

<b>Cidadãos por Lisboa</b>	Encerramento	
<b>Balanço Candidatura</b>		
<b>Activo</b>		
Bancos		0,00
<b>Resultado da Campanha</b>		-84.733,24
<b>Passivo</b>		
Credores HR e JPS		82.171,89
Fornecedores		2.561,35
		84.733,24
		0,00
<b>Resultado da Campanha</b>		
<b>Proveitos</b>		
<b>76 Proveitos</b>		
61 Angariação Fundos		6.627,39
63 Donativos		13.499,93
64 Cobertura Prejuízos		400,00
		20.527,32
<b>Encargos</b>		
<b>62 FSE</b>		
11. Electricidade	178,68	
12. Combustíveis	467,57	
13. Água	102,29	
15. Ferramentas e utensílios	520,22	
16. Livros e documentação	45,50	
17. Material Escritório	2.742,48	
19. Rendas e Alugueres	8.479,00	
22. Comunicação	5.456,99	
26. Transportes pessoal	1,90	
27. Deslocações e Estadias	9.410,02	
29. Honorários	6.006,40	
31. Contencioso e notariado	34,00	
32. Conservação e Reparação	7.563,64	
33. Publicidade e propaganda	51.453,34	
34. Limpeza e higiene	997,06	
35. Vigilância e Segurança	4.656,29	
36. Trabalhos Especializados	907,50	
50. Jornais e Publicações	4,62	
98. Outros	5.811,44	104.838,94
<b>63 Impostos</b>		89,74
<b>68 Custos e Perdas Financeiras</b>		331,88
		105.260,56
		-84.733,24

## Relatório

1. A lista “Cidadãos por Lisboa” candidatou-se às eleições autárquicas para Lisboa, realizadas em 15 de Julho de 2007, na sequência da apresentação da candidatura subscrita por 5.546 assinaturas de eleitores lisboetas. A lista foi encabeçada por Helena Roseta e teve como mandatário de lista António Marcos Galopim de Carvalho e como mandatário financeiro José Pedro do Rego da Costa Salema.

A lista candidatou-se ao órgão “Câmara Municipal”, único que estava em causa preencher nestas eleições autárquicas intercalares, e foi composta pelos seguintes candidatos:

### **Efectivos:**

Maria Helena do Rego da Costa Salema Roseta  
Manuel João Mendes da Silva Ramos  
Maria Manuela Morais Amaral Fernandes Júdice  
Maria Cristina Gomes da Silva Cardoso de Albuquerque  
António Eloi Pereira de Azevedo  
Maria da Graça Silva de Almeida Rodrigues  
Pedro Miguel Patrício Antunes Milharadas  
Ana Sofia Pedroso Lopes Antunes  
Jorge Manuel Serra de Almeida  
Maria Madalena Freire de Avelar Barbosa  
Ana Maria Guerra Loureiro de Vasconcelos  
Filipe Mário Lopes  
Floresbela Mendes Pinto  
André Simão Studer Ferreira  
António Manuel Simões Lemos  
Paula Cristina Coelho Marques Barbosa Correia

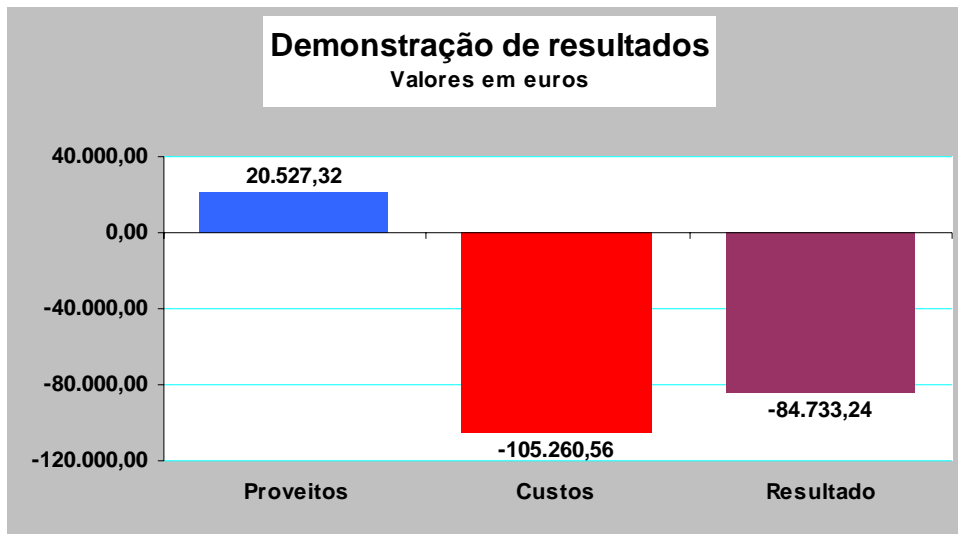
### **Suplentes**

Francisco José Gomes de Sousa Rosa Clemente Pinto  
Catarina Canongia de Alpoim de Gouveia Homem  
Rui Neves Franco  
Inês da Silva Freire  
Miguel Farinha dos Santos da Silva Graça  
Maria Bárbara Fernandes Lopes  
Catarina dos Santos Fernandes  
Luís Manuel Contento Silva Borges Correia  
Carla Alexandra Oliveira da Silva

2. A lista “Cidadãos por Lisboa” obteve **20.006 votos**, num total de 196.041 votantes, a que corresponde a percentagem de **10,21%**, conquistando **dois mandatos**.

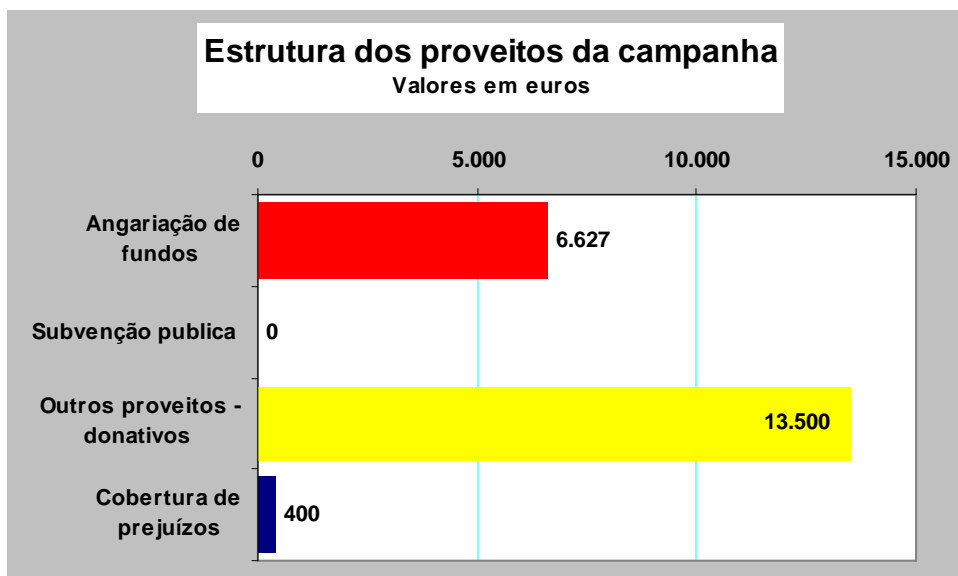
3. Os valores finais apurados no balanço da campanha foram de **20.527 euros** de proveitos e **105.260 euros** de custos, a que corresponde um resultado apurado negativo de **-84.733 euros**, como se pode ver pelo gráfico 1.

Gráfico 1



4. Desagregando os proveitos, verifica-se que os respectivos valores discriminados são os seguintes:

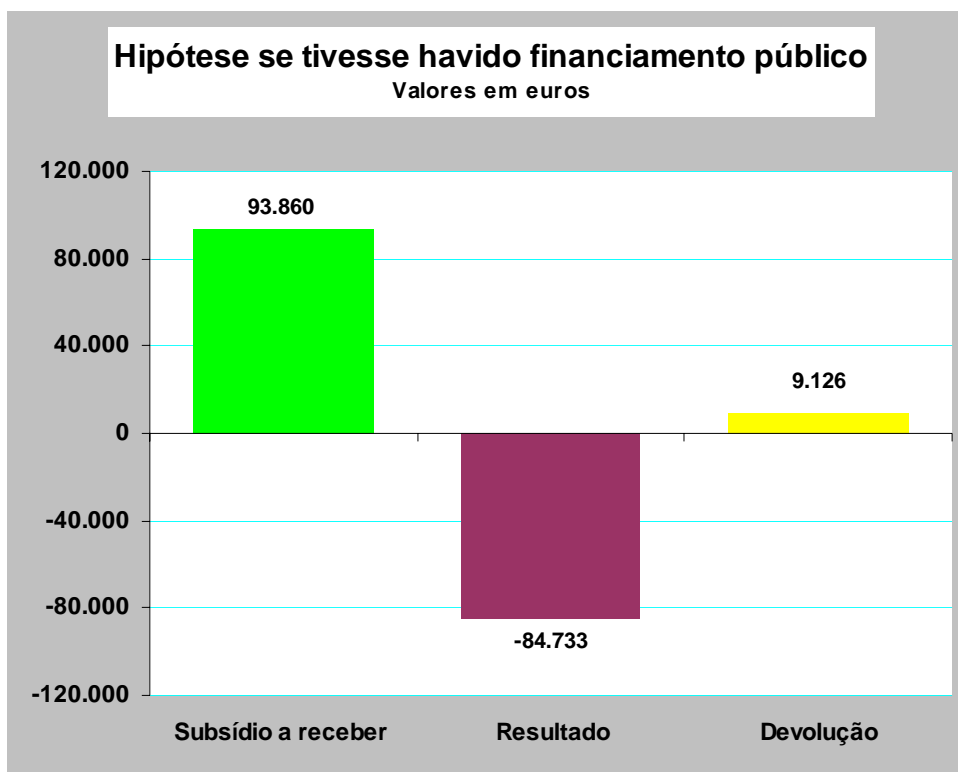
Gráfico 2



Na prática, os donativos representaram dois terços e a angariação de fundos um terço dos proveitos. A verba de 400 euros representa um proveito entrado depois da data das eleições.

5. Nesta campanha eleitoral não houve lugar a subvenção pública, dado que apenas foi eleito um dos órgãos municipais. Caso tivesse havido subvenção, à luz dos resultados obtidos e de acordo com a fórmula de cálculo prevista na lei, a lista “Cidadãos por Lisboa” teria direito a uma subvenção pública de 93.860 euros. Como o resultado apurado foi de -84.733 euros, a lista ainda teria de devolver 9.126 euros ao erário público.

Gráfico 3



6. O orçamento apresentado nos prazos legais para a campanha eleitoral foi de 227.500 euros, prevendo-se angariar como receitas 180.000 euros em donativos, 27.500 em angariação de fundos e 20.000 euros em donativos em espécie. Os curtos prazos em que decorreu todo o processo obrigaram a uma revisão para cerca de metade dos valores totais orçamentados.

7. A estrutura dos gastos da campanha reflecte o peso da publicidade e comunicação impressa, que absorveu metade dos custos de toda a campanha. Os custos administrativos e operacionais representaram um pouco mais de um quarto e os eventos de campanha custaram um quinto do total, como se pode ver pelo gráfico 4.

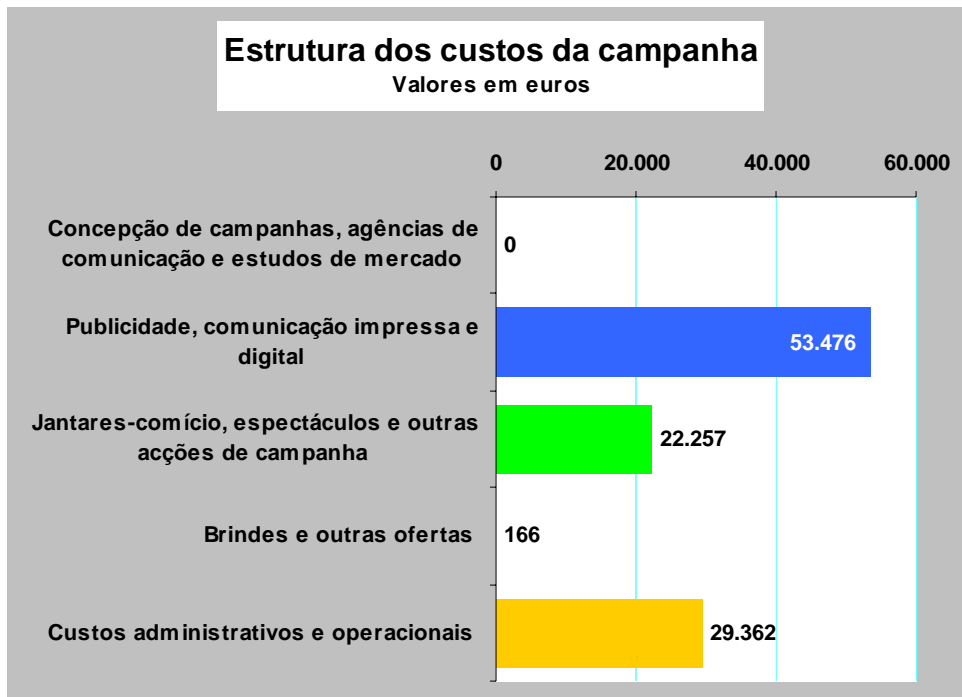
Gráfico 4



8. Os valores de cada uma das grandes rubricas de custos foram:

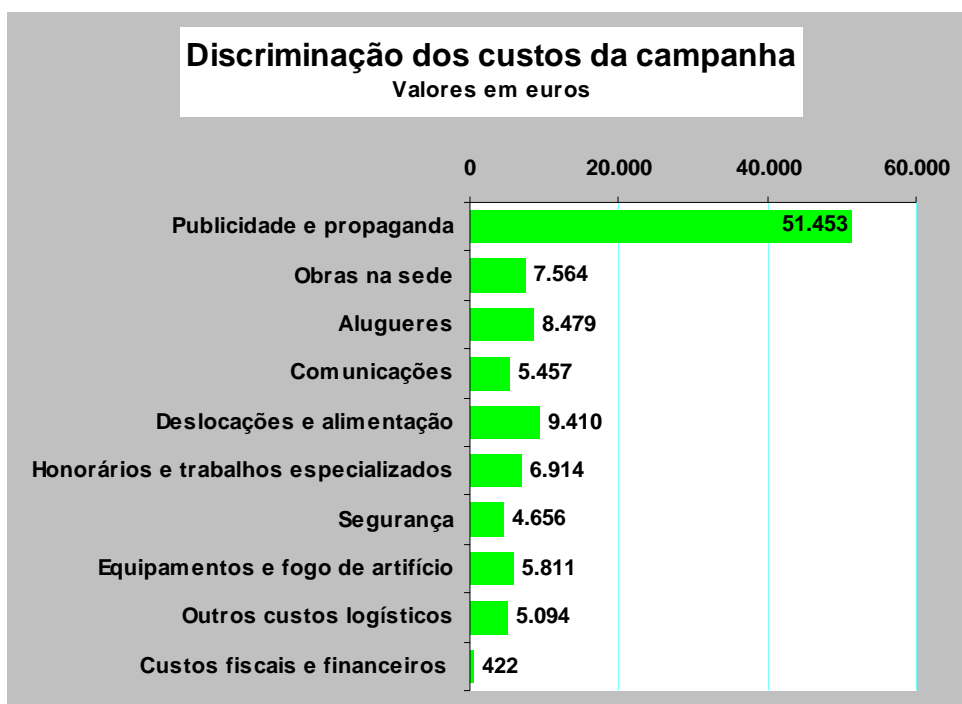
- para concepção e agências de comunicação, zero euros, pois se recorreu à criatividade e voluntariado dos candidatos e apoiantes;
- para publicidade e comunicação impressa e digital, 53.476 euros. Esta rubrica inclui 45.714 euros para 30 outdoors e dez totens, sendo que estes, de grande impacto visual, custaram, por unidade, menos de metade de cada outdoor;
- a produção de eventos custou 22.257 euros;
- os brindes resumiram-se a 166 euros para t-shirts e coletes fluorescentes para os voluntários;
- os custos administrativos e operacionais, num total de 29.362 euros, abrangem, entre outros encargos, a reparação da sede ( 7.545 euros ), a compra de equipamentos de projecção e sonoros, o fogo do artifício para o final da campanha (2.420 euros), deslocações e alimentação, honorários de secretariado, contabilidade e produção e ainda rendas de alugueres diversos, de que se destacam as bicicletas ( 6.534 euros ).

Gráfico 5



9. A discriminação de custos é a que se visualiza no gráfico seguinte e pode detalhar-se ainda mais pelo quadro 1.

Gráfico 6



Quadro 1

### Fornecimentos e serviços externos

	Euros	%
11. Electricidade	179	0,2%
12. Combustíveis	468	0,4%
13. Água	102	0,1%
15. Ferramentas e utensílios	520	0,5%
16. Livros e documentação	46	0,0%
17. Material Escritório	2.742	2,6%
<b>19. Rendas e Alugueres</b>	<b>8.479</b>	<b>8,1%</b>
autocarros	200	
barcos	240	
salas	1.485	
bicicletas	6.534	
outros	20	
<b>22. Comunicação</b>	<b>5.457</b>	<b>5,2%</b>
telemóveis	1.312	
telefones	921	
internet	209	
Tv Cabo	148	
CTT	1.764	
clipping	1.103	
26. Transportes pessoal	2	0,0%
<b>27. Deslocações e Estadias</b>	<b>9.410</b>	<b>9,0%</b>
Alimentação	8.729	
portagens e estacionamento	241	
deslocações e estadias s.d.d	440	
<b>29. Honorários</b>	<b>6.006</b>	<b>5,7%</b>
secretariado	2.750	
produtores de eventos	908	
animadores	250	
profissionais de espectáculo	1.815	
outros	284	
31. Contencioso e notariado	34	
<b>32. Conservação e Reparação</b>	<b>7.564</b>	<b>7,2%</b>
sede	7.545	
viaturas	19	
<b>33. Publicidade e propaganda</b>	<b>51.453</b>	<b>49,1%</b>
<b>material de propaganda</b>	<b>49.823</b>	<b>47,5%</b>
Cartazes e Outdoors	45.714	
Flyers e impressos	1.127	
Pendões e bandeiras	1.565	
Auto-colantes e outros	1.418	
<b>material para oferta</b>	<b>166</b>	<b>0,2%</b>
T-shirts e outros	166	
<b>Produção</b>	<b>1.464</b>	<b>1,4%</b>
Videos	225	
Anúncios de imprensa	995	
Decoração de salas	244	

34. Limpeza e higiene	997	1,0%
35. Vigilância e Segurança	4.656	4,4%
<b>36. Trabalhos Especializados</b>	<b>908</b>	0,9%
serviços de contabilidade	908	
50. Jornais e Publicações	5	
<b>98. Outros</b>	<b>5.811</b>	5,5%
sistema de som	1.059	
projector de video	1.923	
fogo de artifício	2.420	
flores	410	
<b>Total</b>	<b>104.839</b>	<b>100,0%</b>

#### 10. Notas finais:

O balanço reporta todos os custos à data das eleições, incluindo todos os necessários para o encerramento físico e contabilístico da campanha.

De todas as contas do balancete geral e do balancete de centros de custos podem ser retirados extractos onde são evidenciados todos os movimentos e todos os documentos que os suportam, devida e autonomamente identificados.

A campanha não registou qualquer movimento por caixa.

As contas foram organizadas de acordo com o POC e registadas através de software informático Artsoft, V7.12, por Carla Alexandre da Gama Alves.

#### Anexos:

- Balanço da campanha e Resultado Apurado
- Balancete do Razão organizado nos termos do POC
- Balancete dos Centros de Custo correspondentes às acções de campanha desenvolvidas
- Cópia de carta de encerramento da conta bancária aberta para a campanha