

Cidadãos por Lisboa	Encerramento	
Balanço Candidatura		
Activo		
Bancos		0,00
Resultado da Campanha		-84.733,24
Passivo		
Credores HR e JPS		82.171,89
Fornecedores		2.561,35
		84.733,24
		0,00
Resultado da Campanha		
Proveitos		
76 Proveitos		
61 Angariação Fundos		6.627,39
63 Donativos		13.499,93
64 Cobertura Prejuízos		400,00
		20.527,32
Encargos		
62 FSE		
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
63 Impostos		89,74
68 Custos e Perdas Financeiras		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

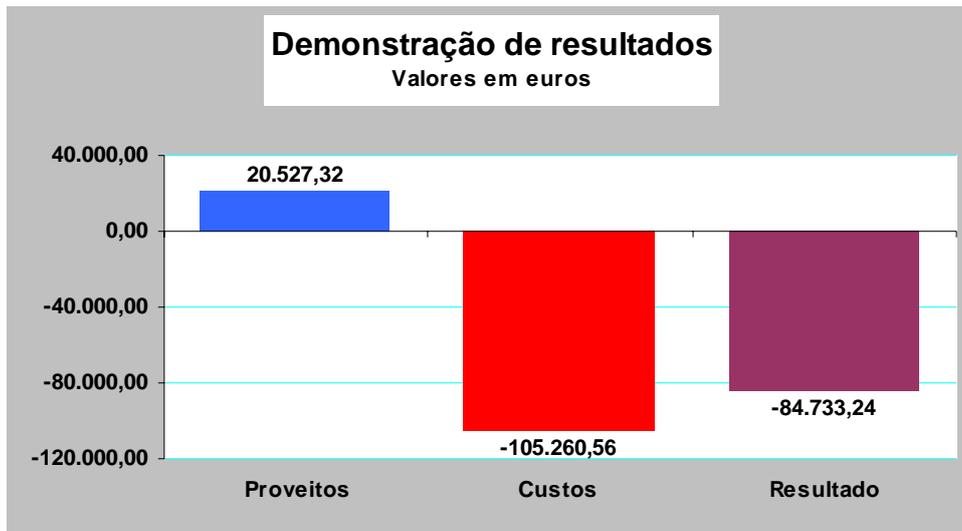
Suplentes

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**.

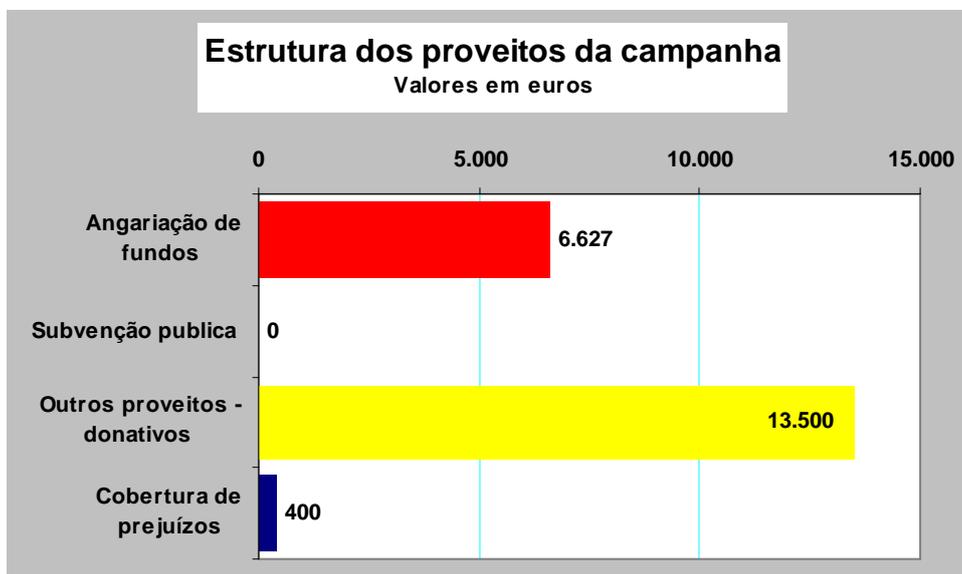
3. Os valores finais apurados no balanço da campanha foram de **20.527 euros** de proveitos e **105.260 euros** de custos, a que corresponde um resultado apurado negativo de **-84.733 euros**, como se pode ver pelo gráfico 1.

Gráfico 1



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

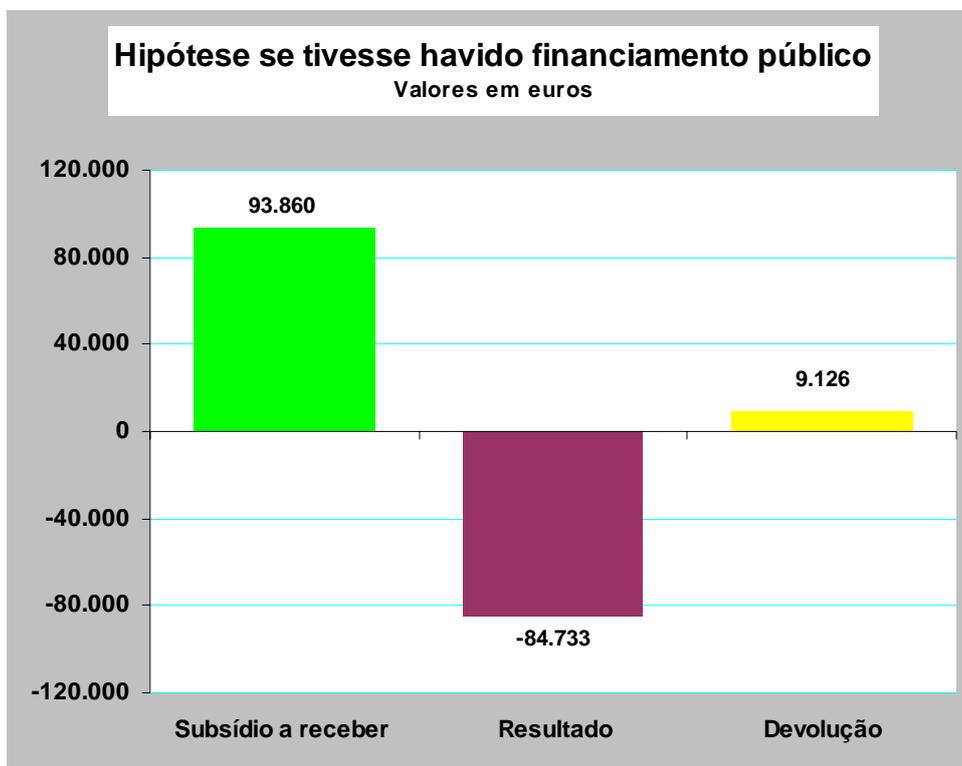
Gráfico 2



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.

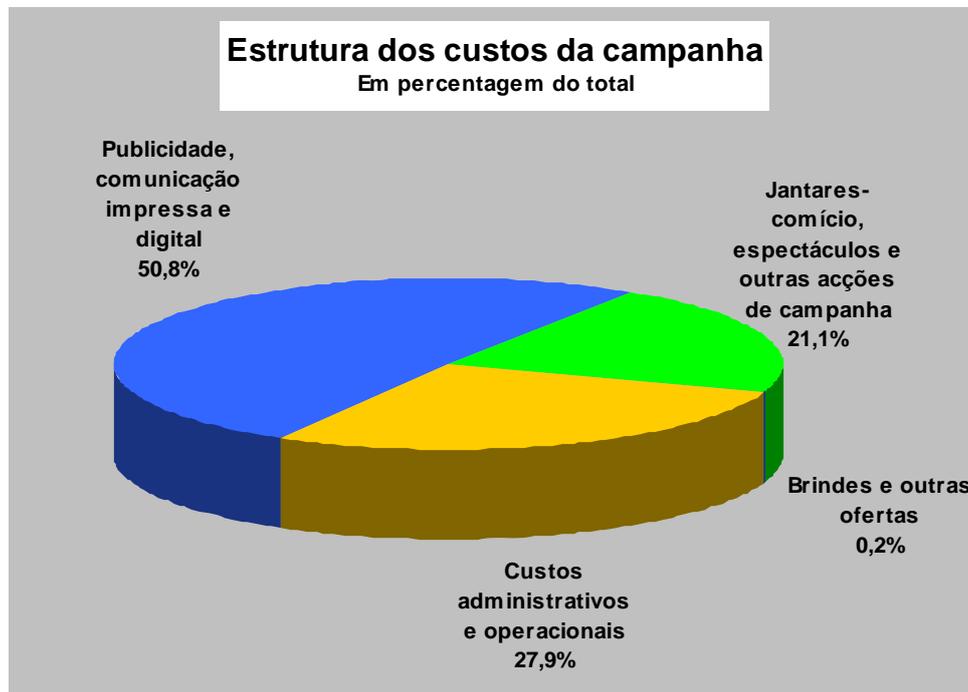
Gráfico 3



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.

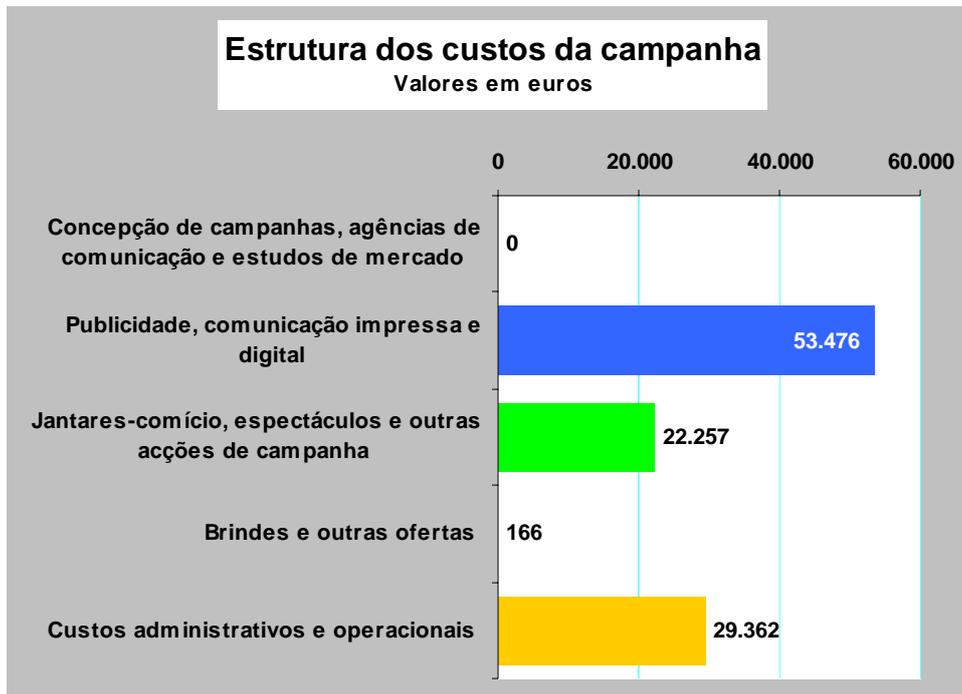
Gráfico 4



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

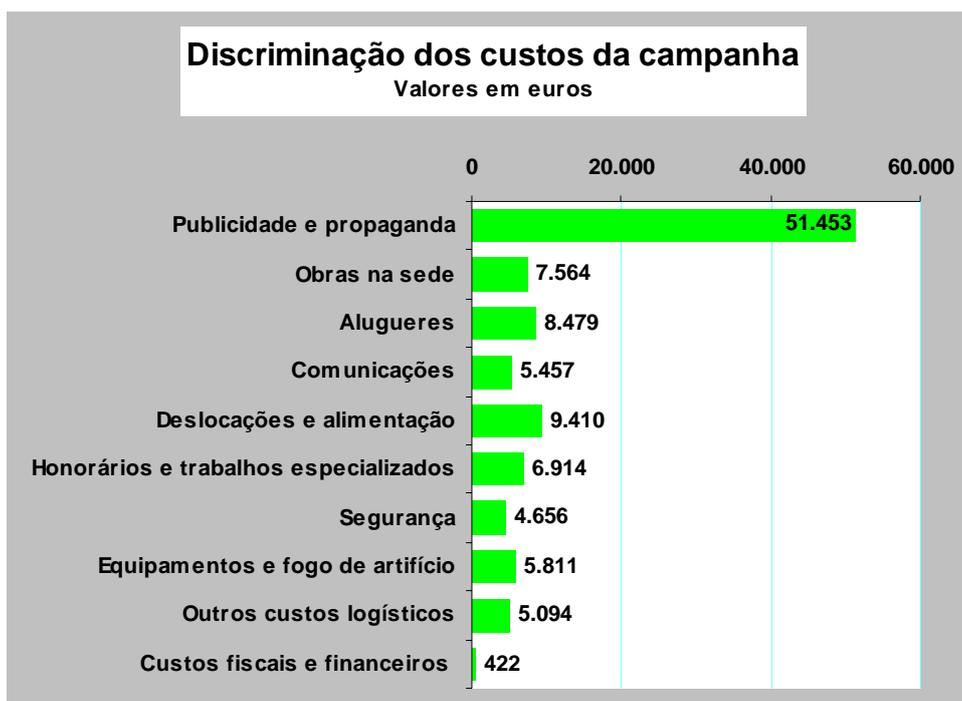
- para concepção e agências de comunicação, zero euros, pois se recorreu à criatividade e voluntariado dos candidatos e apoiantes;
- para publicidade e comunicação impressa e digital, 53.476 euros. Esta rubrica inclui 45.714 euros para 30 outdoors e dez totens, sendo que estes, de grande impacto visual, 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%
19. Rendas e Alugueres	8.479	8,1%
autocarros	200	
barcos	240	
salas	1.485	
bicicletas	6.534	
outros	20	
22. Comunicação	5.457	5,2%
telemóveis	1.312	
telefones	921	
internet	209	
Tv Cabo	148	
CTT	1.764	
clipping	1.103	
26. Transportes pessoal	2	0,0%
27. Deslocações e Estadias	9.410	9,0%
Alimentação	8.729	
portagens e estacionamento	241	
deslocações e estadias s.d.d	440	
29. Honorários	6.006	5,7%
secretariado	2.750	
produtores de eventos	908	
animadores	250	
profissionais de espectáculo	1.815	
outros	284	
31. Contencioso e notariado	34	
32. Conservação e Reparação	7.564	7,2%
sede	7.545	
viaturas	19	
33. Publicidade e propaganda	51.453	49,1%
material de propaganda	49.823	47,5%
Cartazes e Outdoors	45.714	
Flyers e impressos	1.127	
Pendões e bandeiras	1.565	
Auto-colantes e outros	1.418	
material para oferta	166	0,2%
T-shirts e outros	166	
Produção	1.464	1,4%
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%
36. Trabalhos Especializados	908	0,9%
serviços de contabilidade	908	
50. Jornais e Publicações	5	
98. Outros	5.811	5,5%
sistema de som	1.059	
projector de video	1.923	
fogo de artifício	2.420	
flores	410	
Total	104.839	100,0%

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