





*Handwritten signature in blue ink, appearing to read 'M. S. G.' followed by a stylized signature.*

## Índice

INTRODUÇÃO .....	5
ORGÃOS SOCIAIS .....	6
1. AS ATIVIDADES .....	8
A. ELABORAÇÃO DE CANDIDATURAS A CO-FINANCIAMENTO .....	8
B. OS PROJETOS .....	8
B.1. REDE GLOBAL DA DIÁSPORA .....	9
B.1.1 Enquadramento .....	9
B.1.2 Objetivos .....	9
B.1.3. EXECUÇÃO DOS TRABALHOS .....	9
B.1.3.1 Definição do Modelo Conceptual da Rede Colaborativa .....	9
B.1.3.2 Conceção da Plataforma Tecnológica .....	10
B.1.3.3 Ativação da Rede Social e Dinamização da Rede Colaborativa .....	10
B.1.3.4 Lançamento da Plataforma .....	12
B.1.3.5 Roadshow pelas associações empresariais .....	12
B.2 DESAFIO 2030 – TRANSFERÊNCIA DE CONHECIMENTO E TECNOLOGIA .....	18
B.2.1 Contratação Pública .....	19
B.2.1.1 Ajuste direto .....	19
B.2.1.2 Consulta prévia .....	20
B.2.1.3 Concurso público .....	20
B.2.2 Implementação do Projeto Desafio 2030 .....	21
B.2.2.1 Criação da identidade visual do projeto .....	21
B.2.2.2 Elaboração do contrato com o patrocinador .....	22
B.2.2.4 Assinatura do contrato com o BEM .....	23
B.2.2.5 Elaboração do estudo sobre as boas práticas internacionais de transferência de conhecimento e tecnologia e a performance do Sistema Científico e Tecnológico Nacional (SCTN) .....	23
C. INFORMAÇÃO INSTITUCIONAL .....	23

C.1. ALARGAMENTO DO CONSELHO DE CURADORES EM 2020 .....	24
C.2. RELAÇÕES ASSOCIATIVAS .....	24
D. CONTAS E PESSOAL .....	24
E. PROPOSTA DE APLICAÇÃO DE RESULTADOS .....	24

Dando cumprimento ao preceituado nos Estatutos, o Conselho de Administração apresenta ao Conselho de Curadores da Fundação AEP, o Relatório de Gestão referente ao período findo em 31 de Dezembro de 2020.

*Handwritten signature in blue ink*  


## INTRODUÇÃO

Em 2020, o país e o mundo ficaram em 2020 submersos numa pandemia que concentra todas as atenções assistindo-se, pela primeira vez na nossa história, a um evento com impacto global profundo e extremamente negativo ao nível social e económico.

Desde o final do primeiro trimestre desse ano, o espetro noticioso tem estado centrado na pandemia, com foco na sobrevivência coletiva, acompanhando de perto os estados de emergência que diariamente nos chegavam de todo o mundo.

Um cenário que absorve as prioridades de muitos dos nossos parceiros institucionais, em particular os públicos, concentrados no combate à pandemia, a par com as múltiplas questões da agenda política interna, com alterações quase diárias.

Desta realidade avassaladora, resultou não se terem reunido durante quase todo o ano as condições objetivas para a concretização de reuniões presenciais, nacionais e internacionais, tal qual requeria a atividade planeada.

Ainda hoje, não existem quaisquer certezas relativamente à data em que irá ser restituída a normalidade (possível) nas diferentes geografias, nem quanto ao risco de novas vagas do surto pandémico.

No seu Plano de Atividades para o ano de 2020, a Fundação AEP apresentou dois projetos, a saber:

REDE GLOBAL DA DIÁSPORA

EMPREENDER 45-60 –ESTRATÉGIA DE APOIO AO EMPREENDEDORISMO SÉNIOR.

Os detalhes são apresentados adiante, em conjunto com outras atividades desenvolvidas pela Fundação ao longo do ano transacto.



## ORGÃOS SOCIAIS

### Conselho de Administração

- Luís Miguel Magalhães Ribeiro - Presidente
- António José Gomes Ferraz - vogal
- Maria do Rosário Gambôa Lopes de Carvalho - vogal
- Maria Fernanda Bruçó Geraldes - vogal
- Rui Jorge Teixeira de Carvalho Pedroto - vogal

Nos termos do Artigo 26º, nº 3, dos Estatutos, o Presidente do Conselho de Administração será escolhido pelo próprio Conselho de Administração.

### Conselho Executivo

- Luís Miguel Magalhães Ribeiro - Presidente
- António José Gomes Ferraz - vogal
- Maria do Rosário Gambôa Lopes de Carvalho - vogal

Nos termos do Artigo 30º, nº 2, dos Estatutos, o Presidente do Conselho Executivo será o Presidente do Conselho de Administração.

### Conselho Fiscal

- Alberto João Coraceiro de Castro - Presidente
- José Augusto dos Santos Saraiva



6

- Santos Carvalho & Associados, SROC, S.A., representada por André Miguel Andrade e Silva Junqueira Mendonça

**Conselho de Curadores**

José António Ferreira de Barros - Presidente

**Comissão de Remunerações, para o triénio 2019 a 2021**

Estatutariamente, o Presidente do Conselho de Curadores e o Presidente do Conselho Fiscal integram a Comissão, tendo sido designada, como terceiro elemento, Maria Manuela Queirós Vasconcelos Mota dos Santos.

Na sua primeira reunião ordinária, o Conselho de Administração, por unanimidade, escolheu o Luís Miguel Magalhães Ribeiro, como seu Presidente e, por inerência, como Presidente do Conselho Executivo.



7

## 1. AS ATIVIDADES

Para a prossecução dos seus fins é essencial a identificação pública da Fundação AEP com os seus objetivos, organizando eventos e atividades empresariais, tais como, jornadas, encontros, almoços debate, mesas de negócio e apoiando seminários e conferências na área da formação empresarial e do fomento do empreendedorismo.

Nesse sentido, a Fundação levou a cabo as seguintes atividades no decurso do ano de 2020.

### A. ELABORAÇÃO DE CANDIDATURAS A CO-FINANCIAMENTO

Na sequência da publicação dos Avisos respetivos, foram apresentadas, as seguintes candidaturas:

#### Janeiro:

- Aviso 01/SIAC/2019- SIAC (Internacionalização): Rede Global da Diáspora 2.0;
- Aviso 02/SIAC/2019 - SIAC (Qualificação) - Desafio 2030 - Transferência de Conhecimento e Tecnologia.

#### Junho:

- Aviso 01/SIAC/2020 - SIAC (Promoção do Espírito Empresarial) - Empreender 4560 - Estratégia Nacional de Apoio ao Empreendedorismo Senior.

### B. OS PROJETOS



8





## B.1. REDE GLOBAL DA DIÁSPORA

### B.1.1 Enquadramento

O projeto **Rede Global da Diáspora** procura dar resposta a um *deficit* de informação sobre a diáspora, ao nível da sua localização, monitorização dos movimentos migratórios e redes de contacto, fundamentais para a economia nacional, na medida em que estes portugueses podem assumir o papel de agentes facilitadores nos processos de internacionalização das PME, apoiando-as na conquista de novos mercados, alguns dos quais de difícil acesso.

Neste sentido, a constituição de mecanismos que possam suprir esta lacuna, construindo e gerindo informação atualizada e circunstanciada, promovendo a interatividade (não só dentro da diáspora, mas também com as empresas e os *stakeholders*) a par com a construção do elemento de pertença que este mecanismo pode suscitar, assume-se como um desígnio e uma prioridade estratégica para atuar junto deste universo, podendo dinamizar e ampliar a internacionalização do tecido empresarial português.

### B.1.2 Objetivos

O objetivo central deste projeto assenta na construção de uma **Rede Global da Diáspora** portuguesa, capaz de promover o relacionamento dos portugueses espalhados pelo Mundo entre si e entre estes e as PME portuguesas, com o objetivo de os transformar em verdadeiros embaixadores e promotores da oferta nacional.

### B.1.3. EXECUÇÃO DOS TRABALHOS

#### B.1.3.1 Definição do Modelo Conceptual da Rede Colaborativa

Esta atividade tem por objetivo a definição do modelo conceptual e a construção do “Caderno de Encargos” que servirá de base à programação da plataforma de suporte à Rede Colaborativa. A atividade encontra-se concluída com a entrega do respetivo output em novembro de 2019.



### **B1.3.2 Conceção da Plataforma Tecnológica**

A construção gráfica da plataforma teve início no segundo trimestre de 2019 e encontra-se disponível em [www.redeglobal.pt](http://www.redeglobal.pt).

Estão disponíveis as funcionalidades de mapeamento de pessoas, empresas e entidades da diáspora, num vasto diretório que contempla todos os países do Mundo. Para aceder à plataforma é necessário proceder ao registo individual (através da criação de uma conta, ou através de um,a conta já existente das redes sociais). Uma vez registada, a pessoa pode criar as entidades, sejam empresas, sejam associações ou outras entidades privadas, mediante o preenchimento de um formulário específico.

O diretório das empresas segue as categorias consideradas pelo AICEP, permitindo realizar uma pesquisa avançada por setores de atividade ou fileiras.

Para além do desenvolvimento de *front office*, foi ainda desenvolvida um sistema de *back office* que permite assegurar a gestão de todas as funcionalidades e a monitorização de *KPI* relevantes para o projeto.

A plataforma foi desenvolvida segundo o caderno de encargos que resultou da atividade 1 deste projeto, procurando responder às expectativas dos seus beneficiários e ao cumprimento das metas e dos indicadores definidos pela Fundação AEP no âmbito da candidatura ao sistema de incentivos.

### **B.1.3.3 Ativação da Rede Social e Dinamização da Rede Colaborativa**

A ativação e dinamização da rede é uma das fases mais críticas do projeto, de forma a garantir a continuidade e sustentabilidade da plataforma, assente no *networking* que a mesma irá proporcionar aos seus membros. Paralelamente, não se pode perder o foco no cumprimento dos indicadores de resultado e de realização, nomeadamente no nº de membros inscritos, quer seja de individuais, quer de empresas.

O objetivo desta atividade é pois captar para a Rede Global da Diáspora a comunidade portuguesa de emigrantes, que se encontram hoje já devidamente integradas nos seus países de

acolhimento, assim como todo o universo de expatriados que, por natureza, são quadros médios e superiores com forte experiência profissional que abraçaram a carreira internacional num determinado período das suas vidas. Obviamente que a recente vaga de emigração, na sua grande maioria constituída por jovens altamente qualificados, é também uma prioridade.

A definição do conjunto de oito países que seriam alvo desta campanha de lançamento da plataforma foi concluída numa reunião que teve lugar em fevereiro de 2020 e que contou com a participação de um conjunto relevante de parceiros estratégicos:

- Dra. Berta Nunes, Secretária de Estado das Comunidades Portuguesas;
- Dra. Luísa Pais Lowe, Adjunta da SECP;
- Embaixador Luís Faro Ramos, Presidente do Instituto Camões;
- Dr. Paulo Teves, Diretor Regional das Comunidades (Açores);
- Dr. Rui Abreu, Diretor Regional das Comunidades e Cooperação Externa (Madeira);
- Dra. Maria João Bobone, AICEP, E.P.E. – INOVCONTACTO;
- Dr. Fernando Quintas, AICEP, E.P.E – Rede Internacional;
- Dr. Jose Maria Teixeira Presidente das RCCP;
- Dr. Jorge Marcolino, AEP Internacional.

Esta reunião teve por base uma análise complexa de vários indicadores, com influência na vocação exportadora do tecido empresarial português, tendo resultado na seleção dos seguintes países:

**FRANÇA / ALEMANHA / REINO UNIDO / SUÍÇA / ESTADOS UNIDOS AMÉRICA / BRASIL /CANADÁ / ÁFRICA DO SUL.**

Definidos os países alvo da campanha, a equipa de projeto iniciou os trabalhos de organização dos eventos internacionais, previstos na atividade seguinte.

#### **B.1.3.4 Lançamento da Plataforma**

O lançamento da plataforma foi agendado para o dia **23 de março de 2020**, no Museu da Diáspora, em Matosinhos.

Porém, nesta mesma altura, o Mundo foi assolado pela maior pandemia que alguma vez há memória, provocada pelo vírus COVID19, deixando tudo e todos perante uma situação de incerteza em relação à forma como vivemos em sociedade.

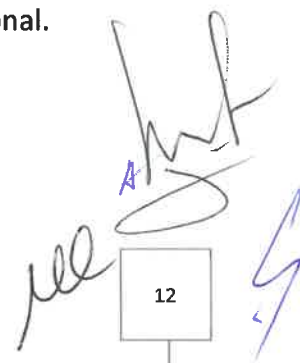
Perante a declaração de Estado de Emergência, no decorrer do mês de março, todas as iniciativas programadas no âmbito deste projeto foram canceladas e a equipa de projeto delineou sucessivos planos de contingência, em parceria com a AICEP, do qual resultou um pedido de adiamento do termo do projeto para 31 de dezembro de 2020 e a alteração da metodologia de abordagem operacional, ambos bem acolhidos pela Estrutura de Gestão do COMPETE 2020.

Assim, cumprindo todas as recomendações da Direção Geral de Saúde, a sessão de lançamento da Rede Global da Diáspora teve lugar no dia **16 de setembro de 2020**, nas instalações da Fundação AEP. Foi uma sessão transmitida *online*, sem presença de público, mas com um enorme número de visualizações nas redes sociais e na comunicação social nacional, através da edição de artigos e entrevistas.

Nos pontos seguintes relatam-se as ações de ativação, quer a nível nacional, quer a nível internacional, à luz do plano de contingência referido.

#### **B.1.3.5 Roadshow pelas associações empresariais**

Sendo esta uma das atividades previstas no âmbito da divulgação e disseminação da plataforma, a FAEP contou com a colaboração do movimento associativo, já sensibilizado e motivado para aderir ao projeto. Nesse sentido, foram contactadas mais de duas dezenas de associações empresariais, de natureza sectorial e nacional, algumas das quais celebraram protocolos de colaboração com a FAEP, tendo resultado na calendarização do roadshow nacional.



12

Importa referir que todas as ações de divulgação foram realizadas em formato *online*, através da plataforma zoom, dedicando uma primeira parte à apresentação da ferramenta seguida de um espaço Q&A e de esclarecimentos.

Todos os *webinars* foram divulgados pelas associações parceiras, mediante o envio de um email informativo, contendo uma imagem do evento, com a possibilidade de inscrição na plataforma.

A título de exemplo:



The banner features the logos of 'aciso' (Associação de Comércio Internacional de Serviços Organizados), 'FUNDAÇÃO AEP', and 'REDE GLOBAL DA DIÁSPORA'. A dark blue button with the text 'INSCREVA-SE AQUI' is located in the top right corner. The main text reads '28-Out 17h Sessão online de Apresentação da Rede Global da Diáspora'. Below this, it says 'Plataforma para promover as exportações'. At the bottom, there are logos for 'Apoos: Iberinform Crédito e Capitais' and 'RVA', and 'Co-financiamento: COMPETE 2020' and 'PORTUGAL 2020' with the European Union flag.

#### B.1.3.6 Roadshow internacional

Face à situação pandémica, todas as ações de ativação internacional passaram para um formato *online*, em que as tarefas de preparação e organização dos eventos foram adaptados para um conjunto de iniciativas realizadas com recurso a diversas plataformas online suportadas num plano de comunicação digital, com especial ênfase nas redes sociais.

A organização dos eventos nos oito países teve um forte assento na constituição de parcerias estratégicas do mundo associativo e empresarial ligado à diáspora portuguesa. Com o objetivo de alcançar os indicadores do projeto, em particular no que respeita ao número de elementos registados na plataforma, foi decidido pela equipa de projeto organizar eventos direcionados ao

movimento associativo da diáspora para além dos oito eventos inicialmente previstos nos oito países alvo, considerando que as associações são o principal veículo de transmissão de informação com os portugueses que residem no estrangeiro. Para este público-alvo foi delineada uma campanha de angariação de membros para a plataforma, lançada no decorrer dos eventos.

Já no que respeita aos eventos dirigidos à classe empresarial, a sua organização contou com a parceria maioritária das Câmaras de Comércio e Indústria de Portugal nesses países, que muito contribuíram para a disseminação dos eventos junto da classe empresarial.

Os eventos de ativação internacional foram realizados nos meses de novembro e dezembro.

#### **B.1.3.7 Comunicação e Disseminação de Resultados**

A comunicação do projeto e a disseminação alargada da Rede da Diáspora são fatores críticos de sucesso, pelo que é uma componente da prestação de serviços realizada de forma contínua e sistematizada.

Assim, esta atividade contemplou não só a criação de materiais e conteúdos promocionais, como também uma aproximação aos órgãos de comunicação social e gestão de redes sociais. Durante os meses do projeto a que o presente relatório diz respeito, as ações de comunicação foram contínuas, com recurso a uma enorme diversidade de meios e de instrumentos de comunicação:

#### **B.1.3.8 Produção de materiais**

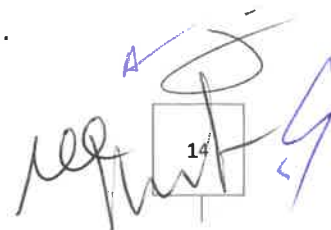
Para apoiar a realização dos webinars foram produzidos 4 roll ups e um pop up.

Foi ainda produzido um vídeo que serve de abertura em todos os eventos *online*:

<https://www.youtube.com/watch?v=5ltNUkgQ4Ek>

#### **B.1.3.9 Órgãos de comunicação social**

Desde o lançamento da plataforma em setembro de 2020, tem havido um trabalho muito relevante com os órgãos de comunicação social nacionais e internacionais, considerando que estes são parceiros estratégicos na disseminação da Rede Global da Diáspora.



14

**a) A nível nacional**

O objetivo é conseguir disseminar a plataforma pelo tecido empresarial e pela comunidade portuguesa, incentivando o seu registo, bem como estimulando a adesão às várias campanhas realizadas como, por exemplo, o envio de convites a outros portugueses que residem fora do País. Nesse sentido, foram desenvolvidas ações de comunicação com os seguintes media partners:

- AGÊNCIA LUSA – parceiro da Fundação AEP desde o início do projeto, tem assegurado a produção de informação na forma de notícia e press releases, divulgado a nível nacional e internacional através da rede de correspondentes;
- RDP/RTP INTERNACIONAL – garantem uma disseminação alargada à diáspora portuguesa, em várias iniciativas, com destaque para o programa Negócio Fechado, dedicando uma rubrica semanal à Rede Global da Diáspora;
- TSF – através de diversas entrevistas e peças jornalísticas, com particular destaque para o programa Negócios em Português: <https://www.tsf.pt/programa/negocios-em-portugues/emissao/a-rede-global-da-diaspora-13054696.html>
- COMPETE – a primeira newsletter EntreVistas 2020 foi inteiramente dedicada a este projeto;
- AICEP – Parceiro também na comunicação dos eventos de ativação internacional através da newsletter Portugal News
- AEP – Parceiro estratégico na divulgação dos eventos através da newsletter Portugal Empresarial
- Outros órgãos de comunicação nacionais e locais  
([drive.google.com/drive/folders/1ifdM\\_J6WnT7JvACpkqrtGbf3a4IKP1pD?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/1ifdM_J6WnT7JvACpkqrtGbf3a4IKP1pD?usp=sharing))

**b) A nível Internacional**

A parceria com os media internacionais focou-se sobretudo na divulgação do projeto e disseminação da Rede Global da Diáspora, tendo sido possível estabelecer protocolos de media partner nos oito países de ativação:

- EUROPA: BOM DIA, órgão de comunicação online com uma cobertura maioritária no continente Europeu;
- FRANÇA: Lusojornal e Rádio Alfa;
- ALEMANHA: Portugal Post;
- CANADÁ: MDCGROUP;
- EUA: Tribuna Portuguesa e Luso Americano;
- BRASIL: Mundo Lusíada e Portugal em Foco;
- ÁFRICA DO SUL: A Voz Portuguesa e Século de Joanesburgo;
- Todos os trabalhos jornalísticos podem ser consultados no [drive.google.com/drive/folders/1ifdM\\_J6WnT7JvACpkqrtGbf3a4IKP1pD?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/1ifdM_J6WnT7JvACpkqrtGbf3a4IKP1pD?usp=sharing)

#### B.1.3.9 Redes Sociais

Neste âmbito foi criada uma página no *Facebook*, *Instagram* e no *LinkedIn*, cuja dinamização obedece a um padrão de publicações diárias, tendo por base informações recolhidas em outros órgãos de comunicação social direcionados para a diáspora portuguesa.

- **FACEBOOK** - Total de gostos: 2653 seguidores
- **LINKEDIN** - 378 seguidores
- **INSTAGRAM** - 125 seguidores

O tráfego orgânico das redes sociais, pode ser consultado em:

[drive.google.com/drive/folders/1ifdM\\_J6WnT7JvACpkqrtGbf3a4IKP1pD?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/1ifdM_J6WnT7JvACpkqrtGbf3a4IKP1pD?usp=sharing)

### 3. INDICADORES DO PROJETO

Resumo de indicadores propostos em sede de candidatura:



Indicador	Método de Cálculo	Meta a atingir	Meta alcançada em 31/12/2020
Novos acordos de parceria/ colaboração firmados face ao número de presenças institucionais por mercado externo	Nº de protocolos firmados/Nº de mercados externos visados na campanha	100%	162,5%
PME que consideraram útil a informação, metodologias ou ferramentas disponibilizadas no âmbito do projeto face ao total das PME que beneficiaram das ações e resultados	Peso das avaliações superior a 3 numa escala de 0 a 5	75%	76%
Notícias/artigos gerados pela imprensa dos mercados alvo de promoção internacional integrada da oferta nacional de bens e serviços com referência às mensagens chave da campanha face ao total de notícias/artigos gerados pela imprensa desses mercados alvo	Nº de notícias com referência às mensagens-chave / artigos totais sobre o projeto publicados nos mercados alvo da campanha	50%	100%
Nº de mercados alvo, comunitários e terceiros, objeto de intervenção relevante	Nº de mercados da campanha de ativação	8	8
Nº de ações de disseminação realizadas no decorrer do projeto	Somatório das ações previstas	29	34
Nº de participantes nas ações de disseminação realizadas no decorrer do projeto	Somatório de participantes nas ações	1.750	21.888
Nº de membros da plataforma	Inscrições na plataforma	10.000	3.778
Nº PME que se associam à plataforma	Inscrições na plataforma	300	348
Nº de países presentes na rede no fim do projeto	Inscrições na plataforma	80	125
Nº de associações empresariais parceiras na divulgação	Participação nas ações de divulgação	20	27

### B.1.3.11 Modelo de Gestão e Sustentabilidade de Rede Colaborativa

Pretende-se que a Rede Global da Diáspora seja um processo colaborativo dinâmico e crescente, pelo que importa garantir a profissionalização do modelo de gestão, condição indispensável para a manutenção do projeto para além da sua data de término.

Esta atividade tem por objetivo a definição de um modelo de negócio associado à gestão da Rede Social que permita a sua continuidade no pós-projeto, identificando os custos associados e fontes de financiamento necessárias à sua sustentabilidade. Está em fase de desenvolvimento.

## B.2 DESAFIO 2030 – TRANSFERÊNCIA DE CONHECIMENTO E TECNOLOGIA

O Desafio 2030 é um projeto da Fundação AEP que se destina a contribuir para um maior desenvolvimento da competitividade nacional, através:

- i) da promoção da partilha de conhecimento científico e tecnológico entre Instituições de Ensino Superior (IES) e as empresas, e
- ii) da difusão de boas práticas e de casos de sucesso na partilha de conhecimento científico e tecnológico na sociedade portuguesa.

Apesar dos constrangimentos a nível do financiamento das IES em Portugal, o nosso país tem vindo a melhorar, nos últimos anos, os seus resultados em termos de número de diplomados do ensino superior e indicadores de produção científica.

Porém, esta melhoria não se reflete no reconhecimento da produção académica por parte do tecido empresarial, uma vez que apenas 8% das empresas considera as IES como uma fonte de informação relevante, segundo o Fórum Económico Mundial, citando dados do Community Innovation Survey (CIS). De facto, verifica-se um grande distanciamento entre as instituições de ensino superior e as empresas, o que representa uma limitação ao crescimento económico e à competitividade do mercado português.

Portugal, nos últimos anos, tem vindo a divergir da média comunitária em termos de PIB per capita corrigido em paridade de poder de compra (PPC). Se no início do milénio, este indicador de riqueza registava um valor de 82,3% face à média comunitária (valor registado em 2001), em 2018, esse valor foi de 76,7% que, por sua vez, representa uma diminuição face aos 77,2% registados em 2017 (dados Eurostat).

A quebra registada na riqueza média por habitante em Portugal, é acompanhada por uma quebra no índice de produtividade do trabalho por hora, quando comparada a produtividade portuguesa com a média da UE28. Em 2000, o valor nacional registava 67,0 quando em 2018 o valor é de apenas 64,1, verificando-se igualmente uma quebra face a 2017 (quando nesse ano, a produtividade do trabalho por hora se situou nos 65,6, segundo o Eurostat).

Dada a importância da produtividade para o crescimento económico, e principalmente para a convergência de rendimentos entre os portugueses e os europeus, é absolutamente necessário promover melhores condições para que as nossas empresas sejam mais inovadoras, produtivas e competitivas. Só com melhor atividade económica é possível ambicionar uma melhoria do rendimento real das famílias portuguesas.

Neste sentido, e dada a extrema importância das IES no seio do Sistema Científico e Tecnológico Nacional (SCTN), urge acelerar a colaboração entre as IES e as empresas portuguesas, de modo a assegurar um maior alinhamento entre estas entidades, permitindo assim uma mais eficaz partilha de conhecimento científico e tecnológico, orientando-o para as oportunidades e desafios existentes no mercado e, principalmente, convertendo-o em maior valor económico que permita a Portugal sustentar o seu crescimento.

O Desafio 2030 propõe, deste modo, a realização de uma avaliação ao panorama interno e identificação das boas práticas nacionais e internacionais de partilha de conhecimento científico e tecnológico, para sensibilizar todas as entidades envolvidas quanto à relevância da temática.

O Desafio 2030 será desenvolvido durante 24 meses, com início em 1 de setembro de 2020 e término em 31 de agosto de 2022.

### **B.2.1 Contratação Pública**

Elaboração das peças dos 3 seguintes procedimentos de contratação pública, obrigatórios para a Fundação AEP à luz do Código dos Contratos Públicos.

#### **B.2.1.1 Ajuste direto**

**Objeto:** Realização de um estudo estratégico da marca do projeto

**Âmbito:** Criar o conceito de marca do Projeto, de forma a conferir-lhe uma identidade única e distintiva, facilitando a comunicação do Projeto e do seu propósito junto das PME, Instituições de Ensino Superior (IES) e demais partes interessadas. A criação do conceito de marca será acompanhada de um manual da marca, criação de logótipo e as suas diferentes aplicações, além do registo nacional da mesma, para salvaguarda dos respetivos direitos de propriedade intelectual.

**Estado da Subactividade – Concluída**

#### **B.2.1.2 Consulta prévia**

**Objeto:** Elaboração do Plano de Comunicação; Assessoria de Imprensa e *Clipping*; *Media buying* e *Paid Media*.

**Âmbito:** Criar o plano de comunicação do Projeto para definir, entre outros, os objetivos da comunicação, as ações a implementar, os canais de comunicação a utilizar, bem como os recursos a envolver, de forma a garantir uma comunicação integrada e articulada nos diferentes meios, tradicionais ou digitais. Criar campanhas de *media buying* incluindo a criação de conteúdos para publicação na imprensa.

Apresentar um plano de promoção e divulgação dos diferentes conteúdos do Projeto nos órgãos de comunicação social, com enfoque em meios nacionais e regionais – nas regiões de convergência.

Prestar serviços de gestão de redes sociais e de *clipping*.

**Estado da Subactividade – Concluída**

#### **B.2.1.3 Concurso público**



20

**Objeto:** Elaborar um estudo sobre as boas práticas internacionais de transferência de conhecimento e tecnologia e a performance do Sistema Científico e Tecnológico Nacional (SCTN); Elaborar um estudo da performance competitiva e de inovação das empresas portuguesas face ao contexto internacional; Elaborar um catálogo nacional das principais entidades do SCTN; Identificar 10 casos de estudo sobre inovação aberta e colaboração entre IES e PME em torno de atividades de inovação; Desenvolver um referencial de inovação aberta para PME; Efetuar testes em grupo piloto de PME; Desenvolver o portal digital desafio-2030.pt.

**Âmbito:** Realizar um diagnóstico detalhado do qual resulte a identificação de boas práticas internacionais de transferência de conhecimento, uma análise à performance competitiva e de inovação das empresas portuguesas, assim como conhecer as principais entidades que integram o SCTN através da criação de um catálogo a disponibilizar no Portal digital do Projeto para consulta pelas partes interessadas.

Através do Referencial de Inovação Aberta, pretende criar-se um instrumento de aproximação entre as PME e as entidades do SCTN, que permita às empresas internalizarem práticas de colaboração na sua estratégia de inovação. Este Referencial será testado junto de um grupo-piloto de PME.

O desenvolvimento do Portal digital para o projeto Desafio 2030 tem como propósito ser o principal repositório da informação produzida resultante das diversas atividades do projeto, de as comunicar e permitir que os vários targets possam acompanhar as suas atualizações.

**Estado da Subactividade – Concluída**

**Estado da Atividade 1 – Concluída**

## **B.2.2 Implementação do Projeto Desafio 2030**

### **B.2.2.1 Criação da identidade visual do projeto**

No âmbito desta atividade foi realizado um estudo estratégico para a criação da marca do Projeto, os seus atributos, tendo presente os valores e a cultura da Fundação AEP.

Foi criado o logótipo do Projeto e a sua aplicação em diferentes suportes, tendo em conta o estado de pandemia em que vivemos e que obriga à utilização de meios digitais para a realização da grande maioria das atividades.

A marca do Projeto foi protegida legalmente através do registo no INPI.

#### **Estado da Subactividade – Concluída**

##### **B.2.2.2 Elaboração do contrato com o patrocinador**

Por forma a garantir o financiamento da componente não comparticipada por fundos públicos do Projeto, foi contratualizado com o BEM – Banco Empresas Montepio um patrocínio à atividade da Fundação.

#### **Estado da Subactividade – Concluída**

##### **B.2.2.3 Sessão de Apresentação do Projeto Desafio 2030**

A Sessão de Apresentação do Projeto teve lugar em 3 de Dezembro de 2020.

A Sessão foi transmitida através do canal Youtube da Fundação e da página do Facebook do Projeto. Os oradores encontraram-se presencialmente na Fundação AEP.

Para a realização desta Sessão foram desencadeadas um conjunto de ações, a saber:

- Definição do tema
- Identificação dos oradores
- Elaboração do programa da Sessão
- Convite aos oradores
- Caracterização do público-alvo

- Criação de bases de dados
- Elaboração de Newsletter para divulgação do evento
- Elaboração da Ficha de Inscrição na Sessão
- Divulgação da Sessão
- Promoção da Sessão nas redes sociais e imprensa escrita
- Logística da Sessão – contratação de técnicos para realizar a filmagem do evento e a sua transmissão online

**Estado da Subactividade – Concluída**

**B.2.2.4 Assinatura do contrato com o BEM**

No dia 3 de Dezembro, foi assinado um contrato que regula os termos e condições do patrocínio a efetuar pelo BEM – Banco Empresas Montepio à Fundação AEP no âmbito do Projeto Desafio 2030.

**Estado da Subactividade – Concluída**

**B.2.2.5 Elaboração do estudo sobre as boas práticas internacionais de transferência de conhecimento e tecnologia e a performance do Sistema Científico e Tecnológico Nacional (SCTN)**

Após a realização da Sessão de Apresentação do Projeto, teve início a realização dos Estudos contratualizados na sequência da realização do concurso público referido na Atividade 1.

**Estado da Subactividade – Em curso**

**C. INFORMAÇÃO INSTITUCIONAL**

### C.1. ALARGAMENTO DO CONSELHO DE CURADORES EM 2020

Por fim será de referir as diligências conducentes ao alargamento do Conselho de Curadores, através da apresentação de proposta de deliberação e admissão da ACCENTURE PORTUGAL. A Fundação AEP terminou o ano de 2020 com 82 membros Fundadores e Curadores.

### C.2 RELAÇÕES ASSOCIATIVAS

O Centro Português de Fundações (CPF) é a instituição representativa do setor fundacional em Portugal.

O CPF é uma associação privada, reconhecida de utilidade pública, que reúne hoje mais de uma centena de fundações portuguesas, provenientes de todo o país, caracterizadas por diferentes origens, dimensões, finalidades e âmbitos de atuação.

A Fundação AEP tornou-se associada do CPF em 2011, estatuto que manteve em 2020.

### D. CONTAS E PESSOAL

A Fundação AEP encerrou o ano de 2020 com um resultado líquido negativo de €53.368 (cinquenta e três mil, trezentos e sessenta e oito euros).

A Fundação AEP não tem quaisquer dívidas em mora perante a Administração Fiscal e a Segurança Social.

### E. PROPOSTA DE APLICAÇÃO DE RESULTADOS

O Conselho de Administração propõe ao Conselho de Curadores que o resultado de 2020, no montante de de €53.368 (cinquenta e três mil, trezentos e sessenta e oito euros), seja transferido para resultados transitados.



Queremos por fim, dirigir uma palavra de apreço a todos os Fundadores, Curadores, aos membros do Conselho Fiscal e a todos os colaboradores que, ao longo deste ano de 2020, com o seu apoio e confiança, nos ajudaram na nossa missão.

Porto, 22 de março de 2021

O CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO



LUIS MIGUEL MAGALHÃES RIBEIRO

PRESIDENTE



ANTÓNIO JOSÉ GOMES FERRAZ

VOGAL



MARIA DO ROSÁRIO GAMBÔA LOPES DE CARVALHO

VOGAL



MARIA FERNANDA BRUÇO GERALDES

VOGAL



RUI JORGE TEIXEIRA DE CARVALHO PEDROTO

VOGAL