



LIMPEZA URBANA

Parceria para Cidades
+ Inteligentes e Sustentáveis



Plano de
Atividades
e Orçamento
2024

CONTEÚDO

MENSAGEM DA DIREÇÃO	3
1. ENQUADRAMENTO	5
2. PLANO DE AÇÃO PARA 2024	7
2.1 ANGARIAÇÃO DE ASSOCIADOS	7
2.1.1 ASSOCIADOS FUNDADORES E EFETIVOS.....	7
2.1.2 ASSOCIADOS ADERENTES.....	9
2.1.3. CONSELHO CONSULTIVO	11
2.1.4 ASSOCIADOS HONORÁRIOS.....	12
2.2 DIVULGAÇÃO E COMUNICAÇÃO	13
2.2.1 CANAIS.....	15
2.2.2 CAMPANHAS DIGITAIS	16
2.2.3. OUTRAS CAMPANHAS.....	17
2.3 EVENTOS	18
2.3.1 CALENDÁRIO DE EVENTOS.....	18
2.3.2 6.º ENCONTRO NACIONAL DE LIMPEZA URBANA (ENLU)	18
2.3.3 PARTICIPAÇÃO EM EVENTOS NACIONAIS E INTERNACIONAIS.....	19
2.4 AÇÕES NO ÂMBITO DO PERSU 2030	19
2.5 FORMAÇÃO	21
2.6 PARCERIAS	21
2.7 PROPOSTAS DOS ASSOCIADOS	22
3. INDICADORES DE DESEMPENHO	23
4. ORÇAMENTO	24
4.1 DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS	24
4.2 BALANÇO	25
4.3 CÁLCULO DOS CASH-FLOWS	26

MENSAGEM DA DIREÇÃO

A Direção da Associação Limpeza Urbana – Parceria para Cidades + Inteligentes e Sustentáveis (ALU) prepara-se para mais um ano desafiante. À data deste documento, é difícil antecipar que contexto teremos em 2024, quer a nível internacional, quer a nível nacional. Porém, mesmo num cenário de incerteza económica, política e social, uma garantia podemos dar: o compromisso da ALU com o setor.

Desde que iniciámos este percurso, em 2019, a responsabilidade e a dedicação têm sido premissas do nosso trabalho, cujos frutos foram particularmente visíveis em 2023. Vimos, pela primeira vez, a Limpeza Urbana referida em documentos estratégicos nacionais que vão orientar as práticas do setor dos resíduos urbanos até ao final da década. Referimo-nos, claro, ao Plano Nacional de Gestão de Resíduos (PNGR) 2030 e ao Plano Estratégico para os Resíduos Urbanos (PERSU) 2030, que, ao trazerem obrigações claras para a atividade da Limpeza Urbana, atribuem-lhe finalmente um estatuto autónomo do dos resíduos e começam a dar resposta a algumas das necessidades desta atividade que têm sido identificadas pela nossa Associação.

Não será exagero dizer que esta foi uma conquista da ALU, desta Direção e dos seus Associados. Mas não nos iludamos: o trabalho ainda agora começou! No âmbito destes planos, à ALU cabem várias responsabilidades e, embora muitas delas fossem já objeto de trabalho do nosso lado, será em 2024 que irão ganhar ímpeto. Por esse motivo, dar resposta a essas exigências é uma das prioridades neste plano de atividades.

Outra conquista que queremos louvar e que determinará a atuação da ALU em 2024 é o seu crescimento. Terminámos 2023 com 63 associados e a perspetiva de entrada de outros tantos. Pelas conversas que vamos tendo pelo País, apercebemo-nos de que a ALU levanta cada vez mais interesse entre os decisores e responsáveis do setor do Ambiente, sejam eles públicos, sejam eles privados. Sabemos que também isto significa mais trabalho, mais compromisso, mais dedicação! Por isso, o ano de 2024 é

também de reforço das atividades “do dia a dia” da ALU, com mais campanhas, mais eventos, mais parcerias, mais comunicação, mais informação ao setor. Queremos retribuir a confiança de quem se junta a nós, associados e parceiros, tornando-nos numa presença assídua nos principais eventos do setor, numa referência de conhecimento e boas práticas, numa comunidade de entreaajuda e de partilha. Neste ano, pretendemos continuar a promover ações e criação de conhecimento que inspirem a transformação das nossas cidades e vilas em espaços mais saudáveis, sustentáveis e vibrantes, que as pessoas sintam como seus e onde se sintam mais felizes.

Em suma, sabemos que as expectativas – e também as responsabilidades – são grandes. E nada disto se conseguirá sozinho: precisamos de todos os nossos associados e parceiros para consolidar as conquistas feitas até agora e abrir portas a outras tantas que aguardam esta grande comunidade em 2024. Estamos preparados!

A Direção da Associação

1. ENQUADRAMENTO

A Associação Limpeza Urbana – Parceria para Cidades + Inteligentes e Sustentáveis (ALU) é uma rede de cidades e *stakeholders* do sector da Limpeza Urbana que, à data deste documento, representa 63 entidades do sector, nomeadamente 27 municípios, empresas municipais e juntas de freguesia (associados fundadores e efetivos) e 36 empresas privadas (associados aderentes).

A população abrangida pela ALU, considerando os seus associados, é de cerca de 2,8 milhões de habitantes, que vão do norte a sul do país, incluindo os arquipélagos dos Açores e da Madeira.

A associação continua a trabalhar com vista a potenciar e a promover a Limpeza Urbana, valorizando os serviços e os respetivos colaboradores, fomentando metodologias de inovação, investigação e desenvolvimento de soluções, criando sinergias e estabelecendo uma plataforma colaborativa que perspetive estratégias para cidades mais inteligentes, circulares e sustentáveis.

As áreas de atuação da associação são vastas e múltiplas, destacando-se:



Figura 1: ÁREAS DE INTERVENÇÃO DA ASSOCIAÇÃO LIMPEZA URBANA

2. PLANO DE AÇÃO PARA 2024

As prioridades de ação para 2024 estão alinhadas com o anteriormente estabelecido, centrando-se no aumento da massa associativa e no desenvolvimento de iniciativas marcantes. Neste ano em particular, acrescem as orientações decorrentes do Plano Nacional de Gestão de Resíduos (PNGR) 2030 e do Plano Estratégico para os Resíduos Urbanos (PERSU) 2030 que visam diretamente a ALU.

2.1 ANGARIAÇÃO DE ASSOCIADOS

2.1.1 ASSOCIADOS FUNDADORES E EFETIVOS

O reforço dos associados continua a ser preponderante, com os propósitos de criar massa crítica à volta da Associação e de facilitar a troca de experiências, dúvidas e dificuldades, assim como de partilhar boas práticas entre os associados. A mobilização de entidades nacionais, como parceiros (institucionais, estratégicos, de investigação, etc.), é também determinante para o cumprimento da missão da ALU.

Atualmente, a ALU conta com 27 Associados Fundadores e Efetivos, conforme apresentado na Figura 2. O quórum é fulcral no posicionamento que a Associação tem junto da tutela e de outros organismos estatais, enquanto entidade representativa, com capacidade de emitir comunicados e pareceres sobre matérias relacionadas ou com implicação na Limpeza Urbana, bem como de solicitar a atenção destas mesmas entidades para determinadas necessidades dos seus associados.

2.1.2 ASSOCIADOS ADERENTES

Os Associados Aderentes são todas as pessoas singulares maiores de 18 anos e pessoas coletivas públicas ou privadas que não sejam considerados Associados Efetivos. Nesta categoria de associados, incluem-se, por exemplo, pessoas que queiram integrar a associação a título pessoal ou empresas privadas prestadoras de serviços, fornecedores de equipamentos ou produtos nos domínios da limpeza urbana.

Os atuais Associados Aderentes estão listados na Figura 3.

Os Associados Aderentes podem integrar os Grupos de Trabalho que se decidam criar, juntamente com Associados Fundadores, Efetivos e Honorários, entre outros especialistas externos que se considerem pertinentes.

Em 2024, com vista à captação de associados aderentes, preveem-se as seguintes ações:

- Estabelecimento de parcerias de divulgação;
- Estabelecimento de parcerias que reforcem o *networking* e o B2B (*business to business*);
- Contactos diretos;
- Publicação de notícias nos *media* especializados;
- Participação em eventos nacionais e internacionais;
- Crescente dinamização dos canais próprios (website, redes sociais, etc.) da ALU, com visibilidade para as vantagens de fazer parte desta comunidade.



Figura 3: LISTA DE ASSOCIADOS ADERENTES DA ASSOCIAÇÃO LIMPEZA URBANA
2023

2.1.3. CONSELHO CONSULTIVO

O Conselho Consultivo é um órgão consultivo da Associação, tendo nele lugar todos os Associados Aderentes e Honorários.

Ao criar esta entidade, a associação quis garantir um lugar de destaque para outro dos intervenientes no setor da Limpeza Urbana: os Associados Aderentes, que vão ajudar a Associação na tomada de decisão e no cumprimento dos seus objetivos.

Com isto, pretende-se dar resposta às diferentes necessidades dos agentes do setor, estreitando o fosso entre entidades que precisam de soluções (produtos e serviços) e fornecedores dessas mesmas soluções. Ao longo do percurso da ALU, o Conselho Consultivo, liderado pelo representante da empresa Solim, António Bento, tem tido um papel crucial, nomeadamente no que se refere à organização dos Encontros Nacionais de Limpeza Urbana.

2.1.4 ASSOCIADOS HONORÁRIOS

Os Associados Honorários são pessoas singulares ou coletivas que, pela sua categoria científica ou pedagógica ou pelos serviços prestados à ALU, serão admitidos como tal em Assembleia Geral. A admissão deste tipo de associados é analisada oportunamente e caso a caso.

Atualmente, a ALU tem como associado honorário Vítor Lemos, antigo presidente dos Serviços Municipalizados de Viana do Castelo e ex-vice-presidente da Câmara Municipal de Viana do Castelo. O responsável integrou a comissão instaladora da ALU desde a primeira hora, tendo sido um dos grandes impulsionadores da criação da associação.

2.2 DIVULGAÇÃO E COMUNICAÇÃO

A divulgação e a comunicação são indispensáveis para o desenvolvimento e para a atividade da Associação, contribuindo também para o sucesso da sua missão.

A divulgação visa posicionar a ALU e o seu propósito junto de potenciais associados, parceiros e outras entidades que possam ajudar a cumprir os seus objetivos. Estudos, eventos, *workshops*, seminários e outras iniciativas promovidas e/ou apoiadas pela Associação incluem-se também na vertente da divulgação.

Ao mesmo tempo, a associação deverá apresentar-se em fóruns do setor, manifestando a sua posição e participando de forma ativa em questões relacionadas com os domínios da Limpeza Urbana. É ainda reconhecida a intenção de promover estudos e projetos de investigação relacionados com o setor.

Em termos da estratégia de marketing, os objetivos concretizam-se em:

- Dar visibilidade à associação, destacando a sua força e o seu dinamismo crescente no mercado;
- Atrair novos associados e parceiros;
- Divulgar, organizar e/ou apresentar eventos, iniciativas, estudos e outros serviços próprios ou criados em parceria;
- Posicionar os canais de comunicação próprios da ALU como fontes de conhecimento e informação de referência no setor.

Assim, a estratégia de marketing passa por:

- **Partilha de conteúdos**
 - i. elaborar regularmente notícias (conteúdos informativos) sobre temas de interesse para o setor;*
 - ii. criar conteúdos sobre os associados (novidades, projetos, iniciativas, produtos, serviços, etc.);*
- **Consolidação de uma rede de conhecimento (networking) ativa e dinâmica**
 - i. estabelecer uma rede de contactos não associados através das redes sociais;*
 - ii. criar e reforçar laços com entidades institucionais e outros organismos relevantes aos níveis nacional e internacional;*
- **Participação em eventos do setor do ambiente e das cidades**
 - i. presença em certames nacionais e internacionais, quer através da organização de comitivas de associados, quer através de outras formas de participação (exposição e/ou palestras);*
- **Reforçar a Limpeza Urbana enquanto setor independente dos resíduos**
- **Utilizar ferramentas de email marketing**
 - i. dinamizar newsletter regular com informação sobre o setor da Limpeza Urbana, a ALU e os seus associados;*
 - ii. aumentar base de dados, tendo como público-alvo contactos de elevado valor, como autarquias e outros agentes do setor;*
- **Criar meios de fidelização**
 - i. descontos para participação em feiras e eventos internacionais para associados;*
 - ii. descontos em formação ou workshops;*
 - iii. participação em projetos internacionais;*
 - iv. plataformas/iniciativas exclusivas de partilha do conhecimento gerado no seio da ALU.*

2.2.1 CANAIS

No último ano, o crescimento da Associação obrigou a um reforço da comunicação nos seus canais existentes. Em linha com os objetivos de alcançar potenciais associados, de divulgar e de afirmar o papel da Associação enquanto referência para o setor, o sítio da ALU na internet (Figura 4), em funcionamento desde maio de 2020, foi reformulado, contemplando agora novos espaços de divulgação de informação e conteúdos, o que se tem refletido num aumento das visitas à página (www.associacaolimpezaurbana.org).

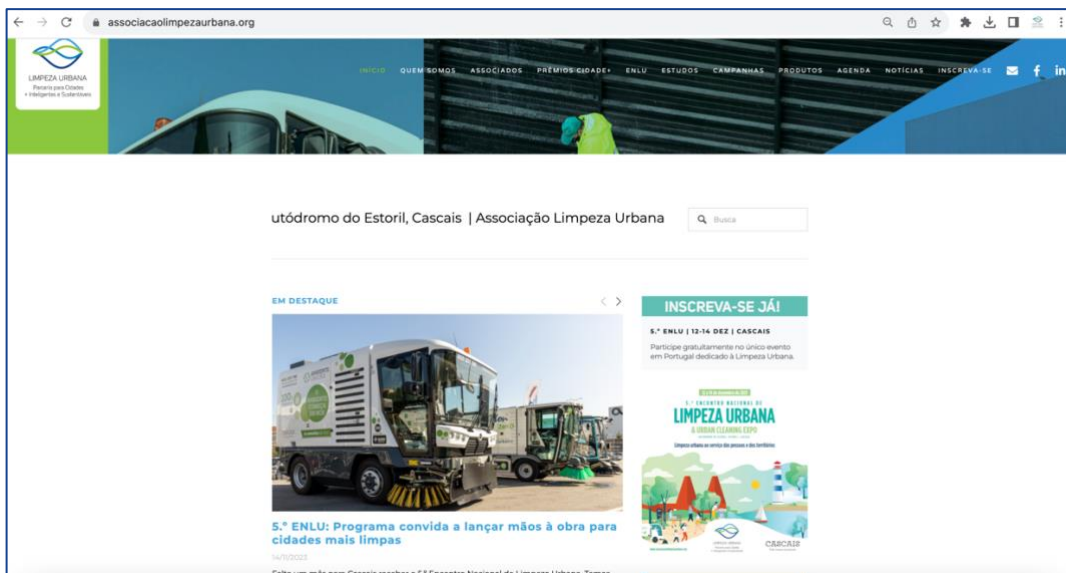


Figura 4 SÍTIO NA INTERNET DA ASSOCIAÇÃO LIMPEZA URBANA

Além disso, com vista a estabelecer uma relação de fidelização com o público-alvo da ALU, foi criada uma *newsletter* regular (periodicidade variável, adequada às necessidades de comunicação da Associação), cujo número de subscritores é já superior a 1500 contactos.

Pretende-se que, em 2024, o portal da ALU seja cada vez mais dinâmico, com a publicação regular de conteúdos informativos (notícias, reportagens, entrevistas, *case studies*, etc.) e de conteúdos promocionais devidamente identificados como tal (divulgação de novidades dos associados, artigos de opinião, apresentação de produtos/serviços, etc.). Esta tendência terá também expressão na *newsletter*, que se pretende que seja um canal de comunicação por excelência da ALU.

As redes sociais Facebook e LinkedIn complementam a presença digital da Associação, contando já com perto de 1500 seguidores. Estima-se que, em 2024, a animação destes canais seja incrementada, alcançando mais pessoas e aumentando o número de seguidores, o que contribuirá certamente para uma maior divulgação da ALU e dos seus associados.

2.2.2 CAMPANHAS DIGITAIS

No que se refere ao desenvolvimento de campanhas digitais, em 2024, pretende-se que estas continuem a abordar os desafios intemporais que se colocam às entidades responsáveis pela Limpeza Urbana, nomeadamente o combate às beatas deixadas no chão e aos dejetos caninos, os métodos de limpeza de ervas, o combate aos resíduos abandonados e às deposições ilegais de resíduos. No entanto, a ALU está sempre atenta a novas questões, como será a introdução de sistemas de recolha para novos fluxos (caso dos biorresíduos), e até mesmo a temas pontuais que exigem uma resposta do setor, como a pressão nos serviços aquando da realização de grandes eventos (por exemplo, Jornadas Mundiais da Juventude). Assim, sempre que se justifique, será contemplada a realização de campanhas digitais que possam contribuir para o trabalho desempenhado pelos diferentes agentes do setor.

Enquanto fonte de referência nesta matéria, a ALU irá reunir, nos seus canais, materiais de apoio e exemplos de ações e boas práticas levadas a cabo pelos associados, na expectativa de criar uma publicação com as melhores iniciativas do ano. Aqui terão ainda lugar de destaque os vencedores da primeira edição dos Prémios Cidade+. Seguem alguns exemplos de ações que poderão ser documentadas:

- Ação de limpeza de praias, ribeiras ou outras;
- Sensibilização para a recolha de objetos fora de uso;
- Sensibilização contra o abandono de resíduos;
- Sensibilização para a correta separação de resíduos;
- Informação sobre quantitativos de resíduos, reciclagem ou outros;

- Outras iniciativas relacionadas com limpeza urbana ou recolha de resíduos.

2.2.3. OUTRAS CAMPANHAS

Participação em Campanha Nacional

Reconhecendo a necessidade de uma campanha de comunicação conjunta entre os vários agentes, com uma mensagem comum e a uma só voz, um dos objetivos da ALU para o futuro imediato passa por contribuir para criar as condições para que tal iniciativa se concretize.

Atendendo à publicação, em Outubro de 2023, do aviso-convite dirigido à APA - Agência Portuguesa do Ambiente para a realização de uma campanha nacional de comunicação sobre resíduos urbanos, a ALU já manifestou o seu interesse e disponibilidade para ser parte ativa nesta ação. Apesar de não se conhecerem, a esta data, as condições em que a campanha irá decorrer, é intenção da ALU posicionar-se como um parceiro para a sua elaboração e eventual coordenação.

Vencedores dos Prémios de Limpeza Urbana

Cumprindo o desígnio de reconhecer as melhores práticas no setor atribuído aos Prémios Cidade+, em 2024, a ALU dará destaque aos projetos vencedores do galardão, aproveitando as várias iniciativas que organiza e em que participa para divulgar o conhecimento gerado.

Efemérides

Em seguimento do trabalho feito anteriormente, em 2024, as efemérides relacionadas com o setor da Limpeza Urbana e da Sustentabilidade serão assinaladas pela ALU com campanhas próprias. Neste âmbito, destacam-se o World Cleanup Day, a Semana Europeia da Prevenção de Resíduos, a Hora do Planeta, o Dia Nacional da Sustentabilidade, o Dia Internacional do Desperdício Zero, entre outros.

2.3 EVENTOS

2.3.1 CALENDÁRIO DE EVENTOS

Dar continuidade à transferência de conhecimento e à partilha de experiências até aqui promovidas pela Associação faz parte dos planos para 2024. Atendendo às novidades que o novo ano trará, pretende-se criar um calendário de eventos organizados pela ALU que contemple:

- Uma sessão de esclarecimento de cariz mais técnico, por semestre (duas por ano), abordando assuntos de relevo para o setor a definir (nova legislação, oportunidades de financiamento, exigências na recolha de novos fluxos, responsabilidade alargada do produtor, PAYT/SAYT, SDR, etc.), aberta à comunidade;
- *Webinars* trimestrais, exclusivos para os membros da ALU e organizados em parceria com os associados aderentes, para a mostra de soluções disponíveis no mercado que possam responder às necessidades das entidades responsáveis pelo serviço de Limpeza Urbana (com isto, pretende-se começar a desenhar um “laboratório experimental de sistemas inovadores de limpeza urbana”, conforme pedido anteriormente pelo Conselho Consultivo da ALU).;
- No âmbito do *roadmap* previsto no ponto 2.1.1, organizar, ao nível regional (Comunidades Intermunicipais), sessões de apresentação da ALU e do seu trabalho às entidades locais;
- 6.º Encontro Nacional de Limpeza Urbana.

2.3.2 6.º ENCONTRO NACIONAL DE LIMPEZA URBANA (ENLU)

Em 2024, o ENLU contará apenas com o formato conferência, mantendo-se a vontade de descentralizar, no território, a realização do evento anual da ALU.

Como é habitual, também esta edição do ENLU vai primar pela qualidade dos conteúdos e das participações e pela pertinência dos temas a abordar, refletindo as necessidades dos agentes no terreno. Pretende-se que o trabalho desenvolvido pelos associados esteja (ainda mais) em destaque, evidenciando que a atividade da Limpeza Urbana é um setor cada vez mais maduro e independente do dos resíduos - o que é, também, fruto

da existência da Associação.

2.3.3 PARTICIPAÇÃO EM EVENTOS NACIONAIS E INTERNACIONAIS

Em 2024, a ALU pretende reforçar a participação em eventos nacionais e internacionais, como corolário dos contactos já desenvolvidos com entidades nacionais e internacionais.

2.4 AÇÕES NO ÂMBITO DO PERSU 2030

A referência à Limpeza Urbana nas mais recentes versões dos documentos estratégicos de âmbito nacional para a gestão de resíduos urbanos representou uma importante conquista para a ALU e seus associados. No entanto, trata-se apenas do começo do imenso caminho que o setor tem pela frente e cuja responsabilidade, com a publicação do PERSU 2030, passa a estar formalmente atribuída à ALU.

Assim, no plano de atividades para 2024, deve incluir-se o trabalho a desenvolver com vista à concretização das seguintes ações previstas pelo Plano Estratégico e que visam a ALU enquanto entidade responsável:

- *Definição de metodologia de cálculo para a determinação das contribuições financeiras a atribuir a município/freguesias, associadas aos custos de Limpeza gerados pelos resíduos de produtos abrangidos pelo Decreto-Lei n.º 78/2021 (plásticos de uso único), com base nos requisitos estabelecidos pela Comissão Europeia (Eixo III, OB.IV, Medida 2, Ação 2.3, PERSU 2030);*
- *Programa de capacitação no âmbito da gestão de resíduos e limpeza urbana, com periodicidade bienal (Eixo III, OB.V, Medida 5, Ação 5.2, PERSU 2030);*
- *Capacitação dos técnicos dos SGRU, municípios e freguesias para as áreas da Limpeza Urbana, nomeadamente através da produção de guias técnicos e manuais de boas práticas de Limpeza Urbana (Eixo III, OB.V, Medida 6, Ação 6.1, PERSU 2030);*
- *Criação e publicação de um índice nacional de limpeza urbana, que reflita a perceção do estado de limpeza das cidades por parte dos cidadãos, mas também o modo como os serviços são prestados pelas*

entidades (Eixo III, OB.VI, Medida 3, Ação 3.3, PERSU 2030).

Além disto, o PERSU 2030 prevê a participação da ALU enquanto entidade envolvida nas seguintes ações:

- *Modernização da gestão de recolha de resíduos, incluindo a digitalização e utilização de TIC (tecnologias de informação e comunicação), que permita sistemas e circuitos integrados, otimizados e dinâmicos assim como circuitos e frequência da limpeza urbana/varredura* (Eixo II, OB.II, Medida 5, Ação 5.1, PERSU 2030);
- *Desenvolvimento de campanhas de âmbito nacional, direcionada à prevenção e promoção da recolha seletiva de resíduos urbanos* (Eixo III, OB.VI, Medida 1, Ação 1.1, PERSU 2030);
- *Desenvolvimento de barómetro para a avaliação de temas críticos identificados pelos produtores de resíduos urbanos no que respeita ao serviço prestado para apoio à avaliação da implementação da estratégia* (Eixo III, OB.VI, Medida 1, Ação 1.4, PERSU 2030).

Na generalidade, estas medidas estão em linha com as necessidades do setor já identificadas pela ALU. Por esse motivo, considera-se que este é um caminho que a nossa Associação já iniciou, dispondo já de trabalho desenvolvido nestas matérias. Será agora necessário identificar passos seguintes para a sua concretização na perspetiva do que é exigido pelo PERSU 2030. A Associação conta, para este efeito, com o contributo de todos os associados e compromete-se a identificar e aproveitar sinergias e potenciais parcerias que contribuam para o sucesso desta tarefa.

2.5 FORMAÇÃO

Avançar com um Programa de Formação inovador que responda às necessidades exigentes do mercado e dos serviços de Limpeza Urbana é um desígnio da ALU desde a sua criação. Até aqui, não foram ainda reunidas as condições para a concretização desse objetivo, exigindo-se por isso que a Associação permaneça atenta a potenciais oportunidades de financiamento, quer a nível europeu, quer nacional, que permitam o nível de excelência que a ALU procura imprimir nas suas atividades.

Não obstante, a Associação tem-se mostrado disponível para participar em ações de formação promovidas por outras entidades, como aconteceu, em 2023, com o PROResíduos - Programa Avançado de Gestão de Resíduos Urbanos, promovido pela FEFAL, no qual o presidente da Direção da ALU integrou a equipa de formadores.

Além disso, pretende-se que, em todas as atividades realizadas pela ALU, haja uma componente formativa, mesmo que num modelo informal de partilha de conhecimento.

2.6 PARCERIAS

As parcerias de divulgação e as parcerias estratégicas nacionais e internacionais realizadas até aqui pela ALU vão continuar a ser reforçadas em 2024.

Em resultado das colaborações estabelecidas em anos anteriores com entidades organizadoras de feiras reconhecidas internacionalmente, como a IFAT Munich, a Ecomondo, a Tecma ou o Pollutec, foi possível facilitar a participação dos associados nestes certames. Para 2024, estas parcerias foram já renovadas, havendo a expectativa de uma presença ainda mais significativa dos associados da ALU nestes eventos.

Também a nível internacional, com vista à troca de experiências, a ALU pretende integrar as redes internacionais Clean Europe Network e Let's Do It World. A participação nas iniciativas levadas a cabo por estas redes permitirá à ALU não só aceder a conhecimento técnico sobre temas críticos para o setor, mas também ter contacto com novas abordagens a desafios transversais, como a sensibilização e envolvimento dos cidadãos ou

estratégias de combate ao *litter*. Espera-se que o resultado da participação nessas redes seja, depois, transposto para as iniciativas nacionais, chegando assim a todos os associados e tendo efeitos práticos na relação da ALU com a sociedade civil. Com o mesmo objetivo, impõe-se também a manutenção e o reforço das relações com entidades congêneres de outros países.

2.7 PROPOSTAS DOS ASSOCIADOS

No seguimento da Assembleia Geral de 21 de novembro de 2023, foi aprovada a inclusão, neste Plano de Atividades, das propostas apresentadas pelos associados. São elas:

- Criação de um “package de adesão” que inclua um manual, uma *checklist* e os documentos necessários ao procedimento;
- Organização, pelo Conselho Consultivo, de uma visita a um município estrangeiro para conhecer boas práticas, trocar experiências e conhecer novas soluções e abordagens;
- Criação de um grupo de trabalho composto pelos associados fundadores e efetivos para troca de conhecimento.

Durante a Assembleia Geral, foi ainda reforçada a necessidade de organizar ações de formação sobre higiene urbana – proposta que estava já prevista neste documento.

3. INDICADORES DE DESEMPENHO

Até ao final de dezembro de 2024 e tendo em conta os indicadores perspetivados no ano transato, estima-se que o desempenho da associação possa ser avaliado seguindo os seguintes indicadores:

Indicadores	2022	2023	2024 (estimado)
Participação em eventos	6	6	6-10
Workshops, webinars, ações, formação	0	3	6
Estudos e outra documentação	0	2	2-4
Parcerias estratégicas	2	2	4-6
Novos Associados Efetivos	6	1	4-6
Novos Associados Aderentes	3	13	10-15

Tabela 1: Indicadores de desempenho 2022-2024 (estimativa)

4. ORÇAMENTO

4.1 DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADOS

	2024
<i>Vendas e serviços prestados</i>	200 000
<i>Subsídios à Exploração</i>	
<i>Ganhos/perdas imputados de subsidiárias, associadas e empreendimentos conjuntos</i>	
<i>Variação nos inventários da produção</i>	
<i>Trabalhos para a própria entidade</i>	
<i>CMVMC</i>	
<i>Fornecimento e serviços externos</i>	135 000
<i>Gastos com o pessoal</i>	
<i>Imparidade de inventários (perdas/reversões)</i>	
<i>Imparidade de dívidas a receber (perdas/reversões)</i>	
<i>Provisões (aumentos/reduções)</i>	
<i>Imparidade de investimentos não depreciables/amortizáveis (perdas/reversões)</i>	
<i>Aumentos/reduções de justo valor</i>	
<i>Outros rendimentos e ganhos</i>	50
<i>Outros gastos e perdas</i>	10 000
<i>EBITDA (Resultado antes de depreciações, gastos de financiamento e impostos)</i>	55 050
<i>Gastos/reversões de depreciação e amortização</i>	
<i>Imparidade de activos depreciables/amortizáveis (perdas/reversões)</i>	
<i>EBIT (Resultado Operacional)</i>	55 050
<i>Juros e rendimentos similares obtidos</i>	
<i>Juros e gastos similares suportados</i>	
<i>RESULTADO ANTES DE IMPOSTOS</i>	55 050
<i>Imposto sobre o rendimento do período</i>	500
<i>RESULTADO LÍQUIDO DO PERÍODO</i>	54 550

Unidades: Euro

Os proveitos considerados têm origem em duas fontes:

- Receitas decorrentes da aplicação da estrutura de quotização aprovada pela Assembleia Geral, com base na evolução prevista quer para associados fundadores e efetivos, bem como associados aderentes;
- Receitas derivadas da realização de eventos e iniciativas, nomeadamente com a participação e patrocínio dos mesmos.

4.2 BALANÇO

	2024
ACTIVO	
Activo Não Corrente	
<i>Activos fixos tangíveis</i>	
<i>Propriedades de investimento</i>	
<i>Activos Intangíveis</i>	
<i>Investimentos financeiros</i>	
Activo corrente	
<i>Inventários</i>	
<i>Cientes</i>	70 000
<i>Estado e Outros Entes Públicos</i>	12 500
<i>Accionistas/sócios</i>	
<i>Outras contas a receber</i>	1 000
<i>Diferimentos</i>	
<i>Caixa e depósitos bancários</i>	150 000
TOTAL ACTIVO	233 500
CAPITAL PRÓPRIO	
<i>Capital realizado</i>	
<i>Acções (quotas próprias)</i>	
<i>Outros instrumentos de capital próprio</i>	172 950
<i>Reservas</i>	
<i>Excedentes de revalorização</i>	
<i>Outras variações no capital próprio</i>	
<i>Resultado líquido do período</i>	54 550
TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO	227 500
PASSIVO	
Passivo não corrente	
<i>Provisões</i>	
<i>Financiamentos obtidos</i>	
<i>Outras Contas a pagar</i>	
Passivo corrente	
<i>Fornecedores</i>	5 000
<i>Estado e Outros Entes Públicos</i>	500
<i>Accionistas/sócios</i>	
<i>Financiamentos Obtidos</i>	
<i>Outras contas a pagar</i>	500
TOTAL PASSIVO	6 000
TOTAL PASSIVO + CAPITAL PRÓPRIO	233 500

Unidades: Euro

4.3 CÁLCULO DOS CASH-FLOWS

	2024
Meios Libertos do Projecto	42 664
<i>Resultados Operacionais (EBIT) x (1-IRC)</i>	42 664
<i>Depreciações e amortizações</i>	-
<i>Provisões do exercício</i>	-
Investim./Desinvest. em Fundo Maneio	-
<i>Fundo de Maneio</i>	-
CASH FLOW de Exploração	42 664
Investim./Desinvest. em Capital Fixo	-
<i>Capital Fixo</i>	-
Free cash-flow	42 664
CASH FLOW acumulado	42 664

Unidades: Euro