

PLANO DE ATIVIDADES

2022

TERMALISTUR - TERMAS DE S. PEDRO DO SUL E.M., S.A.



#TERMASSPEDRODOSUL

Vetor
g

Índice

FICHA TÉCNICA.....	3
MENSAGEM DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO.....	4
NOTA INTRODUTÓRIA.....	5
ANÁLISE.....	7
OBJETIVOS ESTRATÉGIOS / METAS 2022.....	12
EIXO 1 # PESSOAS	13
EIXO 2 # DESTINO	15
EIXO 3: # CAPACITAÇÃO INTERNA.....	19
EIXO 4 # TRANSIÇÃO DIGITAL E INOVAÇÃO.....	20
EIXO 5 # SUSTENTABILIDADE E + SAÚDE	22
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	25
DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS PREVISONAIS DO ANO DE 2022	28

FICHA TÉCNICA

Termalistur - Termas de S. Pedro do Sul,
E.M., S.A.

Praça Dr. António José de Almeida –
Termas de São Pedro do Sul 3660-692
Várzea SPS

Telf. 232 720 300

Email: geral@termas-spsul.com

Site: www.termas-spsul.com

Caracterização jurídica:

Sociedade Anónima com o nº de
pessoa coletiva 506 817 997 Capital
social 4.559.379€

Constituição do Conselho de
Administração:

Presidente: Dr. Victor Jorge Paiva Leal

Vogal: Dr. Fernando Varanda Aido

Vogal: Dra. Teresa Cristina Castanheira
de Almeida Sobrinho

Fiscal Único:

Vítor Campos & Associado SROC, Lda
Representada por Dr. António Vítor de
Almeida Campos, ROC nº 749



MENSAGEM DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

“

Num ano que se espera de grandes desafios, deixamos uma palavra de apreço a todos os colaboradores que participam de forma empenhada no exercício das suas funções, sendo cada um deles um elemento fundamental e determinante para o cumprimento deste plano de atividades.

”

✓
K
D.



NOTA INTRODUTÓRIA

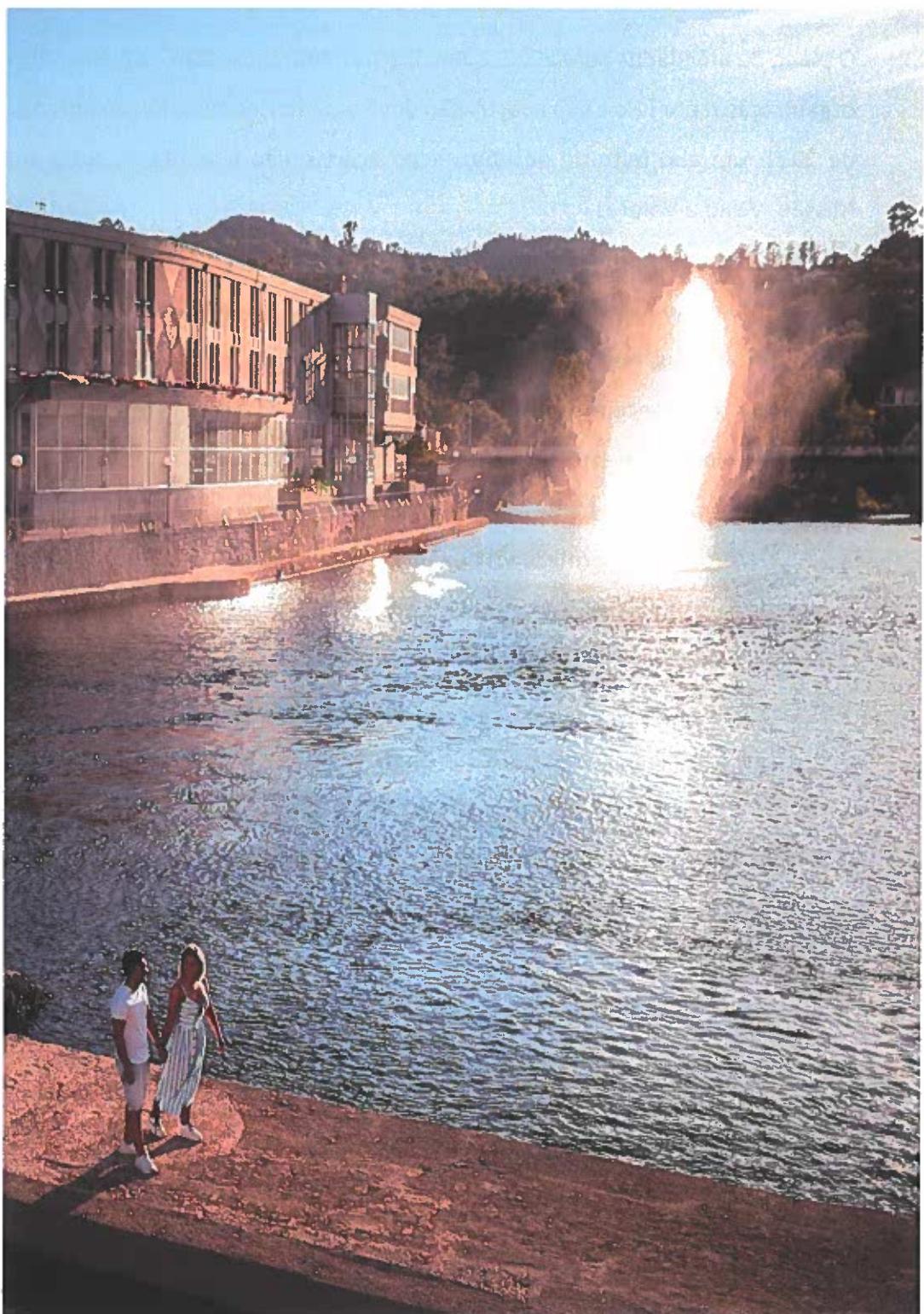
O ano de 2021, na sua multíitude de desafios de complexidade crescente, foi um ano de incertezas disruptivas e de consequências ainda mais abrangentes. Nesta nova realidade, apesar da consciência das enormes dificuldades, importa focar em reconhecer os novos desafios, avaliar as repercussões do atual cenário, identificar as oportunidades e redefinir estratégias.

Este é um momento que exige rápidas aprendizagens e ajustes que permitam enquadrar a nova realidade, novas tendências de mercado, novas formas de trabalho e diferentes modos de ver e viver a vida. Sabemos que será um ano de particular exigência e é, por isso, fundamental manter uma equipa motivada e com capacidade de desempenhar as suas funções com o máximo de rigor, qualidade, eficácia e eficiência. Neste domínio, será dada especial atenção ao reforço do programa de formação, aos mecanismos que facilitem a conciliação da vida profissional, familiar e pessoal, mas também aos desafios associados ao funcionamento da organização pós COVID-19, garantindo a todos as melhores condições de trabalho e de segurança.

Na realidade, a sucessão hecatômica de crises provocadas pela pandemia COVID-19, e tendo em conta a hierarquização de opções, programação de ações e acesso a recursos financeiros e humanos, tornam o plano de atividades de 2022, vetor de continuidade do plano anterior, com a consolidação de muitos dos objetivos aí definidos.

Considerando estas circunstâncias e constrangimentos, este plano deve ser interpretado como um plano de transição, num contexto absolutamente extraordinário e exigente, marcado por muita imprevisibilidade.

VJ
T.



ANÁLISE ESTRATÉGICA

O plano de atividades para 2022, como instrumento de gestão, espelha o futuro de uma organização e por isso a sua construção deve assentar numa reflexão abrangente do ano de 2021, um ano feito de desafios, superação, união e acima de tudo de reforço da Missão, Visão e Valores.

A compreensão das competências distintivas da Termalistur e das oportunidades que o contexto externo lhe oferece é importante para reagir aos pontos fracos internos e às ameaças externas, numa lógica de melhoria contínua e compreensão da envolvência.

À empresa reconhecem-se bastantes pontos fortes, entre os quais se destacam:

- ↳ Bom ambiente de trabalho e espírito de equipa;
- ↳ Capacidade técnica e qualificação dos trabalhadores;
- ↳ Aposta na formação e qualificação contínuas;
- ↳ Personalização do atendimento;
- ↳ Abertura à inovação;
- ↳ Progressiva melhoria do modelo de gestão por objetivos;
- ↳ Acessibilidade, localização e envolvente das instalações;
- ↳ Historial e Legado.

Não obstante, a carência de recursos humanos, a dificuldade de retenção dos trabalhadores, a contenção orçamental, a escassez de recursos financeiros face às exigências, a recessão económica decorrente da pandemia COVID-19 e a imprevisibilidade da situação económica são pontos fracos/ameaças que a empresa tem vindo a enfrentar/enfrentará. Torna-se, portanto, fundamental focar-nos nas oportunidades de melhoria que passam por:

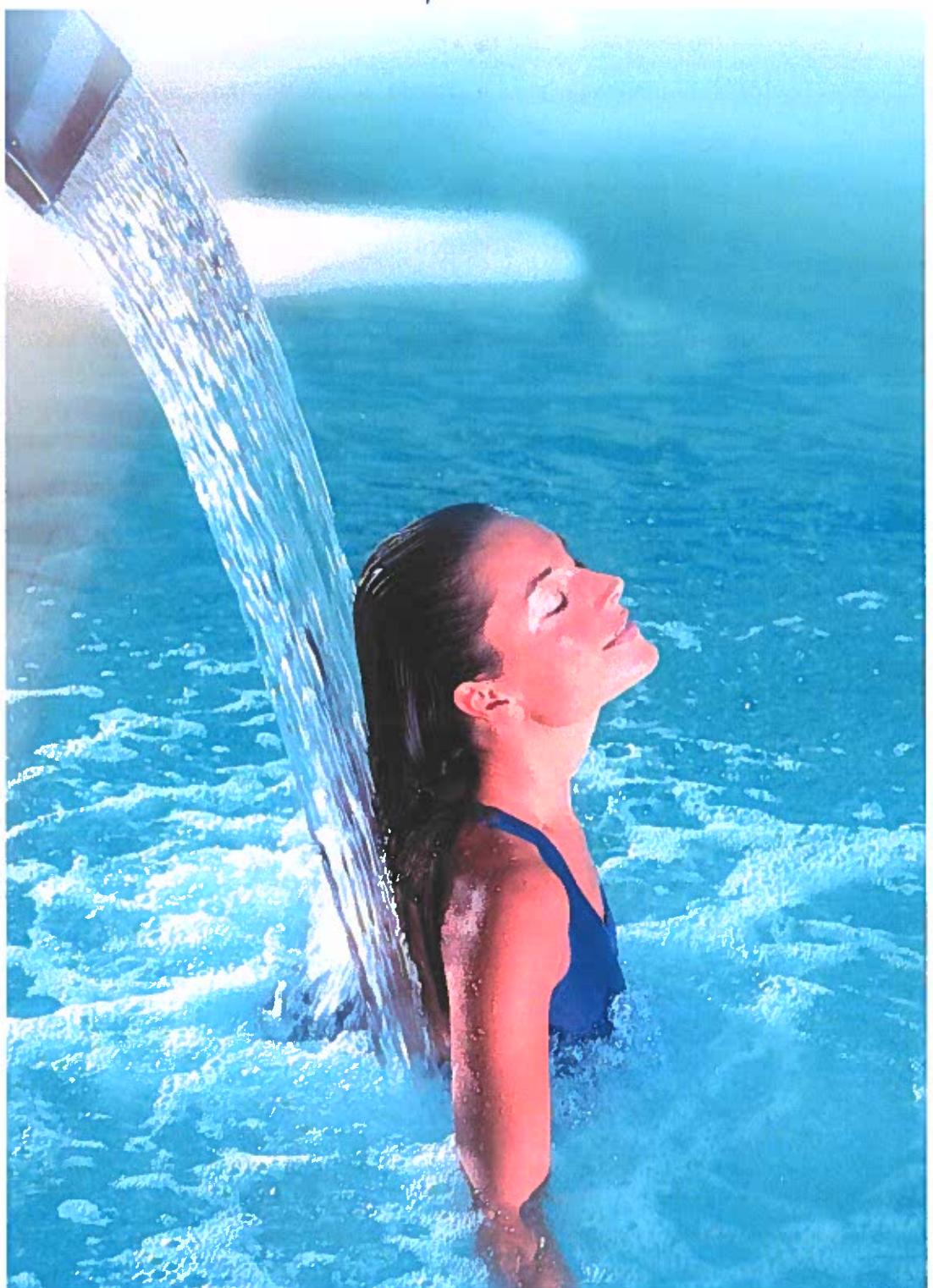
- ↳ Aposta na modernização da imagem e/ou instalações;
- ↳ Adequação, estruturação e disponibilização de *oferta* (produtos/serviços) que responda à procura;
- ↳ Desenvolvimento da *imagem institucional*;
- ↳ Análise da crise como forma de obtenção de ganhos de eficiência;
- ↳ Valorização do *património histórico-cultural e identitário*, preservando a autenticidade da comunidade;
- ↳ Aposta no *turismo interno* como fator de competitividade e de alavancaria para a economia local;

*VV
H
G.*

- ↳ Mobilização para o *trabalho em rede e promoção conjunta* entre os diferentes setores de atividade, para a criação de um destino turístico para visitar, viver e investir;
- ↳ Promoção de *parcerias com entidades externas / trabalho colaborativo* com diversas entidades;
- ↳ Tornar S. Pedro do Sul um destino para realização de eventos técnico-científicos e culturais, na área da saúde/termalismo/geotermia/cosmética/ outros de âmbito nacional e internacional.

Este plano será, por isso, elaborado em consonância com as atribuições, competências e modelo organizacional da empresa, com base nas melhorias de oportunidade identificadas, havendo claramente uma aposta no fortalecimento da equipa, reforço das competências, na modernização, numa nova forma de comunicar e ainda na melhoria dos serviços prestados e aproximação aos clientes.

X 9.



EIXOS ESTRATÉGICOS 2022

(Handwritten signature)

As limitações e restrições financeiras e económicas a nível nacional continuam a influenciar o planeamento da empresa, sendo que não é possível asseverar a recuperação da economia portuguesa, após a profunda contração registada, decorrente do impacto da situação pandémica e das medidas restritivas que foram adotadas no sentido da sua contenção.

No contexto dos desafios resultantes da pandemia COVID-19 é previsível que continuemos com alguns constrangimentos nos procedimentos de trabalho e de relacionamento com os clientes, que não serão impedimento para a definição de objetivos inovadores e ambiciosos. Apesar de seguir uma linha estratégica orientada para os resultados/objetivos, o grande enfoque estará na prestação de serviços de excelência através da aposta na reinvenção constante, olhando para o futuro, mas protegendo todo o nosso passado, seguindo as melhores práticas no que diz respeito à gestão dos recursos naturais, culturais e intangíveis únicos de S. Pedro do Sul.

Assim, a estratégia definida para o ciclo que se inicia em 2022 traduz-se em cinco grandes eixos, nas cinco áreas-chave, as quais irão constituir o principal núcleo de atividade, a saber:

EIXO 1 # PESSOAS – ORIENTAÇÃO PARA O CLIENTE E MELHORIA DO SERVIÇO PRESTADO

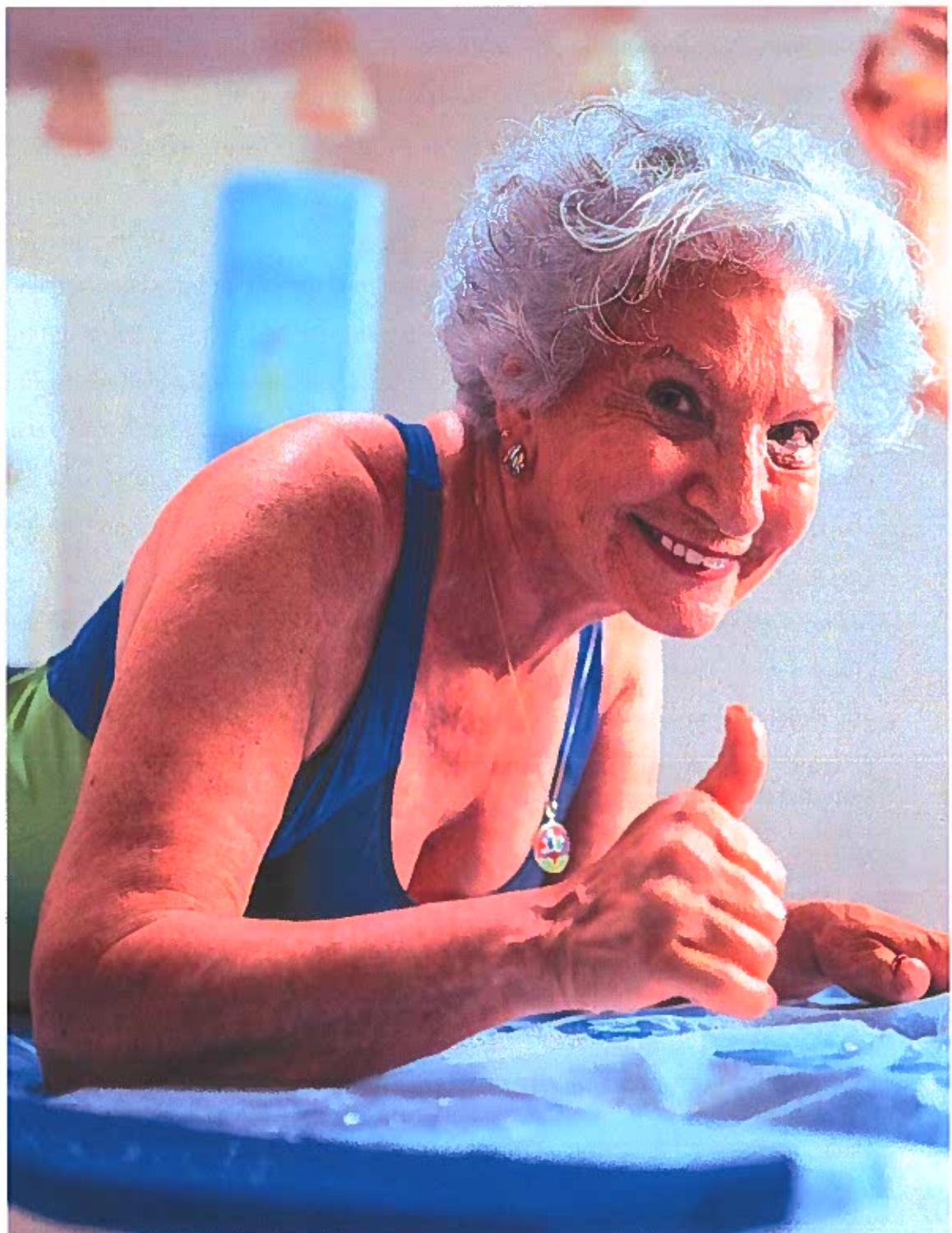
EIXO 2 # DESTINO – INCREMENTAÇÃO DA NOTORIEDADE DO DESTINO/MARCA(S)

EIXO 3 # CAPACITAÇÃO INTERNA – CAPACITAÇÃO DE INFRAESTRUTURAS E RECURSOS

EIXO 4 # TRANSIÇÃO DIGITAL E INOVAÇÃO – PROMOÇÃO DA SIMPLIFICAÇÃO, TRANSIÇÃO E INOVAÇÃO DE PRODUTOS/SERVIÇOS

EIXO 5 # SUSTENTABILIDADE – CRIAÇÃO DE UM ECOSISTEMA SUSTENTÁVEL

Nota: No capítulo seguinte, "Objetivos estratégicos/Metas" iremos descrever as nossas projeções para o ano de 2022, comparativamente com os anos da pandemia (ano 2020 e estimativa para o final de 2021), além de que, sempre que possível, faremos uma comparação com o ano de 2019 (ano antes da pandemia) por forma a coexistir uma confrontação mais aderente com o ciclo normal da atividade da empresa, expurgando assim, os efeitos dos anos da pandemia.



OBJETIVOS ESTRATÉGICOS/METAS

VJ
9

Com efeito, a atual conjuntura económica ditada pela pandemia, cujos efeitos se sentirão certamente ainda ao longo do próximo ano, não aconselham o abandono, mas antes o aprofundamento dos seguintes objetivos estratégicos (OE), dentro de cada um dos 5 eixos:

EIXO 1 # PESSOAS

Orientação para o cliente e a melhoria do serviço prestado

OE1. Promover QUALIDADE

Aumentar a qualidade total percecionada pelo cliente

- aumentar, numa abordagem geral, a qualidade: qualidade intrínseca, custo ou preço, atendimento ou prazo, moral ou ética e segurança do utente e dos trabalhadores.

Consolidar a(s) certificação(ões)

- ultimar toda a documentação para a implementação dos sistemas de gestão da qualidade e ambiente (ISO 9001; ISO 14001), no âmbito da prestação dos serviços dos balneários termais;
- preparar todo o sistema para a certificação por norma específica para o sector (ISO 21426 Medical Spas), atualmente em fase de adequação ao nosso país;
- promover a sustentabilidade nos diferentes eixos estratégicos: ambiental, social e económico (ISO 21401: 2018 Turismo Sustentável).

OE2. Ajustar oferta às tendências do mercado

Criar oferta especializada e distintiva

- adequar a oferta ao consumidor que procura fugir dos locais de “overturism”, criando uma oferta consolidada do destino, tirando proveito da tranquilidade ambiente da região, permitindo aos visitantes uma interação mais profunda com o lugar, com os residentes e com a economia local.

Adequar a oferta de serviços à realidade dos clientes

- promover a melhoria da oferta (produtos/serviços), através da criação de novos produtos/pacotes e/ou reorganização de espaços e/ou novos equipamentos ou sistemas e/ou melhoria de procedimentos e processos.

Ajustar atividades que complementem a estadia dos clientes ou programas de passagem

- articular uma agenda termal com maior diversidade de oferta, adaptada às várias vertentes culturais, e que estimule a criatividade, o raciocínio e o espírito crítico.

OE3. Otimizar e modernizar espaços

Criar novos espaços / reconfigurar espaços existentes

- transferir a sala de repouso do Balneário D. Afonso Henriques (BDAH) para o piso da receção, onde ficará mais acessível a todos os utentes;
- reconfigurar o frontoffice da tesouraria do BDAH tornando-o mais acolhedor;
- criar novo “corner” de venda de dermocosmética e merchandising como local de “passagem obrigatória” de forma a otimizar os espaços e os recursos humanos;
- reconfigurar o serviço de bem-estar termal do Balneário Rainha D. Amélia (BRDA) de forma a aumentar a capacidade máxima instalada e disponibilizar novos serviços;

COM O CUMPRIMENTO DOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEFINIDOS PARA ESTE EIXO,

PREVEMOS ATINGIR AS SEGUINTE METAS:

- recuperação da faturação da valência de termalismo terapêutico (face aos anos de pandemia), estimando uma quebra de 25% no primeiro e segundo trimestres, 20% no terceiro e 10% no quarto, face aos valores de 2019;
- recuperação da faturação da valência de fisioterapia (face aos anos de pandemia), estimando uma quebra de 25% no primeiro trimestre, 20% no segundo e terceiro e 10% no quarto, face a valores de 2019;

- recuperação da faturação da valência de dermocosmética e merchandising (face aos anos de pandemia), estimando uma quebra de 25% no primeiro e segundo trimestres, 20% no terceiro e 10% no quarto, face aos valores de 2019;
- aumento da faturação da valência de bem-estar termal estimando um aumento de 15% face a 2019.

EIXO 2 # DESTINO

Criação e unificação da(s) imagem da(s) marca(s)

OE4. Definição de nova imagem de marca

Liderar o processo de brand positioning statement da(s) marca(s)

- Desenvolver estratégia de marketing das marcas “Termas de S. Pedro do Sul” e “AQVA”, criando uma nova identidade e tornando-as mais dinâmicas e elásticas;

Liderar processo de desenvolvimento gráfico de marca(s)

- Desenvolver nova identidade da(s) marca(s): brandbook, logotipo e património gráfico

Desenvolver materiais institucionais/comunicação

- construir novo material institucional, de acordo com a nova imagem, que coloquem S. Pedro do Sul como o refúgio terapêutico natural, regenerador e ‘empowering’ perfeito para toda a família.

Liderar processo de desenvolvimento de linhas gráficas de packaging da marca dermocosmética

- criar nova(s) linha(s) de packaging dos produtos dermocosméticos, mais moderna e adaptada aos consumidores atuais, de acordo com a tendência do setor.

Dinamizar as vendas de dermocosmética e merchandising

- introduzir novas referências no mercado, com produtos mais funcionais e apelativos;
- criar cartão de fidelidade, físico e digital, de forma a acumular pontos em cada compra, que posteriormente serão convertidos em descontos.

OES. Aumentar divulgação e promoção

Divulgar o potencial de S. Pedro do Sul para acolher eventos

- criar conteúdo para divulgação das condições existentes em S. Pedro do Sul para receber eventos (espaços, equipamentos, serviços, alimentação, transportes e restantes serviços terceirizados);

Promover eventos de divulgação e promoção da nova identidade

- Realizar evento para divulgação da nova IDENTIDADE da(s) marca(s);
- Produzir conteúdos para divulgação da nova imagem da(s) marca(s);

Realizar eventos de divulgação e promoção da instituição/destino

- Organizar ou colaborar na organização de EVENTOS para divulgação e/ou promoção da instituição/destino/envolvente (debates/ seminários/wokshops/palestras) com caráter nacional/ internacional – EVENTOS ONLINE (diretos ou gravados);

Organizar eventos técnico-científicos (congresso/seminário/outro)

- realizar seminário médico dirigido a especialidades relevantes para o termalismo (Medicina Geral e Familiar, Fisiatria, Reumatologia, Otorrinolaringologia, etc.) no sentido de disseminar o conhecimento sobre as propriedades da água mineral natural e benefícios dos tratamentos termais, incluindo visitas aos balneários termais;
- realizar 2 eventos com a presença de médicos naturais do concelho de S. Pedro do Sul com o objetivo de potenciar os laços com a terra natal e divulgar o seu potencial termal a nível nacional, através dos seus contactos de influência.

Dar a conhecer as Termas de S. Pedro do Sul à população residente no concelho

- realizar sessões de informação e visitas, em parceria com o Município e associações do concelho, direcionadas para a população local;
- realizar visitas ao Centro Educativo em parceria com as escolas do concelho, de forma a promover a literacia termal das populações mais jovens.

Reforçar presença nos órgãos de comunicação social e nas redes sociais

- promover a divulgação nacional nos órgãos de comunicação social, bem como com a presença em feiras, ou eventos/ missões de prospeção de novos mercados;
- aumentar visibilidade/notoriedade nas redes sociais e incrementar o marketing digital

Internacionalizar as Termas de São Pedro do Sul

- Desenvolver/participar em projetos de divulgação com parceiros internacionais

Comunicação interna/externa

OE6. Melhorar a comunicação

Reformular website institucional

- disponibilizar novo website, com informação mais organizada e destaque justificados pelas necessidades do segmento que está em target, aspeto mais simples e intuitivo, de forma a todos os utilizadores conseguirem realizar uma navegação mais direcionada para o que é pretendido;

Criar brochura(s) institucional

- rever conteúdos do guia do termalista, compilando e sistematizando toda a informação relevante para os utentes;

Newsletter

- enviar newsletters personalizadas e direcionadas (potenciar as valências do software mailchimp) para cada segmento-alvo (terapêutico, bem-estar, dermocosmética) adequadas às preferências únicas e distintas de cada um dos mesmos.

Potenciar a interação com clientes

- reforçar a notoriedade da marca através da intensificação da comunicação com os atuais e potenciais clientes, nomeadamente pelo engagement do Plug-in do chat facebook do website, do whatsapp e da interação com os storys do instagram;

Promover concursos/outros

- realizar passatempos e concursos nas redes sociais, com as mais diversas finalidades, a fim de promover o destino, mas também o concelho;
- destacar produtos através de campanhas promocionais, aplicando o código sugerido na publicação (de acordo com as necessidades de escoamento de stocks).

Intensificar o “influencer marketing”

- executar a estratégia delineada no plano de marketing estratégico, por forma a potenciar o alcance geral das redes sociais e a sua rentabilidade, dinamizar de forma personalizada cada canal traduzindo-se numa maior eficácia de conversão de vendas e, consequentemente, de seguidores;

Criar conteúdos lúdicos / informativos

- produzir vídeos, com conteúdos diversos, com a participação de colaboradores com os quais os clientes contactam diretamente, potenciando a familiaridade e desejo de regresso;
- transmitir, nas redes sociais, vídeos em direto das ações de animação de forma a informar a população residente e não residente da oferta existente;
- elaboração de guiões para criação de *podcast* com várias rúbricas de temáticas pertinentes para o contexto regional e/ou nacional.
- elaboração de uma nova versão/edição da revista termal infantil, com jogos didáticos e lúdicos adaptados ao contexto termal, e que estimulem as crianças para os hábitos de vida saudáveis;
- desenvolvimento de uma revista médica para crianças alusiva aos tratamentos e procedimentos necessários, potenciando o interesse para a parte clínica e médica;

COM O CUMPRIMENTO DOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEFINIDOS PARA ESTE EIXO,

PREVEMOS ATINGIR AS SEGUINTE METAS:

- recuperar o número de consultas médicas para termalismo terapêutico (face aos anos de pandemia), estimando uma quebra de 20% face a 2019;
- recuperar o número de consultas médicas para fisioterapia (face aos anos de pandemia), estimando uma quebra de 20% face a 2019;
- aumentar o número de clientes dos serviços de bem-estar termal em 15% (referência 2021);
- aumentar o número de participantes nas atividades dinamizadas pelo Posto de Turismo (face aos anos de pandemia) em 20%;

- aumentar o número de seguidores na rede social *Instagram* em 50% (Valores de 2021: IG – 5 971);
- aumentar o número de utilizadores do website em 10% (Valores de 2021: 62 064 utilizadores).

✓ ✓
A
Q.

EIXO 3: # CAPACITAÇÃO INTERNA

OE6. Promover a valorização dos profissionais

Definir medidas que visam a reorganização dos serviços, a sua racionalização e o planeamento de necessidades de recursos humanos

- elaborar regulamento de funcionamento dos serviços, tendo em vista uma clarificação inequívoca das competências, atribuições, responsabilidades, direitos e deveres das estruturas de serviços previstas no organograma;

Potenciar a divulgação de informação institucional

- criar um canal de comunicação específico para colaboradores de forma a que todos tenham acesso rápido e facilitado à informação institucional;

Desenvolver as competências e literacia dos trabalhadores

- promover a realização de ações de formação de reciclagem de conhecimentos dos colaboradores permanentes, preparando-os para esclarecer as questões técnicas mais frequentemente colocadas pelos clientes;

- promover a realização de ações de formação de desenvolvimento pessoal/comunicação, p.e. Gestão do Stress/Inteligência Emocional /Gestão do Tempo e Organização do Trabalho/Gestão de Conflitos/Saber Comunicar/Assertividade como forma de estar;

- promover a realização de ações de formação relativas às tecnologias de informação e comunicação de forma a facilitar a prestação de serviços, nomeadamente no atendimento ao cliente.

(Q)

Rever a metodologia de progressão das carreiras profissionais

- promover a negociação de um instrumento de regulamentação coletiva de trabalho com o objetivo de regular os diversos aspectos da relação laboral, nomeadamente os direitos e deveres de ambas as partes;

Melhorar as condições disponibilizadas aos colaboradores

- disponibilizar aos colaboradores um novo espaço de refeição, mais confortável e acessível, no BDAH;

COM O CUMPRIMENTO DOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEFINIDOS PARA ESTE EIXO,

PREVEMOS ATINGIR AS SEGUINTE METAS:

- aumentar o grau de satisfação do colaborador para 85% (valor de 2019: 78,5%)
- aumentar o nº de ações de formação internas realizadas para 25.

EIXO 4 # TRANSIÇÃO DIGITAL E INOVAÇÃO

OE7. Promoção da simplificação e transição digital

Promover a simplificação e desenvolvimento de soluções digitais

- apostar na simplificação de procedimentos e em soluções digitais que se possam traduzir numa melhoria da prestação de serviço, mas também na eficácia e eficiência interna dos próprios serviços.

Melhorar a usabilidade da plataforma online de compras

- tornar website mais intuitivo e de fácil utilização;
- desenvolver vídeos que exemplifiquem o processo compra online;
- disponibilizar, nas redes sociais, catálogo de produtos/serviços disponíveis para venda com hiperligação ligação direta à loja online.

(Handwritten signature)

OE8. Produção de conteúdo científico rigoroso e inovador

Produzir conteúdo científico relevante

- promover a capacitação de médicos/ investigadores/ técnicos para a produção de conteúdo científico relevante;
- promover a participação em eventos de natureza científica: congressos, seminários, workshops, etc. de médicos/técnicos das Termas de S. Pedro do Sul;
- divulgar cientificamente os resultados da investigação em curso, no âmbito do projeto financiado “AquaAtopic” (desenvolvimento de gama de produtos cosméticos direcionados para a dermatite atópica);

Promover parcerias com instituições/docentes/investigadores para a realização de estudos inovadores

- participar em estudos/ensaios, fruto de parcerias ou trabalho colaborativo, para a produção de conteúdo científico relevante;
- participar em projetos de I&D em programas nacionais: participação em candidaturas a projetos financiados;

Criar grupo de trabalho para a INOVAÇÃO

- Criar grupo interno que desenvolva pesquisa e investigação sobre as tendências do mercado para o desenvolvimento de produtos/serviços inovadores;
- Realizar reuniões de brainstorming e missões de pesquisa de mercado.

OE9. Criação do Pólo Termalismo

Criar Pólo – Biblioteca do termalismo

- Reconfigurar a biblioteca termal criando um espaço de referência nacional para a consulta/disponibilização de espólio literário sobre diferentes temas relevantes para o sector;
- Reunir, catalogar e arquivar todo o espólio disponível sobre o termalismo e áreas abrangentes (teses, livros, revistas, outros).

 COM O CUMPRIMENTO DOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEFINIDOS PARA ESTE EIXO,

PREVEMOS ATINGIR AS SEGUINTE METAS:

- aumentar o grau de satisfação do cliente para 85% (com referência a 2017);
- aumentar a faturação de dermocosmética online em 20% (com referência a 2021);
- aumentar o nº de publicações científicas para 3/ano.

EIXO 5 # SUSTENTABILIDADE E + SAÚDE

Criação de um ecossistema sustentável

OE10. Empresa +Sustentável

Minimizar os impactos ambientais decorrentes da atividade

- reduzir o impacto ambiental na conceção e renovação dos produtos colocados no mercado (merchandising e dermocosmética);
- dar preferência a fornecedores que demonstrem uma melhoria contínua do seu desempenho ambiental;
- dar preferência a embalagens recicladas/recicláveis ou reutilizáveis sempre que for opção;
- reduzir as despesas com consumíveis/consumos face à média de anos anteriores;

Investir na melhoria de conforto e eficiência energética dos edifícios

- potenciar a utilização da energia geotérmica para climatização dos edifícios (execução do projeto financiado pelo Fundo de Apoio à Inovação)

Promover a economia circular

- aumentar o número de compras efetuadas com base em critérios de circularidade;
- apostar em ingredientes upcycling, preferencialmente provenientes da indústria regional/nacional, para o desenvolvimento de novos produtos;

- implementar práticas mais sustentáveis e amigas do ambiente nos vários processos de aquisição da empresa.

Promover a formação, informação e sensibilização ambiental

- realizar ações e/ou eventos para formação, informação e/ou sensibilização relativos à implementação de cultura de sustentabilidade ambiental, socialmente responsável (comemoração de datas alusivas à área ambiental).

Promoção da utilização da Energia Geotérmica

- em janeiro de 2020 foi assinado o contrato junto do funco de Apoio à Inovação, com uma despesa elegível de 1.574.313,90€, financiado em cerca de 70%. Esta candidatura tem como objetivo alargar a rede de distribuição para outros utilizadores ligados ao turismo termal de S. Pedro do Sul, de forma a tirar o melhor proveito deste recurso endógeno. Até 31 de dezembro de 2021, estima-se que o investimento realizado seja de 458.117,19€. O restante prevê-se que seja concluído até 30 de abril de 2022.

Promoção de práticas de trabalho seguras e saudáveis

OE11. Empresa +Saúde

Promover a saúde dos colaboradores

- Aumentar o nº das avaliações quantitativas de parâmetros físicos, químicos e/ou biológicos realizadas nas consultas de medicina do trabalho;

Conciliação entre a Vida Profissional, Pessoal e Familiar

- Promover práticas laborais que visem um maior equilíbrio entre a vida profissional, pessoal e familiar:

- Encetar negociações com entidade parceiras na área da saúde, no sentido de obter descontos e/ou efetuar rastreios nas instalações;

- Encetar negociações com entidades parceiras no sentido de obter descontos em outros serviços como operadores de telecomunicações, instituições bancárias, lavandaria, floristas, cabeleireiros/estéticas e outros que se mostrem pertinentes ou sejam sugeridos pelos trabalhadores.

COM O CUMPRIMENTO DOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEFINIDOS PARA ESTE EIXO,

PREVEMOS ATINGIR AS SEGUINTE METAS:

- aumentar a receita com a venda de energia geotérmica de 10 560€ para 136 560€ em 2022, o que representa uma subida de aproximadamente 1200% (face ao ano de referência 2019);
- reduzir os gastos com energia elétrica em 5% face a 2019.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este plano de atividades reflete, com base na cultura de compromisso e exigência que nos tem vindo a caracterizar, a apostar numa gestão racional e criteriosa dos recursos humanos, financeiros e organizacionais da empresa.

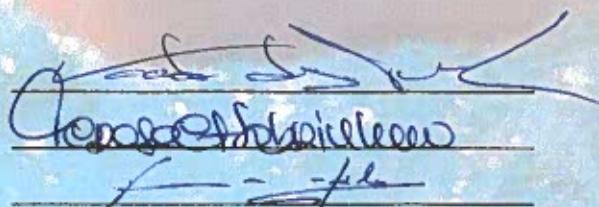
A estratégia planeada constitui o guia orientador para um caminho de crescimento sustentado, assente no conhecimento, na inovação e na valorização e qualificação contínua dos recursos humanos, e tendo em conta que muitas das atividades a desenvolver são cíclicas e, na sua grande maioria, repetíveis e renováveis todos os anos. Relativamente às propostas de valor, focam-se bastante no destino, que oferece um contexto aos consumidores. A localização e envolvência única do concelho permitem a experiência de diferentes atividades. A história e legado como um "tratamento real" faz parte do papel da instituição enquanto líderes e exemplo de boas práticas no mercado. Evidentemente que a água mineral natural continua a ser o elemento central que dá vida a todos os espaços e experiências proporcionadas aos clientes das Termas de S. Pedro do Sul.

Desta forma, é evidente que o próximo ano ficará marcado pelo início de um novo ciclo, com o renascimento da própria imagem de marca. A confiança, tranquilidade e credibilidade próprias desta estância termal serão transmitidas de uma forma mais moderna e ativa para assim corresponder às expectativas de ainda mais clientes.

Portanto, a concretização deste Plano de Atividades passa, em grande medida, por uma ação pautada pelo rigor, eficiência, efetividade e qualidade, mas que poderá ser objeto de revisão se surgirem circunstâncias relevantes (constrangimentos internos e externos) que venham a revelar-se condicionadores para atingir os objetivos.

Termas de S. Pedro do Sul, 2 de dezembro de 2021

O Conselho de Administração



16-2

g





*DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS/PREVISIONAIS**

*Para efeitos comparativos, os montantes apresentados relativos ao ano de 2021, foram determinados com base extração realizada com recurso ao balancete analítico de novembro de 2021. Adicionalmente, os montantes de 2021, não se encontram ainda aprovados pelo Conselho de Administração da Empresa nem foram ainda sujeitos a uma revisão final, para efeitos de Certificação Legal de Contas.

~~WV~~ REFERENCIAL CONTABILÍSTICO NA ELABORAÇÃO DAS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS PREVISÃOIS DO ANO DE 2022

Referencial Contabilístico

As demonstrações financeiras previsionais foram preparadas, a partir dos registos contabilísticos da Entidade e de acordo com as normas do Sistema de Normalização Contabilística (SNS/NCRF), sendo que a sua preparação, as políticas contabilísticas seguidas são consistentes com as que irão ser apresentadas nas contas de 2021, ainda em curso.

Outras Informações

Nos termos do nº1, do art. 40º do regime jurídico da atividade empresarial local e das participações locais, as empresas locais devem apresentar resultados anuais equilibrados, acrescentando o nº2, do mesmo normativo legal que “sem prejuízo do disposto nº5, no caso de resultado líquido antes de imposto se apresentar negativo, é obrigatória a realização de uma transferência financeira a cargo dos sócios, na proporção da respetiva participação social, com vista a equilibrar os resultados do exercício em causa”.

Relativamente ao exercício de 2021, prevê-se uma compensação financeira para equilíbrio de resultados nos termos do nº2 do artigo 40º da Lei 50/2012 de 31 de agosto, no valor de 724.598,16€. Relativamente ao exercício de 2022, também se prevê prejuízo, o que implica uma compensação financeira para equilíbrio de resultados nos termos do nº2 do artigo 40º da Lei 50/2012 de 31 de agosto, no valor de 228.970,62€. Estas compensações, encontram-se registadas nas contas estimadas finais de 2021 e no PAO 2022, nas rubricas “Outros créditos a receber - correntes” e “Outros rendimentos”, no balanço previsional e na demonstração dos resultados por natureza previsional, respetivamente.

BALANÇO PREVISIONAL

31.dezembro.2022		Unidade Monetária: Cêntimo de Euro	
RUBRICAS	ATIVO	PERÍODOS	
		2021	PAO 2022
Ativo Não Corrente			
Ativos Fixos Tangíveis	12 766 858,29	13 460 500,57	
Ativos Intangíveis	15 199,75	85 837,61	
Outros Ativos Financeiros	14 568,81	14 568,81	
	12 796 626,85	13 560 906,99	
Ativo Corrente			
Inventários	223 618,14	203 171,08	
Clientes	44 082,69	20 550,33	
Estado e Outros Entes Públicos	6 546,38	6 546,38	
Outros Créditos a Receber	1 118 957,38	303 207,85	
Diferimentos	4 769,82	4 769,82	
Caixa e Depósitos Bancários	30 000,00	30 000,00	
	1 427 974,41	568 245,46	
Total do Ativo	14 224 601,26	14 129 152,45	
CAPITAL PRÓPRIO E PASSIVO			
Capital Próprio			
Capital Subscrito	4 559 379,00	4 559 379,00	
Reservas Legais	28 602,45	28 602,45	
Outras Reservas	4 248,48	4 248,48	
Resultados Transitados	(1 460 814,03)	(1 460 814,03)	
Ajustamentos/Outras Variações no Capital Próprio	340 357,87	906 362,77	
	3 471 773,77	4 037 778,67	
Resultado Líquido do Período	-	-	
Total do Capital Próprio	3 471 773,77	4 037 778,67	
Passivo			
Passivo Não Corrente			
Financiamentos Obtidos	8 643 740,65	7 831 649,94	
Outras Dívidas a Pagar	98 813,80	263 137,80	
	8 742 554,45	8 094 787,74	
Passivo Corrente			
Fornecedores	82 265,04	63 837,99	
Estado e Outros Entes Públicos	57 886,93	43 864,55	
Financiamentos Obtidos	1 166 470,16	1 432 925,84	
Diferimentos	37 811,31	37 811,31	
Outros Passivos Financeiros	665 839,60	418 146,34	
	2 010 273,04	1 996 586,03	
Total do passivo	10 752 827,49	10 091 373,78	
Total do Capital Próprio e do Passivo	14 224 601,26	14 129 152,45	

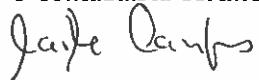
A Contabilista Certificado

O Órgão de Gestão

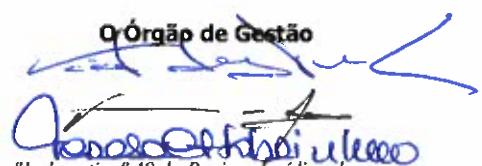
DEMONSTRAÇÕES DOS RESULTADOS POR NATUREZA PREVISIONAL

RENDIMENTOS E GASTOS	Unidade Monetária: Cêntimo de Euro	
	PERÍODOS	
	2021	PAO 2022
Vendas e Serviços Prestados	2 533 606,70	3 750 435,56
Subsídios à Exploração	406 662,26	16 997,33
Custo das Mercadorias Vendidas e das Matérias Consumidas	(115 379,54)	(204 470,77)
Fornecimentos e Serviços Externos	(965 785,38)	(1 202 595,46)
Gastos com o Pessoal	(1 954 125,84)	(2 213 030,84)
Outros Rendimentos	819 766,40	500 667,66
Outros Gastos	(61 270,20)	(65 599,73)
Resultados antes Depreciações, Gastos Financiamento e Impostos	663 474,40	582 403,75
Gastos/Reversões de Depreciação e de Amortização	(507 896,32)	(428 161,81)
Resultado Operacional (Antes Gastos Financiamento e Impostos)	155 578,08	154 241,94
Juros e Gastos Similares Suportados	(155 578,08)	(154 241,94)
Resultado Antes de Impostos	-	-
Imposto sobre o Rendimento do Período	-	-
Resultado Líquido do Período (*)	-	-

O Contabilista Certificado



O Órgão de Gestão



(*) O Resultado líquido do Período, em ambos os períodos, é nulo, em consequência do nº1. do artigoº 40 do Regime Jurídico da Atividade Empresarial Local e das Participações Locais.

DEMONSTRAÇÃO DOS FLUXOS DE CAIXA PREVISIONAL

31.dezembro.2022

Unidade monetária: Cêntimo de euro

RUBRICAS	Períodos	
	2021	Orc 2022
Fluxos de caixa das actividades operacionais - método directo		
Recebimentos de clientes	+	2.668.390,80
Pagamentos a fornecedores	-	1.093.130,39
Pagamentos ao pessoal	-	1.886.895,84
Caixa gerada pelas operações	+/-	(311.635,43)
Pagamento/recebimento do imposto sobre o rendimento	-/+	(2.990,97)
Outros recebimentos/pagamentos	+/-	476.354,40
Fluxos de caixa das actividades operacionais (1)	+/-	161.728,00
Fluxos de caixa das actividades de investimento		
Pagamentos respeitantes a:		
Activos fixos tangíveis	-	366.760,00
Activos intangíveis	-	8.500,00
Investimentos financeiros	-	5.416,92
Recebimentos provenientes de:		
Activos fixos tangíveis	+	0,00
Investimentos financeiros	+	2.274,16
Subsídios ao investimento	+	13.865,96
Fluxos de caixa das actividades de investimento (2)	+/-	(364.536,80)
Fluxos de caixa das actividades de financiamento		
Recebimentos provenientes de:		
Financiamentos obtidos	+	879.166,20
Pagamentos respeitantes a:		
Financiamentos obtidos	-	493.604,91
Juros e gastos similares	-	160.314,89
Fluxos de caixa das actividades de financiamento (3)	+/-	225.246,40
Variação de caixa e seus equivalentes (1)+(2)+(3)		22.437,60
Efeito das diferenças de câmbio	+/-	0,00
Caixa e seus equivalentes no início do período	+/-	7.562,40
Caixa e seus equivalentes no fim do período	+/-	30.000,00

O Contabilista Certificado

O Órgão de Gestão

31.dezembro.2022

ORÇAMENTO DE RENDIMENTOS

Descrição	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maio	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	TOTAL	Variações relativas entre PAO 2022 e o ano de 2019			
														Coef. 1% +/-	Coef. 2% +/-	Coef. 3% +/-	Coef. 4% +/-
Dermocosmética/aparelhos/outras	2 696,73	3 029,74	9 836,30	10 928,08	9 411,17	10 900,20	13 644,86	21 359,70	24 017,63	20 298,48	17 318,19	14 033,50	157 473,50	-25,0%	-25,0%	-20,0%	-10,0%
Meninas	2 696,73	3 029,74	9 836,30	10 948,08	9 411,17	10 900,20	13 644,86	21 359,70	24 017,63	20 298,48	17 318,19	14 033,50	157 473,50	-25,0%	-25,0%	-20,0%	-10,0%
Banho/terapia	30 915,53	48 309,56	182 327,42	159 948,74	203 563,53	225 385,91	270 982,73	395 895,22	462 226,02	396 499,32	227 563,24	37 717,08	2 641 334,30	-35,0%	-35,0%	-20,0%	-10,0%
Fisioterapia	4 053,63	4 402,14	15 497,29	22 140,44	27 705,52	26 556,56	27 627,63	38 813,05	39 522,64	34 096,95	31 558,86	4 139,62	275 114,33	-25,0%	-20,0%	-20,0%	-10,0%
Bem-Estar Terapêutico	13 505,06	6 638,34	15 410,08	26 013,06	21 218,05	20 031,28	32 058,27	52 851,95	28 324,96	24 369,80	16 112,74	26 435,87	282 969,46	15,0%	15,0%	15,0%	15,0%
Consultas	6 750,00	9 900,00	32 640,00	29 670,00	31 530,00	32 625,00	40 162,34	55 963,18	62 356,46	50 577,52	31 627,35	5 299,05	389 100,00	-25,0%	-25,0%	-20,0%	-10,0%
Outros	11,97	0,00	24,61	0,00	103,65	895,99	535,83	619,66	898,86	527,86	824,56	0,00	4 442,09				
Prestações de Serviços	55 238,18	69 250,04	245 899,44	237 771,24	284 120,73	305 494,74	371 386,88	544 143,04	593 328,84	504 071,45	307 886,75	73 591,63	3 392 981,08	-22,4%	-22,1%	-18,1%	-8,3%
Volumen de Negócios	57 931,72	72 279,78	255 735,70	248 700,32	293 531,72	316 394,94	385 011,66	565 592,76	616 146,57	576 349,93	325 004,94	87 624,12	3 750 415,56	-23,7%	-23,7%	-19,1%	-9,7%
IPEP	3 348,51	2 708,27	2 508,15	1 962,24	1 625,75	1 825,76	1 825,76	912,86	0,00	0,00	0,00	0,00	16 997,33				
Subvenções à Exploração	3 348,51	2 708,27	2 508,15	1 962,24	1 625,75	1 825,76	1 825,76	912,86	0,00	0,00	0,00	0,00	16 997,33				
Rendimentos Suplementares	2 211,32	3 957,45	4 176,53	4 490,31	4 712,60	7 151,89	14 258,06	23 167,00	39 229,40	36 241,06	36 344,97	35 510,69	211 451,28				
Descontos Pronto Pagamento	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	24,15	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	24,15				
Rendimentos e Ganhos Investimento	883,73	883,73	883,73	883,73	883,73	883,73	883,73	883,73	883,73	883,73	883,73	883,73	10 604,76				
Outros Sub-Investimento	1 078,62	1 078,62	1 078,62	1 078,62	5 662,70	5 662,70	5 662,70	5 662,70	5 662,70	5 662,70	5 662,70	5 662,70	49 616,85				
Outros Rendimentos e Ganhos	4 173,87	5 220,00	6 139,04	6 462,84	11 259,05	13 723,43	20 804,46	29 713,43	48 775,83	42 787,45	41 891,45	42 057,14	271 697,04	(a)			
IVA Liquidado	3 238,18	3 222,68	3 814,23	6 496,46	7 046,54	7 230,82	10 634,95	17 211,26	12 249,63	10 395,15	7 976,76	9 307,73	102 323,78				
IVA a Pagar						3 453,29	1 049,33	3 391,08	6 570,84	4 537,35	4 941,16	7 976,76	14 101,28	9 146,45	7 256,01	60 473,28	

(a) 271 697,04 Euros mais 228 970,62 Euros (estimativa da compensação do equilíbrio orçamental) = 500 667,66 Euros que corresponde ao montante do PAO 2022 apresentado na demonstração dos resultados por natureza previsionais.

ORÇAMENTO DO CUSTO DAS MERCADORIAS E PONCEMENTOS E SERVIÇOS EXTERNOS

Descrição	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maio	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	TOTAL	Unidade Monetária: Euro			
														Coef. 1% +/-	Coef. 2% +/-	Coef. 3% +/-	Coef. 4% +/-
Mercadorias	1 366,43	1 298,27	4 135,70	4 735,23	3 845,70	4 768,17	5 464,01	8 286,45	4 181,15	8 882,75	7 615,50	10 197,70	64 777,06				
Materiais diversos	1 752,12	6 353,74	4 281,13	11 091,03	25 384,54	17 135,15	12 953,13	13 635,60	23 095,02	9 342,48	7 235,93	7 433,71	139 693,71				
Custo das Mercadorias Vendidas	3 118,58	7 653,01	8 414,43	15 626,24	29 236,34	31 903,31	18 417,14	21 923,31	27 278,17	18 225,14	14 851,43	17 631,41	204 470,78				
Trabalhos Especializados	10 424,31	10 947,96	50 276,03	41 805,06	39 409,78	39 277,09	50 533,63	61 580,38	79 864,74	49 529,21	30 651,90	6 595,54	470 895,63				
Publicidade e Propaganda	21 050,21	1 828,48	10 549,85	1 202,40	8 650,45	1 477,75	2 662,35	4 145,27	6 468,91	1 716,12	0,00	7 809,10	67 560,90				
Vigilância e Segurança	0,00	304,15	0,00	0,00	0,00	607,21	22,82	0,00	885,51	0,00	0,00	0,00	1 819,69				
Honorários	6 558,40	2 951,20	2 951,20	2 951,20	2 951,20	2 951,20	1 401,20	4 701,20	3 354,95	4 006,20	6 123,35	2 951,20	43 852,50				
Conservação e Reparação	1 125,76	1 370,24	6 364,18	2 968,92	335,46	88,44	927,86	249,31	5 546,50	2 539,29	4 795,77	150,18	26 462,41				
Serviços Bancários	368,83	549,36	696,95	1 156,32	1 025,82	1 089,99	1 250,93	1 883,51	1 945,92	1 444,86	1 153,84	169,40	12 755,74				
Ouros	49,12	-49,12	274,60	1 597,48	1 495,99	1 550,00	2 407,23	12 329,70	7 974,95	3 451,21	3 500,00	1 384,46	37 648,12				
Ferramentas e Utensílios	7 742,88	1 667,48	4 356,59	495,99	4 213,13	3 488,84	4 185,50	5 307,64	2 227,63	816,42	2 555,62	356,41	37 394,13				
Material Escolar	90,18	161,95	306,49	125,04	746,02	295,36	115,52	954,46	713,14	640,52	445,49	315,00	4 097,17				
Artigos Oferta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1 378,56	165,44	639,50	2 183,80				
Material Conservação	2 500,36	4 996,05	4 488,16	1 087,89	1 170,57	1 032,06	562,36	660,57	1 360,23	8 659,41	376,38	0,00	26 894,04				
Material Bem-Estar	0,00	1 547,49	94,51	0,00	0,00	0,00	521,36	15,04	1 199,40	0,00	390,24	0,00	3 776,04				
Outros	73,06	177,81	383,80	104,95	586,00	618,04	306,06	696,71	470,82	119,09	175,38	195,38	3 909,10				
Eletrodomésticos	663,45	11 597,61	12 120,10	12 000,00	15 000,00	19 330,86	25 631,04	14 460,60	31 779,61	32 629,57	12 846,88	12 500,00	200 559,72				
Combustíveis	390,94	643,43	2 242,98	464,28	801,02	7 331,27	3 448,34	3 020,28	4 921,36	9 490,37	3 269,51	1 415,09	37 438,87				
Agua	68,66	289,31	68,66	132,61	66,31	0,00	220,65	132,61	0,00	754,71	100,00	50,00	1 883,52				
Outros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	15,00				
Deslocações e Estadas	158,79	116,79	213,79	163,69	228,75	188,99	343,78	1 374,04	509,06	198,59	2 054,15	0,00	5 560,42				
Transporte Mercadorias	4,43	1,02	12,73	5,32	0,00	30,28	763,02	5,26	0,00	24,87	673,34	2,88	1 523,15				
Rendas e Alugueres	9 807,65	9 176,91	9 748,54	9 210,50	34 394,22	20 417,82	9 117,59	9 820,00	10 391,63	11 195,00	9 176,91	9 176,91	152 409,68				
Comunicação	606,53	3 827,36	400,07	618,59	561,94	431,57	493,94	536,43	471,85	582,44	363,47	774,05	9 748,24				
Seguros	2 398,97	49,44	0,00	41,51	41,51	85,82	1 222,15	9 035,42	396,79	11 722,16	144,32	0,00	25 138,09				
Contencioso e Notariado	5,00	0,00	275,00	30,00	0,00	98,57	108,57	14,28	28,56	0,00	39,54	25,00	624,52				
Despesas Representação	1 664,52	2 985,20	1 357,40	2 173,65	721,29	30,00	760,64	65,70	1 531,95	3 027,00	296,60	2 137,76	16 751,71				
Limpeza, Higiene e Conforto	0,00	0,00	347,81	93,12	2 748,13	1 797,00	1 416,00	1 237,00	537,00	347,00	0,00	0,00	8 523,06				
Outros Serviços	39,13	36,95	41,82	1 061,33	159,17	16,23	0,00	215,43	74,72	0,00	605,00	108,73	2 358,8				

ORÇAMENTO DOS GASTOS COM O PESSOAL

31.dezembro.2022

Descrição	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maior	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Unidade Monetária: Euro
	3 222,84	3 455,89	3 237,84	3 212,84	3 207,84	5 855,49	3 197,84	3 247,84	3 242,84	3 640,69	5 842,41	3 222,84	44 587,20
Orgãos Sociais	3 222,84	3 455,89	3 237,84	3 212,84	3 207,84	5 855,49	3 197,84	3 247,84	3 242,84	3 640,69	5 842,41	3 222,84	44 587,20
Encargos Sociais	3 222,84	3 455,89	3 237,84	3 212,84	3 207,84	5 855,49	3 197,84	3 247,84	3 242,84	3 640,69	5 842,41	3 222,84	44 587,20
Pessoal do Município	4 742,71	4 742,71	4 982,71	4 907,71	4 957,71	9 095,42	4 982,71	4 907,71	4 957,71	9 095,42	4 742,71	67 072,94	
Pessoal Contratado	7 924,30	7 924,30	29 903,84	47 133,51	51 273,42	61 524,00	70 694,00	70 721,00	82 939,45	82 939,45	147 700,00	7 924,30	666 601,56
Pessoal Quadro Empresa	70 454,64	70 454,64	70 454,64	70 454,64	70 454,64	133 346,61	71 172,48	69 641,78	70 454,64	70 454,64	132 286,26	70 454,64	970 375,16
Pessoal Estágios	3 720,57	3 098,08	2 786,83	2 180,27	2 028,62	2 028,62	1 014,31	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	18 685,92
Estudativas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	8 907,69
Pessoal CEI	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Pessoal	86 842,24	86 219,73	108 138,02	124 987,06	128 734,34	205 996,89	148 877,85	146 284,00	158 351,00	167 259,44	289 081,66	83 121,70	1 733 843,25
Encargos Orgãos Sociais	747,30	746,92	747,46	747,19	747,13	1 367,01	747,03	747,57	747,52	747,08	1 367,18	784,67	10 244,06
Encargos Pessoal	111 316,76	17 892,46	21 930,09	26 426,00	27 010,47	45 495,00	31 538,00	31 245,00	33 631,63	33 631,63	62 050,00	17 566,62	366 741,68
Estudativas Férias + Sub Férias	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2 115,58	0,00	0,00	2 115,58
Encargos FCT	22,01	21,30	28,00	33,17	50,58	58,14	63,25	65,50	72,13	76,19	77,85	62,05	630,47
Encargos	19 086,04	18 660,54	22 713,51	27 206,36	27 808,18	46 970,21	32 348,24	32 058,07	34 651,44	36 570,44	63 455,03	18 413,34	379 731,74
Seguro Adentes Trabalho	1 424,58	1 424,58	1 424,58	1 424,58	1 424,58	1 424,58	1 424,58	1 424,58	1 424,58	1 424,58	1 424,58	1 424,58	17 094,96
Vestuário	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Formação	0,00	0,00	0,00	0,00	145,00	145,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	290,00
Higiene, Seg Medecina Trabalho	38,23	165,51	772,81	38,23	550,21	884,11	38,23	38,23	884,00	38,23	38,23	38,23	3 524,25
Reembolso Despesas ADSE	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	609,66	817,28	0,00	649,88	2 076,82
Outros	2 656,88	2 656,88	2 656,88	2 656,88	2 656,88	2 656,88	2 656,88	2 656,88	2 656,88	2 656,88	2 656,88	2 656,88	31 682,56
Outros Gastos	4 119,61	4 244,92	4 834,27	4 119,06	4 776,61	5 110,51	4 119,06	4 119,06	5 575,11	4 936,97	4 119,61	4 789,51	54 646,51
Gastos com o Pessoal	113 279,81	112 583,76	138 933,66	159 505,08	164 507,08	263 880,06	188 543,61	185 710,46	201 621,24	212 407,61	362 538,83	109 527,41	2 213 030,84
Reg Social Pessoal	8 829,66	8 637,76	10 506,99	12 585,48	12 856,15	21 704,51	14 953,01	14 817,61	15 922,91	15 922,77	29 371,17	8 499,54	174 603,91
Reg Social Total	27 893,76	27 272,34	33 191,34	39 758,61	40 613,78	68 344,52	47 238,14	46 810,18	50 304,18	50 301,44	92 789,35	26 830,85	551 589,74
Dec IRS	3 000,00	3 800,00	3 000,00	36 000,00									

ORÇAMENTO DE INVESTIMENTOS

31.dezembro.2022

Descrição	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maior	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Unidade Monetária: Euro
Ativos Fixos Tangíveis													
Projecto Geotermia	279 049,18	279 049,18	279 049,18	279 049,18	279 048,45	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1 116 195,99
Total de Ativos Fixos Tangíveis	279 049,18	279 049,18	279 049,18	279 049,18	279 048,45	0,00	1 116 195,99						
Ativos Fixos Intangíveis													
Projecto AquAtopic	6 353,83	6 353,83	6 353,83	6 353,83	6 353,83	6 353,83	6 353,83	6 353,83	6 353,83	6 353,83	6 353,83	6 353,83	76 245,96
Total de Ativos Fixos Intangíveis	6 353,83	6 353,83	6 353,83	6 353,83	6 353,83	6 353,83	6 353,83	6 353,83	76 245,96				
Total Investimentos	285 403,01	285 403,01	285 403,01	285 402,28	6 353,83	6 353,83	6 353,83	6 353,83	6 353,83	6 353,83	6 353,83	6 353,83	1 192 441,95
DEPRECIAÇÕES													
Ativos Fixos Tangíveis	0,00	0,00	0,00	0,00	6 559,64	6 559,64	6 559,64	6 559,64	6 559,64	6 559,64	6 559,64	6 559,64	52 477,12
Depreciações Ativos Fixos Tangíveis	0,00	0,00	0,00	0,00	6 559,64	6 559,64	6 559,64	6 559,64	6 559,64	6 559,64	6 559,64	6 559,64	52 477,12
Ativos Fixos Intangíveis	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Projecto AquAtopic	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Depreciações Ativos Fixos Intangíveis	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total Depreciações	0,00	0,00	0,00	0,00	6 559,64	6 559,64	6 559,64	6 559,64	6 559,64	6 559,64	6 559,64	6 559,64	52 477,12

ORÇAMENTO DE DEPRECIAÇÕES, OUTROS GASTOS E GASTOS E PERDAS DE FINANCIAMENTO

31.dezembro.2022

Descrição	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Mai	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Unidade Monetária: Euro	TOTAL
Depreciações Ativos Fixos Tangíveis	31 316,85	31 004,94	30 979,88	30 905,31	37 323,81	37 323,51	37 323,78	37 323,36	37 323,67	37 323,76	37 186,64	37 218,20	422 553,71	
Depreciações Ativos Fixos Intangíveis	661,51	661,51	661,50	657,33	370,78	370,79	370,78	370,76	370,78	370,79	370,79	370,78	5 608,10	
Depreciações do Exercício	31 978,36	31 666,41	31 641,34	31 562,64	37 694,54	37 694,30	37 694,54	37 694,14	37 694,49	37 694,55	37 557,41	37 588,96	428 161,81	
Impostos	3 055,92	721,21	721,21	1 071,24	7 246,83	1 083,43	2 297,76	6 812,88	1 162,77	1 590,30	6 016,77	9 819,07	41 599,39	
Perdas em Inventários	0,00	0,00	2,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	44,91	6,49	0,00	390,20	443,60	
Otros Gastos	156,06	3 355,90	1 367,44	1 929,79	1 349,81	394,57	3 374,41	78,89	9 201,50	85,51	38,64	2 224,22	23 556,74	
Outros Gastos	3 211,98	4 077,11	2 090,65	3 001,03	8 596,64	1 478,00	5 672,17	6 891,77	10 409,18	1 682,30	6 055,48	12 433,44	65 599,73	
Juros Suportados	10 695,38	11 129,53	11 028,62	11 276,13	12 709,15	11 299,44	11 245,67	11 536,39	11 319,62	11 118,01	11 338,00	11 118,00	135 813,94	
Outros Gastos Perdas Financiamento	1 731,00	340,00	213,00	1 464,00	4 706,00	262,00	1 529,00	104,00	216,00	1 375,00	6 170,00	318,00	18 428,00	
Gastos e Perdas Financiamento	12 426,38	11 469,51	11 241,64	12 740,13	17 415,15	11 561,44	12 774,67	11 640,39	11 535,67	12 493,01	17 508,00	11 436,00	154 241,94	

ORÇAMENTO DE TESOURARIA

31.dezembro.2022

RUBRÍCAS	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Unidade Monetária: Euros	TOTAL
1. Recebimentos														
1.1. Clientes	102 015,61	72 279,78	255 735,70	248 700,32	293 531,92	316 394,94	305 011,66	565 502,76	616 346,57	526 369,93	325 004,94	67 073,79	3 773 967,92	
1.2. Estado e Outros Entes Públicos/IVA	3 729,16	2 223,66	5 812,33	8 496,46	7 068,56	7 320,32	10 634,96	17 211,20	12 245,53	10 395,11	7 878,76	9 307,73	102 323,78	
1.3. Outros Recibimentos	3 095,05	4 841,18	5 060,26	5 374,04	5 596,33	8 059,77	15 141,79	24 050,73	40 113,13	37 124,79	37 228,70	36 394,42	222 080,19	
1.4. Equivalo Financeiro	0,00	0,00	0,00	724 598,16	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	724 598,16	
Total	108 839,83	79 344,82	266 608,28	987 168,88	306 198,83	331 775,03	410 788,41	606 764,85	668 705,24	573 889,83	370 111,40	112 775,84	4 822 970,03	
2. Pagamentos														
2.1. Fornecedores	82 265,04	70 333,97	63 779,04	118 147,21	95 679,10	144 124,69	124 325,51	128 410,65	155 281,85	191 280,66	164 014,28	95 242,06	1 432 884,06	
2.2. Impostos	39 971,90	48 808,79	32 727,56	37 241,91	46 150,22	50 184,59	76 124,37	55 180,29	57 788,46	67 404,34	61 470,13	103 045,42	676 097,97	
2.3. Despesas com o Pessoal	80 952,49	80 886,33	101 316,56	115 322,64	119 468,75	190 889,86	136 880,94	134 475,64	146 894,53	155 565,99	265 324,88	61 063,57	1 589 042,19	
2.4. Seguro de Acidentes de Trabalho	1 424,58	1 424,58	1 424,58	1 424,58	1 424,58	1 424,58	1 424,58	1 424,58	1 424,58	1 424,58	1 424,58	1 424,58	17 094,96	
2.5. Desp. Financeiras de Funcionamento	10 695,38	11 129,53	11 028,62	11 276,13	12 709,15	11 299,44	11 245,67	11 536,39	11 319,62	11 118,01	11 338,00	11 118,00	135 813,94	
2.7. Outros Custos Operacionais	4 942,08	4 417,11	2 303,65	4 465,03	13 302,84	1 740,00	7 201,17	6 995,77	10 625,18	3 057,00	12 225,41	12 751,49	84 027,73	
Total	220 253,12	217 000,30	212 580,00	287 677,50	288 734,83	399 663,16	357 202,24	338 023,80	383 334,23	429 850,86	315 197,24	284 645,14	3 934 910,83	
3. Saldo de Tesouraria	-111 412,55	-137 655,68	54 028,29	699 291,48	17 462,38	-67 888,13	53 586,17	268 741,38	285 371,00	144 038,9%	-145 684,88	-171 869,18	888 009,20	

ORÇAMENTO FINANCEIRO

31.dezembro.2022

RUBRÍCAS	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	Unidade Monetária: Euros	TOTAL
1. Origens														
1.1. Saldo de Tesouraria	-111 412,55	-137 655,68	54 028,29	699 291,48	17 462,38	-67 888,13	53 586,17	268 741,38	285 371,00	144 038,9%	-145 684,88	-171 869,18	888 009,20	
1.5. Financiamentos Bancários CC	319 367,59	127 663,62	0,00	334 262,35	142 881,74	21 407,44	0,00	0,00	0,00	0,00	220 678,49	246 862,79	1 413 144,02	
1.7. Outros - Subsídios Não Reembolsáveis	340 027,10	170 013,55	170 013,55	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	850 067,75	
Total	228 834,54	351 725,46	351 725,46	869 305,04	351 724,73	74 993,61	74 993,61	288 741,38	285 371,00	144 038,9%	74 993,61	74 993,61	3 151 220,97	
2. Aplicações														
2.1. Investimento Act. Fixos Tangíveis	0,00	279 049,18	279 049,18	279 048,45	279 048,45	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1 116 195,99	
2.2. Investimento Act. Fixos Intangíveis	6 353,83	6 353,83	6 353,83	6 353,83	6 353,83	6 353,83	6 353,83	6 353,83	6 353,83	6 353,83	6 353,83	6 353,83	76 245,96	
2.4. Reembolso Financ. Bancários Corrente	66 322,45	66 322,45	66 322,45	66 322,45	66 322,45	68 639,78	68 639,78	68 639,78	68 639,78	68 639,78	68 639,78	68 639,78	812 090,71	
2.5. Reembolso Financ. Bancários CC	155 938,27	0,00	0,00	517 579,57	0,00	0,00	0,00	193 747,77	210 377,39	69 045,34	0,00	0,00	1 146 688,34	
Total	228 634,54	351 725,46	351 725,46	869 305,04	351 724,73	74 993,61	74 993,61	288 741,38	285 371,00	144 038,9%	74 993,61	74 993,61	3 151 221,00	
3. Saldo do mês (1-2)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
4. Disponibilidades Iniciais	30 000,00	30 000,00	30 000,00	29 999,99	29 999,99	29 999,98	29 999,98	29 999,98	29 999,97	29 999,98	29 999,98	29 999,98	30 000,00	
5. Disponibilidades Finais (3)+(4)	30 000,00	30 000,00	29 999,99	29 999,99	29 999,98	29 999,98	29 999,98	29 999,97	29 999,98	29 999,98	29 999,97	29 999,97	30 000,00	

V
K
H
g.





TERMALISTUR E.M.S.A. - TERMAS DE S. PEDRO DO SUL
PRAÇA DR. ANTÓNIO JOSÉ DE ALMEIDA, 3660-692 VÁRZEA
SÃO PEDRO DO SUL, PORTUGAL +351 232 720 300



WWW.TERMAS-SPSUL.COM