



LIMPEZA URBANA

Parceria para Cidades
+ Inteligentes e Sustentáveis

**PLANO DE ATIVIDADES E ORÇAMENTO
2021**

ÍNDICE

MENSAGEM DA DIREÇÃO	2
1. ENQUADRAMENTO.....	4
2. PLANO PARA 2021.....	5
2.1. Angariação de Associados	5
2.1.1. Associados fundadores e efetivos	5
2.1.2. Associados Aderentes.....	6
2.1.3. Associados Honorários.....	8
2.2. Parcerias	8
2.3. Divulgação e Comunicação.....	9
2.3.1. Estratégia de Marketing.....	9
2.3.2. Digital.....	10
2.3.3. Eventos.....	12
3. QUADRO RESUMO DAS AÇÕES	16
4. ORÇAMENTO.....	17
4.1. Demonstração de Resultados.....	17
4.2. Balanço	18
4.3. Cálculo dos <i>cash-flows</i>	19

MENSAGEM DA DIREÇÃO

O ano de 2020 revelou-se um verdadeiro teste à recém-constituída associação Limpeza Urbana – Parceria para Cidades + Inteligentes e Sustentáveis (ALU), com a pandemia a afetar todo o funcionamento da sociedade, impondo novas regras e muita incerteza no que respeita aos próximos tempos, mas sobretudo com um impacto económico cuja dimensão ainda não se conseguiu alcançar.

O ano de 2021 anuncia-se um ano cheio de desafios e de interrogações. Como forma de colmatar as incertezas que pairam no ar, o exercício vertido no presente Plano de Atividades e Orçamento contempla iniciativas presenciais e outras virtuais, num misto de soluções que serão mais facilmente ajustadas à realidade.

Independentemente destas circunstâncias “especiais”, que têm sempre muito impacto no funcionamento de uma organização como a ALU porque afeta todos os associados, 2021 é um ano determinante para a associação se impor no panorama nacional dos resíduos. É neste ano que entram em vigor os novos planos estratégicos do sector dos resíduos – que pela primeira vez poderão ter integrado a designação Limpeza Urbana – que além de assumir compromissos e metas muito mais exigentes para todas as entidades gestoras, vêm acometer mais responsabilidades e responsabilização por parte dos municípios.

Várias iniciativas em curso deverão contribuir para garantir a visibilidade que a ALU necessita. No entanto, o ponto alto deste ano em matéria de limpeza urbana deverá ser III Encontro Nacional de Limpeza Urbana, entre 29 de junho e 1 de julho, que conta já com o apoio da Câmara Municipal de Braga.

Este será o espaço de encontro para todos os *stakeholders* do segmento da limpeza urbana; a montra deste sector emergente que vai permitir reunir o que de melhor existe no mercado em matéria de equipamentos e serviços, os melhores exemplos de boas

práticas em entidades gestoras nacionais e internacionais, e ainda propostas de inovação de instituições de investigação e desenvolvimento.

Apesar das contingências, acreditamos que 2021 poderá ser um ano de viragem na forma como a limpeza das cidades é percecionada, uma vez que tem impacto na vida diária das pessoas, na qualidade de vida das cidades, na saúde, na economia, no desenvolvimento local e, em última análise, no país.

A mudança comportamental exigida pelas metas que entrarão em vigor, é outra importante área de atuação da ALU, que se está a tentar posicionar junto da tutela como agente intermediário e dinamizador de ações de mobilização e sensibilização do cidadão.

O trabalho é contínuo, exige uma atenção redobrada às mudanças e uma capacidade de resposta rápida e efetiva. Vontade não nos falta, ideias também, vamos à ação!



Luís Almeida Capão

Presidente da Direção

1. ENQUADRAMENTO

A associação Limpeza Urbana – Parceria para Cidades + Inteligentes e Sustentáveis (ALU) assinalou o seu primeiro ano de atividade em 2020 com muita expectativa.

À data de realização deste documento, a ALU é uma rede de cidades e *stakeholders* do sector da Limpeza Urbana, representando 37 entidades do sector, nomeadamente 23 municípios, empresas municipais e juntas de freguesia (associados fundadores e efetivos) e 14 empresas privadas (associados aderentes). A população abrangida pela ALU, considerando os associados, é de cerca de 1,5 milhões de habitantes, que vão do norte a sul do país, incluindo os arquipélagos dos Açores e da Madeira.

A associação está a trabalhar com vista a potenciar e 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 inteligentes, circulares e sustentáveis para as cidades.

Em termos de objetivos da associação é de assinalar a Criação de Conhecimento, Dinamizar uma Rede de Cooperação, Promover a Associação e os seus Associados, Motivar o Cidadão e afirmar-se com uma Entidade Representativa do Sector.

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



O reforço dos associados continua a ser determinante com o propósito de ganhar massa crítica e mais facilmente trocar experiências, dúvidas, dificuldades e também boas práticas entre os associados, mas também para mobilizar entidades nacionais como parceiros (institucionais, estratégicos, de investigação, etc).

A representatividade é ainda fulcral no posicionamento que a associação tem junto da tutela e de outros organismos estatais, uma vez que a associação não pretende apenas emitir comunicados e pareceres sobre as matérias relacionadas ou com implicação na limpeza urbana, mas conseguir a atenção destas mesmo entidades para a opinião dos seus associados.

Tendo em conta que o universo potencial de associados efetivos são 308 municípios, 3092 freguesias, e 32 entidades do sector empresarial local do sector dos resíduos (Relatório Anual dos Serviços de Águas e Resíduos em Portugal, 2018, ERSAR), percebemos que o potencial de crescimento da associação é grande, sendo necessária uma ação continuada e persistente de captação de associados.

As ações que deverão contribuir para a angariação desta tipologia de associados passam por:

- 1) Estabelecimento de parcerias de divulgação;
- 2) Contactos diretos;
- 3) notícias nos media especializados;
- 4) participação em eventos.

Em 2021 perspectiva-se que as iniciativas projetem a ALU como um ator reconhecido, válido e dinâmico, contribuindo para que mais autarquias e juntas de freguesia que juntem a este movimento.

2.1.2. Associados Aderentes

Os Associados Aderentes são todas as pessoas singulares maiores de dezoito anos e pessoas coletivas públicas ou privadas que não sejam considerados como 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.

Em baixo, listamos os atuais associados Aderentes:



Os associados aderentes poderão integrar os Grupos de Trabalho que se decidam criar, juntamente com Associados Fundadores, Efetivos e Honorários, entre outros especialistas externos que se julgar pertinente.

Em 2021 a associação continuará a angariação destas importantes entidades para a sua massa associativa, sendo que as ações que deverão contribuir para o aumento destes associados são:

- a) mailing informativo a contactos diretos;
- b) notícias nos media especializados;
- c) participação em eventos.

Conselho Consultivo

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

Ao criar este conselho consultivo, a associação quis garantir um lugar de destaque para outro dos intervenientes no sector da limpeza urbana: os associados aderentes, que vão ajudar a associação na tomada de decisão e no cumprimento dos seus objetivos. A ideia é estreitar o fosso entre entidades que precisam de produtos e serviços e fornecedores desses mesmos produtos e serviços, o que só pode contribuir para um resultado mais acertivo e proveitoso.

Com este conselho consultivo, a associação pretende fomentar a reflexão e análise dos temas da limpeza urbana envolvendo os vários *stakeholders* do sector, de modo a procurar as soluções mais eficientes e eficazes para os responsáveis pela limpeza urbana.

Face ao desenvolvimento da associação e das suas atividades, o Conselho Consultivo será operacionalizado em 2021.

2.1.3. 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.

Em devida altura e caso a caso se analisará a admissão deste tipo de associados.

2.2. Parcerias

As Parcerias são consideradas determinantes para o sucesso da associação. A afiliação em entidades credíveis nacionais e europeias, e que possam acrescentar valor à atividade da associação e dos seus associados reforça a capacidade de mobilização, possibilita o acesso a informação privilegiada e o *networking*.

Assim, prevê-se uma multiplicidade de parcerias, a estabelecer de acordo com a especificidade de cada uma das entidades e com os objetivos específicos pretendidos. As parcerias internacionais estão a ser iniciadas em paralelo com as parcerias nacionais, uma vez que a associação quer aproveitar o interesse que os temas da limpeza urbana está

também a mobilizar nos outros países europeus e posicionar-se como uma entidade mobilizadora e representativa.

Em 2020 foi estabelecida uma parceria com a Associação Nacional dos Municípios Portugueses (ANMP) e com a *Association des Villes pour la Propreté Urbaine* (AVPU). No âmbito da colaboração com a AVPU a ALU desenvolveu os princípios do Pacto Europeu para a Limpeza Urbana, que deverá ser apresentado e divulgado em 2021.

Em 2021 deverão ser estabelecidas parcerias específicas no âmbito do III Encontro Nacional de Limpeza Urbana, com vista à sua divulgação nacional e internacional.

No ano em análise deverão concretizar-se também as seguintes parcerias:

- a) ASPEA – Associação Portuguesa de Educação Ambiental
- b) ATEGRUS - *Asociación Técnica para la Gestión de Residuos y Medio Ambiente*
- c) ANAFRE - Associação Nacional de Freguesias
- d) ISWA - *International Solid Waste Association*
- e) Universidade Nova de Lisboa
- f) Universidade do Minho

2.3. Divulgação e Comunicação

A divulgação e comunicação é essencial ao desenvolvimento e à atividade da associação, como é facilmente compreensível. A divulgação visa posicionar a associação e o seu propósito junto de potenciais associados, parceiros e outras entidades que possam ajudar a cumprir os seus objetivos.

2.3.1. Estratégia de Marketing

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

- a) Dar visibilidade à associação e mostrar a sua força e dinamismo no mercado
- b) Atrair novos associados e parceiros

- c) Divulgar ou apresentar eventos, iniciativas, estudos e outros serviços próprios ou criados em parceria

Assim, a estratégia de marketing passa por:

- 1) Criar conteúdos relevantes para o mercado (*content marketing*), através da elaboração regular de notícias para associados e parceiros,
- 2) Estabelecer uma rede de conhecimento (*networking*), ativa e dinâmica:
 - i) estabelecer uma rede de contactos não associados através das redes sociais
 - ii) criar laços com entidades institucionais e outros organismos relevantes nacionais e europeus
- 3) Destacar o sector Limpeza Urbana, como complementar do sector dos resíduos,
- 4) Participar em eventos do sector do ambiente e das cidades;
- 5) Participação em projetos internacionais
- 6) Criar meios de fidelização: através de descontos em feiras e em eventos internacionais para associados e descontos em formação ou workshops

2.3.2. Digital

Os canais já existentes são, nesta fase, suficientes e abrangentes tendo em conta o público-alvo da comunicação da ALU (público geral e profissional/técnico) e os objetivos já identificados.

A página web www.associacaolimpezaurbana.org, em funcionamento desde maio de 2020, deverá continuar com a atualização de conteúdos com destaque para as atividades dos nossos associados, notícias nacionais e internacionais relevantes para o sector, exemplos de boas práticas e campanhas relevantes, entre outros. Um maior destaque será dado aos associados, que protagonizarão entrevistas específicas publicadas mensalmente no site e enviadas à rede de contactos de órgãos de comunicação social, numa perspetiva de ampliar o alcance da informação.

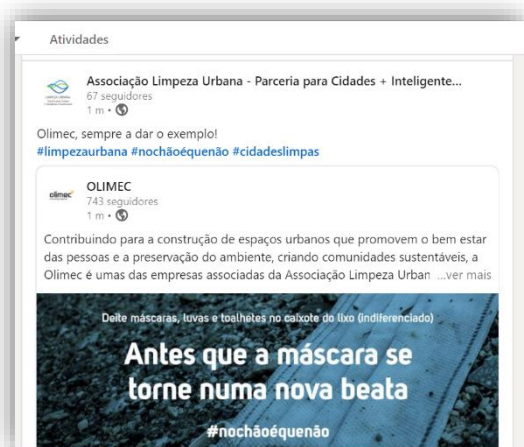
As redes sociais *Facebook* e *LinkedIn* complementam a rede de canais informativos da associação, perspetivando-se que se mantenha o atual dinamismo, dando *feedback* de

notícias e informações publicadas no site e nas redes sociais dos nossos associados e contactos.

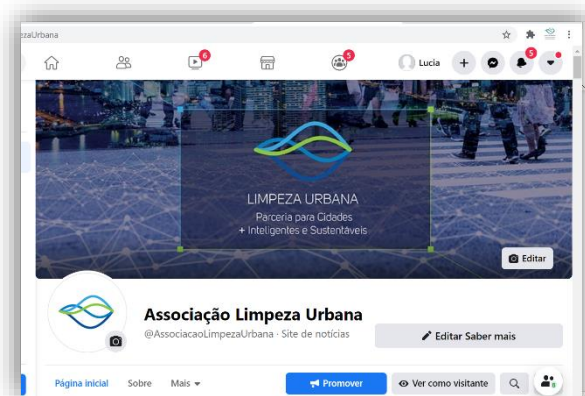
Para garantir o feedback destas ações há que manter uma relação estreita com os órgãos de comunicação social, especializados e generalistas.



1 - SITE DA ASSOCIAÇÃO LIMPEZA URBANA



2 - LINKEDIN DA ASSOCIAÇÃO LIMPEZA URBANA



3 - FACEBOOK DA ASSOCIAÇÃO LIMPEZA URBANA

Campanhas

Em 2021 o desenvolvimento de campanhas de sensibilização que são personalizadas para cada um dos associados é uma das prioridades da associação, não só porque os novos

planos estratégicos do sector dos resíduos são mais exigentes em matéria de desenvolvimento e monitorização das ações de sensibilização ao cidadão, mas também porque a informação à população nunca é demais.

Assim, as campanhas digitais temáticas, à semelhança da campanha de sensibilização **#nochãoéquenão** deverão intensificar-se abrangendo questões preocupantes e pertinentes para as entidades responsáveis pela limpeza urbana, nomeadamente combate às beatas deixadas no chão, métodos de limpeza de ervas, combate aos resíduos abandonados e deposições ilegais de resíduos, entre outros.



4 - CAMPANHA DE SENSIBILIZAÇÃO LANÇADA NO DIA DO AMBIENTE

2.3.3. Eventos

III Encontro Nacional de Limpeza Urbana

Este será o evento mais importante de 2021, sendo o primeiro Encontro Nacional organizado pela associação. O evento deverá marcar a agenda nacional com o tema da limpeza urbana, por um lado, catapultando o segmento empresarial da limpeza urbana graças ao espaço expositivo; por outro lado, apresentando um leque de oradores nacionais e internacionais que vão abordar os mais pertinentes temas relacionados com a Limpeza Urbana.

Este será ainda o palco para a apresentação dos Prémios Nacionais de Limpeza Urbana, que deverão ser atribuídos a partir de 2022.



5 - IMAGEM DO III ENCONTRO NACIONAL DE LIMPEZA URBANA

Webinars

Considerando que as atividades de 2021 estarão ainda condicionadas pelo efeito da pandemia, a ALU prevê a realização de pelo menos 4 *webinars* temáticos (por trimestre) para os associados, subordinados aos temas:

- a) Nova legislação das beatas;
- b) Técnicas de limpeza de ervas nas ruas
- c) Sensibilização e mobilização
- d) Novos regulamentos municipais de gestão de resíduos

A seleção dos temas teve em conta as novas exigências previstas na legislação nacional, mas poderão ser ajustadas caso os associados considerem outros temas mais pertinentes ao longo do ano.

Estudos

O Estudo de Caracterização Nacional do Sector da Limpeza Urbana, iniciado em 2020, deverá ser publicamente apresentado, catapultando a associação e os seus associados junto dos atores nacionais da gestão dos resíduos e da tutela. O documento deverá dar importantes *insights* relativamente ao futuro da associação como influenciador de políticas públicas.

A elaboração de um Índice Nacional de Limpeza Urbana deverá ser iniciada em 2021, em parceria com uma instituição académica. Este índice afigura-se uma importante ferramenta nacional para a constituição de conhecimento sobre a Limpeza Urbana, mas também para a uniformização de recolha de dados e sistematização de informação. Para os associados, esta informação permitirá fazer um quadro exato do estado da limpeza urbana, estabelecer prioridades de atuação e identificar oportunidades de melhoria.



6 - ESTUDO DE CARACTERIZAÇÃO DO SECTOR DA LIMPEZA URBANA EM PORTUGAL

Formação

O ano de 2021 deverá marcar o início de ações de formação que visem capacitar os associados para questões e temáticas específicas com vista ao cumprimento das

exigentes metas nacionais do domínio dos resíduos, bem como, às responsabilidades dos municípios que vão se ampliando com os novos planos estratégicos do sector dos resíduos. Para tal, serão estabelecidas parcerias com entidades reconhecidas e certificadas que garantam a qualidade e o reconhecimento das formações.

Pareces e propostas à tutela

Com o adiamento da publicação do PERSU 2030 para junho de 2021, a ALU continuará a participar na Comissão Consultiva da revisão do PERSU e a apresentar propostas de melhoria como fez até agora no âmbito da revisão do PNGR 2030.

Sempre que se considerar e que os seus associados o manifestem, a ALU intervirá junto das respetivas autoridades apresentando pareceres e manifestando o seu posicionamento sobre as matérias que respeitam às suas áreas de intervenção.

3. QUADRO RESUMO DAS AÇÕES

2021

Reforço do número de associados

Novas parcerias estratégicas

Realização do III Encontro Nacional de Limpeza Urbana

Apresentação do Estudo Nacional de Caracterização do Sector da Limpeza Urbana

Lançamento do Prémio Nacional de Limpeza Urbana

Realização de Webinars

Desenvolvimento de Campanhas Digitais

Estudo para o desenvolvimento de um Índice Nacional de Limpeza Urbana

Desenvolvimento de um plano de formação

4. ORÇAMENTO

4.1. Demonstração de Resultados

	2021
Vendas e serviços prestados	149 500
Subsídios à Exploração	
Ganhos/perdas imputados de subsidiárias, associadas e empreendimentos conjuntos	
Variação nos inventários da produção	
Trabalhos para a própria entidade	
CMVMC	
Fornecimento e serviços externos	117 500
Gastos com o pessoal	
Imparidade de inventários (perdas/reversões)	
Imparidade de dívidas a receber (perdas/reversões)	
Provisões (aumentos/reduções)	
Imparidade de investimentos não depreciables/amortizáveis (perdas/reversões)	
Aumentos/reduções de justo valor	
Outros rendimentos e ganhos	
Outros gastos e perdas	
EBITDA (Resultado antes de depreciações, gastos de financiamento e impostos)	32 000
Gastos/reversões de depreciação e amortização	
Imparidade de activos depreciables/amortizáveis (perdas/reversões)	
EBIT (Resultado Operacional)	32 000
Juros e rendimentos similares obtidos	
Juros e gastos similares suportados	
RESULTADO ANTES DE IMPOSTOS	32 000
Imposto sobre o rendimento do período	8 800
RESULTADO LÍQUIDO DO PERÍODO	23 200

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, no entanto, dada a inexpressividade destes, os mesmos serão negligenciados nesta análise.

4.2. Balanço

2021

ACTIVO	
Ativo Não Corrente	
Ativos fixos tangíveis	
Propriedades de investimento	
Ativos Intangíveis	
Investimentos financeiros	
Ativo corrente	
Inventários	
Clientes	30 000
Estado e Outros Entes Públicos	
Acionistas/sócios	
Outras contas a receber	300
Diferimentos	
Caixa e depósitos bancários	58 900
TOTAL ACTIVO	89 200
CAPITAL PRÓPRIO	
Capital realizado	
Ações (quotas próprias)	
Outros instrumentos de capital próprio	
Reservas	60 000
Excedentes de revalorização	
Outras variações no capital próprio	
Resultado Líquido do período	23 200
TOTAL DO CAPITAL PRÓPRIO	83 200
PASSIVO	
Passivo não corrente	
Provisões	
Financiamentos obtidos	
Outras Contas a pagar	
Passivo corrente	
Fornecedores	6 000
Estado e Outros Entes Públicos	
Acionistas/sócios	
Financiamentos Obtidos	
Outras contas a pagar	
TOTAL PASSIVO	6 000
TOTAL PASSIVO + CAPITAIS PRÓPRIOS	89 200

4.3. Cálculo dos *cash-flows*

	2 021
Meios Libertos do Projeto	23 200
Resultados Operacionais (EBIT) x (1-IRC)	23 200
Depreciações e amortizações	-
Provisões do exercício	-
Investim./Desinvest. em Fundo Maneio	-
Fundo de Maneio	-
CASH FLOW de Exploração	23 200
Investim./Desinvest. em Capital Fixo	-
Capital Fixo	-
Free cash-flow	23 200
CASH FLOW acumulado	23 200