

FAZ CULTURA
EMPRESA
MUN. DE CULTURA
DE BRAGA (EM)

**Relatório de Boas Práticas do
Governo Societário
2025**

FAZ CULTURA

Índice

| | |
|--|----|
| 1. Enquadramento | 3 |
| 2. A Faz Cultura – Empresa Municipal de Cultura de Braga, EM. | 4 |
| 2.1. Caracterização | 4 |
| 2.2. Estrutura orgânica | 4 |
| 2.2.1. Órgão Sociais | 4 |
| 2.2.3. Organograma | 7 |
| 2.3. Missão e Objetivos | 8 |
| 3. Transações com entidades relacionadas | 15 |
| 4. Gestão de Risco de Corrupção e Infrações Conexas | 15 |
| 5. Código de Ética e Conduta | 15 |
| 6. Responsabilidade Social | 16 |
| 7. Política e Práticas de Gestão Recursos Humanos | 17 |
| 8. Prevenção de Conflitos de Interesse | 18 |
| 9. Divulgação da Informação | 19 |

FAZ CULTURA

1. Enquadramento

A FAZ CULTURA reconhece a importância da adoção de boas práticas do governo societário como um pilar fundamental para consolidar a sua transparência, eficácia na tomada de decisões e para o cumprimento do interesse do seu acionista, dos colaboradores e demais partes interessadas. Comprometida com a ética, a integridade e a transparência, a empresa segue as diretrizes previstas, aplicando-as de maneira a garantir um ambiente corporativo responsável e alinhado com as melhores práticas.

No presente relatório, a empresa descreve as políticas e práticas adotadas no âmbito do governo societário, em conformidade com o estabelecido no Artigo 54.º do Decreto-Lei n.º 133/2013, de 3 de outubro. A FAZ CULTURA reforça o seu compromisso contínuo com a transparência, a responsabilidade e o diálogo com seus acionistas, assegurando que todos os processos decisórios sejam conduzidos de forma clara, objetiva e em conformidade com as normas e regulamentos pertinentes.

O presente relatório visa dar cumprimento a este preceito e, numa política de transparência e de prestação de informação ao seu acionista, às instâncias nacionais de controlo e fiscalização e, sobretudo, aos contribuintes, em geral, e aos bracarenses, em particular, refletir o desenvolvimento das práticas de bom governo no ano de 2025.

FAZ CULTURA

2. A Faz Cultura – Empresa Municipal de Cultura de Braga, EM.

2.1. Caracterização

A Faz Cultura – Empresa Municipal de Cultura de Braga, EM, é uma empresa municipal cujo capital social, no montante de 500 mil euros, é integralmente detido pelo Município de Braga. Tem como objeto o desenvolvimento de atividades culturais de acordo com os princípios de interesse público (cf. art.º 6.º, n.º 1, art.º 19.º, n.º 1 e art.º 20.º, n.º 1 da Lei n.º 50/2012, de 31 de agosto).

Em 2024, esta entidade viu a sua designação social alterada, sendo anteriormente denominada Teatro Circo de Braga, EM, SA. Esta mudança ocorreu na sequência do alargamento da sua atividade e do respetivo âmbito de atuação, no cumprimento da sua missão e dos seus objetivos, definidos em articulação com o seu acionista único – o Município.

Atualmente, a atividade desta empresa municipal vai além da gestão do equipamento cultural Theatro Circo. No âmbito alargado da sua atuação, assegura também a gestão do equipamento cultural gnration, bem como de projetos de interesse estratégico para a dinamização da política cultural da cidade, como o Braga Media Arts e a Braga Capital Portuguesa da Cultura, realizada em 2025.

Perante este alargamento do seu âmbito de atuação, tornou-se necessária a alteração da designação da empresa, de forma a refletir mais adequadamente o seu papel na cidade, evitando também a confusão entre o nome da entidade e o equipamento cultural Theatro Circo.

Atualmente, a empresa encontra-se organizada em cinco direções: Gestão, Pessoas e Organização, Técnica, Artística e Comunicação.

2.2. Estrutura orgânica

A atual estrutura orgânica da empresa é apresentada em duas dimensões: numa primeira dimensão temos a estrutura social e os órgãos que a compõem, e numa segunda dimensão, a organograma aplicada à organização interna e gestão da empresa.

2.2.1. Órgão Sociais

Assembleia Geral

A Assembleia Geral é composta por um Presidente, um Vice-Presidente e um Secretário. O mandato deste órgão tem a duração de quatro anos, sendo permitida a reeleição por uma ou mais vezes.

O ano de 2025, por ter sido marcado pela realização de eleições autárquicas, teve impacto no processo de nomeação dos órgãos sociais, a qual apenas se concretizou em 8 de janeiro de 2026. Assim, em 31 de dezembro de 2025, a Assembleia Geral era composta pelos seguintes membros: Presidente – Maria Sameiro Araújo; Vice-Presidente – Pedro Soares; Secretário – Nuno Gouveia.

FAZ CULTURA

Em 8 de janeiro de 2026, o acionista único, o Município de Braga, procedeu à nomeação dos novos membros deste órgão, designadamente: Presidente — Marta Sousa Mendes; Vice-Presidente — Altino Bessa; Secretário — Filipe Aguiar.

A presença e participação dos membros da Assembleia Geral não são remuneradas, nem conferem o direito a qualquer tipo de compensação, seja de natureza financeira ou outra

Conselho de Administração

À semelhança da Assembleia Geral, também o Conselho de Administração foi objeto de nova nomeação pelo acionista único.

O Conselho de Administração é composto por três membros — um Presidente e dois Administradores — sendo que apenas um exerce funções executivas e auferir remuneração. Assim, em 31 de dezembro de 2025, o Conselho de Administração era composto por: Presidente — Ricardo Rio; Administradora não executiva — Olga Pereira; Administradora executiva — Joana de Meneses Fernandes.

Em 8 de janeiro de 2026, foram nomeados os seguintes membros para o Conselho de Administração: Presidente — Catarina Miranda; Administradora não executiva — Hortense Santos; Administrador executivo — Nuno Gouveia.

A Administradora Executiva em funções a 31 de dezembro de 2025 exercia o seu mandato a título executivo, nos termos do disposto no artigo 20.º do Decreto-Lei n.º 71/2007, de 27 de março, na sua redação atual, em conformidade com o n.º 5 do artigo 30.º da Lei n.º 50/2012, de 31 de agosto, e de acordo com a respetiva nomeação deliberada em Assembleia Geral de 25 de setembro de 2023. O exercício do cargo era realizado em regime de exclusividade e com carácter remunerado, encontrando-se cumprido o disposto no n.º 4 do artigo 25.º da Lei n.º 50/2012, de 31 de agosto.

A referida Administradora Executiva celebrou contrato de gestão, nos termos previstos nos artigos 18.º e 30.º do Estatuto do Gestor Público, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 71/2007, de 27 de março, na sua redação atual, o qual estabelece os termos e condições do exercício do mandato como gestora pública no Conselho de Administração da empresa, pelo período de dois anos.

Os membros do Conselho de Administração procederam ao depósito, junto da Procuradoria-Geral da República, da declaração de inexistência de incompatibilidades e/ou impedimentos, nos termos do disposto no n.º 8 do artigo 22.º do Decreto-Lei n.º 71/2007, de 27 de março, e no artigo 11.º da Lei n.º 64/93, de 26 de agosto.

Os administradores declararam ainda, junto dos órgãos sociais da empresa, a inexistência de participações sociais detidas na mesma, bem como a inexistência de relações com fornecedores, clientes, instituições financeiras ou quaisquer outros parceiros de negócio suscetíveis de gerar conflitos de interesse. Apresentaram igualmente, junto do Tribunal Constitucional, a declaração de rendimentos, património e cargos sociais, nos termos do Regime Jurídico de Controlo Público da Riqueza dos Titulares de Cargos Políticos.

FAZ CULTURA

Fiscal Único

A fiscalização da entidade compete a um fiscal único e um fiscal único suplente. Este órgão tem um mandato com duração de quatro anos, sendo este renovável por iguais períodos. É o órgão responsável pela revisão e auditorias das contas da Faz Cultura.

Membro fiscal Único:

Efetivo: G. Castro, R. Silva, A. Dias e F. Amorim, SROC, Lda – Representada pela revisora oficial de contas Fátima Amorim revisora oficial de contas inscrita na Ordem dos Revisores Oficiais de Contas sob o n.º 1279 e com registo na CMVM com o n.º 20160890

Suplente: Anabela Barbosa Dias, revisora oficial de contas inscrita na Ordem dos Revisores Oficiais de Contas sob o n.º 1278 e com registo na CMVM com o n.º 20160889

Os mandatos de ambos membros coincidem com o mandato e nomeação dos membros do Conselho de Administração, em Assembleia Geral. Os membros acima identificados, foram reconduzidos, em janeiro de 2026 para um novo mandato.

FAZ CULTURA

Em 2025 a empresa continuou a crescer, fruto do alargamento da sua atividade, e as equipas foram reforçadas face aos desafios crescentes da organização. Assim, no final de 2025 a empresa era constituída por **83 colaboradores**, mais 4 do que no ano anterior, com uma distribuição por género bastante paritária (43 Homens e 40 Mulheres). Importa, ainda, salientar que este número de colaboradores inclui 6 ausências prolongadas.

As exigências das diferentes áreas também se refletem nas habilitações académicas dos colaboradores e a **formação superior representa agora 65% do nível de escolaridade**. Os trabalhadores com formação básica têm um peso cada vez menor (10%) e centram-se sobretudo nas áreas operacionais e nas idades mais avançadas.

2.3. Missão e Objetivos

A Missão da Faz Cultura traduz-se “prestar um serviço público no domínio da promoção da cultura e apoio à criação artística no concelho de Braga, promovendo o acesso das populações que habitam, trabalham e visitam o território a uma proposta cultural de qualidade, diversa e inclusiva, através de uma gestão sustentável e transparente de espaços e projetos culturais.”

São objetivos estratégicos, para o presente ano, os seguintes:

- Assegurar a programação artística e a gestão geral dos espaços e projetos sob a sua tutela;
- Assegurar a implementação de atividades e eventos artísticos e culturais que se enquadrem na estratégia e política cultural do Município de Braga;
- Promover produções artísticas próprias e participar em coproduções e colaborações com entidades congéneres;
- Promover a dinamização do setor cultural, artístico e criativo do concelho de Braga;
- Contribuir para a formação de públicos nos domínios da participação, do fomento das práticas artísticas e do conhecimento das artes performativas, música e arte contemporânea;
- Fomentar o intercâmbio cultural e artístico a nível nacional e internacional.
- Otimização da estrutura e procedimentos internos da empresa, através da reestruturação dos processos de trabalho e dando continuidade à implementação de ferramentas de apoio à gestão, que permitam responder de forma integrada e célere ao significativo aumento da atividade da empresa, promovendo a partilha de informação, a racionalização dos recursos e o controlo interno;
- Implementação de um programa de investimentos que assegure a manutenção regular dos espaços geridos pela empresa, com particular ênfase em intervenções infraestruturais prementes, mas não descurando as necessidades permanentes de modernização dos equipamentos de luz e som, por forma a dar resposta à progressiva complexidade das propostas artísticas e, assim, acompanhando a natural evolução do setor;

FAZ CULTURA

- Gestão eficiente dos recursos, através da otimização possível dos gastos e do crescimento das receitas próprias, promovendo a diversificação das fontes de financiamento, que permitam apoiar a política de investimentos definida para este quadriénio e promover o equilíbrio financeiro da empresa, numa ótica de curto e longo prazo.

Para a prossecução destes objetivos, e no que concerne especificamente à sua programação própria, foi celebrado um contrato-programa com o Município e definidos indicadores de eficiência e eficácia para avaliar a sua execução, que importa agora analisar. Neste sentido, nos quadros seguinte apresentam-se as metas identificadas para 2025 e os valores alcançados neste contexto.

Dado que no contrato-programa foram apresentados quatro quadros independentes para os indicadores e metas relativos, primeiro ao Theatro Circo e o segundo ao gnration, o terceiro para Braga Media Arts e um quarto relativo a Braga 25. Também nesta análise apresentamos os mesmos quadros separados, para ser possível a comparação com então estabelecido. Assim, apresenta-se abaixo o cumprimento das metas definidas para o Theatro Circo.

FAZ CULTURA

Quadro nº 1 – Indicadores de Eficácia do Theatro Circo

| Objetivos estratégicos | Plano de ação | Indicadores do Contrato Programa | Meta 2025 | Resultado |
|---|---|---|-----------------|-----------|
| <i>Aposta numa programação contemporânea, de elevada qualidade, diversificada e inclusiva, de acordo com os princípios da estratégia Braga Cultura 2030</i> | Reforço e qualificação da programação própria regular do Theatro Circo | Nº de eventos apoiados (exceto visitas) | [170 -190] | 184 |
| | | Público nos eventos apoiados | [37 500-50 000] | 37 696 |
| <i>Apoio à comunidade e aos criadores locais, e fomento do intercâmbio artístico, nacional e internacional</i> | Aposta no intercâmbio internacional | Nº de artistas internacionais envolvidos na programação | [10-20] | 32 |
| | Aposta na produção artístico-cultural local e regional, em complementaridade com as restantes estruturas locais de programação | Nº de entidades e artistas locais/regionais envolvidos nos eventos apoiados | [7-12] | 9 |
| <i>Criação e fidelização de públicos e promoção de um acesso inclusivo e universal</i> | Reforço das ações de formação de públicos dos equipamentos e desenvolvimento de um programa específico de serviço educativo | Nº de ações de formação público totais | [20 - 37] | 55 |
| | | Nº total de participantes em ações de formação de públicos | [800-1200] | 1 539 |
| <i>Reforço da notoriedade e posicionamento do Theatro Circo</i> | Aposta num modelo de comunicação integrado e efetivo, mais direcionado, que intensifique e torne mais próxima a relação com os públicos | Nº de exemplares de agenda distribuídos | [20 000-30 000] | 18 000 |
| | | Crescimento dos seguidores nas redes sociais | [5%-10%] | 8,4% |

Os indicadores evidenciam um desempenho globalmente muito positivo, confirmando a consistência da estratégia e a capacidade de afirmação do Theatro Circo.

No domínio da programação, verifica-se o cumprimento das metas definidas ao nível do número de eventos, assegurando uma oferta regular, diversificada e de qualidade. A participação de públicos situa-se dentro dos parâmetros estabelecidos, refletindo a estabilidade da procura e a relevância da programação.

Ao nível do apoio à criação e ao intercâmbio, destaca-se a expressiva superação do número de artistas internacionais envolvidos, evidenciando o reforço da projeção externa e da integração em redes culturais. O envolvimento de agentes locais e regionais mantém-se alinhado com os objetivos, garantindo o compromisso com o tecido cultural do território.

Na área da formação de públicos, os resultados superaram de forma clara as metas estabelecidas, tanto no número de ações como no volume de participantes, demonstrando o impacto e a eficácia das iniciativas de mediação cultural.

Por fim, no eixo da notoriedade e comunicação, os resultados apresentam um desempenho globalmente positivo, com crescimento nas redes sociais dentro dos objetivos definidos, ainda que a distribuição de agendas se situe ligeiramente abaixo da meta, justificada pelo facto da distribuição da agenda passar ao quadrimestre ao invés dos trimestres o que resulta em menos uma distribuição por ano.

FAZ CULTURA

Em síntese, os resultados consolidam o posicionamento do Teatro Circo como uma referência cultural, evidenciando capacidade de execução, crescimento e proximidade aos públicos.

Quadro nº 2 – Indicadores de Eficácia do gnracion

| Objetivos estratégicos | Plano de ação | Indicadores do Contrato Programa | Meta 2025 | Resultado |
|---|---|---|-------------------|-----------|
| <i>Aposta numa programação contemporânea, de elevada qualidade, diversificada e inclusiva, de acordo com os princípios da estratégia Braga Cultura 2030</i> | Reforço e qualificação da programação própria regular do gnracion | Nº de eventos apoiados (exceto BMA) | [90 - 100] | 131 |
| | | Público nos eventos apoiados | [50 000-65 000] | 30 207 |
| <i>Apoio à comunidade e aos criadores locais, e fomento do intercâmbio artístico, nacional e internacional</i> | Aposta no intercâmbio internacional | Nº de artistas internacionais envolvidos na programação | [7-10] | 24 |
| | Aposta na produção artístico-cultural local e regional, em complementaridade com as restantes estruturas locais de programação | Nº de entidades e artistas locais/regionais envolvidos nos eventos apoiados | [10– 15] | 13 |
| <i>Criação e fidelização de públicos e promoção de um acesso inclusivo e universal</i> | Reforço das ações de formação de públicos dos equipamentos e desenvolvimento de um programa específico de serviço educativo | Nº de ações de formação público totais | [10 - 20] | 17 |
| | | Nº total de participantes em ações de formação de públicos | [200-500] | 3 000 |
| <i>Reforço da notoriedade e posicionamento do gnracion</i> | Aposta num modelo de comunicação integrado e efetivo, mais direcionado, que intensifique e torne mais próxima a relação com os públicos | Nº de exemplares de agenda distribuídos | [10 000 – 15 000] | 12 000 |
| | | Crescimento dos seguidores nas redes sociais | [5%-10%] | 11% |

Os indicadores evidenciam um desempenho globalmente positivo, com destaque para a forte dinâmica de programação e a capacidade de afirmação do gnracion.

No domínio da programação, regista-se uma superação muito significativa do número de eventos apoiados, refletindo uma oferta intensiva e diversificada. O nível de participação de públicos, embora abaixo da meta definida, não traduz uma diminuição efetiva da procura. Este resultado decorre diretamente do modelo de contabilização adotado no contexto de Braga Capital Portuguesa da Cultura 2025, no qual um conjunto relevante de exposições e atividades realizadas no gnracion foi integrado e reportado no âmbito do programa Braga 25, não estando, por isso, refletido nos presentes indicadores.

Ao nível do intercâmbio e apoio à criação, destaca-se a expressiva superação do número de artistas internacionais envolvidos, evidenciando a crescente projeção externa e integração em redes culturais globais. O envolvimento de agentes locais e regionais mantém-se em linha com os objetivos, assegurando o compromisso com o ecossistema cultural do território.

Na área da formação de públicos, os resultados são particularmente relevantes, com uma participação muito acima das metas estabelecidas, demonstrando o impacto e a capacidade mobilizadora das iniciativas desenvolvidas.

Por fim, no eixo da notoriedade e comunicação, verifica-se um desempenho globalmente positivo, com cumprimento das metas de distribuição e superação do crescimento em redes sociais, refletindo a

FAZ CULTURA

eficácia das estratégias adotadas.

Em síntese, os resultados consolidam o posicionamento do gnracion enquanto estrutura cultural de referência, evidenciando capacidade de crescimento, internacionalização e impacto junto dos públicos.

Quadro nº 3 – Indicadores de Eficácia Braga Media Arts

| Objetivos estratégicos | Plano de ação | Indicadores do Contrato Programa | Meta 2025 | Resultado |
|--|---|---|------------------|-----------|
| <i>Aposta numa programação contemporânea, de elevada qualidade, diversificada e inclusiva, de acordo com os princípios da estratégia Braga Cultura 2030</i> | Desenvolvimento de programação na área das Media Arts | Nº de eventos e ações desenvolvidos | [170 - 210] | 234 |
| | | Público nas ações e eventos apoiados | [5 000-6 000] | 7 531 |
| <i>Apoio à comunidade e aos criadores locais, e fomento do intercâmbio artístico, nacional e internacional</i> | Aposta na produção artístico-cultural local e regional, em complementaridade com as restantes estruturas locais de programação | Nº de entidades e artistas locais/regionais envolvidos nos eventos apoiados | [10 - 20] | 14 |
| | Aposta no intercâmbio internacional | N.º de entidades e artistas internacionais envolvidos | [5 - 15] | 9 |
| <i>Criação e fidelização de públicos</i> | Reforço das ações de formação de públicos e desenvolvimento de um programa específico de serviço educativo | Nº de ações de formação público | [140 - 170] | 206 |
| | | Nº total de participantes em ações | [1 500-2 000] | 4614 |
| <i>Reforço da notoriedade e posicionamento da BMA</i> | Aposta num modelo de comunicação integrado e efetivo, mais direcionado, que intensifique e torne mais próxima a relação com os públicos | Nº de exemplares de agenda distribuídos | [8 000 – 12 000] | 10 000 |
| | | Crescimento dos seguidores nas redes sociais | [5%-10%] | 12% |

Os indicadores evidenciam um desempenho muito positivo, com superação consistente das metas estabelecidas e reforço do posicionamento da BMA enquanto estrutura de referência na área das Media Arts.

No domínio da programação, destaca-se a superação das metas quer no número de eventos e ações desenvolvidos, quer na participação de públicos, refletindo uma oferta qualificada, diversificada e com elevada capacidade de atração.

Ao nível do apoio à criação e ao intercâmbio, os resultados situam-se dentro dos parâmetros definidos, assegurando o equilíbrio entre a valorização do tecido artístico local e a abertura ao contexto internacional.

Na área da formação de públicos, verifica-se uma superação muito expressiva das metas, tanto no número de ações como no volume de participantes, evidenciando o forte impacto e alcance das iniciativas de mediação e do serviço educativo.

Por fim, no eixo da notoriedade e comunicação, os indicadores demonstram um desempenho positivo, com cumprimento das metas de distribuição e superação do crescimento nas redes sociais, refletindo a eficácia das estratégias de comunicação implementadas.

FAZ CULTURA

Em síntese, os resultados alcançados confirmam a capacidade de execução, crescimento e afirmação da BMA, consolidando o seu papel no ecossistema cultural e criativo.

Quadro nº 4 – Indicadores de Eficácia Braga 25

| Objetivos estratégicos | Plano de ação | Indicadores do Contrato Programa | Meta 2025 | Resultado |
|--|---|---|-----------------|-----------|
| Implementação da programação de Braga 25 | Execução do programa de ação de Braga 25 | Nº de eventos apoiados | [280-340] | 691 |
| | | Público nos eventos apoiados | [95 000-14000] | 1 390 741 |
| Apoio ao sector cultural e criativo local, através da capacitação e promoção dos criadores locais e regionais | Aposta no intercâmbio internacional | Nº de artistas internacionais envolvidos na programação | [10-25] | 53 |
| | Desenvolvimento de ações de Capacitação do Sector Cultural e Criativo | N.º de ações desenvolvidas | [80 -90] | 203 |
| | | N.º de participantes | [1 650-1800] | 4 360 |
| | Aposta na produção artístico-cultural local e regional, em complementaridade com as restantes estruturas locais de programação | Nº de entidades e artistas locais/regionais envolvidos nos eventos apoiados | [25-35] | 26 |
| Criação e fidelização de públicos e promoção de um acesso inclusivo e universal | Desenvolvimento de um programa de mediação e de ações com comunidades locais | N.º de ações | [55-65] | 144 |
| | | Nº total de participantes | [1650-1800] | 4 278 |
| Reforço da notoriedade e posicionamento de Braga 25 | Aposta num modelo de comunicação integrado e efetivo, mais direcionado, que intensifique e torne mais próxima a relação com os públicos | Nº de materiais de comunicação distribuídos | [20 000-30 000] | 60 000 |
| | | Crescimento dos seguidores nas redes sociais | [5%-10%] | 37% |

Os indicadores evidenciam um desempenho excecional, com uma superação muito expressiva e transversal das metas estabelecidas, confirmando o impacto e a escala da implementação de Braga 25.

No domínio da programação, os resultados alcançados ultrapassam de forma significativa os objetivos definidos, tanto no número de eventos realizados como na participação de públicos, traduzindo uma forte capacidade de mobilização, captação de audiências e afirmação do projeto à escala nacional e internacional.

Ao nível do apoio ao setor cultural e criativo, destaca-se a superação consistente dos indicadores associados ao intercâmbio internacional e às ações de capacitação, quer em volume de iniciativas quer em número de participantes, evidenciando o investimento estruturado no desenvolvimento de competências e na valorização dos agentes culturais. O envolvimento de entidades e artistas locais encontra-se alinhado com os objetivos, garantindo a integração do tecido cultural do território.

Na área da mediação e desenvolvimento de públicos, os resultados demonstram igualmente uma execução muito acima das metas, refletindo um forte compromisso com a inclusão, a participação e o alargamento efetivo das bases de público.

Por fim, no eixo da notoriedade e comunicação, os indicadores confirmam um desempenho amplamente superador, tanto ao nível da disseminação de materiais como do crescimento nas redes sociais,

FAZ CULTURA

traduzindo uma estratégia altamente eficaz e com elevado alcance.

Em síntese, os resultados alcançados consolidam Braga 25 como um projeto de grande escala, com forte impacto cultural, social e territorial, evidenciando uma capacidade de execução e projeção muito acima do inicialmente previsto.

Quadro nº 4 – Indicadores de Eficiência

| Objetivos estratégicos | Plano de ação | Indicadores do Contrato-Programa | Meta 2025 | Resultado |
|---|--|----------------------------------|-----------|-----------|
| <i>Desenvolvimento de um modelo de gestão sustentável</i> | Rigorous controlo orçamental que garanta um resultado líquido positivo | Resultado líquido | > 0 | 845 819€ |
| | Pagamento atempado a fornecedores | Prazo médio de pagamento | < 30 dias | <30 dias |

Os indicadores evidenciam um desempenho sólido no domínio da gestão financeira, refletindo a adoção de um modelo de gestão sustentável e responsável.

O resultado líquido positivo, significativamente acima do limiar definido, confirma o rigor do controlo orçamental, eficiência nos gastos e a capacidade de assegurar o equilíbrio financeiro da atividade. Paralelamente, o cumprimento do prazo médio de pagamento a fornecedores dentro do limite estabelecido demonstra a solidez dos processos financeiros e o compromisso com uma gestão eficiente e credível nas relações com parceiros.

Em síntese, os resultados alcançados validam a estratégia de sustentabilidade financeira, assegurando condições de estabilidade e confiança para o desenvolvimento da atividade.

FAZ CULTURA

3. Transações com entidades relacionadas

A empresa não detém quaisquer participações noutras entidades públicas ou privadas.

A empresa não prestou qualquer tipo de garantia financeira, nem assumiu dívidas ou passivos de outras entidades integradas, ou não, no Município de Braga.

4. Gestão de Risco de Corrupção e Infrações Conexas

A FAZ CULTURA, está sujeita à aplicação das normas que regem as entidades públicas empresariais nomeadamente o regime jurídico da atividade empresarial local (lei n.º 50/2012 de 31 de agosto); o Estatuto de Gestor Público (DL n.º 71/2007, 27 de março, alterado pelo DL n.º 8/2012 de 18 de janeiro) e o Código dos Contratos Públicos (DL n.º 18/2008, de 29 de janeiro alterado pelo DL n.º 149/2012 de 12 julho).

O Decreto-Lei n.º 109-E/2021, de 9 de dezembro veio criar o regime geral da prevenção da corrupção entrou em vigor em 7 de junho de 2022, e determinar a implementação de planos de prevenção ou gestão de riscos, de códigos de ética e de conduta, programas de formação, canais de denúncia e a designação de um responsável pelo cumprimento normativo.

Na organização interna e no seu funcionamento, a FAZ CULTURA pauta-se por valores de compromisso, rigor, profissionalismo e lealdade no desempenho de todas as funções inerentes à entidade, contribuindo para o prestígio e o bom nome da instituição, mantendo-a como uma referência de boa gestão a nível nacional.

O Canal de Denúncias está ativo e de fácil acesso, disponível assim quer para trabalhadores quer para o público externo. Trata-se de espaço seguro, através do qual qualquer pessoa singular, poderá proceder à Denúncia de infrações enquadráveis no artigo 2.º da Lei n.º 93/2021, de 20 de dezembro.

A Faz Cultura, no âmbito do seu sistema de controlo interno, para além da digitalização dos processos de despesa e contratação em sistema de gestão documental, tem vindo a implementar medidas que concorrem para a prevenção e repressão do crime de corrupção e infrações conexas, as quais se refletem em diversos procedimentos e normas internas, sendo de destacar o Código de Conduta, a Plano de Prevenção da Corrupção e Infrações Conexas, Manual Prático do Gestor do Contrato, Manual de Procedimentos para a Gestão dos Ativos, Política de Proteção de Dados Pessoais e o Regulamento Interno.

5. Código de Ética e Conduta

Vigora o código de ética e conduta profissional da FAZ CULTURA, que compreende um conjunto de princípios de boa conduta que se pretendem ver aplicados nas relações dos colaboradores no desempenho das suas atividades e nas relações da empresa com o público e entidades externas. Visa pautar os valores e princípios éticos que devem ser refletidos nos comportamentos diários dos colaboradores no desempenho das diversas funções que cada um deve desenvolver para o bom funcionamento da organização.

FAZ CULTURA

No presente Código definem-se ainda princípios subjacentes a uma política ativa de prevenção e combate ao assédio no trabalho, uma vez que é preocupação e responsabilidade desta empresa proporcionar um ambiente de trabalho no qual todos os seus trabalhadores são tratados com respeito e dignidade.

6. Responsabilidade Social

A FAZ CULTURA, deu continuidade aos vários protocolos e acordos de parceria, mantendo-se como fator importante para o desenvolvimento da sua atividade e para a consolidação da sua ligação com os agentes e instituições locais e nacionais. Estes protocolos permitem formalizar e regular as bases de trabalho conjunto que possibilitam aos parceiros potenciar a atividade e missão de cada um e as sinergias entre ambos. Adicionalmente, estas parcerias permitem à FAZ CULTURA intensificar a divulgação da sua atividade, atrair novos públicos e prestar um serviço mais qualificado e completo aos seus espectadores e visitantes.

Em paralelo com os protocolos e parcerias definidos, deu-se continuidade a uma política de descontos, possibilitando aos diferentes públicos usufruírem de um preço mais vantajoso nos diversos eventos programados pelo Theatro Circo.

A definição de uma estratégia de acessibilidades, quer física quer programática, tem vindo a ser uma preocupação desta empresa, originando em anos transatos a criação de uma equipa multidisciplinar, com envolvimento de todas as áreas de atuação da empresa, Theatro Circo, gnration, BMA e Braga 25, nomeadamente equipas de produção, técnica e manutenção, comunicação, direções artísticas e bilheteira. O objetivo prende-se na identificação de necessidades e a construção de um plano de ação transversal à empresa.

No seguimento desta estratégia, desde 2023 que o Theatro Circo integra a Rede de Teatros com Programação Acessível, da Acesso Cultura. A presente rede pretende desenvolver uma oferta regular de espetáculos com audiodescrição e com interpretação em Língua Gestual Portuguesa. Esta adesão reflete um compromisso firme com a inclusão, promovendo recursos de acessibilidade em espetáculos da programação própria. Como resultado, ao longo do ano foram realizados seis espetáculos com recurso a audiodescrição e cinco com interpretação em Língua Gestual Portuguesa.

FAZ CULTURA

7. Política e Práticas de Gestão Recursos Humanos

Com a criação em 2021 de uma direção dedicada aos Recursos Humanos, agora designada Pessoas e Organização, autónoma da Gestão, a sua missão foi redefinida.

Mais focada nos aspetos não formais da gestão de pessoas e atenta aos desafios provocados pelo forte aumento da equipa nos últimos anos; pela dispersão dos colaboradores por dois edifícios distintos; e pelo impacto da crise pandémica nos modelos de organização do trabalho e na saúde mental dos colaboradores, esta direção identificou **quatro eixos de desenvolvimento** que permitiram criar o foco necessário para a realização de atividades de valor acrescentado, que extravasam a mera gestão de expediente.



a) Talento, Carreiras e Desempenho

Em 2025 algumas das novas admissões da empresa envolveram pessoas que já colaboravam de algum modo com a instituição, um estágio do IEFP convertido em contrato de trabalho, valorizando assim o potencial e competência demonstrada por estes profissionais. Contudo, grande parte das novas contratações dizem respeito a colaboradores que não tinham qualquer ligação à empresa. O departamento realizou com sucesso o acolhimento de todos os colaboradores admitidos e orientou todas as fases do recrutamento externo.

Durante todo o ano, o departamento trabalhou, ainda, de forma intensiva na avaliação de desempenho de 2024, que se realizou nos primeiros meses de 2025. Tratou-se de um ano de continuidade, em que foram avaliados objetivos funcionais e transversais previamente definidos em conjunto com as equipas. Neste processo, conduzido por este departamento, foram avaliados 59 colaboradores, num conjunto de igual número de entrevistas de avaliação, todas acompanhadas pelos RH. Neste segundo ano o intuito seria a progressão na carreira ser resultado da avaliação de desempenho, mas o modelo ainda não se encontra finalizado.

b) Aprendizagem

Em 2025 iniciámos o ano com a avaliação de impacto da formação realizada no ano anterior. Tendo em conta a média das avaliações e o retorno do investimento (ROI), a formação realizada em 2024 foi pontuada com 98,48% e classificada com o nível máximo de muito alto impacto.

O plano formativo de 2025 foi muito alargado, procurando abranger áreas de interesse de equipas com necessidades distintas. As maiores apostas foram formações específicas do setor cultural, de onde se destacam a Acessibilidade, Comunicação, Curadoria e Programação, Luz, Áudio e Prevenção de Riscos em Palco.

FAZ CULTURA

Foi dado também um especial relevo a formações mais técnicas, sobretudo da área administrativa e financeira, como Orçamento de Estado, Contratação Pública, Novas Regras de Faturação, Prevenção e Combate à Corrupção e Fiscalidade internacional. Finalmente a empresa manteve a aposta nas competências transversais, facultando formações nas áreas da Liderança, Psicologia Positiva, Gestão do Tempo e Inteligência Emocional.

c) Saúde, Equilíbrio e Bem Estar

Em 2025 a empresa cumpriu o seu plano de atividades obrigatório em matéria de higiene e saúde no trabalho.

Higiene, Saúde e Medicina no Trabalho

| | |
|--------------------------------|----|
| Nº consultas obrigatórias HST | 58 |
| Nº consultas medicina curativa | 0 |

d) Comunicação e envolvimento

O objetivo deste eixo é envolver os colaboradores com a organização, aumentar a sua participação, promover a qualidade da comunicação interna e fomentar a coesão das equipas.

Com esse propósito em vista, o departamento organizou em 2025 o evento corporativo anual, atividade que visa reunir todos os colaboradores da Empresa num momento de descontração e reforço do espírito de equipa, o jantar de Natal da Empresa e a avaliação de clima organizacional.

8. Prevenção de Conflitos de Interesse

Os membros do Conselho de Administração não intervêm nas decisões que envolvam os próprios interesses. Também não detêm qualquer participação patrimonial na FAZ CULTURA, nem possuem qualquer relação com fornecedores e outras entidades que possam gerar conflitos de interesse.

Existem medidas preventivas e mecanismos de controlo referenciados no Plano de Prevenção e Gestão de Risco de Corrupções e Infrações Conexas.

Ao abrigo do artigo 290.º-A do Código dos Contratos Públicos (CCP), foi adotado a figura do gestor do contrato, cabendo a este a responsabilidade de acompanhar permanentemente a execução dos contratos.

Na revisão do CCP, houve ainda novas obrigações para as entidades adjudicantes com o objetivo da prevenção de conflitos de interesse. Assim, para todos os processos aquisitivos, é necessário que os intervenientes no processo atestem, sob compromisso de honra, que não existe qualquer relação privilegiada com o operador económico. Para tal, os intervenientes no processo, técnicos do procedimento, gestor do contrato e júri, devem, por via de assinatura de uma declaração sob compromisso de honra assegurar a inexistência de conflito de interesses perante o operador económico em causa.

FAZ CULTURA

9. Divulgação da Informação

Todas as informações da disciplina prevista no Decreto-Lei nº 133/2013, de 3 de outubro, e da Lei nº 50/2012, de 31 de agosto, estão sujeitas a divulgação pública são divulgados no sítio <http://www.theatrocirco.com>, onde se pode consultar os seguintes documentos:

- ✓ Relatório e Contas
- ✓ Estatutos/Pacto Social
- ✓ Estrutura do Capital Social
- ✓ Nota Curricular dos Membros do Conselho de administração
- ✓ Informações sobre remunerações dos órgãos sociais
- ✓ Número de trabalhadores por modalidade de vinculação
- ✓ Instrumentos de Gestão Provisional, Orçamentos e Planos de Atividade
- ✓ Relatórios Trimestrais de Execução
- ✓ Relatórios/Pareceres do Fiscal Único

31 de março de 2025

O Conselho de Administração,