

ULISSES-FUNDAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO DA GESTÃO

RELATÓRIO E CONTAS 2022

INDICE

Mensagem da Direção

Contexto de mercado

The Lisbon MBA

Contexto e Resultados 2022

Principais iniciativas 2022

Objetivos e principais iniciativas 2023

Performance Financeira

Órgãos da Associação

Aplicação de Resultados

Demonstrações Financeiras

1. Mensagem da Direção

Depois de 2 anos de pandemia que afetou os exercícios de 2020 e 2021, o ano de 2022 que se antevia como um ano de recuperação e de normalização, veio a revelar-se também atípico com a eclosão da Guerra na Ucrânia/ Rússia afetando em especial a Europa e criando um grande nível de incerteza económica e social, colocando em cima da mesa novos desafios num ambiente de crescente incerteza, e de constantes mudanças requerendo cada vez mais uma capacidade de resiliência, de adaptação, inovação e de novas maneiras de pensar e agir.

À medida que o ambiente de negócios se torna mais complexo e interconectado, com automação sem precedentes e mudanças sociais que prometem ser duradouras, as organizações precisam de uma liderança capaz de inspirar com visão e propósito, de unir esforços para fazer frente aos problemas com determinação e criatividade, tornando os desafios em oportunidades através de uma liderança distribuída que empodere as equipas a atuar com agilidade e maior autonomia.

O The Lisbon MBA, assente nos seus pilares estratégicos - uma abordagem educacional holística que combina o desenvolvimento de competências de gestão de ponta com capacidades interpessoais e de liderança, um corpo docente de elevado prestígio, um foco excecional em *Action Learning* e em intra-empendedorismo, e uma componente internacional ímpar que resulta da nossa parceria com o MIT e com outros MBAs de topo ao redor do mundo, continua comprometido com a sua missão:

“Apoiar e incentivar todo o potencial dos alunos para se tornarem líderes globais, com princípios, capazes de ter um impacto positivo significativo nos negócios e na sociedade”.

No The Lisbon MBA, valorizamos a entrega de um programa que vai além das técnicas fundamentais de gestão, incorporando as últimas tendências ligadas a inovação tecnológica, a sustentabilidade e a liderança. Os alunos são desafiados a abraçar uma jornada transformacional, expandindo o seu “eu” consciente para gerir o seu próprio desenvolvimento e crescimento. Pensamento analítico e estratégico, resolução de problemas complexos, criatividade, capacidade de trabalho em equipa de alto desempenho e

competências interpessoais, como comunicação, empatia e resiliência, são atributos chave dos graduados do The Lisbon MBA.

Apesar dos desafios resultantes do contexto, o The Lisbon MBA conseguiu aumentar o número de candidatos, contrariando a tendência verificada na maior parte dos MBAs na Europa que demonstrou um decréscimo significativo -6,5%. Este resultado resulta grandemente de um trabalho comercial e de marketing mais eficaz, aliado a uma elevada capacidade de retenção, permitiu um aumento de alunos nos programas iniciados em 2022, International MBA (IMBA) e Executive MBA (EMBA), atingindo um total de 143 alunos nos 3 programas a decorrer.

O The Lisbon MBA Católica|Nova mantém-se como único MBA português nestes prestigiantes rankings internacionais.

Com os olhos postos no futuro, devemos continuar a consolidar o posicionamento de liderança do The Lisbon MBA no mercado português, assim como aumentar fortemente a sua notoriedade no contexto internacional. Continuar a inovar no curriculum, na sua componente académica, no formato e entrega, garantindo uma parceria internacional de excelência.

Continuar também a capitalizar nas relações corporativas do the Lisbon MBA e das escolas, Nova SBE e CATÓLICA-LISBON, assim como na sua alargada comunidade de Alumni, para a promoção dos programas e o aumento de oportunidades de emprego para os nossos alunos.

Manter e consolidar o foco da estratégia e da sua implementação no nosso cliente, o aluno, garantindo-lhe uma experiência única e memorável, o que junto com os fatores acima citados nos permitirá continuar a atrair o melhor talento nacional e internacional, e aumentar a diversidade de género, para um crescimento sustentável da Associação The Lisbon MBA Católica|Nova.

2. Contexto de Mercado

(Na análise de mercado tivemos em consideração as seguintes fontes: 2022 GMAC Application Trends Survey Report; Enrolled student survey 2022, Prospective Students Survey 2023 and Corporate Recruiters survey 2022.

A evolução do mercado de candidaturas ao GME (Graduate Management Education, que inclui todos os programas MBAs e Masters) apresentou em 2022 um decréscimo de -3,4% vs. 2021, depois de termos verificado alguma estabilidade em 2021 face a 2020 e de no ano 2020 ter apresentados

crescimentos de +2,4% ano no início da pandemia. Analisando as candidaturas aos MBA's no ano de 2022 verificamos a um decréscimo de -6,5%, depois de em 2021 terem crescido +3,8% vs. 2020, é de salientar que as candidaturas aos mestrados contrariamente aos MBA's estão a crescer +3,2% vs. 2021.

Analisando o mercado de trabalho identificamos duas tendências de um lado a falta de talento e a conseqüente dificuldade em recrutar e por outro lado o fenómeno "Great Resignation", estes dois acontecimentos, estão a levar as empresas a terem melhores políticas de retenção dos seus empregados, nomeadamente incentivos á retenção, aumentando proactivamente os salários e outros benefícios. As políticas de retenção das companhias estão a afetar negativamente a pool de potenciais candidatos nomeadamente no mercado interno assim como os potenciais alunos com alguns anos de trabalho, que se vêm menos impelidos a se candidatar ao MBA.

No mercado de trabalho por região verificamos que pós-pandemia com o retorno da mobilidade nos EUA, estão a ter uma recuperação significativa dos alunos internacionais nos seus cursos de MBA, embora o mercado interno esteja a ter decréscimos significativos, que não estão a ser compensados pelos internacionais. Na Europa as candidaturas de acordo com o estudo também apresentam decréscimos especialmente dos alunos internacionais e especialmente nos programas de mestrados. Noutros continentes nomeadamente China e Ásia- Pacífico, verificamos uma menor mobilidade da" pool de talentos para outros continentes, uma vez que a oferta local das escolas de negócios melhorou significativamente.

No mercado de trabalho por região verificamos que pós-pandemia com o retorno da mobilidade nos EUA, estão a ter uma recuperação significativa dos alunos internacionais nos seus cursos de MBA, embora o mercado interno esteja a ter decréscimos significativos, que não estão a ser compensados pelos internacionais. Na Europa as candidaturas de acordo com o estudo também apresentam decréscimos especialmente dos alunos internacionais e especialmente nos programas de mestrados. Noutros continentes nomeadamente China e Ásia- Pacífico, verificamos uma menor mobilidade da" pool de talentos para outros continentes, uma vez que a oferta local das escolas de negócios melhorou significativamente.

Os programas de MBA's Executivo de uma amostra mais reduzida (8), 75% das escolas reportam um crescimento de candidaturas, impulsionado pelos alunos internacionais (87% cresce ou está estável), embora as escolas também identifiquem um crescimento de candidatos do mercado interno (63% cresce ou está estável). Por sua vez as escolas que reportam decréscimos nas suas candidaturas identificam a situação do mercado de trabalho como o

fator decisivo. À semelhança dos MBA's em tempo integral as escolas identificam um crescimento de candidaturas femininas em 75%, levando a que a % de inscrições femininas passe de 30% em 2021 para 36% em 2022.

Existem um conjunto de tendências que foram identificados junto dos potenciais candidatos/ alunos, que vão claramente influenciar a curto prazo os programas de MBA nomeadamente:

- Mudanças demográficas significativas nos potenciais candidatos dos programas de MBA's, nomeadamente com a Geração Z a apresentar-se como a próxima "pool" de candidatos, é muito importante perceber os jovens desta nova geração na medida que as escolas estão a planear o futuro dos seus programas.
- Em geral, os candidatos "Millennials" estavam mais interessados em enriquecer suas vidas do que em aumentar seu rendimento e ter uma vida mais balanceada entre o profissional e o pessoal, já a Geração Z apresenta-se com mais 10% de probabilidade de colocar o aumento do seu rendimento e a expansão de suas redes como principais razões para buscar GME.
- Sustentabilidade e/ou CSR são vistos como temas obrigatórios curriculares dada a preferência evidenciada pelos alunos no estudo.
- O MBA full-time continua a ser o "rei" no GME, superando o interesse de MBAs mais flexíveis ou executivos, bem como programas de mestrado em negócios (no entanto, isso é impulsionado pelo mercado dos EUA). Analisando o MBA em tempo integral, o MBA de um ano supera o MBA de dois anos como sendo o tipo de programa preferido.
- O interesse em programas online e híbridos permaneceu estável desde 2019, mas a preferência permanece presencial. Os programas 100% online são percebidos como menos valorizados.
- A flexibilidade é mais popular entre mulheres "Millennials", já a Geração Z prefere as aulas presenciais em tempo integral.
- O interesse no setor de tecnologia estagnou desde o ano passado, e consultoria continua no topo da indústria pós-GME
- A geração dos "Millennials" está mais interessada em tecnologia, enquanto a Geração Z está mais interessada na área financeira e contabilidade
- As competências mais valorizadas em um currículo de GME é a estratégia, bem como a análise dos dados de negócio, liderança, gestão da mudança e gestão de negócios mais globais e internacionais.
- A reputação e a preparação para a carreira continuam a ser os principais impulsionadores para se candidatar a programas nos EUA, enquanto a localização impulsiona os candidatos para a Europa.
- Corpo docente, classificações e creditações continuam a ser os principais impulsionadores da tomada de decisões de inscrição. Além disso, a

progressão na carreira e a obtenção de um emprego pós-graduação também é determinante, resultado da crescente preocupação com o estado da economia -> Isto implica para as escolas uma grande pressão sobre a equipe de admissão que precisa passar a mensagem de que o valor do MBA supera o investimento/custo, uma vez que os alunos revelam uma maior preocupação com o ROI.

- Os valores e a cultura das escolas apresentam-se como também um fator cada vez mais citado como um fator importante na tomada de decisão.

As projeções das empresas de recrutamento continuam elevadas no que diz respeito as taxas de empregabilidade dos alunos com MBA, contudo menores do que o ano anterior e mais vincadamente na Europa sectores em que verifica maior decréscimo no recrutamento de profissionais com o MBA são energia, bens de serviço público, companhias com menos de 100 empregados e Start-ups (Portugal). Em termos salariais o valor médio salarial dos profissionais pós MBA mantêm-se estável, contudo devido ao elevado nível de inflação, os salários reais estão a decrescer, pois não estão a acompanhar a inflação. Os níveis salariais por região apresentam grande disparidade nomeadamente na Europa onde se pratica em média €45k contra os EUA com €115k e no leste e sudeste asiático €65k.

Competências como a versatilidade, forte poder de comunicação, pensamento estratégico, capacidade para enfrentar a disrupção tecnológica e de inovação, assim como a capacidade de lidar com os complexos ambientes de negócio globais, são os motivos mais citados pelos recrutadores, gerando confiança no trabalho desenvolvido pelas escolas de negócios, uma vez que são áreas onde as escolas se têm vindo a focar nos últimos anos a desenvolver essas capacidades. As empresas da Europa Ocidental apresentam piores resultados nestas áreas.

2. The Lisbon MBA

1. Contexto e Resultados 2022

Quando tudo indicava que os impactos resultantes da pandemia do covid-19 estavam a diminuir a nível global, a Europa vê-se de novo mergulhada em novos desafios geopolíticos e de incerteza económica e social. Neste contexto desafiante em que os programas de MBA's vêm o número de candidatos a diminuir o The Lisbon MBA manteve-se estável no MBA Executivo com 70 candidaturas e aumentando ligeiramente no Internacional de 57 para 60 inscrições.

u

A “Great Resignation” também atingiu Portugal com as empresas a fazerem uma pressão significativa para reter o seu talento reduzindo o patrocínio de alunos com maior relevância no EMBA 22-24 -13% (de 30 alunos no EMBA 21-23 para 26). No IMBA 2022 houve um ligeiro aumento de alunos patrocinados vs. 2021 (5 vs. 2), contudo em 2023 devido a parceria que efetuamos com a Marinha alcançamos 8 alunos patrocinados (dos quais 4 são dos fuzileiros navais).

O contexto internacional está claramente a ter influência no acréscimo de deferimentos por parte dos candidatos, atingindo valores históricos de 21 deferimentos no IMBA 2023 vs. 16 no IMBA 2022 e 6 no IMBA 2021. Quanto ao EMBA, tivemos 12 diferimentos no EMBA 22-24 vs. 8 no EmBa 21-23.

No que concerne a diversidade, a proporção de alunas no EMBA é de 33%, mantendo-se estável vs. ano anterior, enquanto que no IMBA a percentagem é só de 25 % sofreu um declínio vs. o ano anterior. Contudo em 2023 IMBA mostra um incremento significativo da proporção de alunas 40%.

No que respeita a proporção de alunos internacionais, está estabilizado nos EmBa em torno de 20%, enquanto no IMBA 2022 assistiu-se a um decréscimo acentuado na proporção de 62% em 2021 para 50% em 2022, IMBA 2023 já apresenta um incremento do peso de alunos internacionais para 59% apesar do contexto difícil que vivemos a nível internacional. O número de nacionalidades representadas nos programas manteve-se nos 21.

Em termos de formação académica, os programas do MBA continuam a atrair maioritariamente os alunos formados em engenharia, representando 50% nos IMBA e 30% nos EMBA.

Quanto aos rácios de inscrição, *admission yield rates*, (número de alunos inscritos vs. alunos aceites), estes são superiores á média do mercado, 77% e 93% no IMBA e EMBA respetivamente, o que demonstra um excecional esforço por parte da equipa de admissões do The Lisbon MBA para reter os candidatos. Quanto ao talento a média de GMAT IMBA 2023 (608) foi superior á média dos últimos anos 588(2022 a 2019).

A análise dos rácios de aceitação, *acceptance ratios* (número de alunos aceites vs. candidatos), demonstra que tanto no EMBA como no IMBA estamos bastante acima da média do mercado no EMBA 83% vs. 73% e no IMBA 72% vs. 39%, o que evidencia o potencial de aumento de candidaturas para podermos melhorar a seleção de candidatos.

mu

Ao nível do tamanho das turmas, existe um diferencial vs a média do mercado, no EMBA com 53 alunos por turma vs 33 (média do mercado), e no IMBA com 34 alunos por turma vs 50 (média do mercado), o que evidencia o potencial de crescimento no IMBA e a eventual possível redução do tamanho das turmas no EMBA.

As negociações com o MIT

Durante o ano de 2022 decorreram as conversações com o MIT com vista a renovação da parceria para os próximos 5 anos.

O MIT apresentou uma proposta financeiramente muito elevada (mais do dobro do valor atual de \$410K anuais) para a renovação da parceria e sugeriu também o aprofundamento da parceria em termos de investigação e faculty para fazer mais sentido para o MIT. Como resultado das negociações conseguimos estender a parceria mais um ano com o mesmo valor de 2023 ajustado da inflação (\$490k). A renovação da parceria para mais um ciclo de 5 anos ficou estimada para um valor de \$650k na parte académica mais faculty exchange, com a contrapartida de mais 1 semana de imersão nos EUA e uma maior colaboração na área de pesquisa das duas escolas de negócio com o MIT.

A variação do "pledge" na ordem \$160k a partir de 2025 cria uma pressão adicional á sustentabilidade do The Lisbon MBA. Ficou acordado o a necessidade das duas escolas, CATÓLICA LISBON e Nova SBE, apresentarem um plano até setembro de 2023 para uma iniciativa anual conjunta com o MIT que implica "*faculty research and anual conference*" que permita cobrir parte destes custos.

No que se refere aos rankings, o Emba alcançou a posição 40º melhor MBA Executivo da Europa e 84º do mundo no ranking do FT EMBA 2022.

No que diz respeito ao MBA Internacional (full-time) não garantiu um lugar em 2022, nos rankings uma vez que houve um conjunto de novas entradas de MBA's dos EUA, Canadá, WE e China, fortemente classificadas nos critérios como o salário e na relação qualidade / preço, favorecendo estas novas entradas. Não podemos também deixar de referir que a turma avaliada foi IMBA 2018 onde o número de alunos foi menor, com uma baixa percentagem de engenheiros (20%), menor proporção de internacionais e em média com menos experiência profissional, o que resultou num nível salarial inferior a partida prejudicando o incremento salarial passado 3 anos vs. as turmas dos anos anteriores.

7
lu

fu

A boa notícia é que em 2023 no IMBA estamos de volta aos rankings e pela primeira vez presentes com os dois programas entre os melhores do mundo. O MBA Internacional (Full-time) está na 24ª posição a nível Europeu e 85ª a nível mundial e classificou-se em nº 2 em “International Course Experience” no mundo, no ranking Global MBA 2023 Financial Times.

O The Lisbon MBA apostou nos últimos anos num aumento da notoriedade, conhecimento e reputação dos programas nas redes sociais duplicando as visitas ao nosso site nos últimos 5 anos e aumentando significativamente o número de seguidores. Este crescimento sustentável da comunicação via digital, têm tido como resultado um aumento de +7% em “leads”; e uma maior taxa de conversão +62% com um menor custo de conversão -70%.

O The Lisbon MBA têm investido na ampliação das parcerias internacionais e nos programas de intercâmbio no EMBA com a ESADE (Espanha); St. Gallen (Suíça); Fundação Dom Cabral; Coppead (Brasil), SanDiego (EUA), Cape Town (África do Sul), Mcquarie (Austrália).

Reforçamos ainda durante 2022 as parcerias com McKinsey e Unilever na componente do Leadership Stream. Beta- i para a Entrepreneurship Hub, Galp e Insper para o International Consulting Lab e por último NOS para o ESG Consulting Project (Action Learning IMBA)

2. Principais iniciativas 2022

Durante o ano de 2022 encetamos um conjunto de atividades com o objetivo de dar a conhecer ao maior número de potenciais candidatos o The Lisbon MBA quer através do reforço da nossa presença nos meios de comunicação mais tradicional quer via digital.

Nos meios generalista e económicos marcamos presença na Executiva com histórias de sucesso de ex-alunos do The Lisbon MBA, presença em suplementos sobre os MBA's em Portugal (JE; JN; Público; Executive Digest. No Expresso, JE e Dinheiro Vivo houve também artigos de docentes e de ex-alunos (Alumni) mencionando a importância do The Lisbon MBA.

No que diz respeito ao digital aumentamos a nossa presença nos sites relacionados com os MBA's GMAC, Financial Times e no “The Economist “. Lançamos uma campanha com o novo slogan publicitário “**Where Leaders are Shaped**”, reforçando a parceria Universidade Católica, Nova e MIT. Melhoramos a eficiência e o foco na publicidade através da plataforma google de modo a atingir as pessoas e países que nos interessam como potenciais candidatos.

f
cu

Em admissões lançamos um novo programa de Alumni como Embaixadores na Índia e na região DACH-Austria/Alemanha /Suíça, (EUA e Brasil está neste momento em progresso).

Implementamos a plataforma "Unibuddy" que permite a interação entre candidatos, alunos e ex-alunos utilizando um chat ajudando no recrutamento.

De modo a permitir uma maior conexão, reforçou-se os eventos semanais de admissões onde participam ex-alunos, professores, alunos atuais e candidatos, duplicou-se as masterclasses, alteramos o formato do "Open Day" com a presença do diretor de admissões, visitas ao Campus e por último os fóruns com semanais com ex-alunos. Depois do interregno com a pandemia voltou-se as feiras de MBA's presenciais na Alemanha (Hamburgo).

Seguindo as tendências de mercado dos MBA's, reduzimos os requisitos nos critérios de admissão de modo a ir buscar e reter os melhores talentos.

Também durante este ano fizemos uma prospeção no mercado com vista a implementação de uma nova plataforma para Admissões CRM, tendo sido escolhida a Salesforce (com implementação 2º trimestre de 2023).

Com o objetivo de consolidar e aumentar as relações corporativas com o The Lisbon MBA, foram reforçadas as sessões com executivos *C-level*, painéis setoriais e sessões ligadas a direção de áreas funcionais.

Cabe destacar:

- The Lisbon MBA Talks with CEOs com a presença de: Luis Castro de Almeida – CEO BBVA; Paulo Rosado – CEO Outsystems; António Pires de Lima – CEO da Brisa; Andy Brown – CEO Galp; Raul Galamba - Chairman of the Board CTT, Anais Raynaud-CEO BNP PARIBAS Personal Finance, Nuno Sebastião- CEO Feedzai, Helen Duphorn- CEO Ikea Portugal e por último Megan Davis- Country Manager Director Johnson & Johnson Consumer.
- The Lisbon MBA Sector Panels com a presença de Gonçalo Bernardes, Membro do Conselho Executivo da Unilever Portugal, Diogo Pereira Dias, Membro do Conselho Executivo da Sumol Compal e Paula Pimentel CEO da Beiersdorf no painel setorial FMCG.

The Lisbon MBA Career-in Marketing com Claudia Saraiva, Marketing director Southern Europe at Sap, Career-in Consulting com António Correia, Territory Senior Partner at PWC e Career- in Logistics and Operations com Thomas Born COO at. Netjets.

No âmbito dos serviços de carreiras, com o objetivo de dotar os alunos com competências no desenvolvimento do seu plano de carreira, foram desenvolvidas várias sessões de aconselhamento *one-to-one* e workshops a destacar: 'Como escrever o CV perfeito', 'Como dar destaque ao perfil de *LinkedIn*'.

Com a finalidade de aumentar o sentimento de pertença dos Alumni com o The Lisbon MBA foi realizado um plano de eventos, junto com o Board do Alumni Club, a destacar:

- Transição energética- Energia Verde- Assunto Presente e Premente com Miguel Setas ex-administrador executivo da EDP e Chairman EDP Brasil e Espanha. Agora CEO da CCR, Pedro Amaral Jorge, CEO da APREN e Pedro Antão Alves, Diretor de Venda sem Portugal na Helexia Group Alumni do The Lisbon MBA
- 2022 Startup Contest with Support of the web Summit. O vencedor do concurso foi um estudante do IMBA 2020, Christoph Janyska, co-fundador do Adaptation-Lab start-up tecnológica do mobiliário inteligente, que com a presença do seu stand no Web Summit criou a possibilidade da sua companhia em eventos com investidores.
- Nova edição do The Lisbon MBA Hero Award 2022 que distingue o Alumni que se destaca na sua carreira e a empresa que mais contribui para o The Lisbon MBA.
- De modo a manter forte ligação e interação aos Alumni continuamos a desenvolver uma plataforma on-line onde temos já cerca de 400 Alumni inscritos.

3. Objetivos e principais iniciativas 2023

Apesar de se ter mantido um contexto relativamente adverso embora já sem a pandemia, mas com uma guerra a eclodir na Europa, os principais objetivos previstos para 2022 foram alcançados, sendo que as perspetivas para 2023 são de continuar na senda positiva em termos de resultados.

Entre os objetivos para 2023, destacamos:

- Continuar a consolidar o posicionamento de liderança do Lisbon MBA em Portugal e aumentar a sua notoriedade internacional, intensificando a

Mu

comunicação em portais de MBA e rankings, assim como no investimento digital em países alvo.

- Aumentar a excelência geral dos candidatos admitidos, aumentando as candidaturas, nomeadamente no IMBA, para nos aproximarmos da média do mercado no rácio de aceitação
- Continua a expandir a iniciativa dos *Alumni Ambassadors*, lançando os *Alumni International Chapters*, EUA, Brasil, França e outros países com massa crítica de *Alumni*.
- Continuar a capitalizar nas relações com o Alumni Club, com a expansão da plataforma de modo, a que os ex-alunos atuem como influenciadores e referência junto de potenciais candidatos.
- Reforçar as parcerias corporativas para aproximar as empresas ao programa (currículo académico, projetos de consultoria, atividades e sessões CMC) e consolidar o relacionamento corporativo para o aumento de estágios, recrutamento de alunos e prospeção de candidatos.
- Fechar a negociação com o MIT para o período 2025-2030 e trabalhar com as escolas o plano de implementação das iniciativas anuais de pesquisa e conferências com o MIT.
- Revisitar o programa EMBA (currículo, formato, duração), reforçando o seu foco prático e a componente Digital, ESG (Environment/ Social/ Governance) e de Liderança, com o objetivo de atrair mais talento, uma maior percentagem de alunos internacionais e de mulheres ao programa.
- Ajustar dentro do Programa Emba o “Business Project” e o Leadership Stream” de acordo com as necessidades que vemos hoje no mercado em geral.
- Finalizar a revisão do Emba a lançar em 2025
- Consolidar parcerias atuais dos programas de *Exchange* e aumentar o seu número na Europa para permitir que os alunos do EMBA possam participar, e analisar a possibilidade de uma semana opcional num MBA na Asia para expandir o foco internacional do programa EMBA.

u7

- Continuar a desenvolver o website e a comunicação *content branded* nas redes sociais como principais canais para atrair, nutrir e converter *leads* qualificados, dado mais enfoque no mercado internacional.
- Reforçar a comunicação multimédia, através do desenvolvimento de um vídeo institucional, vídeos curtos de apresentação do corpo docente/curso, histórias de sucesso Alumni /alunos, podcasts e também um folheto digital de comunicação.
- Continuar a tornar a operacionalização dos programas cada vez mais *customer centric*, com um objetivo de melhoria continua na experiência do aluno.
- Consolidar a migração da plataforma de admissões e CRM para a Salesforce e a do aluno para o Moodle.
- Permitir um crescimento na equipa de gestão de modo a garantir o crescimento e consolidação do negócio de modo sustentável.

4. Performance Financeira 2022

Toda a atividade de gestão The Lisbon MBA Católica | Nova é da responsabilidade da Associação The Lisbon MBA Católica | Nova, já que a Fundação Ulisses não é dotada de quadro. De qualquer forma e como já anteriormente foi referido, a resiliência, flexibilidade, agilidade e capacidade de adaptação de toda a comunidade do The Lisbon MBA (Deans, professores, equipa de gestão, alunos, Alumni) permitiram ultrapassar as dificuldades dum ano particularmente difícil reforçando o espírito de equipa.

O resultado líquido de 2022 saldou-se por um valor positivo de €34.252,09.

O resultado foi ligeiramente inferior ao ano passado decorrente de uma taxa de cambio desfavorável no pagamento das royalties ao MIT, parcialmente compensada pelo incremento do donativo da Associação.

Em 2022, o balanço e as demonstrações financeiras apresentavam a seguinte informação:

	2022	2021
Ativo Total	659	619
Ativo corrente	659	619
Fundos Patrimoniais	228	194
Resultado do exercicio	34	38
Total passivo	430	425

in 000€

	2022	2021	2020	2019
Income	450	410	415	351
Patrons donations				100
Assoc. The Lisbon MBA Donations	450	410	410	240
	0	0	5	11
Costs	416	372	403	393
MIT Pledge	389	337	373	363
Indirect Costs (lawyers, accounting, aud)	27	35	30	30
Income before taxes	34	38	12	-42
Taxes				
Net income	34	38	12	-42

in 000€

8. Órgãos Sociais

Na sequência da Lei Quadro das Fundações (nº 24/2012 de 9 de julho), a Ulisses - Fundação para o Desenvolvimento da Gestão, FP passou a ser considerada uma fundação pública de direito privado, dotada de personalidade jurídica e sem fins lucrativos.

Assim, de acordo com os novos estatutos, aprovados pela Presidência do Conselho de Ministros, os órgãos sociais da Fundação são agora:

Conselho Diretivo - composto por 3 membros a saber:

Presidente: Dr. Manuel Sebastião

Vogais: Dr.^a Maria João Carioca

Vogal; Dr. Guy Villax

Conselho consultivo que é composto por:

Câmara Municipal de Lisboa;

Faculdade de Economia da Universidade Nova de Lisboa;

Universidade Católica de Lisboa;

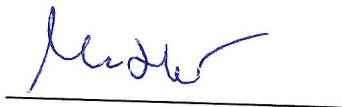
e ainda pelas pessoas singulares ou coletivas, públicas ou privadas, a quem o Conselho Consultivo, sob proposta do Conselho Diretivo, delibere atribuir tal estatuto, tendo em conta o propósito e a capacidade de contribuir ativamente para os fins da Fundação, designadamente mecenas e entidades e personalidades de reconhecido mérito na área da Economia e Gestão.

Como representantes das escolas parceiras temos neste momento os reitores das duas Universidades (Católica Portuguesa e Nova de Lisboa), os diretores das duas escolas (Católica Lisbon e Nova SBE) e os respetivos presidentes dos conselhos científicos.

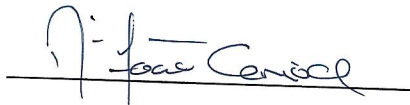
9. Aplicação de Resultados

O Conselho Diretivo propõe que o resultado líquido de 34.252,09€ passe para resultados transitados.

O Conselho Diretivo



Dr. Manuel Sebastião



Dr.ª Maria João Carioca



Dr. Guy Villax