TERMAS
SÃO PEDRO
DO SUL

SE COMO A ÁGUA

PLANO DE ATIVIDADES E ORÇAMENTO

2023

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

EDIÇÃO

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

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

Praça Dr. António José de Almeida
Termas de S. Pedro do Sul

3660-692 Várzea

Contactos

Telefone: 00351 232 720 300
Email: geral@termas-spsul.com

Página Oficial

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

Dra. Margarida Cecilia Pais de Oliveira Carragoso

Controlo do Documento

EDIÇÃO	DESCRIÇÃO
01 (17/10/2022)	_01 Versão Inicial

ÍNDICE

TERMALISTUR
Termas S. Pedro do Sul, E.M.
Submetido em reunião realizada no dia 18/11/022
foi deliberado: tomar conhecimento e remeter o PAO à Assembleia Geral para aprovação.
O Presidente do Conselho de Administração

TERMALISTUR
Termas S. Pedro do Sul, E.M.
Anexo II
Reunião de 18/11/022

Tabela de *Conteúdo*

Mensagem do CA	04
Nota Introdutória	05
Eixos Intervenção	06
Objetivos Estratégicos Gerais (Termalismo Terapêutico)	08
Objetivos Estratégicos Gerais (Bem-estar Termal)	10
Objetivos Estratégicos Gerais (Fisioterapia)	12
Objetivos Estratégicos Gerais (Dermocosmética e Merchandising)	14
Objetivos Estratégicos Gerais (Áreas Transversais)	16
Considerações Finais	25
Demonstrações Financeiras	26

Mensagem do CA

O ano de 2023 será um ano de continuidade e conscencialização, onde a estratégia de atuação da Termalistur irá ser ajustada às tendências de mercado, sempre em constante mudança e atendendo à exigência cada vez maior dos próprios utentes.

A Termalistur continuará a ser resiliente na sua capacidade em combinar dinâmicas de flexibilidade, adaptação e coesão, contando com o envolvimento basilar de todos, por forma a cumprir os objetivos delineados para o próximo ano.

É com esta consciência de "compromisso com o futuro" que a Termalistur desenha o caminho a percorrer, mas também com a certeza de que conta com a inigualável competência, empenho, profissionalismo e motivação de cada um dos seus colaboradores que, comprometidos com o serviço que prestam, são cada um deles a unidade estruturante do bem maior que assim se ambiciona continuar a construir a longo prazo.

Nota Introdutória

O ano económico de 2023 acontece num ambiente económico-social e político marcado por uma tripla crise: climática (secas cíclicas), sanitária (pandemia da covid-19) e geopolítica (invasão da Rússia à Ucrânia ou guerra na europa). Este contexto provocou um abrandamento da economia mundial, ruturas na logística de transportes e fornecimentos, aumento dos preços do crude (petróleo), aumento dos preços de vários bens alimentares, aumento dos custos energéticos e o aumento da inflação.

Assim sendo, o presente Plano de Atividades para o ano de 2023 pretende reunir uma série de medidas que potenciem o crecimento da Empresa de forma dinâmica e consciente em todos os níveis de atuação, sempre a par com missão, visão e valores que dignificam a imagem da Termalistur.

As linhas orientadoras que se expõem neste documento traduzem a missão de um legado a manter, trabalhando diariamente, e em conjunto, para a Termalistur estar sempre um passo à frente nas melhores práticas do termalismo potenciando ainda uma série de métricas: qualidade, investigação, inovação, atendimento e acolhimento, no contexto do termalismo nacional e também europeu, continuando a liderar o segmento do termalismo terapêutico.

Focando este caminho, a Termalistur pretende reconquistar a estabilidade e a dinâmica de desenvolvimento e progresso que ambicionamos, embora mantendo a prudência que a atualidade recomenda, mas sempre com esperança e motivação.

Desta forma, o plano de atividades para 2023 assenta num cariz dinâmico e flexível aos reajustes necessários e inopinados que possam vir a ocorrer, na medida do que se revelar necessário, mas necessariamente apto para responder adequadamente às exigências e desafios que se lhe vão colocar, em que para tal o empenho de todos, será determinante para um desenlace, com mérito, do cumprimento da missão da Termalistur, como tem sido marca da sua atuação.

Tendo em conta as atribuições e competências da Termalistur, o PAO 2023 encontra-se organizado em **cinco Eixos Estruturantes: Termalismo Terapêutico, Bem-Estar Termal, Fisioterapia, Dermocosmética e Merchandising e Áreas Transversais.**

EIXOS

Eixos Intervenção

Perante um ambiente nacional e internacional de grande complexidade e incerteza, motivado pela pandemia e pela guerra, impõem-se novos e exigentes desafios. Este plano de ação com um conjunto alargado de medidas/ações reflete, por um lado, uma visão prudente quanto ao ano de 2023, não descurando, contudo, a necessária ambição em continuar o caminho de desenvolvimento para alcancorar as Termas de S. Pedro do Sul ao lugar de prestígio e reconhecimento que hoje ocupam.

Não obstante os constrangimentos orçamentais que têm pautado a estratégia definida a diferentes níveis, nomeadamente no que respeita à atração de novos recursos humanos e de clientes, ao investimento na formação especializada dos que integram a empresa e ainda no que concerne a investimentos infraestruturais (como tecnologias de informação, instalações,equipamento, entre outros), a Termalistur tem procurado atingir as metas a que se tem proposto, seguindo as melhores práticas para a promoção de saúde, procurando revolucionar o setor do termalismo em Portugal.

Importa também neste período, seguindo a linha de continuidade dos projetos em curso e num quadro de inovação, delinear soluções que permitam refinar processos, desburocratizar, incrementar a eficácia e eficiência, no sentido da modernização e atualização da organização.

A Termalistur pretende apostar fortemente em novas estratégias de comunicação e publicidade nas áreas de negócio em que atua, nomeadamente em ferramentas digitais, capazes connectar as pessoas à escala global. Para isso, conta com um corpo clínico e profissionais especializados de referência, capazes de levar à prática tratamentos termais para as diferentes patologias, tendo como elemento central as características únicas, referenciadas e reconhecidas pela Direção Geral de Saúde da sua água termal.

A fim de suprir as fragilidades existentes, preferências e expetativas dos clientes, e tendo em conta os fatores externos e internos que condicionam a atividade da empresa, foram definidos, com base nas áreas de atividade, **CINCO GRANDES EIXOS ESTRATÉGICOS,** nos quais se pretende intervir, de uma forma integrada, sistémica e transversal.

Atendendo às linhas estratégicas de ação e aos eixos de intervenção/atuação definidos, este Plano de Atividades contempla um conjunto de medidas especificas a serem aplicadas durante o ano de 2023.

EIXOS

5 Grandes Eixos Estratégicos

Eixo
Intervenção

Termalismo
Terapêutico.

Eixo
Intervenção

Bem-Estar
Termal

Eixo
Intervenção

Fisioterapia

Eixo
Intervenção

Dermocosmética e
Merchandising

Eixo
Intervenção

Áreas Transversais

Objetivos Estratégicos
Termalismo Terapêutico

Enquadramento Geral

Com uma crescente procura do **termalismo terapêutico,** (aumentando os seus clientes em cerca de 40% em relação ao ano anterior) e sendo esta valência um pilar estratégico será dada primazia ao rejunenescimento do cliente que procura tratamentos termais. Pretende-se, assim, estruturar programas terapêuticos mais estimulantes ao público jovem, difundindo a mensagem dos efeitos terapêuticos, tanto na atuação de patologias existentes como na prevenção das mesmas, de forma eficaz apostando em conteúdos mais informais e priorizando as necessidades de cada nicho de mercado específico, personalizando e individiualizando o serviço o mais possível.

Apenas através da definição e optimização dos processos internos, orientando-os para uma gestão por objetivos e para a promoção da melhoria contínua, bem como da introdução de modelos e ferramentas que potenciem a melhoria do desempenho, podemos assegurar a prestação de serviços de excelência.

Atividades/Medidas a desenvolver/implementar

- Desenvolver e promover serviços de excelência, com **foco no conceito *"user experience"*,** personalizando individualmente o serviço, sem perder a **qualidade e o rigor**;
- Ampliar e diversificar a **carteira de serviços** disponível, com a introdução de **novas experiências**;
- Instituir uma **cultura de inovação e sustentabilidade,** melhorando ao mesmo tempo, **a eficácia das operações;**
- Promover **confiança nos serviços,** transmitindo essa mensagem para o mercado, de forma limpa e inquestionável junto dos clientes digitais e ao nível das próprias instalações tanto nas infraestruturas como no atendimento ao cliente;
- Melhorar o serviço do atendimento do **Balneário D. Afonso Henriques** permitindo uma **gestão mais eficiente de recursos humanos** e desta forma **minimizar o tempo de espera dos clientes;**
- Definir e implementar medidas, com o auxílio do departamento de marketing, para recuperar os clientes perdidos durtante a pandemia, através do aprofundamento do **conhecimento dos mercados,** numa fase particularmente complexa e desconhecida;

Objetivos Estratégicos
Termalismo Terapêutico

- Definir medidas para **atenuação da sazonalidade,** considerando o respetivo **impacto negativo na rentabilidade dos investimentos turísticos**, através da oferta de produtos estruturados cuja fruição e consumo pode prolongar-se ao longo do ano;

- Promover a **oferta de serviços que funcionem de forma mais eficiente, inteligente e transparente,** através da exploração do potencial de transformação das tecnologias digitais e da utilização inteligente dos dados;

- Criação de um **Guia de Atendimento** padronizado, para definição de **procedimentos internos**, de forma a uniformizar o atendimento equalitativamente;

- Aumentar a **capitação do cliente** (€) no segmento do termalismo terapêutico;

- Executar **ações ergonómicas** de forma a melhorar conforto e grau satisfação do cliente;

- Implementar **medidas de incentivo à prática do termalismo terapêutico de famílias e crianças**, através da dinamização de **ações de sensibilização,** criação de **pacotes atrativos** e **envolvimento da equipa médica na credibilização** dos seus efeitos na saúde e prevenção da doença;

- Aumentar o **envolvimento das comunidades locais,** para que possam usufruir e tirar partido das propriedades únicas deste recurso natural, através da **criação de condições de frequência vantajosas para os residentes no concelho;**

- Aumentar o **número de contatos com celebração protocolos/parcerias com entidades/empresas/ associações,** através de uma oferta mais direcionada e adaptada, com a **elaboração de convenções e/ou acordos de faturação.**

Meta a atingir

Com o cumprimento dos objetivos estratégicos definidos para este eixo, prevemos atingir as seguintes metas:

- aumentar a **faturação da valência de termalismo terapêutico em 12,5%,** em relação a 2022;

- aumentar a **taxa de fidelização para 85%**, concedendo um voucher de desconto em dermocosmética (face a 2022: 70%);

- aumentar o **número de tratamentos em 36 000** (face a 2022: 296 731);

- aumentar o **número de clientes em 1000** (face a 2022: 9000);

- aumentar a **taxa de satisfação do cliente para 85%** (com referência a 2017: 80%).

Objetivos Estratégicos *Bem-Estar Termal*

Enquadramento Geral

Face às preferências e expectativas de quem procura uma experiência de puro relaxamento e lazer e, simultaneamente, estar em contacto com a beleza natural circundante, num conceito mais descontraído do tipo "*eco-resort*", serão disponibilizadas novas experiências, tendo também em vista o projeto do novo Balneário Rainha D.ª Amélia, interligando os serviços de bem-estar disponíveis a outras atividades/serviços em complemento com a natureza envolvente, apostando na criação de programas únicos, autênticos e sustentáveis.

Atividades/Medidas a desenvolver/implementar

- Manter a aposta na **prestação e promoção de serviços de excelência;**
- Expandir/ajustar a carteira de serviços, **aumentando e/ou diversificando a oferta disponível,** criando produtos autênticos e diferenciadores da concorrência, de forma a ir ao encontro das novas tendências do mercado da atualidade, melhorando a "***user experience***";
- Promover a **valorização e melhoria de competências dos profissionais** afetos ao serviço de Bem-estar, capacitando e retendo recursos humanos;
- Promover a **flexibilidade horária e modalidades de organização do trabalho** que facilitem a conciliação da vida profissional, familiar e pessoal, para trabalhadores deste setor;
- Promover uma **formação especializada (dermatologia)** para os profissionais deste setor;
- Manter a aposta na **utilização exclusiva dos produtos *AQVA Thermal Skincare* nos serviços em gabinete**, por forma a torná-los exclusivos, personalizados e simultâneamente divulgar a linha de produtos;
- **Optimizar espaço/equipamentos,** alargando horários e reduzindo recursos humanos necessários;
- Aumentar a **capitação do cliente** que procura os serviços de bem-estar termal;
- Manter o programa ***Aqua Night***, em horário noturno, nos meses de maior afluência de clientes;
- Seduzir clientes potenciais com **ofertas promocionais** atrativas, em datas específicas, e com campanhas de atuação estratégicas;
- Promover o "*cross selling*" oferecendo vouchers de desconto para aquisição de dermocosmética.

Objetivos Estratégicos *Bem-Estar* Termal

Metas a atingir

Com o cumprimento dos objetivos estratégicos definidos para este eixo, prevemos atingir as seguintes metas:

- aumentar a **faturação em 15%,** relativamente ao ano de 2022;
- aumentar o **número de clientes em 550** (face ao ano de 2022: 6 300);
- aumentar o **grau de satisfação do cliente em 85%** (referência ao ano de 2017: 80%).

Objetivos Estratégicos Fisioterapia

Enquadramento Geral

As instalações do serviço de Medicina Física e Reabilitação sofreram, no presente ano, desenvolvimentos positivos a nível das infraestruturas e equipamentos, aprimorando e diferenciando a oferta disponível deste setor. A própria equipa de técnicos especializados conta com elementos jovens, motivados, dedicados e dinâmicos e tendo como objetivo corresponder às expectativas de cada cliente, individualizando a sua experiência e promovendo o fator diferenciador da água termal, aliado ao rigor das técnicas aplicadas, oferecendo um serviço de excelência.

Atividades/Medidas a desenvolver/implementar

- Manter a aposta num **atendimento humanizado, diferenciador, profissional e personalizado**;
- **Reformular/adaptar/personalizar a oferta de serviços** disponíveis, **capacitando e dotando as equipas** de todas as ferramentas, de forma melhorar a experiência do cliente, promover melhores resultados de saúde e reduzir custos;
- Manter a aposta na **investigação e realização de ensaios clínicos**, bem como dinamização dos resultados para demonstração dos efeitos sinérgicos das águas termais aliados às técnicas e equipamentos de última geração, que tornam este serviço tão eficaz e diferenciador;
- Definir **estratégias para aumentar a fidelização de clientes**, seja através de descontos, vantagens ou brindes;
- Apostar na prestação de cuidados de medicina física e reabilitação desportiva através: da celebração de protocolos com clubes e federações; da prestação de cuidados a atletas no âmbito da medicina desportiva, estabelecendo protocolos com instituições, nomeadamente universitárias; da prestação de cuidados a não atletas, no âmbito da promoção da saúde e prevenção das doenças através da actividade física.

Objetivos Estratégicos Fisioterapia

Metas a atingir

Com o cumprimento dos objetivos estratégicos definidos para este eixo, prevemos atingir as seguintes metas:

- aumentar a **faturação em 15%** relativamente ao ano de 2022;
- aumentar o **número de clientes em 90** (face ao ano de 2022: 691);
- aumentar o grau de satisfação do cliente em 85% (referência ao ano de 2017).

Objetivos Estratégicos
Dermoscosmética e Merchandising

Enquadramento Geral

A aposta na renovação da gama de *merchandising* "Termas São Pedro do Sul" deverá ser repensada, não só com vista a aumentar a faturação neste setor de negócio, mas também produzindo os artigos previstos e alinhados com a nova imagem das Termas São Pedro do Sul de acordo com o requinte e efeito mais *clean* que pretendemos seguir.

A marca AQVA sofreu uma requalificação a nível de imagem e *packaging* ainda no seguimento do processo de *Rebranding*. Assim, pretende-se reposicionar e expandir a marca, demarcando as linhas de produtos existentes e promover os benefícios dos mesmos com a componente imprescindível da água termal das Termas de São Pedro do Sul.

Atividades/Medidas a desenvolver/implementar

- Colocar no mercado **novos produtos *Aqva Thermal Skincare*** e as referências existentes garantindo a intergração das alterações decorrentes do projeto de *rebanding* global da marca;
- Alargar o **público-alvo consumidor destes produtos**, através da introdução de novas referências e de campanhas de *maketing* direcionadas aos novos *targets;*
- Aumentar os **canais de distribuição da marca,** com base no seu **posicionamento no mercado**, valorizando a sua personalidade, emoção, confiança e própria essência;
- Melhorar o acesso e usabilidade do *website* da loja online, com a contínua atualização das informações sobre os produtos, esclarecimento de dúvidas e avisos sobre rutura de stocks;
- Implementar medidas e ações que permitam efetuar um acompanhamento do **interesse, satisfação e fidelização dos clientes à marca AQVA;**
- Aumentar o **número de ações** que contribuam para a associação/relação entre a identidade da marca AQVA e a identidade corporativa "Termas São Pedro do Sul";
- Realizar **ações temáticas na Loja Termal** a fim de promover os produtos de dermocosmética e *merchandising* potenciando o volume de vendas;
- **Escoar stocks de artigos de *merchandising*,** através de promoções competitivas por forma a ser possível renovar a oferta disponível;
- Praticar **campanhas competitivas para oferta de artigos de *merchandising*** na compra de tratamentos de um valor considerável, em épocas pertinentes (natal, dia da criança, carnaval).

Objetivos Estratégicos
Dermoscosmética e Merchandising

Metas a atingir

Com o cumprimento dos objetivos estratégicos definidos para este eixo, prevemos atingir as seguintes metas:

- **aumentar a faturação em 20%** no que toca à dermocosmética em geral (face ao ano de 2022: 106 739,00€);
- **aumentar a faturação em dermocosmética na loja online em 10%** (face ao ano de 2022: 3 645,05€);
- **aumentar a faturação em 12,5%** em *merchandising* (face a 2022: 25 176,00€);
- Lançar **quatro novos produtos de dermocosmética**, sendo que três pertencem ao projeto **AqvaTopic**.

Objetivos Estratégicos
Áreas Transversais

Enquadramento Geral

A sociedade contemporânea, com desafios e mudanças e em constante mutação, requer organizações que acompanhem as transformações progressivas, antecipando-as tanto quanto possível, no âmbito da sua missão e atribuições.

Neste contexto, para um desempenho consonante, importa consolidar as suas áreas de competência e a sua estrutura organizacional, atualizando a sua orgânica e dotando-a de recursos adequados de forma a potenciar a capacidade instalada e reorientar a sua atividade, e assim prestar serviços adequados e de excelência.

As pessoas são um dos recursos mais importantes nas organizações modernas. Todavia, para a eficácia, eficiência e qualidade do desempenho das entidades, os outros recursos que os complementam – financeiros, tecnológicos e organizacionais – também emergem como fundamentais para um excelente funcionamento organizacional.

Assim sendo, importa consolidar o capital humano e desenvolver a modernização administrativa, e tecnologia designadamente na gestão dos processos.

As empresas têm um papel crítico para apoiar um crescimento sustentável, regenerativo e inclusivo, sendo impossível fazer face à emergência climática, à perda galopante de biodiversidade e às desigualdades e assimetrias sociais.

As empresas são motores de desenvolvimento económico que impulsionam a inovação e tecnologia, são uma fonte de investimento privado e possuem cadeias de valor (onde ocorrem os principais impactos).

Importa assim, organizar a empresa para que seja mais responsiva às expectativas dos cidadãos e das empresas e que preste serviços mais simples, integrados e inclusivos. Isto implica ter serviços que funcionem de forma mais eficiente, inteligente e transparente, o que é possível através da exploração do potencial de transformação das tecnologias digitais e da utilização inteligente dos dados.

Ao mesmo tempo, é importante também garantir que este processo de transformação é feito com respeito pelos princípios da confiança e da proteção da privacidade e dos dados.

Atividades/Medidas a desenvolver/implementar

Recursos Humanos

- Apostar na **realização de formação** "à medida" e de forma transversal, colmatando necessidades mais direcionadas e específicas;

Objetivos Estratégicos
Áreas Transversais

- Incrementar a **formação interna**, recorrendo ao conhecimento de vários colaboradores mais experientes, disseminando conhecimentos e experiência;

- Procurar **entidades formadoras** que correspondam, com qualidade, experiência, tecnicidade e conhecimento, às solicitações particulares desta área de negócio;

- Reorganizar os **recursos humanos nas áreas funcionais,** conciliando sempre que possível **as necessidades e os interesses dos trabalhadores,** de forma a promover a melhoria dos serviços prestados, dando resposta eficaz às necessidades das áreas funcionais mais exigentes;

- Melhorar as condições de trabalho através de intervenções no espaço físico, nomeadamente, na renovação das instalações, na implementação de medidas de eficiência energéticas e renovação de equipamentos;

- Apostar na internalização de competências (desenvolvimento de capacidades e competências críticas);

- Promover iniciativas de **Responsabilidade Social,** incentivando as melhores práticas sustentáveis neste domínio;

- (Re)adequar os **perfis funcionais aos postos de trabalho** do mapa de pessoal de toda a organização;

- Redesenhar e publicar o **Plano de Acolhimento e Integração,** ferramenta indispensável no âmbito da **Gestão dos Recursos Humanos**, a fim de ser elemento facilitador do processo de acolhimento, integração/socialização de novos trabalhadores, garantindo uma mais rápida identificação e integração na cultura organizacional;

- Rever os **manuais de procedimentos internos** que conduzirão a significativos ganhos de eficiência internamente e na relação da empresa com os parceiros externos;

- Promover **atividades de *team building***, que reforçem o desempenho e satisfação dos colaboradores, contribuindo para a melhoria das relações interpessoais e do clima organizacional e para o reforço do trabalho em equipa;

- Melhorar o modelo de avaliação da satisfação de funcionários;

- Incrementar os eventos de socialização, proporcionando mais momentos de confraternização no seio da comunidade da Termalistur;

- Salvaguardar direitos adquiridos pelos colaboradores através da aprovação da **Política Social da Termalistur.**

Governação e Gestão

- Desenvolvimento e implementação de **medidas de desmaterialização, uniformização e simplificação** dos processos de *back-office*;

- **Prossecução das obras de recuperação/melhoria** de equipamentos/infraestruturas através da procura de financiamento/outros;

Objetivos Estratégicos
Áreas Transversais

- Dinamizar a **comunicação interna**, promovendo reuniões sectoriais e transversais;

- Manter a aposta no **investimento em novas tecnologias e/ou processos**;

- Promover medidas que facilitem a **conciliação da vida profissional, familiar e pessoal do/a trabalhador/a**;

- Integrar **práticas sustentáveis e investimentos em práticas sustentáveis,** de forma a alcançar a sustentabilidade corporativa;

- Garantir a **atualização do cadastro** do ativo imobilizado;

- Aumentar sustentadamente os **níveis de satisfação dos utilizadores** e **consequentemente da sua fidelização,** incorporando o *feedback* e as expetativas dos utentes na otimização do funcionamento e atendimento, de forma a garantir a celeridade e a qualidade dos serviços prestados;

- Garantir a **elaboração e divulgação interna de KPI's** operacionais para acompanhamento da sua evolução;

- Assegurar a **excelência da operação e a qualidade dos serviços prestados,** suportada pelo aumento da eficiência dos processos e na racionalização dos meios envolvidos;

- Promover a eficiência da gestão/execução de Projetos.

Comunicação e *Marketing*

- Continuar a fomentar e prosseguir com as **práticas de comunicação interna** (partilha de informação e desenvolvimento da cultural organizacional) **e externa** (novos canais de comunicação e assessoria de imprensa) da empresa através da composição de conteúdos informativos destinados à sua divulgação;

- Cultivar o **vínculo de relacionamento com o mercado, assegurando a gestão adequada das ferramentas implementadas,** nomeadamente: website, correio eletrónico, whatsapp, redes sociais e devidas publicações e chatbox do *Messenger*;

- Assegurar a **comunicação e informação interna** enquanto organização, promovendo a intercomunicação entre os diferentes departamentos que compõem a organização, por forma a ser possível colocar em prática uma comunicação corporativa e organizacional;

- Garantir o **suporte técnico** dos principais sistemas/ programas utilizados na organização;

- **Reavaliar, tecnicamente** e com prioridade, o *website* institucional e a loja *online*, de forma a acautelar as intervenções que possam vir a ocorrer, particularmente, a nível *mobile* e a nível da acessibilidade;

- **Garantir o *design* gráfico decorrente dos resultados do projeto de *rebranding*** da marca Termas São Pedro do Sul e do seu *slogan* "Sê como a água" nos diferentes canais de comunicação, tendo por base **as normas de utilização e demais diretrizes que constam no *Brandbook***, preservando a identidade da própria marca e os seus valores;

Objetivos Estratégicos
Áreas Transversais

- **Consolidar a qualidade da estratégia editorial** (produção de conteúdos), procurando corresponder às necessidades de cada nicho de mercado específico nas diferentes plataformas a gerir, aliando ferramentas de *marketing* imprescindíveis para melhor nos adaptarmos a cada um dos segmentos;

- Melhorar a **acessibilidade dos serviços de atendimento,** nos vários canais de atuação, tornando-os mais inclusivos, aprofundando o *marketing* social e relacional;

- Apoiar a implementação e usabilidade do **Sistema de Gestão Documental (FileDoc) e dos seus Processos:** gestão de entradas e saídas de documentos; *workflows*; informatização dos processos, templates, assim como outros relevantes na usabilidade eficiente de todos os usuários, diariamente no contexto laboral;

- **Disponibilizar *reports* trimestrais** que permitam à administração monitorizar e atuar em tempo real;

- **Gerir ativos físicos** (gestão de *stock* informático; monitorização dos equipamentos; alertas; atualização dos equipamentos e *software*, entre outros);

- **Apoiar na conceção** de guias, normas e conteúdos de atendimento público, transversais à disponibilização de serviços da empresa;

- **Aplicar os inquéritos de satisfação do cliente** desenvolvidos de forma digital (*website*) e em formato físico em ambos os balneários termais (*tablet*), por forma a recolher dados relevantes para melhor conhecer o mercado, conseguindo assim, monitorizar estratégias prévias e adequadas de forma flexível a uma atualidade em constante mudança, tendo em conta o comportamento do consumidor;

- **Adquirir um novo *booking* de imagens publicitárias** (com modelos) para utilização e disseminação nos demais canais de comunicação, por forma a promover as práticas termais tanto em jovens como em séniores, potenciar a importância e diferenciação da medicina física e reabilitação nas nossas instalações pela utilização da água termal nas diferentes faixas etárias, promover o bem-estar apaziguando o corpo e a mente e, também, potenciar a visita a São Pedro do Sul, fomentando a cidade como sendo um destino turístico de qualidade;

- **Criar campanhas de solidariedade** com organizações sem fins lucrativos em meses propícios e alusivos a uma determinada patologia e/ou deficiência (p.e. outubro – mês rosa): a fim de transferir a quantia angariada para uma instituição pertinente, tanto a nível regional como a nível nacional;

- Levar **diferentes tipos de comunicação digital a micro-segmentos** pertinentes consoante a temática a publicitar, direcionando e controlando o que cada usuário vê online: nas temáticas sobre AVC, é necessário promover cada

Objetivos Estratégicos
Áreas Transversais

vídeo ou publicação consoante o orçamento disponível, apenas para usuários que sigam o padrão digital de quem procura sobre a patologia ou já sofreu da mesma; o mesmo se designa às restantes temáticas, levando informação pertinente a quem procura pela mesma e não levar todas as publicações a todo o mercado (*marketing* em massa);

- **Adquirir e implementar ferramentas de CRM** mais personalizadas, promovendo o *marketing* relacional, estreitando o relacionamento com o cliente e levando até ao mesmo soluções para as suas necessidades ou criando interesse para mais tarde converter a venda: *newsletters* personalizadas, com descontos exclusivos para quem é assinante, sendo assim possível segmentar o mercado a nível digital; utilizar o sms *marketing* para relembrar o cliente que deixou itens no carrinho (loja *online*), desconto exclusivo de aniversário, relembrar anualmente, caso ainda não tenha efetuado a marcação da consulta, que deverá fazê-lo preservando a continuidade a longo prazo dos benefícios dos tratamentos termais, entre outras estratégias pertinentes;

- Apresentar **documentos digitais em formato interativo (sem digitalização) no *website***, folheando o documento de forma mais acessível e sem perder qualidade, principalmente a nível de imagens e a nível cromático;

- Integrar **um novo *chatbot* no *website***, por forma a alcançar mais público (potenciais clientes) iniciando automaticamente uma conversa no *chat*; automatizar questões/respostas, por forma a oferecer uma maior rapidez no acesso à informação por parte do cliente;

- Desenvolver uma **ferramenta de comunicação interna** e espaço de partilha de conhecimento;

- *Desenvolver helpdesk* multilíngue para suporte por *e-mail;*

- Desenvolver uma **agenda anual de eventos e respetivos materiais de divulgação,** que vá ao encontro das preferências do mercado;

- Apoiar na **realização e promoção de eventos internos e de entidades externas;**

- Editar **materiais promocionais gráficos, audiovisuais e de formato *online* inerentes à atividade,** de acordo com a nova identidade/imagem da marca Termas São Pedro do Sul;

- Colocar **painéis publicitários** em locais estratégicos nos edifícios termais, bem como outros meios de divulgação de protudos/serviços;

- Dotar os **órgãos de gestão/decisão com informação complementar para a avaliação, implementação de medidas e/ou procedimentos** de cariz estratégico ou operacional;

- Aumentar a **projeção internacional, através da criação de programa embaixadores Termas São Pedro do Sul,** com a disponibilização de *pack* material para divulgação, potenciando iniciativas como ações de sensibilização (presenciais e a nível digital).

Objetivos Estratégicos
Áreas Transversais

Investigação e Desenvolvimento

- **Organizar *Webinars*/Seminários/Palestras** ou outros que permitam a disseminação e a partilha/discussão de conhecimento sobre a prática termal e áreas abrangentes;

- **Aprofundar o conhecimento existente sobre o termalismo e áreas abrangentes,** através da criação de um repositório/centro documental;

- **Submeter candidaturas a financiamento de projetos de investigação,** reforçando a capacidade de aceder a fontes de financiamento alternativo;

- Desenvolver a **cooperação interinstitucional** na investigação;

- Promover a **disseminação dos resultados dos estudos/ trabalhos de investigação/artigos/etc.,** nas várias plataformas disponíveis, e de uma forma compreensível e apreensível ao público e à comunidade médica, para que o termalismo terapêutico seja encarado como mais uma ferramenta terapêutica;

- Desenvolver **projeto de investigação para o desenvolvimento de lamas termais,** em parceria com 2 universidades portuguesas;

- Desenvolver **novo produto cosmético com água termal,** a lançar no mercado como **"edição comemorativa"** em parceria com marca de cosmética portuguesa de referência;

- Finalizar, o projeto **AquATOPIC** com o lançamento de 3 **novos produtos cosméticos** direcionados para a **dermatite atópica.**

Modernização e Sustentabilidade

- disponibilizar Serviço de envio de fatura por *email* - fatura sem papel;

- Corresponder aos desafios societais, nas **áreas da inovação e transformação e sustentabilidade,** através da adoção de medidas concordantes com os ODS (Objetivos de Desenvolvimento Sustentável);

- **Melhorar a eficiência** na utilização dos recursos: elaborar diagnóstico nos vários edifícios; implementar medidas de redução do consumo; encerrar as instalações em alguns períodos do ano; elaborar candidaturas a medidas de eficiência energética;

- **Reforçar a cooperação institucional** com entidades da sociedade civil em matérias relacionadas com a cidadania e a responsabilidade social;

- **Aplicar medidas de sustentabilidade ambiental** que se traduzam em maior eficiência económica e energética e reforcem a imagem de responsabilidade social da Termalistur;

- Dar seguimento ao compromisso de sustentabilidade ***Biosphere,*** assegurando a respetiva monitorização e divulgação;

Objetivos Estratégicos
Áreas Transversais

- **Reforçar as medidas de responsabilidade ambiental**: dar continuidade ao programa de redução do consumo de água e energia utilizando metodologias de controlo de consumos por áreas críticas; continuar a implementação da rega gota a gota e reutilização de água da chuva para rega; avaliar a viabilidade de instalação de uma UPAC (unidade de produção para autoconsumo) com painéis fotovoltaicos e consequente produção de eletricidade para consumo próprio; reforçar a utilização de materiais reciclados; reforçar os estímulos à redução do lixo e à separação dos resíduos; consolidar e reforçar os espaços verdes;

- Adotar **medidas que promovam o envelhecimento ativo,** proporcionando uma estadia mais harmoniosa, atrativa e dinâmica, e promovendo a socialização através da promoção e dinamização de atividades sociculturais, desportivas, cognitivas, musicais, intergeracionais, culinárias, comemorativas e intelectuais;

- Preparação para a certificação ISO 21426;

- Elaborar relatório de sustentabilidade de acordo com o compromisso assumido no **projeto piloto "Empresas 360º" do Turismo de Portugal**;

- **Identificar futuras oportunidades de negócio** dentro de mercados em crescimento e que poderão beneficiar de soluções inovadoras;

- **Aumentar o valor da sustentabilidade corporativa** através dos incentivos económicos a uma mais eficiente utilização de recursos e da internalização das externalidades;

- Produzir conhecimento científico que reforce a **vertente inovadora da Termalistur** (produção de publicações, apresentações ou outros);

- Desenvolver novo espaço interpretativo intergeracional das Termas de São Pedro do Sul, alusivo à figura da Rainha D. Amélia;

- Desenvolver e documentar uma **estratégia de privacidade,** atribuindo funções e responsabilidades em matérias de privacidade, proteção de dados e segurança da informação;

- Definir uma **Política de Conservação e Eliminação de Dados,** de modo a garantir o cumprimento do princípio da limitação da conservação;

- **Monitorizar a conformidade com as políticas e procedimentos** relacionados com a segurança, confidencialidade, integridade e disponibilidade da informação e o cumprimento do RGPD;

- promover a utilização da **energia Geotérmica,** nomeadamente na sua rede de distribuição para o setor do turismo termal nas Termas de São Pedro do Sul, por forma a tirar o melhor partido deste recurso endogéneo (contrato com o Fundo de Apoio à Inovação visa estender-se até 30 junho de 2023).

Relações Externas

Num ambiente cada vez mais global, a Internacionalização e as Relações Externas é uma área estratégica essencial que a empresa tem vindo a desenvolver, ampliando a sua rede de relações nacionais e internacionais, projetando-se e afirmando-se como referência.

Com vista a dinamizar a Internacionalização e as Relações Externas propõem-se as seguintes medidas/ações:

- Ampliar **a rede de parcerias nacionais e internacionais;**
- **Promover a projeção** das Termas São Pedro do Sul a nível nacional e internacional, através produção de materiais institucionais promocionais bilingues, nomeadamente, brochuras e/ou vídeo de apresentação institucional;
- Estreitar as relações com a **sociedade civil**;
- Aprofundar a **participação em estruturas** (Associações, Redes, etc), nacionais ou estrangeiras, relacionadas com o Termalismo e todas as áreas de negócio subjacentes;
- **Cooperar** em articulação e complementariedade com os diferentes atores locais, regionais e nacionais, explorando sinergias e interdependências entre as respetivas competências e estratégias, **procurando maximizar capacidades, impacto e força do termalismo em Portugal**;
- Reforçar a **participação em eventos e redes internacionais** relacionados com o setor ou áreas adjacentes;
- Participar em **eventos/iniciativas/outros que permitam dar uma maior visibilidade interna e externa, bilateral e multilateral** ao termalismo português, e em especial às Termas São Pedro do Sul;
- Reforçar a cooperação entre as cidades termais da Europa através da rede **EHTTA (*European Historic Thermal Towns Association*)**;
- Incentivar, promover e desenvolver investigação, análises, estudos e **estatísticas no setor**.

Metas a atingir

Com o cumprimento dos objetivos estratégicos definidos para este eixo, prevemos atingir as seguintes metas:

- **aumentar o número de participantes** nas atividades do Posto de Turismo **em 20%** (face ao ano de 2022: 970 pessoas);

Objetivos Estratégicos
Áreas Transversais

- **aumentar o número de seguidores nas redes sociais: *Instagram* em 40%, *Facebook* em 10% e *LinkedIn* em 10%** (face ao ano de 2022, respetivamente, 7 000 utilizadores, 45 300 gostos na página e 450 seguidores);
- **aumentar o número de usuários do *website* das Termas São Pedro do Sul em 10%** (face ao ano de 2022: 1,7 mil utilizadores);
- **aumentar o número de ações de formação internas para 15** (face ao ano de 2022: 8);
- **aumentar o número de publicações científicas** por ano para **3** (face ao ano de 2022: 2);
- manter os gastos em energia elétrica face ao ano anterior;
- **aumentar a receita com a venda de energia geotérmica** de 7 280€ para **96 000€** (2º semestre), o que representa uma subida de aproximadamente 92%.

Considerações Finais

Por todas as razões esplanadas neste documento, conclui-se que a dedicação e esforço dos elementos da organização como um todo é imprescindível e inerente ao crescimento progressivo da mesma, principalmente após dois anos atípicos e com bastantes obstáculos ainda pela frente, tornando o futuro uma incerteza. Assim, pretendemos ser capazes de trabalhar em conjunto para alcançar os objetivos delineados de forma eficaz e consciente.

A Termalistur pretende abrir ainda mais portas na sua área de atuação e não ser apenas pioneira no termalismo clássico, mas também em outras valências que lhe são inerentes e que afirmamos ser capazes de caminhar a par com todos os envolvido, tanto interna e externamente, numa promessa de oferecermos um futuro melhor.

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 São Pedro do Sul, 18 de novembro de 2022

O Conselho de Administração

Demonstrações Financeiras/Previsionais

Para efeitos comparativos, os montantes apresentados relativos ao ano de 2022, foram determinados com base extrapolação realizada com recurso ao balancete analítico de outubro de 2022.

Adicionalmente, os montantes de 2022, 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.

Financeiras

REFERENCIAL CONTABILÍSTICO NA ELABORAÇÃO DAS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS PREVISIONAIS DO ANO DE 2023

Referencial Contabilístico

As demonstrações financeiras previsionais foram preparadas, a partir dos registos contabilísticos da Entidade e de acordo coma s 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 2022, 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 2022, 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 228.970,62€.

Esta compensação, encontra-se registada nas contas estimadas finais de 2022 e no PAO 2023, 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 2023 — Unidade Monetária: Cêntimo de Euro

RUBRICAS	PERÍODOS	
	2022	Orc 2023
ACTIVO		
Activo Não Corrente		
Activos Fixos Tangíveis	13 129 694,70	13 479 791,16
Activos Intangíveis	23 811,88	44 259,21
Outros Actvos Financeiros	12 928,61	12 928,61
	13 166 435,19	13 536 978,98
Activo Corrente		
Inventários	159 935,91	143 387,56
Clientes	44 082,69	22 458,11
Estado e Outros Entes Públicos	3 576,74	3 576,74
Outros Creditos a Receber	1 016 914,61	66 897,89
Diferimentos	1 652,79	1 652,79
Caixa e Depósitos Bancários	30 000,00	30 000,00
	1 256 162,74	267 973,09
Total do Activo	**14 422 597,93**	**13 804 952,07**
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	951 497,54	926 353,23
	4 082 913,44	4 057 769,13
Resultado Líquido do Período		8 495,33
Total do Capital Próprio	4 082 913,44	4 066 264,45
Passivo		
Passivo Não Corrente		
Financiamentos Obtidos	8 001 712,63	7 008 261,08
Outras Dividas a Pagar	276 226,31	268 926,35
	8 277 938,94	7 277 187,43
Passivo Corrente		
Fornecedores	181 665,04	74 740,19
Estado e Outros Entes Públicos	109 336,26	46 308,02
Financiamentos Obtidos	1 001 815,52	2 079 185,24
Diferimentos	37 174,07	37 174,07
Outros Passivos Financeiros	731 754,66	224 092,67
	2 061 745,55	2 461 500,19
Total do passivo	10 339 684,49	9 738 687,62
Total do Capital Próprio e do Passivo	**14 422 597,93**	**13 804 952,07**

A Contabilista Certificada

O Orgão de Gestão

DEMONSTRAÇÃO DOS RESULTADOS POR NATUREZA PREVISIONAL

31.Dezembro.2023 — Unidade Monetaria: Cêntimo de Euro

RENDIMENTOS E GASTOS	PERÍODOS	
	2022	Orc 2023
Vendas e Serviços Prestados	3 708 199,05	4 098 604,29
Subsídios à Exploração	82 561,19	37 240,59
Custo das Mercadorias Vendidas e das Matérias Consumidas	(156 186,50)	(165 483,47)
Fornecimentos e Serviços Externos	(1 052 707,25)	(1 039 248,82)
Gastos como Pessoal	(2 284 818,26)	(2 322 788,14)
Outros Rendimentos	309 096,45	167 863,21
Outros Gastos	(46 097,46)	(42 372,60)
Resultados antes Depreciações, Gastos Financiamento e Impostos	560 047,22	733 815,05
Gastos/Reversões de Depreciação e de Amortização	(382 192,19)	(390 462,37)
Resultado Operacional (Antes Gastos Financiamento e Impostos)	177 855,03	343 352,69
Juros e Gastos Similares Suportados	(177 855,03)	(334 857,36)
Resultado Antes de Impostos		8 495,33
Imposto sobre o Rendimento do Período		
Resultado Líquido do Período		8 495,33

A Contabilista Certificada

O Orgão de Gestão

DEMONSTRAÇÃO DE FLUXOS DE CAIXA PREVISIONAL

31.Dezembro.2023 — Unidade monetária: Cêntimo de euro

RUBRICAS		Períodos	
		2022	PAO 2023
Fluxos de caixa das actividades operacionais - método directo			
Recebimentos de clientes	+	3 752 575,43	4 382 422,73
Pagamentos a fornecedores	-	1 055 125,00	1 805 020,44
Pagamentos ao pessoal	-	2 225 532,05	2 286 788,14
Caixa gerada pelas operações	+/-	**471 918,38**	**290 614,15**
Pagamento/recebimento do imposto sobre o rendimento	-/+	0,00	
Outros recebimentos/pagamentos	+/-	396 906,79	(16 391,72)
Fluxos de caixa das actividades operacionais (1)	+/-	**868 825,17**	**274 222,43**
Fluxos de caixa das actividades de investimento			
Pagamentos respeitantes a:			
Activos fixos tangíveis	-	25 714,70	732 265,14
Activos intangíveis	-	13 812,90	28 741,02
Investimentos financeiros	-	8 144,35	
Recebimentos provenientes de:			
Activos fixos tangíveis	+	0,00	
Investimentos financeiros	+	6 808,15	
Subsídios ao investimento	+	13 865,96	721 046,09
Fluxos de caixa das actividades de investimento (2)	+/-	**(26 997,84)**	**(39 960,07)**
Fluxos de caixa das actividades de financiamento			
Recebimentos provenientes de:			
Financiamentos obtidos	+	432 320,23	1 756 552,01
Pagamentos respeitantes a:			
Financiamentos obtidos	-	1 094 535,81	1 672 633,84
Juros e gastos similares	-	181 015,44	318 180,54
Fluxos de caixa das actividades de financiamento (3)		**(843 231,02)**	**(234 262,37)**
Variação de caixa e seus equivalentes (1)+(2)+(3)		**(1 403,69)**	**(0,00)**
Efeito das diferenças de câmbio	+/-		
Caixa e seus equivalentes no início do período	+/-	31 403,69	30 000,00
Caixa e seus equivalentes no fim do período	+/-	30 000,00	30 000,00

A Contabilista Certificada — **O Orgão de Gestão**

ORÇAMENTO DE RENDIMENTOS

31.Dezembro.2023 — Unidade Monetária: Euro

Descrição	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maio	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	TOTAL
Dermocosmetica	552,48	2 152,54	3 584,93	6 184,57	6 125,71	38 104,26	7 842,65	10 898,60	12 654,35	9 486,16	15 178,16	15 323,04	128 087,45
Outros	716,74	1 663,45	2 075,97	2 474,73	4 031,79	19 798,04	4 240,09	6 534,89	7 043,14	6 837,11	5 253,44	1 421,21	62 090,60
Vendas	**1 269,22**	**3 815,99**	**5 660,90**	**8 659,30**	**10 157,50**	**57 902,30**	**12 082,74**	**17 433,49**	**19 697,49**	**16 323,27**	**20 431,60**	**16 744,25**	**190 178,05**
Balneoterapia	19 768,55	48 890,70	135 073,25	126 119,44	250 759,52	234 566,04	279 945,21	410 697,26	468 600,27	445 959,03	256 008,65	42 431,72	2 718 819,64
Fisioterapia	5 232,15	16 669,82	21 302,17	26 462,82	31 230,62	34 316,78	30 139,76	52 189,43	44 042,02	52 978,85	35 503,72	4 657,07	354 725,21
Bem Estar Termal	4 659,39	19 203,77	24 626,47	36 443,17	29 801,23	35 816,81	42 166,20	78 460,13	54 401,36	46 574,93	18 529,65	30 401,25	421 084,36
Consultas	4 609,41	10 545,37	23 014,67	23 923,06	42 890,87	35 481,61	39 993,62	60 664,83	67 426,69	61 681,19	35 580,77	5 961,43	411 773,52
Outros	148,17	0,00	15,37	31,83	81,20	10,98	217,32	113,04	186,58	291,39	927,63	0,00	2 023,51
Prestações de Serviços	**34 417,67**	**95 309,66**	**204 031,93**	**212 980,32**	**354 763,44**	**340 192,22**	**392 462,11**	**602 124,69**	**634 656,92**	**607 485,35**	**346 550,42**	**83 451,47**	**3 908 426,24**
Volume de Negocios	35 686,89	99 125,65	209 692,83	221 639,62	364 920,94	398 094,52	404 544,85	619 558,18	654 354,41	623 808,66	366 982,02	100 195,72	4 098 604,29
IEFP	1 951,63	1 942,27	1 960,99	1 923,55	1 960,99	1 932,91	1 871,86	1 960,99	1 960,99	1 942,27	1 942,27	1 942,27	23 292,99
ARPT	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1 500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1 500,00	3 000,00
AgvAtopic	1 824,60	1 824,60	1 824,60	1 824,60	1 824,60	1 824,60							10 947,60
Subsidios à Exploração	**3 776,23**	**3 766,87**	**3 785,59**	**3 748,15**	**3 785,59**	**5 257,51**	**1 871,86**	**1 960,99**	**1 960,99**	**1 942,27**	**1 942,27**	**3 442,27**	**37 240,59**
Rendimentos Suplementares	2 310,54	2 219,86	2 219,86	2 219,86	2 219,86	3 082,95	18 644,86	18 644,86	18 389,86	18 264,86	18 264,86	18 264,86	124 747,09
Descontos Pronto Pagamento	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
Rendimentos e Ganhos Investimento	889,32	889,32	889,32	889,32	889,32	889,32	889,32	889,32	889,32	889,32	889,32	889,32	10 671,84
Outros Sub Investimento	1 078,82	1 078,82	1 078,82	1 078,82	1 078,82	1 078,82	4 328,56	4 328,56	4 328,56	4 328,56	4 328,56	4 328,56	32 444,28
Outros Rendimentos e Ganhos	**4 278,68**	**4 188,00**	**4 188,00**	**4 188,00**	**4 188,00**	**5 051,09**	**23 862,74**	**23 862,74**	**23 607,74**	**23 482,74**	**23 482,74**	**23 482,74**	**167 863,21**
IVA Liquidado	**1 232,81**	**4 911,95**	**6 492,16**	**9 811,70**	**8 281,87**	**17 004,37**	**11 552,02**	**20 578,51**	**15 465,73**	**12 961,07**	**7 966,15**	**10 516,59**	**126 774,93**
IVA a Pagar			**683,90**	**3 816,94**	**4 673,73**	**8 388,34**	**5 910,16**	**14 623,96**	**9 109,89**	**17 832,60**	**12 611,91**	**10 508,76**	**88 160,19**

ORÇAMENTO DO CUSTO DAS MERCADORIAS E FONECIMENTOS E SERVIÇOS EXTERNOS

31.Dezembro.2023

Unidade Monetária: Euro

Descrição	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maio	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	TOTAL
Mercadorias	651,48	1 808,52	2 282,83	3 370,56	4 408,75	21 406,77	4 776,59	7 028,09	7 854,31	7 053,82	4 978,64	2 883,16	**68 503,52**
Materiais diversos	1 574,74	1 956,45	5 132,84	4 826,22	9 507,09	13 307,57	7 283,19	11 294,60	14 600,35	11 327,32	13 667,54	2 502,04	**96 979,95**
Custo das Mercadorias Vendida	**2 226,22**	**3 764,97**	**7 415,67**	**8 196,78**	**13 915,84**	**34 714,34**	**12 059,78**	**18 322,69**	**22 454,66**	**18 381,14**	**18 646,18**	**5 385,20**	**165 483,47**
Trabalhos Especializados	6 436,16	9 462,26	31 889,14	19 297,86	37 038,52	33 603,43	46 794,24	54 810,06	58 045,44	47 846,26	23 464,73	11 741,27	**380 429,37**
Publicidade e Propaganda	0,00	11 733,81	6 369,37	4 789,35	12 502,92	399,82	2 297,79	5 017,70	834,03	637,02	476,76	595,45	**45 654,02**
Vigilancia e Segurança	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**
Honorarios	2 134,78	3 218,10	3 080,09	2 600,05	3 763,09	2 600,05	3 044,09	2 014,26	3 332,76	2 000,00	2 595,45	8 296,08	**38 678,80**
Conservação e Reparação	1 586,48	2 707,73	4 559,51	1 162,35	3 021,29	3 102,16	5 163,59	439,78	1 021,36	437,08	3 173,50	2 874,57	**29 249,40**
Serviços Bancarios	275,97	375,30	577,94	744,50	936,71	912,71	1 084,92	1 590,10	1 609,05	1 388,01	690,32	273,68	**10 459,21**
Outros	950,00	0,00	0,00	1 905,00	3 860,23	3 540,01	3 297,72	4 528,03	5 065,05	1 685,00	420,00	1 764,00	**27 015,04**
Ferramentas e Utensílios	1 325,96	968,32	590,37	2 437,86	3 446,72	127,03	3 205,60	1 578,70	1 469,39	1 572,44	1 838,55	543,36	**19 104,30**
Material Escritorio	357,83	837,51	408,58	123,38	894,09	156,74	294,86	800,12	165,01	459,10	531,61	242,57	**5 271,40**
Artigos Oferta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	4 038,24	**4 038,24**
Material Tratamentos	0,00	0,00	164,20	43,81	443,45	60,00	278,56	0,00	120,00	1 400,99	53,22	0,00	**2 564,23**
Material Conservação	2 447,06	6 246,94	2 649,91	4 184,65	1 986,37	2 516,16	1 853,64	1 302,18	423,50	2 697,84	1 588,06	1 791,19	**29 687,50**
Material Bem Estar	248,14	0,00	939,46	0,00	1 868,91	0,00	924,19	1 178,88	1 507,69	0,00	614,93	133,48	**7 415,68**
Outros	0,00	273,83	69,30	29,70	0,00	413,27	36,87	961,20	65,76	260,15	0,00	0,00	**2 110,08**
Electricidade	105,08	4 129,81	8 891,12	7 398,22	9 828,12	10 733,99	12 292,48	10 461,91	10 985,56	10 094,48	10 094,48	21 091,93	**116 107,18**
Combustiveis	2 450,50	293,96	6 254,30	4 382,13	3 101,79	2 724,39	2 730,63	6 058,97	2 661,55	4 750,66	4 750,66	(3 604,13)	**36 555,41**
Agua	2 500,00	2 500,00	4 000,00	4 000,00	4 000,00	5 102,49	7 500,00	8 000,00	12 187,05	10 867,96	10 867,96	5 433,98	**76 959,44**
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	**0,00**
Deslocações e Estadas	36,20	0,00	414,48	154,55	236,55	117,15	90,70	93,50	9,15	125,40	88,20	0,00	**1 365,88**
Transporte Mercadorias	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	21,60	0,00	0,00	0,00	**21,60**
Rendas e Alugueres	9 834,30	9 262,67	9 838,72	9 316,67	14 265,61	14 687,12	13 463,02	14 111,07	14 789,02	9 089,21	9 176,91	9 176,91	**137 011,23**
Comunicação	466,11	433,34	509,50	479,21	543,91	372,00	646,48	558,88	432,45	301,29	535,82	518,68	**5 797,67**
Seguros	9 846,06	148,06	102,82	4 999,71	44,32	102,82	6 680,97	664,14	305,29	5 497,25	109,43	102,82	**28 603,69**
Contencioso e Notariado	0,00	5,00	380,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	28,51	11,88	28,29	0,00	**453,68**
Despesas Representação	1 904,70	675,50	324,00	562,20	2 281,18	164,60	1 600,39	1 329,95	1 431,75	3 515,00	1 594,20	3 279,00	**18 662,47**
Limpeza, Higiene e Conforto	0,00	717,81	0,00	43,91	751,37	683,76	43,91	625,18	0,00	14,64	705,53	38,73	**3 624,84**
Outros Serviços	367,04	35,89	57,49	35,89	1 184,45	1 824,03	2 752,48	1 284,61	1 888,32	1 904,33	919,60	154,33	**12 408,46**
Fornecimentos Serviços Extern	**43 272,37**	**54 025,84**	**82 070,30**	**68 691,00**	**105 999,60**	**83 943,73**	**116 077,13**	**117 409,22**	**118 399,29**	**106 555,99**	**74 318,21**	**68 486,14**	**1 039 248,82**
IVA Dedutivel	**548,91**	**1 095,01**	**1 818,43**	**1 423,36**	**2 371,71**	**2 380,41**	**2 442,13**	**2 745,91**	**2 853,82**	**2 452,31**	**1 884,15**	**1 407,37**	**23 423,52**
COMPRAS	**2 003,60**	**3 388,47**	**6 674,10**	**7 377,10**	**12 524,26**	**31 242,91**	**10 853,80**	**16 490,42**	**20 209,19**	**16 543,03**	**16 781,56**	**4 846,68**	**148 935,12**

ORÇAMENTO DOS GASTOS COM O PESSOAL

31.Dezembro.2023

Unidade Monetária: Euro

Descrição	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maio	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	TOTAL
Orgãos Sociais	3 226,04	3 236,44	3 257,24	3 215,64	3 246,84	5 820,01	3 200,04	3 241,64	3 222,84	3 246,84	5 856,41	3 246,84	44 016,82
Orgãos Sociais	**3 226,04**	**3 236,44**	**3 257,24**	**3 215,64**	**3 246,84**	**5 820,01**	**3 200,04**	**3 241,64**	**3 222,84**	**3 246,84**	**5 856,41**	**3 246,84**	**44 016,82**
Pessoal do Municipio	3 143,24	3 178,27	3 193,21	3 118,94	3 191,52	6 051,59	3 044,80	3 094,26	3 208,67	3 174,01	6 053,22	3 174,01	43 625,74
Pessoal Contratado	6 633,25	6 611,74	15 052,45	29 047,89	61 611,22	80 947,59	82 149,63	85 731,44	86 312,36	87 024,67	189 380,26	4 714,39	735 216,89
Pessoal Quadro Empresa	72 583,42	73 202,90	74 273,13	72 971,49	73 368,22	137 222,40	71 799,02	72 982,75	73 413,15	73 379,73	138 592,66	72 666,53	1 006 455,40
Pessoal Estagios	2 168,48	2 158,08	2 178,88	2 137,28	2 178,88	2 147,68	2 079,84	2 178,88	2 178,88	2 158,08	2 158,08	2 158,08	25 881,12
Estimativas	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 CEI	235,34	230,14	240,54	219,74	240,54	224,94	235,34	240,54	240,54	230,14	0,00	0,00	2 337,80
Pessoal	**84 763,73**	**85 381,13**	**94 938,21**	**107 495,34**	**140 590,38**	**226 594,20**	**159 308,63**	**164 227,87**	**165 353,60**	**165 966,63**	**336 184,22**	**82 713,01**	**1 813 516,95**
Encargos Orgãos Sociais	747,30	747,47	747,58	747,19	747,63	1 367,07	746,81	747,47	747,30	747,30	1 367,34	747,52	10 207,98
Encargos Pessoal	19 044,96	18 975,74	20 797,54	23 944,44	30 466,28	51 528,35	34 677,90	35 489,86	35 640,27	36 083,58	73 619,80	18 469,00	398 737,72
Estimativas Ferias + Sub Ferias	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
Encargos FCT	28,68	22,24	22,94	28,77	38,25	59,84	2,98	75,44	78,19	72,61	0,00	68,32	498,26
Encargos	**19 820,94**	**19 745,45**	**21 568,06**	**24 720,40**	**31 252,16**	**52 955,26**	**35 427,69**	**36 312,77**	**36 465,76**	**36 903,49**	**74 987,14**	**19 284,84**	**409 443,96**
Seguro Acidentes Trabalho	1 090,75	630,01	630,01	940,75	630,01	630,01	940,75	630,01	630,01	940,75	630,01	8 376,94	16 700,01
Vestuario	0,00	0,00	1 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1 000,00	0,00	0,00	0,00	2 000,00
Formação	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
Higiene, Seg Medecina Trabalho	36,00	36,00	36,00	750,00	708,00	36,00	36,00	36,00	36,00	1 044,00	36,00	0,00	2 790,00
Reembolso Despesas ADSE	283,40	0,00	0,00	380,96	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	664,36
Outros	2 804,67	2 804,67	2 804,67	2 804,67	2 804,67	2 804,67	2 804,67	2 804,67	2 804,67	2 804,67	2 804,67	2 804,67	33 656,04
Outros Gastos	**4 214,82**	**3 470,68**	**4 470,68**	**4 876,38**	**4 142,68**	**3 470,68**	**3 781,42**	**3 470,68**	**4 470,68**	**4 789,42**	**3 470,68**	**11 181,61**	**55 810,41**
Gastos com o Pessoal	**112 025,53**	**111 833,70**	**124 234,19**	**140 307,74**	**179 237,06**	**288 840,15**	**201 717,78**	**207 252,96**	**209 512,88**	**210 906,38**	**420 498,45**	**116 426,36**	**2 322 788,14**
Seg Social Pessoal	**9 166,94**	**9 134,96**	**9 978,79**	**11 436,12**	**14 456,97**	**24 498,93**	**16 407,23**	**16 783,61**	**16 853,19**	**17 058,51**	**34 730,89**	**8 900,28**	**189 406,43**
Seg Social Total	**28 959,20**	**28 858,17**	**31 523,91**	**36 127,75**	**45 670,88**	**77 394,35**	**51 831,94**	**53 020,94**	**53 240,76**	**53 889,35**	**109 718,03**	**28 116,80**	**598 352,13**
Desc IRS	**3 000,00**	**3 000,00**	**3 000,00**	**3 000,00**	**3 000,00**	**3 000,00**	**3 000,00**	**3 000,00**	**3 000,00**	**3 000,00**	**3 000,00**	**3 000,00**	**36 000,00**

ORÇAMENTO DE INVESTIMENTOS

31.Dezembro.2023 — Unidade Monetária: Euro

Descrição	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maio	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	TOTAL
Activos Fixos Tangiveis													
Projecto Geotermia	42 895,05	29 480,60	35 875,86	354 596,36	160 349,53	109 067,74	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	**732 265,14**
Total de Activos Fixos Tangivei	**42 895,05**	**29 480,60**	**35 875,86**	**354 596,36**	**160 349,53**	**109 067,74**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**732 265,14**
Activos Fixos Intangiveis													
Projecto AqvAtopic	0,00	0,00	0,00	0,00	14 370,51	14 370,51	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	**28 741,02**
Total de Activos Fixos Intangiv	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**14 370,51**	**14 370,51**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**28 741,02**
Total Investimentos	**42 895,05**	**29 480,60**	**35 875,86**	**354 596,36**	**174 720,04**	**123 438,25**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**761 006,16**
DEPRECIAÇÕES													
Activos Fixos Tangiveis													
Projecto Geotermia	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	4 336,80	4 336,80	4 336,80	4 336,80	4 336,80	4 336,80	**26 020,80**
Depreciações Act Fixos Tangiv	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**4 336,80**	**4 336,80**	**4 336,80**	**4 336,80**	**4 336,80**	**4 336,80**	**26 020,80**
Activos Fixos Intangiveis													
Projecto AqvAtopic							399,14	399,14	399,14	399,14	399,14	399,14	**2 394,85**
Depreciações Act Fixos Intang	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**399,14**	**399,14**	**399,14**	**399,14**	**399,14**	**399,14**	**2 394,85**
Total Depreciações	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**4 735,94**	**4 735,94**	**4 735,94**	**4 735,94**	**4 735,94**	**4 735,94**	**28 415,65**

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

31.Dezembro.2023 — Unidade Monetária: Euro

Descrição	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maio	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	TOTAL
Depreciações Activos Fixos Tangivei	29 678,99	29 678,99	29 678,99	29 678,99	29 678,99	29 678,99	34 015,79	34 015,79	34 015,79	34 015,79	34 015,79	34 015,79	**382 168,68**
Depreciações Activos Fixos Intangiv	491,57	491,57	491,57	491,57	491,57	491,57	890,71	890,71	890,71	890,71	890,71	890,71	**8 293,69**
Depreciações do Exercício	**30 170,56**	**30 170,56**	**30 170,56**	**30 170,56**	**30 170,56**	**30 170,56**	**34 906,50**	**34 906,50**	**34 906,50**	**34 906,50**	**34 906,50**	**34 906,50**	**390 462,37**
Impostos	1 177,46	1 277,57	1 035,47	1 330,05	5 005,92	1 365,80	2 076,16	5 390,85	2 901,58	1 438,30	5 289,29	2 730,42	**31 018,87**
Perdas em Inventarios	0,00	0,00	2,00	2,96	0,00	0,00	0,00	1,50	0,00	17,92	0,00	390,20	**414,58**
Outros Gastos	239,89	3 182,24	1 460,35	334,30	394,92	822,67	1 985,49	95,53	1 531,46	17,22	41,68	833,40	**10 939,15**
Outros Gastos e Perdas	**1 417,35**	**4 459,81**	**2 497,82**	**1 667,31**	**5 400,84**	**2 188,47**	**4 061,65**	**5 487,88**	**4 433,04**	**1 473,44**	**5 330,97**	**3 954,02**	**42 372,60**
Juros Suportados	20 548,22	20 423,62	19 954,66	28 824,02	28 451,60	29 397,94	29 026,12	28 862,68	28 594,13	28 228,11	28 055,16	27 814,28	**318 180,54**
Outros Gastos Perdas Financiamento	1 995,02	362,24	87,49	1 416,14	1 425,53	149,26	1 668,81	153,10	346,34	1 279,49	6 513,91	1 279,49	**16 676,82**
Gastos e Perdas Financiamento	**22 543,24**	**20 785,86**	**20 042,15**	**30 240,16**	**29 877,13**	**29 547,20**	**30 694,93**	**29 015,78**	**28 940,47**	**29 507,60**	**34 569,07**	**29 093,77**	**334 857,36**

ORÇAMENTO DE TESOURARIA

31.Dezembro.2023

Unidade Monetaria: Euros

RUBRICAS	Meses												
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	TOTAL
1. Recebimentos													0,00 €
1.1. Clientes	79 769,58	99 125,65	209 692,83	221 639,62	364 920,94	398 094,52	404 544,85	619 558,18	654 354,41	623 808,66	366 982,02	77 737,61	4 120 228,87
1.2. Estado e Outros Entes Públicos/IVA	1 232,81	4 911,95	6 492,16	9 811,70	8 281,87	17 004,37	11 552,02	20 578,51	15 465,73	12 961,07	7 966,15	10 516,59	126 774,93
1.3. Outros Recebimentos	3 199,86	3 109,18	3 109,18	3 109,18	3 109,18	3 972,27	19 534,18	19 534,18	19 279,18	19 154,18	19 154,18	19 154,18	135 418,93
1.4. Subsidios/Diferimentos								16 066,74					16 066,74
1.4. Equilibrio Financeiro				228 970,63									228 970,63
Total	**84 202,25**	**107 146,78**	**219 294,17**	**463 531,13**	**376 311,99**	**419 071,16**	**435 631,05**	**675 737,61**	**689 099,32**	**655 923,91**	**394 102,35**	**107 408,38**	**4 627 460,10**
2. Pagamentos													
2.1. Fornecedores	668 153,17	45 824,88	58 509,32	90 562,83	77 491,46	120 895,57	117 567,05	129 373,06	136 645,55	141 462,30	125 551,33	92 983,92	1 805 020,44
2.2. Impostos	33 906,61	107 388,85	32 542,07	38 340,85	43 801,48	57 059,22	86 304,51	69 455,90	65 130,83	74 073,36	69 501,30	123 226,79	800 731,78
2.3. Despesas como Pessoal	78 975,58	79 345,52	89 080,27	100 239,26	129 931,17	207 815,79	145 945,09	150 602,01	152 642,11	153 076,24	307 150,41	76 932,56	1 671 736,00
2.4. Seguro de Acidentes de Trabalho	1 090,75	630,01	630,01	940,75	630,01	630,01	940,75	630,01	630,01	940,75	630,01	8 376,94	16 700,01
2.6. Desp. Financeiras de Funcionamento	20 548,22	20 423,62	19 954,66	28 824,02	28 451,60	29 397,94	29 026,12	28 862,68	28 594,13	28 228,11	28 055,16	27 814,28	318 180,54
2.7. Outros Custos Operacionais	3 412,37	4 822,05	2 585,31	3 083,45	6 826,37	2 337,73	5 730,46	5 640,98	4 779,38	2 752,93	11 844,88	5 233,51	59 049,42
Total	**806 086,70**	**258 434,93**	**203 301,64**	**261 991,16**	**287 132,09**	**418 136,26**	**385 513,98**	**384 564,65**	**388 422,01**	**400 533,69**	**542 733,10**	**334 567,99**	**4 671 418,19**
3. Saldo de Tesouraria	-721 884,45	-151 288,15	15 992,53	201 539,97	89 179,90	934,90	50 117,07	291 172,96	300 677,31	255 390,22	-148 630,75	-227 159,61	-43 958,09

ORÇAMENTO FINANCEIRO

31.Dezembro.2023

Unidade Monetaria: Euros

RUBRICAS	Meses												
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	TOTAL
1. Origens													
1.1. Saldo de Tesouraria	-721 884,45	-151 288,15	15 992,53	201 539,97	89 179,90	934,90	50 117,07	291 172,96	300 677,31	255 390,22	-148 630,75	-227 159,61	-43 958,09
1.5. Financiamentos Bancários CC	385 953,47	249 856,46	102 456,06		365 265,16		104 681,41				234 809,58	313 529,87	1 756 552,01
1.7 Outros - Subsidios Não Reembolsáveis	402 427,27	10 947,65				267 982,51	39 688,66						721 046,09
Total	**66 496,29**	**109 515,96**	**118 448,59**	**201 539,97**	**454 445,06**	**268 917,41**	**194 487,14**	**291 172,96**	**300 677,31**	**255 390,22**	**86 178,83**	**86 370,26**	**2 433 640,01**
2. Aplicações													
2.1. Investimento Act Fixos Tangiveis	0,00	42 895,05	29 480,60	35 875,86	354 596,36	160 349,53	109 067,74	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	732 265,14
2.2. Investimento Act Fixos Intangiveis	0,00	0,00	0,00	0,00	14 370,51	14 370,51	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	28 741,02
2.4. Reembolso Financ. Bancários Corrente	66 496,29	66 620,90	88 967,99	85 294,37	85 478,19	85 231,09	85 419,40	85 608,33	85 797,87	85 988,03	86 178,83	86 370,26	993 451,55
2.5. Reembolso Financ. Bancários CC				80 369,74		8 966,29		205 564,63	214 879,44	169 402,19			679 182,29
Total	**66 496,29**	**109 515,95**	**118 448,59**	**201 539,97**	**454 445,06**	**268 917,42**	**194 487,14**	**291 172,96**	**300 677,31**	**255 390,22**	**86 178,83**	**86 370,26**	**2 433 640,00**
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	
4. Disponibilidades Iniciais	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,01	30 000,01	30 000,01	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,01	30 000,01	30 000,00	
5. Disponibilidades Finais (3)+(4)	30 000,00	30 000,00	30 000,01	30 000,01	30 000,01	30 000,00	30 000,00	30 000,00	30 000,01	30 000,01	30 000,01	30 000,00	

TERMAS
SÃO PEDRO
DO SUL

SE COMO A ÁGUA

TERMAS SÃO PEDRO DO SUL

2023

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