



# SDG NAVIGATOR

Empowering  
changemakers

towards  
sustainability

# PERCURSO FORMATIVO



Cofinanciado pela  
União Europeia



# O mundo precisa de *changemakers*!

Os efeitos das alterações climáticas, da poluição e do esgotamento dos recursos estão a tornar-se cada vez mais evidentes e é necessário tomar medidas urgentes para enfrentar estes desafios. É aqui que se torna um importante ator, enquanto **Navegador ODS**, uma pessoa empenhada em criar uma mudança positiva no mundo, promovendo práticas sustentáveis e desenvolvendo soluções inovadoras para os problemas ambientais. Está aqui porque acredita que pode ser uma força motriz da transição para um futuro sustentável.



# Tornar-se um *changemaker*

Está a embarcar num percurso de aprendizagem concebido para o conduzir ao processo de mudança sustentável, ao longo das sete fases das ações orientadas para a sustentabilidade.

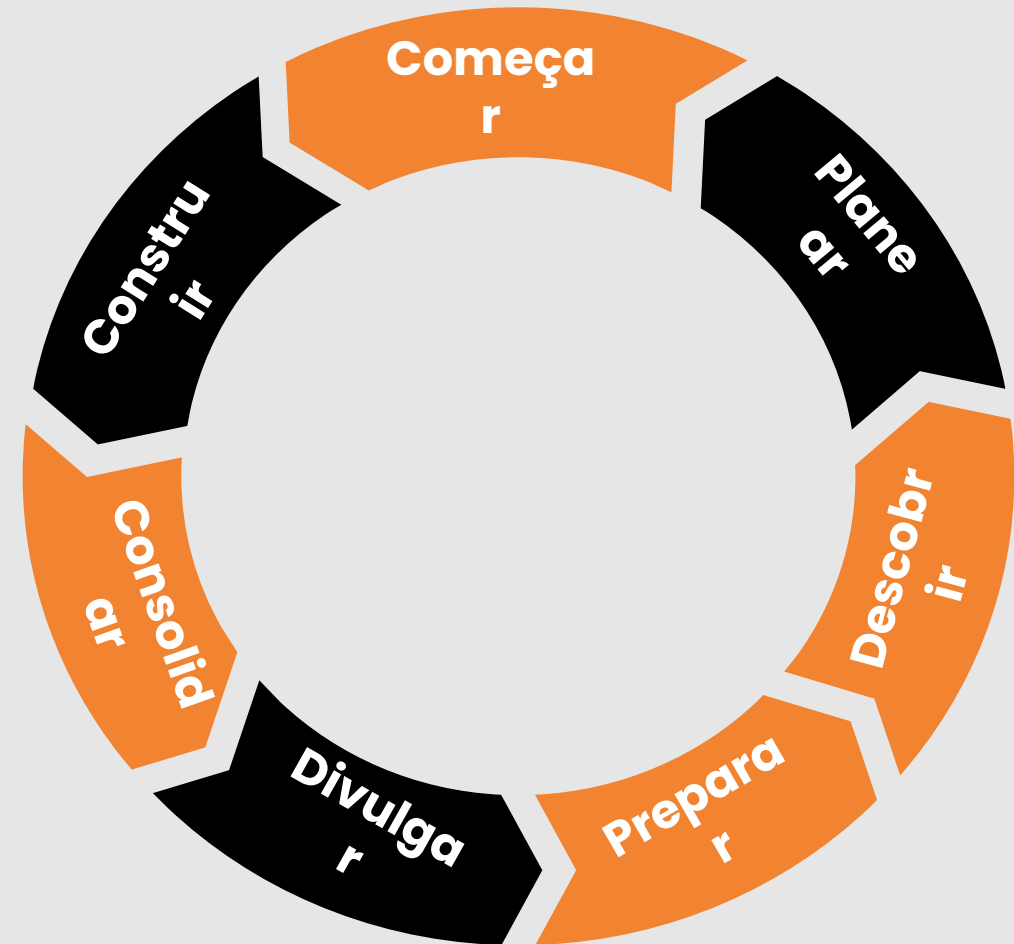
O objetivo é dotá-lo de conhecimentos, aptidões e atitudes para que possa fazer uma verdadeira diferença no mundo. Antes de iniciar o seu percurso de aprendizagem, deixe-nos explicar **como funciona este curso.**



# Como é que este curso funciona?

O SDG NAVIGATOR percursos formativos é composto por sete módulos de aprendizagem, que correspondem às diferentes fases das ações empreendedoras para a sustentabilidade, ou seja, as fases que os *changemakers* precisam de completar para criar e implementar práticas empresariais sustentáveis.

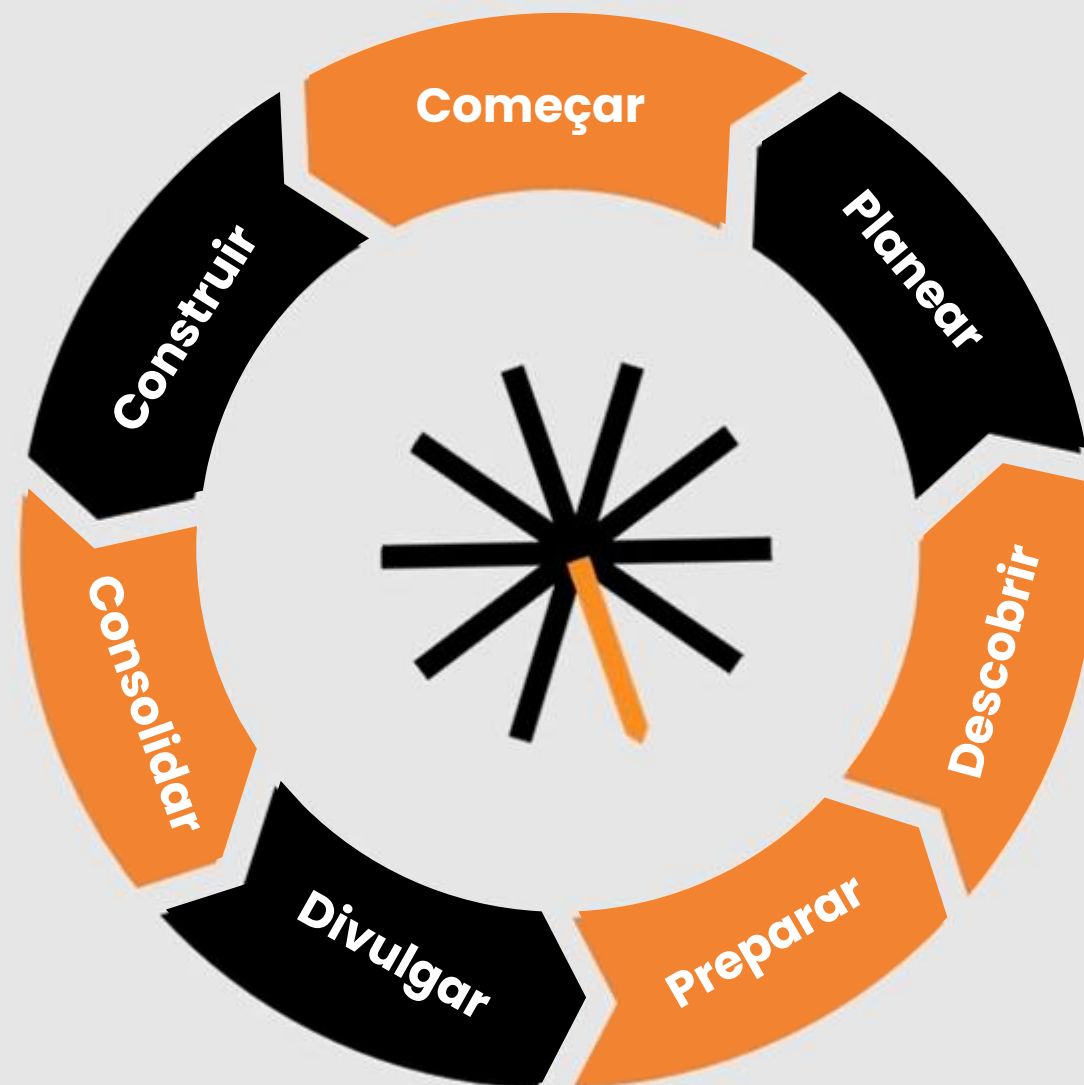
Estas fases não são estritamente lineares, e podem ser consultadas e revistas à medida que realiza a formação.



# Como é que este curso funciona?

Para navegar, é necessário ter uma orientação e, se olhar para o centro do esquema, que representa o seu processo de aprendizagem, encontrará a bússola que o guiará nesta viagem.

A seta laranja indica a fase em que se encontra. Este curso foi concebido em conexão com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) para o ajudar a visualizar o vasto leque de oportunidades e o impacte das suas ações.





**SDG  
NAVIGATOR**



# PLANEAR



Cofinanciado pela  
União Europeia



**SDG  
NAVIGATOR**



# **Tema e objetivos**

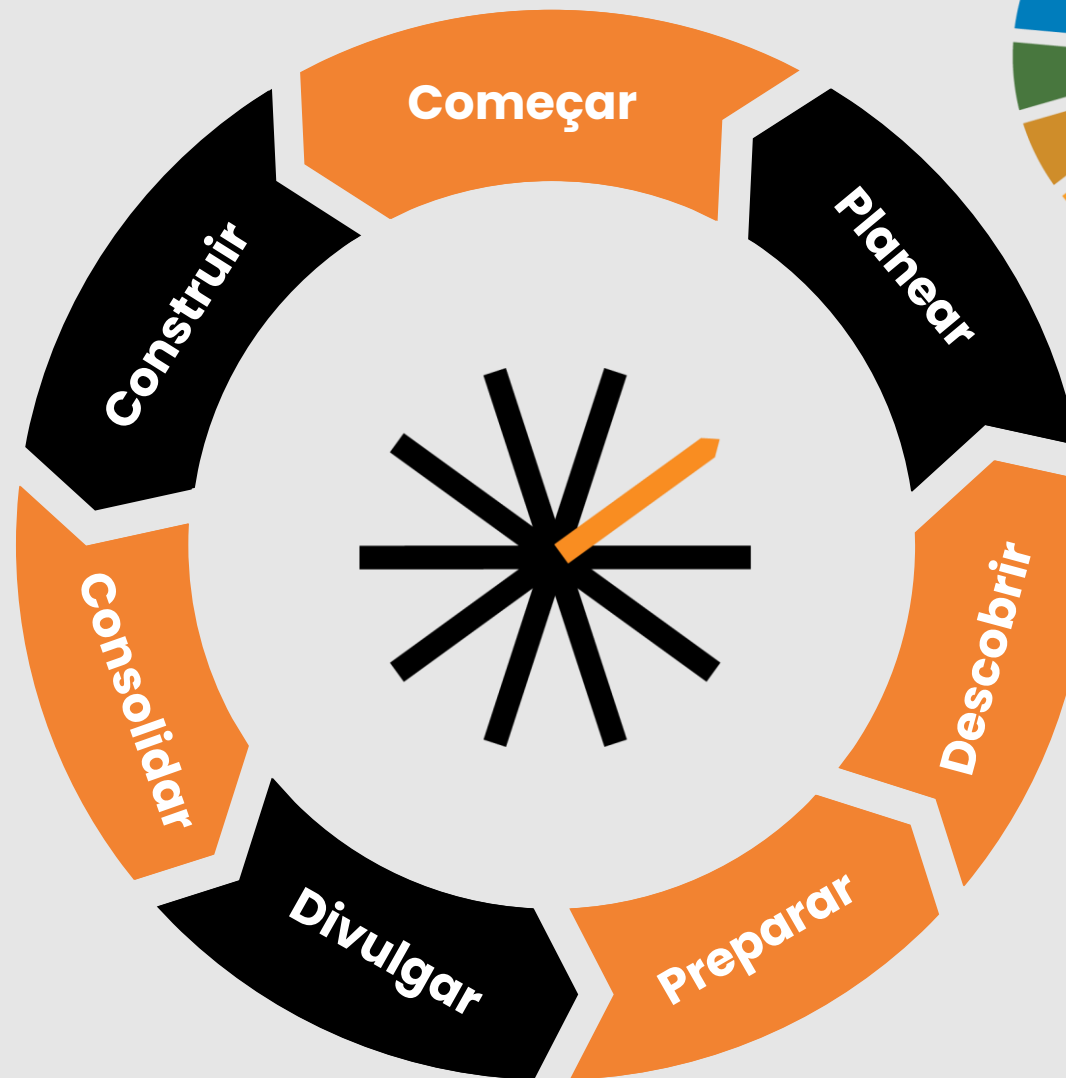


Cofinanciado pela  
União Europeia

# SDG NAVIGATOR

Empowering  
changemakers

towards  
sustainability



Cofinanciado pela  
União Europeia



# Competências

- pensamento sistémico;
- pensamento antecipatório;
- pensamento estratégico.

Nesta fase, o processo de aprendizagem visa cultivar o pensamento sistémico, o pensamento antecipatório e o pensamento estratégico no contexto do empreendedorismo social.

Através deste módulo, adquire competências para compreender as complexidades, prever opções sustentáveis e planear estrategicamente para ter impactes positivos. A mobilização destas competências implica o aperfeiçoamento de capacidades analíticas, prospetivas e criativas.

Experimentará a aplicação prática e ações de colaboração para integrar eficazmente estas competências no planeamento.





**SDG  
NAVIGATOR**



# **Conteúdos para preparar o futuro**



Cofinanciado pela  
União Europeia

# Compreender a importância do planeamento no empreendedorismo

## Desenvolver um plano de negócios

Integrar os princípios de sustentabilidade num plano de negócios abrangente, assegurando **considerações holísticas dos fatores ambientais, sociais e económicos.**

## Comunicar a proposta de valor

Comunicar os **benefícios ambientais e sociais** de forma eficaz no âmbito de uma proposta de valor convincente que se repercute nos consumidores conscientes e nos *stakeholders*.

## Obter financiamento sustentável para um futuro verde

Desenvolver um plano financeiro que **equilibre a rentabilidade com as métricas de impacto**, assegurando que os objetivos de sustentabilidade se alinham com princípios sólidos de gestão financeira.



# Desenvolver um plano de negócios

O desenvolvimento de um plano de negócios que integre os benefícios sociais e ambientais é fundamental para um *changemaker* da sustentabilidade, alinhando os valores com as ações.

Deve garantir o alinhamento estratégico, o envolvimento dos *stakeholders* e a sustentabilidade financeira, promovendo mudanças positivas impactantes, responsáveis e duradouras.



# Desenvolver um plano de negócios

Enquanto *changemaker* na área da sustentabilidade, o seu plano de negócios deve incluir uma visão clara, avaliações de impacto, práticas sustentáveis, objetivos mensuráveis, envolvimento dos *stakeholders* e estratégias financeiras equilibradas.

O desenvolvimento de um plano de negócios assegurará o alinhamento com os valores da sustentabilidade, promovendo uma mudança positiva duradoura.

## Plano de negócios de uma empresa social

Embora os planos de negócios das empresas sociais abordem todas as questões necessárias para qualquer empresa, as empresas sociais orientadas para a sustentabilidade precisam de considerar o alinhamento com a missão, o contexto e a estrutura organizacional e a avaliação do impacto financeiro e social.

Para além das considerações habituais sobre a procura, os custos e o volume de negócios, orientadas para o mercado, é também necessário abordar as interligações entre as dimensões social, económica e ambiental.



# Desenvolver um plano de negócios

O desenvolvimento de um plano de negócios envolve a compreensão das ligações sistémicas, a previsão de futuros desafios e oportunidades e a aplicação do pensamento estratégico, através de atividades como a análise dos *stakeholders* e o planeamento de cenários. Nestes termos, assegura uma estratégia abrangente, alinhada com os ODS para uma efetiva mudança.

## Plano de negócios para empresas sociais

Uma empresa social é uma empresa que visa cumprir uma determinada missão pública ou comunitária no que diz respeito a questões sociais, ambientais, culturais ou económicas, e reinveste a maior parte dos seus lucros na realização dessa missão. O seguinte modelo pode ser utilizado para redigir um plano de negócios para uma empresa social: [tools4dev.org/resources/social-enterprise-business-plan-template/](https://tools4dev.org/resources/social-enterprise-business-plan-template/)



# Comunicar a proposta de valor

Para comunicar eficazmente uma proposta de valor, é preciso aprender a articular os diferentes benefícios sociais e ambientais com clareza, de modo a que as suas comunicações tenham um impacte significativo nos *stakeholders*.

Uma empresa social orientada para a sustentabilidade deve adaptar as suas mensagens para alcançar consumidores conscientes da importância da sustentabilidade, realçando o impacte positivo e promovendo o envolvimento para uma mudança duradoura.



# Comunicar a proposta de valor

Um *changemaker* no domínio da sustentabilidade tem de aprender a articular eficazmente a proposta de valor social e ambiental.

Implica ter uma mensagem clara, alinhada com o público-alvo e um posicionamento estratégico dos benefícios, de modo a que estes ressoem junto de diversos *stakeholders*, promovendo o seu envolvimento.

## Comunicar as suas práticas ambientais, sociais e de gestão (ESG)

Deve ter em conta os seguintes princípios para desenvolver uma abordagem de comunicação contínua e diversificada: dar prioridade à transparência para obter confiança, colaborar com os investidores em matéria de ESG, participar em eventos do setor e aproveitar os prémios para obter validação externa e motivação interna.

[www.sustainalytics.com/esg-research/resource/corporate-esg-blog/communicating-your-esg-story-5-key-lessons-from-top-performing-companies](http://www.sustainalytics.com/esg-research/resource/corporate-esg-blog/communicating-your-esg-story-5-key-lessons-from-top-performing-companies)





# Comunicar a proposta de valor

A comunicação de uma proposta de valor envolve a compreensão dos impactos sistêmicos, a integração das perspectivas dos *stakeholders* e a antecipação de tendências futuras.

Deve desenvolver a capacidade de posicionar estrategicamente os benefícios sociais e ambientais, alinhando a proposta de valor com a evolução dos cenários de sustentabilidade para um impacto efetivo e duradouro.

## Comunicar sobre as alterações climáticas

A comunicação sobre as alterações climáticas consiste em educar e mobilizar as audiências para que tomem medidas para enfrentar a crise climática.

Através da partilha de possíveis soluções e da defesa da aplicação de medidas para combater as alterações climáticas, todos podem participar com as suas diferentes experiências, contextos culturais e valores. Se está a criar um produto de comunicação – como um vídeo, um *podcast*, um artigo online ou um gráfico sobre as alterações climáticas – consulte o seguinte *link*:

[www.un.org/en/climatechange/communicating-climate-change](http://www.un.org/en/climatechange/communicating-climate-change)



# Financiamento sustentável para um futuro verde

A realização de um plano de financiamento para a sustentabilidade pressupõem a compreensão da importância de incorporar os benefícios sociais e ambientais no planeamento financeiro e nas métricas de impacto, promovendo o alinhamento entre o sucesso económico e os impactos sociais e ambientais positivos.



# Financiamento sustentável para um futuro verde

Para conseguir a integração dos benefícios sociais e ambientais no plano financeiro, deve compreender os princípios das finanças sustentáveis, entender as metodologias de avaliação do impacto e desenvolver competências para alinhar os objetivos financeiros com os objetivos sociais e ambientais. Conseguirá assim uma afetação de recursos eficaz e ética na mudança para a sustentabilidade.

## Boas práticas para a descarbonização

A iniciativa “Net Zero Carbon Events” publicou o artigo “Best Practices for Decarbonisation Pathways”, com o objetivo de fornecer ideias e estratégias que possam ser implementadas de forma imediata: [www.netzerocarbonevents.org/wp-content/uploads/20230726\\_Best-Practices.pdf](http://www.netzerocarbonevents.org/wp-content/uploads/20230726_Best-Practices.pdf)

Este documento contém conselhos dos seus cinco grupos de trabalho dedicados às seguintes áreas de ação prioritárias:

- utilização da energia;
- produção inteligente e gestão de resíduos;
- gestão dos alimentos e dos resíduos alimentares;
- logística;
- viagens e alojamento.



# Financiamento sustentável para um futuro verde

Os *changemakers* no domínio da sustentabilidade devem compreender as interligações entre as decisões financeiras e os impactes ambientais. As competências de pensamento antecipatório e estratégico podem ser desenvolvidas pela análise de tendências futuras, da previsão de potenciais desafios e da elaboração de estratégias financeiras para iniciativas sustentáveis e ecológicas.

## Chegar à *Net Zero*

“Get to Net Zero” é uma ferramenta online que permite que as pequenas e médias empresas tomem medidas de proteção ambiental. Esta ferramenta gratuita ajuda a gerar um plano financeiro para chegar ao *net zero*, estado em que as emissões de gases de efeito estufa (GEE) causadas pela atividade de uma empresa são equilibradas pela remoção desses gases da atmosfera. Escolha o seu setor e localização para obter um plano *net zero* adaptado à sua PME.



[businessclimatehub.uk/become-a-net-zero-business/](https://businessclimatehub.uk/become-a-net-zero-business/)



Cofinanciado pela  
União Europeia



**SDG  
NAVIGATOR**



# **Recursos de aprendizagem**

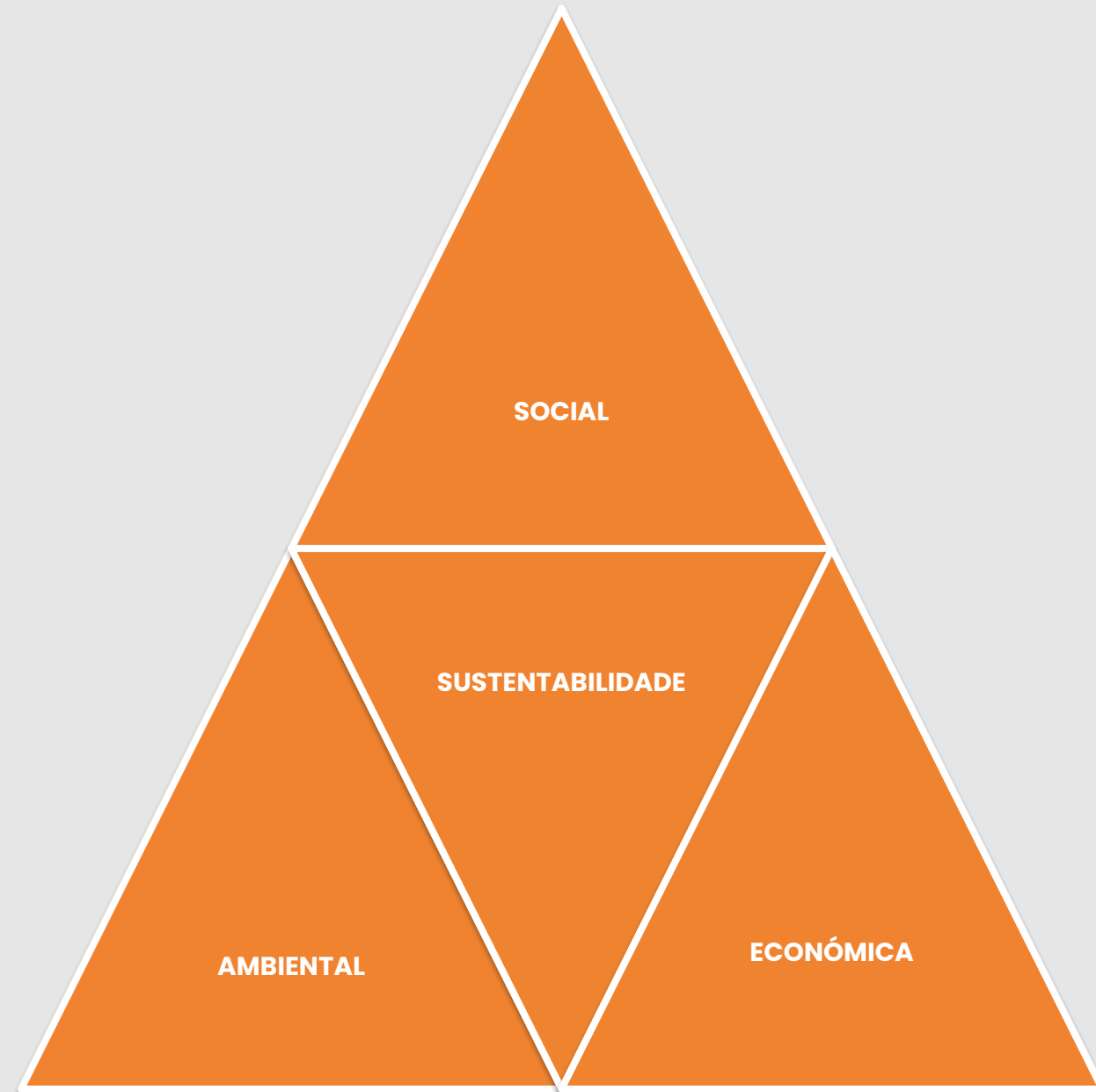


Cofinanciado pela  
União Europeia

# Planear

Neste momento tem toda a informação necessária para definir a proposta de valor do seu empreendimento sustentável, o que se tornará numa base sólida para o que está a construir.

Lembre-se de as fases do empreendedorismo orientado para a sustentabilidade não são lineares e, posteriormente, poderá ter de regressar a esta fase.



Fonte: Conceção própria



Cofinanciado pela  
União Europeia

# Planear

Nesta fase, criará um plano de negócios abrangente e demonstrativo dos objetivos de sustentabilidade do seu negócio, no qual incluirá as estratégias a utilizar, identificará o público-alvo e incluirá a análise da concorrência e as projeções financeiras.

Agora, ser-lhe-á pedido que aplique as suas competências orientadas para a sustentabilidade para resolver um problema!



Fonte: : [unsplash.com/photos/zEqUMIMxMI](https://unsplash.com/photos/zEqUMIMxMI)



Cofinanciado pela  
União Europeia



# Problema



Cofinanciado pela  
União Europeia





Fonte: [unsplash.com/photos/a-landscape-with-clouds-and-trees-qxVs-7mJDYY](https://unsplash.com/photos/a-landscape-with-clouds-and-trees-qxVs-7mJDYY)

# Champô sustentável

Na região montanhosa de Himlan, uma cooperativa de economia social dedica-se a embalar extratos de amla (também conhecida como groselha indiana) para ser utilizada como champô orgânico nos hotéis da região.

Os agricultores que cultivam a amla enfrentam desafios para obter financiamento e para assegurar um fornecimento sustentável de materiais de embalagem, o que lhes causa dificuldades financeiras.



Cofinanciado pela  
União Europeia



É um consultor de práticas ambientais, sociais e de gestão (ESG) e procura financiamentos para apoiar empreendimentos sociais que se alinham com os valores da sustentabilidade ambiental, social e de gestão.



Depois de analisar os desafios enfrentados pelos agricultores da região montanhosa de Himlan, vê o potencial comercial do seu produto no setor do cosmética.



Como consultor em ESG, tem de desenvolver um plano de negócios que aborde considerações ambientais e sociais que permitam às famílias dos agricultores de Himlan prosperar economicamente, preservando simultaneamente os seus recursos naturais.





# Empatizar



Cofinanciado pela  
União Europeia

# Aprender sobre o Himlan

**Passo 1:** inicie contactos individuais com os agricultores de Himlan para compreender de forma abrangente a sua vida quotidiana, os seus obstáculos financeiros e as suas aspirações.

**Passo 2:** envolva-se ativamente com os agricultores, utilizando perguntas abertas para compreender profundamente as suas experiências, as perspetivas e os desafios ambientais que enfrentam.

**Passo 3:** desenvolva um plano de negócios orientado pela empatia, criando um diário que capte e analise visualmente as informações recolhidas.

## Escuta ativa

Utilize perguntas abertas para conhecer as histórias, experiências e perspetivas dos agricultores.

## Recolha de informações

Reúna informações para um planeamento empresarial ambiental e socialmente responsável.

## Análise dos desafios

Avalie os obstáculos financeiros e os desafios ambientais enfrentados pelos agricultores.

## Síntese das conclusões

Integre os conhecimentos num plano de negócios que esteja em conformidade com os princípios ESG.



# Definir



Cofinanciado pela  
União Europeia



# Definir prioridades

**Passo 1:** identifique os principais desafios enfrentados pelos agricultores de Himlan, concentrando-se no acesso ao mercado e nos meios de subsistência sustentáveis a partir das conclusões do exercício anterior.

**Passo 2:** dê prioridade aos desafios com base no impacto e na relevância para o bem-estar financeiro e para a preservação do ambiente.

**Passo 3:** elabore uma declaração concisa do problema: “criar uma cooperativa sustentável para os agricultores de Himlan, garantindo a prosperidade económica e preservando os recursos ambientais, através da entrada no mercado de produtos de lavagem de cabelo à base de produtos autóctones.”



Fonte: [unsplash.com/photos/man-riding-farm-equipment-during-daytime-HOOKgN\\_zIY8](https://unsplash.com/photos/man-riding-farm-equipment-during-daytime-HOOKgN_zIY8)



Cofinanciado pela  
União Europeia

# Criar



Cofinanciado pela  
União Europeia



# Criar soluções

**Passo 1:** facilite uma sessão *brainstorming* com os agricultores de Himlan, com peritos locais e com *stakeholders* para obter soluções sustentáveis para o champô de extratos de amla.

**Passo 2:** cultive a inclusão, promovendo um diálogo aberto em que todas as vozes, especialmente as dos agricultores e dos peritos locais, sejam reconhecidas.

**Passo 3:** aplique técnicas de *brainstorming* para gerar soluções inovadoras alinhadas com os recursos ambientais e para satisfazer a procura do mercado de cosméticos ecológicos.



Fonte: [www.youtube.com/watch?v=yAidvTKX6xM](https://www.youtube.com/watch?v=yAidvTKX6xM)



Cofinanciado pela  
União Europeia





# Prototipar



Cofinanciado pela  
União Europeia

# Planear para o mercado

**Passo 1:** colabore com os agricultores de Himlan para conceber e criar um protótipo de plano de negócios baseado nos princípios ESG.

**Passo 2:** inclua o fornecimento de materiais acessíveis e ecológicos no desenvolvimento do plano de negócios, permitindo iterações rápidas e económicas alinhadas com os objetivos ESG.

**Passo 3:** partilhe o protótipo do plano de negócios com potenciais clientes e parceiros, recolhendo *feedback* e ideias para um maior aperfeiçoamento, garantindo a prosperidade económica dos agricultores de Himlan e preservando simultaneamente os recursos naturais.



Fonte: [www.freepik.com/free-photo/close-up-environment-sign-collection\\_12976401.htm](http://www.freepik.com/free-photo/close-up-environment-sign-collection_12976401.htm)



Cofinanciado pela  
União Europeia

# Testar



Cofinanciado pela  
União Europeia



# Realizar sessões de *feedback*

**Passo 1:** realize sessões de *feedback* com os agricultores Himlan para avaliar a funcionalidade e o significado financeiro do protótipo do plano de negócios.

**Passo 2:** observe as interações e reações durante as sessões e anotar todas as sugestões ou preocupações dos agricultores de Himlan.

**Passo 3:** aperfeiçoe iterativamente o protótipo do plano de negócios com base no *feedback*, garantindo o acordo dos agricultores de Himlan e o alinhamento com práticas sustentáveis para a prosperidade económica e a preservação ambiental em Himlan.

## Formulário de *feedback* HIMLAN

---

**ALINHAMENTO COM OS PRINCÍPIOS ESG:** em que medida é que o plano de negócios está efetivamente alinhado com os princípios ambientais, sociais e de gestão (ESG)?

---

**VIABILIDADE ECONÓMICA:** o plano delineia um modelo financeiramente viável que apoia a prosperidade económica dos agricultores de Himlan?

---

**PRESERVAÇÃO AMBIENTAL:** em que medida é que o plano aborda a preservação ambiental dos recursos naturais da comunidade de Himlan?

---

**APELO DO MERCADO:** que indicadores sugerem que plano de negócios é apelativo ao mercado-alvo e aos potenciais clientes?

---

**PRÁTICAS DE SUSTENTABILIDADE:** em que medida é que o plano incorpora práticas sustentáveis na produção, embalagem e distribuição?

---

**FEEDBACK ADICIONAL:** qualquer preocupação ou elogio adicional que gostaria de partilhar relativamente ao plano de Himlan.

Fonte: *conceção própria*.



Cofinanciado pela  
União Europeia



**SDG  
NAVIGATOR**

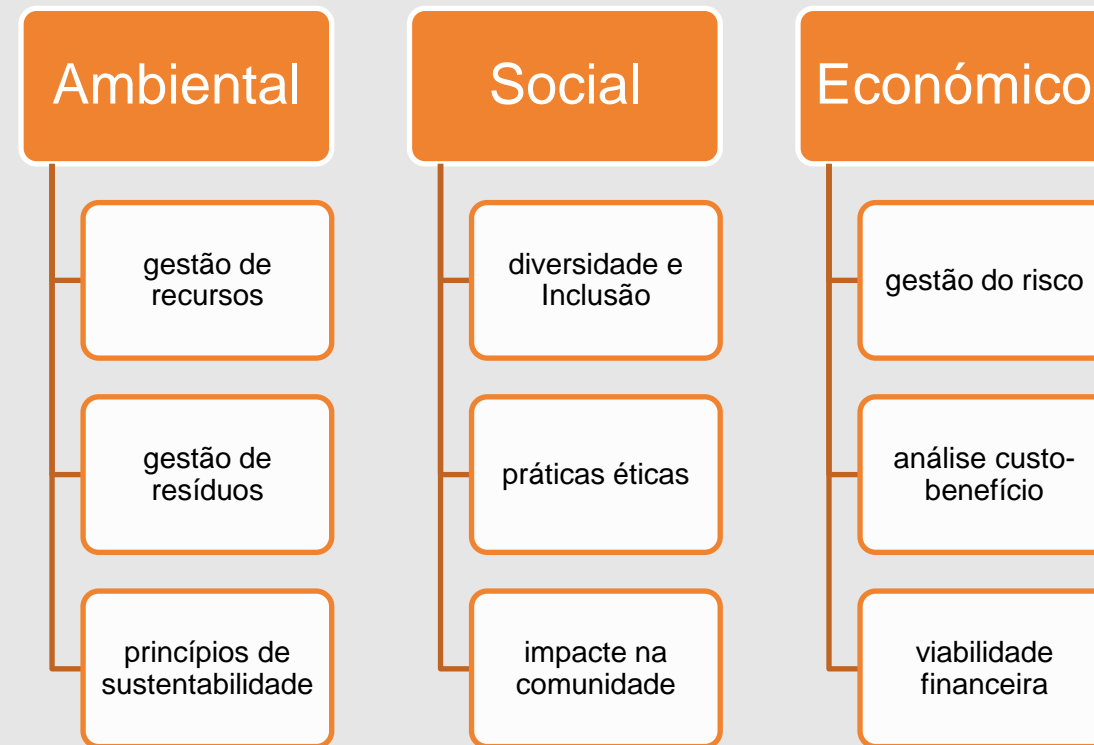


# **Gatilhos para a ação**



Cofinanciado pela  
União Europeia

**Que fatores ambientais, sociais e económicos devem ser considerados na elaboração de um plano de negócios abrangente?**



Fonte: conceção própria.



**Como posso comunicar eficazmente os benefícios ambientais e sociais no âmbito de uma proposta de valor convincente para consumidores conscientes e stakeholders?**



Fonte: [unsplash.com/photos/0NJ9urGXrlg](https://unsplash.com/photos/0NJ9urGXrlg)



Cofinanciado pela  
União Europeia

***Como posso criar um plano financeiro que equilibre a rentabilidade com os indicadores de impacto?***



Fonte: [unsplash.com/photos/green-plant-in-clear-glass-cup-SoT4-mZhyhE](https://unsplash.com/photos/green-plant-in-clear-glass-cup-SoT4-mZhyhE)



Cofinanciado pela  
União Europeia





**SDG  
NAVIGATOR**



# Questionário



Cofinanciado pela  
União Europeia

# Questão 1.

Como é que um plano de negócios se alinha com os princípios de sustentabilidade?

- a) ao dar prioridade aos lucros em detrimento de considerações sociais e ambientais;
- b) assegurando a viabilidade económica e preservando simultaneamente o património cultural e os recursos ambientais;
- c) ao concentrar-se exclusivamente nos ganhos financeiros a curto prazo.



## Questão 2.

Qual é o aspeto fundamental para a prosperidade económica num plano de negócios sustentável para os agricultores Himlan?

- a) ignorar a preservação cultural para maximizar os lucros;
- b) obter a viabilidade financeira sem ter em conta o impacto ambiental;
- c) criar um modelo financeiramente viável que apoie a prosperidade económica, preservando simultaneamente os recursos naturais.



## Questão 3.

Qual é o fator essencial para desenvolver uma proposta de valor que se alinhe com os consumidores conscientes?

- a) desvalorizar os benefícios ambientais e sociais para se concentrar no produto;
- b) ignorar a necessidade de envolvimento dos *stakeholders*;
- c) articular o impacto positivo no ambiente e na sociedade.



## Questão 4.

Por que razão é crucial que uma proposta de valor se identifique com os consumidores conscientes?

- a) para ignorar considerações ambientais e sociais para obter ganhos imediatos;
- b) para estabelecer uma ligação com aqueles que dão prioridade a escolhas sustentáveis e éticas;
- c) para dar prioridade aos objetivos financeiros em detrimento da responsabilidade ambiental e social.



## Questão 5.

Qual é a principal consideração a ter em conta no desenvolvimento de um plano financeiro para um sucesso empresarial sustentável?

- a) ignorar os ODS para maximizar os lucros;
- b) desconsiderar os princípios de gestão financeira em função do impacto ambiental;
- c) garantir um equilíbrio entre os objetivos de rentabilidade e de sustentabilidade.



## Questão 6.

Por que razão é importante alinhar os ODS com princípios de gestão financeira?

- a) para não considerar a viabilidade financeira da empresa;
- b) para assegurar um sucesso duradouro, equilibrando a rentabilidade com um impacto social e ambiental positivo;
- c) para dar prioridade aos indicadores de impacto em detrimento de práticas de gestão financeira.





**SDG  
NAVIGATOR**



# **Créditos e solução do questionário**



Cofinanciado pela  
União Europeia



**Desenvolvido  
por:**

**META** 

**Soluções para o questionário:**

1 – B

2 – C

3 – C

4 – B

5 – C

6 – B



Cofinanciado pela  
União Europeia

# SDG NAVIGATOR

Empowering  
changemakers

towards  
sustainability



Cofinanciado pela  
União Europeia

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the National Agency and Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. Project No. 2022-1-LT01-KA220-VET-000087491