

RELATÓRIO DE GESTÃO

EXERCÍCIO DE 2010

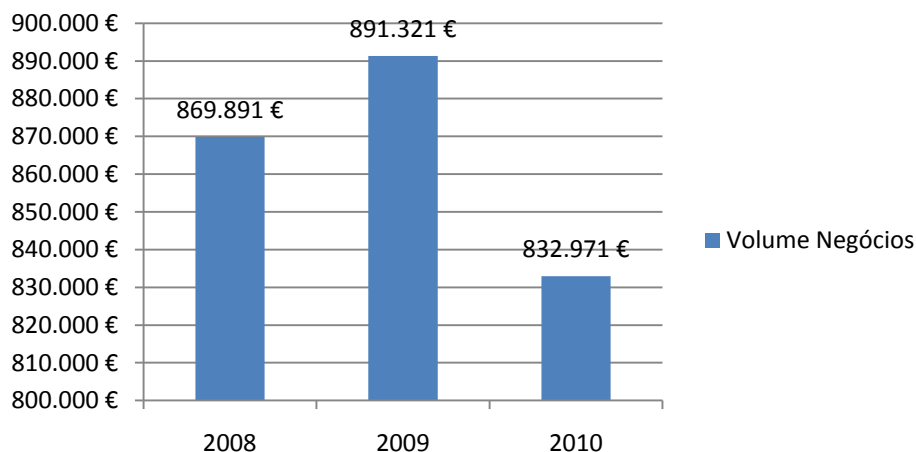
Dando cumprimento às disposições legais em vigor, vem o Conselho de Administração da Promotorres, EEM, apresentar o seu Relatório de Gestão e os documentos de prestação de contas referentes à actividade da empresa no exercício de 2010.

1.DADOS GERAIS DA EMPRESA

1.1 EVOLUÇÃO DO VOLUME DE NEGÓCIOS

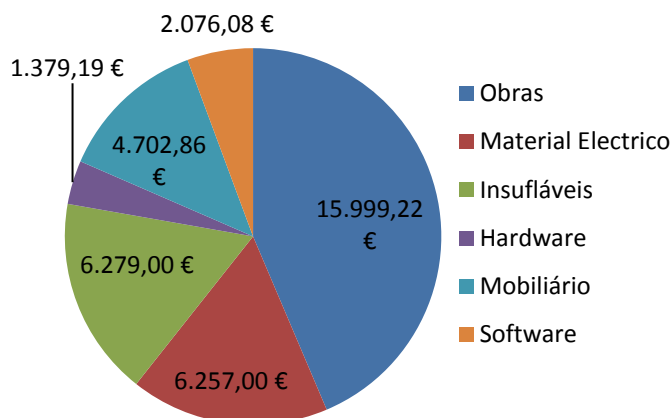
No referido exercício o volume de negócios da nossa sociedade cifrou-se em 832.971€ o que representa um decréscimo de 58.350€ em relação ao valor atingido no exercício anterior.

Volume de Negócios



1.2 INVESTIMENTOS

Os investimentos realizados, ascenderam a aproximadamente 36.694€ divididos da seguinte forma:



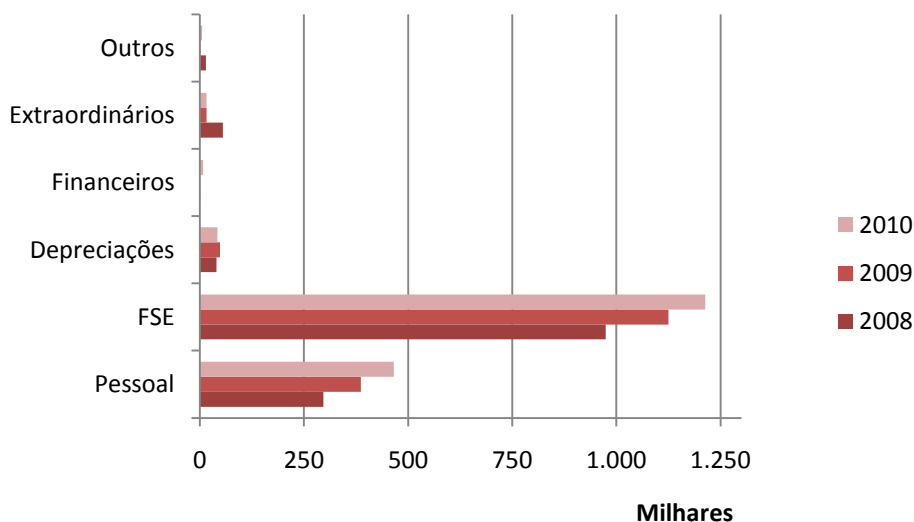
1.3 GASTOS

Os gastos com o pessoal atingiram o montante de 465.915€ valor que representa um aumento de 20.4% relativamente ao exercício de 2009. O aumento verificado deve-se à contratação de 2 funcionários para a Direcção Financeira e Administrativa e para a Produção de Eventos, tendo em vista a rentabilização e optimização destas áreas.

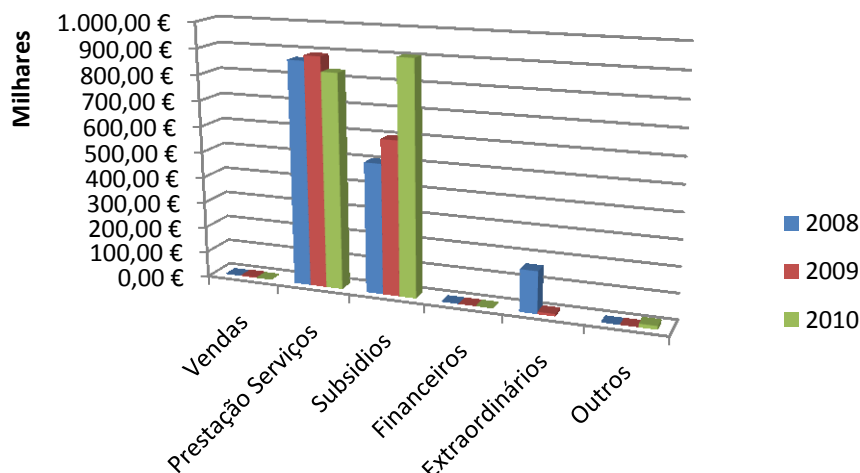
Acrescem também os trabalhos de montagem e desmontagem de eventos, como a Feira de Caça e Pesca, o Carnaval, os Novos Talentos e a vigilância às seis edições da Feira de Viaturas Usadas, da responsabilidade da empresa em colaboração com a Policia de Segurança Pública.

Os gastos gerais da empresa, essencialmente reflectidos na rubrica de “Fornecimentos e serviços externos” foram de 1.211.911€

Contabilizaram-se 42.229€ euros de depreciações.



1.4 RENDIMENTOS



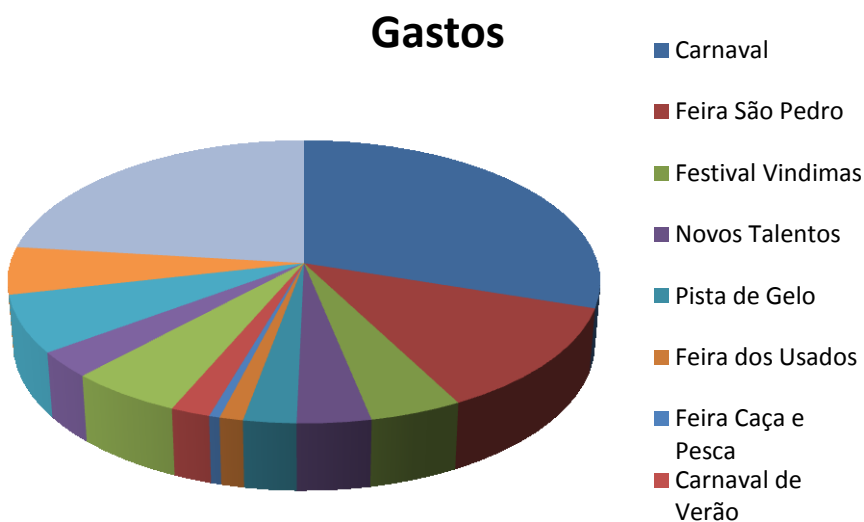
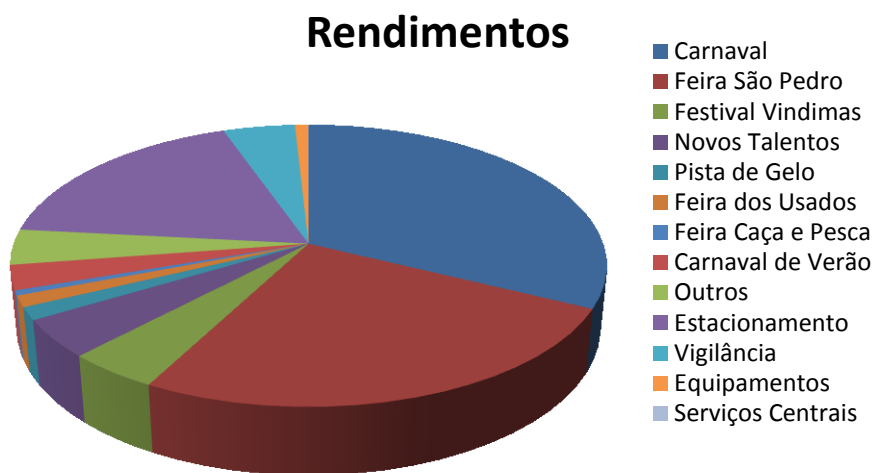
Através da análise do gráfico, pode notar-se uma diminuição do valor das prestações de serviços, decréscimo esse de 58.350€ de 2009 para 2010. Os subsídios tiveram um aumento de 306.034€ devido à contabilização em 2010 da cobertura de prejuízos prevista pelo artigo 31º da Lei 53F.

1.5 SITUAÇÃO ECONÓMICO-FINANCEIRA

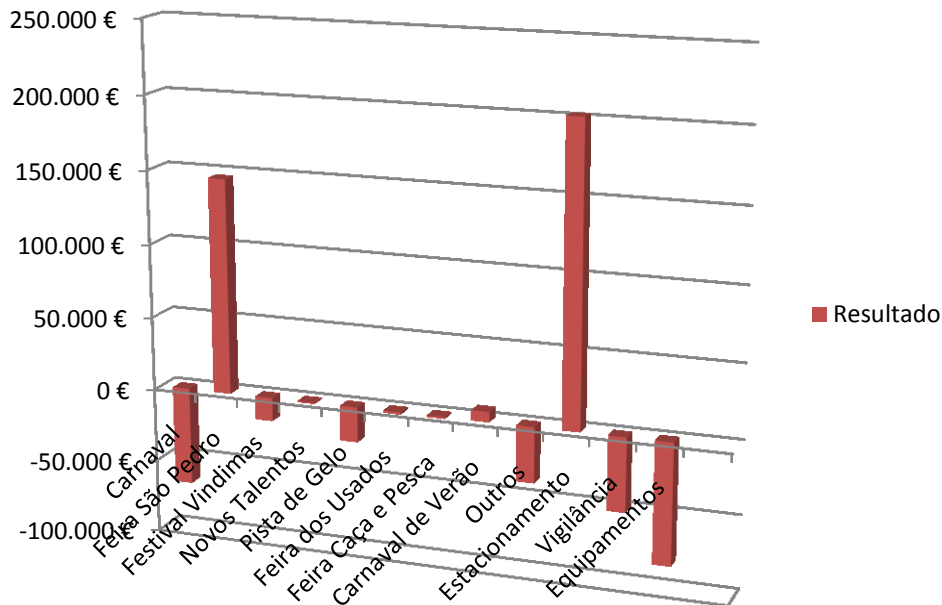
No final do exercício a empresa apresenta uma autonomia financeira de 15.94%, (+4.34% que no exercício anterior) o que se traduz em alguma dependência em Capitais Alheios. Uma liquidez geral de 84.25% (45.7% no ano transacto) e uma cobertura do imobilizado de 0.55 (- 59.5% no exercício de 2009).

2.ACTIVIDADE POR CENTRO DE CUSTOS

2.1 PANORAMA GERAL



Resultado



2.2 CARNAVAL TORRES

Este é o evento “bandeira” da Cidade de Torres Vedras, apresenta-se e assume-se como o mais importante activo estratégico não só da Cidade mas acima de tudo do Concelho. O respeito simultaneamente pela tradição profundamente enraizada em Torres Vedras e paralelamente representa um poderoso instrumento de Marketing Territorial.

A extraordinária visibilidade nacional e internacional dada à Cidade e ao Concelho associada à indução de despesa e por extensão, do valor acrescentado na economia local e a atracção de milhares de visitantes a Torres Vedras. Sob a cobertura da comunicação social e a observação de milhares de visitantes, deve o Carnaval de Torres mostrar a capacidade de realização, inovação e criatividade dos torreenses. Uma forte visibilidade desta manifestação é dada pelos carros alegóricos, pelo monumento ao Carnaval e pelos grupos de mascarados, verdadeiras manifestações de arte, razão pela qual o apoio e incentivo dados aos mesmos pela sua importância têm sido fortemente apoiados, representando praticamente as rubricas “estaleiro” e “animação” mais de 70% da estrutura da despesa.

Quanto à estrutura da receita própria, esta depende de duas rubricas cujo comportamento é potencialmente afectado por factores dificilmente controláveis pela organização. Com efeito cerca de 40% das receitas próprias depende da bilheteira, muito sensível às condições do estado do tempo e 45% depende de publicidade e patrocínios, estes sensíveis à conjuntura macroeconómica, o que faz do Carnaval de Torres um evento de elevado risco financeiro.

A edição de 2010 do tradicional Carnaval de Torres foi afectada financeiramente e em termos de afluência de públicos pelas más condições atmosféricas que se registaram, tendo em duas das três acções cujo acesso do público é efectuado com cobrança de bilhete de entrada (Domingo e Terça-feira), registado chuva o que afastou muitos dos habituais foliões que marcam presença no Carnaval mais Português de Portugal.

Ainda assim, e pese embora este facto digno de registo, os torrienses saíram para a rua imbuídos de espírito carnavalesco permitindo que os desfiles se realizassem, mantendo a tradição do nosso Carnaval, tendo a organização correspondido mantendo os desfiles e todos os seus participantes nas ruas da cidade.

A notoriedade do Carnaval de Torres na imprensa é a cada ano uma realidade mais efectiva, como o comprovam os dados da edição deste ano, com 63 notícias em Televisão, num total de 5h26m, que traduzidos em valores publicitários representam 1.729.000,00€. (fonte: Cision)

Seguidamente apresentamos o balanço e comparativo com edições anteriores de forma resumida.

Ingressos Vendidos (2006 - 2010)					
Dia	2006	2007	2008	2009	2010
SÁBADO	4590	9041	9686	11502	10449
DOMINGO	10718	13704	6102	17956	9689
TERÇA	21832	14573	19393	20468	5010
TOTAL	37.130	37.318	35.181	49.926	25.148
DATA	23 F.1 M.	16 a 21 Fev.	1 a 6 Fev.	20 a 25 Fev.	21 a 25 Fev.
CLIMA	Chuva Sáb.	--	Chuva Dom.		Chuva Dom. e Terça

Receita / Despesa (2006 - 2010)					
CARNAVAL	2006	2007	2008*	2009*	2010*
DESPESA	491.129 €	397.394 €	513.765 €	539.443 €	522.226 €
RECEITA	361.688 €	337.698 €	512.429 €	575.613 €	455.760 €
RESULTADO	-129.441 €	-59.696 €	-1.336 €	36.170 €	-66.466 €

2.3 FEIRA DA CAÇA E PESCA

O Conselho de Administração felicita a Comissão Cinegética Municipal por ter sido o motor deste evento, cuja segunda edição se realizou no 1º semestre. Trata-se de um evento essencialmente comercial, centrado em duas áreas cujo número de aficionados se estima ser elevado no concelho de Torres Vedras e na região Oeste. Com cerca de 4.000 visitantes em três dias de duração esta segunda edição confirmou a oportunidade de ser produzido um evento com futuro para a empresa numa área de negócio com bases sólidas no nosso próprio Concelho.

2.4 NOVOS TALENTOS

Trata-se de um evento de elevada relevância social uma vez que o principal objectivo é a formação dos jovens concorrentes, bem como o envolvimento da comunidade no associativismo, já que as eliminatórias se realizam nas vinte Freguesias do Concelho, tentando a organização que na semana que antecede cada uma das eliminatórias, os jovens frequentem as instalações dos clubes/associações ensaiando para o que vão mostrar em palco. Paralelamente à função social de fornecer oportunidades aos jovens e de dinamização da vida associativa nas freguesias, o evento pode considerar-se já uma tradição no município.

Actualmente conta com três áreas a concurso - voz; moda e dança, tendo o volume de participações estabilizado nos últimos dois anos em torno dos 750, o que representa um crescimento de mais de 300% relativamente a 2001.

Do ponto de vista orçamental a Promotorres recebe da Câmara Municipal para a produção do projecto um valor de 40 000,00 €, através de contrato programa.

Os quadros seguintes resumem a evolução do número de participantes desde 2001, bem como o comportamento orçamental da última edição.

Participantes (todas as áreas)

Ano	Participantes
2001	170
2002	360
2003	530
2004	720
2005	721
2006	727
2007	756
2008	725
2009	753
2010	728

Novos Talentos	2009	2010
DESPESA	45.929 €	61.840 €
RECEITA	46.127 €	61.167 €
RESULTADO	198 €	-673 €

Conforme se verifica no quadro acima o número de participantes nas três valências situa-se entre os 700 e os 750 nos últimos cinco anos o que evidencia a consolidação do evento junto dos jovens do concelho.

O orçamento de 2010 reflecte o esforço de equilíbrio orçamental deste evento. A maior racionalização das despesas e o aumento, ainda que não muito significativo da receita justificam o reforço orçamental do presente exercício. Para o aumento da receita releva acima de tudo o esforço na angariação de “publicidade de proximidade”, junto dos agentes económicos que operam ao nível das freguesias do concelho.

2.5 FEIRA VIATURAS USADAS

A feira temática vocacionada para os automóveis usados foi a primeira realizada no País. Apesar da concorrência entretanto surgida, a Feira de Usados consegue romper com a dificuldade de fazer emergir feiras temáticas locais, economicamente pujantes, face à proximidade de Lisboa e da FIL. Certamente que este projecto bem sucedido muito deve à relevância do comércio automóvel no tecido económico local, bem como à parceria estabelecida com a ANECRA.

Empresas representadas na Feira de Usados (2004 a 2010)

Mês	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Janeiro	23	29	21	16	15	14	12
Março	27	27	18	18	19	18	15
Maio	21	27	24	16	18	17	13
Julho	21	18	12	14	15	13	10
Setembro	25	27	17	14	15	14	11
Novembro	25	22	19	16	16	17	12
Média	24	25	19	16	16	15	12

Durante o ano de 2006 registou-se uma quebra na média de afluência por parte das empresas que expõem na Feira, passando de 25 para 19. Em 2007 continuou a tendência para a diminuição de empresas representadas, tendo estabilizado em 2008 com uma média de 16. Tal facto parece dever-se à conjuntura económica particularmente difícil que o sector vem atravessando.

Resultados Feira de Usados (2010)

Feira Usados	2010
DESPESA	19.756 €
RECEITA	18.392 €
RESULTADO	-1.364 €

2.6 FEIRA DE SÃO PEDRO

A Feira de S. Pedro é um dos grandes certames generalistas do País, comparável provavelmente apenas às grandes Feiras que se realizam em capitais de Distrito como a Ovibeja em Beja e a Feira de S. Mateus, em Viseu.

As principais finalidades prendem-se com a manutenção de uma longa tradição na cidade, bem como com o contributo para a dinamização da economia local e regional. A Feira de S. Pedro contém núcleos de expositores comerciais, de feirantes tradicionais, de divertimentos, de restaurantes e de tasquinhas, além das áreas institucional e social. Os expositores comerciais, em área coberta e descoberta, superam anualmente as duas centenas. É esta complementaridade, segundo a matriz das feiras tradicionais de raiz medieval, que está, segundo parece, na capacidade de atracção de diversos segmentos de público. Na linha do crescimento da área de

restauração parece apropriado retomar uma implantação mais forte do artesanato urbano e de produtos regionais de forma a tornar a Feira mais atractiva para a população urbana.

A evolução do número de visitas é a que a seguir se apresenta:

Número de visitantes da Feira de S. Pedro (2005 a 2010)

Ano	Visitantes
2005	172.111
2006	209.169
2007	216.002
2008	225.549
2009	227.820
2010	228.543

O crescente número de visitantes desde 2004, situando-se hoje bem acima dos 200.000, mostra que a Feira de São Pedro é uma instituição na vida dos torrienses. Trata-se de um certame com várias valências que permite visitas pelas mais diversas razões (divertimento, convívio, compras, visita a expositores), o que constitui a sua principal força. As melhorias no ano de 2010 centraram-se sobretudo no incremento da animação itinerante e na melhoria da zona de bares tentando continuar a atrair um público mais jovem à Feira de São Pedro.

Número de expositores comerciais em área coberta e descoberta

Ano	Expositores
2005	235
2006	262
2007	260
2008	253
2009	237
2010	238

O número de expositores comerciais na Feira de S. Pedro tem-se situado acima dos duzentos. Não se pode dizer que tenham registado um crescimento forte e sustentado, mas é evidente uma estabilização em torno das duas centenas, não obstante a ligeira descida registada este ano no “pico” da crise económica. Este facto leva a admitir que o modelo actual de feira é suficientemente atractivo para este segmento de clientes.

Estrutura financeira da Feira de S. Pedro (2005 a 2010)

Feira São Pedro	2006	2007	2008	2009	2010
DESPEZA	301.183 €	208.141 €	231.233 €	241.015 €	212.698 €
RECEITA	419.319 €	375.407 €	359.586 €	390.521 €	358.624 €
RESULTADO	118.136 €	167.266 €	128.353 €	149.506 €	145.926 €

A estrutura financeira da Feira de S. Pedro apresenta-se continuamente com saldo positivo. No exercício de 2010, a exemplo do sucedido em 2009, optou-se por não efectuar aumentos nos preços do terrado como medida facilitadora para os habituais clientes expositores tendo em conta a conjuntura económica.

Face às exigências relativamente ao funcionamento da área de restauração, foi efectuada uma parceria tendo em vista a melhoria das respectivas condições de funcionamento, através de aluguer de contentores cozinha para os restaurantes/tasquinhas, tendo a empresa contribuído com 50% do valor de aluguer. Por outro lado, efectuiu-se uma parceria com uma empresa de Higiene e Segurança Alimentar, no sentido de promover o acompanhamento da actividade de restauração a título de consultoria.

A Feira de São Pedro é um evento de dupla função. Por um lado responde a uma tradição, podendo considerar-se uma instituição partilhada pela população torreense. Por outro lado assume um carácter comercial na medida em que serve de motor para a mostra das actividades económicas do concelho e da região. Desta forma é um evento generalista pelo que, dada a diversidade dos públicos visitantes, que não é fácil nem desejável segmentar. O aumento progressivo do numero de visitantes, sempre acima dos 200.000 demonstra que o modelo é atractivo do ponto de vista de quem visita. Assim as inovações neste tipo de evento serão equacionadas mais ao nível sectorial do que ao nível global, como é exemplo a renovação da zona de bares preparada para esta edição com o objectivo de fixar mais à feira um publico mais jovem e mais urbano.

2.7 PARQUES DE ESTACIONAMENTO

Encontram-se em funcionamento da responsabilidade da Promotorres o Parque de Estacionamento do Mercado Municipal, o parque de estacionamento de edifício multiserviços da Câmara Municipal de Torres Vedras, e o Parque de Estacionamento dos Jardins de Santiago.

O Parque de Estacionamento do edifício Multiserviços da C.M.T.V., cuja gestão foi cedida pela Câmara Municipal, através de protocolo, constituiu uma receita apreciável, apesar dos custos de manutenção derivados de problemas mecânicos com as cancelas ou anomalias do sistema informático. Segue-se um conjunto de dados que espelham a actividade do respectivo parque:

Ano	Nº Veículos Total Anual	Receita Total Anual	Receita Média por Veículo	Receita Média por Mês	Receita Média por Dia (365 dias)
2007	92.027	58.753€	0,64 €	4.896€	160,97 €
2008	95.132	62.820€	0,66 €	5.235€	172,11 €
2009	90.614	73.688€	0,81 €	6.141€	201,89 €
2010	73.257	57.954€	0,79 €	4.829€	158,78 €

Valores com Iva

É possível verificar que a receita anual total vem subindo sustentadamente desde 2006, situando-se o número de veículos utilizadores em torno dos 90.000.

Em 2010 a quebra foi significativa, devido ao facto de existir mais um parque subterrâneo em funcionamento.

Receita mensal com Iva do Parque de Estacionamento do Mercado Municipal

Mês	2010
JANEIRO	1.391,71 €
FEVEREIRO	1.455,79 €
MARÇO	1.731,25 €
ABRIL	1.772,67 €
MAIO	1.521,96 €
JUNHO	1.814,20 €
JULHO	935,45 €
AGOSTO	1.661,11 €
SETEMBRO	3.826,53 €
OUTUBRO	3.722,41 €
NOVEMBRO	3.744,71 €
DEZEMBRO	3.236,40 €
TOTAL	26.814,19 €

2.8 NATAL NO GELO

A perspectiva de rentabilização de um recurso da empresa levou à realização de mais uma edição do evento Natal no Gelo, aliando a Pista de Gelo natural a um projecto solidário de envolvência concelhia, com o intuito de proporcionar aos mais carenciados uma vivência salutar nesta quadra tão especial e simbólica como o Natal.

O enquadramento escolhido para a realização do evento foi o Pavilhão Expo, com o objectivo de enquadrar várias áreas de exposição aproveitando a sua fisionomia.

Ao longo dos 33 dias do evento, tiveram oportunidade de patinar 5100 pessoas, enquanto no projecto social participaram 43 crianças.

O evento não se manifestou rentável apesar da tentativa de proporcionar preços atractivos de utilização da pista de gelo, com valores de 2,00€ por meia-hora e 4,00€ por uma hora com patins incluídos (menos 1,00€ em cada uma das situações em relação às edições anteriores).

Está em crer o Conselho de Administração que este será um evento em termos futuros a ser equacionada a sua realização, dado o factor novidade estar ultrapassado e existir uma sobrecarga de oferta nesta altura do ano um pouco por todo o País.

2.9 CARNAVAL DE VERÃO

Na gíria interna da produção do Carnaval, o Carnaval de Verão em S^a Cruz é considerado “um Carnaval de aproveitamentos”.

Não porque seja em si mesmo uma originalidade. “Carnaval fora de época” existe em Londres, Suécia (Norkoping), Itália e Brasil, entre muitos outros países. Nuns casos ou noutros procura-se quer a promoção turística, quer a adequação do clima a uma festa de rua. Em S^a Cruz - o primeiro Carnaval fora de época de Portugal - conjugam-se ambos os factores. Porém, com uma característica de concepção muito particular: “Um Encontro de Festas de Carnaval de Portugal”. Se o modelo de “Carnaval fora de época” tem sido copiado (Figueira da Foz, Sesimbra, Loulé e Ovar, pelo menos), o conceito com que é desenvolvido em S^a Cruz confere-lhe um cunho de especificidade que se julga dever ser radicalizado aproximando-o dos eventos inspirados na tradição do Entrudo português (Nazaré, dança dos Cuz de Cabanas de Viriato, Caretos de Podence, além da manutenção da representação de Carnavais inspirados no modelo do Carnaval do Rio de Janeiro (Sesimbra e Ovar).

Este Carnaval de Verão, inserido no programa de animação de S^a Cruz, limitado nos seus custos pelo protocolo celebrado com a Câmara Municipal (40.000,00 €) tem tido um impacto irregular na comunicação social que carece, porventura, de uma estratégia mais aprofundada.

Em 2007, a introdução da participação dos Grupos de Mascarados que concorrem no “Carnaval de Inverno” veio trazer uma maior vitalidade ao evento, crescendo também o entusiasmo em redor do mesmo por parte dos torreenses. O ano de 2010 foi de continuidade, e mais uma vez de forte contributo para a animação de Santa Cruz na época balnear.

Carnaval Verão	2010
DESPESA	33.205 €
RECEITA	40.000 €
RESULTADO	6.795 €

2.10 FESTIVAL DAS VINDIMAS

O Festival das Vindimas é desde 2005, um retomar da tradição, com a realização das 20 eliminatórias em cada uma das Freguesias do Concelho. As finalidades principais deste evento, prendem-se exactamente com o cumprimento de uma tradição com três décadas, sendo também mais um contributo para a dinamização da vida associativa nas freguesias, tendo por isso uma elevada relevância social.

A Câmara Municipal contribui com 45.000,00€ para a realização das 20 eliminatórias e para o espectáculo da Final inserido nas Festas da Cidade. Os quadros seguintes resumem a evolução do número de participantes desde 2005, bem como o comportamento orçamental da última edição.

Participantes

Ano	Participantes
2005	65
2006	89
2007	112
2008	136
2009	183
2010	197

Conforme se verifica no quadro acima o número de participantes evidencia uma subida progressiva de candidatas participantes no evento, resultante da aposta de organização de todas as eliminatórias por parte da empresa, contribuindo também para o movimento associativo no Concelho em parceria com as Juntas de Freguesia. Dada a evolução do número de participantes podemos considerar que o evento está em fase de crescimento, admitindo-se como positiva a estratégia de realização das eliminatórias nas 20 freguesias.

A criação de uma banda de suporte para todos os espectáculos e também final, incluindo músicos do nosso Concelho tem sido uma aposta ganha como se comprova pela assistência no espectáculo da Final inserido nas Festas da Cidade, com aproximadamente 2.500 pessoas.

Vindimas	2008	2009	2010
DESPESA	51.838 €	61.244 €	77.564 €
RECEITA	43.360 €	49.178 €	61.765 €
RESULTADO	-8.478 €	-12.066 €	-15.799 €

O orçamento de 2010 reflecte uma tendência deficitária relativamente à produção do evento. As acções de melhoria introduzidas na produção das eliminatórias e na final, sobretudo ao nível da banda e do som não foram compensadas pelo aumento da receita, sobretudo na publicidade angariada.

Está registado na contabilidade, para além dos valores representados no quadro, um valor de 15600 euros proveniente de gastos de 2009.

3 ACTIVIDADES FUTURAS

3.1 INVESTIMENTOS FUTUROS

Dada a dificuldade de liquidez e a inconveniência da Promotorres E.E.M. recorrer ao crédito, não estão previstos para 2011 investimentos em activos tangíveis.

3.2 PERSPECTIVAS FUTURAS

Se a conjuntura macroeconómica em 2010 foi difícil, afigura-se que em 2011 tende a piorar.

Em 2010, a empresa sofreu uma reestruturação significativa, quer na sua localização física, quer em Recursos Humanos. A Promotorres E.E.M. dispõe hoje de um corpo de técnicos superiores qualificados que lhe permitem encarar com serenidade o alargamento e o desempenho das missões que lhe são ou possam vir a ser confiadas.

Espera-se que em 2011 se inicie um novo ciclo, cumprindo na íntegra com os objectivos delineados no Plano de Actividades e que fazem parte da estratégia da empresa para dinamizar e promover Torres Vedras, acompanhado de um rigoroso controlo financeiro.

Existe a expectativa de reduzir em cerca de 15% os custos dos eventos mais importantes, reduzir os custos fixos da empresa e de definir como condição essencial para a realização de um evento, que o mesmo apresente resultados positivos, com a excepção do “Carnaval de Torres” pela importância que tem para o concelho, bem como dos “Novos Talentos” e “Festival das Vindimas” pela relevância social que têm. Fundamentalmente pretende-se que os eventos comerciais de não sejam fonte de acumulação de resultados negativos.

Por outro lado prossegue o esforço de regulação interna de procedimentos nos termos da legislação aplicável no sentido de dar uma maior transparência e segurança aos respectivos procedimentos. Nesta perspectiva têm sido produzidos e aprovados normativos que permitem uma base de actuação comum e eficaz nas diversas áreas de intervenção da Promotorres E.M.M..

Torres Vedras, 16 de Março de 2011

O CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO
