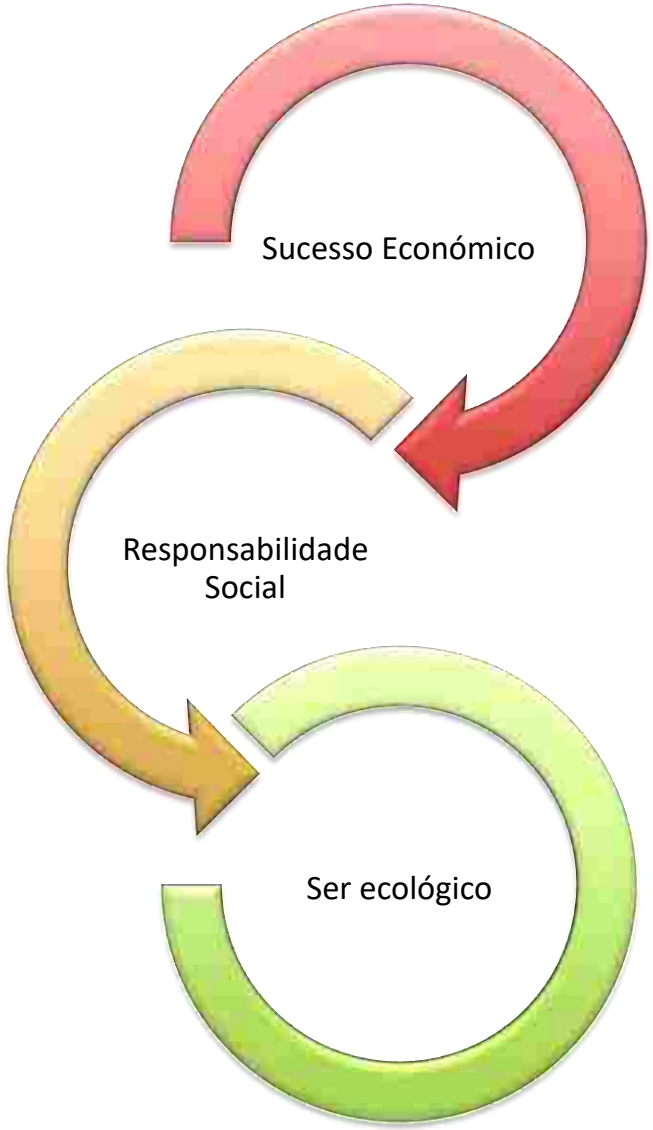
MENTALIDADE ORIENTADA PARA A SUSTENTABILIDADE





“A sustentabilidade é tudo sobre criar VALOR tanto para o seu negócio como para a sociedade.” S. Ashkin

Os princípios de um ambiente sustentável de microempresas



PRINCIPAIS OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM



Compreender os princípios de um ambiente sustentável de microempresas: sucesso económico, responsabilidade social, tornar-se ecológico

Identificação de fatores para o sucesso económico na própria empresa

- compreender a utilidade e o significado do **ponto de equilíbrio**
- compreender os componentes que influenciam a liquidez empresarial e as principais formas de garantir e monitorizar a liquidez
- consciência do papel das reservas para o desenvolvimento futuro e das principais ações para a construção das reservas
- consciência dos métodos/decisões para garantir a saúde financeira a longo prazo da microempresa

PRINCIPAIS OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM



Integração da responsabilidade social na estratégia de microempresas

- Compreender o conceito de **responsabilidade social e a ligação entre as empresas e a comunidade local**

- Consciência do impacto do seu próprio negócio na comunidade e desenvolvimento da capacidade dos empreendedores para desenvolver ações concretas que aumentem a responsabilidade social na comunidade onde atuam

- criar um **ambiente de trabalho inclusivo**, adaptado às diferentes necessidades dos colaboradores

PRINCIPAIS OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM



Sensibilização para formas de transição para uma economia verde

- compreender a transição para uma economia verde e o seu impacto nas microempresas criativas;
- compreender o conceito de empregos verdes no setor criativo;
- integrar os princípios da economia verde no processo criativo, identificar formas de reduzir o desperdício e utilizar os recursos de forma eficiente em microempresas criativas

ATIVIDADES



EXERCÍCIO DE AQUECIMENTO

Instruções para os formadores:

- *Introduza o exercício (5 min.) explicando a importância de uma mentalidade orientada para a sustentabilidade, que é uma necessidade estratégica para a resiliência e sucesso a longo prazo de uma empresa, servindo como catalisador para a inovação e vantagem competitiva*.
- *Introduza a questão: Peça aos participantes que definam numa frase ou imaginem o sucesso económico da microempresa*
- *Perguntas de reflexão*

- O que significa para si ter um negócio bem-sucedido do ponto de vista económico?

- Como pode ser garantido o sucesso financeiro a longo prazo do negócio?

Diagnóstico financeiro



Rentabilidade/ Liquidez	+	-
+	Saúde	Doença Crónica
-	Temporariamente Doente	…

Sucesso económico



- Ultrapassar o ponto de equilíbrio
- Garantia da liquidez
- Construir reservas para desenvolvimento futuro

ATIVIDADES



q = FC/(p – VC/unid)

ESTIMATIVA DO PONTO DE EQUILÍBRIO

Peça aos participantes que analisem a oportunidade de estender a sua oferta com um novo produto, caso saibam:

- ✓ Preço de venda (p) = 30 EUR/unid
- ✓ Custos variáveis (VC/unid) = 16 EUR/unid
- ✓ Custos fixos (FC) = 5.000 EUR/ano

Garantir a liquidez



- Fluxo de caixa líquido positivo

  (receitas excedem pagamentos)

- Negociar prazos de pagamento que excedam os prazos de cobrança

- Análise da oportunidade das fontes de financiamento atraídas

ATIVIDADES

EUR

Nr. crt.	Explicação/ Dia do mês	1	... 7	...15	...	22...	25 ...	30
1	Receitas recolhidas do cliente 1		750	750		750		750
2	...							
3	Receitas recolhidas do cliente n							
4	Loans							
5	I. Entradas totais de caixa (1+2+3+4+5)		750	750		750		750
6	Custos dos materiais			300		300		300
7	Salários							1000
8	Renda							
9	Serviços públicos			150				
10	Taxas de juro							
11	Outros pagamentos						500	
11	II. Saídas totais de caixa(6+7+8+9+10)			450		300	500	1300
12	III. FLUXO DE CAIXA LÍQUIDO(I-II)		750	250	-	450	-500	-550
13	IV. FLUXO DE CAIXA LÍQUIDO ACUMULADO		750	1050	1050	1500	1000	450

Peça aos participantes que prevejam o fluxo de caixa mensal tendo em conta os seguintes dados:

- vendas médias semanais = 750 EUR, recolhidas no final da semana
- custos médios semanais de materiais = 300 EUR, pagamento devido em 10 dias
- salários mensais = 1000 EUR, data de vencimento no final do mês
- despesas mensais de utilidades = 150 EUR, pagamento a pagar até 15 de cada mês
- outros pagamentos mensais (impostos, etc.) = 500 EUR, com vencimento no dia 25 do mês

Construir reservas para desenvolvimento futuro



ATIVIDADES



TELA DO MODELO DE NEGÓCIO SUSTENTÁVEL

Peça aos participantes que definam o VALOR que a sua microempresa criativa oferece aos clientes, considerando também a responsabilidade social e a transição para a economia verde

<table>
<tr><td rowspan="2">KEY PARTNERSHIPS (8)</td><td>KEY ACTIVITIES (7)</td><td rowspan="2">VALUE PROPOSITION (2)</td><td>CUSTOMER RELATIONSHIPS (4)</td><td rowspan="2">CUSTOMER SEGMENTS (1)</td></tr>
<tr><td>KEY RESOURCES (6)</td><td>CHANNELS (3)</td></tr>
<tr><td colspan="2">COST STRUCTURE (9)</td><td colspan="3">REVENUE STREAMS (5)</td></tr>
</table>

KEY PARTNERSHIPS (8)

- Who are our key partners?
- Which key resources are we requiring from them?
- Which key activities do they perform?

KEY ACTIVITIES (7)

- Which key activities do we have to do in order to deliver the value proposed?

KEY RESOURCES (6)

- What key resources do we have?
- What key resources do we need to fulfil the value proposition?

VALUE PROPOSITION (2)

- What value do we deliver to customers? What benefit do our customers have from buying our products/ services?
- Which customer needs are we satisfying?
- Which problems do we solve for customers and how do we do it?
- Do we have a value proposition that differentiates us from the competition?

CUSTOMER RELATIONSHIPS (4)

- What type of relationship do we have with our customers?
- How do we get, keep and grow our customer base (ex. personal service etc.)?

CHANNELS (3)

- Through which channels do we reach our customers?
- How do we raise awareness for our products/ services?
- How we are delivering /communicating value to customer segments?

CUSTOMER SEGMENTS (1)

- For whom we are creating VALUE?
- Who are the most important/largest revenue generating customers? Does the 80/20 rule apply?
- Do we know what customers want and what they are willing to pay for?

COST STRUCTURE (9)

- What are the most important costs in our business model?
- Have we calculate the break-even point for our products/services?
- Which key resources/activities are most expensive?

REVENUE STREAMS (5)

- For what value are our customers really willing to pay?
- How do our customers prefer to pay?

INICIATIVAS QUE PROMOVEM O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

PUR.CLOTING (https://www.instagram.com/pur.clothing/) é uma empresa de vestuário que utiliza tecidos de fibras naturais produzidos localmente. Também procura sensibilizar para a importância de reduzir o desperdício através de workshops criativos para crianças. Retalhos de tecido são doados a pavilhões desportivos (para encher sacos de boxe) ou a fabricantes de sacos de feijão. Parte dos resíduos está a ser incorporado num solo fértil desenhado por Grădinarescu Timișoara para um projeto de desenvolvimento urbano.



Tornar-se mais ecológico



Adote a Economia Circular: Reduzir, Reutilizar, Reparar e Reciclar, para minimizar o desperdício e a dependência de recursos, projetar produtos para múltiplos ciclos de vida, utilizar design modular

Poupe Energia e Água: Use aparelhos eficientes em termos energéticos, desligue eletrónica, utilize energias renováveis e minimize o consumo de água

Compras Locais: Reduzir as emissões de transportes e apoiar as economias locais comprando produtos/serviços regionais/locais

Responsabilidade social



Consciencialização sobre o impacto das próprias ações na comunidade local

Garantir o bem-estar dos próprios colaboradores/colaboradores

Envolvimento no bem-estar da comunidade local

RECURSOS ADICIONAIS

- What is a Business Model Canvas (With Step by Step Guidance), https://www.youtube.com/watch?v=MKW3NOoGv8U
- How to Use the Sustainable Business Model Canvas, https://startarium.com/article/sustainable-business-model-canvas
- Harvard Business Review, “Sustainability as a Business-Model Transformation”
- https://hbr.org/2025/05/sustainability-as-a-business-model-transformation?utm_medium=paidsearch&utm_source=google&utm_campaign=intlcontent_businessmgmt&utm_term=Non-Brand&tpcc=intlcontent_businessmgmt&gad_source=1&gad_campaignid=20712984860&gclid=Cj0KCQjw7IjOBhDyARIsAFzrWQxrIRUxhwpH-3Y4LQSEZDVAYgar2AeSQYYLyyqfmxs-rluRs1nfGVIaApbnEALw_wcB
- The Complete Guide to Sustainable Business Model Canvas, https://www.gosharpei.com/blog/sustainable-business-model-canvas
- BMC – Business Model Canvas, Sustainable version, https://www.youtube.com/watch?v=8HAR0wy4gL4
- Building a Business for Profit and Purpose: Sustainable Model Canvas Explained, https://www.youtube.com/watch?v=Nc9N7waS2m4
- Entrepreneurial Toolkit – The Social Business Model Canvas, https://www.youtube.com/watch?v=sudMR-xxmvw