

PROPOSTA 2017

PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADE E ORZAMENTO

TURISMO DE PONTEVEDRA S.A.

INTRODUCCIÓN

O municipio de Pontevedra dispón duns magníficos recursos naturais, culturais, gastronómicos, etc. Non obstante, é preciso mellorar a coordinación e a posta en valor destes recursos (mercadotecnia, comunicación, servizos asociados) para dar resposta á demanda turística, captando a un maior número de visitantes e incrementando os tempos medios de estancia dos turistas e por tanto o gasto turístico, que condiciona o impacto do sector.

O sector do turismo é hoxe en día un dos motores que impulsan o desenvolvemento económico e social da provincia de Pontevedra. Durante os últimos anos, experimentou un cambio profundo pasando dunha oferta non integrada de servizos nun destino, a un escenario no que se configuran produtos turísticos que integran os recursos e servizos (públicos e privados) para satisfacer as necesidades dunha demanda vencellada a unha motivación ou interese específico.

O municipio de Pontevedra conta cunhas posibilidades e potencialidades turísticas que esixen unha actuación de liderazgo por parte do axente público máis cercano e próximo ao cidadá como é o Concello de Pontevedra. Aproveitar as potencialidades deste sector traducirase na consecución dun dos fins principais que xustifican a razón de ser das administracións públicas como é mellorar a calidade de vida dos cidadáns. Na medida que se mellore o turismo, suporá maiores posibilidades de traballo, de desenvolvemento económico, maiores intercambios culturais..., o que finalmente contribuirá sen ningunha dúbida a favorecer o desenvolvemento económico e social de Pontevedra.

O concello de Pontevedra conta para a coordinación e desenvolvemento destas actuacións cun ente, Turismo de Pontevedra S.A., encargado da xestión turística.

Nos últimos anos, vense desenvolvendo un concienciado plan de promoción da cidade, que abrangue diversos produtos e servizos que teñen como denominador común a calidade. Ademais, tras unha análise profunda do tipo de visitante que se persegue, decidiuse facer un amplo esforzo de promoción coa axuda das novas tecnoloxías (redes sociais, teléfonos intelixentes...) para achegarse ao turismo gastronómico, familiar ou de lecer.

A continuación expónse a planificación a desenvolver no vindeiro ano 2017, que como obxectivo final propónse acadar un desenvolvemento turístico sostible e competitivo, que sexa capaz de xerar, desde o punto de vista do longo prazo, un nivel de actividade turística de forma continuada e rendible, sen poñer en perigo os recursos sobre os que dito desenvolvemento foi fundamentado.

LIÑAS ESTRATÉXICAS:

1.- Reforzar e mellorar a notoriedade e o posicionamento de Pontevedra como un destino turístico recoñecido e recoñecible pola súa sustentabilidade, calidade e innovación nos mercados obxectivos. Pontevedra, cidade de premio.

2.- Mellorar a calidade da información turística que se traslada aos visitante, tanto antes como durante a súa estadía en Pontevedra: conseguir que a experiencia do turista en Pontevedra sexa excelente en termos de satisfacción real e percibida, mellorando a oferta tanto do produto tanxible como intanxible. Esta mellora da calidade terá como consecuencia unha mellora da competitividade.

3.- Fomentar a cultura colaborativa e de unidade entre as oficinas turísticas institucionais presentes no municipio (municipais, provinciais e rexionais), mellorando as contornas de colaboración ata conseguir chegar á unificación dos recursos turísticos nun mesmo espazo para facilitar a procura de información aos visitantes.

4.- Fomentar a especialización e diversificación da oferta turística de Pontevedra mediante o desenvolvemento de novos produtos, roteiros e ofertas turísticas innovadores e singulares, actualización, mellora e reposicionamiento dos existentes de forma que resulten atractivos para os turistas e visitantes reais e potenciais e contribúan ao posicionamento de Pontevedra como destino multiproducto. Dar a coñecer o noso patrimonio e o noso modelo de cidade serán os obxectivos fundamentais desta liña estratéxica.

5.- Mellorar os indicadores turísticos relativos ao número de visitantes, o gasto medio, a estancia media e os ingresos derivados do turismo e a rendibilidade das empresas turísticas. Isto permitirá optimizar ao máximo as inversións turísticas e xerar maiores beneficios para a cidade.

6.-Incrementar os fluxos turísticos mediante a promoción de Pontevedra como destino familiar e de lecer: acadar aumentar non só a cantidade senón tamén a calidade dos fluxos turísticos de Pontevedra, a través dun crecemento progresivo que non distorsione o sistema. Tomando como punto de partida os tesouros en forma de historias, personaxes e anécdotas que agochan as rúas de Pontevedra, desenvolveranse roteiros e ginkanas familiares tanto para familias pontevedresas como de fóra.

7.- Preservar e poñer en valor os recursos: non só constitúe un obxectivo social e cultural, senón que ten que formar parte do núcleo básico e calquera política de turismo cultural, xa que os recursos patrimoniais, naturais e culturais son a base do desenvolvemento turístico de Pontevedra e “a razón de ser” da experiencia turística.

8.- Promocionar a cidade como destino gastronómico: o turismo gastronómico é un produto cada vez máis demandado polo mercado turístico. Por iso impulsaranse e realizaranse accións que contribúan ao fomento, posta en valor e desenvolvemento do turismo gastronómico. Traballárase nun programa integral de eventos asociados á gastronomía de tal xeito que se crearán itinerarios gastronómicos que enriquezan a oferta turística; asemade, fomentárase o consumo de tapas coa consecuente posta en valor dos establecementos hostaleiros da cidade, e promoverase e apoiárase o desenvolvemento de eventos para a posta en valor do turismo gastronómico.

9.- Promocionar o Camiño de Santiago, ao tratarse dun recurso patrimonial e turístico de grande transcendencia internacional. Non só buscarase a potenciación dos valores patrimoniais do Camiño, senón tamén a excelencia na experiencia do peregrino ao seu paso pola cidade. A colaboración coa Asociación de Amigas e Amigos do Camiño Portugués a Santiago será fundamental.

10.- Promocionar a cidade a través de congresos tecnolóxicos: apostaremos polo coñecemento e a innovación como base para evolucionar cara a outro tipo de economía máis creativa e sustentable no tempo. Situar a cidade á vangarda das novas tecnoloxías representa un eixo prioritario e transversal, capaz de conformarse en dinamizador dun crecemento intelixente e integrador.

11.- Fomentar e incrementar a participación, a cooperación e a coordinación no desenvolvemento turístico da cidade do sector público, do sector privado, dos axentes sociais e da cidadanía en xeral, mediante o traballo continuo e sistemático. Salientamos especialmente a realización de actividades coa Mancomunidade do Salnés e con Terras de Pontevedra, así como o apoio local a actividades con asociacións de comerciantes, hostaleiros e do mundo educativo (sobre todo a Universidade).

En definitiva, o obxectivo final é conseguir un desenvolvemento turístico sostible e competitivo. As rendas que se pretenden xerar son fundamentalmente de tipo indirecto, por canto a dinamización da actividade económica que supón o turismo vai incidir de forma positiva na apertura de novos establecementos e na creación de novas empresas que van xerar unha maior riqueza e emprego e, por ende, posibilitarán o incremento dos ingresos municipais.

Os grandes ámbitos de competencia que ten que asumir a sociedade mercantil son os seguintes:

1. XESTIÓN

Para o correcto funcionamento e a adecuada xestión das instalacións e recursos de Turismo de Pontevedra S.A. realízase unha valoración dos apartados que se enumeran a continuación:

- a)** Persoal
- b)** Limpeza
- c)** Mantemento páxina web

d) Xestoría

e) Auditoría

a) Persoal

A Sociedade Mercantil Turismo de Pontevedra S.A na actualidade non conta con persoal, se ben as tarefas administrativas e de trámite son realizadas por persoal colaborador do Concello de Pontevedra.

Para o ano 2016 se solicitaron 2 becarios ao CIFP Carlos Oroza.

A Sociedade presenta o seguinte organigrama:

XUNTA XERAL

CONSELLO DE ADMINISTRACIÓN

PRESIDENCIA CONSELLO DE ADMINISTRACIÓN

SECRETARIO CONSELLO DE ADMINISTRACIÓN

b) Limpeza

Durante o ano 2016 prestou o servizo de limpeza a empresa Xunca Xestión , S.L. O contrato adxudicouse mediante concurso. Durante o exercicio 2017 haberá que convocar novamente concurso para a adxudicación do servizo de limpeza.

c) Mantemento páxina web

Durante o ano 2017 a previsión e a contratación dunha empresa que se encargue do mantemento da páxina web

d) Xestoría

Durante o ano 2016 adxudicouse o servizo de xestoría a empresa UNIPRO, SL. A principios do vindeiro ano contratarase novamente o servizo de xestoría

e) Auditoría

A auditoría correspondente ás contas do ano 2015 foi realizada nos primeiros meses de 2016, pola empresa ACR Auditors Group.

Non existe ningún contrato con eles polo que pódese continuar con esta mesma empresa ou seleccionar outra para a realización da auditoria de contas da Sociedade para o ano 2016

2. SERVIZO DE INFORMACIÓN E ATENCIÓN TURÍSTICA

Durante o ano 2016 prestáronse servizos de información turística nos seguintes puntos de información:

- **Casa da Luz:** este punto de información permanece aberto durante todo o ano co seguinte horario:
 - i. Inverno (de 1 de outubro a 31 de maio): de luns a sábado de 09:30 a 14:00 e de 16:30 a 19:30. Domingos e festivos de 10:00 a 14:00.
 - ii. Semana Santa.-(mércores a sábado) de 9,30 horas a 14,00 horas e de 16,00 a 20,00 horas. O domingo o horario é de 10,00 a 14,00 horas.
 - iii. Verán (de 1 de xuño a 30 de setembro): de luns a sábado de 09:30 a 14:00 e de 16:30 a 20:30. Domingos e festivos de 10:00 a 14:00 e de 17,00 a 20,00 horas

- **Punto de información Estación de Tren:** este punto de información permaneceu aberto co seguinte horario:
 - Semana Santa : (mércores a sábado) de 10,00 a 14,00 horas e de 16,00 a 20,00 horas. O domingo con horario de 10,00 a 14,00 horas.
 - Verán.-Do 1 de xuño ao 15 de setembro de luns a sábado de 10,00 a 14:00 e de 16:30 a 20:30.
 - Do 16 ó 30 de setembro: de luns a sábado de 10,00 a 14,00 e de 16,00 a 20,00 horas.

- **Punto de información Praza de España:** este punto de información temporal permaneceu aberto durante a Semana Santa e durante os meses de verán entre o 15 de maio e o 30 de setembro co seguinte horario:
 - i. Semana Santa: Aberto de luns a sábado de 10:00 a 14:00 e de 16:00 a 20:00. Domingo de 10,00 a 14,00
 - ii. Verán: Do 15 ó 31 de maio e do 16 ao 30 de setembro o horario de luns a domingo e festivos de 10,00 a 14,00 e de 16,00 a 20,00 horas.

Do 1 de xuño ao 15 de setembro de luns a domingo e festivos de 10,00 a 14,00 horas e de 16,30 a 20,30 horas.

O persoal do punto de información da Casa da Luz e o da Estación de Tren está xestionado pola empresa ManpowerGroup que asume o servizo de información turística a través dun contrato anual, do que foi adxudicatario mediante concurso público para o ano 2016.

O punto de información sito na Praza de España foi atendido durante o seu período de apertura por becarios e persoal da empresa ManpowerGroup conxuntamente.

O punto de información da Casa da Luz, ademais de prestar servizos de información turística é o punto de venda de todos os produtos de Turismo de Pontevedra (roteiros, gymcanas, visitas guiadas, merchandising, etc) así como sede administrativa da propia empresa.

As tarefas a realizar polo persoal do servizo de información turística son as seguintes:

- Atención presencial, telefónica e telemática aos visitantes.
- Realización e control dos inventarios de materiais e produtos.
- Venda dos produtos de Turismo de Pontevedra.
- Reserva e venda de visitas guiadas.
- Control da Central de Reservas.
- Recollida de datos, tratamento dos mesmos e redacción de informes sobre a afluencia de visitantes.
- Preparación de materiais promocionais para o seu envío a feiras, workshops ou entidades que os soliciten.
- Recollida de suxestións, queixas e reclamacións e traslado das mesmas.
- Atención ao estado de limpeza e mantemento das instalacións.
- Atención de calquera outra incidencia na que se lle requira, y que estea ao seu alcance ante a falla da presenza dun superior, e inmediata comunicación posterior.

A intención da empresa Turismo de Pontevedra e a de fomentar a cultura colaborativa e de unidade entre as oficinas turísticas institucionais presentes no municipio (municipais,

provinciais e rexionais), mellorando as contornas de colaboración ata conseguir chegar á unificación dos recursos turísticos nun mesmo espazo para facilitar a procura de información aos visitantes.

Durante este ano 2016 fixéronse distintas xestións que se atopan xa moi avanzadas, co fin de unificar os servizos de información turística municipal, provincial e da Xunta de Galicia nun só punto de información turística. Deste xeito, a previsión para o ano 2017 é que desaparezan os puntos de información turística tanto da Praza de España coma da estación do tren e se unifique toda a información turística municipal na sede actual da oficina de turismo da Deputación Provincial, sita no Palacete dos Mendoza. Preténdese deste xeito que toda a información que se presta ao turista se atope centralizado nesta sede.

3. PLANIFICACIÓN, MARKETING E PROMOCIÓN TURÍSTICA: PUBLICIDADE, PROPAGANDA, ACCIÓNS DE PROMOCIÓN E RELACIÓNS PÚBLICAS

O turismo sofre unha gran mutabilidade e debe actuarse de maneira estratéxica, planificando as distintas accións que permitan adaptarse aos cambios evolutivos de maneira eficaz e rápida, e neste senso a sociedade mercantil terá que potenciar a planificación, que permita analizar, prever e responder ás necesidades e sensibilidades turísticas.

Constitúen o ámbito que representa o maior atractivo para a participación do sector empresarial privado e que de lugar a un amplo conxunto de actividades. A previsión de actuacións promocionais para o ano 2017 preséntase a continuación de forma detallada:

- **Creación de marca**, baixo o lema “Pontevedrate”.
- **Material promocional:**
 - a. Elaboración do folleto “Pontevedrate”, sobre a cidade, o modelo de cidade, o camiño de Santiago, rúas, prazas, monumentos, parques, contorno, praias próximas... en galego, castelán, inglés e portugués.
 - b. Reedición do folleto “Pontevedra Monumental”.

- c. Reedición de mapas turísticos, en galego, en castelán e en inglés.
- d. Producción de bolsas.
- *Reestruturación da arquitectura da información, redeseño e implementación da páxina web visit-pontevedra.com.*
- *Creación de contidos nas redes sociais de visit-pontevedra.*
- *Asistencia a feiras:*

Durante o ano 2017 estímase necesaria a presenza na feira de FITUR MADRID.

- *Organización de blog trips*

Seguiremos apostando por esta estratexia de forte presenza en redes sociais a través de blogueiros especializados en turismo.

- *Participación en workshops:*

Para o ano 2017 proponse continuar coa participación nestes *workshops* posto que é unha excelente forma de entrar en contacto cos axentes de viaxes e facer unha presentación do destino directa. Farase especial incidencia en axencias e touroperadores que traballen co Camiño de Santiago e traballarase en colaboración coa Mancomunidade do Salnés para a promoción dun destino turístico común con operadores de turismo internacionais. O obxectivo será a aproveitar as sinerxías, pór en valor os atractivos da zona, promocionar e desestacionalizar este destino turístico.

- *Promoción específica FILM COMMISSION:*

- Campaña de apoio a creadores locais.

4. INTERLOCUCIÓN CO SECTOR

Hoxe en día existe unha grande competencia entre os distintos territorios no sector turístico. Se se quere que determinados espazos sexan cualitativamente mellores e máis atractivos haberá que potenciar factores claves, quen fan dun destino un polo de atracción: a calidade, a formación dos axentes que actúan no ámbito do turismo e que os cidadáns sexan coñecedores e conscientes de que un turista supón un elemento de riqueza, preséntase como algo de especial transcendencia.

A interlocución co sector debe ser un dos piares da actividade de Turismo de Pontevedra, a fin de contas, todas as actuacións que se realizan desde a empresa municipal encamiñanse en fin último ao beneficio e mellora do sector turístico da cidade, polo que a relación continua e fluída é básica.

A previsión de actuacións para o fomento da interlocución co sector para o ano 2017 preséntase a continuación de forma detallada:

1. Definición dun calendario de reunións periódicas tanto cos hoteleiros como cos hostaleiros para tratar de “monitorizar” e “tomar o pulso” á evolución do sector turístico da cidade.
1. Definición dos criterios a incluír nun cadro de seguimento da actividade turística para ir desenvolvéndoo xunto co sector.
2. Valoración de realizar este mesmo tipo de reunións co sector comercial de cara a conseguir un tecido comercial “máis turístico”.
3. Recepción de propostas, valoración e estudo, e debate das mesmas se procede.
4. Colaboración con outras entidades (Turismo Rías Baixas, Turismo de Galicia, Turespaña e Spain Convention Bureau) en todos aqueles proxectos que se nos solicite. Manter unha comunicación fluída e estable con estas entidades para poder aproveitar todas aquelas accións, fundamentalmente promocionais, que elas lideran.

5. ASPECTOS ECONÓMICOS E FINANCIEROS

A totalidade dos ingresos da empresa destinaranse aos fins sinalados no seu obxecto social e a cobertura dos gastos orixinados polo desenvolvemento das súas actividades.

Serán os recursos principais da empresa:

- a) Os produtos propios do desenvolvemento da súa actividade social: venda merchandising, publicacións, servizos turísticos como visitas guiadas, central de reservas, implantación de sistemas de calidade, etc.

b) Os créditos ou subvencións que se lle concedan polas entidades públicas ou privadas e as operacións de endebedamento que realice a propia empresa.

c) Os producidos polos seus bens propios e entre eles os ingresos financeiros dos seus capitais.

d) As achegas do Concello con cargo aos seus orzamentos.

Segundo o anterior as previsións para o exercicio 2017 da sociedade Turismo de Pontevedra, constan dos seguintes documentos:

- Cadro de amortizacións.
- Orzamento de explotación con referencia tanto a ingresos como aos gastos.
- Conta de perdas e ganancias provisional que recolle o estado de gastos con avaliación das necesidades referidas ao desenvolvemento das actividades correntes no exercicio 2016.

CADRO DE AMORTIZACIONES (€)			
PARTIDAS	IMPORTE	PERIODO DE AMORTIZACION/ANOS	CUOTA DE AMORTIZACION ANUAL
INMOBILIZACIONES			
203 PROPIEDAD INDUSTRIAL (MARCAS E LOGOS)	8.148,20	10	814,82
206 APLICACIONES INFORMÁTICAS	1.875,86	5	0,00
		AMORTIZACIONES DO INMOBILIZADO INTANXIBLE	814,82
215 OUTRAS INSTALACIONES	15.861,42	10	1.586,14
216 MOBILIARIO	24.790,76	10	2.479,08
217 EQUIPOS PARA PROCESOS DA INFORMACION	7.142,29	10	0,00
219 OUTRO INMOBILIZADO MATERIAL (ROTULACIONES)	2.550,00	10	255,00
		AMORTIZACIONES DO INMOBILIZADO MATERIAL	4.320,22
TOTALES	60.368,53		5.135,04

ORZAMENTO DE EXPLOTACION EJERCICIO 2017 (€)

COMPRAS E GASTOS	PARTIDA	CONTA	EPIGRAFE
I APROVISIONAMENTOS			500,00
COMPRAS DE MERCADERIAS			
60001 Compras de merchandising	500,00	500,00	
II CUSTOS DO PERSOAL COLABORADOR			18.700,00
CUSTOS PERSOAL COLABORADOR			
64002 Persoal técnico	18.700,00	18.700,00	
III OUTROS GASTOS DE EXPLOTACION			415.900,00
SERVIZOS EXTERIORES			
62201 Reparación e conservación	300,00	300,00	
62301 Servizo: Auditoría	5.000,00		
62302 Servizo: Xestoría	3.600,00		
62303 Servizo: Notaria, Rexistro mercantil, etc.	1.000,00		
62306 Servizo: Guías turísticos	8.200,00	17.800,00	
62701 Publicidade e promocion da cidade	241.000,00		
62702 Deseño e plan de promocion de Pontevedra como destino turístico	50.000,00	291.000,00	
62801 Subministro material de oficina	800,00		
62901 Servizos informáticos: páxina web	12.000,00		
62902 Servizos de información turística	84.000,00		
62903 Servizo de limpeza	9.500,00		
62904 Outros servizos	500,00	106.800,00	
IV AMORTIZACIÓNS DO INMOBILIZADO			5.135,04
68001 Amortizacións do inmovilizado intanxible	814,82	814,82	
68002 Amortizacións do inmovilizado material	4.320,22	4.320,22	
TOTAL GASTOS			440.235,04
VENTAS E INGRESOS	PARTIDA	CONTA	EPIGRAFE
I IMPORTE NETO DA CIFRA DE NEGOCIOS			13.000,00
VENDA DE MERCADERIAS			
70002 Venta de merchandising	1.500,00	1.500,00	
70005 Visitas guiadas	11.500,00	11.500,00	
II OUTROS INGRESOS			430.050,00
SUBVENCIONS, DONACIONS E LEGADOS			
740 Subvencións sector público: Achega do Concello de Pontevedra	430.000,00	430.000,00	
769 Ingresos financeiros	50,00	50,00	
TOTAL INGRESOS			443.050,00

CONTA DE PERDAS E GANANCIAS PROVISIONAL EJERCICIO 2017 (€)		
	2017	2016
CONTA DE PERDAS E GANANCIAS		
GR. 1 IMPORTE NETO DA CIFRA DE NEGOCIOS	13.000,00	12.716,36
70002 Venta de merchandising	1.500,00	1.776,86
70005 Visitas guiadas	11.500,00	10.939,50
GR. 4 APROVISIONAMENTOS	500,00	500,00
60001 Compras de merchandising	500,00	500,00
GR. 6 CUSTOS DE PERSOAL COLABORADOR	18.700,00	22.000,00
64002 Persoal técnico	18.700,00	18.700,00
64003 Becas	0,00	3.300,00
GR. 7 OUTROS GASTOS DE EXPLOTACION	421.335,04	393.784,26
62201 Reparación e conservación	300,00	650,00
62301 Servizo: Auditoría	5.000,00	4.800,00
62302 Servizo: Xestión	3.600,00	3.600,00
62303 Servizo: Notaria, Rexistro mercantil, etc.	1.000,00	1.000,00
62306 Servizo: Guías turísticos	8.500,00	8.210,00
62701 Publicidade e promoción da cidade	241.000,00	231.600,00
62702 Deseño e plan de promoción de Pontevedra como destino turístico	50.000,00	26.500,00
62801 Subministro material de oficina	800,00	700,00
62901 Servizos informáticos: páxina web	12.000,00	12.880,30
62902 Servizos de información turística	84.000,00	88.789,99
62903 Servizo de limpeza	9.500,00	9.460,00
62904 Outros servizos	500,00	500,00
68001 Amortizacións do inmovilizado intanxible	814,82	574,32
68002 Amortizacións do inmovilizado material	4.320,22	4.519,65
RESULTADO DA EXPLOTACION	427.535,04	403.567,90
GR. 14 INGRESOS	430.050,00	405.152,80
74001 Aportación Concello de Pontevedra	430.000,00	405.000,00
76901 Ingresos financeiros	50,00	152,80
RESULTADO NETO	2.514,96	1.584,90

Pontevedra, 10 de novembro de 2016

**O PRESIDENTE DO CONSELLO DE ADMINISTRACIÓN DE
TURISMO DE PONTEVEDRA, S.A.**

Miguel A. Fernández Lores