

ULISSES-FUNDAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO DA GESTÃO
RELATÓRIO E CONTAS 2021

INDICE

Mensagem do Conselho Diretivo

Contexto de mercado

The Lisbon MBA

Contexto e Resultados 2021

Principais iniciativas 2021

Objetivos e principais iniciativas 2022

Performance Financeira

Órgãos da Fundação

Aplicação de Resultados

Demonstrações Financeiras

1. Mensagem do Conselho Diretivo

O exercício de 2021 continuou a ser fortemente influenciado pela pandemia e embora soubéssemos aplicar as aprendizagens do ano anterior numa transição mais suave para o trabalho e ensino remotos, ligada a um maior conhecimento das ferramentas tecnológicas ao nosso alcance, continuou a ser um ano de grande exigência por parte de todos os *stakeholders*, alunos, professores, equipa de gestão e *alumni*, que continuaram a demonstrar a sua enorme capacidade de adaptação, perseverança e resiliência.

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, que levou novamente ao encerramento dos campus de ambas Universidades, Nova SBE e Católica Lisbon, durante os primeiros 4 meses do ano, obrigando à transição para o ensino online, mantivemos o ensino híbrido durante o resto do ano e aumentámos o número de candidaturas, ao contrário da maior parte dos MBAs na Europa que reportou crescimento nulo ou negativo. Este fator, resultado de um trabalho comercial e de marketing mais eficaz, aliado a uma elevada capacidade de retenção, permitiu um aumento de alunos nos dois programas iniciados em 2021, International MBA (IMBA) e Executive MBA (EMBA), atingindo um total de 141 alunos nos 3 programas a decorrer.

Os resultados positivos de 2021 refletiram-se também nos rankings do Financial Times, nos quais o the Lisbon MBA voltou a marcar presença no Global MBA ranking 2021, subindo a sua posição para o 82.º lugar no mundo e 24.º na Europa, ficando em 1.º lugar no mundo na categoria *International Course Experience* pelo 4º ano consecutivo.

Adicionalmente, o the Lisbon MBA marcou a estreia de Portugal no The Economist Full-time MBA ranking 2021, alcançando o 89.º lugar no mundo e o 36.º a nível europeu.

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: 2021 GMAC Application Trends Survey Report; 2022 GMAC Students Survey Report, GMAC report on "The Value of Graduate Management Education: From the Candidate's Perspective" e GMAC Corporate Recruiters Survey June 2021 and June 2022)

A evolução do mercado de candidaturas ao GME (Graduate Management Education, que inclui todos os programas MBAs e Masters) apresentou em 2021 uma relativa estabilidade face a ano anterior depois do crescimento verificado em 2020, fortemente influenciado pelo efeito em contraciclo resultado da pandemia e da incerteza económica.

Na generalidade, menos de 50% das escolas de negócios (41%), reportaram crescimento de candidaturas, sendo que a Europa (46% em 2021 versus 72% em 2020) e os Estados Unidos (38% versus 67%) foram as regiões onde este impacto negativo mais se verificou. Em contrapartida, no mercado Asiático, verificou-se um aumento no número de escolas a reportarem um acréscimo no número de candidaturas, mantendo-se acima de 50%, (63% em 2021 vs 57% em 2020).

Quando nos cingimos ao mercado das candidaturas ao MBA, apenas duas em cada cinco escolas de negócios reportam crescimento em 2021, e mais uma vez foi a Europa (63 % das escolas) e os Estados Unidos (58%) as zonas onde este declínio se fez mais sentir. Em contrapartida, como no mercado GME no seu total, a região de Asia Pacifico reportou um crescimento acentuado do número de escolas a reportarem um aumento de candidaturas, em grande parte explicado pelo interesse dos potenciais candidatos oriundos da China em realizar o seu MBA no mercado doméstico. Também o Canadá manteve uma percentagem de escolas a reportarem crescimento de candidaturas bem acima da média (72%), país onde a obtenção de vistos de trabalho é facilitada, tem sido uma das razões principais na atração de candidatos internacionais.

Relativamente ao pedido de adiamento (*deferrals*), depois de um forte crescimento acentuado em 2020 (7% dos candidatos aceites), em 2021, verificou-se uma redução para 4% do total de candidatos aceites, sendo a Europa a região que continuou a ter a maior percentagem (8%).

No que respeita a os diversos tipos de programa de MBA, a proporção de programas que reportou aumento de candidaturas foi muito mais baixa que em 2020. A medida que o estado da pandemia vai regredindo são os programas de MBAs em tempo integral (*full-time*) aqueles que apresentam maior capacidade de

sustentar a procura, sendo os únicos acima dos 50% a reportaram crescimento de candidaturas.

Relativamente aos programas MBA online, depois do pico alcançado na procura verificada em 2020, só 30% deste tipo de programas reportou aumento de candidaturas vs 84% em 2020. Da mesma forma, quer os programas em *part-time*, quer os programas de *Executive MBA* apresentam uma tendência de declínio.

Constata-se, porém, que para além dos programas MBA *full-time*, são os MBA flexíveis (com calendário, formato e entrega flexível, que se adapta aos interesses do aluno) que continuam a manter *momentum*, reportando crescimento de candidaturas 48% destes programas.

Relativamente aos alunos de procedência internacional, embora o Covid tenha suscitado um aumento de preocupação para estes alunos em 2021, a proporção de alunos internacionais vs alunos nacionais, permaneceu idêntica nos 5 últimos anos (32% em média vs 68% respetivamente). Porém esta proporção é a inversa na Europa e especialmente no Reino Unido, sendo 79% e 90% respetivamente, a proporção de alunos internacionais. Estados Unidos continua a ser o país onde a proporção de alunos nacionais é a maior (78% do total).

As preocupações com a pandemia Covid, não foram, no entanto, suficientes para abrandar a proporção de candidaturas femininas aos MBAs, mantendo-se na ordem dos 44%. Em termos regionais, verificamos ser a Europa a região onde o número de mulheres candidatas é menos significativo (40%).

Tal como antes da pandemia, os alunos continuam a considerar o valor profissional de um diploma de pós-graduação em gestão uma mais valia, destacando-se como principais motivos: o aumento de oportunidades de emprego e salário, o desenvolvimento profissional e pessoal e a possibilidade de aceleração da carreira.

O MBA *full-time* (1 ano ou dois anos) continua a ser o programa de preferência entre os programas de pós-graduação executiva, (43%). Por outro lado, para estes candidatos os "must-haves" deste programa são: Estratégia, Liderança/Gestão da Mudança e *Business Analytics/ Data Science*.

Relativamente ao ensino presencial vs ensino online, os candidatos a MBA claramente preferem o formato presencial (73% discordam que a experiência presencial ou online oferecem o mesmo valor). As principais razões avançadas são a experiência geral de aprendizagem, a capacidade de *networking* e oportunidades de carreira. Contudo, com o manter da pandemia, o interesse em formatos híbridos está a aumentar para os candidatos aos programas de MBA Executivo (44% dos candidatos preferem programas híbridos vs 13% dos *full-*

W M
/

time) e em regiões como a Ásia, onde as medidas de confinamento têm sido mais restritivas.

A Europa Ocidental e os Estados Unidos, seguidos pelo Canadá, continuam sendo os destinos preferidos dos candidatos internacionais. Verifica-se, contudo, que candidatos de regiões tradicionalmente mais móveis, como a China, estão agora menos disponíveis para realizar o MBA numa localização internacional (73% dos candidatos da região Asia Pacifico vs 89% em 2020). Esta percentagem continua sendo elevada graças aos candidatos da Índia, cujas candidaturas aos programas internacionais continuam a aumentar, compensando o forte decréscimo das candidaturas provenientes da China. Os candidatos Brasileiros, a seguir aos Chineses, são aqueles que mais decresceram nas candidaturas internacionais. De notar que a Nigéria, é o país que a seguir a Índia, mais cresceu na proveniência de candidaturas internacionais.

As principais razões apontadas para escolherem um destino internacional para realizar um MBA são a reputação do sistema educativo, uma melhor preparação para o avanço na carreira, atratividade da localização do programa e a possibilidade de ter apoio financeiro. Os Estados Unidos continuam a atrair candidatos principalmente devido à sua reputação, a Europa Ocidental diferencia-se devido ao custo e atratividade da localização, o Canadá pela facilidade em obter um visto de trabalho e a Austrália pela facilidade em obter um visto de estudante.

Além das razões anteriores, para os candidatos ao MBA Executivo, a diversidade da turma é um fator relevante, enquanto que os candidatos ao MBA *full-time* dão maior importância a possibilidade de obter um visto de trabalho após o MBA.

Em termos do desenvolvimento de competências que os candidatos ao MBA dão mais valor são a resolução de problemas complexos, a gestão de pessoas, a análise e interpretação de dados e a comunicação e apresentação orais. Os candidatos internacionais mostram um interesse crescente em programas certificados na área de STEM (*Science, Technology, Engineering e Mathematics*).

Para os empregadores, o seu nível de confiança nas escolas de negócio como fonte de talento, continua elevada, retornado aos níveis da pré-pandemia.

91% dos empregadores do estudo planeiam contratar MBAs em 2021 e as projeções de recrutamento mantêm-se elevadas para 2022, 9 em casa 10 planeia contratar MBAs para alimentar a *pipeline* de talento por forma a estarem preparados para enfrentar a tendência de *'great resignation'*. As empresas com mais de 10.000 colaboradores têm mais propensão para o recrutamento de talento MBA quando comparado com empresas com menos de 100 colaboradores.

W M
X

Os empregadores reportam que as posições de direção geral e de direção de estratégia e inovação são as mais preenchidas pelos MBAs. De salientar, que o crescimento do setor tecnológico está a alimentar o mercado MBAs, sendo que 96% dos empregadores neste setor planeia contratar MBAs em 2021 comparado com 80% em 2019, uma tendência em aumento uma vez que as empresas tecnológicas estão a atingir a escala para a contratação de MBAs com competências em estratégia e liderança.

As competências que os empregadores mais valorizam são as relacionadas com comunicação, pensamento estratégico e inovador, versatilidade, capacidade de lidar com ambientes de negócios globais e complexos e liderança.

Relativamente ao ensino presencial vs online, apenas 34% dos empregadores indicou que a sua organização valorizava igualmente graduados que tinham feito o MBA online ou presencialmente. A experiência no campus é chave para a maioria dos recrutadores que ainda veem a interação pessoal como essencial para o desenvolvimento das competências denominadas “*soft/human skills*”, incluindo a conscientização para a alteração de hábitos e atitudes e as competências interpessoais. Contudo, a tendência mostra que com a continuação do contexto pandémico, os empregadores parecem mais abertos a aceitar programas online ou híbridos, com a exceção clara dos Estados Unidos, a região que lidera os MBAs online e as candidaturas para estes programas.

O recrutamento internacional aumentou em 2021, sendo as regiões de Médio Oriente e Europa que lideram e os Estados Unidos, após uma forte queda voltou a recrutar internacionalmente, muito influenciado pelo setor tecnológico que lidera esta tendência.

Finalmente, o salário MBA continua a ter um *premium* significativo quando comparado com o salário de um licenciado ou um colaborador recrutado *direct-from-industry*, no entanto devido ao contexto inflacionário, a tendência do salário ajustado esteja a decrescer. De salientar, as grandes diferenças da média salarial do MBA entre regiões, sendo que USA lidera com uma média de \$115k anuais seguidos da Asia Pacifico com \$65k, na Europa Ocidental com \$45k, no Médio Oriente com \$40k, \$35k em África e \$25k na América Latina. Adicionalmente, as empresas americanas e asiáticas têm maior cultura na oferta de bonus e de valores mais elevados do que na Europa Ocidental, o que afeta claramente os MBAs europeus nos rankings mundiais que continuam a dar um maior peso aos critérios ligados ao salário médio e ao crescimento do salário.

2. The Lisbon MBA

1. Contexto e Resultados 2021

Tal como o início do ano 2020 obrigou a alterações profundas decorrentes do surto do Covid, o início de 2021 com a intensificação da situação pandémica levou a que as escolas fossem obrigadas a fechar novamente os campus entre meados de janeiro e meados de abril, e o ensino e a gestão voltassem a transitar para o online.

Em virtude dos ensinamentos obtidos em 2020 foi possível uma transição bem mais suave do ensino presencial para o ensino online, durante os primeiros 4 meses do ano, complementado com um ensino híbrido (presencial com o recurso online para os alunos afetados pelo Covid) durante os restantes meses do ano. A experiência na utilização das tecnologias disponíveis e uma maior capacidade de adaptação, agilidade, resiliência e adaptação por parte de todos os stakeholders, permitiram continuar a ultrapassar as dificuldades e a reforçar o espírito de equipa.

Como resultado de um esforço para aproximar as empresas aos programas, realizaram-se várias parcerias em 2021, de salientar as parcerias com:

Galp e Insper (São Paulo) - para a implementação do IMBA 2021 International Consulting Lab, com o projeto: "Explore opportunities to expand Galp Electric Mobility in Brazil".

Beta-i - no âmbito do Entrepreneurship Hub da componente Action Learning do IMBA 2021

Marinha Portuguesa – no âmbito da componente de team building e competências de liderança no programa IMBA 2021

Mckinsey e Unilever – no âmbito da componente de liderança nos programas IMBA 2021 e EMBA 2021-23

Fundação José Neves – Income Share Agreement para os candidatos do IMBA 2021 e EMBA 2021-23

Prémio Primus Inter Pares – parceria com o Santander e o Grupo Impresa

Sumol Compal - no âmbito do IMBA Business Case Competition com o desafio: "Sumol online breakthrough strategy in the US market".

W
M
X

Sonae, Amrop e Expresso – com a realização do Triple P – “Pitch Perfect Performance”

Web-Summit – no âmbito do concurso lançado pelo the Lisbon MBA e o Alumni Club. De salientar que o vencedor, o aluno Tiago Morgado, IMBA 2021, fundador da empresa “Good Life Health” ganhou o concurso com o stand no Web Summit e já lançou a sua empresa.

Em termos de reconhecimento e reputação de marca, aumentamos o nosso SOV (Share of Voice) nos media locais, consolidando o posicionamento de liderança do the Lisbon MBAA. Aumentamos as visitas no webside em +19% assim como o número de seguidores nas redes sociais, no linkedin (+16%), Instagram (+ 8%) e mantivemos nos 26k os seguidores no Facebook. Estes resultados permitiram um aumento de 30% nos leads (+5.231).

Em termos de rankings internacionais, o the Lisbon MBA marcou a estreia em Portugal no The Economist Full-time MBA ranking 2021 com o seu programa IMBA, alcançando o 89.º lugar no mundo e o 36.º a nível europeu e destacando-se no critério da qualidade do corpo docente com o 30.º lugar a nível mundial e 12.º em termos europeus.

No mais prestigante ranking Financial Times, no Global MBA Ranking 2021, subimos dois pontos, para o 82.º lugar no mundo e 24.º na Europa e pelo quarto ano consecutivo, ficamos em 1.º lugar no mundo no critério: “International Course Experience”.

O the Lisbon MBA Católica|Nova mantém-se como único MBA português nos rankings do Financial Times e do The Economist, e detém o Triple Crown Accreditation, (AACSB, EQUIS, AMBA), distinção detida por menos de 1% de todas as escolas de negócios no mundo.

2. Principais iniciativas 2021

Apesar de se ter mantido um contexto relativamente adverso, foi possível manter o nível de alunos mercê do reforço de engagement, aumentando-se os eventos online com periodicidade semanal, como Webinars, Master Classes, online coffee chats, com elementos do departamento de admissões, professores e presença de alunos e Alumni para dar o seu testemunho pessoal da sua experiência no MBA.

W
M
X

A reabertura dos campus permitiu a realização de eventos presenciais nomeadamente visitas guiadas ao campus e eventos de networking com alunos, para além de reuniões face-to-face com elementos da equipa de admissões.

Reforçamos o investimento digital e otimizamos a comunicação em mercados alvo como a Índia, Alemanha, Brasil, Benelux e US.

Realizamos uma estratégia de segmentação dirigida a categorias diferenciadas de candidatos que nos permitiu aperfeiçoar as mensagens em função dos perfis dos diferentes segmentos. De salientar os Global Strivers, com mensagens sobre a componente internacional dos programas, os Impactful innovators, com mensagens sobre o foco do curriculum nas cadeiras de empreendedorismo e inovação, e os Respect Seekers, com mensagens ligadas ao prestígio dos programas, aos rankings, e a destacada comunidade de Alumni, em posições chave de diferentes empresas, setores e países.

Nossa cobertura nos meios nacionais generalistas e económicos também se veio reforçada, com presença destacada em todos os suplementos especiais de MBA, do Económico, Jornal de Negócios e Executive Digest, assim como o estabelecimento de parcerias editoriais com vários meios.

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

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

Durante 2021 foram ainda realizadas eleições para o novo mandato do Alumni Club Board a três anos (2021-2024), sendo a lista liderada por Ricardo Gonçalves, co-fundador da Core Investments e Vice-Presidente do mandato anterior, a que ganhou as eleições com uma visão de expandir e alargar o alcance da comunidade que detém perto de 3.000 membros.

3. Objetivos e principais iniciativas 2022

As perspetivas para o the Lisbon MBA em 2022 são de continuar na senda positiva em termos de resultados.

W M
X

Entre os objetivos para 2022, destacamos:

- Continuar a consolidar o posicionamento de liderança do Lisbon MBA em Portugal e aumentar a sua notoriedade internacional, intensificando a 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
- Continuar a participar a nível da Direção Executiva em conferências internacionais do setor da educação, presencias e online
- Retomar a presença em feiras internacionais de MBA.
- Ativar a iniciativa dos Alumni Ambassadors, lançando os Alumni International Chapters em mercados-alvo como DACH (Alemanha, Áustria, Holanda e Suíça), Índia, EUA, Brasil, França e outros países com massa crítica de Alumni.
- Continuar a capitalizar nas relações com o Alumni Club, com a implementação de um protocolo para alavancar o recrutamento e as admissões, e analisar a escolha de uma plataforma peer-to-peer student recruitment
- Capitalizar a comunicação de histórias de Alumni internacionais e mulheres com carreiras de sucesso nos media nacionais e internacionais.
- 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.
- Iniciar o processo de renegociação com o MIT Sloan.
- 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, mais alunos internacionais e mulheres ao programa.
- Analisar as datas de reinício do IMBA e EMBA (IMBA 24 para começar em setembro 2023 em lugar de janeiro 2024 e EMBA 2023-25 para começar em janeiro 2024 em vez de setembro 2023 e renomeá-lo EMBA 2024-25.
- 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 Ásia para expandir o foco internacional do programa EMBA.
- Continuar a desenvolver o website e a comunicação content branded nas redes sociais como principais canais para atrair, nutrir e converter leads qualificados.

- 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...entre outros
- Continuar a tornar a operacionalização dos programas cada vez mais customer centric, com um objetivo de melhoria continua na experiência do aluno.
- Aumentar as sinergias com as escolas nas áreas de carreiras e marketing para reforçar a identidade do the Lisbon MBA como parte integrante das escolas, Nova SBE e CATÓLICA-LISBON.
- Explorar outras fontes de receitas como:
 - A oferta a Alumni de frequentarem disciplinas optativas a um valor a definir.
 - Desenvolvimento de um programa "MBA para MBAs" para Alumni 50+ com foco em Inovação, Empreendedorismo, Digital e ESG, além da possibilidade de participar no programa de imersão internacional no MIT
- Analisar e renegociar alternativas para o portal do aluno.
- Estabelecer uma solução de empréstimos através de parceria com bancos selecionados.

4. Performance Financeira 2021

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 quadros. 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.

Embora mais uma vez 2021 tenha decorrido de uma forma bastante atípica, o resultado Líquido em 2021 saldou-se por um valor positivo de €37.784,28.

A melhoria do resultado foi decorrente de uma taxa de cambio favorável no pagamento das royalties ao MIT.

O decréscimo significativo de donativos recebidos não permite antecipar resultados muito diferentes no futuro, embora tendo em conta o trabalho desenvolvido junto da comunidade empresarial seja possível vir a angariar novas contribuições com o respetivo efeito positivo no resultado.

W M
X

Em 2021, o balanço apresentava a seguinte informação:

	Valores expressos em mil euros	
	2021	2020
ACTIVO TOTAL	619 433	619 063
Ativos correntes	619 433	619 063
FUNDOS PATRIMONIAIS	194 296	156 511
Dos quais resultado líquido do exercício	426 137	12 079
PASSIVO TOTAL	619 433	619 063

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

Dr. Guy Villax

Conselho consultivo que é composto por:

Câmara Municipal de Lisboa;

Faculdade de Economia da Universidade Nova de Lisboa;

Universidade Católica Portuguesa;

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.

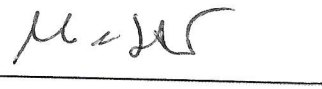
Como representantes das escolas parceiras temos neste momento os reitores das duas Universidades (Católica Portuguesa e Nova de Lisboa), os diretores das duas escolas (Católica Lisbon e Nova SBE) e os respetivos presidentes dos conselhos científicos.

M
A

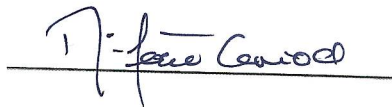
9. Aplicação de Resultados

O Conselho Diretivo propõe que o resultado líquido de 37 784,28€ passe para resultados transitados.

O Conselho Diretivo



Dr. Manuel Sebastião



Dr.ª Maria João Carioca



Dr. Guy Villax

Nota:

À presente data, o Conselho Diretivo não tem conhecimento de quaisquer factos ou acontecimentos posteriores a 31 de dezembro de 2019 que justifiquem ajustamentos nestas demonstrações financeiras.

Contudo após a data do Balanço e como é do conhecimento generalizado, no passado dia 11 de março a OMS declarou o surto do novo coronavírus, designado COVID-19 como pandemia. Na data de emissão destas demonstrações financeiras é já claro que o confinamento das populações em diversos países, incluindo Portugal, e a conseqüente redução muito significativa da atividade económica conduzirão a que diversos setores da economia poderão ser afetados por efeitos diretos e indiretos provocados pela doença, estando em causa, entre outros possíveis efeitos, a disrupção, limitação ou incapacidade de virem a ser cumpridos compromissos contratuais, pelas diversas contrapartes, podendo como tal, alterar-se a perceção e avaliação do risco de negócio.

No entanto consideramos que o pressuposto da continuidade utilizado na preparação das demonstrações financeiras se mantém adequado, contudo os efeitos decorrentes da pandemia para a atividade da Entidade, apresentam-se à data incertos.