



TURISMO DE SANTIAGO DE COMPOSTELA



CONCELLO DE
SANTIAGO

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

PROGRAMA ANUAL DE ACTUACIÓNS, INVESTIMENTOS E FINANCIAMENTO 2011

ESTADO DE PREVISIÓN DE INGRESOS E GASTOS PARA O EXERCICIO 2011

**ESTADO PREVISIONAL DA CONTA DE PERDAS E GANANCIAS ABREVIADA PARA O EXERCICIO
2011**



TURISMO DE SANTIAGO DE COMPOSTELA



CONCELLO DE
SANTIAGO

PROGRAMA ANUAL DE ACTUACIÓNS, INVESTIMENTOS E FINANCIAMENTO 2011

INFORMACIÓN E COMUNICACIÓN LOCAL, S.A.

MISIÓN

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

1. OBXECTO SOCIAL

Desde a modificación estatutaria de 27 de setembro de 2001, 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."

2. ÁREAS DE ACCIÓN

Para desenvolver esta misión é fundamental traballar nos diferentes aspectos do proceso turístico, que se poden sintetizar en:

1. Promoción externa. Desenvólvese a través de: presenza en feiras e eventos sectoriais, participación en redes de destinos turísticos e organización de viaxes de familiarización de decisores e creadores de opinión no sector turístico. Ademais, no ámbito da promoción, Turismo de Santiago conta con dous servizos especializados: o Santiago de Compostela Convention Bureau, encargado da captación de congresos e reunións; e a Santiago de Compostela Film Commission, encargada da captación de producións audiovisuais que promocionen a cidade.



TURISMO DE SANTIAGO DE COMPOSTELA



CONCELLO DE SANTIAGO

O obxectivo da promoción externa no ano 2011 é dar a coñecer a ampla oferta turística de Santiago aos múltiples tipos de prescriptores (axencias de viaxes, touroperadores, organizadores de congresos e reunións, produtores audiovisuais, xornalistas, etc) non só de cara ao Ano Santo, senón tamén de cara aos anos posteriores.

2. Produtos. Fomenta e desenvolve diferentes actividades na cidade co fin de aumentar o seu atractivo turístico, ao tempo que crea unha conciencia empresarial e cidadá de cara a determinados ámbitos ou segmentos que se consideran estratéxicos para o desenvolvemento turístico de Santiago.

Nos últimos anos Turismo de Santiago está facendo un gran esforzo no posicionamento da cidade como un destino turístico gastronómico, aproveitando tanto a calidade dos produtos galegos como a dos nosos cocifeiros, xa que este tipo de turismo ten dúas vantaxes respecto doutros: implica un maior gasto económico e fomenta a fidelización.

O obxectivo desta área de cara ao 2011 é continuar consolidando a imaxe de Santiago como un destino cunha variada oferta apta para diferentes segmentos, prestando especial atención á imaxe de Santiago como destino gastronómico. Para conseguir este obxectivo Turismo de Santiago organizou recentemente o Fórum Gastronómico Santiago 2010, As Cociñas do Atlántico, e desenvolverá no resto do ano actividades como SANTIAGO(é)TAPAS.

3. Publicacións e comunicación. Ten como obxecto promocionar a imaxe de Santiago a través dos medios de comunicación, mediante a "publicity", e a elaboración de publicacións segmentadas que amosen a diversidade da oferta turística da cidade.

O obxectivo de cara ao 2011 é transmitir unha imaxe de Santiago como unha cidade con múltiples e diversos atractivos turísticos, que este ano celebra ademais o seu Ano Santo.

4. Comercialización. Trátase de desenvolver estratexias que permitan unha mellor comercialización da oferta turística da cidade. Para iso Turismo de Santiago conta con dúas ferramentas: Compostur, a súa Central de Reservas a través de teléfono e Internet, www.santiagoreservas.com.

O obxectivo é aumentar as pernoctacións, especialmente nos meses de menos estadias na cidade (entre novembro e marzo), para continuar mellorando a desestacionalización na cidade.

5. Servizos de información turística. Trátase de informar aos turistas que veñen a Santiago das posibilidades que ofrece a cidade, así como solventar as súas dúbidas respecto da mesma, tanto persoalmente nas oficinas dispoñibles como telefonicamente ou a través de correo electrónico.

O obxectivo de cara ao 2011 é prestar un servizo de información turística rexido pola calidade nun ano no que se prevé un número moi importante de turistas e visitantes, para o que se ampliará o servizo habitual con persoal contratado para os meses de maior carga de traballo (dende Semana Santa ata novembro).



TURISMO DE SANTIAGO DE COMPOSTELA



CONCELLO DE
SANTIAGO

6. Calidade. Trátase de continuar traballando na concienciación do sector na idea de que a calidade nos servizos que prestan é un elemento fundamental para poder competir no mercado turístico actual.

O obxectivo de cara ao 2011 é que o sector non reduza o seu compromiso coa calidade, pese á crise económica que se está vivindo e que pode facer que determinados empresarios recorten esforzos neste capítulo.



Proponse para a súa aprobación o Programa Anual de Actuacións, Investimentos e Financiamento para o 2011 da empresa 100% municipal INFORMACIÓN E COMUNICACIÓN LOCAL, S.A. (INCOLSA)

3. ESTADO DE PREVISIÓN DE INGRESOS E GASTOS

As previsións iniciais que se establecen para o exercicio 2011 recóllense resumidas nas seguintes partidas co detalle do IVE:

	Base Imponible	IVE	Total
INGRESOS	1.277.911,96	55.132,48	1.333.044,44
Concello de Santiago de Compostela	819.315,00	0,00	819.315,00
Deputación Provincial da Coruña	150.000,00	0,00	150.000,00
Xunta de Galicia- Innovación e Industria (Rectur)	1.816,54	0,00	1.816,54
Tren turístico	80.000,00	14.400,00	94.400,00
Merchandising	20.000,00	3.600,00	23.600,00
Central de Reservas	197.980,42	35.636,48	233.616,90
Outros ingresos	8.800,00	1.496,00	10.296,00
GASTOS	1.250.533,04	66.241,57	1.316.774,61
Persoal			
Soldos e Salarios do persoal de estrutura	589.669,93	0,00	589.669,93
Cargas Sociais	183.465,63	0,00	183.465,63
Reforzo Atención turística (incluída S.S.)	58.781,48	0,00	58.781,48
Outros (Dietas persoal e Consello Admón)	11.682,30	0,00	11.682,30
Xerais	211.680,22	31.095,94	242.776,16
Promoción, comercialización e produtos	135.253,48	24.345,63	159.599,11
Central de Reservas	60.000,00	10.800,00	70.800,00
RESULTADO	27.378,92	-11.109,09	16.269,83



TURISMO DE SANTIAGO DE COMPOSTELA



CONCELLO DE SANTIAGO

SUBVENCÍONS DO CONCELLO DE SANTIAGO

O Concello de Santiago de Compostela posúe o cento por cento das accións de INCOLSA. Como socio único participa no financiamento das actividades propias da sociedade. Para o exercicio 2011 está prevista unha achega procedente dos orzamentos municipais por un importe de 819.315,00 euros.

SUBVENCÍONS DOUTRAS ADMINISTRACIÓNS

Prevese a obtención de subvencións procedentes doutras administracións por un importe total de 151.816,54 euros: 150.000,00 euros da Deputación da Coruña e 1.816,54 euros da Xunta de Galicia, Consellería de Economía e Industria.

OUTROS INGRESOS

INCOLSA conta con ingresos propios derivados da comercialización de produtos turísticos e da realización de eventos.

Estes ingresos proceden da venda de merchandising e folletos, da publicidade inserida en publicacións propias e na páxina web www.SantiagoTurismo.com, da realización do concurso Santiago(é)tapas, e da participación nos resultados da explotación do Transporte Turístico e da central de reservas.



3.2. DETALLE DA PREVISIÓN DE GASTOS

3.2.01. PERSOAL

		Salario 11	Incentivos 30,00%	Antigüidade €	Total	Seg. Social	Total G. Persoal
Persoal de	Estrutura	540.342,21	13.927,99	35.399,73	589.669,93	183.465,63	773.135,56
Xerencia	Xerente	46.565,91	13.927,99	0,00	60.493,90	19.116,07	79.609,97
Responsables de Área	Técnico de Turismo	35.595,53		3.559,55	39.155,08	12.373,01	51.528,09
	Técnico Novos Pdtos Turísticos	35.595,53		3.559,55	39.155,08	12.098,92	51.254,00
	Técnico de Administración	35.595,53		3.813,81	39.409,33	12.177,48	51.586,82
Outro Personal	Xornalista	27.589,97		2.759,00	30.348,97	9.377,83	39.726,80
	Film Commissioner	27.589,97		1.379,50	28.969,47	9.299,20	38.268,67
	Adxunto Área Promoción	27.589,97		2.759,00	30.348,97	9.590,27	39.939,24
	Adxunto Área Promoción SCCB	27.589,97		2.660,46	30.250,43	9.347,38	39.597,82
	Adxunto Área Produtos Turísticos	27.589,97		1.182,43	28.772,40	8.890,67	37.663,07
	Técnico de Comunicación	27.589,97		0,00	27.589,97	8.525,30	36.115,27
	Técnico Contable	27.589,97		2.759,00	30.348,97	9.377,83	39.726,80
	Coordenador Oficinas de Turismo	27.589,97		1.379,50	28.969,47	8.951,57	37.921,04
	Técnico de Calidade	27.589,97		2.266,32	29.856,29	9.225,59	39.081,89
	Secretaria de dirección	27.589,97		2.759,00	30.348,97	9.377,83	39.726,80
	Informador turístico	18.515,00		1.851,50	20.366,50	6.293,25	26.659,75
	Informador turístico	18.515,00		925,75	19.440,75	6.007,19	25.447,94
	Informador turístico	18.515,00		925,75	19.440,75	6.007,19	25.447,94
	Informador turístico	18.515,00		0,00	18.515,00	5.721,13	24.236,13
Informador turístico	18.515,00		0,00	18.515,00	5.721,13	24.236,13	
Informador turístico	18.515,00		859,62	19.374,62	5.986,76	25.361,38	
Outros Gastos de Persoal		9.786,30		0,00	9.786,30	1.896,00	11.682,30
Dietas consello de admón		3.786,30			3.786,30	0,00	3.786,30
Dietas para gastos de desprazamento		6.000,00			6.000,00	1.896,00	7.896,00
		Salario 11	Meses	Antigüidade	Total	S. Social	Total G. Persoal
Reforzo información turística		74.060,00		0,00	44.497,71	14.283,77	58.781,48
Informador turístico		18.515,00	7,42	0,00	11.448,44	3.674,95	15.123,39
Informador		18.515,00	7,42	0,00	11.448,44	3.674,95	15.123,39



TURISMO DE SANTIAGO DE COMPOSTELA



CONCELLO DE SANTIAGO

turístico						
Informador turístico	18.515,00	7	0,00	10.800,42	3.466,93	14.267,35
Informador turístico	18.515,00	7	0,00	10.800,42	3.466,93	14.267,35

Actualización salarial aplicada: 0%.

3.2.02. GASTOS XERAIS

No apartado de gastos xerais recóllese fundamentalmente a estimación de gastos derivados do aluguer dos locais destinados a oficinas e a almacén, os gastos básicos de auga, luz, teléfono, correos, material de oficina, renting fotocopiadora, limpeza etc.; as primas de seguro, os gastos de asesoría e auditoría, os gastos por desprazamentos do persoal, etc.

Así mesmo, inclúense dentro deste apartado de gastos xerais a carga financeira derivada da póliza de crédito que se formalizará próximamente por prazo a un ano e cun límite de 1.000.000,00 euros. A carga financeira para o exercicio 2011 desta operación estímase en 22.400,00 euros.

3.2.03. ACTUACIÓNS: PROMOCIÓN

3.2.03.1. FEIRAS

Prevese a promoción turística da cidade mediante a asistencia a entre outras a feiras sectoriais de turismo:

3.2.03.2. OUTROS EVENTOS

- Participación en oito Presentacións por cidades españolas con Turgalicia.
- Participación en Presentacións conxuntas por cidades españolas e no estranxeiro coa rede de Cidades Patrimonio da Humanidade de España, coa rede de Cidades da España Verde, Turespaña, e a rede de Cidades do Camiño de Santiago.
- Atención de viaxes de familiarización de axencias de viaxes.
- Promoción conxunta coa Asociación Saborea España, de Destinos Gastronómicos.
- Atención de viaxes de familiarización de xornalistas e creadores de opinión.

3.2.03.3. SANTIAGO DE COMPOSTELA CONVENTION BUREAU (SCCB)

- Asistencia a feiras do sector
- Visitas comerciais a empresas españolas para a promoción da cidade como escenario de congresos, reunións e incentivos.
- Atención de viaxes de familiarización de xornalistas e creadores de opinión.
- Participación nas xornadas directas do Spain Convention Bureau.
- Apoio candidaturas de congresos a celebrar na cidade.

3.2.04. ACTUACIÓNS: CALIDADE

A Secretaría General de Turismo (Ministerio de Economía) e a FEMP promoven en máis de 100 destinos do Estado o desenvolvemento do proxecto de calidade, co obxectivo de lograr unha xestión continua e integral da calidade en calquera destino turístico nacional.



TURISMO DE SANTIAGO DE COMPOSTELA



CONCELLO DE
SANTIAGO

Os obxectivos fundamentais do SICTED son:

- A conciencia integral de destino.
- A identificación de obxectivos comúns por e para todos os axentes implicados, para alcanzar un nivel de calidade homoxéneo dentro dun destino turístico, de maneira que non se aprecien diferenzas substanciais de calidade entre os distintos axentes (públicos e privados) que interveñen na formación da experiencia turística, xerando valor para o turista e para o propio destino a través da fidelización do cliente.

Para o 2011 cómpre implantar os manuais dos 27 subsectores coas novas esixencias da norma e requisitos de avaliación, actualizar a xestión da nova aplicación informática (intranet do SICTED) e formar aos establecementos no novo Plano de Formación do Sistema.

3.2.05. ACTUACIÓNS: PRODUTOS

As accións contempladas dentro desta área son as seguintes:

1.- Santiago (é)tapas.

Santiago continúa coa organización do Santiago (é)tapas, importante concurso compostelán que, logo do éxito acadado nas outras edicións, se trata de consolidar cun gran salto cualitativo, baixo 2 obxectivos:

Incrementar o número de pernoctacións durante a duración do concurso.

Consolidar o evento como unha cita imprescindible no mes de xuño en Santiago.

2.- Compostela Walking Tours. Visitas Guiadas.

Turismo de Santiago ao longo de todo o ano, con saídas garantidas e con reserva on line é promotor dalgunhas das visitas guiadas que hai na oferta turística da cidade. Baixo a marca paraugas Compostela Walking Tours, e realizadas por guías profesionais.

Preténdese como obxectivo manter a oferta de visitas á cidade do Ano Santo.

As visitas son:

Arquitectura contemporánea (baixo petición).

Conventos de Clausura.

Cidade histórica en inglés.

Tour Gastronómico

Visita guiada nocturna.

Audioguías mp3.

Visita Guiada as igrexas.

Talleres artesanais (baixo petición)

Talleres de artistas (baixo petición)

3.- Santiago en MP3.

No ano 2006 Turismo de Santiago lanzou unha iniciativa de visita autoguiada en MP3. Transcorridos 3 anos dende que se lanzou esta iniciativa podemos garantir a boa acollida da mesma (valoración de 8,9 sobre 10). Dun xeito cómodo, áxil e de fácil manexo, visitantes de todas as idades poden coñecer os principais recursos da cidade a través de 23 puntos de obrigada visita.

Dispoñible en 6 idiomas, é a única posibilidade que a cidade pode ofrecer para aqueles visitantes internacionais que non teñen visita guiada ordinaria no seu idioma.

Trátase para este ano 2011 de ampliar a oferta de servizo autoguiado en MP3 aos edificios históricos visitables e museos con coleccións permanentes, dado que aínda a día de hoxe, a maioría deles non teñen adaptados os contidos aos tempos, nin á tecnoloxía nin ofertan accesibilidade idiomática dos mesmos.

As accións necesarias para poñer en funcionamento este servizo son:

- Compra dos equipos e mantemento.
- Redacción conxunta de textos cos museos.
- Traducións.
- Realización e locución dos textos en 6 idiomas.
- Folleto, display, e promoción da acción integral "Santiago en MP3".

Para esta iniciativa, preténdese contar co Museo do Pobo Galego, o Parador Hostal dos Reis Católicos, o Museo de Terra Santa-Igrexa, o Mosteiro de San Francisco, o Museo da Colexiata de Sar, o Museo de Arte Sacro e o Museo da Catedral.

3.2.06. ACTUACIÓNS: PUBLICACIÓNS E COMUNICACIÓN

En Xaneiro de 2008 presentouse a nova imaxe e eixo de comunicación da cidade de Santiago a nivel turístico "Santiago é Grande". A través desta campaña fanse accións integrais de comunicación con aplicacións en todas as ferramentas de comunicación: flyers, folletos, vídeo, web, papelería, enderezo electrónico etc...

Todas estas aplicacións, obrigan a manter, repoñer material e evolucionar todas as accións do eixo temático Santiago é Grande, destacando:

- Os folletos de público:
- Flyer de oficinas de turismo, mapa turístico.
- Folletos en orixe: Flyer para feiras,
- Os folletos profesionais: guía profesional, web e vídeo.

1.- Folleto agasallo (Flyer) das oficinas de turismo:



TURISMO DE SANTIAGO DE COMPOSTELA



CONCELLO DE SANTIAGO

Nas oficinas de turismo, a norma de calidade obriga a dar un plano e un folleto de agasallo aos nosos visitantes. Este folleto presenta unha primeira distribución espacial da cidade facendo recomendacións sobre que visitar e que actividades se poden facer, complementando así a información do plano.

Idiomas: galego, castelán, inglés, francés, alemán, italiano, xaponés e portugués.

2.- Folleto xeral ORIXE como reforzo á promoción en feiras profesionais.

É un folleto máis xeral que ten a versatilidade de ser válido tanto para profesionais como para público xeral. Destaca dun xeito xenérico o máis importante da cidade: patrimonio da Humanidade, Universidade, Capital cultural, meta do Camiño, etc, e cun pequeno directorio da cidade.

Idiomas: galego, castelán, inglés, francés, alemán, italiano, xaponés e portugués.

3.- Guía Profesional de Santiago de Compostela.

É un gran directorio de todo o sector turístico da cidade dirixido exclusivamente ao sector profesional co obxecto de poñer en valor todos os produtos, recursos, servizos, transportes e empresas de interese para o sector.

É un manual útil para work-shops, misións inversas, fam-trips e outras accións de promoción.

Idiomas: unha edición por idioma, castelán, galego e inglés.

4.- Mapa de Santiago.

É a ferramenta básica de uso de información turística, moi ben valorada polos usuarios. Conta cun atractivo deseño e recolle todos os recursos, servizos e información xeral da cidade.

Versión: única

5.- Folleto Santiago en MP3.

Dende o ano 2004, Turismo de Santiago lanzou unha visita auto-guiada a cidade de Santiago. Este folleto servirá de apoio ás locucións da audioguía, e permitirá situarse nos itinerarios e nos 23 puntos de interese que se describen no contido da mesma.

Edición.- única trilingüe.

6.- Merchandising

Turismo de Santiago comercializa nas súas oficinas de turismo artigos de regalo, como material de oficina, posters, alfombriñas, bolígrafos etc.



TURISMO DE SANTIAGO DE COMPOSTELA



CONCELLO DE SANTIAGO

7.- Culturall

É unha publicación asentada na cidade, no mes de maio cúmprense o número 50 na rúa. É unha de guía de ocio da cidade que se entrega de balde. Pon en valor a programación cultural, turística e de ocio e a través de distintas seccións como o editorial, o destacado do mes, o “non te perdas”, e a “Compostela Escondida”, que destaca mes a mes singularidades da cidade.

Cumpre tamén unha función publicitaria, xa que serve para promover eventos e produtos que promove directamente Turismo de Santiago e tamén ten un mapa que sinaliza todos os contenedores culturais, recursos, e a oferta de servizos turísticos de restauración, pubs, galerías, salas e museos etc.

Ten unha fidelidade moi alta entre o público compostelán.

Idiomas. Galego, castelán e inglés en edición única.

Tirada: 10 mil exemplares mes.

8.- Web www.santiagoturismo.com: servizos de mantemento da Web

Turismo de Santiago lanzou no 2010 un novo site.

Os servizos de mantemento da nova web, consisten basicamente en:

Actualización de contidos dinámicos de todos os sites de Turismo de Santiago: axenda culturall, carteleira etc...

Actualización de bases de datos para o web e subida puntual de contidos da central de reservas.

Marcado de etiquetas dende a área de xestión.

Tratamento fotográfico dende a área de xestión.

Contacto directo cos contedores culturais da cidade para que pasen a programación mensual e logo facela visible no site.

Actualización e relación coas redes sociais: facebook, twitter, you tube, ...

Actualización do blog de Turismo de Santiago.



TURISMO DE SANTIAGO DE COMPOSTELA



CONCELLO DE SANTIAGO

3.2.07. ACTUACIÓNS: OPERADOR TURÍSTICO LOCAL, CENTRAL DE RESERVAS.

Logo da experiencia piloto da creación do primeiro tourperador local público–privado do Estado, sendo un modelo a seguir para moitas cidades, apréciase a necesidade de darlle u impulso definitivo a esta plataforma, a través de introdución dos seguintes cambios:

Que a dirección de produto e comercial sexa de Turismo de Santiago

Que se contrate un booking de axencia para a atención do teléfono e a central de reservas on line por un prezo / ano.

Que se amplíe o abano de produtos susceptibles de comercialización do destino turístico Santiago de Compostela.

3.2.08. OUTRAS ACCIÓNS COMERCIALIZACIÓN

Merchandising

Un reforzo do produto de venda nas nosas oficinas de cara ao 2011. Libretas, bolis, alfombrillas, camisetas, delantais, mugs, posters, novas publicaciónes orientadas a venda para os máis de 300 mil visitantes da nosa oficina e intentar captar algún recurso extra para o noso orzamento.

3.2.09. INVESTIMENTOS

Non se prevé a realización de investimentos.

4. ESTADO PREVISIONAL DA CONTA DE PERDAS E GANANCIAS ABREVIADA

Título	(Debe) Haber
	2011
1. Importe neto da cifra de negocios.	306.780,42
2. Variación de existencias de produtos terminados e en curso de fabricación	
3. Traballos realizados pola empresa para o seu activo.	
4. Aprovisionamentos .	
5. Outros ingresos de explotación.	971.131,54
6. Gastos de persoal.	(843.599,34)
7. Outros gastos de explotación.	(384.533,70)
8. Amortización do inmovilizado.	(39.453,98)
9. Imputación de subvencións de inmovilizado non financeiro e outras.	12.075,06
10. Excesos de provisionés.	
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)	22.400,00
14. Ingresos financeiros.	
15. Gastos financeiros.	(22.400,00)
16. Variación de valor razoable en instrumentos financeiros.	
17. Diferenzas de cambio.	
18. Deterioro e resultado por alleamentos de instrumentos financeiros.	
B) RESULTADO FINANCEIRO (12+13+14+15+16)	(22.400,00)
C) RESULTADO ANTES DE IMPOSTOS (A+B) (BENEFICIOS)	(0,00)
19. Impostos sobre beneficios.	(0,00)
D) RESULTADO DO EXERCICIO (C + 17) (BENEFICIOS)	(0,00)

Santiago de Compostela, 10 de decembro de 2010.