

J. Roma

Plano Estratégico e Orçamento 2019



Fundação
Bracara Augusta

*Thiago
de Oliveira*

Índice

1. ENQUADRAMENTO	3
CARATERIZAÇÃO	4
INTRODUÇÃO	4
2. OBJECTIVOS ESTRATÉGICOS	6
OBJETIVOS	7
3. ESTRATÉGIA E OBJETIVOS	8
A. JUVENTUDE E INOVAÇÃO SOCIAL	9
B. ARTE E CULTURA	12
C. PUBLICAÇÕES E CONFERÊNCIAS	14
4. PLANO DE ATIVIDADES	16
A. JUVENTUDE E INOVAÇÃO SOCIAL	17
B. ARTE E CULTURA	21
B. PUBLICAÇÕES E CONFERÊNCIAS	24
5. COMUNICAÇÃO	25
COMUNICAÇÃO	26

J. Henrique

Enquadramento



Fundação
Bracara Augusta



Caraterização

A Fundação Bracara Augusta (FBA) é uma pessoa coletiva de direito privado, sem fins lucrativos, instituída por escritura pública em 18 de março de 1996. São seus fundadores, o Município de Braga, a Universidade do Minho, a Universidade Católica Portuguesa e o Cabido Metropolitano e Primacial de Braga, com estatutos publicados no Diário da República n.º 121, III^a série, de 24 de Maio de 1996, reconhecida em 27 de Fevereiro de 1997 pela Portaria n.º 109/97 II^a Série, de 24 de Março de 1997, publicada no Diário da República n.º 70, II Série. A última alteração estatutária foi publicada no Portal da Justiça em 26 de Abril de 2018. Foi declarada de utilidade pública ao abrigo do decreto-Lei n.º 460/77, de 7 de Novembro, por Despacho do Primeiro-Ministro de 23 de Abril de 2009, publicado no Diário da República n.º 85, II^a Série, de 4 de Maio de 2009, estatuto confirmado pelo Despacho do Secretário de Estado da Presidência do Conselho de Ministros, n.º 9534/2013, de 5 de Julho de 2013, publicado no Diário da República n.º 139, II^a Série, de 22 de Julho de 2013, que passa a reger-se pelo disposto na Lei-Quadro das Fundações, aprovada pela Lei n.º 24/2012, de 9 de Julho. Em 2018 o processo de renovação da utilidade pública foi aceite pela Secretaria-Geral da Presidência do Conselho de Ministros.

Introdução

A FBA tem por missão realizar e apoiar iniciativas destinadas a fomentar o desenvolvimento cultural, social e económico do concelho de Braga. Nesse sentido, tem desenvolvido uma vasta atividade em Braga, no quadro dos seus fins estatutários, através de eventos próprios e em colaboração com outras instituições. As atividades a realizar pela Fundação em 2019 serão uma sequência natural do trabalho desenvolvido nos últimos anos nos três principais eixos que regem a sua atuação: Juventude, Arte e Cultura e Conferências e Publicações.

A FBA presta ainda um apoio fundamental à *Startup Braga*, com o *gnration* a constituir-se como o centro de um ecossistema criativo que funciona simultaneamente de forma independente e

O P&emar

integrada das restantes atividades da FBA. No universo artístico e cultural será seguida uma política de estímulo e apoio a projetos inovadores, diferenciadores e de reconhecida qualidade que visam atrair diferentes tipos de público, fomentando assim a FBA uma oferta cultural diversificada capaz de projetar Braga a nível nacional e internacional.

Promover-se-á a sensibilização e formação de públicos de diferentes origens e idades pela arte contemporânea, através da oferta de uma programação de excelência e diversificada. Difundir-se-á esta dinâmica de forma complementar com os restantes agentes culturais da cidade. No âmbito da vertente de apoio às políticas de juventude do concelho, a Fundação continuará a desenvolver atividades e projetos relacionados com a temática da cidadania, da participação e do empreendedorismo jovem e social em estreita articulação com o Município de Braga. A atividade será desenvolvida numa ótica de lógica sequencial que se constrói em torno das políticas e programas europeus de juventude europeus e, desde 2016, Ibero-americanos, que, posteriormente, se operacionalizam em princípios-chave de capacitação dos jovens para desenvolverem projetos de juventude com perspetiva local, nacional e europeia e fortemente orientados para o impacto social. No próximo ano dar-se-á ênfase especial à vertente da inovação social no sentido de potenciar o surgimento de projetos que sejam uma mais-valia na vertente da inclusão.

Neste sentido, o Centro de Inovação Social, Human Power HUB, assume-se como uma figura operacional para as estratégias acima referidas e preconiza o eixo principal do Plano de atividades no setor da juventude no ano de 2019. Ainda nos projetos de juventude, além da relação como o movimento associativo juvenil, manter-se-á uma relação direta com os agrupamentos de escolas do concelho de Braga para a promoção de uma política de estímulo ao empreendedorismo social e de responsabilidade social corporativa, baseada num plano de ações concreto e de base inovadora. Procurar-se-á percorrer um caminho de aproximação do Centro de Inovação Social Human Power HUB às escolas e instituições sociais do concelho, do tecido empresarial e da comunidade bracarense em geral.

É prioridade da Fundação, em 2019, continuar a consolidar as parcerias já criadas e construir novas sinergias, tendo como objetivo fortalecer a notoriedade e a imagem nacional e internacional do *gnration* como um centro de referência do norte no domínio das artes contemporâneas e no desenvolvimento da criatividade através de projetos inovadores. Acredita-se assim que, pela sua missão e visão de desenvolvimento, a FBA contribuirá decisivamente para a afirmação de Braga como uma cidade de vanguarda.

*Dezembro
2010*

Objetivos Estratégicos



Fundação
Bracara Augusta

*HPP
B. Roman*

Objetivos

- Implementar o projeto Human Power HUB, um novo Centro de Inovação Social que está a ser desenvolvido em parceria com o Município de Braga e financiado por Fundos Europeus do Programa Operacional Portugal 2020 / POISE / Portugal Inovação Social / Parcerias para o Impacto.
- Apoiar os jovens no seu desenvolvimento e na preparação para uma participação ativa e democrática no país, sob o prisma da Informação e do aconselhamento juvenil, do fomento do empreendedorismo, da cooperação entre organizações juvenis, da responsabilidade social, das boas práticas de associativismo e das políticas europeias;
- Preconizar uma oferta artística de qualidade, atraindo o que de melhor se produz a nível cultural, numa perspetiva de acessibilidade a toda a comunidade e de forma a colocar a cidade na vanguarda das dinâmicas culturais urbanas à escala internacional;
- Reforçar o esforço de reposicionamento da marca iniciado no ano transato através de campanhas de comunicação que permitam solidificar a imagem do *gnration* como um HUB criativo de referência nacional e internacional. Continuar a implementar uma estratégia que tem como objetivo consolidar e fortalecer a notoriedade nacional e internacional da marca *gnration* no domínio das artes contemporâneas e da criatividade.
- Tirar o máximo partido do projeto editorial “Braga Cidade Bimilenar”, contribuindo para a divulgação das obras já publicadas e sua acessibilidade a públicos diversificados, como forma de divulgar o importante património cultural da cidade através da recolha de textos e imagens sobre Braga.
- Angariar mecenias que apoiem a nível financeiro, logístico ou de comunicação as atividades desenvolvidas no *gnration* e pelos restantes eixos de atividade da FBA, permitindo desta forma melhorar a qualidade, dimensão e alcance dos projetos que integram a sua programação.

J. Rennar
D. P. Gray

Estratégia e Objetivos



Fundação
Bracara Augusta

*Approved
B. Bragança*

A. Juventude e Inovação Social

Estratégia

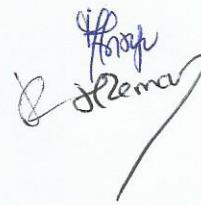
A área de Juventude da FBA assenta em cinco pilares fundamentais, que se podem desenvolver numa ótica independente e, simultaneamente, articulada:

- **Informação e aconselhamento jovem** - A FBA pretende reforçar o atual serviço de informações de origem europeia dirigidas aos jovens que efetive as oportunidades europeias, através da concretização de projetos e assente na descodificação e simplificação das normas europeias numa linguagem acessível e atraente. O serviço de informação Juvenil da FBA privilegia a comunicação em formato “Social media” e pretende, ainda, destacar os projetos locais das organizações juvenis e do Conselho Municipal de Juventude. O serviço de informação e aconselhamento jovem tem a Loja Europa Jovem como referência física no espaço *gnration* e constitui-se como âncora de toda a estratégia na área da juventude da FBA.
- **Capacitação e Empoderamento** - A FBA pretende reforçar o atual serviço de formação, capacitação e empoderamento de jovens e instituições para o impacto social. Esta valência será prioritária em 2019, com a criação do Centro de Inovação Social de Braga – Human Power HUB, fruto de uma candidatura realizada por este departamento em 2018 em parceria com o Município de Braga, aos Fundos do Portugal 2020 / POISE / Portugal Inovação Social / Parcerias para o Impacto.
- **Execução de projetos europeus** - Divulgadas as oportunidades da União Europeia, relativas à inovação Social, ao Emprego, à responsabilidade social, à formação, à mobilidade e ao lazer, importa concretizar e materializar junto dos jovens esta tipologia de projetos. A área de *mentoring* em projetos europeus assume uma valência interna no departamento, através do desenvolvimento de projetos financiados pela Fundação, em parceria com a CM Braga, e que se constituem como eixos de programação da Loja Europa Jovem. Assume de igual forma uma valência externa, dirigida ao apoio das organizações juvenis nos seus processos de candidatura e na execução de projetos europeus no âmbito do Programa Erasmus + Juventude em Ação. O distrito de Braga é,

*Frank
Slemay*

hoje, uma referência de qualidade no que respeita à execução deste programa e as associações juvenis bracarenses assumem esta liderança contribuindo para o desenvolvimento económico da cidade.

- **Mobilidade** - Este setor mantém uma índole sequencial e, desta vez, pretende concretizar oportunidades relacionadas com a oferta de “mobilidade” *in e out* que estão ao dispor dos jovens europeus bem assim como oferecer oportunidades a jovens bracarenses através do envio destes para projetos de formação, estágios profissionais e voluntariado residencial em países parceiros. A Loja Europa Jovem pretende continuar a receber jovens europeus que queiram concretizar, na FBA, os projetos de mobilidade na área da juventude, providenciando qualidade ao nosso serviço de informação e aconselhamento jovem e operacionalizando a formação entre pares e a transferência de boas práticas no domínio da juventude. Estes processos são levados a cabo através da proximidade e da relação de colaboração com a NEYC - Rede de Capitais Europeias da Juventude.
- **Voluntariado** – Pretende-se estimular a participação ativa dos jovens no universo da programação da FBA. Potenciar a valorização e capacitação dos jovens num prisma de aquisição de competências-chave é a proposta de valor neste ramo. O vetor de voluntariado da FBA não pretende substituir os muitos e bons exemplos de práticas de voluntariado existentes na cidade, apenas sustenta a definição de um quadro de participação cívica que permita aos jovens envolverem-se na esfera de programação da FBA e adquirir *networking* e competências com esta experiência. Mais uma vez, assume-se a transversalidade de ações e um apoio contínuo.



Objetivos

- 1) Manter a cidade na vanguarda das dinâmicas e políticas de juventude à escala regional, nacional e internacional;
- 2) Promover uma oferta de serviços de apoio às organizações juvenis de elevada qualidade e com uma forte componente formativa em educação não formal, que permita fixar recursos humanos qualificados, capazes de projetar a cidade, a região e o país;
- 3) Desenvolver um trabalho prolongado de ligação entre a cidade e a comunidade com implementação de políticas europeias de juventude;
- 4) Colocar a cidade na vanguarda das dinâmicas e políticas de inovação social à escala regional, nacional e internacional;

Indicadores

- 60 entidades/associações nacionais e internacionais, envolvidas no desenvolvimento de projetos europeus de juventude com referências de boas práticas;
- Gestão de 2 projetos âncora de âmbito europeu; - "YouthCapitals2YouthCapitals" e Projeto "COM'ON Europe";
- Gestão de 1 projeto âncora de âmbito Local/Regional; - Projeto POISE – PIS "Centro de Inovação Social de Braga - Human Power HUB";
- Gestão de 1 projeto âncora de âmbito nacional; - Rede Nacional de Lojas Europa Jovem;
- Gestão de 1 projeto âncora de âmbito internacional; - 100% Youth City - Quality Label for Youth Friendly Cities;
- Apoio no desenvolvimento de 1 projeto internacional da CM Braga no quadro do Programa URBACT III – Transferência de boas práticas; - Projeto "Urban Regeneration MIX", liderado pela cidade polaca de Lodz;
- Desenvolvimento de 1 projeto de candidatura de referência internacional no âmbito do Centro de Inovação Social de Braga – Human Power HUB.

B. Arte e Cultura

Estratégia

Na área da arte e cultura, a estratégia da FBA assentará em dois eixos programáticos que definem os conteúdos a apresentar e a utilização do edifício *gnration* como um espaço e uma marca de referência na cultural e criatividade:

- **Música contemporânea** - O *gnration* continuará a implementar um programa de música contemporânea que, complementando as estruturas com programação regular na cidade de Braga, ofereça conteúdos culturais únicos, de inegável qualidade e relevância artística. A incidência da programação não se regerá por géneros ou catalogações estilísticas, mas por critérios estéticos e qualitativos, numa perspetiva de construção de uma identidade programática forte e com potencial de atração de diversos tipos de público, de dentro e de fora da cidade de Braga.
- **Relação entre Arte e Tecnologia** - A tradição da cidade de Braga no domínio das novas tecnologias e a forte influência da Universidade do Minho nesta área sustentam a ideia de que as *media arts* são uma vertente a ser trabalhada sob uma perspetiva de continuidade, de modo a afirmar a cidade de Braga como uma referência internacional na área, situação suscetível de gerar conjuntamente um legado artístico e valor económico. O *gnration* propõe-se continuar a desenvolver um trabalho regular de difusão das artes digitais através da programação de exposições, concertos/performances e programas de perfil educativo direcionados a um público diverso e abrangente. Para o ano de 2019, face ao recentemente atribuído título de Cidade Criativa da UNESCO para as *media arts*, a aposta em termos orçamentais e qualitativos nesta área continuará a verificar-se, tal como sucedeu em 2018.

*Hélio
Silva*

Objetivos

- 1) Colocar a cidade na vanguarda das dinâmicas culturais urbanas à escala internacional;
- 2) Promover uma oferta cultural de elevada qualidade e com uma forte componente formativa que permita fixar recursos humanos qualificados, capazes de projetar a cidade, a região e o país;
- 3) Desenvolver um trabalho prolongado de ligação da cidade com a comunidade, através de práticas artísticas contemporâneas de inegável valor.

Indicadores

- 75% de média de ocupação dos espaços utilizados no programa dedicado à música contemporânea;
- 75% de média de ocupação das atividades de cariz educativo;
- 3 entidades/associações da cidade envolvidas na criação de trabalhos artísticos de larga escala, orientados por artistas/instituições de referência;

*Hosp
de Braga*

C. Publicações e Conferências

Estratégia

Prosseguindo o duplo objetivo de, por um lado, preservar e divulgar o património histórico-cultural de Braga e, por outro, contribuir para a formação e o desenvolvimento da população do concelho, de modo a preservar a memória coletiva da cidade e ao mesmo tempo estimular a participação ativa dos seus municípios na discussão de temas cientes da actualidade, o eixo “Publicações e Conferências”, para o ano 2018, manterá as três linhas essenciais de ação já definidas em planos estratégicos anteriores:

- **Preservação e atualização da memória coletiva de Braga** - esta linha concretizar-se-á por meio da valorização do projeto editorial “Braga Cidade Bimilenária”, o qual tem por objetivo central identificar, organizar, anotar e divulgar documentos bibliográficos, iconográficos ou outros, de autores de Braga ou sobre temática bracarense, os quais se constituam num acervo documental que possa servir para consulta, investigação ou elaboração de trabalhos científicos para um público alargado de leitores e apreciadores da história de Braga, contribuindo assim para a preservação e atualização da memória coletiva da cidade e dos seus habitantes. A operacionalização destes propósitos passará sobretudo pela disponibilização de títulos já existentes em formatos adaptados a públicos com necessidades especiais, bem assim como pela reedição (revista e aumentada, quando tal se justifique) de títulos entretanto esgotados.
- **Promoção do desenvolvimento sociocultural de Braga** - esta linha visa promover a formação e o confronto de ideias, por meio do debate crítico, em torno de temas de pertinência e actualidade reconhecidas. Para tal, organizar-se-ão conferências-debate com o contributo de especialistas de mérito, nacionais ou estrangeiros, a que se juntarão intervenientes locais com o objetivo de permitir analisar os temas a abordar sob a dupla perspetiva global e local, acrescentando a visões de conjunto a especificidade característica do contexto bracarense. Pretende-se com estas iniciativas contribuir para uma discussão informada sobre questões de natureza diversa que possam despertar o

*Branco
Mesa*

interesse do público e, ao mesmo tempo, contribuir para que se conheça melhor a realidade do concelho, fazendo o mapeamento daquilo que o caracteriza e define no momento presente.

- **Interação com a comunidade** - esta linha permitirá manter a colaboração profícua com outras instituições, tais como a Universidade do Minho, a BLCS, a BPB, o Mosteiro de Tibães, a RUM e a Câmara Municipal de Braga, entre outras, de modo a manter uma atividade regular junto do público, chegando a todas as camadas populacionais do concelho. Visa sobretudo desenvolver um trabalho que, tirando partido dos títulos publicados pela FBA e promovendo atividades de extensão das conferências-debate a realizar, atinja um número mais elevado de destinatários, nomeadamente o público estudantil e os cidadãos com necessidades especiais. Pretende-se desta forma potencializar a ação da FBA, incrementando a prestação de um serviço inclusivo a todos os estratos do tecido social bracarense.

Objetivos

- 1) Divulgar e promover a identidade e a memória coletiva bracarenses, a nível local, nacional e internacional, nomeadamente por meio da edição de obras de autores de Braga ou sobre temática bracarense, adaptadas a públicos diversos;
- 2) Fomentar a discussão informada sobre de temas pertinentes e atuais e que contribuam para um melhor conhecimento da realidade global e do concelho, fazendo o mapeamento daquilo que o caracteriza;
- 3) Desenvolver um trabalho de interação com a comunidade, potenciando a inclusão de atores de todos os quadrantes do tecido social bracarense.

Indicadores

- 1) Organização de **duas conferências-debate** subordinadas a temáticas variadas;
- 2) Edição/reedição ou disponibilização em formato adaptado a públicos com necessidades especiais de **duas publicações** de autor/temática bracarense;
- 3) Realização de **quatro atividades** de extensão em interação com a comunidade.

Fray
de
S. Bernardo

Plano de Atividades



Fundação
Bracara Augusta

*Holy
Power*

A. Juventude e Inovação Social

O plano de atividades da área da Juventude é desenvolvido numa ótica de lógica sequencial que se constrói em torno da “fonte” de informação em políticas e programas de juventude europeus e, desde 2016, ibero-americanos, que, posteriormente, se operacionalizam em princípios-chave de capacitação dos jovens para desenvolverem projetos de juventude com perspetiva local, nacional e europeia e fortemente orientados para o impacto social.

Neste sentido, o Centro de Inovação Social, Human Power HUB, assume uma figura operacional para as estratégias acima referidas e preconiza o eixo principal do plano de atividades do setor da juventude da FBA.

O Centro de Inovação Social, Human Power HUB, é um projeto da FBA que tem como investidor social o município de Braga e é financiado pelo Programa Portugal Inovação Social, no âmbito do POISE e do Portugal 2020.

Resulta do plano integrado de ação para a inovação social, desenvolvido no âmbito do projeto URBACT III – Boosting Social Innovation em consórcio com as cidades de Gdansk, Milão, Paris, Turim, Wroclaw, Estrasburgo, Barcelona, Malmo e Baia Mare.

O plano de atividades prevê a disseminação constante de informação europeia e ibero-americana, relevante para os jovens e para as organizações juvenis, esperando uma resposta efetiva numa tentativa clara de se concretizarem na cidade de Braga as oportunidades colocadas pela União Europeia e pela OIJ, para o setor da juventude. Este plano é coerente com a visão estratégica da FBA e aponta no sentido da transmissão de conteúdos nos setores da informação e capacitação de atores e na execução de projetos europeus e ibero-americanos, de formação, mobilidade e voluntariado orientados para a inovação social.

Pretende-se ainda descriminar os quatro eixos do centro “Human Power HUB” e os projetos da Loja Europa Jovem - “100% Youth City”, “COM’ON Europe”, “Urbact - REMIX” e Rede de Capitais Europeias de Juventude - como pilares centrais dos contributos deste sector para a cidade de Braga.

*Hopf
Branco*

Projeto Local “Human Power HUB”

Projeto da FBA com o apoio da CM Braga que visa o desenvolvimento de projetos orientados para o impacto social. Em 2019 iniciar-se-á a implementação deste projeto, financiado pelo Programa Portugal Inovação Social no âmbito do POI SE e do Portugal 2020.

Os objetivos definidos em candidatura para o ano civil de 2019, visam a criação da estrutura, da imagem e dos processos de comunicação, do mapeamento de atores e de possíveis beneficiários e do desenvolvimento de processos de formação e empoderamento em inovação social.

Projeto Nacional “Rede Nacional de Lojas Europa Jovem”

Rede de Lojas Europa Jovem reconhecidas contratualmente pela Fundação Bracara Augusta e que desenvolvem ações de informação aos Jovens tendo por base o conceito e metodologia “Loja Europa Jovem”.

Projeto Internacional “100% Youth City”

Programa de diagnóstico, implementação e certificação de cidades amigas dos jovens, que resulta da implementação de um Projeto Erasmus+ KA2, entre 2015 e 2017, pela Fundação Bracara Augusta. É um projeto que entra em fase de maturação e escala e que pretende desenvolver um selo de qualidade europeu para cidades amigas dos jovens.

O projeto engloba vários atores internacionais nos diversos momentos/fases do programa, desde formadores no processo de diagnóstico, peritos de acompanhamento na fase de implementação e auditores na fase de verificação de critérios, sendo a FBA diretamente responsável pela fase final do processo com a verificação de procedimentos e atribuição do selo de qualidade.

Projeto Erasmus+ KA2 – COM’ON Europe (parceiros)

Projeto coordenado pelo PONT Group da Roménia com outras seis cidades do espaço Europeu, que visa a elaboração de um processo de certificação de qualidade no desenvolvimento de orçamentos participativos para jovens.

Projeto Europe Goes Local (Parceiro da NA Erasmus+) projeto estratégico da Agência Nacional Erasmus sobre promoção de políticas locais de juventude que inclui mobilidade internacional e

a realização de um seminário regional sobre a relevância dos conselhos municipais de juventude e dos planos municipais de juventude.

Projeto Erasmus+ KA2 – YC2YC (parceiros)

Projeto coordenado pela Agência DNA Cascais e Cascais 2018 Capital Europeia da Juventude com outras cinco cidades do espaço europeu, que visa a elaboração de um processo de uma publicação de boas práticas de capitais europeias da juventude.

Projeto Europe Goes Local (Parceiro da NA Erasmus+)

Projeto Estratégico da Agência Nacional Erasmus sobre promoção de políticas locais de juventude que inclui mobilidade internacional e a realização de um seminário regional sobre a relevância de conselhos municipais de juventude e planos municipais de juventude.

Projeto URBACT III – REMIX

Projeto de Rede da CM Braga, financiado pelo Programa URBACT que congrega oito cidades europeias em torno da definição de um modelo pan-europeu de habitação social. A FBA prestará apoio na implementação do projeto em termos locais e assessoria técnica à CM Braga na participação na Rede.

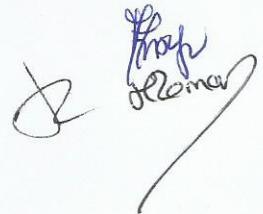
Projeto NEYC – Rede de Capitais Europeias de Juventude

Rede de cooperação entre cidades europeias com título de capitais europeias de juventude, projeto de partilha de boas práticas e cooperação em projetos Erasmus+ e URBACT III.

*Thiago
Hernan*

O plano de atividades anual do sector da juventude e da inovação social da Fundação Bracara Augusta será dividido em quatro blocos trimestrais:

	trimestre 1	trimestre 2	trimestre 3	trimestre 4
Informação		Contínuo		
Projetos Locais		1 projeto		
Projetos Nacionais		1 projeto		
Projetos Internacionais		6 projetos		
Mobilidade		8 projetos		
Voluntariado			1 evento	



B. Arte e Cultura

A música contemporânea e a relação entre arte e tecnologia são o mote para a programação de atividades de perfil performativo, expositivo ou formativo.

Será privilegiada a criação de conteúdos artísticos novos e únicos, através da encomenda de trabalhos a artistas nacionais e internacionais, que permitam afirmar o *gnration* como estrutura de apoio à criação por excelência. Estes conteúdos serão primordialmente criados sob o formato de residência artística. Continuará a apostar na utilização do *Mobydick Studio*, estrutura residente no *gnration*, como forma de registo dos trabalhos aí desenvolvidos e como forma de rentabilização dos recursos disponíveis.

Será também instituída uma programação regular de concertos de música contemporânea e instalações/exposições orientadas para as *media arts*. Estes eventos serão pautados por critérios estéticos rigorosos e por um nível qualitativo alto, em complementaridade com a programação de outras entidades da cidade, nomeadamente o Theatro Circo.

Em 2019 será dada continuidade ao *Open Day*, no qual a população da cidade poderá desfrutar de concertos, exposições, performances e atividades para crianças de forma gratuita ao longo de um dia. A data escolhida será 4 de Maio de 2019, sábado. Pretende-se com este evento aumentar o impacto das atividades integradas no programa cultural do *gnration* na comunidade local, convidando-a a visitar o espaço e a experimentar as mesmas.

Em 2019, na linha do já realizado em 2018 e face à recente atribuição do título de Cidade Criativa da UNESCO para a área das *media arts*, a programação do *gnration*, assumindo-se como elemento basilar no sucesso e boa implementação desta candidatura, continuará a enfatizar a sua programação no domínio das *media arts*. Será dada continuidade ao ciclo binário, ciclo de programação orientado para performances audiovisuais de elevada qualidade. Adicionalmente a programação da galeria *gnration* será reforçada em termos orçamentais e qualitativos, apresentando trabalhos de nível internacional. A aposta no programa *Scale Travels*, desenvolvido em parceria com o INL (Laboratório Ibérico de Nanotecnologia), será continuada, sendo este programa contratualizado até ao ano de 2020. Este espaço permitirá traduzir conceitos científicos ligados à nanotecnologia em conteúdos artísticos apelativos,



contribuindo dessa forma para uma mais efetiva difusão da nanotecnologia e o do INL junto da população de Braga e dos consumidores regulares do programa artístico do *gnration*.

Através do Ciclo *gnration@*, continuarão a ser promovidos concertos fora de portas com o intuito de cruzar conteúdos artísticos com o legado histórico e patrimonial da cidade de Braga.

A crescente aposta nas atividades de perfil formativo verificada nos últimos dois anos será mantida, com o intuito de construir um serviço educativo sólido e de elevada qualidade para a comunidade local. O aumento das atividades de serviço educativo traduzir-se-á num maior número de *workshops* e programação de espetáculos de cariz formativo para a população infantil e estudantil, bem como numa maior oferta de conteúdos formativos para adultos.

O cruzamento entre comunidade e criadores será também tido em conta nas nossas atividades realizadas, podendo ser concretizado sob forma de concerto, residência artística ou exposição/instalação.

Por fim, a definição de redes de parceiros institucionais continuará a ser mantida como de vital importância para a legitimação artística e a viabilização orçamental do programa cultural do *gnration*. Nesse sentido, a parceria com instituições de referência da programação cultural e dos serviços educativos culturais a nível nacional é de primordial importância para o ano de 2019. Iniciar-se-á uma colaboração estreita com a Culturst – Fundação CGD e com a BoCA – Bienal de Arte Contemporânea. Adicionalmente as redes iniciadas no 2º semestre do ano de 2014 e cimentadas nos anos subsequentes com o serviço educativo da Fundação Casa da Música, no domínio do serviço educativo, e com a Galeria Zé dos Bois, no domínio da música contemporânea, continuarão a desenvolver-se de forma vigorosa durante o ano de 2019.



 Chap Henar

O plano de atividades anual da vertente cultural do *gnration* será dividido em quatro blocos trimestrais:

	trimestre 1	trimestre 2	trimestre 3	trimestre 4
Concertos	7 eventos	7 eventos	7 eventos	7 eventos
Instalações / Exposições	2 eventos	3 eventos	3 eventos	2 eventos
Cruzamento entre comunidade e criadores	1 projeto		1 projeto	
Residência artística	2 projetos	2 projetos	2 projetos	2 projetos
<i>gnration @</i>	1 evento		1 evento	
Serviço educativo	6 atividades	6 atividades	6 atividades	6 atividades



B. Publicações e Conferências

No que concerne a área das conferências-debate, prevê-se a organização de dois eventos, com uma periodicidade semestral. Os temas terão em vista destacar aspectos identificadores da cultura bracarense e do contexto sociocultural da cidade, na sua articulação com o país e com o mundo, numa perspetiva que combine abordagens globais e locais.

Na vertente editorial, pretende-se proceder à edição/reedição de um título de autor e/ou sobre temática bracarense, bem assim como à disponibilização de títulos já existentes em formato adaptado a públicos com necessidades especiais. Prevê-se ainda a possibilidade de reeditar títulos esgotados da coleção “Braga Cidade Bimilenar” que apresentem procura que o justifique por parte do público leitor/colecionador.

Paralelamente pretende-se dinamizar pelo menos quatro atividades de extensão, com vista à integração no tecido social, que passem pela cooperação com entidades parceiras e potenciem a presença da FBA junto da comunidade, nomeadamente do público estudantil.

O plano de atividades anual da área das Publicações e Conferências será dividido em três blocos semestrais:

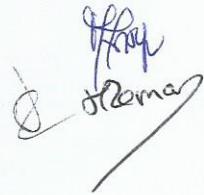
	1.º semestre	2.º semestre
Edições e publicações	1 edição	1 edição
Conferências-debate	1 evento	1 evento
Interação com a comunidade	2 eventos	2 eventos

*S. Hop
Romay*

Comunicação



Fundação
Bracara Augusta



Comunicação

A Comunicação é um alicerce primordial nas atividades realizadas pela Fundação Bracara Augusta, quer sejam estas realizadas pelo *gnration*, pela Loja Europa Jovem ou pela própria Fundação Bracara Augusta. Estas três estruturas têm canais de comunicação diferenciados, sendo cada estrutura composta por presença singular nas redes sociais e/ou com sítio em nome próprio na Internet.

A Loja Europa Jovem, projeto da Fundação Bracara Augusta, possui o seu próprio canal de Comunicação, optando por centralizar a libertação de informação na rede social Facebook, plataforma que indica como de maior proximidade com o seu público-alvo.

O *gnration*, estrutura sob a alcada da Fundação Bracara Augusta, é a mais completa das três estruturas no que toca à dinamização comunicativa. Com presença múltipla nas redes sociais Facebook, Twitter e Instagram, o *gnration* usufrui ainda de assessoria de imprensa, com comunicados de imprensa regulares, uma *newsletter* e um sítio na Internet em nome próprio.

A Fundação Bracara Augusta situa-se entre as três estruturas com um sítio em nome próprio na Internet, assessoria de imprensa, com comunicados de imprensa mediante atividade, e presença na rede social Facebook.

Face ao que tem vindo a ser descrito nos anos anteriores, importa novamente salvaguardar que, em 2015, a Fundação Bracara Augusta, enquanto entidade em nome próprio, delineou uma nova dinâmica de comunicação, mais atual e flexível. Esta nova dinâmica de comunicação materializou-se na renovação do seu sítio na Internet, na presença nas redes sociais e na utilização de materiais gráficos promocionais coerentes e estilizados de acordo com a sua linguagem e posicionamento enquanto entidade. A par desta nova dinâmica, a Fundação Bracara Augusta estabeleceu uma comunicação assertiva e efetiva junto dos meios de comunicação social - local, regional ou nacional, conforme o seu âmbito -, com vista à promoção das atividades realizadas e ao alcance do seu público-alvo.

*Thiago
Floriano*

Face aos resultados positivos obtidos desde 2015, ano da renovação da imagem, e face ao contínuo crescimento da sua qualidade promocional em 2018, proporcionado por uma coerente identidade gráfica, Fundação Bracara Augusta continuará em 2019 a trabalhar a sua comunicação sobre esta base dinâmica, assertiva e frutífera em resultados.

Sendo também alicerce primordial nas atividades realizadas pelo *gnration*, a comunicação desta estrutura pauta-se pela sua transversalidade na ação temática (música, cinema, formação/serviço educativo, etc.) e permuta-se de forma crucial na aproximação à comunidade local, regional, nacional e internacional. Tendo como base o reposicionamento e solidificação da marca *gnration* como estrutura e entidade uniformizada, estratégia implementada numa primeira instância em 2016 e com efetivação em 2017, mantida em 2018 enquanto implementação de todas as áreas de ação do *gnration* no global da marca. A implementação e uniformização das áreas da ação têm por objetivo estratégico a apresentação do *gnration* como entidade de base cultural e de carácter múltiplo, resultando na coesão da visão externa da marca.

Transpondo o processo de padronização da comunicação do *gnration* do ano de 2017 para 2018, este manterá, em 2019, a captação de novos públicos e a sua fidelização, o reforço do reconhecimento exterior do *gnration* e a sua afirmação como entidade aglutinadora de múltiplas áreas, passíveis de conciliar com a área de maior incisão estratégica, a programação cultural. Para além da continuidade do processo de padronização das suas atividades nos canais de informação, a comunicação do *gnration* pretende manter os pontos que cumpriu com eficiência ao longo dos últimos quatro anos - 2015, 2016, 2017 e 2018. Pretende dar continuidade, pela sua importância primordial, à contínua consolidação da sua credibilidade junto da imprensa de referência, ao nível local e nacional. Em 2019, e face ao implementado em 2017 e continuado em 2018, procurar-se-á dar continuidade a uma maior presença na imprensa internacional, através de projetos como o programa Scale Travels, o acolhimento do festival internacional SEMIBREVE e a apresentação de artistas contemporâneos internacionais, procurando a referenciação mediática externa e o posicionamento do *gnration* no contexto ibérico e do restante campo europeu, com valorização destacada para a programação cultural da marca *gnration*.

Para 2019, a comunicação do *gnration* continuará a estabelecer e sistematizar a obtenção de novas parcerias comunicacionais com estruturas que partilhem similares públicos-alvo,



Joaquim de Almeida

procurando aumentar o alcance de público das suas atividades. Especificadamente, a comunicação do *gnration* continuará a estabelecer canais e estratégias de divulgação crescentes para as atividades relativas ao serviço educativo, setor do programa cultural em ascensão de volume de atividade, mas também para as atividades na área das *media arts*, em crescente volume, estando esta área agora contextualizada pelo título de Braga enquanto Cidade Criativa da UNESCO e pela implementação do programa da entidade Braga Media Arts.

Em 2018, o *gnration* estabeleceu como primordial a renovação do seu sítio na internet, com uma atualização da imagem e linguagem gráfica para o apresentado nos materiais físicos digitais do *gnration*. Objetivo concluído, o *gnration* parte para 2019 com uma nova premissa: o reforço da sua imagem no espaço interno e externo do edifício e um novo posicionamento de marca na cidade de Braga. Um objetivo estratégico que traça o túnel de comunicação que vai do espaço digital ao físico, este último cada vez mais importante dada a cada vez maior concorrência digital existente nos dias que correm.

Assim sendo, o *gnration* procurará impor a sua identidade gráfica e a promoção de atividades com bastante maior incisão física na cidade de Braga, fator que considera importante para a valorização do seu trabalho enquanto entidade com missão cultural.

D. Branca

Orçamento



Fundação
Bracara Augusta



Joaquim
de Sousa

Estimativa Orçamental e Sustentabilidade do Projeto

A procura da sustentabilidade financeira da FBA conduz à necessidade de uma colaboração estreita com o município de Braga. Os objetivos estratégicos definidos para 2019, bem como todo a programação cultural, serão atingidos respeitando o orçamento proposto.

Uma estratégia seguida pela Fundação Bracara Augusta é a de garantir a sustentabilidade de todo o projeto recorrendo a fontes de financiamento alternativas. Desta forma, têm sido mantidas reuniões regulares com diferentes parceiros europeus para estudar a criação de uma rede cultural e candidatar essa mesma rede a fundos comunitários através do programa *Europa Criativa*.

Esta estratégia de procura de fontes alternativas de receitas passa também pela captação de patrocínios e mecenato. Neste âmbito, a procura de apoios tem permitido recolher alguns sinais encorajadores, fruto de um intenso trabalho na concretização de um plano sólido de captação de parcerias junto das empresas e entidades nacionais normalmente associadas ao apoio às atividades culturais.

Com a aprovação da candidatura ao Programa Operacional Inclusão Social e Emprego – POISE será possível minimizar os custos da criação do Centro de Inovação Social, Human Power HUB, que se assume como o eixo principal do Plano de Atividades no sector da juventude em 2019.

*Prop
Semanal*

Estimativa Orçamental

Estimativa para o ano de 2019

O rigor e a transparência na gestão correta e cuidada da aplicação dos dinheiros públicos constituem os princípios fundamentais da política orçamental da FBA. O princípio orientador presente na elaboração deste orçamento é a prudência nos pressupostos, ou seja, o conservadorismo na projeção da receita e a assertividade na redução da despesa.

O orçamento da Fundação para o ano de 2019 foi elaborado com base na previsão dos gastos e rendimentos da contabilidade analítica, através de um plano de contas e num orçamento de base zero, onde cada montante é justificado individualmente. Este método, apesar de mais trabalhoso e complexo, permite orçamentar de uma forma prudente e rigorosa. Foi igualmente considerada a execução orçamental verificada até outubro de 2018 como fonte para uma estimativa o mais próximo possível da realidade.

Desta forma, prevê-se um total de perdas e gastos de 644.630,00 € (seiscentos e quarenta e quatro mil seiscentos e trinta euros) e 644.630,00 € (seiscentos e quarenta e quatro mil seiscentos e trinta euros) de rendimentos, ou seja, um resultado líquido de 0,00 € (zero euros).

Gastos

- **Fornecimentos e Serviços externos**

O valor previsto para 2019 será de 335.830,00 Euros (cerca de 52,10% do total dos gastos). As principais rubricas são os trabalhos especializados (118.200,00 €, 35,20% dos fornecimentos e serviços externos) e honorários (86.640,00 €, aproximadamente 25,80% dos fornecimentos e serviços externos), estando nestes montantes englobados todos os gastos com os *cachets* dos artistas, bem como algumas despesas inerentes à estrutura da Fundação (serviço de contabilidade, assessoria jurídica, etc.). Para além destas rubricas, importa também salientar o peso da rubrica de publicidade e propaganda (51.400,00 €, 15,30% do valor previsto) que inclui o serviço de *design* da imagem gráfica do *gnration*, a produção de materiais e também toda a comunicação do Projeto Human Power HUB.

O valor apresentado para 2019 representa um aumento de 113.802,00 € em relação a 2018, ou seja, mais 51,26%. Este aumento significativo está também relacionado com a aprovação do Projeto Human Power HUB e com os gastos inerentes à sua execução.

*Prop
d2e nov*

- **Gastos com o Pessoal**

Os gastos com o pessoal vão atingir previsivelmente o valor de 295.000,00 Euros (45,76% do total dos gastos), um valor superior ao ano de 2018 em virtude do fim do apoio recebido do IEFP e da necessidade de adequar os recursos humanos da Fundação às exigências da concretização das linhas de ação da programação e, especialmente, à execução do Human Power HUB.

- **Restantes Gastos**

Para cálculo destes gastos em 2019 foi tida em linha de conta a média mensal calculada até outubro de 2018.

Rendimentos

- **Vendas e Serviços Prestado**

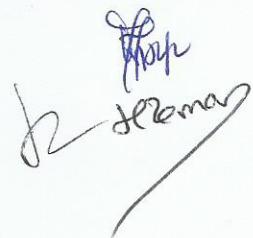
As rubricas de vendas e prestação de serviços têm um valor previsto de 110.900,00 Euros (17,20% do total dos rendimentos). Na rubrica das vendas está previsto um pequeno ajuste nas vendas das edições FBA, o que se traduz numa redução de 150,00 € (cerca de 12,00%). Esta redução teve em conta a média mensal das vendas calculadas até outubro de 2018. Na prestação de serviços e relativamente à venda de bilhetes, apesar de ser apresentada uma programação cultural contínua e diversificada, por uma questão de prudência na obtenção da receita, entendeu-se estimar uma redução de 4.050,00 € (16,84% em relação a 2018), situando-se previsivelmente em 20.000,00 € em 2019. Também por uma questão de prudência na elaboração do orçamento, o valor relativo ao aluguer de espaços foi revisto, passando de 10.500,00 € em 2018 para 7.400,00 € em 2019, uma redução de 3.100,00 €. O valor da prestação de serviços no âmbito da Noite Branca manteve-se inalterado.

- **Subsídios à Exploração**

Relativamente aos subsídios à exploração, a verba a ser transferida pela Câmara Municipal de Braga é de 348.500,00 Euros (54,06 % do total dos rendimentos), assumindo o mesmo valor de 2018. Nesta rubrica está ainda incluído o montante de 30.000,00 € (4,65 % do total dos rendimentos) relativo ao projeto *Scale Travels* (protocolo de colaboração celebrado entre a Fundação e o INL), que regista um aumento de 5.000,00 € em relação a 2018. Está também

*D. Hélio
Hélio*

contabilizado o valor de 5.000,00 Euros atribuído pelo programa Erasmus +, isto porque a Fundação integra dois projetos internacionais como parceiro. De referir que estes projetos irão terminar em 2019. O Projeto Human Power HUB tem um peso substancial nesta rúbrica, 143.900,00 €, que corresponde a 22,32 % do total das receitas.



ORÇAMENTO DE EXPLORAÇÃO 2019

Orçamento 2019			
	Estrutura	Conteúdos	Total
61 CUSTO DAS MERCADORIAS VENDIDAS	8.850,00	2.700,00	11.550,00
62 FORNECIMENTOS E SERVIÇOS EXTERNOS	42.694,00	293.136,00	335.830,00
622 Serviços Especializados	32.804,00	229.386,00	262.190,00
6221 Trabalhos especializados	23.640,00	94.560,00	118.200,00
6222 Publicidade e propaganda	400,00	51.000,00	51.400,00
6223 Vigilância e segurança	0,00	5.450,00	5.450,00
6224 Honorários	8.664,00	77.976,00	86.640,00
6226 Conservação e reparação	100,00	400,00	500,00
623 Materiais	5.780,00	29.000,00	34.780,00
6231 Ferramentas e ut. desgaste rápido	500,00	3.000,00	3.500,00
6233 Material de escritório	450,00	6.000,00	6.450,00
6235 Equipamento técnico	4.830,00	20.000,00	24.830,00
624 Energia e Fluídos	0,00	0,00	0,00
625 Deslocações, Estadas e Transportes	3.010,00	10.000,00	13.010,00
6251 Deslocações e estadas	3.010,00	10.000,00	13.010,00
626 Serviços Diversos	1.100,00	24.750,00	25.850,00
6261 Rendas de Imóveis	350,00	1.750,00	2.100,00
6262 Comunicação	300,00	0,00	300,00
6263 Seguros	0,00	650,00	650,00
6264 Aluguer de Equipamentos	100,00	20.000,00	20.100,00
6267 Limpeza, higiene e conforto	350,00	2.350,00	2.700,00
63 GASTOS COM PESSOAL	295.000,00	0,00	295.000,00
632 Remunerações do pessoal	225.350,00		225.350,00
635 Encargos sobre remunerações	67.150,00		67.150,00
636 Seguros do pessoal	2.500,00		2.500,00
64 GASTOS DEPRECIAÇÃO/AMORTIZAÇÃO	0,00	0,00	0,00
65 PERDAS POR IMPARIDADE	0,00	0,00	0,00
66 PERDAS P/ REDUÇÃO JUSTO VALOR	0,00	0,00	0,00
67 PROVISÕES DO PERÍODO	0,00	0,00	0,00
68 OUTROS GASTOS E PERDAS	800,00	0,00	800,00
681 Impostos	300,00	0,00	300,00
688 Outros	500,00	0,00	500,00
6881 Correcções períodos anteriores	0,00	0,00	0,00
69 GASTOS DE FINANCIAMENTO	1.450,00	0,00	1.450,00
6911 Juros de Financiamentos Obtidos	1.450,00	0,00	6.500,00
TOTAL DAS PERDAS E GASTOS	348.794,00	295.836,00	644.630,00

ORÇAMENTO DE EXPLORAÇÃO 2019

		Orçamento 2019		
		Estrutura	Conteúdos	Total
71	VENDAS	0,00	16.100,00	16.100,00
711	Edições FBA	0,00	1.100,00	1.100,00
712	Bar GNRation	0,00	15.000,00	15.000,00
72	PRESTAÇÕES DE SERVIÇOS	0,00	94.800,00	94.800,00
721	Rendas	0,00	17.400,00	17.400,00
722	Bilheteira	0,00	20.000,00	20.000,00
723	Aluguer de Espaço	0,00	7.400,00	7.400,00
724	Noite Branca	0,00	50.000,00	50.000,00
75	SUBSÍDIOS À EXPLORAÇÃO	259.130,00	274.600,00	533.730,00
751	Município de Braga	200.000,00	148.500,00	348.500,00
752	IEFP	6.330,00	0,00	6.330,00
753	Agencia Nacional Erasmus +	0,00	5.000,00	5.000,00
754	INL	0,00	30.000,00	30.000,00
755	POISE	52.800,00	91.100,00	143.900,00
76	REVERSÕES	0,00	0,00	0,00
761	De Amortizações	0,00	0,00	0,00
763	De Provisões	0,00	0,00	0,00
78	OUTROS RENDIMENTOS E GANHOS	0,00	0,00	0,00
787	Em investimentos não financeiros	0,00	0,00	0,00
788	Outros	0,00	0,00	0,00
7881	Correcções períodos anteriores	0,00	0,00	0,00
7883	Imputação de subsídios ao investimento	0,00	0,00	0,00
7886	Donativos	0,00	0,00	0,00
7888	Outros n.e.	0,00	0,00	0,00
79	JUROS, DIVIDENDOS E ORS	0,00	0,00	0,00
TOTAL DOS RENDIMENTOS		259.130,00	385.500,00	644.630,00
RESULTADO ANTES DE IMPOSTOS				0,00
Imposto sobre o Rendimento				0,00
RESULTADO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO				0,00

*D
Flávio
Henri*

demonstração de resultados previsional em 31/12/2019



Fundação
Bracara Augusta

DEMONSTRAÇÃO DOS RESULTADOS PREVISIONAL 2019

RENDIMENTOS E GASTOS		2019
Vendas e serviços prestados	+	110.900,00
Subsídios à exploração	+	533.730,00
Ganhos/Perdas imputadas de subsidiárias, associadas e empreendimentos conjuntos	+/-	-
Variação nos inventários de produção	+/-	-
Trabalhos para a própria entidade	+	-
Custo das mercadorias vendidas e matérias consumidas	-	-11.550,00
Fornecimentos e serviços externos	-	-335.830,00
Gastos com o pessoal	-	-295.000,00
Imparidade de inventários (perdas/reversões)	-/+	-
Imparidade de dívidas a receber (perdas/reversões)	-/+	-
Provisões (aumentos/reduções)	-/+	-
Imparidade de investimentos não depreciáveis/amortizáveis (perdas/reversões)	-/+	-
Aumentos/Reduções de justo valor	+/-	-
Outros rendimentos e ganhos	+	-
Outros gastos e perdas operacionais	-	-800,00
Resultado antes de depreciações, gastos de financiamento e impostos (EBITDA)	=	1.450,00
Gastos/Reversões de depreciação e de amortização	-/+	-
Imparidade de investimentos depreciáveis/amortizáveis (perdas/reversões)	-/+	-
Resultado Operacional (antes de gastos de financiamento e impostos)	=	1.450,00
Juros e rendimentos similares obtidos	+	-
Juros e gastos similares suportados	-	-1.450,00
Resultado Antes de Imposto	=	-
Imposto sobre o rendimento do período	-/+	-
Resultado Líquido do Período	=	-

*Prop
de mar*

balanço previsional em 31/12/2019



Fundação
Bracara Augusta

BALANÇO PREVISIONAL EM 31/12/2019

ACTIVO	2019	FUNDOS PATRIMONIAIS E PASSIVO	2019
Activo não corrente			
Activos fixos tangíveis	225.000,00	Fundos Patrimoniais	19.921,92
Propriedades de investimento		Fundos	
Goodwill	4.000,00	Acções (quotas) próprias	
Activos intangíveis		Outros instrumentos de capital próprio	
Activos biológicos		Premios de emissão	
Participações financeiras - método equív. patrimonial		Reservas legais	
Participações financeiras - outros métodos		Resultados transitados	230.448,08
Accionistas/Sócios		Ajustamentos em activos financeiros	
Outros activos financeiros		Excedentes de revalorização	
Activos por impostos diferidos		Outras variações Patrimoniais	1.600,00
Activo corrente		Resultados líquido do período	0,00
Inventários		Interesses minoritários	
Activos biológicos		Total do CAPITAL PRÓPRIO	252.000,00
Clientes	30.000,00	PASSIVO	
Adiantamento a fornecedores		Passivo não corrente	
Estado e outros entes públicos		Provisões	
Accionistas/Sócios		Financiamentos obtidos	
Outras contas a receber	165.000,00	Responsabilidades por benefícios pós-emprego	
Diferimentos		Passivos por impostos diferidos	
Activos financeiros detidos para negociação		Outras contas a pagar	0,00
Outros activos financeiros			
Activos não correntes detidos para venda		Passivo corrente	
Caixa e depósitos bancários	15.000,00	Fornecedores	12.000,00
	235.000,00	Adiantamentos de clientes	
		Estado e outros entes públicos	20.000,00
		Accionistas/Sócios	
		Financiamentos obtidos	10.000,00
		Outras contas a pagar	5.000,00
		Diferimentos	165.000,00
		Passivos financeiros detidos para negociação	
		Outros passivos financeiros	
		Passivos não correntes detidos para venda	
		Total do PASSIVO	212.000,00
			212.000,00
Total do ACTIVO	464.000,00	Total dos FUNDOS PATRIMONIAIS E PASSIVO	464.000,00

