GREENWAVE project

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Brochura para a criação de uma Empresa Social Verde

Número do projeto: 2021-1-BG01-KA220-YOU-000028793

Este projeto foi financiado com o apoio da Comissão Europeia. Esta comunicação reflete apenas os pontos de vista do autor, não podendo a Comissão ser responsabilizada por qualquer utilização que possa ser feita da informação nela contida.

GREENWAVE project

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Informações sobre o Projeto

PROJECTO: Green Wave

TÍTULO DO PROJECTO: GreenWave: Transformação digital de empregos verdes orientada para os jovens para um futuro sustentável

ACRÓNIMO: GreenWave

SÍTIO WEB DO PROJECTO: http://greenwaveproject.eu/

PROJECTO N.º: 2021-1-BG01-KA220-YOU-000028793

COORDENADOR DO PROJECTO: E-business Academy, Bulgária

ÍNDICE DE CONTEÚDOS

1 Como formular ideias para empresas verdes

- Necessidades de mercado
- Concorrência
- Perfil dos compradores
- Estratégias de exploração de oportunidades verdes

2 Estrutura jurídica-procedimentos

- Criação legal de uma empresa
- Formas de propriedade empresarial
- Políticas ambientais na UE
- Ideias de negócios verdes

3 Como elaborar um plano de negócio

- Modelo de negócio
- Plano de negócio
- Proposta de valor
- Exemplos de propostas de valor verdes

4 Recrutamento de pessoas

- Descritivos e especificações de funções
- Ferramentas de recrutamento
- Ferramenta de pesquisa de emprego GreenWave
- Entrevistas de Seleção
- Recrutamento Verde enquanto parte da Gestão Verde de Recursos Humanos e das Empresas

5 Construir a cultura da empresa

- Mentalidade empreendedora
- Formar uma mentalidade verde, sustentável e ecológica
- Princípios para modelos empresariais sustentáveis
- Formas de tornar uma empresa mais verde
- Pegada ambiental

6 Opções de financiamento para empresas verdes

- Financiamentos da UE para negócios verdes
- Financiamentos para Start-ups
- Polos, investidores, redes

Símbolos-chave

Definições

Estudo de caso

Recursos adicionais

Dicas

Atividades

Lembrete

Vídeo

Introdução

Tomámos a boa e corajosa decisão de nos tornarmos Empreendedores Verdes, mas como é que começamos a navegar no mar de (possivelmente) infinitas oportunidades e de (garantidos) fracassos e desilusões?

Como é que enquadramos as nossas elevadas expectativas e as nossas ideias inovadoras para formular um plano que tenha, não só os estímulos que nos levam a nós e aos outros a envolvermo-nos, mas também alguma viabilidade razoável?

Como em qualquer outro negócio e em qualquer sector, precisamos dar alguns passos básicos acima de tudo, precisamos então de saber: se existe uma necessidade (atual ou futura) para a nossa oferta, a concorrência que esperamos enfrentar, as pessoas a quem nos dirigimos (perfil do comprador) e construir uma estratégia para explorar uma determinada área do ecossistema verde.

Todos os aspetos acima referidos devem basear-se em dados e ser avaliados com clareza.

Para mais informações sobre este tema, consultar:
- O Futuro das Oportunidades Verdes - Estratégias de Exploração do Mercado

1. Como formular ideias para empresas verdes

1.1 Necessidades de mercado

Definição:
No contexto do empreendedorismo, "necessidade de mercado" refere-se a um problema ou requisito específico que um determinado segmento de mercado tem, mas que não está a ser resolvido pelos produtos ou serviços atuais. Trata-se de uma lacuna no mercado que uma empresa pode ter como objetivo preencher com um novo produto ou serviço.

Para um jovem empresário verde - alguém que está a criar um negócio baseado em práticas sustentáveis ou amigas do ambiente - a necessidade do mercado pode ser um produto, um serviço ou uma tecnologia que resolva um problema ambiental e para o qual exista procura.

Figura 1: De Peggy e Marco Lachmann-Anke no Pixabay

Por exemplo, uma necessidade de mercado pode ser a de alternativas sustentáveis a artigos de plástico de utilização única, como palhinhas ou talheres. Se não existirem atualmente produtos satisfatórios, ou se as opções existentes forem demasiado caras ou difíceis de encontrar, um empreendedor pode ver uma oportunidade para introduzir um novo e melhor produto.

Compreender as necessidades do mercado é crucial para qualquer empreendedor. Pode moldar o desenvolvimento do seu produto, a sua estratégia de marketing e até o seu modelo de negócio. Se conseguir identificar e responder com exatidão a uma necessidade de mercado, aumenta consideravelmente as suas hipóteses de sucesso. No entanto, também é importante notar que as necessidades de mercado podem mudar ao longo do tempo, devido a factores como os avanços tecnológicos, as mudanças sociais ou as alterações nas atitudes dos consumidores.

Para um empreendedor verde, compreender as necessidades do mercado implica também compreender as tendências sociais e ambientais e os cenários regulamentares, uma vez que estes também irão influenciar a procura de produtos ou serviços verdes.
A análise das necessidades de mercado é uma componente essencial de um plano de negócios e pode ajudar a garantir que um produto ou serviço seja viável e satisfaça as exigências dos clientes. Ao longo do processo analítico, um empreendedor verde deve lembrar-se de que o seu objetivo não é apenas satisfazer as necessidades do mercado, mas também contribuir para a sustentabilidade ambiental. Por isso, a sua análise deve ter em conta não só o que os clientes querem, mas também o que é melhor para o planeta. Seguem-se alguns passos que um empreendedor verde pode seguir para analisar as necessidades do mercado:

- **Identificar o Problema** que o seu produto ou serviço pode resolver. Pode tratar-se de uma questão ambiental, como os resíduos de plástico, as emissões de carbono ou a ineficiência energética.

- **Analisar Tendências**, ambientais, sociais e regulamentares. Existem preocupações emergentes ou mudanças de atitude em relação à sustentabilidade e/ou novas regulamentações que possam criar oportunidades ou desafios para o seu negócio?

- **Identificar uma Proposta de Venda Exclusiva**, o que torna o seu produto ou serviço únicos. Como é que resolve o problema melhor do que as soluções existentes? Porque é que os clientes o escolheriam em vez das ofertas da concorrência?

- **Analisar e Adaptar,** porque a análise não é um processo único. As necessidades mudam ao longo do tempo, pelo que é importante recolher e analisar continuamente a informação do mercado e adaptar a oferta e a estratégia à evolução das necessidades do mercado.

1.2 Concorrência

Lidar com a concorrência é um aspeto crucial de qualquer negócio, e o empreendedorismo verde não é exceção. Eis por que razão é importante:

Compreensão do Posicionamento de Mercado: A concorrência ajuda os empreendedores a compreender a posição do seu produto ou serviço no mercado e a forma como pode ser diferenciado.

Melhoria dos Produtos e Serviços: Conhecer a oferta dos concorrentes ajuda os empreendedores a inovar e a melhorar continuamente os seus próprios produtos ou serviços para satisfazer ou exceder as expectativas do mercado.

Preferências dos Consumidores: Ao estudar a concorrência, os empreendedores verdes podem aprender mais sobre o que os consumidores preferem, o que estão dispostos a pagar e como as suas preferências estão a mudar ao longo do tempo.

Identificação das Tendências do Mercado: A observação da concorrência também pode ajudar a identificar tendências emergentes e potenciais oportunidades no sector verde.

A realização de uma análise da concorrência no sector verde envolve a identificação e o estudo dos seus concorrentes para compreender os seus pontos fortes, pontos fracos, estratégias e ofertas. Isto pode ajudar a identificar oportunidades e ameaças, a aperfeiçoar a sua própria estratégia e a diferenciar o seu negócio.

Ao efetuar uma análise da concorrência no sector verde, é também importante considerar o desempenho ambiental. Isto pode incluir fatores como a sustentabilidade da sua cadeia de fornecimento, a sua pegada de carbono, as suas práticas de gestão de resíduos e a sua conformidade com os regulamentos ambientais. Isto pode ajudar a identificar oportunidades para os superar em termos de sustentabilidade ambiental, o que é um fator-chave no sector verde.

Eis um guia passo a passo sobre como o fazer:

- Identifique os Seus Concorrentes: concorrentes diretos (os que oferecem os mesmos produtos ou serviços que você) e concorrentes indiretos (os que oferecem produtos ou serviços diferentes, mas que visam as mesmas necessidades dos clientes ou o mesmo mercado). Procure também concorrentes locais e globais, uma vez que o sector verde tem frequentemente um alcance global.

- Recolha Informações, como as suas ofertas de produtos ou serviços, preços, estratégias de marketing, canais de distribuição, base de clientes, quota de mercado, reputação, desempenho financeiro e estrutura organizacional.

- Analise os seus Pontos Fortes e Fracos, por exemplo, têm um produto popular? São conhecidos por um excelente serviço ao cliente? Têm uma marca forte? Têm críticas negativas dos clientes?

- Compreenda as Suas Estratégias Comerciais: Como é que se diferenciam? Como é que atraem e retêm clientes? Quais são os seus planos de crescimento? Como estão a abordar a sustentabilidade?

- Compare o seu negócio com o dos seus concorrentes com base nos pontos fortes e fracos identificados. Isto pode ajudá-lo a identificar áreas em que precisa melhorar e oportunidades em que pode diferenciar a sua empresa.

Embora a concorrência seja importante, é fundamental que os empreendedores verdes se lembrem de que o seu principal objetivo é criar soluções sustentáveis do ponto de vista ambiental. Mesmo quando se esforçam por superar a concorrência, não devem comprometer os seus princípios e objetivos ambientais.

1.3 Perfil dos compradores

Os perfis de comprador, frequentemente designados por personas de clientes, representam os clientes ideais com base em estudos de mercado e dados reais sobre os clientes atuais. Ajudam as empresas a compreender melhor os seus clientes e a aperfeiçoar as suas estratégias de marketing.

Para muitos compradores, o impacto ambiental de um produto é tão importante como a sua funcionalidade.

Preferem produtos com embalagens ecológicas e verificam sempre se o produto é fabricado com materiais reciclados ou sustentáveis. São também defensores da sustentabilidade, partilhando frequentemente as suas escolhas de estilo de vida verde com amigos e seguidores nas redes sociais. Tendem a comprar a empresas que demonstram um compromisso genuíno com a sustentabilidade ambiental.

Outros compradores adquirem uma mistura de bens - tudo, desde produtos alimentares sustentáveis a eletrodomésticos energeticamente eficientes, e até produtos financeiros verdes, como investimentos éticos. Preferem produtos que não sejam apenas amigos do ambiente, mas também duráveis e de alta qualidade. Também estão interessados na história por detrás do produto - como é feito, quem o faz e os valores da empresa.

Embora estes perfis sejam generalizados, eles ilustram as características, motivações e comportamentos típicos dos consumidores verdes. É crucial que os empreendedores verdes compreendam em profundidade os seus clientes-alvo, uma vez que pode haver uma variação significativa dentro destes perfis, dependendo de fatores como a localização, a idade, o rendimento e os valores pessoais.

Evie Eco Consciente

Evie, eco consciente, tem 30 e poucos anos e trabalha como gestora de projetos numa empresa de tecnologia. Vive numa cidade metropolitana e aufere um rendimento confortável. A Evie tem um elevado nível de formação e está muito consciente das questões ambientais. Está disposta a pagar mais por produtos que sejam amigos do ambiente e sustentáveis.

Sam Sustentável

Sam Sustentável é um pequeno empresário de 50 anos que vive numa zona suburbana. Tem dois filhos e está muito preocupado com o futuro deles no contexto das alterações climáticas. Tem boas condições financeiras e está disposto a investir em produtos verdes para bem do futuro dos seus filhos e do planeta.

1.4 Estratégias de exploração de oportunidades verdes

Existe um mercado crescente de produtos sustentáveis/verdes em todo o mundo. A crescente sensibilização ambiental dos consumidores, associada a alterações regulamentares e a avanços nas tecnologias verdes, está a impulsionar uma mudança significativa para produtos sustentáveis em vários sectores. Prevê-se que esta tendência se mantenha no futuro, tornando o mercado dos produtos sustentáveis uma área promissora para os empreendedores.

Embora o mercado de produtos sustentáveis esteja a crescer, temos de nos lembrar que este pode ser complexo e variado. Diferentes sectores, regiões e segmentos de consumidores podem ter características, tendências e oportunidades muito diferentes. Por conseguinte, é importante ser claro quanto ao mercado-alvo pretendido e adaptar a estratégia de exploração em conformidade.

Embora a exploração de qualquer tipo de oportunidades de negócio tenha muitos elementos comuns, há também estratégias que têm mais significado no sector verde.

Definimos como elementos "comuns":

- Estudos de Mercado: dados sobre as preferências dos consumidores, comportamentos de compra e disponibilidade para pagar por produtos sustentáveis. Os relatórios de estudos de mercado de agências reputadas, a investigação académica e as publicações governamentais podem ser fontes úteis.

- Inquéritos e Entrevistas aos Consumidores para compreender as suas necessidades, preferências e perceções relativamente a produtos sustentáveis.

- Análise da Concorrência para identificar e estudar as empresas que oferecem produtos sustentáveis semelhantes à sua ideia.

Os seguintes são mais necessários no sector verde/sustentável.

- Eventos e Redes do Sector: A participação em eventos centrados na sustentabilidade, feiras comerciais e eventos de criação de redes de contactos pode fornecer informações muito úteis sobre as últimas tendências, produtos inovadores e modelos de negócio bem-sucedidos no mercado de produtos sustentáveis.

- Análise Regulamentar: Estudar o ambiente regulamentar para produtos sustentáveis. Os regulamentos podem ter implicações significativas para o mercado, criando tanto oportunidades como desafios.

- Testes-piloto: Uma vez que a tecnologia na área pode ser considerada nova e não testada, é ainda mais importante que, se tiver uma ideia de produto, considere lançá-la em pequena escala ou num ambiente controlado para recolher as primeiras reações dos clientes e avaliar a resposta do mercado.

- Colaborar com Especialistas: Mais uma vez, uma vez que este sector é novo, devemos considerar a possibilidade de estabelecer parcerias com especialistas em sustentabilidade, tecnologia e na área pretendida. Os seus conhecimentos e perspetivas podem ser inestimáveis para compreender e explorar o mercado.

Introdução

No dinâmico panorama económico atual, a criação de uma empresa requer uma análise cuidadosa de vários fatores, incluindo as formas de propriedade empresarial, a adesão a políticas ambientais e a adoção de ideias de negócio verdes.

Agora que já estabelecemos anteriormente como formular a ideia de uma empresa verde, o passo seguinte é compreender estes aspetos interligados e começar a criar a base para o seu negócio.

Este aspeto é muito importante, caso contrário não conseguirá criar as bases sólidas de uma empresa que tenha o formato correto para si, que preencha todos os requisitos legais e que tenha construído um plano de negócios sólido.

Tendo isto em mente, prepare-se para embarcar numa viagem em que a sustentabilidade e o negócio andam de mãos dadas.

Para mais informações sobre este tema, consultar:

- Bases Legais para Estabelecer um Negócio – Tipos e Procedimentos
- Assumir uma Posição de Negócio Ativa em Prol do Ambiente
- O Futuro das Oportunidades Verdes – Estratégias de Exploração de Mercado

2. Estrutura jurídica - procedimentos

2.1 Criação legal de uma empresa

Embora muitos de nós tenhamos uma noção básica do que é uma empresa, definir o seu conceito e os seus principais atributos pode ser um desafio para um número significativo de pessoas.

DEFINIÇÃO

" O termo empresa refere-se a uma organização ou entidade empreendedora que exerce uma atividade comercial, industrial ou profissional. O objetivo de uma empresa é organizar algum tipo de produção económica (de bens ou serviços). As empresas podem ser entidades com fins lucrativos ou organizações sem fins lucrativos que cumprem uma missão de caridade ou promovem uma causa social. As empresas variam em escala e âmbito, desde empresas individuais a grandes corporações internacionais. As empresas também se referem aos esforços e atividades empreendidos por indivíduos para produzir e vender bens e serviços com fins lucrativos." (definição da Investopedia)

A **estrutura jurídica** da empresa é um aspeto crucial a considerar, uma vez que determina os requisitos legais e o direito das sociedades que lhe são aplicáveis, bem como as autorizações, licenças e procedimentos de registo necessários para iniciar operações legais. Além disso, a indústria e o sector a que pertence uma empresa também podem afetar o seu funcionamento.

A maioria das empresas tem fins lucrativos, centrando-se na obtenção de ganhos financeiros. No entanto, também existem empresas que dão prioridade a um objetivo ou causa específica em vez de procurarem obter lucros. Estes tipos de empresas são designados por organizações sem fins lucrativos e englobam entidades como instituições de caridade, centros culturais e educativos, serviços sociais e muito mais.

Existem quatro categorias principais de empresas, consoante o domínio de atividade da operação:

- Serviços,
- Produção,
- Retalho,
- Híbrido, como os restaurantes.

Requisitos legais:

1. Estrutura da empresa
2. Autorizações e licenças
3. Pagamentos internacionais
4. Propriedade intelectual
5. Proteção de dados e RGPD
6. Direito do trabalho

As empresas também podem ser classificadas em função da sua dimensão. As principais categorias são as microempresas, as pequenas empresas, as médias empresas e as grandes empresas e dependem de um conjunto de critérios.

15 Termos Chave de Negócios que precisa conhecer

Contabilidade	Receitas	Ativo
Contas a pagar	Participação	Despesas de exploração
Contas a receber	Balanço	Perda líquida
Retorno do Investimento	Fluxo de caixa	Lucro contabilístico
Responsabilidade civil	Demonstração de resultados	Margem de lucro

2.2 Formas de propriedade empresarial

Antes de transformar a sua ideia de negócio em realidade, deve estabelecer as bases em que a sua empresa será construída, escolhendo uma entidade jurídica empresarial reconhecida pelo seu país e pela União Europeia.

Existem quatro categorias de estruturas empresariais:

1. empresas individuais: Estas empresas pertencem e são geridas por um único indivíduo, o que torna o processo de criação e registo relativamente simples. O empresário em nome individual mantém o controlo total e assume responsabilidade ilimitada por todas as obrigações.
2) Sociedades: Neste tipo de empresa, vários proprietários, conhecidos como sócios, partilham o financiamento, os lucros e as perdas. As sociedades podem ser classificadas como sociedades gerais ou limitadas, sendo a principal distinção a forma como a responsabilidade é distribuída entre os parceiros.
3. Sociedades de Responsabilidade Limitada (SRL): Esta estrutura empresarial assemelha-se muito a uma sociedade, mas com uma diferença crucial. A responsabilidade dos sócios é limitada em função do seu investimento na empresa, o que oferece um certo grau de proteção.
4. Sociedades Anónimas: É uma entidade jurídica distinta formada por acionistas, separada dos seus proprietários. Isto significa que os proprietários estão geralmente protegidos da responsabilidade pessoal, exceto em circunstâncias excecionais. As sociedades anónimas são por vezes designadas por "pessoas coletivas". Podem ser classificadas como corporações S ou corporações C, cada uma com as suas próprias considerações e requisitos fiscais.

Explicação dos tipos de propriedade de empresas

Para além destas, existem outras estruturas empresariais, como o franchising, o freelancer, a empresa social e as organizações de beneficência, entre outras.

Na União Europeia, cada país tem os seus próprios processos distintos para determinar as estruturas jurídicas e estabelecer empresas. No entanto, é importante notar que, no Espaço Económico Europeu, existem leis abrangentes que se estendem para além das fronteiras e estabelecem várias formas jurídicas de empresas.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

2.3 Políticas ambientais na UE

A União Europeia tem sido uma força de liderança nos esforços internacionais para combater a crise climática. A União desempenhou um papel importante na negociação do Acordo de Paris e continua a dar provas de liderança mundial na luta contra as alterações climáticas. Os países membros da UE apoiam firmemente o objetivo do Acordo de Paris de limitar o aquecimento global a níveis seguros e continuam profundamente empenhados na sua aplicação efetiva.

A União Europeia introduziu o Acordo Verde Europeu (2020), um conjunto abrangente de iniciativas políticas concebidas pela Comissão. O principal objetivo é alcançar a neutralidade climática na Europa até 2050. Além disso, procura ajudar os governos e as empresas a preservar e a melhorar os recursos naturais e os ecossistemas da UE, protegendo simultaneamente a saúde e o bem-estar dos cidadãos através da abordagem dos riscos ambientais e da atenuação dos impactos da crise ambiental.

Acordo Verde Europeu

1. Pacote Clima e Energia 2020
2. Quadro climático e energético para 2030
3. Estratégia a longo prazo para 2050

A proposta 2030 visa estabelecer um objetivo de redução das emissões de gases com efeito de estufa em, pelo menos, 55% em comparação com os níveis registados em 1990, até ao ano 2030. O quadro engloba um conjunto abrangente de medidas que abrangem vários sectores, com destaque para a promoção da eficiência energética e a utilização de fontes de energia renováveis.

Com base no Acordo Verde Europeu e na comunicação de 2016 sobre a legislação da UE: Melhores resultados através de uma melhor aplicação, a Direção-Geral do Ambiente centra a sua atuação nas seguintes prioridades gerais:

- Economia circular
- Biodiversidade
- Poluição zero
- Governação ambiental

Espera-se que as empresas:

- reduzam as emissões de gases com efeito de estufa (GEE) e, como resultado, o impacto negativo das suas atividades no clima, tanto para as pessoas como para o ambiente;
- aumentem a resiliência das suas empresas e das suas cadeias de abastecimento para enfrentar e adaptarem-se eficazmente às alterações climáticas, tendo em conta os seus efeitos nos trabalhadores, nas comunidades locais e no ambiente.

As empresas de todo o mundo estão a implementar medidas conhecidas como "adaptação" para se prepararem e enfrentarem os impactos das alterações climáticas. Quando executada de forma eficaz, esta abordagem traz vários benefícios às empresas, tais como reduções de custos, melhor gestão de responsabilidades, bem-estar e segurança dos trabalhadores, expansão da quota de mercado através do desenvolvimento de novos bens e serviços e acesso a fontes adicionais de financiamento.

Para atingir o objetivo da UE de alcançar a neutralidade climática até 2050 e combater o declínio da biodiversidade, é imperativa a transição para uma **economia circular**. Este modelo transformador de produção e consumo implica práticas como a partilha de recursos, o aluguer, a reutilização, a reparação, a renovação e a reciclagem, com o objetivo de prolongar a vida útil dos materiais e produtos. Ao maximizar o valor e a vida útil de bens, matérias-primas e recursos, minimizando a produção de resíduos, a economia circular alivia a pressão sobre os recursos naturais, promove o crescimento sustentável e facilita a criação de emprego.

Histórias de sucesso da economia circular

2.4 Ideias de negócios verdes

Eis algumas ideias de negócios verdes para principiantes:

- Agricultura e jardinagem biológicas
- Moda sustentável, cosmética, joalharia, design e produção de mobiliário
- Produtos de beleza e de cuidados pessoais amigos do ambiente
- Lojas zero resíduos
- Serviços de limpeza (doméstica) verdes
- Venda e aluguer de bicicletas/carros elétricos
- Arquitetura e conceção de edifícios sustentáveis
- Serviços de consultoria ambiental
- Planeamento e coordenação de eventos verdes
- Venda, instalação e manutenção de equipamentos para energias renováveis
- Reciclagem e reutilização de produtos
- Serviços de ecoturismo
- Restaurante orgânico e serviços de catering
- Produção de alimentos e bebidas naturais e biológicos
- Soluções de armazenamento de energia verde
- Serviços de compensação de carbono
- Instalação e manutenção de tecnologias de poupança de água
- Venda e instalação de eletrodomésticos energeticamente eficientes
- Serviços verdes de controlo de pragas
- Práticas de pesca sustentáveis
- Serviços de educação e consultoria em tecnologias verdes
- Sistemas sustentáveis de filtragem e purificação de água
- Serviços de recolha de resíduos verdes e de reciclagem
- Produtos e serviços de cuidados para animais de estimação amigos do ambiente
- Empresas de tecnologia verde em fase de arranque, tais como aplicações ou software para acompanhamento e monitorização ambiental

Estes são apenas alguns exemplos entre os inúmeros conceitos de negócio verde que os principiantes podem explorar. Ao abraçar a criatividade, o entusiasmo e uma dedicação inabalável à sustentabilidade, os novos empreendedores verdes têm o potencial não só de causar um impacto ambiental positivo, mas também de estabelecer um negócio próspero e lucrativo.

3. Como elaborar um plano de negócio

No cenário dinâmico e em constante evolução do mundo dos negócios, um plano de negócios bem elaborado e abrangente serve como uma bússola orientadora para empresários e organizações.

Um plano de negócios é um documento estratégico que descreve as metas, os objetivos e as estratégias para alcançar o sucesso num mercado competitivo. Quer seja um empreendedor em início de carreira com uma ideia inovadora ou um empresário estabelecido que pretende expandir ou aperfeiçoar as suas operações, o desenvolvimento de um plano de negócios sólido é crucial para o seu sucesso.

Este guia tem como objetivo fornecer uma abordagem passo a passo para desenvolver um plano de negócios adaptado às suas necessidades e objetivos específicos. Explorará as componentes essenciais de um plano de negócios, incluindo o resumo executivo, a descrição da empresa, a análise de mercado, a estrutura organizacional, as ofertas de produtos ou serviços, as estratégias de marketing e vendas, as projeções financeiras e a gestão de riscos.

Para mais informações sobre este tema, consultar:

O Módulo do Manual do curso de formação GreenWave "**Criação de um plano de negócio verde**"

O processo de desenvolvimento de um plano de negócios envolve uma pesquisa cuidadosa, uma análise ponderada e a tomada de decisões estratégicas. Exige uma compreensão profunda do seu mercado-alvo, a identificação da sua proposta de valor única, a avaliação do panorama competitivo e a formulação de estratégias acionáveis que capitalizem as oportunidades e reduzam os riscos. Além disso, um plano de negócios bem elaborado serve como uma ferramenta de comunicação, permitindo-lhe apresentar as suas ideias a potenciais investidores, parceiros e partes interessadas, ganhando a sua confiança e apoio.

3.1 Modelo de negócio

Modelo de negócio

O plano de uma empresa para obter lucros.

Identifica os produtos ou serviços que a empresa planeia vender, o mercado-alvo identificado e quaisquer despesas previstas.

Um modelo de negócio é a base sobre a qual se constrói uma empresa de sucesso.

É o quadro estratégico que define a forma como uma empresa cria, fornece e capta valor no mercado. Um modelo empresarial bem definido tem em conta vários aspetos de uma empresa, incluindo os seus clientes-alvo, a proposta de valor, os fluxos de receitas, a estrutura de custos e as atividades principais. Na sua essência, um modelo de negócio identifica a forma como uma empresa gera receitas e sustenta as suas operações. Define a abordagem única que uma empresa adota para criar e fornecer produtos ou serviços que satisfaçam as necessidades e desejos dos seus clientes.

Um modelo de negócio sólido alinha os recursos, as capacidades e as atividades da empresa de forma a diferenciá-la da concorrência e a permitir-lhe prosperar num mercado competitivo. Existem vários tipos de modelos de negócio, cada um adaptado a diferentes sectores, segmentos de clientes e dinâmicas de mercado.

3.2 Plano de atividades

Um plano de negócios é um documento estratégico que serve de roteiro para os empreendedores e as organizações atingirem os seus objetivos empresariais. Delineia os objetivos, estratégias e ações necessárias para iniciar, operar e desenvolver um empreendimento de sucesso. Um plano de negócios bem elaborado engloba vários componentes que fornecem uma compreensão abrangente do negócio.

Estes componentes incluem normalmente um resumo executivo, a descrição da empresa, a análise de mercado, as ofertas de produtos ou serviços, as estratégias de marketing e vendas, a estrutura organizacional, as projeções financeiras e a gestão de riscos.

O resumo executivo fornece uma visão concisa do plano de atividades, destacando os seus pontos-chave e a sua proposta de valor.

A descrição da empresa analisa os antecedentes, a missão, a visão e os pontos de venda únicos da organização, dando aos leitores uma compreensão clara do seu propósito e direção.

A análise de mercado envolve a avaliação do mercado-alvo, a identificação das necessidades e preferências dos clientes e a compreensão do panorama competitivo.

Esta informação orienta o desenvolvimento de estratégias de marketing e vendas eficazes, assegurando que a empresa pode alcançar e envolver o seu público-alvo.

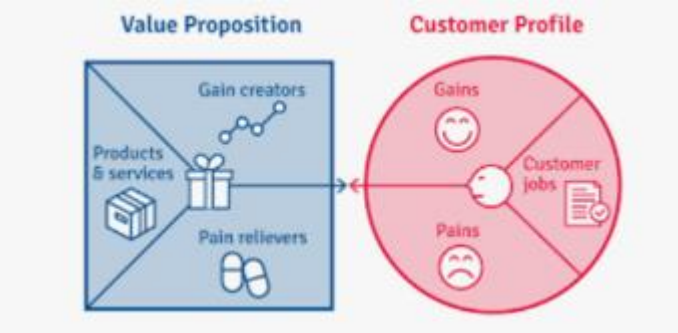
A secção relativa ao produto ou serviço descreve as características, as vantagens e a diferenciação das ofertas, salientando a forma como satisfazem as exigências dos clientes e proporcionam valor.

A estrutura organizacional define as funções e responsabilidades dentro da empresa, estabelecendo um quadro para operações e tomadas de decisão eficientes.

- [x] **As projeções financeiras fornecem uma previsão do desempenho financeiro da empresa, incluindo receitas, despesas e fluxo de caixa.**

- [x] **A gestão do risco envolve a identificação e a atenuação dos riscos potenciais que podem afetar o sucesso da empresa.**

3.3 Proposta de Valor



Uma proposta de valor forte capta efetivamente a essência do que torna um produto ou serviço valioso e atraente.

Uma proposta de valor é uma declaração concisa que comunica o valor e os benefícios únicos que um produto, serviço ou empresa proporcionam aos seus clientes. Responde à pergunta fundamental: "Porque é que os clientes nos devem escolher?"

Uma proposta de valor convincente articula claramente o problema ou necessidade que aborda, a solução que oferece e as vantagens distintas que proporciona em relação aos concorrentes. Destaca as principais características, benefícios e resultados que se repercutem no público-alvo.

3.4 Exemplos de Propostas de Valor Verdes

Eis alguns exemplos de propostas de valor verdes que realçam os benefícios ambientais e os aspetos de sustentabilidade de um produto ou serviço:

- Fornecedor de energia renovável: "A nossa empresa oferece soluções de energia limpa e renovável que reduzem as emissões de carbono e promovem um futuro sustentável. Ao escolher os nossos serviços, pode abastecer a sua casa ou empresa com fontes de energia limpas, contribuindo para um planeta mais verde e um ambiente mais saudável."
- Produtos de limpeza ecológicos: "Os nossos produtos de limpeza ecológicos são formulados com ingredientes não tóxicos e biodegradáveis que são seguros para si e para o ambiente. Com os nossos produtos, pode manter um espaço de vida limpo e saudável, minimizando a sua pegada ecológica e reduzindo a poluição da água e do ar."
- Marca de moda sustentável: "Na nossa marca de moda sustentável, damos prioridade ao abastecimento ético, a práticas de trabalho justas e a métodos de produção amigos do ambiente. Ao escolher o nosso vestuário, pode desfrutar de peças elegantes e de alta qualidade, ao mesmo tempo que apoia escolhas de moda responsáveis que minimizam o desperdício e promovem uma indústria da moda mais sustentável."
- Fabricante de veículos elétricos: "Os nossos veículos elétricos foram concebidos para revolucionar os transportes, proporcionando uma mobilidade sem emissões. Ao conduzir os nossos veículos elétricos, pode reduzir significativamente as emissões de gases com efeito de estufa e a poluição atmosférica, contribuindo para cidades mais limpas e um futuro mais sustentável para as gerações vindouras."
- Soluções de embalagem sem resíduos: "Oferecemos soluções inovadoras de embalagens sem resíduos que eliminam os plásticos de utilização única e reduzem os resíduos de embalagens. Ao estabelecer uma parceria connosco, pode minimizar o seu impacto ambiental e demonstrar o seu compromisso para com a sustentabilidade, ao mesmo tempo que entrega os seus produtos de uma forma responsável e com consciência ecológica."

Estes exemplos mostram como as empresas podem realçar o seu empenho na sustentabilidade ambiental, incentivar o consumo responsável e oferecer alternativas ecológicas aos produtos e serviços convencionais. As propostas de valor verdes não só satisfazem os clientes preocupados com o ambiente, como também contribuem para um mundo mais sustentável.

4. Recrutamento de pessoas

O processo de recrutamento e seleção de pessoas é uma das tarefas fundamentais da Gestão de Recursos Humanos (GRH). Em qualquer organização, mesmo com a tecnologia mais sofisticada que existe atualmente, são necessárias pessoas para executar tarefas e concretizar o trabalho.

Nesse sentido, as empresas precisam não só de atrair pessoas, mas de atrair as pessoas certas, no sítio certo e no momento certo. O processo de recrutamento e seleção permitirá fazer isso mesmo e irá abranger todo o processo de contratação, desde o anúncio do emprego até à contratação da pessoa para o cargo.

O processo de recrutamento irá fornecer às organizações um conjunto de candidatos qualificados de entre os quais escolher, pelo que não pode ser feito sem um planeamento estratégico adequado, determinando o número de pessoas de que a empresa irá necessitar e a forma como o processo de recrutamento e seleção se irá desenrolar.

Para mais informações sobre este tema, consultar:

O Módulo do Manual do curso de formação GreenWave "**RECRUTAMENTO DE COLABORADORES & EMPREGOS VERDES**"

Nesse sentido, um recrutamento bem sucedido dependerá da forma como as empresas preparam e publicitam o anúncio de emprego, bem como da forma como seleccionam os candidatos antes de os contratar.

Em seguida, abordaremos as principais etapas deste processo de forma a ajudar qualquer pessoa que esteja a tentar criar uma Empresa Social Verde a recrutar os trabalhadores necessários para a fundação de uma empresa que visa uma economia verde, um emprego digno e, em geral, um planeta mais verde.

4.1. Descritivos e especificações de funções

Descritivos de funções

Lista de tarefas, deveres e responsabilidades de um posto de trabalho.

Especificações de funções

Competências e aptidões que uma pessoa deve possuir para desempenhar o seu trabalho.

Os dois estão ligados, uma vez que os descritivos de funções são normalmente redigidos para incluir as especificações das funções. Devem englobar tudo o que é exigido e esperado de um trabalhador.

Escrever um descritivo de funções eficaz é o primeiro passo para atrair os candidatos certos

Um descritivo de funções eficaz deve ser claro e pormenorizado, para poupar tempo na análise e rejeição de candidaturas inadequadas, e deve incluir:

- ✓ Título claro do cargo que está a ser solicitado;
- ✓ Informações gerais sobre a empresa contratante e as razões pelas quais alguém pode estar interessado em trabalhar para ela;
- ✓ O descritivo das funções e as especificações das mesmas;
- ✓ Como candidatar-se ao emprego.

Esta fase é também um passo importante para as empresas e organizações que pretendem ser mais verdes e que trabalham na economia verde comunicarem de acordo com os valores e competências verdes que procuram. Isso pode ser feito destacando os valores de sustentabilidade que consideram cruciais a que qualquer empregado aderira ou expressando aspetos relevantes da Responsabilidade Social Empresarial da empresa.

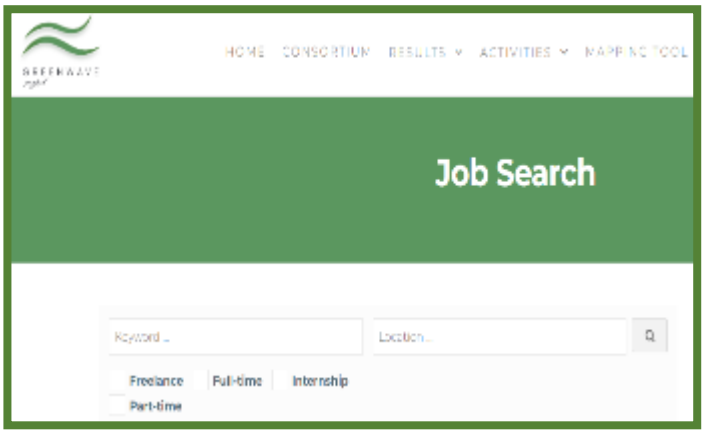
4.2. Ferramentas de recrutamento

Após a preparação do anúncio de emprego, as empresas precisam encontrar a forma correta de o promover. A escolha de mais do que uma ferramenta aumenta a exposição da oferta de emprego e aumenta as hipóteses de chegar a mais pessoas.

Seguem-se exemplos de ferramentas de recrutamento que podem ser utilizadas para publicitar a oferta e atrair candidatos.

- ✓ **Portais de emprego *online*** (uma das opções mais simples e económicas)
- ✓ **Redes sociais** (Facebook, LinkedIn, etc.)
- ✓ **O próprio website da organização** (quando existe)
- ✓ **Publicidade nos meios de comunicação tradicionais**
- ✓ **Através de "boca a boca" ou de referências**
- ✓ **Agências de emprego/recrutamento** (pode ser dispendioso, mas também poupa muito tempo)

4.3. Ferramenta de pesquisa de emprego GreenWave



O projeto GreenWave desenvolveu uma ferramenta muito útil para o recrutamento de empregos verdes e oportunidades no sector verde. Consiste num portal de empregos *online* gratuito destinado especificamente à economia verde e a oportunidades de emprego ou estágio verdes como forma de promover alternativas de emprego mais verdes. Neste espaço, qualquer pessoa que procure uma oportunidade na economia verde, ou qualquer empresa ou empresário que ofereça um emprego ou estágio verde, pode encontrar o que procura de uma forma mais eficiente e dedicada.

Verificar a nossa Ferramenta de pesquisa de emprego verde

Aqui

4.4. Entrevistas de seleção

Após a triagem dos candidatos, pode dar-se início ao processo de seleção, sendo a entrevista a oportunidade para confirmar as qualificações dos candidatos, determinar se o emprego corresponde às suas expectativas e verificar se se enquadram na cultura da empresa.

Os processos de entrevista podem ser demorados, pelo que é aconselhável escolher o tipo de entrevista mais adequado para cada posto de trabalho.

Questões comportamentais

Ajudam a prever o comportamento futuro através de perguntas sobre o comportamento passado e podem ajudar a avaliar a autoconfiança, a criatividade e a capacidade de resolução de problemas da pessoa.

Questões situacionais

Apresentam ao candidato situações potenciais que ele poderá enfrentar no trabalho e podem ajudar a avaliar os seus conhecimentos, competências e métodos de trabalho.

Exemplos de boas perguntas a fazer aos candidatos durante as entrevistas de seleção podem ser consultados **aqui**.

Exemplos de perguntas de entrevista sobre temas verdes:

- ✓ Qual é a sua opinião sobre as alterações climáticas?
- ✓ Qual é a sua opinião sobre a sustentabilidade?
- ✓ Como avalia a pegada ecológica deste cargo?
- ✓ Relativamente a esta oferta, o que pensa que poderia fazer para reduzir o impacto ambiental do cargo?
- ✓ Na sua opinião, como é que os seus valores pessoais se coadunam com os valores de sustentabilidade da nossa empresa?

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

4.5. Recrutamento Verde enquanto parte da Gestão Verde de Recursos Humanos e das Empresas

A GRH cumprirá a dedicação da empresa às práticas verdes, envolvendo todos os trabalhadores na adoção de práticas sustentáveis, na promoção da conservação de energia e na sensibilização para estilos de vida ecológicos.

Nesse sentido, aquilo que se pode designar por **GRH Verde** pode tornar-se o operador dos objetivos de sustentabilidade, o que ajudará a atingir os objetivos da empresa e terá também impacto na conceção, evolução, implementação e influência dos sistemas de GRH, como o processo de recrutamento, convertendo-o num **recrutamento verde**.

Recrutamento verde

Partilha do compromisso de uma empresa para com a causa do ambiente com os candidatos que está a tentar contratar.

Formas de contribuir para a preservação do ambiente e minimizar os impactos ambientais do processo de recrutamento:

- ✓ Contratar candidatos através de candidaturas e currículos *online*;
- ✓ Recorrer a entrevistas telefónicas ou em vídeo, sempre que possível;
- ✓ Oferecer a possibilidade de o trabalho ser efetuado à distância (quando o tipo de trabalho o permitir).

A DWF é um fornecedor global de serviços jurídicos e empresariais integrados, com vários escritórios no Reino Unido e na República da Irlanda, que investiu significativamente no desperdício e na sustentabilidade das suas práticas de recrutamento no que respeita a eventos como feiras de direito e eventos personalizados para estudantes.

Começaram por introduzir uma brochura virtual e depois optaram por não imprimir quaisquer brochuras, uma vez que os elementos interativos acrescentavam muito mais valor (com vídeos e guias eficazes), eram mais rentáveis e reduziam o desperdício. Decidiram também reinvestir algum do tempo que tinham poupado nas viagens e aderiram a um Esquema de Tutoria Invertido. Neste contexto, **reafirmaram a importância para os candidatos de se juntarem a uma empresa que leva a sério a sustentabilidade**.

Desde que alteraram os seus hábitos de recrutamento, conseguiram:

- ✓ Redução da atividade presencial em cerca de 78% e do seu impacto nas deslocações
- ✓ Comprometeram-se a realizar a sua temporada no campus sem brindes ou materiais de marketing, o que lhes permitiu poupar milhares de brochuras, folhetos, cadernos, garrafas de água, sacos de lona e canetas por ano.
- ✓ Pouparam cerca de 7 500 folhas de papel por ano desde 2019, ao organizar dias abertos e centros de avaliação sem papel

(Para obter informações mais pormenorizadas sobre este estudo de caso, consulte **aqui**)

5. Construir a cultura da empresa

Todas as empresas necessitam de uma cultura empresarial forte para serem bem-sucedidas. Os valores, atitudes e comportamentos partilhados por todos os empregados influenciam a forma como cooperam e perseguem objetivos comuns. Uma cultura saudável no local de trabalho incentiva um sentido de compromisso, pertença e propósito entre os membros da equipa, resultando num aumento da produtividade e da satisfação dos funcionários. No entanto, no mundo moderno, é igualmente crucial ter em consideração a forma como a cultura empresarial afeta o ambiente.

Criar uma cultura empresarial com consciência ambiental não é apenas uma tendência, mas uma abordagem responsável à sustentabilidade. As empresas podem reduzir a sua pegada de carbono e ajudar a criar um futuro melhor, incorporando considerações ambientais em todos os aspectos da sua atividade e adoptando uma mentalidade verde. Isto implica a implementação de métodos sustentáveis, tais como a reciclagem, a redução do lixo, a conservação de energia e a promoção de alternativas amigas do ambiente.

Para mais informações sobre este tema, consultar:

O Módulo do Manual do curso de formação GreenWave **"Assumir uma Posição de Negócio Ativa em prol do Ambiente"**

É necessária uma abordagem holística que inclua a sensibilização, a educação, a tomada de decisões e a responsabilidade individual para criar uma cultura empresarial que valorize o ambiente. As empresas podem beneficiar de um pessoal empenhado e motivado e, simultaneamente, ter um impacto benéfico no ambiente, incorporando práticas sustentáveis e criando uma mentalidade ecológica. As empresas devem contribuir ativamente para a criação de um futuro mais sustentável, uma vez que o nosso planeta continua a enfrentar graves problemas ambientais.

5.1 Mentalidade empreendedora

A capacidade de detetar problemas ou falhas no mercado e de encontrar soluções criativas para os resolver é uma das componentes essenciais da mentalidade empreendedora. Os empresários tendem naturalmente a perturbar o status quo, a pensar de forma criativa e a produzir algo novo e útil. Possuem um forte sentido de curiosidade e estão sempre à procura de formas de se desenvolverem.

Para além do seu pensamento inovador, os empreendedores possuem uma elevada tolerância ao risco e à ambiguidade. Sentem-se confiantes ao assumir riscos em novos domínios, uma vez que estão conscientes de que o fracasso faz frequentemente parte da aventura. Os empreendedores encaram os fracassos como oportunidades de progresso e experiências de aprendizagem úteis, em vez de se sentirem desencorajados por eles. São capazes de mudar rapidamente de tática e de aproveitar novas possibilidades, uma vez que são robustos e adaptáveis. A mentalidade empreendedora caracteriza-se por uma abordagem pró-ativa à resolução de problemas, uma vontade de correr riscos calculados e uma busca incessante da sua visão, o que, em última análise, lhes permite criar um impacto significativo e impulsionar a mudança no mundo dos negócios e não só.

Mentalidade Empreendedora

A mentalidade empreendedora é um conjunto de características e comportamentos que distinguem os empreendedores da população em geral. Engloba uma forma única de pensar e de abordar os desafios, centrada na inovação, na assunção de riscos e no reconhecimento de oportunidades.

5.2 Formar uma mentalidade verde, sustentável e ecológica

A formação de uma mentalidade verde, sustentável e ecológica é crucial no mundo de hoje, uma vez que enfrentamos desafios ambientais prementes. Implica o desenvolvimento de um forte sentido de consciência e responsabilidade para com o ambiente, bem como a adoção de práticas que dão prioridade à sustentabilidade. Esta mentalidade implica o reconhecimento da interligação de todos os seres vivos e a compreensão do impacto das nossas ações no ambiente.

Através desta iniciativa, as pessoas e as empresas são encorajadas a fazer escolhas conscientes na sua vida quotidiana ou nas suas atividades, tais como reduzir os resíduos, consumir menos energia e água e escolher opções respeitadoras do ambiente.

Quando se discute a formação de uma mentalidade verde, sustentável e ecológica, é essencial abordar o conceito de ***greenwashing***. O *greenwashing* é a **prática pouco ética** de transmitir um **sentido falso** ou **exagerado de responsabilidade ambiental** por parte de indivíduos ou organizações. Implica **afirmações enganosas** ou táticas de marketing que fazem com que os produtos, serviços ou práticas pareçam mais amigos do ambiente do que realmente são.

5.3 Princípios para modelos empresariais sustentáveis

Os princípios dos modelos empresariais sustentáveis envolvem a integração de considerações económicas, sociais e ambientais para criar valor a longo prazo, minimizando os impactos negativos. Os modelos empresariais sustentáveis, em primeiro lugar, colocam a tónica na gestão ambiental, implementando procedimentos que reduzem o consumo de recursos, reduzem a produção de resíduos e causam o mínimo ou nenhum dano ambiental. Isto inclui a implementação de soluções de energia renovável, a incorporação de princípios de economia circular e a adoção de práticas de cadeia de fornecimento sustentáveis.

Além disso, os modelos empresariais sustentáveis centram-se na responsabilidade social e no envolvimento das partes interessadas. Dão prioridade ao bem-estar e ao tratamento justo dos trabalhadores, fornecedores, clientes e comunidades. Para tal, é necessário promover um local de trabalho inclusivo e diversificado, promover práticas laborais éticas, garantir condições de trabalho seguras e envolver ativamente as comunidades locais para responder às suas necessidades e preocupações.

Os princípios dos modelos empresariais sustentáveis abrem caminho a um futuro mais risonho.

Os modelos empresariais sustentáveis têm em conta o **impacto social** dos produtos e serviços, com o objetivo de fornecer soluções que melhorem a **qualidade de vida**, **aumentem o acesso** às necessidades básicas e **beneficiem a sociedade**. Ao fazê-lo, as empresas podem criar **confiança**, melhorar a sua **reputação** e estabelecer **relações duradouras** com as partes interessadas.

5.4 Formas de tornar uma empresa mais verde

Tornar-se verde beneficia as empresas, pois melhora a sua reputação, atrai clientes preocupados com o ambiente, reduz os custos através da eficiência, aumenta a satisfação dos empregados e, mais importante ainda, enfrenta os desafios ambientais para um futuro mais sustentável. Eis algumas formas de o fazer:

- **Eficiência Energética:** Utilizar técnicas de poupança de energia, como termóstatos programáveis, iluminação energeticamente eficiente e isolamento adequado dos edifícios.

- **Energia Renovável:** Para reduzir a dependência dos combustíveis fósseis e diminuir as emissões de carbono, mude para fontes de energia renováveis, instalando painéis solares.

- **Redução e Reutilização de Resíduos:** Implementar estratégias de redução de resíduos, como a promoção de operações sem papel, e incentivar a utilização de produtos reutilizáveis.

- **Envolvimento na Comunidade:** Envolver-se em iniciativas ambientais locais e apoiar programas comunitários centrados na conservação e sustentabilidade.

- **Evitar o *Greenwashing*:** Deixar de colaborar com empresas ou indivíduos que prejudicam o ambiente, como as empresas de combustíveis fósseis e os grandes produtores de resíduos.

5.5 Pegada ambiental

Uma pegada ambiental é a medição do impacto ambiental das atividades humanas. Mede a quantidade de energia, resíduos e recursos naturais utilizados e a energia consumida por indivíduos, organizações ou comunidades. Fornece-nos informações valiosas sobre as consequências ecológicas das nossas ações e ajuda a identificar áreas onde podem ser feitas melhorias.

Compreender e reduzir a nossa pegada ambiental é crucial para o desenvolvimento sustentável. Ao analisar o impacto ambiental das nossas escolhas e comportamentos, podemos tomar decisões informadas para minimizar os danos ao nosso planeta.

Testes para conhecer a pegada de uma pessoa:

- Pegada de carbono
- Pegada ecológica
- Pegada de plástico
- Pegada hídrica

Calculadoras de Pegada Ambiental para empresas:

- Calculadores da pegada de carbono para empresas
- Calculadora do clima no local de trabalho

6. Opções de financiamento para empresas verdes

A época em que vivemos está repleta de desafios ambientais e climáticos. À medida que nos aproximamos do ponto de viragem das alterações climáticas, o mundo precisa de tomar medidas corajosas para inverter esta situação. A UE, com a adoção do Acordo Verde Europeu, quer ser um líder mundial na transição para um futuro mais verde, oferecendo oportunidades de financiamento da UE para projetos verdes no período 2021-2027. Este financiamento será utilizado para alcançar os objetivos climáticos da UE para 2030 e 2050, que consistem em reduzir as emissões de gases com efeito de estufa em 55% e tornar a Europa uma região com impacto neutro no clima até 2050.

Para mais informações sobre o financiamento no domínio da energia, das alterações climáticas e do ambiente, consultar a secção AMBIENTE do website oficial da União Europeia - https://environment.ec.europa.eu/funding

Que medidas está a UE a tomar para um futuro mais sustentável e quais serão os benefícios para a sociedade europeia? Além disso, quais são os principais programas de financiamento europeus que concedem financiamento comunitário a projetos verdes?

6.1 Financiamentos da UE para negócios verdes

Tipos de financiamento da UE para projetos verdes 2021-2027

Programas europeus com financiamento da UE para projetos verdes

O apoio prestado pela UE à eco-inovação nunca foi tão significativo. Tal deve-se principalmente ao NextGenerationEU, o plano de recuperação da UE para os efeitos adversos da COVID-19. O NextGenerationEU prevê um orçamento adicional de 750 mil milhões de euros para reforçar os investimentos em inovações digitais e de sustentabilidade críticas nos primeiros anos deste período de programação. Vejamos os programas de financiamento da UE que prestam apoio financeiro a projetos verdes.

Horizonte Europa

Se procura financiamento da UE para projetos verdes, o Horizonte Europa é o local ideal para começar a sua investigação. Com um orçamento de mais de 95,5 mil milhões de euros destinados à investigação e inovação europeias, é o maior e mais significativo programa europeu de financiamento de inovações verdes. O Horizonte Europa apoia os melhores investigadores, inovadores e cidadãos no desenvolvimento de ideias inovadoras para apoiar uma transição sustentável, justa e próspera para o futuro.

https://research-and-innovation.ec.europa.eu/funding/funding-opportunities/funding-programmes-and-open-calls/horizon-europe_en

Programa LIFE

O LIFE é o programa europeu de financiamento inteiramente dedicado a objetivos ambientais, climáticos e de energia limpa. O seu orçamento específico para o financiamento da UE a projetos verdes é de cerca de 5,4 mil milhões de euros para todo o período de programação e prestará apoio a ações em:

- Natureza e biodiversidade
- Economia circular e qualidade de vida
- Atenuação e adaptação às alterações climáticas
- Transição para energias limpas

https://cinea.ec.europa.eu/programmes/life_en

Fundo de Inovação (FI)

O Fundo de Inovação (FI), financiado pelo Sistema de Comércio de Licenças de Emissão da UE, proporcionará um financiamento comunitário de até 10 mil milhões de euros até 2030 para projetos verdes que contribuam para a redução dos gases com efeito de estufa. Os projetos no âmbito deste programa de financiamento centrar-se-ão em:

- Tecnologias e processos inovadores com baixo teor de carbono em indústrias com utilização intensiva de energia (aço, cimento, vidro, produtos químicos, papel, etc.)
- Captura e utilização de carbono (CUC)
- Construção e exploração da captura e armazenamento de carbono (CAC)
- Produção inovadora de energia renovável
- Armazenamento de energia

https://climate.ec.europa.eu/eu-action/funding-climate-action/innovation-fund_en

Encontrar financiamento da UE para projetos verdes na plataforma EUcalls

A EUcalls pode satisfazer as necessidades das mentes e organizações mais conscientes e inovadoras do ponto de vista ambiental. A sua prioridade é tornar mais acessível todo o processo de procura de convites europeus à apresentação de propostas e, através dos seus serviços, aumentar a sua taxa de sucesso global.

No seu diretório atualizado, pode encontrar todos os convites à apresentação de propostas da UE disponíveis que fornecem financiamento da UE para projetos verdes de todos os programas europeus disponíveis. Mas as vantagens de ser membro da EUcalls não se ficam por aqui. Encontrará uma comunidade de milhares de parceiros de projeto fiáveis e experientes com os quais poderá colaborar e formar os seus consórcios vencedores naquela plataforma.

O ambiente não pode esperar mais pelas inovações em matéria de sustentabilidade. Chegou a altura de agir e causar impacto. Juntando-se à comunidade EUcalls descobrirá todos os convites disponíveis para a sustentabilidade e organizações inovadoras que o podem ajudar a atingir os seus objetivos.

https://eucalls.net/

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

6.2 Financiamentos para *Start-ups*

Considerar empréstimos para pequenas empresas

Talvez pretenda lançar rapidamente uma pequena empresa centrada na eficiência energética, sem ter de recorrer a investidores. Se estiver a construir uma empresa B2C que espera que venha a dar lucro razoavelmente em breve, então um empréstimo para administração de pequenas empresas pode ser a escolha certa.

O financiamento de pequenas empresas é geralmente adequado para empresas de comércio eletrónico que captam tendências verdes importantes e empresas locais, como mercearias desperdício zero. Uma empresa de crédito local terá frequentemente as melhores taxas, ou pode consultar uma empresa como a *Lendio*. Lembre-se de que tem de pagar o empréstimo, por isso tenha cuidado com o que pede emprestado.

À medida que cada vez mais consumidores despertam para a urgência da crise climática, a procura da sua empresa e das energias renováveis irá aumentar. Obtenha esse financiamento e continue a inovar.

Como eco-empreendedor, tem opções para obter financiamento que farão crescer a sua empresa e irão proteger o planeta

Aqui estão alguns dos melhores aceleradores de arranque para empresas verdes de todos os tipos:

- Echoing Green.
- GoodCompany Ventures.
- Better Ventures.
- Praxis.
- Rutgers EcoComplex.
- Fashion for Good.
- Food Future Co.

Diferentes Formas de Obter um Título de Financiamento

Há muitas vias diferentes que podem ser seguidas para obter o financiamento de que necessita para a sua nova empresa ecológica. No entanto, os empreendedores podem, por vezes, não saber como ou por onde começar o seu percurso. Por isso, reunimos algumas das melhores opções.

- **Estabelecer contactos com outros fundadores de empresas sustentáveis.** Outras empresas verdes em fase de arranque podem, por vezes, abrir-lhe novas portas e apresentar-lhe contactos dos seus próprios fundos de capital de risco e programas de aceleração que podem estar interessados na sua nova ideia de negócio.

- **Candidate-se a aceleradores centrados na sustentabilidade.** Um acelerador dar-lhe-á os recursos necessários para o ajudar a lançar a sua empresa. A adesão a aceleradoras pode, na maioria das vezes, levar ao acesso a mentores, equipamentos e até mesmo investidores que receberão bem a sua proposta.

- **Considere um empréstimo para pequenas empresas.** Se preferir não envolver nenhum investidor, um empréstimo para pequenas empresas pode ser o ideal. O financiamento de pequenas empresas é geralmente uma boa opção para empresas de comércio eletrónico que captam tendências verdes importantes e empresas locais com lojas de desperdício zero.

- **Veja se é elegível para financiamento governamental.** A maioria dos subsídios e fundos governamentais destina-se a empresas que ajudam a combater as alterações climáticas ou a empresas que pretendem mudar para um modelo de negócio mais amigo do ambiente.

6.3 Polos, investidores, redes

Os investimentos verdes são empresas ou fundos que procuram formas de reduzir os poluentes nocivos ou utilizar os recursos de forma mais sustentável. Isto pode assumir a forma de tecnologias alternativas, como a energia solar/eólica, ou de investigação de formas de utilização mais eficiente dos recursos.

Os investimentos amigos do ambiente podem proporcionar lucros e benefícios ambientais. À medida que o mundo se adapta às alterações climáticas, as tecnologias mais antigas, como os combustíveis fósseis e as indústrias poluentes, são suscetíveis de enfrentar custos mais elevados e barreiras regulamentares, proporcionando uma oportunidade de mercado para alternativas. Muitos fundos de investimento e fundos de índice procuram estes investimentos alternativos, na esperança de obterem fortes rendimentos no futuro.

Centro de Energia Sustentável do PNUD

O Centro de Energia Sustentável do PNUD é uma rede de parceiros que trabalha em conjunto com os países para construir sociedades com emissões líquidas nulas e centradas nas pessoas, impulsionadas por uma transição energética justa e sustentável. Para isso, trabalham com governos e parceiros para transformar os sistemas energéticos e apoiar as mudanças integradas de políticas, tecnologias e finanças que moldam o desenvolvimento económico sustentável de um país. - https://www.undp.org/energy

Natixis - Polo Verde e Sustentável

O Polo Verde e Sustentável colabora com todas as linhas de negócio desta instituição financeira, fornecendo conhecimentos especializados em ESG aos seus clientes e desenvolvendo soluções de financiamento e investimento sustentáveis entre ativos para os ajudar a atingir os seus objetivos. É também fundamental para a forma como gerem a sua própria transição energética, nomeadamente através da sua metodologia interna de Fator de Ponderação Verde. - https://gsh.cib.natixis.com/

Referências Unidade 1

Identifying sustainable business opportunities | McKinsey, https://www.mckinsey.com/industries/industrials-and-electronics/our-insights/identifying-opportunities-and-starting-to-build-a-new-green-business-in-the-industrial-sector

Green exploration and exploitation: Capabilities, product advantage, and policy considerations:
Jie Xue, K. Scott Swan https://doi.org/10.1111/caim.

"The New Sustainability Advantage: Seven Business Case Benefits of a Triple Bottom Line" by Bob Willard

"Natural Capitalism: Creating the Next Industrial Revolution" by Paul Hawken, Amory Lovins, and L. Hunter Lovins.

The State of Green Business annual report by GreenBiz

Referências Unidade 2

The Paris Agreement (no date) *United Nations*. Available at: https://www.un.org/en/climatechange/paris-agreement (Accessed: 29 May 2023).

Hayes, A. (2023) *What is a business? understanding different types and company sizes*, *Investopedia*. Available at: https://www.investopedia.com/terms/b/business.asp (Accessed: 29 May 2023).

Leonard, K. (no date) *6 types of business ownership: Definitions, pros & cons*, *Forbes*. Available at: https://www.forbes.com/advisor/business/types-business-ownership/ (Accessed: 29 May 2023).

Glossary of business terms - A to Z (2013) *The Guardian*. Available at: https://www.theguardian.com/business/glossary-business-terms-a-z-jargon (Accessed: 29 May 2023).

EU measures against climate change (2018) *News European Parliament*. Available at: https://europeanclimate.org/the-european-green-deal/ (Accessed: 29 May 2023).

Circular economy examples (no date) *Explore the circular economy*. Available at: https://ellenmacarthurfoundation.org/explore?contentType=CircularEconomyExample (Accessed: 29 May 2023).

(2020) *Types of Business Ownership Explained | Sole Traders, Partnerships, LTD, PLC and Franchise*. Two Teachers. Available at: https://www.youtube.com/watch?v=BN2cQNNvg_4 (Accessed: 29 May 2023).

"Green Business: An A-to-Z Guide" edited by Nevin Cohen

Referências Unidade 3

What Is a Value Proposition? *Harris* https://www.resultist.com/blog/what-is-a-value-proposition

How to Design a Winning Business Model. Business models by Ramon Casadesus-Masanell and Joan E. Ricart From the Magazine (January–February 2011) Summary. Reprint: R1101G Most executives...https://hbr.org/2011/01/how-to-design-a-winning-business-model

How to Design a Winning Business Model - Article - Faculty & Research **...**How to Design a Winning Business Model By: Ramon Casadesus-Masanell and Joan E. Ricart Format: Print | *Pages: 8 Email Print Share Abstract Most executives believe that competing through business models is critical for success, but few have come to grips with how best to do so.*https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=38951

How To Set Product Strategy in 2023 — With Templates and Examples - Aha! *Product strategy defines the "why" behind the product and must come before the "what," "when," and "how." A goal-first approach is a product manager's best path towards innovation. Strategic planning takes place before you dive into the detailed work of building your roadmap and developing new features. Set product strategy in Aha! Roadmaps*. https://www.aha.io/roadmapping/guide/product-strategy

What Is a Business Model? Definition, Types, and How To Create One in 2023" https://www.aha.io/roadmapping/guide/product-strategy/what-are-some-examples-of-a-business-model

Referências Unidade 4

BDC (2022, November 30). A 5-step recruitment plan for small businesses. *Business Development Bank of Canada (BDC)*. https://www.bdc.ca/en/articles-tools/employees/recruit/recruiting-plans-small-businesses

Deka, R. R. (2021, June 5). Green HRM: Meaning, Advantages, Policies, and Practices. *Vantage Circle*. https://blog.vantagecircle.com/green-hrm/

Gupta, G. & Gupta, A. (2013). Green Recruiting. *International Journal of Management & Information Technology*. *3*(3), 2278-5612. https://doi.org/10.24297/ijmit.v3i3.1749

Ren, S., Tang, G., & Jackson, S. E. (2018). Green human resource management research in emergence: A review and future directions. *Asia Pacific Journal of Management*, *35*(3), 769–803. https://doi.org/10.1007/s10490-017-9532-1

Renwick, D. W. S., Jabbour, C. J. C., Muller-Camen, M., Redman, T., &; Wilkinson, A. (2016). "Contemporary developments in Green (environmental) HRM scholarship". *The International Journal of Human Resource Management*. 27(2), 114–128. https://doi.org/10.1080/09585192.2015.1105844

Sustainable Recruitment Alliance (n.d.). *DWF drive positive environmental change*. https://sralliance.co.uk/casestudies/dwf-drive-positive-environmental-change/

University of Minnesota (2016). *Human Resource Management*. University of Minnesota Libraries. https://open.lib.umn.edu/humanresourcemanagement/

Referências Unidade 5

Brand activism for small businesses: 4 tips for developing a social impact strategy https://99designs.com/blog/case-studies/brand-activism-for-small-businesses/

Creating a Sustainability Mindset in the business world. https://www.linkedin.com/pulse/creating-sustainability-mindset-business-world-tine-wagenmann

Environmental footprint https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/environmental-footprint

Greenwash: what it is and how not to fall for it https://www.greenpeace.org.uk/news/what-is-greenwashing/#:~:text=Greenwashing%20is%20a%20PR%20tactic,meaningfully%20reducing%20its%20environmental%20impact.

In Latest Example Of Corporate Activism, Companies Are Working With Environmentalists To Fight Climate Change https://www.forbes.com/sites/edwardsegal/2020/12/02/in-latest-example-of-corporate-activism-companies-are-working-with-environmentalists-to-fight-climate-change/?sh=1fa909935924

Miller, G.T. & S. Spoolman (2011). Living in the Environment: Principles, Connections, and Solutions (17th ed.). Belmont, CA: Brooks-Cole.

Teaching sustainability to business students: shifting mindsets https://eclass.unipi.gr/modules/document/file.php/ODE202/Teaching_sustainability_to_business_students_Shift.pdf

Referências Unidade 6

Types of EU Funding for Green Projects 2021-2027 (19th October 2021), *EU Calls* - https://eucalls.net/blog/eu_funding_green_projects .

Funding, Environment, *The official website of the European Union* - https://environment.ec.europa.eu/funding_en .

Dayana Mayfield (Oct 27, 2022), How to Get Funding and Grants for Green Startups, *Entrepreneur* - https://www.entrepreneur.com/starting-a-business/how-to-get-funding-for-your-eco-business/376815 .

Shannon Power (Dec 19, 2022), Obtaining Funding for your Green Start-Ups, *EuroCompanyFormations* - https://www.eurocompanyformations.com/blog/obtaining-funding-green-start-ups/ .

Sustainable Energy Hub, *United Nations Development Programme*- https://www.undp.org/energy .

GREEN & SUSTAINABLE HUB, *Natixis Corporate & Investment Banking* - https://gsh.cib.natixis.com/ .