRA DO GASTO. ORZAMENTOS 2021.

Concepto	ORZAMENTO 2021
Aprovisionamentos	3.000,00
Gastos de persoal	987.658,59
Outros gastos de explotación	2.012.424,35
Imposto de sociedades	0,00
Outros impostos	0,00
Gastos excepcionais	0,00
Variacións do inmovilizado material e intanxible, de inversións inmobiliarias, de existencias	2.950,00
Variación de existencias de produtos terminados e en curso de fabricación da conta de perdas e ganancias	0,00
Aplicación de provisións	0,00
Inversións efectuadas por conta da Entidade local	0,00
Axudas, transferencias e subvencións concedidas	0,00
Empleos non financeiros termos SEC, excepto intereses da débeda	3.006.032,94
- 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.	-319.786,50
Gasto computable a efectos da regra do gasto	2.686.246,44

Santiago de Compostela, a 17 de febreiro de 2021

Asdo: Flavia Ramil Millarengo
Directora-Xerente