



B-ECO

Start-up Eco Entrepreneurs project

Material didático para
professores de EFP



**Cofinanciado pela
União Europeia**

Financiado pela União Europeia. Os pontos de vista e as opiniões expressas são as do(s) autor(es) e não refletem necessariamente a posição da União Europeia ou da Agência de Execução Europeia da Educação e da Cultura (EACEA). Nem a União Europeia nem a EACEA podem ser tidos como responsáveis por essas opiniões.



RESUMO EXECUTIVO

O 2º Resultado do Projeto de Empreendedorismo Start-up B-ECO marca uma conquista fundamental no desenvolvimento de recursos abrangentes para melhorar o ensino e formação profissional (EFP) no domínio das práticas empresariais sustentáveis. Este resultado centra-se na criação e entrega de materiais didáticos adaptados para equipar os professores de EFP com as ferramentas e conhecimentos essenciais necessários para integrar perfeitamente o Eco empreendedorismo nas práticas de ensino.

Os principais objetivos incluem fornecer aos professores de EFP descrições abrangentes dos módulos, material de aprendizagem e guias práticos para o B-ECO *Branches*. Este resultado visa capacitar os educadores, inculcar a gestão ambiental nos alunos e contribuir globalmente para os objetivos de desenvolvimento sustentável. Os materiais antecipam um impacto transformador na educação EFP, promovendo uma mudança para um empreendedorismo ambientalmente consciente.

Portanto, o Resultado 2 prepara o terreno para um ecossistema educativo sustentável e impactante, onde os professores de EFP desempenham um papel central na formação de empreendedores Eco conscientes. Os materiais didáticos estão posicionados para catalisar mudanças positivas e impulsionar a integração global do Eco empreendedorismo na educação profissional.



ÍNDICE

RESUMO EXECUTIVO	2
AUTORES	4
1. INTRODUÇÃO	5
2. DESCRIÇÃO DO PROJETO B-ECO E PARCEIROS	6
2.1 PARCERIA	6
COORDENADOR - UNIVERSIDADE DE MARIBOR (ESLOVÉNIA)	6
PARCEIROS	7
CWEP (POLÓNIA)	7
EPRALIMA (PORTUGAL)	8
EUPHORIA (ITÁLIA)	8
EUROTRAINING (GRÉCIA)	9
LOVILA (CHIPRE)	9
3. METODOLOGIA B-ECO <i>BRANCHES</i> - H5P	10
3.1 COMO FUNCIONA?	10
3.2 H5P <i>BRANCHING</i> : PASSO-A-PASSO	11
3.3 COMO IMPLEMENTÁ-LO NUM MÓDULO	12
3.4 FONTES DE CRIAÇÃO H5P: FERRAMENTAS, PLATAFORMAS E DOCUMENTAÇÃO RELACIONADA	13
4. OBJETIVOS DO MATERIAL DIDÁTICO B-ECO	14
5. PLATAFORMA DE <i>E-LEARNING</i> B-ECO	16
MÓDULO 1: JORNADA DO EMPREENDEDOR	18
MÓDULO 2: IDEIA DE NEGÓCIO	24
MÓDULO 3: BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)	32
MÓDULO 4: PESQUISA DE MERCADO	40
MÓDULO 5: MARKETING	46
MÓDULO 6: REDES SOCIAIS	52
MÓDULO 7: FINANÇAS E PLANEAMENTO FINANCEIRO	58
MÓDULO 8: GESTÃO VERDE	64
MÓDULO 9: RECURSOS HUMANOS VERDE	82
MÓDULO 10: FORMAS E PROCEDIMENTOS LEGAIS PARA A CRIAÇÃO DE UMA EMPRESA_CHIPRE	95
MÓDULO 10: FORMAS E PROCEDIMENTOS LEGAIS PARA A CRIAÇÃO DE UMA EMPRESA_GRÉCIA	101
MÓDULO 10: FORMAS E PROCEDIMENTOS LEGAIS PARA A CRIAÇÃO DE UMA EMPRESA_ITÁLIA	108
MÓDULO 10: FORMAS E PROCEDIMENTOS LEGAIS PARA A CRIAÇÃO DE UMA EMPRESA_POLÓNIA	114
MÓDULO 10: FORMAS E PROCEDIMENTOS LEGAIS PARA A CRIAÇÃO DE UMA EMPRESA_PORTUGAL	120
MÓDULO 10: FORMAS E PROCEDIMENTOS LEGAIS PARA A CRIAÇÃO DE UMA EMPRESA_ESLÓVENIA	130
MÓDULO 11: CONCEBER UMA APRESENTAÇÃO EFICAZ E REGRAS DE APRESENTAÇÃO	138
MÓDULO 12: FONTES DE FINANCIAMENTO (FUNDOS NÃO REEMBOLSÁVEIS E REEMBOLSÁVEIS)	143
MÓDULO 13: EMPREENDEDORISMO SOCIAL	150
MÓDULO 14: EMPREENDEDORISMO AMBIENTAL	156
MÓDULO 15: DIGITALIZAÇÃO DOS NEGÓCIOS	161



AUTORES



Universidade de Maribor (Eslovénia)

<https://www.um.si/en/home-page/>



Centrum Wspierania
Edukacji
i Przedsiębiorczości

CWEP_Centre de Apoio à Educação e ao
Empreendedorismo (Polónia)

<https://cwep.eu/>



EPRALIMA - Escola Profissional Do Alto Lima -
Cooperativa de Interesse Público e
Responsabilidade Limitada (Portugal)

www.epralima.com



Euphoria Net Srl (Itália)

<https://euphorianet.it/>



EUROTraining (Grécia)

<https://eurotraining.gr/>



Lovila

Lovila (Chipre)

<https://lovila.eu/>



1. INTRODUÇÃO

Bem-vindo ao mundo do Eco Empreendedorismo, um campo dinâmico e transformador que se situa na intersecção da responsabilidade ambiental e da inovação económica. No atual panorama global em rápida mudança, é imperativo que os professores do ensino e formação profissional (EFP) dotem os alunos com conhecimentos, competências e mentalidade necessários para enfrentar os desafios e oportunidades apresentados pela necessidade urgente de práticas empresariais sustentáveis.

O Eco empreendedorismo, muitas vezes referido como "empreendedorismo verde" ou "negócios sustentáveis" representa uma mudança de paradigma na forma como abordamos o comércio e a indústria. Vai além dos conceitos empresariais tradicionais e introduz uma abordagem holística que reconhece a ligação inseparável entre o sucesso económico e a responsabilidade ambiental. Os Eco empreendedores são a força motriz por detrás desta transformação, abraçando a inovação e soluções criativas para abordar as preocupações ambientais, enquanto criam empresas rentáveis e socialmente responsáveis.

Neste Material Didático concebido especificamente para professores de EFP, exploraremos os fundamentos do Eco Empreendedorismo, fornecendo-lhe as ferramentas e conhecimentos essenciais necessários para inspirar e orientar a próxima geração de empreendedores Eco conscientes. O objetivo é capacitar o professor a efetivamente envolver os alunos, promover a compreensão do papel crítico que estes possam desempenhar na construção de um futuro sustentável por meio do empreendedorismo.

O Material Didático abordará uma série de temas-chave, a começar pela Jornada Empreendedora B-ECO até à Digitalização dos Negócios. Também aprofundaremos os exercícios do B-ECO *Branches* e forneceremos recursos para ajudá-lo a integrar estes conceitos ao currículo do curso.

Ao final desta jornada, estará bem equipado não apenas para ensinar Eco Empreendedorismo, mas também para incutir nos alunos a paixão por criar mudanças ambientais positivas por meio de esforços empreendedores. Ao embarcarmos nesta jornada educacional, lembre-se de que o futuro do nosso planeta e a prosperidade das gerações futuras dependem do conhecimento e das competências que transmite aos alunos.

Obrigado pela sua dedicação em promover um futuro sustentável e ecologicamente consciente por meio da educação, formação e empreendedorismo. Juntos, podemos promover uma geração de empreendedores que construirão um mundo que respeita tanto o lucro como o planeta.



2. DESCRIÇÃO DO PROJETO B-ECO E PARCEIROS

Os empresários são um pilar importante da economia da UE e é essencial proporcionar-lhes as competências e os conhecimentos de que necessitam para terem sucesso. O B-ECO proporcionará não só competências e habilidades importantes (baseadas no *EntreComp*) para ser inovador, mas também ferramentas que promovam a capacidade de se destacar no mercado em vez de se afogar nele.

De acordo com a CE: “Ao apoiar novos processos, tecnologias e serviços que tornam as empresas mais verdes, a eco inovação ajuda a Europa a otimizar o seu potencial de crescimento, ao mesmo tempo que enfrenta desafios comuns”. Através da orientação de especialistas nesta área, os nossos parceiros contribuem com a sua vasta experiência, lições aprendidas e melhores práticas, proporcionando estudos de caso e oportunidades futuras. Durante o projeto, será ministrada formação e educação prática em gestão entre os formadores dos países parceiros, através de formação inovadora centrada no Eco empreendedorismo, na inovação e na gestão de Eco negócios, e de uma nova e inovadora plataforma de e-learning orientada para a criação de um espaço único de partilha de conhecimentos e experiências entre os utilizadores dos cursos. Este curso de formação inovador funcionará de duas formas: ministrado presencialmente por formadores e/ou utilizado de forma independente como um curso online para ajudar a alcançar o maior número possível de utilizadores.

Esta parceria estratégica centra-se na promoção do acesso e da aprendizagem através de Recursos Educativos Abertos (REA), apoiando as TIC no EFP para melhorar e alargar a oferta de oportunidades de aprendizagem de alta qualidade adaptadas a formadores individuais, incluindo formas inovadoras de oferta.

2.1 PARCERIA

COORDENADOR - UNIVERSIDADE DE MARIBOR (ESLOVÉNIA)



Univerza v Mariboru (A Universidade de Maribor) é a segunda maior e a segunda mais antiga universidade na Eslovênia. É uma instituição pública autónoma, de investigação científica e de ensino, com 1.960 funcionários e aproximadamente 14.000 alunos, que estudam nas 17 faculdades. Universidade de

Maribor é orientada para atrair os melhores estudantes e criar um ambiente de desenvolvimento onde a excelência está em casa em todos os aspetos.



Está a tornar-se uma instituição central de desenvolvimento, que estabelece laços com a economia e, juntamente com os seus parceiros, cria um centro de desenvolvimento sustentável para toda a região. Está a desenvolver rapidamente novas áreas de atividade, a testar novos métodos de estudo e a procurar novas formas de integração com o ambiente.

A UM desenvolve disciplinas científicas, que abrangem engenharia, biotecnologia, humanidades, medicina, ciências sociais e ciências naturais. A UM é um programador regional com a visão de ser um ecossistema de inovação reconhecido globalmente, no qual os alunos, professores e funcionários administrativos se envolverão entusiasticamente em atividades criativas. A UM visa promover parcerias com empresas, instituições governamentais e não governamentais e outras da sociedade para enriquecer o ensino universitário, a investigação e a atividade criativa; preparar cidadãos educados e empenhados; reforçar os valores democráticos e éticos, bem como a responsabilidade cívica, abordar questões sociais críticas; respeitar as questões ecológicas e ambientais, promover a sustentabilidade no desenvolvimento; e contribuir para o bem público.

PARCEIROS

CWEP (POLÓNIA)

O Centro de Apoio à Educação e ao Empreendedorismo (CWEP) é uma organização não-governamental fundada em 2004 por um grupo de empresários, professores e ativistas sociais de Rzeszów, Polónia.



Centrum Wspierania
Edukacji
i Przedsiębiorczości

A CWEP coopera com empresas e instituições de ensino. A missão do CWEP é aumentar a qualidade da educação e da formação a todos os níveis e sob todas as formas, bem como promover o empreendedorismo, a fim de fomentar a integração de qualquer grupo social, independentemente do género, idade ou origem étnica. Em particular, os seus objetivos são melhorar a acessibilidade, a qualidade e a eficiência da educação de todas as pessoas, promover e contribuir para a educação de adultos, a aprendizagem ao longo da vida, a aprendizagem eletrónica e a utilização de novas tecnologias na educação e no empreendedorismo. A Associação trabalha com muitos parceiros da Europa para reforçar a posição económica das empresas e fornece plataformas *on-line* para as empresas.



EPRALIMA (PORTUGAL)

Epralima_Escola Profissional do Alto Lima, situa-se no norte de Portugal, no Município de Arcos de Valdevez. É composto por três delegações: a sede em Arcos de Valdevez, uma delegação em Ponte da Barca e uma delegação em Ponte de Lima. Conta ainda com um Centro Técnico e um Centro Qualifica que reconhece, valida e certifica competências.



Entre as três delegações, a Epralima oferece uma ampla gama de cursos, desde Cozinha, Eletrônica, Turismo, Design Digital 3D e muito mais. Atualmente, a Epralima tem uma média de 350 alunos divididos entre as 3 delegações.

Como escola profissional, a Epralima acredita que todos os alunos podem beneficiar do desenvolvimento de competências que os ensinam a pensar fora da caixa e que alimentem talentos não convencionais. Além disso, cria oportunidades, garante a justiça social, incute confiança e estimula a economia. Para a Epralima é um processo de aprendizagem ao longo da vida que deve começar logo no ensino fundamental e continuar a crescer em todos os níveis de ensino, incluindo a educação de adultos.

EUPHORIA (ITÁLIA)

A Euphoria Net Srl é uma empresa italiana criada em março de 2019 (*spin off* da antiga Associação Euphoria fundada em 2014) com o principal objetivo de prestar serviços no domínio da gestão de projetos, em termos de apoio às organizações na



realização e gestão de projetos, bem como de formação sobre este tema. A Euphoria é especializada na área da educação e trabalha em projetos relacionados com a inovação nestas áreas. As três principais áreas de atuação são as seguintes: 1 - Gestão de projetos: acompanha todos os aspetos relacionados com os projetos da UE; 2 - Cursos de formação: organiza cursos de formação especialmente para escolas de todos os graus, universidades e associações sobre os seguintes tópicos: gestão de projetos, competências digitais, empreendedorismo, promoção de STEM na escola, cidadania da UE, aprendizagem personalizada, competências transversais e metodologias inovadoras. 3 - Organização de eventos e estratégias de comunicação: organização de estratégias de disseminação no âmbito dos projetos, incluindo a criação da marca do projeto, comunicação, mapeamento das partes interessadas, organização e coordenação de eventos em toda a Europa.



EUROTRAINING (GRÉCIA)

EUROTraining é um Centro de Ensino Profissional localizado em Atenas, com duas filiais certificadas adicionais nas cidades de Salónica e Volos. É



especializada nos sectores do Empreendedorismo, Educação de Adultos, TIC, Gestão Financeira e Turismo. A organização está em estreita ligação com o mercado de trabalho e tenta ligar as suas ofertas de formação às necessidades das empresas e organizações dos sectores público e privado. Um dos principais objetivos da organização é contribuir para a melhoria de competências dos colaboradores de forma a dar-lhes uma vantagem competitiva.

Os principais grupos-alvo incluem, entre outros, pessoas desempregadas, recém-empregados, jovens e empresários aspirantes, pessoas com deficiência, diretores executivos, graduados de escolas secundárias e universidades.

As principais atividades da organização centram-se em programas modernos de EFP, através de aprendizagem mista baseada nas TIC, sistemas de gestão da aprendizagem baseados na Web, seminários de formação de recursos humanos e seminários de formação em empreendedorismo. As três filiais oferecem salas de aula espaçosas e modernas, laboratórios de TI de última geração, equipamentos especializados para fácil acesso às instalações, bibliotecas com acesso à internet, creches e sistemas de avaliação de tarefas de formação (ARGUS ERP).

LOVILA (CHIPRE)

Lovila é uma instituição cipriota de consultoria e formação criada com o objetivo de promover o desenvolvimento profissional e pessoal de indivíduos, empresas e empresas recém-criadas, com foco na promoção da aprendizagem ao longo da vida, digitalização e inovação em diferentes níveis e contextos de educação. Oferece serviços para empresas e empreendedores que necessitam de inovação, formação e transformação digital, o que desempenha um papel crítico na capacidade de uma organização evoluir no mercado. Presta igualmente apoio formativo de alto nível a jovens e adultos que necessitem de integração profissional, desenvolvimento de competências e qualificações básicas, competências digitais e empresariais, mentalidade e estilo de vida sustentáveis, integração e reinserção no mercado de trabalho, motivação e aconselhamento e orientação laboral.



Lovila acredita na importância da sustentabilidade ambiental e na capacidade de estabilizar a atual relação disruptiva entre a cultura humana e empresarial e o mundo vivo. Assim, os serviços da empresa estão sempre em busca de práticas de trabalho sustentáveis (futuro sustentável) através da educação.



3. METODOLOGIA B-ECO *BRANCHES* - H5P

A metodologia de *Branches* em H5P permite criar conteúdo interativo com vários caminhos ou ramificações com base nas escolhas ou respostas do aluno. Permite-lhe criar uma experiência de aprendizagem dinâmica e personalizada, apresenta diferentes conteúdos ou resultados, e depende das decisões do aluno.

3.1 COMO FUNCIONA?

Os exercícios de *Branches* H5P funcionam através de uma combinação de elementos interativos, lógica de *Branches* e feedback para criar uma experiência de aprendizagem dinâmica. Veja como geralmente funciona:

1. **Apresentação da pergunta ou cenário:** O exercício começa por apresentar uma pergunta, cenário ou ponto de decisão ao aluno. Isto pode ser na forma de texto, imagens ou outros elementos multimídia.
2. **Resposta do/a aluno/a:** o/a aluno/a escolhe ou responde à pergunta ou cenário apresentado, seleciona uma opção, clica numa área específica ou fornece um contributo.
3. **Lógica de *Branches*:** Com base na resposta do/a aluno/a, a lógica dentro do conteúdo H5P determina a próxima etapa. O autor do conteúdo define os caminhos de *Branches* e especifica qual resultado ou elemento de conteúdo corresponde a cada resposta.
4. **Apresentação do resultado ou conteúdo:** O exercício H5P apresenta o resultado ou elemento de conteúdo correspondente com base na resposta do/a aluno/a. Isso pode incluir informações adicionais, outras perguntas, multimídia ou qualquer outro conteúdo relevante.
5. **Feedback para respostas certas e erradas:** Após cada resposta do/a aluno/a, o exercício de *Branches* fornece feedback ao aluno, indica se a sua escolha está correta ou incorreta. Os comentários podem incluir explicações, informações adicionais ou orientações relacionadas com o caminho escolhido.
6. **Continuação do exercício:** O exercício de *Branches* continua e apresenta novas perguntas, cenários ou pontos de decisão com base no caminho escolhido. O processo repete-se à medida que o/a aluno/a progride através do exercício de *Branches*, potencialmente encontra pontos de *Branches* e resultados adicionais.
7. **Finalização e conclusão:** O exercício de *Branches* termina quando o/a aluno/a atinge um resultado ou completa um conjunto predefinido de percursos de *Branches*. O exercício



pode fornecer um resumo das escolhas do/a aluno/a, oferecer mais recursos ou apresentar uma avaliação final.

A lógica de *Branches* em H5P permite a criação de cenários complexos com múltiplos caminhos e resultados, proporciona aos alunos uma jornada de aprendizagem personalizada com base nas suas escolhas e respostas. Oferece uma forma interativa e envolvente de explorar diferentes possibilidades, testar conhecimentos e reforçar a aprendizagem de uma forma dinâmica e adaptativa.

3.2 H5P *BRANCHING*: PASSO-A-PASSO

1. **Determinar os *Branching* pontos:** Identifique os pontos específicos no conteúdo onde deseja introduzir a *branch*. Estes podem assumir a forma de perguntas, pontos de decisão ou interações específicas em que a resposta do/a aluno/a determina o passo seguinte.
2. **Criar múltiplos resultados:** Para cada *branch* (ponto de ramificação), defina os diferentes resultados possíveis com base nas escolhas ou respostas do/a aluno/a. Cada resultado pode levar a um caminho, conteúdo ou feedback diferente.
3. **Projetar o conteúdo e as interações:** Crie o conteúdo para cada resultado, incluindo o texto, multimídia ou elementos interativos que fornecem as informações ou envolvem do/a aluno/a. Também pode incluir perguntas ou avaliações para orientar ainda mais o processo de *Branching*.
4. **Configure a lógica de *Branching*:** na ferramenta ou plataforma de criação H5P que está a utilizar, configure a lógica de ramificação para vincular os diferentes resultados às escolhas ou respostas correspondentes. Isto pode ser feito através de uma interface visual ou ao especificar as conexões entre os elementos de conteúdo e os resultados.
5. **Definir feedback para respostas certas e erradas:** Para melhorar a experiência de aprendizagem, forneça *feedback* para respostas ou escolhas corretas e incorretas. Este *feedback* pode incluir explicações, informações adicionais ou orientações para ajudar os/aa alunos/as a compreender as consequências das suas escolhas.
6. **Testar e refinar:** teste o exercício de *Branching* para garantir que a lógica e os resultados estão a funcionar conforme o esperado. Faça os ajustes ou refinamentos necessários para melhorar o fluxo e a coerência dos caminhos de ramificação.

Seguindo esta metodologia, pode criar exercícios de *Branching* envolventes e interativos em H5P que oferecem aos alunos diferentes caminhos com base nas suas escolhas ou respostas,



proporcionar uma experiência de aprendizagem personalizada e reforçar a compreensão do conteúdo.

3.3 COMO IMPLEMENTÁ-LO NUM MÓDULO

A implementação de um exercício de *Branching* num módulo pode ser feita com ferramentas de autoria H5P ou plataformas que suportam a criação e integração de conteúdo H5P. Aqui estão as etapas gerais para o implementar:

- 1. Escolher uma ferramenta ou plataforma de criação H5P:** selecione uma ferramenta ou plataforma de criação H5P adequada que permita criar e publicar conteúdo interativo. Algumas opções populares incluem *plugins/extensões* H5P.org, H5P.com ou H5P para vários sistemas de gestão de conteúdo (CMS) como *WordPress*, *Moodle* ou *Drupal*.
- 2. Criar o exercício de *Branching*:** use a ferramenta ou plataforma de criação escolhida para criar o exercício de *Branching*. Isto envolve projetar o conteúdo, definir pontos de ramificação, criar vários resultados, configurar a lógica de *Branching* e fornecer feedback para respostas certas e erradas.
- 3. Personalizar a aparência e as configurações:** Personalize a aparência e o comportamento do exercício de *branching* para encaixar com o seu módulo. Isto inclui ajustar o *layout*, cores, fontes e outros elementos visuais. Também pode definir configurações adicionais, como tempo, pontuação ou acompanhamento de progresso que dependem dos recursos da ferramenta ou plataforma de criação.
- 4. Incorporar o conteúdo H5P no módulo:** Depois de criar o exercício de *branching*, gere o código de incorporação ou o código de integração fornecido pela ferramenta ou plataforma de criação H5P. Esse código permite que incorpore o exercício de *branching* diretamente no módulo, como uma página da web, sistema de gestão de aprendizagem (*LMS_Learning Managment System*) ou plataforma de e-learning.
- 5. Testar e implementar:** Antes de implementar o módulo, teste completamente o exercício de *branching* para garantir que a lógica, os resultados e o *feedback* funcionem conforme pretendido. Faça os ajustes ou refinamentos necessários com base nos testes. Quando estiver satisfeito com a funcionalidade, implemente o módulo para o público-alvo.
- 6. Recolher dados dos/as alunos/as e analisar resultados:** À medida que os/as alunos/as interagem com o exercício de *branching*, recolhem dados sobre as suas escolhas, respostas e progresso. Analise os dados para obter informações sobre o comportamento,



a compreensão ou as áreas do/a aluno/a que possam necessitar de mais instrução ou apoio.

Lembre-se de consultar a documentação ou os recursos fornecidos pela ferramenta ou plataforma de criação H5P específica que está a utilizar, pois o processo de implementação pode variar ligeiramente dependendo dos recursos e opções de integração da ferramenta.

3.4 FONTES DE CRIAÇÃO H5P: FERRAMENTAS, PLATAFORMAS E DOCUMENTAÇÃO

RELACIONADA

1. **H5P.org:** O site oficial do H5P oferece uma gama de ferramentas de criação e recursos para a criação de conteúdo H5P. Pode aceder as ferramentas de criação e encontrar documentação, tutoriais e suporte da comunidade em <https://h5p.org/>.
2. **H5P.com:** H5P.com é uma plataforma baseada em nuvem que fornece alojamento e gestão de conteúdo H5P. Este oferece uma interface amigável para criar e publicar conteúdo H5P. Pode saber mais e inscrever-se através do seguinte <https://h5p.com/>.
3. **H5P Plugins para CMS:** H5P fornece plugins / extensões para sistemas de gestão de conteúdo populares (*CMS_Content Management System*) como *WordPress*, *Moodle*, *Drupal* e outros. Pode pesquisar por "*plugins H5P*" específicos para o seu CMS para encontrar os *plugins* relevantes que permitem criar e incorporar conteúdo H5P dentro do seu CMS.
4. **Documentação H5P:** A documentação H5P fornece informações detalhadas e guias sobre como criar e usar conteúdo H5P. Pode aceder à documentação em <https://h5p.org/documentation>.
5. **Comunidade H5P:** A comunidade H5P é um fórum ativo onde os usuários compartilham as experiências, fazem perguntas e fornecem suporte para tópicos relacionados ao H5P. Pode se juntar à comunidade em <https://h5p.org/community>.

Observação: a disponibilidade e os recursos das ferramentas, plataformas e plug-ins de criação H5P podem variar, por isso é recomendável explorar as opções e recursos específicos que se alinham com as suas necessidades e requisitos.



4. OBJETIVOS DO MATERIAL DIDÁTICO B-ECO

Estes materiais didáticos visam apoiar formadores e educadores de EFP na utilização da plataforma de e-learning e das B-ECO *Branches* durante as suas sessões de empreendedorismo:

Facilitar a integração do e-learning: O principal objetivo do material didático é apoiar os formadores e educadores de EFP na utilização eficaz da plataforma de e-learning como um recurso fundamental durante as suas sessões de empreendedorismo.

Melhorar a Utilização dos Ramos B-ECO: Os materiais visam permitir que os formadores maximizem o potencial dos B-ECO *Branches*, e garantir que os alunos beneficiam de experiências práticas do mundo real que se alinham com os princípios do Eco empreendedorismo.

Promover a Sustentabilidade Digital: Os materiais visam incentivar e permitir a transição para os recursos digitais, promovem uma abordagem mais sustentável e amiga do ambiente à educação e à formação em empreendedorismo.

Acessibilidade e Conveniência: Ao disponibilizarem os materiais em formato eletrónico, visam proporcionar aos formadores e educadores de EFP recursos facilmente acessíveis, descarregáveis a partir do *Website* do projeto e da plataforma de e-learning, por isso facilitam assim a utilização em diversos ambientes de ensino.

Descrições dos módulos e materiais de aprendizagem: Os materiais têm como objetivo oferecer descrições abrangentes dos módulos e material de aprendizagem que capacite os formadores a realizar sessões de empreendedorismo eficazes, alinhadas com os princípios do Eco empreendedorismo.

Guia Detalhado para o B-ECO *Branches*: Os materiais didáticos visam fornecer aos formadores um guia detalhado para a criação e operação de B-ECO *Branches*, e promovem a aprendizagem prática e experiencial para os alunos.

Capacitar formadores: Um dos principais objetivos é capacitar formadores e educadores de EFP, equipando-os com o conhecimento e as ferramentas necessárias para criar sessões de empreendedorismo envolventes, eficazes e ambientalmente conscientes.

Melhorar os resultados de aprendizagem dos/as alunos/as: Em última análise, os materiais didáticos visam contribuir para melhores resultados de aprendizagem do/a aluno/a, melhoram a qualidade e a sustentabilidade da educação para o empreendedorismo, preparam, em última análise, dos/as alunos/as para se tornarem empreendedores eco conscientes.

Alinhamento com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável: Os materiais visam alinhar-se com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas, particularmente aqueles



relacionados à sustentabilidade ambiental e educação de qualidade, isto é, promovem a educação empreendedora ecologicamente correta.

Fomentar a Inovação: Ao promover o Eco empreendedorismo e a integração do e-learning, estes materiais visam estimular o pensamento inovador e inspirar o desenvolvimento de soluções empresariais sustentáveis entre educadores e alunos/as.



5. PLATAFORMA DE *E-LEARNING* B-ECO

A plataforma de e-learning B-ECO conterá o seguinte:

- **Registo de Utilizador:** Formadores e alunos/as devem criar contas na plataforma de e-learning.
- **Painel de controlo:** Ao fazer *login*, os usuários são recebidos com um painel personalizável exibindo informações relevantes, incluindo o progresso do curso, atualizações recentes e eventos futuros.
- **Catálogo de Curso:** A plataforma apresenta um catálogo abrangente do curso, organizado por módulos de Eco empreendedorismo. Os formadores podem procurar e selecionar os módulos que se alinham com as suas necessidades de ensino.
- **Acesso ao módulo:** Clicar num módulo específico leva a uma página dedicada com conteúdo detalhado que inclui:
 - **Resumo:** Uma descrição dos objetivos do módulo e dos resultados de aprendizagem.
 - **Materiais de aprendizagem:** acesso a recursos como apresentações, vídeos e conteúdo interativo.
 - **Ferramentas de avaliação:** Questionários, tarefas ou avaliações para testar a compreensão.
- **Fóruns de discussão:** Cada módulo/curso pode ter o próprio fórum de discussão, que permite aos formadores fazer perguntas, partilhar experiências e colaborar com pares. Isto fomenta um sentido de comunidade e apoio entre os educadores.
- **Acompanhamento do progresso:** A plataforma acompanha o progresso dentro de cada módulo, e marca seções concluídas e permite que os instrutores continuem onde pararam.
- **Recursos descarregáveis:** Os materiais e guias de aprendizagem estarão disponíveis para *download* diretamente no *Website* do projeto.
- **B-ECO Branch Setup:** A plataforma tem uma seção dedicada para executar exercícios de B-ECO *Branching*.
- **Recursos:** Além do curso, a plataforma fornecerá uma variedade de recursos e estudos de caso para aprofundar o conhecimento de formadores e alunos/as.
- **Análise de envolvimento do utilizador:** a plataforma deve coletar dados sobre o envolvimento do utilizador, que inclui os materiais que são mais populares, taxas de progresso e tendências de *feedback*, que ajudam os administradores a refinar e expandir as ofertas.

Em resumo, a plataforma de e-learning funciona como um centro abrangente, de fácil utilização para formadores e formandos de EFP. Oferece uma vasta gama de recursos, oportunidades de



colaboração e mecanismos de apoio. Esta abordagem integrada, maximiza os benefícios dos materiais didáticos para o ensino eficaz do Eco empreendedorismo e a criação de B-ECO *Branches*.



MÓDULO 1: JORNADA DO EMPREENDEDOR

1. INTRODUÇÃO

Como professor, deve começar com um discurso motivacional, por exemplo:

"Caros alunos.

O empreendedorismo é um caminho menos percorrido, o caminho para o sucesso que é tudo menos fácil. Como alunos que estudam empreendedorismo, já embarcaram numa jornada que exige coragem, resiliência e uma crença inabalável nos vossos sonhos. Escolheram um caminho cheio de desafios, fracassos e erros, mas deixe-me garantir-lhes, é também um caminho que pode levar a uma incrível realização e sucesso.

Aceitem os desafios, falhas e erros como oportunidades de crescimento. Lembrem-se, o fracasso não é o oposto do sucesso; é um trampolim para o sucesso. Aprendam com os erros e persistam. O sucesso não é uma questão de acaso; trata-se de perseverança e trabalho árduo. Confiem na vossa visão, rodeiem-se de apoio e acreditem em si mesmos. O verdadeiro sucesso está no impacto que causem e na mudança positiva que trazem. Abracem a jornada, celebrem vitórias e aprendam com os contratempos. Mantenham-se resilientes e nunca percam de vista os seus sonhos. Forjem o próprio caminho, superem obstáculos e deixem o espírito empreendedor brilhar.

Deixe-me dizer-lhes desde já: "Boa sorte nesta incrível jornada!"

Este discurso é seguido por uma breve introdução à lição e aos objetivos de aprendizagem:

A jornada do empreendedor inclui os primeiros pensamentos e abordagens sobre a jornada empreendedora. Em cada unidade, aprenderá sobre o significado de empreendedorismo, quais as qualidades que um empreendedor deve ter, como embarcar na jornada empreendedora e exemplos de empreendedores de sucesso. No final de cada unidade, existem tarefas práticas que lhe permitem verificar os conhecimentos adquiridos e determinar se está no caminho certo (empreendedor).

2. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

- Saber como planear a jornada empreendedora.
- Saber quais as qualidades empreendedoras que tem, e quais ainda precisam de ser adquiridas/desenvolvidas.
- Aplicar abordagens para iniciar efetivamente uma jornada empreendedora baseada em boas práticas.



3. RESULTADO(S) DE APRENDIZAGEM

- Entender o que é empreendedorismo e quem é empreendedor.
- Conhecer as principais características de um empreendedor.
- Identificar vantagens e desvantagens de ser um empreendedor.
- Definir os primeiros passos no empreendedorismo.
- Saber onde procurar apoio e ajuda em Portugal.

4. MÉTODOS DE APRENDIZAGEM:

- Estudo da literatura recomendada e dos recursos da Internet
- Tomada de decisão com base nos resultados das B-ECO *Branches*
- Avaliação da jornada empreendedora

5. RESULTADOS - COMPETÊNCIAS ADQUIRIDAS (LIGAÇÃO AO ENTRE-COMP) ¹

- **Ideias e oportunidades:**
 1. Visão
 2. Valorizar as Ideias
 3. Criatividade
- **Recursos:**
 1. Motivações e Persistência
 2. Autoconhecimento e autoeficácia
 3. Mobilizando recursos
- **Em ação:**
 1. Tomar a iniciativa
 2. Planeamento e Gestão
 3. Aprender através da experiência

6. EQUIPAMENTOS E RECURSOS:

- Computador
- Projetor ou TV
- Acesso à Internet

¹ <https://entre-comp.eu/>



7. WARM-UP (15 MIN.)

Arraste as palavras - Definições de empreendedorismo:

Instruções: Arraste as palavras da coluna da direita para as definições correspondentes na coluna da esquerda.

Coluna 1: DEFINIÇÕES	Arraste as palavras Coluna 2 para a Coluna 1	Coluna 2: PALAVRAS
A. O processo de recolha de informação sobre potenciais clientes e concorrentes para tomar decisões de negócio informadas.		1. Inovação
B. Um documento detalhado que descreve os objetivos, estratégias e projeções financeiras de um novo negócio.		2. Assumir riscos
C. A capacidade de identificar e criar ideias, produtos ou serviços que acrescentem valor ao mercado.		3. Pesquisa de Mercado
D. O ato de assumir riscos calculados para alcançar o sucesso do negócio.		4. Plano de Negócios
E. Construir e manter relacionamentos com indivíduos e organizações para trocar informações, recursos e oportunidades.		5. Ligação em rede

Chave de resposta:

Inovação - C

Tomada de riscos - D

Pesquisa de mercado - A

Plano de negócios - B

Ligação em rede - E

8. APRESENTAÇÃO (35 MIN.)

- **Apresentação em *Power Point* para aula + exemplos práticos.**
- O professor explicará os conteúdos incluídos no PPT e nos apontamentos fornecidas aos alunos.
- A. Explicação dos Resultados de Aprendizagem da lição
- B. O professor apresenta os Resultados de Aprendizagem da lição 1:
 - O que é empreendedorismo e quem é empreendedor?
 - Características de um empreendedor
 - Vantagens e desvantagens de ser um empreendedor.
 - Primeiros passos no empreendedorismo
 - Onde procurar apoio e ajuda?
- C. O professor dá alguns exemplos práticos:
 - Vídeo-entrevista com um empresário



9. CENÁRIO DE *BRANCHING*

Introdução: Bem-vindo ao cenário de *Branching* na jornada legal do empreendedor. Este exercício destina-se a testar os seus conhecimentos e capacidades de tomada de decisão relativamente às formas jurídicas de diferentes situações. Leia cada pergunta com atenção e selecione a resposta mais adequada.

Pergunta 1: Qual é o principal significado de empreendedorismo?

- a) Ser administrador
- b) Identificar as necessidades do mercado e criar valor acrescentado
- c) Pagar impostos

Feedback 1a: Está incorreto. As pessoas que empreendem apenas por causa do cargo de diretor têm poucas oportunidades de sucesso.

Feedback 1b: Ótima escolha! A essência do empreendedorismo é identificar as necessidades dos clientes, conceber um produto que satisfaça essas necessidades e criar valor acrescentado nos negócios.

Feedback 1c: Esta não é a resposta correta. Pagar impostos definitivamente não é o principal motivo para se tornar um empreendedor :).

Pergunta 2: Quais das são as qualidades que um empreendedor deve ter?

- a) Persistência
- b) Obediência
- c) Ressentimento

Feedback 2a: Excelente! Empreender é como uma montanha-russa, há alturas que está em cima, outras em que está em baixo - sem persistência não há sucesso no empreendedorismo!

Feedback 2b: Incorreto. Um empreendedor deve pensar com a cabeça e ter uma visão estratégica ou visionária.

Feedback 2c: Esta não é a resposta correta. O ressentimento impede um empreendedor de trabalhar bem com parceiros de negócios a longo prazo.

Pergunta 3: Quais são os profissionais do empreendedorismo?

- a) Riscos financeiros potenciais
- b) Aumento do tempo de trabalho



c) Pode seguir a sua paixão

Feedback 3a: Não, o empreendedorismo envolve sempre risco, o risco financeiro é o risco mais comum no empreendedorismo.

Feedback 3b: Incorreto. Começar um negócio requer muito tempo e esforço mental.

Feedback 3c: Muito bem! A paixão é uma das principais motivações para o sucesso do negócio!

Pergunta 4: É importante procurar apoio e ajuda no início de uma jornada independente?

a) Não, eu sei tudo

b) Não, posso encontrar tudo em www

c) Sim

Feedback 4a: Incorreto. Ninguém sabe tudo. No início da jornada empreendedora, é fundamental que obtenha o máximo de informações relevantes e apoio possível, pois erros no empreendedorismo podem ficar muito caro.

Feedback 4b: Incorreto. A *World Wide Web* oferece muitas informações úteis, mas não pode "personalizar" exatamente às suas necessidades.

Feedback 4c: Correto! Informações e experiência que recebe pessoalmente - inestimável!

Conclusão: Parabéns por completar o cenário na jornada empreendedora. Demonstrou compreensão sobre quais são os primeiros passos e quais as qualidades pessoais que são importantes para um empreendedor. Lembre-se de consultar instituições do ambiente de apoio ao empreendedorismo para apoio, verificação da ideia de negócio e assistência.

10. AVALIAÇÃO

- Características de um empreendedor; levantamento de 6 características-chave, escala entre 1 e 10 (autoavaliação).

Características do empreendedor	Relevância 1-10
Deve ter a capacidade de assumir um risco	
<i>Mindset</i> Inovador	
Paixão	
Confiança	
Qualidades visionárias e de liderança	
Tomada de Decisão	



11. COLEÇÃO DE ESTUDOS DE CASO "GREATEST HITS" (R3)

12. FONTES PARA PROFESSORES - PARTE OU A TOTALIDADE DE "FONTES" EM MÓDULOS (R1)

[1] Ruzzier, M., Antončič, B., Bratkovič, T., Hisrich, R.D., (2008): Podjetništvo. Koper: Društvo za akademske in aplikativne raziskave. Str. 10-285.

[2] Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., Design de Proposta de Valor. Dostopno na/disponível em: <https://assets.strategyzer.com/assets/resources/value-proposition-design-book-preview-2014.pdf>. Linhas 15-38.

[3] Goljar, M., (2012): Poslovno modeliranje. Ustvarjalnik. Ljubliana.

[4] Maurya. A. (2014): Delaj vitko: Od načrta A do načrta, ki deluje. Pasadena, Ljubliana. www.delajvitko.si.

[5] Barringer B. R., Ireland R. D., (2016) *Entrepreneurship, Successful Launch New Ventures*; Sala Prentice - Bergant, A.

[6] Sushanta Maiti (2021); *O que é Empreendedorismo? Definição, 5 tipos, 5 escopos, características, 5 importância*;
https://educationleaves.com/what-is-empreendedorismo/#Definition_of_Entrepreneurship

[7] Equipe Editorial do Indeed (2021); *12 prós e contras de ser um empreendedor*;
<https://www.indeed.com/career-advice/finding-a-job/pros-and-cons-of-being-entrepreneur>



MÓDULO 2: IDEIA DE NEGÓCIO

1. INTRODUÇÃO

Como professor, deve começar com um discurso motivacional, por exemplo:

"Caros alunos.

Hoje vamos falar sobre ideias de negócios A ideia de negócio é uma centelha de brilhantismo, um testemunho da criatividade, ambição e potencial ilimitado. Abracem a jornada que temos pela frente, pois não será fácil. Esperem contratempos, dúvidas e portas fechadas. Mas lembrem-se, o fracasso não é o fim - é um trampolim para o sucesso. Abracem o fracasso como um guia, uma bússola que redireciona um curso para maiores possibilidades. Cerquem-se de mentores e conselheiros, aprendam com os fracassos e nunca percam de vista a vossa visão. Acreditem em vocês e na vossa ideia, pois o mundo precisa da vossa inovação, da vossa perspetiva única e da vossa audácia para desafiar a norma. Atravam-se a sonhar alto, desafiar o status quo e tornar a vossa ideia realidade. Eu tenho fé em vocês. Saiam e mostrem ao mundo do que vocês são feitos!"

Este discurso é seguido por uma breve introdução ao módulo e aos objetivos de aprendizagem:

O objetivo de iniciar o seu próprio negócio começa com o reconhecimento de um problema no mercado, com grande potencial de mercado e potencial suficiente para que os compradores estejam preparados para pagar pela solução (produto, serviço). Este módulo apresentará os passos sobre como identificar o problema, quais as formas de criar uma ideia de negócio, o que uma boa ideia de negócio deve incluir e como avaliar o potencial de uma ideia de negócio. O conteúdo do Módulo permitirá que adote uma abordagem estruturada para formular e definir uma ideia de negócio; quais os passos necessários para iniciar com sucesso o próprio negócio.

2. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

- Saber como ter uma ideia para começar um negócio
- Identificar as abordagens para criar uma ideia de negócio.
- Saber caracterizar uma boa ideia de negócio.
- Saber verificar o "valor" de uma ideia de negócio?

3. RESULTADO(S) DE APRENDIZAGEM

- Identificar ideias de negócio.
- Caracterizar uma boa ideia de negócio.



- Avaliar uma ideia de negócio.

4. MÉTODOS DE APRENDIZAGEM:

- Estudo da literatura recomendada e dos recursos da Internet
- Tomada de decisão com base nos resultados da B-ECO *Branches*
- Avaliação do módulo.

5. RESULTADOS - COMPETÊNCIAS ADQUIRIDAS (LIGAÇÃO AO ENTRE-COMP) ²

- **Ideias e oportunidades:**
 1. Visão
 2. Valorizar as Ideias
 3. Criatividade
- **Recursos:**
 1. Motivações e Persistência
 2. Autoconhecimento e autoeficácia
 3. Mobilizando recursos
- **Em ação:**
 1. Tomar a iniciativa
 2. Planeamento e Gestão
 3. Aprender através da experiência

6. EQUIPAMENTOS E RECURSOS:

- Computador
- Projetor ou TV
- Acesso à Internet

7. WARM-UP (15 MIN.)

Divida os alunos em pequenos grupos de 3-4 pessoas.

1. Explique o conceito de *elevator pitch*, que é um resumo conciso e persuasivo de uma ideia de negócio que pode ser entregue no período de uma viagem de elevador (cerca de 30 segundos a 1 minuto).

² <https://entre-comp.eu/>



2. Dê a cada grupo um objeto aleatório ou um nome de produto fictício. Pode escrevê-los em pequenas folhas de papel e distribuí-los.
3. Instrua os grupos a criar uma ideia de negócio relacionada ao objeto ou nome do produto, ou seja, deveriam fazer um brainstorming e criar um pequeno *pitch* de elevador para a ideia.
4. Estabeleça um limite de tempo, como 10 a 15 minutos, para os grupos prepararem os arremessos.
5. Quando o tempo acabar, peça a cada grupo que selecione uma pessoa para entregar o *elevator pitch* para o resto da turma.
6. Incentive os grupos a serem criativos, entusiasmados e persuasivos durante as apresentações.
7. Após cada *pitch*, permita que a turma forneça feedback construtivo e faça perguntas sobre a ideia de negócio.
8. Opcionalmente, pode introduzir um sistema de votação ou ter um painel de avaliadores para avaliar os *pitches* com base em critérios como clareza, criatividade e persuasão.
9. Conclua o jogo discutindo as principais conclusões da atividade e destacando a importância de uma comunicação eficaz na apresentação de ideias de negócio.

Este jogo não é só uma dinâmica antes de começar o módulo, mas também promoverá o trabalho em equipa, criatividade e competências de comunicação eficazes.

8. APRESENTAÇÃO (35 MIN.)

- **Apresentação em *Power Point* para aula + exemplos práticos.**
- O professor explicará os conteúdos incluídos no PPT e nos apontamentos fornecidas aos alunos.
 - A. Explicação dos Resultados de Aprendizagem da lição
 - B. O professor apresenta os Resultados de Aprendizagem da lição 2:
 - Como posso ter uma ideia para começar um negócio?
 - Identifique o porquê, quem e como
 - Características de uma boa ideia de negócio.
 - Como verificar o "valor" de uma ideia de negócio?
 - C. O professor dá alguns exemplos práticos:
 - 5 slides de ideias de sucesso do Empreendedor (Local!)



9. CENÁRIO DE BRANCHING

Introdução: Você é um empreendedor iniciante com uma paixão pela tecnologia. Tem duas ideias potenciais de negócios e precisa tomar uma decisão sobre qual deveria seguir. As suas opções são:

Ideia A: Desenvolver uma aplicação móvel que ajude as pessoas a rastrear e reduzir a pegada de carbono.

Ideia B: Criar uma plataforma de realidade virtual (RV) para a aprendizagem imersiva de línguas.

Agora, vamos explorar o cenário de *branching*:

Branch 1: Escolhendo a ideia - A (Carbon Footprint App)

Decide seguir a Ideia A e desenvolver um aplicativo móvel que ajuda as pessoas a rastrear e reduzir a pegada de carbono. À medida que aprofunda na ideia, depara-se com um ponto de decisão fundamental:

Opção A1: Financiamento e recursos

Percebe que o desenvolvimento do aplicativo requer financiamento e recursos significativos. Tem duas opções:

Opção A1.1: Procurar financiamento de capital de risco (CR)

Decide apresentar a ideia a investidores de risco para garantir financiamento. No entanto, durante o processo de *pitching*, encontra desafios e alguns investidores expressam preocupações sobre a rentabilidade e a escalabilidade do seu aplicativo. O que fazer a seguir?

Opção A1.1.1: Modificar o *pitch*

Ouve o feedback dos investidores e modifica o *pitch* para atender às as preocupações. Isto requer reformular o modelo de negócios e encontrar fluxos de receita adicionais. Depois de fazer os ajustes necessários, consegue garantir o financiamento do CR. O aplicativo ganha popularidade e decide expandir a base de usuários globalmente, o que causa impacto positivo no meio ambiente.

Opção A1.1.2: Procurar financiamento alternativo

Decide explorar opções alternativas de financiamento para garantir os recursos necessários para o desenvolvimento de aplicativos. Isto inclui candidatar-se a subsídios, buscar financiamento coletivo ou fazer parcerias com organizações ambientalmente conscientes. Apesar de enfrentar os desafios iniciais, consegue



garantir o financiamento necessário e lançar seu aplicativo com sucesso, o que causa um impacto positivo no meio ambiente.

Opção A1.2: Inicializar o empreendimento

Em vez de procurar financiamento externo, decide iniciar o empreendimento investindo as próprias economias e alavancando a rede. Embora o progresso seja inicialmente lento, a dedicação e desenvoltura valem a pena. O aplicativo ganha tração e gera receita gradualmente, o que permite escalar e cause um impacto positivo no meio ambiente.

Branch 2: Escolher a Ideia - B (RV Plataforma de Aprendizagem de Línguas)

Escolhe seguir a Ideia B e criar uma plataforma de realidade virtual (RV) para aprendizagem imersiva de línguas. Ao explorar mais esta ideia, encontra um ponto de decisão crítico:

Opção B1: Pesquisa e Validação de Mercado

Percebe a importância da pesquisa de mercado e validação antes de investir recursos significativos no desenvolvimento da plataforma de aprendizagem de línguas de RV. Tem duas opções:

Opção B1.1: Realizar uma extensa pesquisa de mercado

Aloca tempo e recursos para conduzir pesquisas de mercado abrangentes, incluindo pesquisas, grupos focais e análise da concorrência. Os resultados indicam uma forte procura por experiências imersivas de aprendizagem de línguas e validam o potencial sucesso da plataforma. Encorajado pelas descobertas, prossegue com o desenvolvimento, lança a plataforma e ganha uma base substancial de utilizadores.

Opção B1.2: Girar a ideia

Durante a pesquisa de mercado, descobre que o mercado de plataformas de aprendizagem de línguas de RV está saturado, o que torna se destacar difícil. No entanto, identifica outra oportunidade: criar um aplicativo de aprendizagem de línguas baseado em IA que se concentra em experiências de aprendizagem personalizadas. Reconhece o potencial, e dinamiza a ideia, realiza mais pesquisas de mercado, refina o conceito e lança a aplicação com sucesso, ao atender a um nicho do público.

10. AVALIAÇÃO

Exercício: Análise e Crítica de Ideias de Negócio*

Objetivo: O objetivo deste exercício é avaliar a capacidade dos alunos para analisar e criticar ideias de negócio com base em vários critérios.



Instruções: Forneça a cada aluno um conjunto de ideias de negócios ou estudos de caso (pode criar o próprio ou usar exemplos existentes de negócios da vida real).

Instruir os alunos a analisar e avaliar individualmente as ideias de negócio com base nos seguintes critérios:

- a. **Potencial de Mercado:** Avaliar o tamanho do mercado-alvo, a procura pelo produto ou serviço e o potencial de crescimento.
- b. **Proposta de Valor:** Avaliar a singularidade e o apelo da oferta de produtos ou serviços.
- c. **Vantagem competitiva:** Identificar a vantagem competitiva da ideia de negócio em relação aos concorrentes existentes.
- d. **Modelo de Receita:** Analisar a estratégia de geração de receita e rentabilidade potencial do negócio.
- e. **Viabilidade:** Considere os recursos, as competências e a infraestrutura necessários para executar a ideia de negócio.
- f. **Sustentabilidade:** Avaliar a viabilidade a longo prazo e a escalabilidade do conceito de negócio.
- g. **Riscos e Mitigação:** Identificar potenciais riscos e desafios associados à ideia de negócio e propor formas de os mitigar.

* Aqui estão algumas ideias de negócios que os alunos podem analisar e explorar:

- **Plataforma de comércio eletrónico para artesãos locais:** crie um mercado *online* que exiba e venda de produtos artesanais criados por artesãos locais. Os alunos podem analisar o potencial de mercado, público-alvo, cenário competitivo e modelos de receita.
- **Agência de marketing digital para pequenas empresas:** Estabeleça uma agência de marketing digital especializada em fornecer estratégias e serviços de marketing *online* personalizados para pequenas empresas. Os alunos podem analisar a procura por serviços de marketing digital, modelos de preços, canais de marketing eficazes e vantagens competitivas.
- **Aplicação de fitness personalizado:** desenvolva uma aplicação móvel que ofereça planos de treino personalizados, orientação nutricional e recursos de acompanhamento de progresso. Os alunos podem analisar o tamanho do mercado, público-alvo potencial, características únicas, estratégias de monetização e estratégias de aquisição de usuários.
- **Soluções de embalagens sustentáveis:** Inicie um negócio que ofereça soluções de embalagem ecológicas e sustentáveis para empresas de comércio eletrónico. Os alunos podem analisar a crescente procura por embalagens sustentáveis, processos de fabricação, considerações de custo e estratégias de marketing.
- **Centro de entretenimento de realidade virtual (VR):** crie um centro de entretenimento de realidade virtual que ofereça experiências de jogo imersivas e simulações de realidade



virtual. Os alunos podem analisar o potencial de mercado, seleção de localização, modelos de preços, requisitos de *hardware* e *software* e estratégias de marketing.

- **Plataforma de tutoria *online*:** Desenvolver uma plataforma *online* que conecte os alunos com tutores qualificados para sessões de tutoria personalizadas. Os alunos podem analisar a procura por tutoria *online*, estruturas de preços, processos de seleção de tutores e requisitos de tecnologia.
- **Serviço de entrega de comida à base de plantas:** Lance um serviço de entrega de comida especializado em refeições à base de plantas e veganas. Os alunos podem analisar as tendências de mercado, público-alvo, desenvolvimento de menus, gestão da cadeia de suprimentos e diferenciação competitiva.
- **Marca de moda sustentável:** Estabeleça uma marca de moda sustentável que se concentre no fornecimento ético, processos de produção ecológicos e práticas de comércio justo. Os alunos podem analisar o mercado de moda sustentável, estratégias de *branding*, opções de *sourcing* e campanhas de marketing.
- **Soluções de automação residencial inteligente:** Fornecer soluções de automação residencial inteligente que permitem aos proprietários controlar e monitorizar vários aspetos de suas casas através de dispositivos conectados. Os alunos podem analisar a procura do mercado, os requisitos de tecnologia, os modelos de preços e as potenciais parcerias.
- **Plataforma de gestão de eventos virtuais:** desenvolva uma plataforma que facilite o planeamento, a organização e a alojamento de eventos virtuais, conferências e *webinars*. Os alunos podem analisar o mercado de eventos virtuais, recursos da plataforma, estruturas de preços e estratégias de marketing.

11. COLEÇÃO DE ESTUDOS DE CASO "GREATEST HITS" (R3)

12. FONTES PARA PROFESSORES - PARTE OU A TOTALIDADE DE "FONTES" EM MÓDULOS (R1)

- [1] Ruzzier, M., Antončič, B., Bratkovič, T., Hisrich, R.D., (2008): Podjetništvo. Koper: Društvo za akademske in aplikativne raziskave. Str. 10-285.
- [2] Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., Design de Proposta de Valor. Dostopno na/disponível em: <https://assets.strategyzer.com/assets/resources/value-proposition-design-book-preview-2014.pdf>. Linhas 15-38.
- [3] Goljar, M., (2012): Poslovno modeliranje. Ustvarjalnik. Ljubliana.
- [4] Maurya. A. (2014): Delaj vitko: Od načrta A do načrta, ki deluje. Pasadena, Liubliana. www.delajvitko.si.



- [5] Barringer B. R., Ireland R. D., (2016) *Entrepreneurship, Successful Launch New Ventures*; Sala Prentice - Bergant, A.
- [6] Joshua Stowers, (2023) *Como iniciar um negócio: um guia passo-a-passo*; Diário de Notícias de Negócios
- [7] Mark Macdonald, (2022) *Ideias de Produtos: 17 Lugares Para Encontrar Produtos Rentáveis*; <https://www.shopify.com/blog/product-ideas>
- [8] Ahmad Nasrudin, (2023); *Quais são as características de uma boa ideia de negócio?* <https://penpoin.com/good-business-idea/>



MÓDULO 3: BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)

1. INTRODUÇÃO

Como professor, deve começar com um discurso motivacional, por exemplo:

"Caros alunos/ Futuros Empreendedores

Hoje vamos falar sobre o Business Model Canvas. O Business Model Canvas é a vossa bússola, o vosso plano para o sucesso. É uma ferramenta que traz clareza ao caos, orientando-os a construir uma base de negócios robusta. Abracem o vosso poder e libertem a vossa criatividade. Identifiquem elementos-chave – segmentos de clientes, propostas de valor, canais – e tecem numa tapeçaria perfeita. Adaptem-se, iterem e refinem à medida que navegam no cenário dinâmico do empreendedorismo. Com o Canvas como vosso guia, descobrirão oportunidades ocultas, aproveitarão recursos e forjarão parcerias estratégicas. Abracem a Tela, pois é a ponte que conecta a vossa visão à realidade. Permitam que estes os capacitem a criarem modelos de negócios impactantes que transcendam fronteiras. Abracem o desafio, empunham a tela com elegância e vejam os vossos sonhos voarem. O sucesso aguarda aqueles que aproveitam o seu potencial. Vocês têm a tela; Agora pintem a vossa obra-prima.

Este discurso é seguido por uma breve introdução à lição e aos objetivos de aprendizagem:

O módulo *Business Model Canvas* (BMC) representa uma abordagem e uma ferramenta com a qual os empreendedores, especialmente os potenciais empreendedores, efetivamente redefinem ou iniciam a jornada empreendedora. O módulo apresenta a estrutura, a abordagem e as principais vantagens do uso do modelo de negócios *canvas*. O *Business Model Canvas* ajuda a visualizar o que é importante e força os utilizadores a abordarem as áreas-chave. Este também pode ser usado por uma equipa (funcionários e/ou conselheiros) para entender relacionamentos e chegar a acordos.

2. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

- Conhecer os benefícios do uso do *Business Model Canvas*.
- Saber começar a construir um BMC para a ideia de negócio.
- Conhecer as principais áreas do *Business Model Canvas*.

3. RESULTADO(S) DE APRENDIZAGEM

- Conhecer os princípios da BMC.
- Projetar a BMC para a ideia de negócio.
- Reconhecer os benefícios do uso do *Business Model Canvas*.



4. MÉTODOS DE APRENDIZAGEM:

- Estudo da literatura recomendada e dos recursos da Internet
- Tomada de decisão com base nos resultados do B-ECO *Branches*
- Avaliação da jornada empreendedora

5. RESULTADOS - COMPETÊNCIAS ADQUIRIDAS (LIGAÇÃO AO ENTRE-COMP) ³

- **Ideias e oportunidades:**
 1. Visão
 2. Valorizar as Ideias
 3. Criatividade
- **Recursos:**
 1. Motivações e Persistência
 2. Autoconhecimento e autoeficácia
 3. Mobilizando recursos
- **Em ação:**
 1. Tomar a iniciativa
 2. Planeamento e Gestão
 3. Aprender através da experiência

6. EQUIPAMENTOS E RECURSOS:

- Computador
- Projetor ou TV
- Acesso à Internet

7. WARM-UP (15 MIN.)

Nos próximos 15 minutos, embarcaremos num divertido e envolvente exercício de aquecimento usando o *Business Model Canvas*. Prepare-se para libertar a sua criatividade e explorar os elementos-chave de um modelo de negócio.

Vamos imaginar que tem uma paixão pela panificação e quer começar um pequeno negócio de padaria. Pegue numa caneta e um pedaço de papel, ou use uma ferramenta digital, e vamos mergulhar!

³ <https://entre-comp.eu/>



1. Comece por identificar "problemas" dos seus potenciais clientes que pode resolver com o seu produto. Quando terminar esta tarefa, identifique os segmentos de clientes. Quem serão os seus clientes-alvo? Vai atender aos moradores locais, empresas ou ambos? Pense nas suas preferências, necessidades e demografia.
2. De seguida, passe para a proposta de valor. O que vai diferenciar a padaria? São os sabores únicos, designs de bolos personalizados ou um foco em ingredientes orgânicos e de origem local? Considere o que fará com que os clientes escolham a sua padaria em detrimento de outras.
3. Agora, vamos explorar os canais através dos quais alcançará os seus clientes. Terá uma montra física, uma presença *online* ou uma combinação de ambos? Pense em como vai promover a padaria e conectar-se com potenciais clientes.
4. À medida que progride, considere as principais atividades necessárias para administrar a padaria. Isto inclui a cozedura, decoração, gestão de inventário e atender clientes. Pense nos recursos necessários, como equipamentos de panificação, ingredientes e pessoal qualificado.
5. As parcerias podem desempenhar um papel crucial no sucesso empresarial. Explore possíveis colaborações com fornecedores locais, planeadores de eventos ou locais de casamento. Estas parcerias podem ajudar a expandir o alcance e criar oportunidades mutuamente benéficas.
6. Os fluxos de receita são essenciais para sustentar a padaria. Como vai gerar renda? Será através da venda de produtos de panificação, da oferta de serviços de restauração ou da realização de *workshops* de panificação? Considere diferentes fluxos de receita que se alinham com as ofertas da padaria.
7. Por fim, pense na sua estrutura de custos. Identifique os principais custos envolvidos, como ingredientes, aluguer, serviços públicos e salários do pessoal. Isto ajudá-lo-á a compreender e gerir as suas despesas de forma eficaz.

Parabéns! Acabou de criar uma tela de modelo de negócio simplificada para sua padaria em apenas 15 minutos. Este exercício é um vislumbre do emocionante mundo do empreendedorismo, onde as ideias ganham vida.

Lembre-se, isto é apenas o começo. À medida que continua a jornada empreendedora, pode refinar e expandir cada elemento da tela do seu modelo de negócios. A tela servirá como guia, ajuda-o a tomar decisões informadas e a adaptar-se às mudanças na dinâmica do mercado.



Por isso, abrace a sua paixão pela panificação, liberte a sua criatividade e deixe que o Business Model Canvas seja a sua bússola. Os sonhos da padaria estão ao alcance, e estamos animados para ver como o seu modelo de negócio evolui ao longo do tempo.

Agora, vá em frente e deixe o seu espírito empreendedor voar! Aproveite a viagem e saboreie o doce sabor do sucesso enquanto dá vida à sua padaria. Boa sorte nesta deliciosa aventura!

8. APRESENTAÇÃO (35 MIN.)

- Apresentação em *Power Point* para aula + exemplos práticos.
- O professor explicará os conteúdos incluídos no PPT e nos apontamentos fornecidas aos alunos.
 - A. Explicação dos Resultados de Aprendizagem do módulo
 - B. O professor introduz conteúdos abordados no Módulo 3:
 - Benefícios do uso do *Business Model Canvas*
 - Como começar a construir um BMC para a sua ideia de negócio
 - Principais áreas do *Business Model Canvas*.
 - C. O professor dá alguns exemplos práticos:
 - Exemplos de BMC

9. CENÁRIO DE BRANCHING

Cenário: É um empreendedor aspirante com uma ideia de negócio na indústria de tecnologia. Tem duas opções: desenvolver um produto de *software* ou fornecer serviços de consultoria.

Vamos explorar os caminhos ramificados com base nestas escolhas.

Opção 1: Desenvolver um produto de *software*

Decide desenvolver um produto de *software*. Agora, precisa considerar os segmentos de clientes, proposta de valor, canais, atividades-chave, recursos, parcerias, fluxos de receita e estrutura de custos.

Segmentos de Clientes:

- a) Pequenas empresas que procuram ferramentas de produtividade.
- b) Instituições de ensino que necessitem de um sistema de gestão da aprendizagem.

Que segmento de clientes irá segmentar?

Se escolher (a), avance para a Opção 1a.

Se escolher (b), avance para a Opção 1b.



Opção 1a: Orientação para as pequenas empresas

Proposta de Valor:

- a) Um *software* de gestão de projetos de fácil utilização.
- b) Um *software* de gestão de relacionamento com o cliente (CRM_Customer Relationship Management) com análise avançada.

Com qual proposta se identifica?

Se escolher (a), avance para a opção 1a1.

Se escolher (b), avance para a opção 1a2.

Opção 1a1: *Software* de gestão de projetos de fácil utilização

Canais:

- a) *Marketing online* e parcerias com comunidades de pequenas empresas.
- b) Vendas diretas e demonstrações em conferências do setor.

Qual estratégia de canal te atrai?

Se escolher (a), avance para a opção 1a1a.

Se escolher (b), avance para a opção 1a1b.

Opção 1a1a: *Marketing Online* e Parcerias

Fluxos de receita:

- a) Modelo baseado em subscrição com diferentes níveis de serviço.
- b) Modelo de compra única com complementos opcionais.

Que modelo de receita se alinha com os objetivos?

Se escolher (a), avance para a opção 1a1a1.

Se escolher (b), avance para a opção 1a1a2.

Opção 1a1a1: Modelo baseado em assinatura

Parabéns! Definiu a sua tela de modelo de negócios para um *software* de gestão de projetos amigável voltado para pequenas empresas, com uma estratégia de *marketing* e parceria *online* e um modelo de receita baseado em assinatura.

Opção 1a1a2: Modelo de compra única

Parabéns! Definiu a sua tela de modelo de negócios para um *software* de gestão de projetos amigável voltado para pequenas empresas, com uma estratégia de *marketing* e parceria *online* e um modelo de receita de compra única.

Opção 1a1b: Vendas diretas e demonstrações

Parabéns! Definiu a sua tela de modelo de negócios para um *software* de gestão de projetos amigável voltado para pequenas empresas, com uma estratégia de vendas diretas e demonstração de conferências.



Opção 1a2: Software CRM com Análise Avançada

Parabéns! Definiu a sua tela de modelo de negócios para um software de CRM com análises avançadas direcionadas a pequenas empresas, com uma estratégia de marketing e parceria *online* e um modelo de receita baseado em assinatura.

Opção 1b: Segmentar as instituições de ensino

Proposta de Valor:

- a) Uma plataforma de *e-learning* intuitiva com funcionalidades interativas.
- b) Um sistema abrangente de gestão de alunos com ferramentas administrativas.

Que proposta de valor lhe agrada?

Se escolher (a), avance para a Opção 1b1.

Se escolher (b), avance para a opção 1b2.

Opção 1b1: Plataforma intuitiva de e-learning

Parabéns! Definiu a sua tela de modelo de negócios para uma plataforma intuitiva de *e-learning* direcionada a instituições de ensino, com uma estratégia de marketing e parceria *online* e um modelo de receita baseado em assinatura.

Opção 1b2: Sistema Abrangente de Gestão de Estudantes

Parabéns! Definiu a sua tela de modelo de negócios para um sistema abrangente de gestão de alunos direcionado a instituições de ensino, com uma estratégia de *marketing online* e parceria e um modelo de receita baseado em assinatura.

Opção 2: Prestação de Serviços de Consultoria

Decide fornecer serviços de consultoria. Agora, vamos explorar os segmentos de clientes, proposta de valor, canais, atividades-chave, recursos, parcerias, fluxos de receita e estrutura de custos.

Segmentos de Clientes:

- a) Empresas em fase de arranque que necessitem de orientação estratégica.
- b) Negócios estabelecidos que procuram otimização de processos.

Que segmento de clientes irá segmentar?

Se escolher (a), avance para a Opção 2a.

Se escolher (b), avance para a opção 2b.

Opção 2a: Orientação para as empresas em fase de arranque

Proposta de Valor:

- a) Planos de negócios personalizados e *pitch decks* para investidores.
- b) Estratégias de crescimento e planos de entrada no mercado.

Com qual proposta se identifica?



Se escolher (a), avance para a opção 2a1.

Se escolher (b), avance para a opção 2a2.

Opção 2a1: Planos de negócios personalizados

Parabéns! Definiu a sua tela de modelo de negócios para fornecer serviços de consultoria para *start-ups*, com foco em planos de negócios personalizados e *pitch* para investidores.

Opção 2a2: Estratégias de crescimento

Parabéns! Definiu o seu modelo de negócio para a prestação de serviços de consultoria a *start-ups*, focando-se em estratégias de crescimento e planos de entrada no mercado.

Opção 2b: Segmentar as empresas estabelecidas

Proposta de Valor:

- a) Avaliações de eficiência operacional e otimização de processos.
- b) Pesquisa de mercado e análise competitiva.

Que proposta de valor lhe agrada?

Se escolher (a), avance para a opção 2b1.

Se escolher (b), avance para a Opção 2b2.

Opção 2b1: Avaliações da eficiência operacional

Parabéns! Definiu o seu modelo de negócio *canvas* para a prestação de serviços de consultoria a empresas estabelecidas, com foco em avaliações de eficiência operacional e otimização de processos.

Opção 2b2: Pesquisa de Mercado e Análise Competitiva

Parabéns! Definiu o seu modelo de negócio para a prestação de serviços de consultoria a empresas estabelecidas, com foco em pesquisa de mercado e análise competitiva.

Este cenário de *branching* oferece um vislumbre do *Business Model Canvas* e dos diferentes caminhos que pode explorar baseado em escolhas. Lembre-se, estes são apenas exemplos e, em cenários da vida real, aprofundar-se-ia cada elemento da tela. Aproveite a jornada empreendedora e que o caminho escolhido leve ao sucesso!

10. AVALIAÇÃO

Questionário de escolha múltipla (as respostas estarão disponíveis) sobre o conteúdo de cada parte do BMC; Após preenchê-lo, o participante deverá identificar pelo menos 70% do conteúdo correto.

11. COLEÇÃO DE ESTUDOS DE CASO "GREATEST HITS" (R3)



12. FONTES PARA PROFESSORES - PARTE OU A TOTALIDADE DE "FONTES" EM MÓDULOS (R1)

[1] Ruzzier, M., Antončič, B., Bratkovič, T., Hisrich, R.D., (2008): Podjetništvo. Koper: Društvo za akademske in aplikativne raziskave. Str. 10-285.

[2] Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., Design de Proposta de Valor. Dostopno na/disponível em: <https://assets.strategyzer.com/assets/resources/value-proposition-design-book-preview-2014.pdf>. Linhas 15-38.

[3] Goljar, M., (2012): Poslovno modeliranje. Ustvarjalnik. Ljubliana.

[4] Maurya. A. (2014): Delaj vitko: Od načrta A do načrta, ki deluje. Pasadena, Ljubliana. www.delajvitko.si.

[5] Barringer B. R., Irlanda R. D., (2016). *empreendedorismo, lançando com sucesso novos empreendimentos*; Sala Prentice - Bergant, A.

[6] Sergiy Korolov (2022), *Business Model Canvas Explained - um plano de negócios de uma página*; https://railsware.com/blog/business-model-canvas/#How_to_get_started_with_the_business_model_canvas



MÓDULO 4: PESQUISA DE MERCADO

1. INTRODUÇÃO

Como professor, deve começar com um discurso motivacional, por exemplo:

"Caros alunos.

Até agora, descobriram o que significa ser um empreendedor, as qualidades que um empreendedor deve ter e como começar o próprio negócio. Compreenderam a importância de ter uma ideia de negócio que resolva um problema que identificaram no mercado e como o Modelo de Negócio Canva os pode ajudar.

Agora sejamos um pouco mais pragmáticos!

Ter a ideia é fundamental, mas conhecer o mercado é necessário. Se querem ter sucesso com a ideia de negócio, é essencial prepararem uma pesquisa de mercado: a pesquisa de mercado é um dos primeiros passos a dar quando há uma ideia de negócio e querem começar a própria empresa.

A pesquisa de mercado fornece informações sobre a situação do mercado e sugestões com fatos detalhados e análises de tendências concretas. Os resultados ajudam a visualizar a capacidade de resposta às ideias de negócio e ajudam a evitar potenciais riscos, a tomar decisões orientadas para o cliente, a desenvolverem a estratégia e medidas de marketing concretas e muito mais!"

Este discurso é seguido por uma breve introdução ao módulo e aos objetivos de aprendizagem:

A definição de pesquisa de mercado refere-se à recolha de dados de mercado e de consumo de uma empresa para tomar decisões informadas sobre o lançamento de novos produtos e serviços e avaliar o desempenho dos produtos ou serviços da empresa após o lançamento. Nas unidades seguintes, aprenderão em detalhes o que é pesquisa de mercado e quais os objetivos, as etapas envolvidas na realização de pesquisas, os diferentes tipos de pesquisa de marketing e as ferramentas para o fazer. No final de cada unidade, encontrarão exemplos concretos e exercícios para testar os conhecimentos e compreensão dos tópicos abordados.



2. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

- Saber o que é pesquisa de mercado.
- Compreender os objetivos da pesquisa de mercado.
- Descobrir as etapas da pesquisa de mercado.
- Explora as ferramentas a serem usadas para fazer pesquisas de mercado.

3. RESULTADO(S) DE APRENDIZAGEM

- Conhecer as principais características da pesquisa de mercado.
- Ilustrar as etapas envolvidas na realização de pesquisas de mercado.
- Definir a diferença entre pesquisa qualitativa e quantitativa.
- Identificar diferentes tipos de pesquisa de mercado e ferramentas *on-line* para o fazer.

4. MÉTODOS DE APRENDIZAGEM:

- Estudo da literatura recomendada e recursos da internet.
- Avaliação dos conhecimentos com base nos resultados dos ramos B-ECO.
- Avaliação e capacidade de realização de estudos de mercado.

5. RESULTADOS - COMPETÊNCIAS ADQUIRIDAS (LIGAÇÃO AO ENTRE-COMP) ⁴

- **Ideias e oportunidades:**
 1. Visão
 2. Valorizar as Ideias
 3. Identificação de Oportunidades
 4. Pensamento Ético e Sustentável
- **Recursos:**
 1. Autoconhecimento e autoeficácia
 2. Mobilizando recursos
 3. Literacia Financeira e Económica
- **Em ação:**
 1. Tomar a iniciativa
 2. Planeamento e Gestão
 3. Lidar com a ambiguidade, a incerteza e o risco
 4. Aprender através da experiência

⁴ <https://entre-comp.eu/>



6. EQUIPAMENTOS E RECURSOS:

- Computador
- Projetor ou TV
- Acesso à Internet

7. WARM-UP (15 MIN.)

Arraste as palavras - Descobrir Pesquisa de Mercado:

Instruções: Arraste as palavras da coluna da direita para as definições correspondentes na coluna da esquerda.

Coluna 1: DEFINIÇÕES	Arraste as palavras Coluna 2 para a Coluna 1	Coluna 2: PALAVRAS
A. Uma estratégia de negócios em que uma organização analisa as tendências do mercado, a concorrência e as preferências dos consumidores antes de lançar novos produtos ou serviços para tomar decisões de negócios informadas.		1. <i>Buyer Personas</i>
B. Uma análise não estruturada que descreve um fenómeno baseado nas pessoas e nas suas opiniões.		2. S.M.A.R.T.
C. Uma plataforma que fornece dados competitivos e inclui tanto empresas em fase inicial como grandes empresas.		3. Pesquisa de Mercado
D. Os critérios para definir os objetivos da pesquisa de mercado.		4. Pesquisa de mercado Qualitative
E. Um modelo com informação detalhada que as empresas utilizam para representar o cliente ideal.		5. Crunchbase

Chave de resposta:

Buyer Personas - E

S.M.A.R.T. - D

Pesquisa de mercado - A

Pesquisa de Mercado Qualitative - B

Crunchbase- C

8. APRESENTAÇÃO (35 MIN.)

- **Apresentação em *Power Point* para aula + exemplos práticos.**
- O professor explicará os conteúdos incluídos no PPT e nos apontamentos fornecidas aos alunos.
 - Explicação dos Resultados de Aprendizagem no módulo
 - O professor introduz os conceitos a abordar no módulo 4:



- O que é pesquisa de mercado e seus objetivos?
 - Como fazer pesquisa de mercado?
 - Pesquisa de mercado qualitativa e quantitativa.
 - Tipos de pesquisa de mercado e ferramentas *on-line* para o fazer
- C. O professor dá alguns exemplos práticos:
- História de sucesso da Airbnb

9. CENÁRIO DE *BRANCHING*

Introdução: Bem-vindo ao cenário de *branching* da Pesquisa de Mercado. Este exercício vai testar os seus conhecimentos com base nas competências que aprendeu durante este módulo. Leia cada pergunta com atenção e selecione a resposta mais adequada.

Pergunta 1: Qual das seguintes opções não é uma razão pela qual os empresários usam pesquisas de mercado?

- a) Fixação de um preço de venda
- b) Decidir quando o pessoal deve ter reuniões de equipa
- c) Identificação das tendências da indústria

Feedback 1a: Incorreto. Os empresários usam pesquisas de mercado para conhecer as tendências de preços da concorrência e definir um preço de venda.

Feedback 1b: Correto, um e-mail ou um telefonema é suficiente para agendar uma reunião de equipe! :)

Feedback 1c: Não é a resposta correta. A pesquisa de mercado é fundamental para identificar as tendências do setor.

Pergunta 2: Quais são as etapas da pesquisa de mercado em ordem?

- a) Definir os objetivos; processar os dados que recolheu; identificar o grupo de pessoas
- b) Definir os objetivos; identificar o grupo de pessoas; processar os dados que recolheu
- c) Processar os dados que recolheu; identificar o grupo de pessoas; definir os objetivos

Feedback 2a: Não, não é possível processar os dados antes de identificar o grupo-alvo.

Feedback 2b: Correto! Estes são os três passos a seguir para fazer uma pesquisa de mercado, que pode adaptar às suas necessidades específicas.

Feedback 2c: Incorreto. Primeiro precisa de identificar os objetivos da pesquisa e o grupo-alvo para ter dados para processar!

Pergunta 3: Carol planeia lançar um novo produto para o negócio de sabonetes artesanais e fez uma pesquisa para recolher dados. Ela pergunta: "Com que frequência compra sabonetes artesanais?"

Que exemplo de pesquisa de mercado é este?



- a) Investigação secundária
- b) Estudos quantitativos de mercado
- c) Estudos qualitativos de mercado

Feedback 3a: Incorreto. A pesquisa secundária é um dos dois métodos de pesquisa de mercado que utiliza dados que já foram recolhidos, analisados e publicados por fontes externas (não é o proprietário dos dados!).

Feedback 3b: Correto! Lembre-se, a pesquisa de mercado quantitativa tem tudo a ver com matemática, e os dados recolhidos descrevem objetivamente o comportamento mostrado pelos consumidores.

Feedback 3c: Não é a resposta correta! A pesquisa de mercado qualitativa é mais sobre as pessoas e as opiniões, e muitas vezes as perguntas qualitativas começam com "O que/porque acha...".

Pergunta 4: Que tipo de pesquisa de mercado é uma pesquisa?

- a) Investigação primária
- b) Investigação laboratorial
- c) Investigação secundária

Feedback 4a: Excelente! Pesquisa primária é qualquer tipo de pesquisa que o próprio recolhe. Os exemplos incluem inquéritos, entrevistas, observações e grupos focos.

Feedback 4b: Incorreto. Será um futuro empreendedor ou investigador de laboratório?

Feedback 4c: Não é a resposta correta. Como já vimos, na pesquisa secundária, utiliza dados que já foram recolhidos e publicados.

Conclusão: Parabéns por completar o cenário de *branching* na pesquisa de mercado. Demonstrou compreensão da pesquisa de mercado e como fazê-lo. Agora tudo o que precisa fazer é tentar realizar pesquisas de mercado por conta própria!

10. AVALIAÇÃO

Quer lançar um novo produto no seu negócio de joalheria artesanal: brincos e colares feitos a partir de resíduos. Antes de o fazer, precisa de ter uma visão clara do mercado de joias; É por isso que precisa de realizar a sua pesquisa de mercado:

1. Definir os objetivos S.M.A.R.T.
2. Construir o modelo de persona do cliente ideal.
3. Identificar possíveis concorrentes.

11. COLEÇÃO DE ESTUDOS DE CASO "GREATEST HITS" (R3)



12. FONTES PARA PROFESSORES - PARTE OU A TOTALIDADE DE "FONTES" EM MÓDULOS (R1)

- [1] Wall Street Mojo Team. (2023). Disponível em: [Market Research - Definition, Process, Types, Examples \(wallstreetmojo.com\)](#)
- [2] Liz M. (10/06/2022). 9 Highly Successful Market Research Examples. Disponível em [Examples Of Successful Market Research | Similarweb](#)
- [3] Qualtrics. (2022). Your ultimate guide to market research and how to conduct it like a pro. Disponível em [Ultimate Guide to Market Research & How to Do It in 2023 \(qualtrics.com\)](#)
- [4] Startup Geeks. (2023). Ricerca di mercato. Cos'è, quanto costa e come farla. Disponível em [Ricerca di mercato: cos'è, quanto costa e come farla - Startup Geeks](#)
- [5] Statista. (2023). Disponível em [Statista - The Statistics Portal for Market Data, Market Research and Market Studies](#)
- [6] Semrush. (2023). Disponível em [Semrush - Online Marketing Can Be Easy](#)
- [7] [Google Trends](#). (2023)
- [8] Google Alerts - Monitor the web for interesting new content. (2023). Disponível em [Google Alerts - Monitor the Web for interesting new content](#)
- [9] Crunchbase. (2023). Disponível em [Crunchbase: Discover innovative companies and the people behind them](#)
- [10] Similarweb. (2023). Disponível em [Marketing Intelligence & Competitive Analysis Tools | Similarweb](#)
- [11] Bizfluent - Examples of SMART Objectives for Market Research. (2023). Disponível em [Bizfluent](#)



MÓDULO 5: MARKETING

1. INTRODUÇÃO

Como professor, deve começar com um discurso motivacional, por exemplo:

"Caros alunos.

Agora que perceberam que ter uma ideia para um negócio não é o suficiente e aprenderam a fazer pesquisas de mercado, é hora de arregaçar as mangas e estudar Marketing. Só podem começar o próprio negócio se tiverem algum conhecimento de marketing e entenderem como este é crucial para o sucesso de qualquer negócio.

Além disso, é preciso considerar as mudanças na sociedade, nos sistemas económicos, etc., manterem-se atualizados e preparados. A internet e os smartphones transformaram a forma como as pessoas comunicam e obtêm informações e, além das estratégias tradicionais de marketing, também é necessário considerarem o marketing digital. É por isso que é essencial entenderem os fundamentos das estratégias de marketing convencionais para criarem uma estratégia de marketing integrada que utiliza as técnicas e ferramentas mais eficazes do negócio. O marketing ajuda a gerar renda para o negócio. Não importa o quão incrível acham que o produto ou serviço pode ser, ainda precisam de informar as pessoas sobre o produto/serviço e influenciar o processo de pensamento."

Este discurso é seguido por uma breve introdução ao módulo e aos objetivos de aprendizagem:

O marketing é mais do que apenas uma ferramenta disponível para grandes empresas que podem pagar enormes investimentos em marketing. Têm de considerar o marketing uma prática a ser implementada no negócio para garantir que o relacionamento com os clientes exista, seja lucrativo e duradouro. Nas unidades seguintes, aprenderão sobre o que é marketing, como este evoluiu e a sua importância, e descobrirão o marketing ecologicamente correto. No final de cada unidade, encontrarão exemplos concretos e exercícios para testar conhecimentos e compreensão dos tópicos abordados.

2. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

- Saber o que é marketing.
- Descobrir como o marketing evoluiu ao longo do tempo.
- Entender por que precisa de marketing.
- Explorar o marketing ecológico (verde).



3. RESULTADO(S) DE APRENDIZAGEM

- Conhecer as principais características do marketing.
- Ilustrar a evolução do marketing ao longo do tempo.
- Explicar a importância do marketing.
- Identificar o marketing ecológico.

4. MÉTODOS DE APRENDIZAGEM:

- Estudo da literatura recomendada e recursos da internet.
- Avaliação dos conhecimentos com base nos resultados dos ramos B-ECO.
- Avaliação e capacidade de planejar uma estratégia de marketing

5. RESULTADOS - COMPETÊNCIAS ADQUIRIDAS (LIGAÇÃO AO ENTRE-COMP) ⁵

- **Ideias e oportunidades:**
 1. Criatividade
 2. Valorizar as Ideias
 3. Identificação de Oportunidades
 4. Pensamento Ético e Sustentável
- **Recursos:**
 1. Mobilizar os outros
 2. Mobilizando recursos
 3. Literacia Financeira e Económica
- **Em ação:**
 1. Planeamento e Gestão
 2. Trabalhar com os outros
 3. Lidar com a ambiguidade, a incerteza e o risco
 4. Aprender através da experiência

6. EQUIPAMENTOS E RECURSOS:

- Computador
- Projetor ou TV
- Acesso à Internet

⁵ <https://entre-comp.eu/>



7. WARM-UP (15 MIN.)

Arrastar as palavras - Descobrir o Marketing:

Instruções: Arraste as palavras da coluna da direita para as definições correspondentes na coluna da esquerda.

Coluna 1: DEFINIÇÕES	Arraste as palavras Coluna 2 para a Coluna 1	Coluna 2: PALAVRAS
A. A utilização de canais online para chegar aos clientes.		1. Marketing ecológico
B. Uma medida das necessidades e preferências dos clientes.		2. Mix de Marketing
C. Usar práticas, materiais e estratégias amigas da terra para promover a consciência e a proteção ambiental.		3. Marketing Digital
D. Produto, Preço, Promoção, Ponto		4. Estratégia de Marketing
E. Definir mercados-alvo, otimizar a proposta de valor e analisar minuciosamente as oportunidades de mercado.		5. Valor para o consumidor
Chave de resposta: Marketing ecológico - C Digital Marketing - A Marketing Mix - D Estratégia de Marketing - E Valor para o consumidor - B		

8. APRESENTAÇÃO (35 MIN.)

- **Apresentação em *Power Point* do módulo + exemplos práticos.**
- O professor explicará os conteúdos do PPT e nos apontamentos fornecidos aos alunos.
 - A. Explicação dos Resultados de Aprendizagem do módulo
 - B. O professor introduz conceitos abordados no módulo 5:
 - O que é marketing?
 - Evolução do marketing
 - Por que precisa de Marketing?
 - Marketing ecológico (Verde)
 - Onde procurar apoio e ajuda?
 - C. O professor dá alguns exemplos práticos:
 - Starbucks, Ikea, Google, Lacoste



9. CENÁRIO DE *BRANCHING*

Introdução: Bem-vindo ao cenário de *branching* do Marketing. Este exercício vai testar os seus conhecimentos com base nas competências que aprendeu durante este módulo. Leia cada pergunta com atenção e selecione a resposta mais adequada.

Pergunta 1: O marketing tem 4P's: Produto, Preço, Promoção e _____. Qual é o 4º P?

- a) Ponto de venda
- b) Presunção
- c) Peso

Feedback 1a: Correto! "Ponto" refere-se a como fazer chegar o produto às pessoas.

Feedback 1b: Não, "presunção" não é um dos quatro P's do Marketing Mix.

Feedback 1c: Incorreto! Lembre-se: os 4P's do Marketing Mix são: Produto, Preço, Promoção e Ponto de venda.

Pergunta 2: O novo conceito de marketing centra-se em:

- a) A perspetiva da empresa
- b) As necessidades dos Clientes
- c) O preço

Feedback 2a: Incorreto. É no Marketing Mix original que o foco está na perspetiva da empresa.

Feedback 2b: Correto! O novo conceito de Marketing foca-se nas necessidades dos Clientes: Valor do Cliente, Custo, Conveniência e Comunicação.

Feedback 2c: Não é a resposta correta. "Preço" é um dos conceitos do Marketing Mix original. Não confunda o custo de um produto com o seu preço. O preço é apenas um pequeno segmento do custo total da compra de um produto por um cliente.

Pergunta 3: Está a planear a estratégia de marketing. Que medidas deve tomar?

- a) Estabelecer metas claras e analisar os resultados
- b) Planear apenas uma boa comunicação
- c) Definir objetivos claros, comunicar constantemente, seguir boas práticas, analisar resultados

Feedback 3a: Incorreto. A definição de objetivos claros e a análise dos resultados são ações essenciais, mas é necessário ir mais longe! Também precisa de planear uma boa comunicação e seguir boas práticas.

Feedback 3b: Não, não pode basear a estratégia de marketing apenas na comunicação. Uma boa comunicação é essencial para chegar aos clientes. Ainda assim, é necessário mais a



longo prazo para se encaixar muito melhor no ecossistema de marketing atual, onde as necessidades dos clientes são primordiais e os consumidores têm grande poder de decisão.

Feedback 3c: Excelente! Deve tomar estas ações para fazer o marketing funcionar e alcançar os objetivos de negócios.

Pergunta 4: No marketing digital deveria:

- a) Utilizar canais *online*
- b) Anúncios impressos
- c) Fazer *cold calling*

Feedback 4a: Excelente! O marketing digital usa canais *online* como redes sociais, e-mail e mecanismos de procura para alcançar os clientes.

Feedback 4b: Incorreto. A impressão de anúncios é um método de marketing tradicional que permite alcançar clientes através de veículos como jornais ou revistas.

Feedback 4c: Não é a resposta correta. O *cold calling*, também chamado de *telemarketing*, é um tipo de marketing tradicional que se aplica a empresas que vendem produtos ou serviços por telefone.

Pergunta 5: Marketing ecológico:

- a) Engloba o marketing sustentável
- b) Centra-se em estratégias que promovem a proteção do ambiente
- c) Inclui práticas que vão além do meio ambiente

Feedback 5a: Não, é exatamente o contrário: o marketing sustentável engloba o marketing ecologicamente correto.

Feedback 5b: Correto! O marketing ecológico incentiva as empresas a usar práticas, materiais e estratégias comerciais ecologicamente corretas que promovam a conscientização e a proteção ambiental.

Feedback 5c: Não é a resposta correta. O marketing sustentável inclui práticas que vão além do meio ambiente, como questões sociais e económicas.

Conclusão: Parabéns por completar o cenário de *branching* no marketing. Demonstrou entendimento do que é marketing e as principais características. Agora tudo o que precisa de fazer é tentar planear uma estratégia de marketing por conta própria!



10. AVALIAÇÃO

Quer lançar um novo produto no seu negócio de joalheria artesanal: brincos e colares feitos a partir de resíduos. Já realizou pesquisas de mercado; Agora é hora de planejar a estratégia de marketing:

1. Definir o mercado-alvo e os objetivos que pretende alcançar com o marketing.
2. Analisar as necessidades dos clientes.
3. Determinar os canais de comunicação que pretende utilizar para chegar aos clientes e explicar a sua escolha.

11. COLEÇÃO DE ESTUDOS DE CASO "GREATEST HITS" (R3)

12. FONTES PARA PROFESSORES - PARTE OU A TOTALIDADE DE "FONTES" EM MÓDULOS (R1)

- [1] C. Maggio. (14/05/2022). Strategie di marketing: le migliori campagne a cui ispirarti. Trend Online. Disponível em [Strategie di marketing: le migliori campagne a cui ispirarti \(trend-online.com\)](https://www.trend-online.com)
- [2] P. Kotler. G. Armstrong. (2009). Principi di Marketing. Pearson. ISBN-10: 8871925572
- [3] P. Kotler. (1999). Il marketing secondo Kotler. Milano Il sole 24 Ore. [ISBN 88-7187-974-0](https://www.elsevier.com/locate/S0022-0816(99)00097-4)
- [4] P. Kotler. (1980). Principles of Marketing, Prentice-Hall.
- [5] F. Vallone. (15/03/2021). 5 Inspiring Marketing Success Stories That'll Change Your Brand. Gamer Seo. Disponível em [5 Inspiring Marketing Success Stories That Will Change Your Brand - GamerSEO - Video game marketing agency](https://www.gamerseo.com/5-inspiring-marketing-success-stories-that-will-change-your-brand/)
- [6] S. Hollensen, P. Kotler, M. Oliver Opresnik. (2017). Social Media Marketing: A Practitioner's Guide, Amazon Direct Publishing.
- [7] M. Bretous. (12/08/2022). Sustainable Marketing: Key Principles & How to Leverage It [+Examples]. Hubspot. Retrieved from [Sustainable Marketing: Key Principles & How to Leverage It \[+Examples\] \(hubspot.com\)](https://www.hubspot.com/sustainable-marketing)
- [8] Lacoste Lacoste x IUCN SOS. (2022). Disponível em [Lacoste x IUCN SOS - IUCN SOS](https://www.lacoste.com/pt-br/iucn-sos)



MÓDULO 6: REDES SOCIAIS

1. INTRODUÇÃO

Como professor, deve começar com um discurso motivacional, por exemplo:

"Caros alunos.

Nesta era de conectividade e inovação digital, o poder das redes sociais é uma força que pode impulsionar um negócio a patamares sem precedentes. Permitam-me acender as chamas da inspiração dentro de vocês enquanto mergulhamos nesta emocionante expedição.

Assim como a jornada de um empreendedor começa com uma centelha de engenhosidade, a aventura no mundo das redes sociais também começa. A paisagem digital é a tela, e a criatividade, o pincel que pinta histórias que cativam, envolvem e ressoam. Não se trata apenas de gostos e partilhas; trata-se de criar narrativas que inspirem ação e promovem conexões.

No domínio empresarial, a inovação é o coração do progresso. Da mesma forma, no palco dinâmico das redes sociais, a inovação é a aliada. Não se limitem a seguir tendências; ousem defini-los. Abracem plataformas emergentes, experimentem formatos de conteúdo e pensem fora da caixa. Lembrem-se, todo avanço começa com a vontade de desafiar o status quo.

Em conclusão, meus companheiros aventureiros, a incursão nas redes sociais nos negócios não é uma mera expedição; é uma odisséia transformadora. Abracem os desafios, aproveitem as oportunidades e deixem a criatividade fluir como um rio, esculpindo o curso através da paisagem digital. Assim como os empreendedores gravam os legados nas indústrias, o domínio das mídias sociais gravará a marca digital para as gerações futuras"

Este discurso é seguido por uma breve introdução ao módulo e aos objetivos de aprendizagem:

Neste módulo, aprenderá os conceitos básicos de plataformas de média social de tal forma que, ao entendê-los, será capaz de aumentar o engajamento do negócio. Aprenderá também o impacto da utilização das redes sociais pelas empresas em fase de arranque na orientação e oportunidades empresariais e como tirar partido desta tendência. No final de cada unidade, existem tarefas práticas que lhe permitem verificar os conhecimentos adquiridos e determinar se está no caminho certo (empreendedor).



2. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

- Explicar e avaliar os conceitos de plataformas sociais.
- Aprender a conectar as mídias sociais com o elemento ecológico.
- Identificar como usar as mídias sociais numa empresa.
- Aprender a envolver um público.
- Implementar/ilustrar uma estratégia de média social.

3. RESULTADO(S) DE APRENDIZAGEM

- Determinar qual plataforma social usar
- Compreender a importância dos princípios sociais das plataformas.
- Entender a conexão do elemento ecológico nas mídias sociais.
- Adotar competências na aplicação das redes sociais nos negócios.
- Desenvolver uma estratégia de redes sociais.
- Projetar métodos atraentes para capturar um público.

4. MÉTODOS DE APRENDIZAGEM:

- Estudo da literatura recomendada e dos recursos da Internet
- Tomada de decisão com base nos resultados do B-ECO *Branches*
- Avaliação de mídias sociais nos negócios.

5. RESULTADOS - COMPETÊNCIAS ADQUIRIDAS (LIGAÇÃO AO ENTRE-COMP) ⁶

- **Ideias e oportunidades:**
 1. Visão
 2. Valorizar as Ideias
 3. Identificação de oportunidades
 4. Criatividade
- **Recursos:**
 1. Autoconsciência e autoeficácia
 2. Mobilizar recursos
 3. Mobilizar os outros
 4. Motivações e persistência
- **Em ação:**
 1. Tomar a iniciativa

⁶ <https://entre-comp.eu/>



2. Planeamento e Gestão
3. Cooperação

6. EQUIPAMENTOS E RECURSOS:

- Computador
- Projetor ou TV
- Acesso à Internet

7. WARM-UP (15 MIN.)

Arrastar as palavras - Definições de Plataformas de Redes Sociais:

Instruções: Arraste as palavras da coluna da direita para as definições correspondentes na coluna da esquerda.

Coluna 1: DEFINIÇÕES	Arraste as palavras Coluna 2 para a Coluna 1	Coluna 2: PALAVRAS
A. Uma plataforma para criar e desenvolver contactos comerciais.		1. Facebook
B. Uma plataforma que permite aos utilizadores comunicar com outras pessoas de todo o mundo.		2. Instagram
C. Uma plataforma para partilhar fotos e vídeos.		3. LinkedIn
D. Uma plataforma para partilhar vídeos		4. Twitter
E. Uma plataforma para enviar e ler os chamados <i>posts</i> .		5. YouTube

Chave de resposta:

LinkedIn - B
 Instagram - C
 LinkedIn - A
 Twitter - E
 YouTube - D

8. APRESENTAÇÃO (35 MIN.)

- **Apresentação em *Power Point* para aula + exemplos práticos.**
 - O professor explicará os conteúdos incluídos no PPT e nos apontamentos fornecidos aos alunos.
- A. Explicação dos Resultados de Aprendizagem do módulo
 - B. O professor apresenta os Resultados de Aprendizagem do módulo 6:
 - Plataformas de Redes Sociais
 - Plataformas de Redes Sociais nos Negócios
 - Ligação em rede



- Conteúdo Multimédia Redes Sociais e como envolver um público
- C. O professor dá alguns exemplos práticos:
- Campanha TOMS: "Um dia sem sapatos"

9. CENÁRIO DE *BRANCHING*

Introdução: Bem-vindo ao cenário de *branching* na estratégia de média social (SMS) para uma boutique de moda! Este exercício foi projetado para testar os conhecimentos e competências de tomada de decisão em relação ao desenvolvimento de um SMS que elevará a presença *on-line* da ChicVogue Boutique, envolverá o público-alvo e impulsionará o aumento do tráfego de pedestres e vendas *on-line*. Leia cada pergunta com atenção e selecione a resposta mais adequada.

Pergunta 1: Como selecionar a plataforma de média social correta?

- Entender o público.
- Utilizar os que sabem gerir.
- Usar todos para capturar mais pessoas.

Feedback 1a: Está correto. Com uma compreensão clara do público, passa a selecionar as plataformas de média social mais adequadas para o negócio.

Feedback 1b: Incorreto. Deve usar plataformas de média social que encaixam com o negócio e público-alvo.

Feedback 1c: Não, não é a resposta correta. O público não está em todos os lugares. Quando tenta agradar a todos, acaba por não agradar ninguém.

Pergunta 2: Agora é hora de criar uma estratégia de conteúdo envolvente. Quais das seguintes opções não são etapas de uma estratégia de média social?

- Conhecer o público
- Determinar objetivos de negócio
- Selecionar a fonte perfeita

Feedback 2a: Não é a resposta correta. Tem de entender o público e encontrar o cliente perfeito para o negócio.

Feedback 2b: Incorreto. GRANDES objetivos, benefícios para a equipa, clientes, parceiros, acionistas; são todos importantes e devem ser visualizados nos objetivos do negócio.

Feedback 2c: Excelente! Embora a estética visual seja importante numa estratégia de média social, selecionar uma fonte normalmente não é considerado uma etapa distinta.

Pergunta 3: O envolvimento com o público é crucial para fidelizar a marca. Como pode conseguir isto?



- a) Conteúdo vídeo e questionários interativos
- b) Ignorar ou apagar comentários negativos
- c) Autopromoção avassaladora

Feedback 3a: Ótima escolha. A incorporação de atividades interativas pode envolver o público e incentivá-lo a participar e fornecer informações valiosas sobre as preferências do cliente.

Feedback 3b: Incorreto. Ignorar ou excluir comentários ou feedbacks negativos pode criar uma percepção de insensibilidade e falta de transparência.

Feedback 3c: Incorreto! Bombardear constantemente o público com *posts* promocionais sem fornecer conteúdo valioso pode parecer spam e insistência.

Pergunta 4: À medida que a estratégia de média social é colocada em ação, deve medir o sucesso e a otimização. Como conseguir isto?

- a) Perseguir o que é viral
- b) Através do acompanhamento de métricas
- c) Alto compromisso significa sucesso

Feedback 4a: Incorreto. Tornar-se viral pode certamente trazer um aumento na atenção, mas não é uma estratégia confiável a longo prazo. Concentrar-se apenas na criação de conteúdo viral pode desviar a atenção da criação de conteúdo consistente e valioso.

Feedback 4b: Muito bem! Usar informações como taxas de compromisso, taxas de cliques e taxas de conversão, pode refinar o conteúdo e otimizar a abordagem continuamente.

Feedback 4c: Errado. Altas taxas de compromisso são ótimas, mas se o compromisso não levar a interações ou conversões significativas, pode não contribuir para as metas gerais de negócios.

Conclusão: Parabéns por completar o cenário de *branching* na estratégia de média social para uma boutique de moda! Demonstrou que sabe desenvolver uma estratégia de média social e medir a eficácia.

10. AVALIAÇÃO

Medir o envolvimento nas redes sociais através de uma série de métricas, tais como:

- Partilhas ou *retweets*
- Observações
- Gostos
- Crescimento de seguidores e público
- Menções
- Usar hashtags de marca



11. COLEÇÃO DE ESTUDOS DE CASO "GREATEST HITS" (R3)

12. FONTES PARA PROFESSORES - PARTE OU A TOTALIDADE DE "FONTES" EM MÓDULOS (R1)

[1] Top 20 marcas com maior compromisso nas redes sociais-2021. (2021, 12 de julho).

[registo web]. Consultado a 20 de fevereiro de 2023 em

<https://startingtoknow.com/brands-with-the-highest-social-media-engagement-2021/>.

[2] Ahmad, I. (2016, 19 de novembro). Por que o conteúdo multimídia é tão importante

[web log]. Consultado a 20 de fevereiro de 2023 em

<https://www.socialmediatoday.com/marketing/why-multimedia-content-so-important-infographic>.



MÓDULO 7: FINANÇAS E PLANEAMENTO FINANCEIRO

1. INTRODUÇÃO

Como professor, deve começar com um discurso motivacional, por exemplo:

"Caros alunos/ Futuros Empreendedores

O caminho para um futuro seguro e próspero está na força do plano financeiro. Deixe-me compartilhar a essência desta jornada e acender o fogo dentro de vocês para tomar conta do destino financeiro.

Imaginem o vosso plano financeiro como um mapa que vos guia através do terreno traiçoeiro das incertezas da vida até às margens brilhantes da liberdade financeira. Não é apenas um documento; é o roteiro para o sucesso. Cada dólar que poupam, cada investimento que fazem e cada decisão financeira que tomam molda o vosso destino.

O risco, meus amigos, é o tempero da vida financeira. Riscos calculados, apoiados por pesquisa e prudência, podem impulsioná-lo em direção aos vossos objetivos mais rápidos do que jamais imaginaram. Não tenha medo de falhar; Eles são os trampolins que o levam ao sucesso. Cada desafio que superam é uma lição que aguça a perspicácia financeira.

O plano financeiro não é um documento estático. É uma entidade viva, que respira, que se adapta às mudanças da vida. À medida que as circunstâncias evoluem, o plano também deve evoluir. Revisões e ajustes regulares não são sinais de fracasso; são sinais do compromisso com o crescimento.

Em conclusão, meus companheiros de viagem nesta viagem de orçamento, lembrem-se de que a viagem em si é tão importante quanto o destino. Abracem os desafios, celebrem as vitórias e mantenham-se fies ao propósito. O plano financeiro não é apenas números no papel; é um testemunho da determinação e uma promessa de um futuro melhor."

Este discurso é seguido por uma breve introdução ao módulo e aos objetivos de aprendizagem:

Nesta unidade, mergulhará nos princípios fundamentais do planeamento financeiro, aprenderá a navegar no intrincado cenário das finanças empresariais. Vai aprender o que é planeamento financeiro, a diferença entre um plano financeiro pessoal e empresarial, e como criar o próprio plano financeiro para um negócio. No final desta unidade, existem tarefas práticas que lhe permitem verificar os conhecimentos adquiridos e determinar se está no caminho certo (empreendedor).



2. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

- Avaliar e gerir recursos financeiros.
- Identificar o objetivo de um balanço, demonstração de resultados e fluxos de caixa e papel no relato financeiro.
- Interpretar as informações apresentadas num balanço para avaliar a liquidez, solvência e saúde financeira geral da organização.
- Analisar a relação entre ativos, passivos e capital próprio na determinação da posição financeira de uma entidade.
- Identificar os diferentes componentes de um balanço, resultado e demonstração de fluxo de caixa.

3. RESULTADO(S) DE APRENDIZAGEM

- Entender o conceito de planeamento financeiro.
- Identificar os objetivos do planeamento financeiro.
- Diferenciar o planeamento financeiro pessoal do empresarial.
- Compreender o objetivo e os componentes de um balanço.
- Interpretar as informações apresentadas numa declaração de rendimentos/lucros e perdas.
- Analisar os componentes e a significância de uma demonstração de fluxos de caixa.

4. MÉTODOS DE APRENDIZAGEM:

- Estudo da literatura recomendada e dos recursos da Internet
- Tomada de decisão com base nos resultados B-ECO *Branches*
- Avaliação do planeamento financeiro

5. RESULTADOS - COMPETÊNCIAS ADQUIRIDAS (LIGAÇÃO AO ENTRE-COMP) ⁷

- **Ideias e oportunidades:**
 1. Visão
 2. Valorizar as Ideias
 3. Pensamento Ético e Sustentável
- **Recursos:**
 1. Motivações e Persistência
 2. Autoconhecimento e autoeficácia
 3. Mobilizando recursos

⁷ <https://entre-comp.eu/>



4. Conhecimento Financeiro
5. Mobilizar os outros
- **Em ação:**
 1. Tomar a iniciativa
 2. Planeamento e Gestão
 3. Lidar com a incerteza

6. EQUIPAMENTOS E RECURSOS:

- Computador
- Projetor ou TV
- Acesso à Internet

7. WARM-UP (15 MIN.)

Arrastar as palavras - Componentes de um plano financeiro:

Instruções: Arraste as palavras da coluna da direita para as definições correspondentes na coluna da esquerda.

Coluna 1: DEFINIÇÕES	Arraste as palavras Coluna 2 para a Coluna 1	Coluna 2: PALAVRAS
A. Direitos/Responsabilidades		1. Máquinas
B. Bens/Ativos		2. Mobiliário
C. Obrigações		3. Vendas a crédito
		4. Matérias-primas
		5. Empréstimo bancário
		6. Dívidas a fornecedores

Chave de resposta:

Máquinas - B

Mobiliário - B

Vendas a crédito - A

Matérias-primas- B

Empréstimo bancário - C

Dívidas a fornecedores - C



8. APRESENTAÇÃO (35 MIN.)

- **Apresentação em *Power Point* para aula + exemplos práticos.**
- O professor explicará os conteúdos incluídos no PPT e nos apontamentos fornecidos aos alunos.
 - A. Explicação dos Resultados de Aprendizagem do módulo
 - B. O professor apresenta os Resultados de Aprendizagem do módulo 7:
 - O que é planeamento financeiro?
 - Como criar um plano financeiro?
 - Conceitos básicos de contabilidade
 - C. O professor dá alguns exemplos práticos:

9. CENÁRIO DE BRANCHING

Introdução: Bem-vindo ao cenário de *branching* sobre como criar o próprio negócio. Este exercício foi criado para testar conhecimentos e competências de tomada de decisão em relação aos passos que precisa de seguir para criar um plano financeiro e garantir sucesso. Leia cada pergunta com atenção e selecione a resposta mais adequada.

Pergunta 1: Qual das seguintes afirmações está correta em relação à criação de um plano financeiro?

- a) Realizar pesquisas de mercado para identificar o mercado-alvo, concorrentes e potencial procura pelos produtos ou serviços.
- b) Criar um documento com a ideia de negócio
- c) Não tem de estimar os custos, uma vez que já tem financiamento.

Feedback 1a: Está correto. A essência do estudo de mercado é detetar oportunidades de negócio. Depois de terminado o estudo de mercado, ficará claro para si quem quer atingir (clientes-alvo), onde (canais de marketing) e em que é que eles estão interessados.

Feedback 1b: Incorreto! Tem de criar um plano de negócios que é um documento escrito que descreve o objetivo, as atividades e as estratégias de uma empresa.

Feedback 1c: Não, não é a resposta correta. Mesmo que tenha uma opção de financiamento (poupança pessoal, empréstimos) tem sempre de estimar o custo inicial, incluindo despesas com equipamentos, *stock* e marketing.

Pergunta 2: Cada empresa tem de divulgar três demonstrações financeiras principais. Primeiro, temos o balanço que mostra tudo o que a empresa fatura e deve. Quais das seguintes opções não são componentes de um balanço?

- a) O Património



b) O Passivo

c) Rendimento líquido

Feedback 2a: Incorreto. Os Ativos são um componente importante de um balanço e são coisas que lhe pertencem, como matérias-primas, bens, máquinas etc.

Feedback 2b: Não é a resposta correta. Os passivos são uma componente importante de um balanço, tais como empréstimos bancários, IVA, impostos.

Feedback 2c: Excelente. O lucro líquido é um componente da demonstração de resultados.

Pergunta 3: A próxima demonstração financeira que deve preparar é a demonstração dos fluxos de caixa. Qual é o objetivo deste documento?

a) Monitorizar a entrada e saída de caixa do negócio.

b) Verificar se há défice de caixa.

c) Para ver se tem dinheiro para atividades financeiras.

Feedback 3a: Muito bom! A demonstração do fluxo de caixa informa em quê que a empresa gasta caixa e se tem fluxo de caixa suficiente para financiar as operações.

Feedback 3b: Não está totalmente correto. Ajuda-o a identificar períodos de défice de caixa e a explorar opções como garantir financiamento adicional ou implementar métodos de redução de custos.

Feedback 3c: O TOC analisa as demonstrações financeiras para tomar decisões informadas sobre preços, despesas e investimentos.

Pergunta 4: Seguindo em frente, tem de criar uma demonstração de resultados para avaliar a rentabilidade do negócio. Qual das seguintes opções o descreve melhor?

a) É irrelevante para a demonstração dos fluxos de caixa.

b) É um documento financeiro que mostra a situação financeira de uma empresa

c) Abrange apenas um determinado período.

Feedback 4a: Incorreto. É crucial olhar para a demonstração dos fluxos de caixa juntamente com a demonstração dos resultados. Por exemplo, se um cliente compra um produto a crédito, o valor é apresentado como receita na demonstração de resultados. Mas não será incluído nos fluxos de caixa até que o cliente realmente pague pelo produto.

Feedback 4b: Correto. Os potenciais investidores utilizam estes documentos para avaliar o estado de um potencial investimento.

Feedback 4c: Incorreto. A declaração pode abranger qualquer período, de um dia a dez anos, mas na maioria das vezes são emitidas trimestralmente e todos os exercícios.

Conclusão: Parabéns por completar o cenário de *branching* na criação do seu próprio negócio. Demonstrou compreensão sobre quais são os primeiros passos e documentos financeiros de que necessita para começar a preparar um plano financeiro.



10. AVALIAÇÃO

Calcule o lucro líquido da empresa.

Digamos que o *Santa Christmas Shop* queira encontrar o lucro líquido para o primeiro trimestre de 2022. Aqui estão os números/dados que existem:

Total de receitas: 60.000€

Custo dos produtos vendidos (CPV): 20.000€

Aluguer: 6,000€

Utilidades: 2.000€

Folha de pagamento: 10.000€

Publicidade: 1.000€

Despesas com juros: 1.000€

Primeiro, calcule a receita bruta através das receitas totais e subtraindo o COGS:

Rendimentos brutos = 60.000€ - 20.000€ = 40.000€

Em seguida, some as despesas do trimestre.

Despesas = 6.000€ + 2.000€ + 10.000€ + 1.000€ + 1.000€ = 20.000

Agora, pode calcular o lucro líquido através da receita bruta e subtraindo as despesas:

Resultado líquido = 40.000€ - 20.000€ = 20.000€

11. COLEÇÃO DE ESTUDOS DE CASO "GREATEST HITS" (R3)

12. FONTES PARA PROFESSORES - PARTE OU A TOTALIDADE DE "FONTES" EM MÓDULOS (R1)

[1] Berry-Johnson, J. (2021, 8 de outubro). Como calcular o lucro líquido (fórmula e exemplos) [web log]. Consultado em 20 de fevereiro de 2023 de <https://bench.co/blog/accounting/net-income-formula/#mvav2>.



MÓDULO 8: GESTÃO VERDE

1. INTRODUÇÃO

Como professor, deve começar com um discurso motivacional, por exemplo:

"Caros alunos.

A importância da Gestão Verde não pode ser exagerada. Numa era em que as preocupações ambientais e a sustentabilidade se tornaram questões centrais tanto nos negócios como na sociedade, ensinar sobre Gestão Verde não é apenas um exercício académico - é uma preparação para o futuro. Como educadores, desempenhamos um papel fundamental na formação da próxima geração de líderes e empreendedores responsáveis que navegarão pelos desafios e oportunidades apresentados pelo nosso mundo em mudança.

À medida que avançam neste módulo, tenham em mente a importância de pensar criativamente e criticamente sobre como pode contribuir para um futuro mais verde e sustentável por meio dos papéis em negócios e gestão."

Este discurso é seguido por uma breve introdução ao módulo e às unidades:

O módulo está dividido nas seguintes 3 unidades:

A primeira unidade estabelece as bases e explora o conceito de gestão. Entender a importância da gestão empresarial é essencial antes de se aprofundar no domínio especializado da Gestão Verde. Os alunos compreenderão os conceitos-chave de planeamento, organização, liderança e controlo, que são fundamentais para uma gestão eficaz em qualquer contexto.

A segunda unidade transita para o coração do módulo, Gestão Verde. Aqui, vai se aprofundar nos princípios e práticas que tornam a gestão "verde". Os alunos irão explorar os tipos de Gestão Verde, e assim obter conhecimentos sobre o porquê de a Gestão Verde ser importante, tanto para as empresas quanto para a comunidade em geral.

A última unidade oferece orientações práticas através da introdução às práticas empresariais sustentáveis e do seu papel. Os alunos irão explorar a importância da sustentabilidade e da responsabilidade social corporativa que os ajudará a tomar decisões informadas que se alinham com os objetivos sustentáveis.

2. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

OBJETIVO GERAL DE APRENDIZAGEM:

- Identificar e analisar os elementos necessários para configurar um Eco negócio.



OBJETIVO(S) DE APRENDIZAGEM ESPECÍFICO(S):

- Compreender a Gestão.
- Compreender a Gestão Verde e sua importância.
- Identificar estratégias para a construção de um Eco negócio.

3. RESULTADO(S) DE APRENDIZAGEM

- Definir o conceito de gestão e o significado no contexto de práticas empresariais sustentáveis.
- Explicar o conceito de Gestão Verde e articular o significado na promoção da sustentabilidade e responsabilidade ambiental nas práticas empresariais.
- Analisar Eco negócios bem-sucedidos para identificar estratégias-chave e melhores práticas.

4. MÉTODOS DE APRENDIZAGEM:

- Estudo da literatura recomendada e dos recursos da Internet
- Tomada de decisão com base nos resultados dos B-ECO *Branches*

5. RESULTADOS - COMPETÊNCIAS ADQUIRIDAS (LIGAÇÃO AO ENTRE-COMP) ⁸

- **Ideias e oportunidades:**
 1. Criatividade
 2. Pensamento Ético e Sustentável
 3. Valorizar as Ideias
 4. Visão
- **Recursos:**
 1. Motivação e Perseverança
 2. Autoconhecimento e autoeficácia
 3. Literacia Financeira e Económica
 4. Mobilizando recursos
- **Em ação:**
 1. Aprender através da experiência
 2. Planeamento e Gestão
 3. Tomar a iniciativa

6. EQUIPAMENTOS E RECURSOS:

- Computador

⁸ <https://entre-comp.eu/>



- Projetor ou TV
- Acesso à Internet

7. WARM-UP (15 MIN.)

A. Corresponder às funções de gestão:

Instruções: Arraste as palavras da coluna da direita para as definições correspondentes na coluna da esquerda.

Coluna 1: Descrições	Arraste as palavras Coluna 2 para a Coluna 1	Coluna 2: Funções de gestão
A. Estabelecer metas organizacionais e determinar o melhor curso de ação para alcançá-las.		1. Liderança
B. Coordenar os recursos e as tarefas para executar os planos de forma eficaz.		2. Controlo
C. Orientar e motivar os colaboradores para atingirem os objetivos organizacionais.		3. Organização
D. Monitorar o desempenho e fazer os ajustes necessários para garantir que as metas sejam atingidas.		4. Planeamento

Chave de resposta:

Liderança - C
 Controlo - D
 Organização - B
 Planeamento - A

B. Estratégias de Eco Negócios:

Instruções: Arraste e solte a estratégia de Eco negócio correta da lista à direita para a descrição à esquerda.

Coluna 1: Descrições	Arraste as palavras Coluna 2 para a Coluna 1	Coluna 2: Estratégias de Eco Negócios
A. Incorporar fontes de energia renováveis, como a solar ou a eólica, para reduzir as emissões de carbono.		1. Aprovisionamento Sustentável
B. Aquisição de matérias-primas e produtos de forma ambientalmente responsável.		2. Prevenção de Resíduos
C. Promover aspetos ecológicos de produtos ou serviços para atrair clientes ecologicamente conscientes.		3. Adoção de Energias Renováveis
D. Minimizar a geração de resíduos nos processos de produção e distribuição.		4. Marketing Verde

Chave de resposta:

Aprovisionamento Sustentável - B
 Prevenção de Resíduos - D
 Adoção de Energias Renováveis - A
 Marketing Verde - C



C. Benefícios da Gestão Verde:

Instruções: Arraste e solte o benefício correto da lista à direita para a descrição à esquerda.

Coluna 1: Descrições	Arraste as palavras Coluna 2 para a Coluna 1	Coluna 2: Funções de gestão
A. Cumprimento dos requisitos legais relacionados com a proteção ambiental e sustentabilidade.		1. Conservação Ambiental
B. Reduzir os custos operacionais através da eficiência energética e da redução de resíduos.		2. Redução de Custos
C. Construir uma imagem positiva e confiança entre clientes e partes interessadas.		3. Reputação melhorada
D. Contribuir para a preservação dos recursos naturais e dos ecossistemas.		4. Conformidade regulatória

Chave de resposta:

Conservação Ambiental - D

Redução de Custos - B

Reputação melhorada - C

Conformidade Regulatória - A

Nota: Estas atividades de aquecimento de arrastar e largar foram concebidas para reforçar conceitos-chave relacionados com a Gestão Verde e o Eco Negócio, enquanto tornam a experiência de aprendizagem interativa e envolvente. Estes podem ser utilizados na plataforma digital de aprendizagem ou impressos como exercícios para uso em sala de aula.

8. APRESENTAÇÃO (35 MIN.)

- **Apresentação em *Power Point* para aula + exemplos práticos.**
 - O professor explicará os conteúdos incluídos no PPT e nos apontamentos fornecidas aos alunos.
- A. Explicação dos Resultados de Aprendizagem do Módulo 8
- B. O professor introduz os conteúdos da Unidade 8.1:
- Conceito de Gestão
 - Importância da Gestão Empresarial
 - Níveis de Gestão
- C. O professor dá alguns exemplos práticos:
- Vídeo - Competências de gestão | 10 competências de gestão que todo gestor deve ter



9. CENÁRIO DE BRANCHING

Introdução: Bem-vindo ao exercício de *branching* "Compreender a Gestão". Nesta atividade interativa, irá explorar conceitos-chave relacionados com a gestão. Navegará por diferentes cenários para obter uma compreensão mais profunda do conceito de gestão, da importância da gestão de negócios e dos vários níveis de gestão dentro das organizações. Leia cada pergunta com atenção e selecione a resposta mais adequada.

Exercício 1: Conceito de Gestão

Cenário: É um gerente recém-nomeado em uma empresa em crescimento. Os membros da sua equipa pediram-lhe para definir o que é gestão. Como vai explicar o conceito de gestão à sua equipa?

Opções:

- a) Gestão é tudo sobre tomar decisões e dizer às pessoas o que fazer.
- b) Gestão é o processo de planejar, organizar, liderar e controlar recursos para alcançar os objetivos organizacionais de forma eficiente e eficaz.
- c) A gestão consiste unicamente em controlar os custos e garantir os lucros.

Feedback 1a: Esta é uma visão limitada da gestão. Embora a tomada de decisões seja importante, a gestão envolve mais do que apenas dar ordens.

Feedback 1b: Ótimo trabalho! Forneceu uma definição abrangente de gestão. Engloba as principais funções da gestão.

Feedback 1c: Embora a gestão de custos e lucros seja importante, a gestão é um conceito mais amplo que inclui várias funções.

Exercício 2: Importância da Gestão Empresarial

Cenário: É um consultor que aconselha um fundador de uma *startup*. Estes perguntam por que devem investir tempo e recursos numa gestão empresarial eficaz. Como lhes vai explicar a importância da gestão empresarial?

Opções:

- a) A gestão empresarial não é tão importante para as *startups*. Deve concentrar-se apenas no seu produto ou serviço.
- b) A gestão empresarial ajuda a definir metas claras, otimizar recursos e tomar decisões informadas, que são vitais para o sucesso a longo prazo.
- c) A gestão empresarial é apenas para grandes corporações; As *startups* não precisam disso.

Feedback 2a: Uma gestão empresarial eficaz é crucial para que as *startups* cresçam e tenham sucesso. Não se trata apenas do produto ou serviço.



Feedback 2b: Excelente! Destacou a importância da gestão empresarial para alcançar o sucesso.

Feedback 2c: Isso não é preciso. As *startups* podem beneficiar significativamente de boas práticas de gestão para navegar por desafios e oportunidades.

Exercício 3: Níveis de Gestão

Cenário: É um professor que leciona gestão e um aluno pergunta-lhe sobre os diferentes níveis de gestão nas organizações. Como é que vai explicar os níveis de gestão para o aluno?

Opções:

- a) Existem dois níveis de gestão: a gestão de topo e os trabalhadores. A alta administração toma todas as decisões e os funcionários seguem ordens.
- b) A gestão organizacional consiste tipicamente em três níveis: gestão de topo (CEO, etc.), gestão intermédia (chefes de departamento) e gestão de primeira linha (supervisores). Cada nível tem as suas responsabilidades.
- c) Os níveis de gestão não importam; Todos numa organização têm as mesmas responsabilidades.

Feedback 3a: Perdeu o nível de gerência intermediária, que desempenha um papel vital nas organizações.

Feedback 3b: Muito bem! Forneceu uma explicação precisa e abrangente dos níveis de gestão.

Feedback 3c: Na realidade, existem diferentes níveis de gestão para lidar com responsabilidades e funções distintas.

Nota: Estes exercícios de *Branching* com feedback ajudarão os alunos a explorar e compreender os principais conceitos de gestão de forma eficaz, enquanto fornecem orientação sobre as respostas.

10. AVALIAÇÃO

Quiz: Os alunos devem ter pelo menos 70% das respostas corretas (respostas corretas com feedback devem ser fornecidas).

1. Qual é o principal objetivo da gestão?

- a) Maximização dos lucros
- b) Minimização de despesas
- c) Alcançar os objetivos organizacionais de forma eficiente e eficaz**
- d) Controlar os funcionários

Feedback: Uma gestão eficaz envolve planear, organizar, liderar e controlar recursos para alcançar os objetivos organizacionais de forma eficiente e eficaz.



2. Qual das seguintes opções NÃO é uma função de gestão?

- a) Planeamento
- b) Organização
- c) Venda**
- d) Controlo

Feedback: As funções de gestão incluem planeamento, organização, liderança e controle. A venda não é normalmente considerada uma das principais funções de gestão.

3. O que se pretende alcançar com uma gestão eficaz?

- a) Alta rotatividade de funcionários
- b) Baixa moral dos funcionários
- c) Uso eficiente dos recursos para atingir os objetivos organizacionais**
- d) Mudanças frequentes nos objetivos organizacionais

Feedback: Uma gestão eficaz visa utilizar os recursos de forma eficiente para atingir os objetivos organizacionais, não promover alta rotatividade ou baixa moral.

4. Porque é que uma gestão empresarial eficaz é importante para as organizações?

- a) Garante os maiores lucros.
- b) Permite que as organizações evitem pagar impostos.
- c) Ajuda a definir metas claras, otimizar recursos e tomar decisões informadas para o sucesso a longo prazo.**
- d) Reduz o número de funcionários.

Feedback: Uma gestão empresarial eficaz é essencial porque permite que as organizações estabeleçam objetivos claros, aproveitem ao máximo os seus recursos e tomem decisões informadas, que são cruciais para o sucesso a longo prazo.

5. Qual das afirmações a seguir é verdadeira sobre a importância da gestão empresarial para as *startups*?

- a) A gestão empresarial não é importante para as *startups*.
- b) As *startups* devem focar-se exclusivamente no desenvolvimento de produtos.
- c) Uma gestão empresarial eficaz pode ajudar as *startups* a enfrentar os desafios.**
- d) As *startups* só precisam de gestão quando se tornam grandes corporações.

Feedback: A gestão de negócios é vital para as *startups*, pois ajuda-as a enfrentar desafios, tomar decisões estratégicas e alcançar um crescimento sustentável.

6. Na hierarquia organizacional, quem normalmente pertence à alta administração?

- a) Gestores de departamento.
- b) Supervisores.
- c) CEO (Diretor Executivo).**



d) Funcionários da linha de frente.

Feedback: A alta administração inclui executivos como o CEO, que são responsáveis pela direção geral e pelo sucesso da organização.

7. Que nível de gestão é responsável por supervisionar as atividades diárias dos funcionários?

a) Gestão de topo.

b) Gestão intermédia.

c) Gestão de primeira linha (Supervisores).

d) Conselho de Administração.

Feedback: A gerência de primeira linha, representada pelos supervisores, é responsável por supervisionar as atividades diárias dos funcionários.

8. Quais são alguns dos principais benefícios de uma gestão empresarial eficaz? Selecione todas as opções aplicáveis.

a) Maximização dos lucros a curto prazo.

b) Aumentar a satisfação e a moral dos colaboradores.

c) Facilitar uma melhor tomada de decisões.

d) Promover a inovação e a adaptação à mudança.

Feedback: Uma gestão empresarial eficaz aumenta a satisfação dos colaboradores, facilita uma melhor tomada de decisões e promove a inovação e a adaptação à mudança. Embora a rentabilidade seja importante, não é o único benefício.

9. Como é que uma gestão empresarial eficaz contribui para a competitividade de uma organização no mercado?

a) Reduz o número de funcionários.

b) Minimiza as preocupações éticas.

c) Permite economias de custos e operações eficientes

d) Aumenta o preço de produtos ou serviços.

Feedback: Uma gestão empresarial eficaz ajuda uma organização a agilizar operações, reduzir custos e operar de forma eficiente, tornando-a mais competitiva no mercado.

10. Que nível de gestão normalmente envolve chefes de departamento ou líderes de equipa responsáveis por divisões ou unidades específicas dentro de uma organização?

a) Gestão de topo.

b) Gestão de primeira linha (Supervisores)

c) Quadros intermédios

d) Conselho de Administração

Feedback: A gerência intermediária consiste em chefes de departamento ou líderes de equipa responsáveis por divisões ou unidades específicas dentro de uma organização.



11. COLEÇÃO DE ESTUDOS DE CASO "GREATEST HITS" (R3)

12. FONTES PARA PROFESSORES - PARTE OU A TOTALIDADE DE "FONTES" EM MÓDULOS (R1)

[1] Herrity, Jennifer. (2019, 12 de dezembro). O que é gestão? Definições, Funções e Estilos, recuperados de <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/what-is-management>

[2] Maiti, Sushanta. [Licenças de Educação]. (2021, 22 de janeiro) Competências de Gestão/ 10 Competências de Gestão que todo gestor deve ter, recuperadas de <https://educationleaves.com/top-10-management-skills/>

[3] Maiti, Sushanta. [Licenças de Educação]. (2021, 22 de janeiro) Competências de Gestão/ 10 Competências de Gestão que todo gestor deve ter. Vídeo. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=xHBhFKBLhWs>

[4] Simmering, Marcia J. (s.d). Níveis de Gestão, recuperados de <https://pdcrodas.webs.ull.es/empresa/ManagementLevels.pdf>

13. APRESENTAÇÃO (35 MIN.)

- Apresentação em *Power Point* para aula + exemplos práticos.
- O professor explicará os conteúdos incluídos no PPT e nos apontamentos fornecidos aos alunos.
 - A. O docente introduz os conteúdos da Unidade 8.2:
 - Conceito de Gestão Verde
 - Importância e Benefícios da Gestão de Negócios Verdes
 - Tipos de Gestão Verde
 - B. O professor dá alguns exemplos práticos:
 - Vídeo - 6 passos para um Data Center mais ecológico

14. CENÁRIO DE BRANCHING

Introdução: Bem-vindo ao exercício de Branching "Compreender a Gestão Verde e a sua Importância". Nesta atividade interativa, explorará o conceito de Gestão Verde, o significado da Gestão de Negócios Verdes e os vários tipos de práticas de Gestão Verde. À medida que progride, fará escolhas que o guiarão por diferentes cenários. Vamos começar!



Exercício 1: Conceito de Gestão Verde

Cenário: É coordenador de sustentabilidade numa empresa de produção. O CEO pede-lhe que explique o conceito de Gestão Verde. Como definirá Gestão Verde?

Opções:

- a) A Gestão Verde foca-se exclusivamente na redução de resíduos e na conservação de energia.
- b) A Gestão Verde integra princípios de sustentabilidade em todos os aspetos das operações de negócios, desde o fornecimento até a produção e muito mais.

Feedback 1a: Embora a redução de resíduos e a conservação de energia façam parte da Gestão Verde, é um conceito mais amplo.

Feedback 1b: Excelente! Forneceu uma definição abrangente de Gestão Verde.

Exercício 2: Importância e Benefícios da Gestão Verde nos Negócios

Cenário: É um consultor que aconselha um empresário, e ele pergunta por que deve investir em Gestão Verde. Como lhes explicará qual a importância e os benefícios?

Opções:

- a) Gestão Verde é apenas uma tendência; não beneficiará o negócio.
- b) Ao implementar a Gestão Verde, pode reduzir custos operacionais, melhorar a reputação e contribuir para um planeta mais saudável.

Feedback 2a: A Gestão Verde oferece benefícios tangíveis, não é apenas uma tendência passageira.

Feedback 2b: Muito bem! Destacou a importância e os benefícios da Gestão Verde.

Exercício 3: Tipos de Gestão Verde

Cenário: É um estudante que estuda sustentabilidade e é solicitado a categorizar diferentes práticas de Gestão Verde em tipos. Como os vai categorizar?

Opções:

- a) Aproveitamento Sustentável, Eficiência Energética e Redução de Resíduos
- b) Eficiência na utilização dos recursos, responsabilidade ambiental e produtos amigos do ambiente

Feedback 3a: Bom começo, mas vamos refinar a categorização.

Feedback 3b: Excelente! Categorizou corretamente estas práticas em tipos de Gestão Verde.

Nota: Estes exercícios de *branching* fornecem uma maneira envolvente para os alunos explorarem o conceito de Gestão Verde, entenderem a importância e benefícios e categorizarem tipos de práticas de Gestão Verde. O feedback para cada resposta ajuda a reforçar a compreensão do conteúdo.



15. AVALIAÇÃO

Quiz: Os alunos devem ter pelo menos 70% das respostas corretas (respostas corretas com feedback devem ser fornecidas).

1. Em que se concentra principalmente a Gestão Verde?

- a) Ignorar as preocupações ambientais
- b) Maximização dos lucros
- c) Reduzir o desperdício e conservar energia**
- d) Expansão da quota de mercado

Feedback: A Gestão Verde preocupa-se principalmente com a redução de resíduos, a conservação de energia e a adoção de práticas sustentáveis para minimizar o impacto ambiental das operações de negócios.

2. Qual das seguintes opções melhor descreve a Gestão Verde?

- a) A Gestão Verde é uma estratégia de curto prazo para aumentar a receita.
- b) A Gestão Verde foca-se apenas na conservação de energia.
- c) A Gestão Verde integra princípios de sustentabilidade em todos os aspetos das operações de negócios.**
- d) A Gestão Verde limita-se a reduzir a produção de resíduos.

Feedback: A Gestão Verde engloba princípios de sustentabilidade em todos os aspetos do negócio, indo além da conservação de energia.

3. Qual a importância da Gestão Verde para as organizações?

- e) É uma estratégia de marketing da moda
- f) Simplifica as operações de negócios
- g) Pode levar a economias de custos, melhoria da reputação e benefícios ambientais**
- h) Aumenta a geração de resíduos.

Feedback: A Gestão Verde é essencial porque pode levar a economias de custos, melhorar a reputação e ter impactos ambientais positivos.

4. Que benefícios podem as empresas obter com a implementação de práticas de Gestão Verde? Selecione todas as opções aplicáveis.

- a) Aumento do consumo de energia
- b) Níveis mais elevados de poluição
- c) Custos operacionais reduzidos**
- d) Maior reputação da marca.**

Feedback: A implementação de práticas de Gestão Verde pode reduzir os custos operacionais e melhorar a reputação da marca, demonstrando um compromisso com a sustentabilidade.



5. Qual dos seguintes é um exemplo de eficiência de recursos na gestão verde?

- a) Aumento do uso de papel nas operações de escritório.
- b) Ignorar programas de reciclagem.
- c) Reduzir o consumo de água nos processos de fabrico**
- d) Utilização de fontes de energia não renováveis.

Feedback: A eficiência dos recursos na gestão verde envolve a redução do consumo de recursos, como a água, de uma forma sustentável.

6. O que engloba a Responsabilidade Ambiental na Gestão Verde?

- a) Ignora as regulamentações ambientais.
- b) Maximização do consumo de recursos.
- c) Cumprimento das leis e regulamentos ambientais.**
- d) Redução de resíduos e emissões.

Feedback: A Responsabilidade Ambiental na Gestão Verde envolve o cumprimento das leis e regulamentos ambientais e a minimização do impacto ambiental.

7. Qual é o principal objetivo da Gestão Verde numa organização?

- a) Maximização dos lucros a curto prazo.
- b) Minimizar a satisfação dos colaboradores.
- c) Alcançar a sustentabilidade através de práticas responsáveis.**
- d) Ignorar as preocupações ambientais.

Feedback: O principal objetivo da Gestão Verde é alcançar a sustentabilidade através de práticas responsáveis e amigas do ambiente.

8. Qual é a diferença entre a Gestão Verde e a gestão empresarial tradicional?

- a) A Gestão Verde concentra-se em ganhos de curto prazo, enquanto a gestão tradicional olha para objetivos de longo prazo.
- b) A Gestão Verde aplica-se apenas a pequenas empresas, enquanto a gestão tradicional se aplica a grandes corporações.
- c) A Gestão Verde integra princípios de sustentabilidade, ao passo que a gestão tradicional não.**
- d) A Gestão Verde está menos preocupada com a redução de custos.

Feedback: A Gestão Verde destaca-se por integrar princípios de sustentabilidade nas práticas de negócios, que a gestão tradicional pode não priorizar.

9. Quais são alguns benefícios económicos que as organizações podem obter com as práticas de Gestão Verde? Selecionou todas as opções aplicáveis?

- a) Aumento da produção de resíduos
- b) Maior concorrência no mercado



c) Custos de energia reduzidos

d) Melhor utilização de recursos

Feedback: Os benefícios económicos da Gestão Verde incluem a redução dos custos energéticos e uma melhor utilização dos recursos, o que contribui para a competitividade.

10. Qual das seguintes práticas se enquadra nos Produtos Ecologicamente Corretos em Gestão Verde?

a) Implementação de iluminação energeticamente eficiente no escritório.

b) Reduzir o uso de água nos processos de fabricação

c) Utilização de materiais de embalagem sustentáveis para os produtos

d) Ignorar as regulamentações ambientais

Feedback: Produtos ecologicamente corretos na Gestão Verde envolvem o uso de materiais e práticas sustentáveis no desenvolvimento de produtos.

16. COLEÇÃO DE ESTUDOS DE CASO "GREATEST HITS" (R3)

17. FONTES PARA PROFESSORES - PARTE OU A TOTALIDADE DE "FONTES" EM MÓDULOS (R1)

[1] Olho na Tecnologia (s.d.). *6 passos para um Data Center mais verde*. Vídeo. Youtube.

<https://www.youtube.com/watch?v=yGkfBo2iSiI>

[2] Freedman, Max. (2023, 20 de janeiro). *Quer criar um negócio e proteger o ambiente ao mesmo tempo? Estas ideias de negócio verdes ajudam-no a fazer exatamente isso*, disponível em

<https://www.businessnewsdaily.com/5102-green-business-ideas.html>

[3] McFarlane, Robert. S. Milsom e Wilke. (2021. 27 de setembro). *Considerações para o projeto sustentável de centros de dados*, disponível em

https://www.techtarget.com/searchdatacenter/tip/Considerations-for-sustainable-data-center-design?utm_source=youtube&utm_medium=description&utm_campaign=032022GREEN&utm_content=GREEN&Offer=OTHR-youtube_OTHR-video_OTHR-GREEN_2022March17_GREEN

[4] Ferramentas da Mente. (s.d). *Gestão Verde: dez formas de impulsionar o seu negócio e ajudar o planeta*, disponível em <https://www.mindtools.com/aevwa71/green-management>

[5] Uigure, Akyay. Berat Musluk e Unha Ilbey. (2015). *Examinando a influência da gestão verde nas funções de operação: caso de um negócio*. Revista de Pesquisa de Gestão Empresarial. Volume 2, Edição 3, disponível em <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/375150>



18. APRESENTAÇÃO (35 MIN.)

- **Apresentação em *Power Point* da unidade + exemplos práticos.**
- O professor explicará os conteúdos incluídos no PPT e nos apontamentos fornecidos aos alunos.
 - A. O professor introduz os conteúdos da Unidade 8.3:
 - Práticas Verdes
 - Produção sustentável e seu papel
 - Responsabilidade Ambiental Corporativa
 - B. O professor dá alguns exemplos práticos:
 - Vídeo - 10 Empresas Verdes com Iniciativas Ambientais Incríveis

19. ATIVIDADES PROPOSTAS

Atividade 1: Simulação de Cenários de Práticas Verdes

Objetivo: Envolver os alunos em cenários de tomada de decisão para explorar e compreender várias práticas verdes.

Instruções: Fornecer aos alunos uma série de cenários onde desempenham o papel de gerentes ou proprietários de empresas. Cada cenário deve apresentar um desafio ou uma decisão relacionada com práticas ecológicas, como a redução de resíduos, a eficiência energética ou o aprovisionamento sustentável. Peça aos alunos que tomem decisões sobre como enfrentar o desafio, e considerar o impacto ambiental e a sustentabilidade. Depois de tomar decisões, forneça feedback sobre as consequências das escolhas, incluindo os efeitos ambientais positivos ou negativos e potenciais benefícios para o negócio.

Atividade 2: Simulação de Produção Sustentável

Objetivo: Simular um processo de produção sustentável para ajudar os alunos a compreender o seu papel na responsabilidade ambiental.

Instruções: Criar um jogo de tabuleiro virtual ou físico que representa um processo de produção. Divida os alunos em equipas e atribua a cada equipa um papel no processo de produção, como fornecedores de matérias-primas, fabricantes, distribuidores e revendedores. Cada equipa deve tomar decisões alinhadas com os princípios de produção sustentável, como a redução de resíduos, o uso de materiais ecológicos e a otimização do uso de energia. À medida que o jogo progride, forneça cenários e desafios que reflitam questões de sustentabilidade do mundo real e peça às equipas que criem estratégias e adaptem processos de produção. No final do jogo, tente facilitar uma discussão sobre a importância da produção sustentável e o seu papel na responsabilidade ambiental.



Atividade 3: Estudos de Caso de Responsabilidade Ambiental Corporativa

Objetivo: Analisar estudos de caso do mundo real para compreender a responsabilidade ambiental corporativa.

Instruções: Compilar um conjunto de estudos de caso de empresas ou organizações que demonstraram uma forte responsabilidade ambiental corporativa. Atribua cada estudo de caso a um pequeno grupo de alunos. Peça aos alunos que analisem o estudo de caso, procurando exemplos de práticas ambientalmente responsáveis, como a redução das emissões de carbono, a implementação de programas de reciclagem ou o apoio aos esforços de conservação. Peça a cada grupo que apresente as suas descobertas à turma e discuta o impacto dessas práticas no meio ambiente e na reputação da empresa. Incentivar uma discussão sobre o papel da responsabilidade ambiental corporativa no mundo dos negócios de hoje e os benefícios para o meio ambiente e para a empresa.

Nota: Estas atividades interativas irão imergir os alunos em cenários práticos, permitindo-lhes explorar e compreender práticas verdes, produção sustentável e responsabilidade ambiental corporativa de uma forma prática e envolvente.

20. AVALIAÇÃO

Quiz: Os alunos devem ter pelo menos 70% das respostas corretas (respostas corretas com feedback devem ser fornecidas).

- Qual é o principal objetivo das práticas verdes nos negócios?
 - Maximização dos lucros a curto prazo
 - Ignorar as preocupações com a sustentabilidade
 - Minimização do impacto ambiental através de ações sustentáveis**
 - Aumento da produção de resíduos

Feedback: As práticas verdes nos negócios visam minimizar o impacto ambiental, adotam ações sustentáveis e reduzem os danos ao meio ambiente.

- Qual das seguintes opções é um exemplo de prática ecológica num ambiente de escritório?
 - Impressão de documentos em papel descartável.
 - Descartar de lixo eletrónico em lixeiras comuns.
 - Incentivar os funcionários a usar carona.**
 - Deixar luzes e eletrónicos acesos durante a noite.



Feedback: Incentivar os colaboradores a fazer *carpool* reduz as emissões de carbono e é um exemplo de prática verde que promove a sustentabilidade.

3. Porquê que é que o principal objetivo é a produção sustentável?

- a) Maximização do consumo de recursos
- b) Priorização de lucros de curto prazo
- c) Minimização da geração de resíduos e do impacto ambiental**
- d) Ignorar preocupações éticas.

Feedback: A produção sustentável concentra-se em minimizar a geração de resíduos e o impacto ambiental, mantendo a qualidade do produto.

4. Porquê que a produção sustentável é importante para as empresas?

- a) Reduz a escolha dos consumidores
- b) Aumenta os lucros a curto prazo
- c) Melhora a reputação e reduz os custos a longo prazo**
- d) Ignora os regulamentos ambientais.

Feedback: A produção sustentável melhora a reputação de uma empresa e reduz os custos operacionais a longo prazo, minimizando o desperdício e o consumo de recursos.

5. A que se refere a responsabilidade ambiental das empresas?

- a) Maximização do consumo de energia.
- b) Ignorar as leis ambientais.
- c) Práticas empresariais éticas e sustentáveis que considerem o impacto ambiental.**
- d) Reduzir os benefícios dos colaboradores.

Feedback: A responsabilidade ambiental corporativa envolve práticas empresariais éticas e sustentáveis que consideram e minimizam o impacto ambiental.

6. Quais são alguns benefícios da responsabilidade ambiental das empresas? Selecione todas as opções aplicáveis

- a) Aumento da produção de resíduos
- b) Aumento da insatisfação dos funcionários
- c) Melhoria da reputação da marca**
- d) Custos operacionais reduzidos**

Feedback: A responsabilidade ambiental das empresas conduz a benefícios como a melhoria da reputação da marca e a redução dos custos operacionais, e não ao aumento da produção de resíduos ou à insatisfação dos trabalhadores.

7. Qual das seguintes opções é um exemplo de prática verde na agricultura?

- a) Utilização de pesticidas químicos para maximizar o rendimento das culturas.
- b) Uso excessivo de recursos hídricos para irrigação.



c) Implementação de métodos de rotação de culturas e controlo natural de pragas.

d) Ignorar as preocupações com a erosão do solo.

Feedback: A implementação de práticas agrícolas sustentáveis, como rotação de culturas e métodos naturais de controle de pragas, é um exemplo de práticas verdes.

8. Qual é o objetivo de uma iniciativa «zero resíduos» em práticas verdes?

a) Aumentar a produção de resíduos.

b) Ignorar os esforços de reciclagem.

c) Minimizar a geração de resíduos e não enviar nada para aterros.

d) Promover o consumo excessivo de recursos.

Feedback: Uma iniciativa "lixo zero" visa minimizar a geração de resíduos e não enviar nada para aterros, promovendo a sustentabilidade.

9. Como é que a produção sustentável contribui para a conservação dos recursos?

a) Maximiza o consumo de recursos.

b) Ignora a disponibilidade de recursos.

c) Minimiza a geração de resíduos e o uso de recursos.

d) Reduz a qualidade do produto.

Feedback: A produção sustentável contribui para a conservação de recursos, minimizando a geração de resíduos e o uso de recursos, mantendo a qualidade do produto.

10. Porque é que a responsabilidade ambiental das empresas é importante para o sucesso a longo prazo de uma empresa?

a) Aumenta os lucros a curto prazo.

b) Ignora as preocupações éticas.

c) Melhora a reputação da marca e reduz os riscos.

d) Promove práticas insustentáveis.

Feedback: A responsabilidade ambiental corporativa melhora a reputação da marca da empresa e reduz os riscos associados ao impacto ambiental.

21. COLEÇÃO DE ESTUDOS DE CASO "GREATEST HITS" (R3)

22. FONTES PARA PROFESSORES - PARTE OU A TOTALIDADE DE "FONTES" EM MÓDULOS (R1)

[1] Projeto EcoMastery. (s.d.). 10 Empresas Verdes com Iniciativas Ambientais Incríveis. Vídeo. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=UsVPN5LVw7k>



[2] Freedman, Max. (2023, 20 de janeiro). 23 Green Business Ideas for Eco-Minded Entrepreneurs, disponível em <https://www.businessnewsdaily.com/5102-green-business-ideas.html>

[3] LOTICH, Patrícia. (2019, 29 de maio). 8 Práticas Empresariais Sustentáveis - Está a fazer a sua parte? Disponível em <https://thethrivingsmallbusiness.com/sustainable-business-practices/>

[4] Stobierski, Tim. (2021, 08 de abril). Tipos de Responsabilidade Social Corporativa a Conhecer, disponível em <https://online.hbs.edu/blog/post/types-of-corporate-social-responsibility>

[5] Grupo Tecnia Addnode. (s.d.). Por que adotar práticas de negócios sustentáveis?, disponível em <https://www.technia.com/blog/how-does-sustainable-production-benefit-your-business/>



MÓDULO 9: RECURSOS HUMANOS VERDE

1. INTRODUÇÃO

Como professor, deve começar com um discurso motivacional, por exemplo:

"Caros alunos.

Como educadores e facilitadores no cenário em constante evolução da formação profissional e educacional, desempenhamos um papel fundamental em equipar a força de trabalho de amanhã com o conhecimento e as competências necessárias para prosperar num mundo sustentável e eco consciente. A GHRM (Green Human Resource Management) está na vanguarda deste esforço, combina os princípios fundamentais da Gestão de Recursos Humanos (GRH) com uma perspetiva verde, e contribui não só para o sucesso organizacional, mas também para o bem-estar do nosso planeta."

Este discurso é seguido por uma breve introdução ao módulo e às unidades:

O módulo foi dividido nas seguintes 2 unidades:

A viagem começa com uma exploração abrangente do GRH, a pedra angular de uma gestão eficaz da força de trabalho. Nesta unidade, vamos mergulhar nos conceitos centrais de GRH, examinar a sua natureza, escopo, funções e o papel fundamental que desempenha dentro das organizações, e preparar os alunos para o salto transformador para o GHR Verde (GRHV).

Com base nos alicerces estabelecidos na Unidade 9.1, entramos no emocionante reino da Gestão de Recursos Humanos Verde. A GRHV representa uma mudança de paradigma, enfatiza a sustentabilidade, a consciência ecológica e práticas responsáveis de GRH. Nesta unidade, exploramos as funções do GRHV, as iniciativas verdes e as razões convincentes para as organizações adotarem práticas de GRH ecológicas.

2. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

OBJETIVO GERAL DE APRENDIZAGEM:

- Compreender a Gestão de Recursos Humanos (GRH) e a Gestão de Recursos Humanos Verde (GRHV) e aplicar estes conceitos em cenários do mundo real.

OBJETIVO(S) DE APRENDIZAGEM ESPECÍFICO(S):

- Explicar os conceitos fundamentais de GRH.
- Relacionar o GRH com o processo de gestão.
- Reconhecer funções de GRH.
- Identificar atividades e vantagens da GRHV
- Saber implementar Práticas Verdes



3. RESULTADO(S) DE APRENDIZAGEM

- Compreender conceitos básicos de Gestão de Recursos Humanos (GRH).
- Explicar o GRH e como este se relaciona com o processo de gestão.
- Reconhecer uma visão geral das funções.
- Reconhecer as atividades da GRHV e as vantagens

4. MÉTODOS DE APRENDIZAGEM:

- Estudo da literatura recomendada e dos recursos da Internet
- Tomada de decisão com base nos resultados do B-ECO *Branches*

5. RESULTADOS - COMPETÊNCIAS ADQUIRIDAS (LIGAÇÃO AO ENTRE-COMP) ⁹

- **Ideias e oportunidades:**
 1. Pensamento Ético e Sustentável
 2. Valorizar as Ideias
- **Recursos:**
 1. Motivação e Perseverança
 2. Autoconhecimento e autoeficácia
 3. Mobilizando recursos
- **Em ação:**
 1. Aprender através da experiência
 2. Planeamento e Gestão
 3. Trabalhar com os outros

6. EQUIPAMENTOS E RECURSOS:

- Computador
- Projetor ou TV
- Acesso à Internet

7. WARM-UP (15 MIN.)

1. Corresponder às funções HRM:

Instruções: Arraste as palavras da coluna da direita para as descrições correspondentes na coluna da esquerda.

⁹ <https://entre-comp.eu/>



Coluna 1: Descrições	Arraste as palavras Coluna 2 para a Coluna 1	Coluna 2: Funções HRM
A. O processo de atração e seleção de candidatos qualificados para vagas de emprego.		1. Formação e Desenvolvimento
B. A abordagem sistemática do desempenho, produtividade e desenvolvimento dos colaboradores.		2. Relações laborais
C. Atividades destinadas a melhorar as competências e os conhecimentos dos trabalhadores.		3. Recrutamento
D. Gerir a relação entre os colaboradores e a organização para manter um ambiente de trabalho positivo.		4. Gestão de Desempenho
Chave de resposta: Formação e Desenvolvimento - C Relações laborais - D Recrutamento - A Gestão de Desempenho - B		

2. Combinar estratégias e vantagens GRHV:

Instruções: Arraste e solte as vantagens corretas da lista à direita para as estratégias GRHV à esquerda.

Coluna 1: Estratégias GHRM	Arraste as palavras Coluna 2 para a Coluna 1	Coluna 2: Vantagens
A. Implementação de práticas sustentáveis de aprovisionamento e de cadeia de abastecimento.		1. Moral dos funcionários melhorada
B. Incorporar políticas e práticas ecológicas no local de trabalho.		2. Impacto ambiental reduzido
C. Promover o envolvimento dos trabalhadores em iniciativas sustentáveis.		3. Reputação corporativa melhorada
Chave de resposta: Moral Reforçada dos Funcionários - C Impacto Ambiental Reduzido - A Melhoria da reputação corporativa - B		



C. Corresponder às políticas e práticas do GRHV:

Instruções: Arraste e solte as Políticas e Práticas GHRM corretas da lista à direita para a descrição à esquerda.

Coluna 1: Descrições	Arraste as palavras Coluna 2 para a Coluna 1	Coluna 2: Políticas e práticas da GRHV
A. Implementar práticas de compras e compras ambientalmente responsáveis para reduzir a pegada ecológica da organização.		1. Gestão de Talentos Verdes
B. Desenvolver e reter uma força de trabalho com o conhecimento e as competências para impulsionar iniciativas de sustentabilidade dentro da organização.		2. Políticas ecológicas no local de trabalho
C. Estabelecer diretrizes e práticas que promovam comportamentos ambientalmente conscientes entre os colaboradores e no local de trabalho.		3. Compras sustentáveis
Chave de resposta:		
Gestão de Talentos Verdes - B		
Políticas ecológicas no local de trabalho - C		
Compras Sustentáveis - A		

D. Etapas de correspondência para tornar a GRH verde:

Instruções: Arraste e solte o número de etapa sequencial da lista à direita para a etapa correspondente à esquerda.

Coluna 1: Passos para a implementação de práticas verdes na GRH	Arraste as palavras da Coluna 2 para a Coluna 1	Coluna 2: Números de passo
A. Estabeleça metas de sustentabilidade.		1. Passo 1
B. Monitorizar o Impacto Ambiental.		2. Passo 2
C. Avaliar as práticas atuais.		3. Passo 3
D. Formar pessoal de RH.		4. Passo 4
Chave de resposta:		
Passo 1 - C		
Passo 2 - A		
Passo 3 - D		
Passo 4 - B		

Nota: As atividades específicas de arrastar e soltar ajudarão os alunos a conectar as descrições, funções, estratégias, políticas e práticas aos conceitos ou etapas apropriados relacionados a GRH e GRHV.



8. APRESENTAÇÃO (35 MIN.)

- Apresentação do módulo em *Power Point* + exemplos práticos.
- O professor explicará os conteúdos incluídos no PPT e nos apontamentos fornecidos aos alunos.
 - A. Explicação dos Resultados de Aprendizagem do Módulo 9
 - B. O docente introduz os conteúdos da Unidade 9.1:
 - Gestão de Recursos Humanos (GRH)
 - Natureza e âmbito da GRH
 - Funções da GRH
 - Papel do GRH
 - C. O professor dá alguns exemplos práticos:
 - Vídeo - As 10 melhores práticas de RH para construir melhores locais de trabalho em 2020

9. CENÁRIO DE BRANCHING

Introdução: Bem-vindo ao exercício de *branching* "Gestão de Recursos Humanos". Nesta atividade interativa, irá explorar os conceitos-chave relacionados com a Gestão de Recursos Humanos (GRH), assim como a sua natureza, âmbito, funções e papel nas organizações. Leia cada pergunta com atenção e selecione a resposta mais adequada.

Exercício 1: Natureza e âmbito da GRH

Cenário: É um gerente de RH recém-contratado numa grande corporação. O seu chefe pede-lhe para explicar a natureza e o âmbito do GRH. Como vai responder?

Opções:

- a) O GRH envolve apenas a contratação e demissão de funcionários.
- b) HRM é o processo de gestão de recursos humanos para atingir os objetivos organizacionais e inclui funções como recrutamento, formação e relações com funcionários.

Feedback 1a: O GRH é muito mais do que contratar e despedir, engloba várias funções e responsabilidades.

Feedback 1b: Excelente! Forneceu uma explicação abrangente da natureza e do objetivo do HRM.

Exercício 2: Funções da GRH

Cenário: Está a enfrentar uma escassez de talentos na sua organização, e seu CEO pede conselhos sobre como o GRH pode ajudar a resolver este problema. O que sugere?

Opções:

- a) Ignorar a escassez de talentos; não é responsabilidade do RH.



b) Implementar estratégias como recrutamento, formação e desenvolvimento eficazes para atrair e reter os melhores talentos.

Feedback 2a: O RH desempenha um papel crucial na abordagem da escassez de talentos, portanto, ignorar o problema não é uma opção viável.

Feedback 2b: Ótima escolha! As funções de GRH, como o recrutamento e a formação, são vitais para resolver a escassez de talentos.

Exercício 3: Papel da GRH

Cenário: A sua empresa está a registar uma elevada rotatividade de colaboradores. O CEO quer saber como o GRH pode ajudar a reduzir o volume de negócios. O que lhes dirá?

Opções:

- a) O volume de negócios é inevitável; não há nada que a HRM possa fazer.
- b) O GRH pode implementar estratégias de retenção, melhorar o envolvimento dos funcionários e conduzir entrevistas para entender os motivos da rotatividade.

Feedback 3a: O GRH pode, de facto, desempenhar um papel na redução do volume de negócios através de várias estratégias, pelo que esta resposta não é precisa.

Feedback 3b: Fantástico! A GRH pode tomar medidas pró-ativas, como estratégias de retenção e iniciativas de envolvimento, para reduzir a rotatividade.

Nota: Estes exercícios de *branching* fornecem uma maneira envolvente para os alunos explorarem a natureza e o âmbito do GRH, entenderem as funções e reconhecerem o papel que este desempenha na abordagem dos desafios organizacionais. O feedback para cada resposta ajuda a reforçar a compreensão do conteúdo.

10. AVALIAÇÃO

Quiz: Os alunos devem ter pelo menos 70% das respostas corretas (respostas corretas com feedback devem ser fornecidas).

1. O que é a Gestão de Recursos Humanos (GRH)?
 - a) Um departamento responsável pela gestão do escritório.
 - b) A gestão estratégica da força de trabalho de uma organização.**
 - c) Um sistema financeiro para a gestão dos orçamentos das empresas.

Feedback: A Gestão de Recursos Humanos (GRH) é, de facto, a gestão estratégica da força de trabalho de uma organização. Envolve atividades como recrutamento, formação e relações com funcionários.

2. Qual das seguintes opções melhor descreve a natureza e o âmbito da GRH?
 - a) O GRH foca-se na contratação de colaboradores.



b) O GRH envolve a gestão de pessoas e das relações dentro de uma organização.

c) O HRM está limitado ao processamento da folha de pagamento.

Feedback: O GRH não se limita à contratação, engloba a gestão de pessoas e das relações dentro de uma organização, o que inclui várias funções para além do recrutamento.

3. Qual das seguintes opções NÃO é uma função da GRH?

a) Recrutamento e seleção

b) Avaliação de Desempenho

c) Gestão de Inventário

d) Formação e Desenvolvimento

Feedback: A gestão de inventário não é uma função da GRH. A GRH lida principalmente com a gestão dos recursos humanos da organização, como recrutamento, formação e avaliação de desempenho.

4. Qual é o papel do GRH numa organização?

a) O GRH é responsável pelo planeamento financeiro e orçamentação.

b) A GRH concentra-se em estratégias de marketing e vendas.

c) O GRH desempenha um papel estratégico na gestão da força de trabalho da organização e na promoção de um ambiente de trabalho positivo.

Feedback: O papel da GRH é estratégico, envolve a gestão da força de trabalho e a promoção de um ambiente de trabalho positivo, o que contribui para o sucesso da organização.

5. Qual das seguintes funções de GRH é responsável por melhorar as competências e conhecimentos dos colaboradores para melhorar o desempenho?

a) Recrutamento e Seleção.

b) Remuneração e Benefícios.

d) Formação e Desenvolvimento.

e) Avaliação de Desempenho.

Feedback: Formação e Desenvolvimento é uma função chave de GRH focada em melhorar as competências e conhecimentos dos funcionários.

6. O que é que a natureza da GRH implica em relação à sua importância numa organização?

a) A GRH é uma função periférica que não afeta o sucesso da organização.

b) A GRH é uma parte essencial e integrante da gestão estratégica de uma organização.

c) A GRH diz respeito apenas à gestão de topo da organização.

Feedback: A GRH é uma parte essencial e integrante da gestão estratégica de uma organização, contribuindo para o seu sucesso global.



7. O que está englobado no âmbito da GRH?
- a) Apenas contratação e demissão de funcionários.
 - b) Todas as atividades relacionadas com a gestão de pessoas da organização, incluindo recrutamento, formação e relações com os colaboradores.**
 - c) Apenas gestão da folha de pagamento.
- Feedback:** O âmbito do GRH abrange uma ampla gama de atividades relacionadas com a gestão de pessoas de uma organização, incluindo recrutamento, formação e relações com funcionários.
8. Qual é o papel da GRH na promoção de um ambiente de trabalho positivo?
- a) A GRH não desempenha qualquer papel na promoção de um ambiente de trabalho positivo.
 - b) A GRH ajuda na resolução de conflitos e na promoção de uma cultura de equidade e respeito.**
 - c) A GRH concentra-se exclusivamente na aplicação das regras e regulamentos do local de trabalho.
- Feedback:** A GRH desempenha um papel crucial na promoção de um ambiente de trabalho positivo, abordando conflitos e fomentando uma cultura de equidade e respeito.
9. Qual a função de GRH responsável por avaliar e melhorar o desempenho dos funcionários no trabalho?
- a) Recrutamento e Seleção.
 - b) Remuneração e Benefícios.
 - d) Avaliação de Desempenho**
 - e) Orientação para os colaboradores.
- Feedback:** A Avaliação de Desempenho é a função de GRH responsável por avaliar e melhorar o desempenho dos colaboradores no trabalho.
10. Qual é um dos papéis estratégicos da GRH numa organização?
- a) Gestão das finanças da organização.
 - b) Desenvolvimento de estratégias de marketing.
 - d) Atrair e reter os melhores talentos para apoiar os objetivos da organização.**
- Feedback:** Um dos papéis estratégicos do GRH é atrair e reter os melhores talentos para apoiar os objetivos da organização.

11. COLEÇÃO DE ESTUDOS DE CASO "GREATEST HITS" (R3)



12. FONTES PARA PROFESSORES - PARTE OU A TOTALIDADE DE "FONTES" EM MÓDULOS (R1)

[1] Copeland, Wilfred. (n.d). Unidade - 1: Introdução à Gestão de Recursos Humanos, disponível em <https://www.drnishikantjha.com/booksCollection/hrm-basic-notes.pdf>

[2] De facto, para os empregadores. Definindo horários de trabalho de funcionários: um guia do gerente, disponível em <https://www.indeed.com/hire/c/info/types-of-work-schedules>

[3] Equipe de conteúdo lúcido. (s.d). O que o RH realmente faz? 11 responsabilidades principais, disponível em <https://www.lucidchart.com/blog/what-does-hr-do>

[4] Prakash, Snehil [CuteHR]. (2022, 21 de janeiro). As 10 Melhores Práticas de RH para construir Melhores Locais de Trabalho em 2020. (Vídeo). Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=BODxEp9N_FA&t=32s

[5] Renukadevi, R. (s.d.). Material didático sobre Gestão de Recursos Humanos, disponível em [http://www.nou.ac.in/Online%20Resourses/05-7/Nature%20and%20Scope%20of%20HRM-converted%20\(1\).pdf](http://www.nou.ac.in/Online%20Resourses/05-7/Nature%20and%20Scope%20of%20HRM-converted%20(1).pdf)

[6] Stacey, Kate (2023, 23 de fevereiro). O Guia Completo de RH para Pequenas Empresas em 2023, disponível em <https://connecteam.com/guide-human-resources-for-small-businesses/>

13. APRESENTAÇÃO 9.2 (35 MIN.)

- **Apresentação em *Power point* para a Unidade 9.2 + exemplos práticos.**
- O professor explicará os conteúdos incluídos no PPT e nos apontamentos fornecidos aos alunos.
 - A. O professor introduz os conteúdos da Unidade 9.2:
 - O que é Gestão de Recursos Humanos Verde (GRHV)?
 - Funções GRH verde
 - Iniciativas ecológicas
 - Porquê ser verde... Benefícios e vantagens do GRHV
 - B. O professor dá alguns exemplos práticos:
 - Vídeo - 6 passos para um Data Center mais ecológico

14. CENÁRIO DE *BRANCHING*

Introdução: Bem-vindo ao exercício de *branching* "Gestão de Recursos Humanos Verde (GRHV)". Nesta atividade interativa, irá explorar os conceitos-chave relacionados com a Gestão de Recursos Humanos Verde, incluindo a definição, funções, iniciativas e os



benefícios que oferece. À medida que progride, fará escolhas que o guiarão por diferentes cenários.

Exercício 1: O que é GRHV?

Cenário: É um gerente de RH recém-nomeado numa organização ambientalmente consciente. O CEO pede-lhe que explique o que é Gestão de Recursos Humanos Verde (GRHV). Como vai responder?

Opções:

- a) GRHV é um conceito que nada tem a ver com sustentabilidade ambiental.
- b) GRHV é a integração de iniciativas ambientais e de sustentabilidade nas práticas de GRH para apoiar a responsabilidade ecológica e social.

Feedback 1a: A GRHV está de facto relacionado com a sustentabilidade ambiental, pelo que esta resposta não é precisa.

Feedback 1b: Excelente! Forneceu uma explicação abrangente do que é GRHV.

Exercício 2: Funções de GRHV

Cenário: A organização está comprometida em reduzir a pegada de carbono. O CEO pergunta-lhe como a GRHV pode contribuir para este objetivo. O que sugere?

Opções:

- a) A GRHV não tem qualquer papel na redução da pegada de carbono.
- b) A GRHV pode implementar práticas sustentáveis de recrutamento, envolvimento dos funcionários e formação para reduzir o impacto ambiental da organização.

Feedback 2a: A GRHV desempenha um papel significativo nos esforços de sustentabilidade, incluindo a redução da pegada de carbono, por isso esta resposta não é precisa.

Feedback 2b: Ótima escolha! As funções de GRHV, como o recrutamento sustentável e o envolvimento dos trabalhadores, podem ajudar a reduzir a pegada de carbono.

Exercício 3: Benefícios e Vantagens do GRHV

Cenário: O CFO é cético sobre investir em iniciativas GRHV. A sua tarefa é convencê-los dos benefícios. Como vai abordar esta questão?

Opções:

- a) Não há benefícios reais na implementação de GRHV; é apenas uma despesa adicional.
- b) A implementação de GRHV pode levar a economias de custos, melhor reputação da marca e maior moral dos funcionários, ao mesmo tempo em que contribui para a responsabilidade ambiental.

Feedback 3a: A GRHV oferece vários benefícios, incluindo redução de custos e maior sustentabilidade, por isso esta resposta não é precisa.

Feedback 3b: Fantástico! Destacou os múltiplos benefícios e vantagens de GRHV.



Nota: Estes exercícios de *branching* fornecem uma maneira envolvente para os alunos explorarem os conceitos de GHRM, entenderem as funções e reconhecerem os benefícios que este oferece. O feedback para cada resposta ajuda a reforçar a compreensão do conteúdo.

15. AVALIAÇÃO

Quiz: Os alunos devem ter pelo menos 70% das respostas corretas (respostas corretas com feedback devem ser fornecidas).

1. Em que se concentra principalmente a Gestão de Recursos Humanos Verde (GRHV)?
 - a) Gerir as finanças de uma forma ecológica
 - b) Incorporação de práticas sustentáveis nos processos de GRH.**
 - c) Reduzir os benefícios dos funcionários

Feedback: A Gestão de Recursos Humanos Verde (GRHV) concentra-se principalmente na incorporação de práticas sustentáveis e ecológicas nos processos de GRH.
2. Qual das seguintes opções é uma função-chave da Gestão de Recursos Humanos Verde (GRHV)?
 - a) Maximização do uso de papel no escritório.
 - b) Implementação de práticas sustentáveis de recrutamento.**
 - c) Redução dos salários dos funcionários.

Feedback: Uma das principais funções do GRHV é implementar práticas de recrutamento sustentáveis para reduzir o impacto ambiental.
3. Qual das seguintes opções é um exemplo de uma iniciativa ecológica frequentemente associada à GRHV?
 - a) Oferecer aos funcionários lanches gratuitos
 - b) Promover a partilha de viaturas e o transporte público entre os colaboradores.**
 - c) Permitir impressão ilimitada no escritório.

Feedback: A promoção da partilha de automóveis e dos transportes públicos entre os empregados é uma iniciativa ecológica comum na GRMV.
4. Porquê que a adoção de práticas de Gestão de Recursos Humanos Verde (GRHV) é benéfica para as organizações?
 - a) GRHV não tem benefícios para as organizações
 - b) GRHV só beneficia o meio ambiente.
 - c) Pode reduzir custos, melhorar a reputação corporativa e melhorar a moral dos funcionários.**



Feedback: Adotar práticas de GRHV pode reduzir custos, melhorar a reputação corporativa e melhorar a moral dos funcionários, entre outros benefícios.

5. Qual é uma vantagem da Gestão de Recursos Humanos Verde (GRHV) para o meio ambiente?

a) Aumento do consumo de papel.

b) Maior consumo de energia.

c) Redução da pegada de carbono e do impacto ambiental.

Feedback: Uma vantagem do GRHV para o meio ambiente é reduzir a pegada de carbono e o impacto ambiental geral de uma organização.

6. Como é que a GRHV pode impactar positivamente a reputação de uma organização?

a) Aumentar o consumo de energia.

b) Ignorar as práticas de sustentabilidade.

c) Demonstrar um compromisso com a responsabilidade ambiental.

Feedback: A GRHV pode impactar positivamente a reputação de uma organização, demonstrando um compromisso com a responsabilidade ambiental e a sustentabilidade.

7. Como pode uma organização implementar a Gestão de Recursos Humanos Verde (GRHV) no seu processo de recrutamento?

a) Utilizar mais documentos em papel durante a entrevista.

b) Através da realização de entrevistas em vídeo para reduzir as emissões relacionadas com viagens.

c) Oferecer salários mais altos para atrair candidatos ecologicamente conscientes.

Feedback: A implementação de entrevistas em vídeo para reduzir as emissões relacionadas com viagens é uma prática sustentável frequentemente associada à GRHV.

8. Como é que as práticas de GRHV podem contribuir para a redução de custos dentro de uma organização?

a) Aumentar o consumo de energia.

b) Incentivar o desperdício de impressão.

c) Promover o trabalho remoto para reduzir o espaço de escritório e as despesas com serviços públicos.

Feedback: As práticas de GRHV, como a promoção do trabalho remoto, podem contribuir para a redução de custos, reduzindo o espaço no escritório e as despesas com serviços públicos.

9. Porquê que envolver os funcionários em iniciativas GRHV é essencial para o sucesso?

a) Ajuda os funcionários a ganhar salários mais altos.



b) Permite que os funcionários façam pausas mais longas.

c) Os funcionários são mais propensos a serem eco conscientes e solidários.

Feedback: Envolver os funcionários em iniciativas GRHV é essencial porque são mais propensos a serem eco conscientes e solidários, o que contribui para o sucesso das iniciativas verdes.

10. Como a GRHV pode impactar positivamente a imagem corporativa de uma organização?

a) Ignorar as práticas de sustentabilidade.

b) Através da implementação de operações com utilização intensiva de energia.

c) Alinhar as práticas de GRH com a responsabilidade ambiental.

Feedback: A GRHV pode impactar positivamente a imagem corporativa de uma organização, alinhando as práticas de GRH com a responsabilidade ambiental e a sustentabilidade, o que pode melhorar a reputação da organização.

16. COLEÇÃO DE ESTUDOS DE CASO "GREATEST HITS" (R3)

17. FONTES PARA PROFESSORES - PARTE OU A TOTALIDADE DE "FONTES" EM MÓDULOS (R1)

[1] Ahmad, Shoeb. (2015, 2 de abril). *Green Human Resource Management: Políticas e práticas*, Disponível em <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23311975.2015.1030817>

[2] Aykan, Ebru. (2017, 20 de setembro). *Obtenção de uma Vantagem Competitiva através da Gestão Verde de Recursos Humanos*, disponível em <https://www.intechopen.com/chapters/56008>

[3] Deka, Rashmi R. (2021, 5 de junho). *HRM Verde: Significado, Vantagens, Políticas e Práticas*, Disponível em <https://blog.vantagecircle.com/green-hrm/>

[4] Masood, Rana Z. (junho de 2018). *HRM Verde: Uma necessidade para o século 21*. JETIR. Revista de Tecnologias Emergentes e Investigação Inovadora. Volume 5, Edição 6, Disponível em <https://www.jetir.org/papers/JETIRC006063.pdf>

[5] Vídeos do Mind Tools. (n.d). *5 formas de tornar o seu local de trabalho mais ecológico*. (Vídeo). Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=Qb-hulrdWr4>



MÓDULO 10: FORMAS E PROCEDIMENTOS LEGAIS PARA A CRIAÇÃO DE UMA EMPRESA_CHIPRE

1. INTRODUÇÃO

Como professor, deve começar com um discurso motivacional, por exemplo:

"Caros alunos.

Todo o potencial empreendedor enfrenta dois dilemas fundamentais. Quando criar uma empresa e qual a forma legal a escolher para alcançar o sucesso ideal e tirar partido da mesma, depende do tipo de empresa e dos clientes com quem irá fazer negócios.

Como futuros empreendedores, é crucial para entenderem os aspetos legais para estabelecer uma empresa e serem capazes de comparar diferentes estruturas legais de negócios, examinando os prós e contras de cada tipo.

Além disso, para montar o negócio, devem conhecer todos os procedimentos e passos para registar a empresa, onde e como fazê-lo.

Para ser um empreendedor de sucesso, é preciso estar preparado, informado e responsável!"

Este discurso é seguido por uma breve introdução ao módulo e aos objetivos de aprendizagem:

O conteúdo do módulo apresenta as decisões que um empresário deve tomar antes de registar uma empresa, as principais formas jurídicas para empresas em fase de arranque, as vantagens e desvantagens de cada tipo e estrutura empresarial e os procedimentos de registo de uma empresa no Chipre. No final de cada unidade, encontrará exemplos concretos e exercícios para testar os conhecimentos e compreensão dos tópicos abordados.

2. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

- Descobrir as decisões que um empreendedor deve tomar antes de estabelecer formalmente uma empresa.
- Entender quais as formas jurídicas de empresas que existem: as vantagens e desvantagens.
- Conhecer os procedimentos para registar uma empresa no Chipre.



3. RESULTADO(S) DE APRENDIZAGEM

- Conhecer as principais decisões a tomar antes de criar formalmente uma empresa.
- Ilustrar as formas jurídicas mais comuns para criar uma empresa, pontos fortes e fracos.
- Escolher a forma mais adequada para o próprio negócio.
- Ser capaz de registar uma empresa no Chipre, saber onde e como fazê-lo.

4. MÉTODOS DE APRENDIZAGEM:

- Estudo da literatura recomendada e dos recursos da Internet
- Avaliação dos conhecimentos com base nos resultados do B-ECO *branches*
- Avaliação e capacidade para criar e registar uma empresa

5. RESULTADOS - COMPETÊNCIAS ADQUIRIDAS (LIGAÇÃO AO ENTRE-COMP) ¹⁰

- **Ideias e oportunidades:**
 1. Visão
 2. Valorizar as Ideias
 3. Identificação de Oportunidades
 4. Pensamento Ético e Sustentável
- **Recursos:**
 1. Mobilizar os outros
 2. Mobilizando recursos
 3. Literacia Financeira e Económica
- **Em ação:**
 1. Tomar a iniciativa
 2. Planeamento e Gestão
 3. Lidar com a ambiguidade, a incerteza e o risco
 4. Trabalhar com os outros

6. EQUIPAMENTOS E RECURSOS:

- Computador
- Projetor ou TV
- Acesso à Internet

¹⁰ <https://entre-comp.eu/>



7. WARM-UP (15 MIN.)

A. Fazer corresponder às Formas e Procedimentos Legais para a Criação de uma Empresa:

Instruções: Arraste as palavras da coluna da direita para as definições correspondentes na coluna da esquerda.

Coluna 1: Definições	Arraste as palavras da Coluna 2 para a Coluna 1	Coluna 2: Palavras
A. Trabalhador independente que exerce trabalho "intelectual".		1. Parceria
B. Uma pessoa singular que exerça, de forma independente, uma atividade lucrativa no mercado.		2. Empresário Individual
C. Uma empresa com uma estrutura flexível com o capital social mínimo de €1.000.		3. Freelancer
D. A entidade jurídica identificada na pessoa dos vários parceiros que assumem tanto os direitos como as obrigações decorrentes da atividade empresarial.		4. Sociedade de Responsabilidade Limitada

Chave de resposta:

Parceria - D

Empresário Individual - B

Freelancer - A

Sociedade Limitada - C

8. APRESENTAÇÃO (35 MIN.)

- **Apresentação em *Power Point* para aula + exemplos práticos.**
- O professor explicará os conteúdos incluídos no PPT e nos apontamentos fornecidos aos alunos.
- A. Explicação dos Resultados de Aprendizagem do módulo
- B. O professor introduz os conteúdos do Módulo 10
 - Que decisões devem ser tomadas antes da constituição formal da empresa?
 - Que formas jurídicas existem e quais as vantagens e desvantagens?
 - Como proceder com o registo da empresa?
- C. O professor dá alguns exemplos práticos:
 - Vídeo - Entrevista com um empresário



9. CENÁRIO DE BRANCHING

Introdução: Bem-vindo ao cenário de *branching* sobre "Formas e procedimentos legais para estabelecer uma empresa no Chipre". Este exercício vai testar os conhecimentos com base nas competências que aprendeu durante este módulo. Leia cada pergunta com atenção e selecione a resposta mais adequada.

Pergunta 1: Pretende criar uma empresa no Chipre. O que tem de decidir antes da incorporação?

- a) O nome e o endereço da sede social
- b) Nada
- c) Nome e logótipo da empresa

Feedback 1a: Está correto! Antes da constituição, deve decidir o nome de uma empresa aceite no Chipre e esta deve manter uma sede social na República do Chipre. Na sede social da empresa é o local onde são enviadas todas as notificações e avisos e onde são mantidos os vários registos e outros documentos da sociedade.

Feedback 1b: Incorreto! Antes da constituição deve decidir sobre o tipo, nome, morada, administradores e secretário, sócios e o capital social, os objetos e o contrato social da sociedade.

Feedback 1c: Incorreto! Antes da constituição deve decidir sobre o tipo, nome, morada, administradores e secretário, sócios e o capital social, os objetos e o contrato social da sociedade.

Pergunta 2: Pretende registar a empresa *on-line*. Que fazes?

- a) Basta entrar no sistema de eletrónico para preencher os formulários
- b) Um advogado nomeado acede ao sistema de preenchimento eletrónico do registo comercial
- c) Apresentar uma declaração legal no sistema de preenchimento eletrónico do Registo Comercial.

Feedback 2a: Incorreto. O procedimento envolve a própria pessoa e um advogado.

Feedback 2b: Correto! Junto com o advogado, o próprio pode entrar na plataforma e começa a preparar os documentos necessários.

Feedback 2c: Incorreto. A declaração legal é apenas um dos muitos documentos que tem de apresentar.

Pergunta 3: Quais são os documentos necessários para a apresentação de uma candidatura *on-line*?

- a) Uma declaração legal (formulário HE1)
- b) Uma declaração legal (formulário HE1) e os estatutos



c) Formulário HE1, pacto social e respetiva tradução, declaração solene de testemunhas de assinaturas, pagamento.

Feedback 3a: Parcialmente incorreto. A declaração legal é um dos documentos exigidos.

Feedback 3b: Parcialmente incorreto. Ambos os documentos são necessários, mas faltam alguns.

Feedback 3c: Excelente! Estes são todos os documentos necessários para uma submissão *online*.

Pergunta 4: Depois de receber o certificado de constituição, a empresa existe legalmente?

a) Sim

b) Não

c) Sim, mas continua a ter de cumprir outras obrigações

Feedback 4a: Isso não está totalmente correto! Embora o Certificado de Incorporação marque o início formal da existência da empresa, ainda pode precisar de cumprir outra obrigação.

Feedback 4b: Incorreto. O certificado de constituição é um documento crucial que confirma o registo bem-sucedido da empresa junto das autoridades competentes, neste caso, o Registo Comercial no Chipre.

Feedback 4c: Muito bem! Uma vez que recebe o Certificado de Incorporação no Chipre, a empresa é considerada legalmente existente e oficialmente reconhecida pelo governo. Além disso, é necessário cumprir outras obrigações, como obter licenças, permissões e registos fiscais necessários, a fim de operar totalmente e em conformidade no Chipre ou em qualquer outra jurisdição.

Conclusão: Parabéns pela conclusão do cenário de *branching* sobre formas jurídicas e procedimentos para a criação de uma empresa no Chipre. Demonstrou a compreensão das decisões que um empresário tem de tomar antes da constituição formal da empresa, que formas jurídicas de empresas existem e como registá-las. Agora tudo o que tem de fazer é tentar configurar o novo negócio formalmente!

10. AVALIAÇÃO

Imagine que precisa de constituir uma empresa no Chipre. Quais os passos necessários para o realizar? Por favor, tenha em conta o que deve decidir antes da constituição, como o nome e o tipo de empresa e quais os documentos necessários para proceder ao registo da empresa.



11. COLEÇÃO DE ESTUDOS DE CASO "GREATEST HITS" (R3)

12. FONTES PARA PROFESSORES - PARTE OU A TOTALIDADE DE "FONTES" EM MÓDULOS (R1)

[1] Criação de uma empresa em nome individual no Chipre. (s.d.). [registo web]. Consultado em 21 de fevereiro de 2023 em Setting Up a Sole Trader in Cyprus (lawyers-cyprus.com).

[2] (n.). d.). Κατανοώντας την εταιρεία. Κλάδος Εταιρειών, Τμήμα Εφόρου Εταιρειών και Διανοητικής Ικής Ιρδανοητικής διοικησίας. Κλάδος Εταιρειών, Τμήμα Εφόρου Εταιρειών και Διανοητικής Ιδιοκτησίας (companies.gov.cy)



MÓDULO 10: FORMAS E PROCEDIMENTOS LEGAIS PARA A CRIAÇÃO DE UMA EMPRESA_GRÉCIA

1. INTRODUÇÃO

Como professor, deve começar com um discurso motivacional, por exemplo:

"Caros alunos.

Começar um negócio é como embarcar numa grande aventura. É um passo significativo e, como qualquer decisão importante, vem com o próprio conjunto de desafios e recompensas. Todos os empreendedores, antes de se lançarem, precisam de fazer escolhas cruciais, e uma das mais fundamentais é entender o cenário jurídico. Não se trata apenas de ter uma grande ideia ou um produto; trata-se também de configurar o negócio corretamente desde o início."

Este discurso é seguido por uma breve introdução ao módulo e aos objetivos de aprendizagem:

Hoje, vamos centrar-nos nos aspetos práticos da criação de uma empresa na Grécia. Analisaremos as estruturas jurídicas disponíveis, discutiremos os prós e contras e acompanharemos o processo de registo passo a passo. No final deste módulo, terá um roteiro claro sobre como estabelecer legalmente uma empresa na Grécia, garantindo que, quando decidir começar, estará em terreno sólido desde o início.

2. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

- Compreender as decisões de pré-estabelecimento de uma empresa.
- Conhecer as formas jurídicas comuns e os critérios de seleção.
- Identificar prós e contras de cada forma jurídica.
- Aprender sobre os procedimentos de registo na Grécia.

3. RESULTADO(S) DE APRENDIZAGEM

- Ter capacidade de tomar decisões informadas antes de iniciar um negócio.
- Ter conhecimento para selecionar a forma jurídica mais adequada para o negócio.
- Ter compreensão aprofundada das vantagens e armadilhas de cada forma jurídica.
- Ter um roteiro claro para registar uma empresa na Grécia.



4. MÉTODOS DE APRENDIZAGEM:

- Estudo da literatura recomendada e dos recursos da Internet
- Avaliação dos conhecimentos com base nos resultados da atividade de grupo
- Avaliação e capacidade para constituir e registar uma empresa.

5. RESULTADOS - COMPETÊNCIAS ADQUIRIDAS (LIGAÇÃO AO ENTRE-COMP) ¹¹

- **Ideias e oportunidades:**
 1. Visão
 2. Valorizar as Ideias
 3. Identificação de Oportunidades
 4. Pensamento Ético e Sustentável
- **Recursos:**
 1. Mobilizar os outros
 2. Mobilizando recursos
 3. Literacia Financeira e Económica
- **Em ação:**
 1. Tomar a iniciativa
 2. Planeamento e Gestão
 3. Lidar com a ambiguidade, a incerteza e o risco
 4. Trabalhar com os outros

6. EQUIPAMENTOS E RECURSOS:

- Computador
- Projetor ou TV
- Acesso à Internet
- Folhetos sobre formulários jurídicos e processo de registo
- Brochura - Casos de Estudo

7. WARM-UP (15 MIN.)

1. Quiz:

Instruções: Distribua um pequeno questionário ou partilhe uma ligação digital se estiver a utilizar uma plataforma *on-line*. Este teste servirá de base para determinar os conhecimentos atuais dos alunos sobre o tema.

¹¹ <https://entre-comp.eu/>



Exemplos de perguntas:

- a) Qual das seguintes situações é uma forma jurídica comum na Grécia?
- Sociedade de Responsabilidade Limitada (LLC)
 - Sociedade Anónima (A.E.)
 - Sociedade Anónima (PLC)
 - Propriedade individual
- b) O requisito de capital inicial para uma A.E (Societe Anonyme) é:
- €1.000
 - €10.000
 - €25.000
 - €50.000
- c) Qual a forma jurídica mais adequada para uma pequena empresa com um único proprietário?
- A.E. (Société Anónimo)
 - O.E. (Parceria Geral)
 - E.E. (Sociedade em comandita)
 - E.Π.E. (Empresa privada)
- d) Em que cidade está localizado o principal serviço de registo comercial na Grécia?
- Salónica
 - Heraklion
 - Atenas
 - Pátras
- e) Qual das seguintes opções NÃO é uma etapa obrigatória no processo de registo da empresa?
- Obtenção de um número de identificação fiscal.
 - Abrir uma conta bancária da empresa.
 - Anunciando a empresa em um jornal local.
 - Registo na Câmara de Comércio.

2. Sessão de partilha:

- **Configuração:** organize a sala em círculo ou use salas de grupo se estiver *online*. Isto promove a abertura e garante que todos sejam visualmente acessíveis.



- **Instruções:** "Agora vamos tirar alguns minutos para que todos compartilhem um pouco sobre si mesmos. Por favor, apresentem-se, descrevam quaisquer aspirações empresariais que possam ter e digam uma coisa que esperam aprender ou ganhar com a sessão de hoje."
- **Partilha orientada:** Comece a sessão apresentando-se e respondendo às mesmas perguntas para dar o tom e deixar todos à vontade. À medida que cada aluno partilha, certifique-se de que reconhece as suas aspirações e expectativas em relação à aula. Isto não só faz com que se sintam ouvidos, como também os ajudam a adaptar a aula em tempo real para responder às suas preocupações.
- Uma vez concluído, use as informações recolhidas do questionário e da sessão de partilha para adaptar a abordagem durante a apresentação, dando ênfase a áreas onde os alunos não têm conhecimento ou demonstraram grande interesse.

8. APRESENTAÇÃO (35 MIN.)

- **Apresentação em *Power Point* para aula + exemplos práticos.**
- O professor explicará os conteúdos incluídos no PPT e nos apontamentos fornecidos aos alunos.
 - A. Explicação dos Resultados de Aprendizagem do módulo
 - B. O professor introduz os conteúdos do Módulo 10
 - Que decisões devem ser tomadas antes da constituição formal da empresa?
 - Que formas jurídicas existem e quais as vantagens e desvantagens?
 - Como proceder com o registo da empresa?
 - C. O professor dá alguns exemplos práticos:
 - Vídeo - Entrevista com um empresário

9. ATIVIDADE EM GRUPO

Configuração: Divida os alunos em pequenos grupos e forneça a cada um, um folheto de cenários ou um link de plataforma interativa *on-line*, se disponível. Cada decisão que tomarem conduzi-los-á a um novo conjunto de desafios.

Cenário: "Decidiu abrir uma empresa na Grécia. O que vai fazer a seguir?"

Início: Tem uma ideia inovadora para um mercado *on-line* que liga os artesãos gregos locais aos consumidores mundiais. O financiamento inicial é de 15.000€.

Ponto de decisão 1: Escolha da forma jurídica

- a) A.E. (Société Anónimo)



- b) E.P.E. (Empresa privada)
- c) E.E. (Sociedade em comandita)

Desafios:

- Para A.E.: Percebe que o requisito mínimo de capital é de € 25.000, como vai preencher a lacuna de financiamento?
- Para E.P.E.: Fica a saber que o processo burocrático é bastante simplificado, mas um potencial investidor prefere as estruturas da A.E. Como é que o convence?
- Para E.E.: O seu parceiro de negócios está hesitante quanto às responsabilidades pessoais. Como é que vai lidar com isso??

Ponto de decisão 2: *Etapas de Registo de Empresas*

- a) Efetuar registo na Câmara de Comércio.
- b) Abrir uma conta bancária da empresa.
- c) Obter de um número de identificação fiscal.

Desafios:

- Para a Câmara de Comércio: O funcionário informa-o de um atraso de três semanas devido a uma acumulação de trabalho. Como é que se ultrapassa este atraso sem afetar o calendário de lançamento?
- Para a conta bancária: O banco exige documentação adicional sobre o plano de atividades e previsões. Como é que os prepara?
- Para a identificação fiscal: A repartição de finanças local está a pedir uma prova da existência de um escritório físico. Como é que o vai fornecer?

Ponto de decisão 3: *Primeiro Obstáculo Empresarial*

- a) Um fornecedor-chave (artesão) desiste apenas algumas semanas antes do lançamento.
- b) Um concorrente anuncia uma plataforma semelhante.
- c) O *site* enfrenta desafios de segurança.

Desafios:

- Para o fornecedor que desiste: Atrasa o lançamento, encontra um substituto rápido ou avança sem ele?
- Para o concorrente: Altera a estratégia de marketing, procura uma parceria ou diferencia os serviços?
- Para questões de segurança: Contrata uma empresa externa de *cibersegurança*, adia o lançamento até que os problemas sejam resolvidos ou prossegue com a isenção de responsabilidade?



Conclusão: Depois de os alunos percorrerem o cenário e os pontos de decisão, reúnem-se novamente e discutem as decisões tomadas por cada grupo, as razões subjacentes às escolhas e os resultados. Isto permitirá uma compreensão abrangente das complexidades envolvidas na criação de uma empresa na Grécia e da importância de estar preparado para vários desafios.

10. AVALIAÇÃO

Feedback do Grupo sobre a Atividade

Este segmento destina-se a fomentar uma discussão reflexiva sobre a atividade em grupo.

Instruções:

- 1. Recapitulação:** Comece por pedir a cada grupo que resuma brevemente as escolhas que fez durante a atividade de grupo e os resultados que encontrou.
- 2. Pontos de discussão:**
 - Houve algum desafio específico com que vários grupos se tenham debatido? Em caso afirmativo, porquê?
 - Quais as formas jurídicas para as quais a maioria dos grupos se inclinou e quais foram as principais razões para essas escolhas?
 - Houve algum resultado inesperado ou consequência das escolhas efetuadas?
 - Como é que o cenário se alinhou com o conteúdo da aula e com as implicações reais da criação de uma empresa na Grécia?
- 3. Reflexão:**
 - Peça aos alunos para partilharem o que fariam de diferente se lhes fosse dada outra oportunidade.
 - Discuta a importância da preparação, da investigação e da adaptabilidade face aos desafios quando se inicia um negócio.

Conclua a sessão, salientando as principais conclusões e a importância da aplicação prática dos conhecimentos em empreendimentos empresariais.

11. COLEÇÃO DE ESTUDOS DE CASO "GREATEST HITS" (R3)

12. FONTES PARA PROFESSORES - PARTE OU A TOTALIDADE DE "FONTES" EM MÓDULOS (R1)

[1] Empresa Grécia, Invest & Trade, Criação de uma empresa na Grécia, Atenas
<https://www.enterprisegreece.gov.gr/images/public/pdf-files/Setting-up-a-Company-in-Greece.pdf>



[2] Website oficial do Ministério do Desenvolvimento e Investimentos, Como registar uma empresa na Grécia <https://www.gov.gr/en/sdg/starting-running-and-closing-business/registering-changing-legal-form-of-or-closing-business/general/how-to-start-business-in-greece/>

[3] Website oficial do Ministério do Desenvolvimento e dos Investimentos <https://www.mindev.gov.gr/?lang=en>

[4] Your Confidence Accounting & Advisory, Doing Business in Greece, Atenas https://www.yourc.gr/files/YC_Doing-Business-in-Greece.pdf

[5] Website oficial da Câmara de Comércio Helénica Britânica, Constituição de uma sociedade de responsabilidade limitada na Grécia <https://www.bhcc.gr/el/nea/nea-tou-epimelththriou/77-english/useful-info/168-systash-etaireias-epe-sthn-ellada>

Mais leitura:

[1] *"Business Law in Greece"*, de K. D. Kerameus e Phaedon J. Kozyris.

[2] *"Criar uma empresa na Europa"* pela Câmara de Comércio da União Europeia.

[3] *"O espírito empresarial na Grécia: uma análise crítica"* de Ioannis N. Katsikis

[4] *"Doing Business in Greece: Navigating the Mediterranean Business Culture"* de George S. Georgiades

[5] *"Direito das sociedades Grego"*, de Konstantinos Sergakis.

[6] *"O ambiente empresarial no sul da Europa: uma perspetiva regional"*, de Dimitris Katsikas, Dimitris A. Sotiropoulos e Maria Zafiropoulou.



MÓDULO 10: FORMAS E PROCEDIMENTOS LEGAIS PARA A CRIAÇÃO DE UMA EMPRESA_ITALIA

1. INTRODUÇÃO

Como professor, deve começar com um discurso motivacional, por exemplo:

"Caros alunos.

Todo o potencial empreendedor enfrenta dois dilemas fundamentais. Quando criar uma empresa e qual a forma jurídica a escolher para alcançar o sucesso ideal e tirar partido da mesma, depende do tipo de empresa e dos clientes com quem irá fazer negócios.

Como futuros empreendedores, é crucial entender os aspetos legais de estabelecer uma empresa e serem capazes de comparar diferentes estruturas jurídicas de negócios, examinando os prós e contras de cada tipo.

Além disso, para montar um negócio, devem conhecer todos os procedimentos e passos para registar a empresa, onde e como fazê-lo.

Para serem empreendedores de sucesso, é preciso estarem preparados, informados e serem responsáveis!"

Este discurso é seguido por uma breve introdução ao módulo e aos objetivos de aprendizagem:

O conteúdo do módulo apresenta as decisões que um empreendedor deve tomar antes de registar uma empresa, as principais formas jurídicas para *start-ups*/iniciantes, as vantagens e desvantagens de cada tipo e estrutura de negócios e os procedimentos para o registo de uma empresa na Itália. No final de cada unidade, encontrará exemplos concretos e exercícios para testar os conhecimentos e compreensão dos tópicos abordados.

2. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

- Descobrir as decisões que um empreendedor deve tomar antes de criar formalmente uma empresa.
- Entender quais as formas jurídicas de empresas que existem, vantagens e desvantagens.
- Conhecer os procedimentos para registar uma empresa na Itália.



3. RESULTADO(S) DE APRENDIZAGEM

- Conhecer as principais decisões a tomar antes de criar formalmente uma empresa.
- Ilustrar as formas jurídicas mais comuns para criar uma empresa, os pontos fortes e fracos.
- Escolher a forma mais adequada para o seu próprio negócio.
- Ser capaz de registar uma empresa na Itália, saber onde e como fazê-lo.

4. MÉTODOS DE APRENDIZAGEM:

- Estudo da literatura recomendada e dos recursos da Internet
- Avaliação dos conhecimentos com base nos resultados das sucursais da B-ECO
- Avaliação e capacidade para criar e registar uma empresa

5. RESULTADOS - COMPETÊNCIAS ADQUIRIDAS (LIGAÇÃO AO ENTRE-COMP) ¹²

- **Ideias e oportunidades:**
 1. Visão
 2. Valorizar as Ideias
 3. Pensamento Ético e Sustentável
- **Recursos:**
 1. Mobilizar os outros
 2. Mobilizando recursos
 3. Literacia Financeira e Económica
- **Em ação:**
 1. Tomar a iniciativa
 2. Planeamento e Gestão
 3. Lidar com a ambiguidade, a incerteza e o risco
 4. Trabalhar com os outros

6. EQUIPAMENTOS E RECURSOS:

- Computador
- Projetor ou TV
- Acesso à Internet

¹² <https://entre-comp.eu/>



7. WARM-UP (15 MIN.)

A. Fazer corresponder as Formas e Procedimentos Legais para a Criação de uma Empresa:

Instruções: Arraste as palavras da coluna da direita para as definições correspondentes na coluna da esquerda.

Coluna 1: Definições	Arraste as palavras da Coluna 2 para a Coluna 1	Coluna 2: Palavras
A. Trabalhador independente que exerce trabalho "intelectual".		1. Parceria
B. Um tipo de classificação adotada pelo ISTAT que determina as atividades que as empresas podem exercer.		2. Empresário Individual
C. Uma empresa com uma estrutura flexível com o capital social mínimo de €10.000.		3. Freelancer
D. A pessoa jurídica identificada na pessoa dos diversos sócios que assumem os direitos e obrigações decorrentes da atividade empresarial.		4. Sociedade de Responsabilidade Limitada
E. Pessoa singular que exerce, de forma independente, uma atividade lucrativa no mercado.		5. Classificação ATECO

Chave de resposta:

Parceria - D

Empresário Individual - E

Freelancer - A

Sociedade por Quotas - C

Classificação ATECO - B

8. APRESENTAÇÃO (35 MIN.)

- Apresentação em *Power Point* para aula + exemplos práticos.
- O professor explicará os conteúdos incluídos no PPT e nos apontamentos fornecidos aos alunos.

A. Explicação dos Resultados de Aprendizagem do módulo

B. O professor introduz os conteúdos do Módulo 10

- Que decisões devem ser tomadas antes da constituição formal da empresa?
- Que formas jurídicas existem e quais as vantagens e desvantagens?
- Como proceder com o registo da empresa?

C. O professor dá alguns exemplos práticos:

- Vídeo - Entrevista com um empresário



9. CENÁRIO DE *BRANCHING*

Introdução: Bem-vindo ao cenário de *branching* sobre formas jurídicas e procedimentos para estabelecer uma empresa na Itália. Este exercício vai testar os conhecimentos com base nas competências que aprendeu durante este módulo. Leia cada pergunta com atenção e selecione a resposta mais adequada.

Pergunta 1: Pretende criar uma empresa na Itália. O que é necessário para determinar as atividades que a empresa pode exercer?

- a) Não precisa de nada
- b) Classificação ATECO
- c) Nome da empresa e sede social

Feedback 1a: Incorreto! Para criar uma empresa na Itália, precisa de ter vários requisitos (por exemplo, nome da empresa, sede social, etc.), e incluir a classificação ATECO, que é um tipo de classificação necessária para determinar as atividades que a empresa pode exercer.

Feedback 1b: Correto! Para montar o negócio na Itália, precisa de ter a classificação ATECO, que determina as atividades que a empresa pode exercer.

Feedback 1c: Incorreto! O nome da empresa e a sede social são dois requisitos importantes na criação de uma empresa. No entanto, lembre-se de que, se montou o negócio na Itália, deve ter a classificação ATECO que determina as atividades da empresa.

Pergunta 2: Acabou de se inscrever como advogado e pretende criar a sua própria empresa. Qual a forma jurídica escolhida?

- a) Empresário em nome individual
- b) Trabalhador independente (Freelancer)
- c) Sociedade anónima

Feedback 2a: Incorreto. Um empresário individual refere-se a todos aqueles que independentemente têm atividade como artesão (ou seja, aqueles que realizam exercícios manuais) ou comerciante (aqueles que compram e revendem bens e serviços).

Feedback 2b: Correto! Trabalhadores independentes ou Freelancers são aqueles inscritos no registo profissional e que realizam trabalho "intelectual".

Feedback 2c: Incorreto. Numa sociedade anónima, vários sócios podem partilhar o processo de tomada de decisão.

Pergunta 3: Quer estabelecer uma empresa como um único proprietário e ter controle total sobre a tomada de decisões. Qual a forma jurídica escolhida?

- a) Sociedade anónima
- b) Parceria
- c) Empresário em nome individual



Feedback 3a: Não, uma sociedade de responsabilidade limitada pode ter vários proprietários e decisões partilhadas.

Feedback 3b: Incorreto. Uma Parceria envolve múltiplos sócios que partilham direitos e obrigações decorrentes da atividade empresarial.

Feedback 3c: Excelente! Um empresário individual refere-se a um empresário individual com propriedade única e controlo total sobre a tomada de decisões.

Pergunta 4: É um electricista que não tem o capital inicial e conduz os negócios em menor escala. Qual a forma jurídica escolhida?

- a) Empresário em nome individual
- b) Sociedade anónima
- c) Parceria

Feedback 4a: Excelente! O empresário em nome individual é a forma jurídica especialmente adequada para os empresários que necessitam do capital inicial e conduzem os negócios em menor escala e principalmente com clientes físicos.

Feedback 4b: Incorreto. Uma sociedade anónima pode envolver mais do que um sócio e exige um capital social mínimo de € 10.000.

Feedback 4c: Incorreta. Uma sociedade não exige uma quota mínima de capital, mas tem mais do que um sócio.

Pergunta 5: Se pretende estabelecer-se como empresário em nome individual, qual dos três passos abaixo deve seguir?

- a) Dirija-se pessoalmente ao serviço competente específico.
- b) Apresentar pelo menos duas comunicações ao registo comercial competente
- c) Apresentar por via eletrónica uma única comunicação ao registo das sociedades competentes

Feedback 5a: Não, para iniciar atividade como Empresário em nome individual, é necessário apresentar, exclusivamente por via eletrónica, uma Comunicação Única ao Registo Comercial competente.

Feedback 5b: Incorreto. Para constituir-se como empresário em nome individual, apenas deve ser apresentada uma comunicação única, exclusivamente por via eletrónica, ao Registo Comercial competente.

Feedback 5c: Correto! Para constituir-se como empresário em nome individual, deve apresentar, por via eletrónica, uma comunicação única ao registo das sociedades competente, que permita cumprir todas as formalidades necessárias para constituir a sociedade com um registo único.

Conclusão: Parabéns pela conclusão dos *branching* cenários sobre formas jurídicas e procedimentos para a criação de uma empresa na Itália. Demonstrou compreensão das



decisões que um empresário tem de tomar antes da constituição formal da empresa, que formas jurídicas de sociedades existem e como registá-las. Agora tudo o que tem de fazer é tentar configurar o novo negócio formalmente!

10. AVALIAÇÃO

Quer criar o seu próprio negócio formalmente:

1. Determinar o nome, a sede e as atividades da empresa.
2. Verificar o nome que escolheu no [Registro Imprese | I dati Ufficiali della Camera di Commercio](#).
3. Escolher a forma jurídica mais adequada para o negócio.
4. Verificar o nome da empresa e as atividades na base de dados "caixa digital dos empreendedores". [Il cassetto digitale dell'imprenditore \(italia.it\)](#).

11. COLEÇÃO DE ESTUDOS DE CASO "GREATEST HITS" (R3)

12. FONTES PARA PROFESSORES - PARTE OU A TOTALIDADE DE "FONTES" EM MÓDULOS (R1)

- [1] Unioncamere. (2023). Retirado de Cos'è SPID ([italia.it](#))
- [2] Câmara de Comércio Italiana. (2023). Retirado de [Registro Imprese | Eu dati Ufficiali della Camera di Commercio](#)
- [3] Estúdio Ferrari. (2023). Retirado de [TIPOS DE EMPRESAS NA ITÁLIA: CARACTERÍSTICAS E TRIBUTAÇÃO - STUDIO LEGALE E COMMERCIALE FERRARI & ASSOCIATI ROMA \(studioferrari.com\)](#)
- [4] Universidade 2 Negócios. (2023). Retirado de [Faccio una startup: come scegliere il tipo di società \(onlus, srl, srls, ditta individuale...\) \(university2business.it\)](#)
- [5] Câmara de Comércio Italiana. (2023). Retirado de [Società di persone e di capitale | Registro Imprese](#)
- [6] Unioncamere. (2023). Recuperado de [Home - impresainungiorno.gov.it](#)
- [7] Depositi e Istanze, Registro Imprese. (2023). Retirado de [DIRE - Depositi e Istanze Registro Imprese](#)
- [8] Infocamere. (2023). Obtido em [FedraPlus e plug-in \(infocamere.it\)](#)



MÓDULO 10: FORMAS E PROCEDIMENTOS LEGAIS PARA A CRIAÇÃO DE UMA EMPRESA_POLÓNIA

1. INTRODUÇÃO

Como professor, deve começar com um discurso motivacional, por exemplo:

"Caros alunos.

Abrir uma empresa é, para muitas pessoas, muito importante - um ponto de viragem nas suas carreiras e mesmo em toda a sua vida. O registo de uma empresa não é uma das tarefas mais difíceis. Ao abrir uma empresa, devem prestar muito mais atenção às questões relacionadas com a tomada de decisões importantes. As escolhas feitas terão um impacto fundamental no funcionamento efetivo da nova empresa.

Vejamos então como criar uma empresa e o que isso implica."

Este discurso é seguido por uma breve introdução ao módulo e aos objetivos de aprendizagem:

Todos os potenciais empresários enfrentam dois dilemas fundamentais. Quando criar uma empresa e qual a forma jurídica a escolher para obter o maior sucesso possível e tirar partido da forma jurídica em função do tipo de empresa e dos clientes com quem vai fazer negócios. O conteúdo do módulo apresenta as decisões que um empresário deve tomar antes de registar uma empresa, as duas formas jurídicas fundamentais para as empresas em fase de arranque, as vantagens e desvantagens de cada uma e os procedimentos para o registo de uma empresa na Polónia.

2. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

- Compreender as principais decisões antes de criar formalmente uma empresa
- Ter conhecimento das formas jurídicas mais comuns para a criação da própria empresa e escolher da forma adequada.
- Identificar os pontos fortes e fracos de cada forma jurídica da empresa
- Aprender sobre onde e como registar uma empresa.



3. RESULTADO(S) DE APRENDIZAGEM

- Compreender as diferenças entre formas particulares de empresas.
- Conhecer as principais características de estabelecer empresa na Polónia.
- Identificar vantagens e desvantagens do empresário em nome individual e Sociedade de responsabilidade limitada.
- Saiba escolher o nome da empresa.

4. MÉTODOS DE APRENDIZAGEM:

- Estudo da literatura recomendada e dos recursos da Internet
- Avaliação dos conhecimentos com base nos resultados do B-ECO *branches*
- Avaliação e capacidade para criar e registar uma empresa

5. RESULTADOS - COMPETÊNCIAS ADQUIRIDAS (LIGAÇÃO AO ENTRE-COMP) ¹³

- **Ideias e oportunidades:**
 1. Visão
 2. Valorizar as Ideias
 3. Criatividade
- **Recursos:**
 1. Motivações e Persistência
 2. Autoconhecimento e autoeficácia
 3. Mobilizando recursos
- **Em ação:**
 1. Tomar a iniciativa
 2. Planeamento e Gestão
 3. Lidar com a ambiguidade, a incerteza e o risco
 4. Trabalhar com os outros

6. EQUIPAMENTOS E RECURSOS:

- Computador
- Projetor ou TV
- Acesso à Internet

¹³ <https://entre-comp.eu/>



7. WARM-UP (15 MIN.)

A. Arraste as palavras: Empresário Individual

Instruções: Arraste as palavras e coloque-as no local apropriado.

No caso de um _____ em nome individual, o nome deve incluir, pelo menos, o _____ do fundador. É necessário que isto funcione desta forma, uma vez que outras empresas _____ devem poder identificar claramente quem está a gerir determinada empresa. Podem ser acrescentados outros elementos ao nome e apelido que descrevam o seu perfil de _____. É possível registar uma empresa quando se tem _____ anos de idade, o que significa que é adulto e é totalmente responsável pelos seus atos e tem plena capacidade de decisão. É necessário _____ a empresa no Registo Central de Atividades e Informações Empresariais - CEIDG.

Chave de resposta:

1. Empresário
2. Nome
3. Participantes
4. Negócios
5. dezoito
6. Registrar

8. APRESENTAÇÃO (35 MIN.)

- **Apresentação em *Power Point* para aula + exemplos práticos.**
 - O professor explicará os conteúdos incluídos no PPT e nos apontamentos fornecidos aos alunos.
- A. Explicação dos Resultados de Aprendizagem do módulo
- B. O professor introduz os conteúdos do Módulo 10
- Diferenças entre formas particulares de sociedades
 - As principais características de estabelecer empresa na Polónia
 - Vantagens e desvantagens: empresário em nome individual e Sociedade de responsabilidade limitada
 - Como escolher o nome da empresa
- C. O professor dá alguns exemplos práticos:
- Vídeo - Entrevista com um empresário
(<https://www.youtube.com/watch?v=vT6zycAMjv0&t=1018s>)

9. CENÁRIO DE BRANCHING

Introdução: Bem-vindo ao cenário de *branching* na aventura com a criação de uma empresa na Polónia. Este exercício destina-se a testar os conhecimentos e capacidades de tomada



de decisão relativamente às formas jurídicas de diferentes situações. Leia cada pergunta com atenção e selecione a resposta mais adequada.

Pergunta 1: Que características caracterizam o "empresário em nome individual"?

- a) No caso de constituição de empresário em nome individual, é necessário ter 20 anos
- b) Desagravamento fiscal durante os dois primeiros anos
- c) Existe uma responsabilidade limitada do proprietário pelas obrigações da empresa

Feedback 1a: Incorreto. Para se estabelecer como empresário em nome individual, deve ter, pelo menos, 18 anos de idade.

Feedback 1b: Ótima escolha! Durante os primeiros 2 anos, o fundador tem direito a um desagravamento fiscal.

Feedback 1c: Incorreto. A verdade é completamente diferente - existe uma responsabilidade ilimitada do proprietário pelas obrigações da empresa.

Pergunta 2: Quais são as principais características da Sociedade de Responsabilidade Limitada?

- a) Contabilidade completa
- b) Todos os membros são pessoalmente responsáveis por todas as obrigações da empresa.
- c) Não é necessário capital inicial.

Feedback 2a: Boa resposta! Uma sociedade de responsabilidade limitada é obrigada a manter contas completas - contabilidade para todas as operações realizadas de acordo com os princípios contábeis.

Feedback 2b: Incorreto! Neste tipo de negócio, não responde pessoalmente pelas obrigações da empresa.

Feedback 2c: Incorreta. Capital mínimo exigido para estabelecer uma sociedade de responsabilidade limitada - PLN 5.000

Pergunta 3: Quais são as desvantagens da Sociedade de Responsabilidade Limitada?

- a) Falta de necessidade de pagar ZUS (Se pelo menos dois sócios na empresa)
- b) Fácil de angariar capital.
- c) Dupla tributação

Feedback 3a: Falso! - a falta de necessidade de pagar ZUS pela Sociedade de responsabilidade limitada é uma boa vantagem.

Feedback 3b: Resposta incorreta! Com certeza a fácil angariação de capital é uma grande vantagem da Sociedade de responsabilidade Limitada.

Feedback 3c: Muito bom! Não há pior coisa do que a dupla tributação para o fundador de uma empresa.

Pergunta 4: Como estabelecer uma empresa na Polónia?

- a) Deve ser feito pessoalmente no gabinete apropriado.



- b) Deve preencher o formulário CEIDG.
- c) A candidatura também pode ser apresentada em qualquer repartição municipal por correio registado com a assinatura normal do candidato.

Feedback 4a: Incorreto. Pode ser feito também *online*, mas deve ser acompanhado por uma assinatura eletrónica qualificada.

Feedback 4b: Correto. O primeiro passo para criar uma empresa é preencher o formulário CEIDG.

Feedback 4c: Incorreto! O pedido pode ser apresentado por correio registado, mas a assinatura do requerente tem de ser certificada por um notário.

Conclusão: Parabéns por completar o cenário de *branching* sobre informações associadas ao estabelecimento de formas jurídicas de negócios na Polónia. Demonstrou compreensão de quais são as características dos formulários de negócios e como criar uma empresa.

10. APRECIÇÃO

Execução do registo pró-forma através do portal online.

11. COLEÇÃO DE ESTUDOS DE CASO "GREATEST HITS" (R3)

12. FONTES PARA PROFESSORES - PARTE OU A TOTALIDADE DE "FONTES" EM MÓDULOS (R1)

[1] Ruzzier, M., Antončič, B., Bratkovič, T., Hisrich, R.D., (2008): Podjetništvo. Koper: Društvo za akademske in aplikativne raziskave. Str. 10-285.

[2] Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., Design de Proposta de Valor. Dostopno na/disponível em: <https://assets.strategyzer.com/assets/resources/value-proposition-design-book-preview-2014.pdf>. Str. 15-38.

[3] Goljar, M., (2012): Poslovno modeliranje. Ustvarjalnik. Ljubljana.

[4] Maurya. A. (2014): Delaj vitko: Od načrta A do načrta, ki deluje. Pasadena, Ljubljana. www.delajvitko.si.

[5] Barringer B. R., Ireland R. D., (2016) »Entrepreneurship, Successfully Launch New Ventures«; Sala Prentice - Bergant, A.

[6] Sushanta Maiti (2021); "O que é Empreendedorismo? definição, 5 tipos, 5 âmbitos, características, 5 importância"; https://educationleaves.com/what-is-entrepreneurship/#Definition_of_Entrepreneurship



[7] Equipe Editorial do Indeed (2021); "12 Prós e Contras de Ser Empreendedor";
<https://www.indeed.com/career-advice/finding-a-job/pros-and-cons-of-being-entrepreneur>



MÓDULO 10: FORMAS E PROCEDIMENTOS LEGAIS PARA A CRIAÇÃO DE UMA EMPRESA_PORTUGAL

1. INTRODUÇÃO

Como professor, deve começar com um discurso motivacional, por exemplo:

"Caros alunos.

Bem-vindos ao módulo sobre "Formas e Procedimentos Legais para a Criação de uma Empresa em Portugal". Este módulo abrangente foi cuidadosamente elaborado para os equipar com o conhecimento e os recursos necessários para guiá-los através do intrincado processo de estabelecer uma empresa em Portugal. Num mundo em que o empreendedorismo e a inovação prosperam, compreender o quadro jurídico para a criação de empresas é um conjunto de competências vital para a próxima geração. No final deste módulo, não só possuirão uma sólida compreensão dos meandros legais de estabelecer uma empresa em Portugal, mas também estarão mais bem equipados para tomar decisões informadas que podem definir o rumo das jornadas empreendedoras."

Este discurso é seguido por uma breve introdução ao módulo e aos objetivos de aprendizagem:

Este módulo é composto por três unidades, cada uma concebida para abordar aspetos críticos da constituição de empresas em Portugal:

Na primeira unidade, explorará as decisões cruciais que os aspirantes a empreendedores devem tomar antes de embarcar no estabelecimento formal de uma empresa. Desde a escolha do conceito de negócio certo até a determinação da estrutura jurídica adequada, os alunos obterão perceções sobre as escolhas fundamentais que podem impactar significativamente o futuro de negócios.

A segunda unidade analisa as formas jurídicas das sociedades disponíveis em Portugal, fornece informação sobre cada opção, bem como as respetivas vantagens e desvantagens. Os alunos aprenderão a navegar pelas complexidades da escolha da estrutura jurídica mais adequada para os seus empreendimentos empresariais.

Na unidade final, irá orientar os alunos através dos passos práticos envolvidos no processo de registo de empresas em Portugal. Desde a preparação da documentação necessária até a interação com órgãos governamentais, esta unidade tem como objetivo desmistificar o processo muitas vezes intimidante de formalização de uma entidade empresarial.



Como educadores, o seu papel na formação do futuro dos líderes empresariais e empreendedores é fundamental. Este módulo serve como um recurso valioso que permitirá transmitir conhecimento crítico e capacitar alunos a navegar no cenário jurídico do estabelecimento de negócios com confiança.

2. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

- Identificar tipos de estruturas de propriedade de negócios e fatores necessários
- Identificar a melhor estrutura jurídica para uma determinada ideia de negócio
- Compreender os requisitos fiscais para diferentes estruturas jurídicas
- Identificar as etapas e os documentos necessários para registar uma empresa *on-line*

3. RESULTADO(S) DE APRENDIZAGEM

- Compreender as principais decisões antes de criar formalmente uma empresa.
- Conhecer as formas jurídicas mais comuns para iniciar o próprio negócio e saber escolher uma forma adequada.
- Identificar os pontos fortes e fracos de cada forma jurídica.
- Saber onde e como registar uma empresa.

4. MÉTODOS DE APRENDIZAGEM:

- Estudo da literatura recomendada e dos recursos da Internet
- Avaliação dos conhecimentos com base nos resultados das B-ECO *Branches*
- Avaliação e capacidade para criar e registar uma empresa

5. RESULTADOS - COMPETÊNCIAS ADQUIRIDAS (LIGAÇÃO AO ENTRE-COMP) ¹⁴

- **Ideias e oportunidades:**
 1. Visão
 2. Valorizar as Ideias
 3. Pensamento Ético e Sustentável
- **Recursos:**
 1. Mobilizando recursos
 2. Literacia Financeira e Económica
 3. Mobilizar os outros
- **Em ação:**
 1. Tomar a iniciativa

¹⁴ <https://entre-comp.eu/>



2. Planeamento e Gestão
3. Lidar com a ambiguidade, a incerteza e o risco

6. EQUIPAMENTOS E RECURSOS:

- Computador
- Projetor ou TV
- Acesso à Internet

7. WARM-UP (15 MIN.)

A. Saber corresponder às definições das formas jurídicas:

Instruções: Arraste as palavras da coluna da direita para as definições correspondentes na coluna da esquerda.

Coluna 1: Definições	Arraste as palavras da Coluna 2 para a Coluna 1	Coluna 2: Palavras
A. Uma sociedade em que a responsabilidade dos sócios limita-se ao investimento na sociedade. Oferece mais proteção aos bens pessoais dos proprietários.		1. Propriedade individual
B. Uma empresa com ações de capital aberto, que lhe permite levantar capital do público. Os acionistas têm responsabilidade limitada.		2. Parceria
C. Uma empresa detida e explorada por um único indivíduo. O proprietário tem responsabilidade ilimitada pelas dívidas da empresa.		3. Empresa de Responsabilidade Limitada (LLC)
D. Uma empresa detida e explorada por duas ou mais pessoas singulares, que partilham os lucros e as responsabilidades da empresa.		4. Sociedade Anónima

Chave de resposta:

Propriedade Individual - C

Parceria - D

Sociedade de Responsabilidade Limitada (LLC) - A

Sociedade Anónima (PLC) - B

8. MÓDULO DE APRESENTAÇÃO 10 (35 MIN.)

- Apresentação em *Power Point* para a Unidade 10.1 + exemplos práticos.
 - O professor explicará os conteúdos incluídos no PPT e nos apontamentos fornecidos aos alunos.
- A. Explicação dos Resultados de Aprendizagem do Módulo 10



B. O professor introduz os conteúdos da Unidade 10.1

- Como escolher o nome de uma empresa?
- Determinar o representante da empresa
- Determinar a sede social da empresa
- Atividades da empresa

C. O professor dá alguns exemplos práticos:

- Vídeo - Entrevista com um empresário (<https://empreendedores.pt/rafael-ferreira/>)

9. ATIVIDADE

Reflexão sobre que nome dar à empresa, fornecer exemplos que considerem o seguinte: capacidade de memorização, reconhecimento e simpatia. Caso os alunos pretendam fazer negócios em mercados estrangeiros, lembre-os que é necessário verificar se o nome "EMPRESA" escolhido tem algum significado na língua ou gíria do país em questão, além do fato de que para aqueles que querem ser "empresários individuais" o nome da empresa, em Portugal, deve conter o nome e o sobrenome do fundador.

Uma vez escolhido o nome, os alunos devem verificar a sua existência através dos Serviços de Registo Comercial/Empresa *Online* (<https://eportugal.gov.pt>).

Além de especificar o nome da empresa, a menos que a intenção seja registrar-se como um empresário individual, os alunos devem nomear um diretor para a empresa e estabelecer a sede e o endereço comercial antes que a empresa seja estabelecida.

Por fim, os alunos devem definir previamente as atividades da empresa no SEA - Serviço de Atividade Económica (<https://eportugal.gov.pt/inicio/espaco-empresa/balcao-do-empendedor>), que indica todas as atividades possíveis que as empresas podem realizar e se estas são regulamentadas ou não.

10. AVALIAÇÃO

Os alunos devem determinar o nome, a sede e as atividades da empresa. Verificar o nome da empresa nos Serviços *Online* de Registo Comercial/Sociedades (<https://eportugal.gov.pt>) e as atividades na base de dados do SEA (<https://eportugal.gov.pt/inicio/espaco-empresa/balcao-do-empendedor>).

11. COLEÇÃO DE ESTUDOS DE CASO "GREATEST HITS" (R3)



12. FONTES PARA PROFESSORES - PARTE OU A TOTALIDADE DAS "FONTES" NOS MÓDULOS (R1)

- [1] Empreendedores (2019, 20 de agosto). *Como uma necessidade pessoal deu origem ao grupo imobiliário... aos 21 anos.* Vídeo. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=f86nW8tR9B4&t=25s>
- [2] Empreendedores. (2019, 20 de agosto). *Como uma necessidade pessoal deu origem a um grupo imobiliário... aos 21 anos*, disponível em <https://empreendedores.pt/>
- [3] Portal Português do Serviço Público. (s.d.). Serviços on-line de Registro de Empresas/Registro Comercial disponível em <https://eportugal.gov.pt/espaco-empresa/empresa-online>
- [4] Portal Português do Serviço Público. (s.d.). <https://eportugal.gov.pt>
- [5] Serviços jurídicos portugueses. (2022, 02 de março). Criar uma empresa está-se a tornar mais fácil, rápido e conveniente. O serviço Empresa na Hora desburocratiza e agiliza o processo, disponível em <https://justica.gov.pt/Servicos/Empresa-na-Hora>
- [6] Portal Português do Serviço Público. (s.d.). Entrepreneur's Desk/Services for Economic Activity, disponível em <https://eportugal.gov.pt/inicio/espaco-empresa/balcao-do-empendedor>

13. UNIDADE DE APRESENTAÇÃO 10.2 (35 MIN.)

- **Apresentação em *Power point* para a Unidade 10.2 + exemplos práticos.**
- O professor explicará os conteúdos incluídos no PPT e nos apontamentos fornecidos aos alunos.
 - A. O professor introduz os conteúdos da Unidade 10.2
 - As formas jurídicas de empresas mais comuns em Portugal
 - Empresário individual ou profissional independente
 - Sociedade anónima (S.A.)
 - Diferenças entre empresário em nome individual e sociedade anónima em Portugal
 - B. O professor dá alguns exemplos práticos:
 - Vídeo - Registo de Empresa (<https://www.youtube.com/watch?v=FxilpnEJ02M>)

14. CENÁRIO DE BRANCHING

Introdução: Bem-vindo ao cenário de *branching* sobre formas jurídicas e procedimentos para a constituição de uma empresa em Portugal. Este exercício destina-se a testar os



conhecimentos e capacidades de tomada de decisão relativamente às formas jurídicas adequadas às diferentes situações. Leia cada pergunta com atenção e selecione a resposta mais adequada.

Pergunta 1: Qual é a forma jurídica mais comum para a constituição de uma pequena empresa em Portugal?

- a) Empresário em nome individual
- b) Sociedades por Quotas
- c) Sociedade anónima (S.A.)

Feedback 1a: Incorreto. Embora a empresa em nome individual seja uma forma jurídica, não é a escolha mais comum para a criação de uma pequena empresa em Portugal.

Feedback 1b: Ótima escolha! A forma jurídica mais comum para a constituição de uma pequena empresa em Portugal é a Sociedade por Quotas. Este fornece proteção de responsabilidade e é adequado para vários proprietários.

Feedback 1c: Incorreto. Embora a sociedade anónima (S.A.) seja uma forma jurídica, não é a escolha mais comum para as pequenas empresas em Portugal.

Pergunta 2: Você e seus parceiros querem estabelecer uma *startup* de tecnologia e limitar a responsabilidade pessoal. Qual a forma jurídica escolhida?

- a) Empresa em nome individual
- b) Sociedade por Quotas (Lda.)
- c) Sociedade anónima (S.A.)

Feedback 2a: Incorreto. Uma empresa em nome individual não oferece proteção em matéria de responsabilidade pessoal. Considere outra opção.

Feedback 2b: Excelente! Para limitar a responsabilidade pessoal, deve escolher uma empresa de responsabilidade limitada (Lda.). Esta forma jurídica constitui uma entidade jurídica distinta para a empresa e protege o património pessoal.

Feedback 2c: Incorreto. Uma sociedade anónima (S.A.) não é a forma jurídica mais adequada para limitar a responsabilidade pessoal numa *startup* tecnológica.

Pergunta 3: Planeia oferecer ações ao público e negociá-las na bolsa de valores. Qual a forma jurídica adequada para o efeito?

- a) Empresa em nome individual
- b) Sociedade por Quotas (Lda.)
- c) Sociedade anónima (S.A.)

Feedback 3a: Não, uma empresa individual não pode oferecer ações ao público ou negociá-las na bolsa de valores. Selecione outra opção.

Feedback 3b: Incorreto. Uma sociedade de responsabilidade limitada (Lda.) não pode oferecer ações ao público ou negociá-las na bolsa de valores. Considere outra forma jurídica.



Feedback 3c: Muito bem! Se planeia oferecer ações ao público e negociá-las na bolsa, deve escolher uma sociedade anónima (S.A.). Permite maiores oportunidades de angariação de capital e negociação pública de ações.

Pergunta 4: Você e o seu parceiro querem igual poder de decisão e lucros partilhados. Qual a forma jurídica adequada?

- a) Empresa em nome individual
- b) Sociedade por Quotas (Lda.)
- c) Sociedade anónima (S.A.)

Feedback 4a: Não, uma empresa individual não permite igual poder de decisão ou lucros partilhados com um parceiro. Por favor, escolha outra opção.

Feedback 4b: Correto! Para ter igual poder de decisão e lucros partilhados com o seu parceiro, deve escolher uma Sociedade por Quotas (Lda.). Permite estruturas de propriedade flexíveis e distribuição de lucros.

Feedback 4c: Incorreto. Uma sociedade anónima (S.A.) não proporciona necessariamente igual poder de decisão ou lucros partilhados. Considere outra forma jurídica.

Pergunta 5: Você e seus sócios querem criar uma empresa com tomada de decisão compartilhada e responsabilidade pessoal ilimitada. Qual a forma jurídica escolhida?

- a) Empresa em nome individual
- b) Sociedades em Nome Coletivo
- c) Sociedade por Quotas (Lda.)
- d) Sociedade anónima (PLC)

Feedback 5a: Incorreto. Uma empresa em nome individual não é adequada para a tomada de decisões partilhadas e para a responsabilidade pessoal ilimitada.

Feedback 5b: Correto! Uma Sociedade em nome coletivo permite a tomada de decisões partilhada e uma responsabilidade pessoal ilimitada.

Feedback 5c: Incorreto. Uma Sociedade por Quotas fornece responsabilidade pessoal limitada, que não é adequada para responsabilidade pessoal ilimitada.

Feedback 5d: Incorreto. Um S.A. não é necessário para a tomada de decisões partilhadas e responsabilidade pessoal ilimitada.

Pergunta 6: Você e os seus sócios querem criar uma empresa com tomada de decisão partilhada e responsabilidade pessoal limitada. Qual a forma jurídica escolhida?

- a) Empresa em nome individual
- b) Sociedade em nome coletivo
- c) Sociedade em comandita simples
- d) Sociedade por Quotas (Lda.)



Feedback 6a: Incorreto. Uma empresa em nome individual não prevê uma responsabilidade pessoal limitada.

Feedback 6b: Incorreto. Uma sociedade em nome coletivo não prevê uma responsabilidade pessoal limitada.

Feedback 6c: Incorreto. A sociedade em comandita simples tem responsabilidade limitada para alguns sócios, mas não a tomada de decisão partilhada.

Feedback 6d: Correto! Uma Sociedade por quotas oferece tomada de decisão compartilhada e responsabilidade pessoal limitada.

Pergunta 7: Planeia criar uma empresa com múltiplos acionistas e angariar capital através de investimentos privados. Qual a forma jurídica escolhida?

- a) Empresa em nome individual
- b) Sociedade em nome coletivo
- c) Sociedade por quotas (Lda.)
- d) Sociedade anónima (S.A.)

Feedback 7a: Incorreto. Uma empresa em nome individual não é adequada para múltiplos acionistas e para a obtenção de capital.

Feedback 7b: Incorreto. Uma sociedade em nome coletivo não é adequada para múltiplos acionistas e para a obtenção de capital.

Feedback 7c: Correto! Uma Sociedade por quotas (Lda.) permite múltiplos acionistas e investimentos privados, mantendo responsabilidade limitada.

Feedback 7d: Incorreto. Um S.A. é normalmente usado para negociação pública de ações, não investimentos privados.

Pergunta 8: Quer estabelecer uma empresa como um único proprietário e ter controlo total sobre a tomada de decisões. Qual a forma jurídica escolhida?

- a) Empresa em nome individual
- b) Sociedade em nome coletivo
- c) Sociedade por quotas (Lda.)
- d) Sociedade anónima (S.A.)

Feedback 8a: Correto! Uma empresa em nome individual é adequada para a propriedade única e o controlo total sobre a tomada de decisões.

Feedback 8b: Incorreto. Uma sociedade em nome coletivo envolve vários proprietários, não uma única propriedade.

Feedback 8c: Incorreto. Uma Sociedade por quotas (Lda.) pode ter vários proprietários e tomada de decisão compartilhada.

Feedback 8d: Incorreto. Uma S.A. é normalmente usado para empresas de grande escala com negociação pública de ações.



Conclusão: Parabéns pela conclusão do cenário de *branching* - formas legais e procedimentos para a criação de uma empresa em Portugal! Demonstrou a compreensão das diferentes formas jurídicas e da sua adequação a situações específicas. Lembre-se de consultar profissionais do direito ou fontes fidedignas para obter informações detalhadas ao constituir uma empresa em Portugal.

15. AVALIAÇÃO

Os alunos devem determinar o nome, a sede e as atividades da empresa. Verificar o nome da empresa nos Serviços Online de Registo Comercial/Sociedades (<https://eportugal.gov.pt>) e as atividades na base de dados da CAE (<https://eportugal.gov.pt/inicio/espaco-empresa/balcao-do-empendedor>).

16. COLEÇÃO DE ESTUDOS DE CASO "GREATEST HITS" (R3)

17. FONTES PARA PROFESSORES - PARTE OU A TOTALIDADE DE "FONTES" EM MÓDULOS (R1)

[1] Bellion Partners. (s.d.). Portugal Tributação do Rendimento das Empresas, disponível em <https://www.bellionpartners.com/taxation-of-business-income>

[2] Canal Marcas. (s.d.). O poder do EcoTurismo em Portugal/Destino Sustentável. Vídeo. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=7wtyAx9mUWg>

[3] Castro, Luiza. (2022, 25 de março). Como Criar um Negócio em Portugal: Sociedades de Responsabilidade Limitada, disponível em <https://www.lexidy.com/blog/how-to-create-a-business-in-portugal-limited-liability-companies/>

[3] RICHARDSON, Federico. (2019, 3 de junho). Criação de um Empresário Individual em Portugal, disponível em <https://www.lawyers-portugal.com/setting-up-a-sole-trader-in-portugal>

[4] Simões, Humberto. (s.d.). Aspetos legais e fiscais a ter em conta na abertura do seu negócio, disponível em https://www.oestecim.pt/_uploads/Apresentacoes/ApresentacaoHumbertSimoes_28032017.pdf

[5] Shev, Iryna. (n.d.) Que tipos de empresas podem ser constituídas?, disponível em <https://pme.pt/tipos-empresas-formas-juridicas/>



18. UNIDADE DE APRESENTAÇÃO 10.3 (35 MIN.)

- Apresentação em *Power Point* para a Unidade 10.3 + exemplos práticos.
 - O professor explicará os conteúdos incluídos no PPT e nos apontamentos fornecidos aos alunos.
- A. O professor introduz os conteúdos da Unidade 10.3
- Geral: Como constituir uma empresa em Portugal
 - Como estabelecer o conceito de “*empresário em nome individual ou profissional independente*”
 - Como constituir uma sociedade por quotas (Lda.)
- B. O professor dá alguns exemplos práticos:
- Vídeo - O processo de registo
(https://www.youtube.com/watch?v=F_9CCgD1pDY)

19. AVALIAÇÃO

Realização do registo pró-forma presencialmente ou através do portal *online*.

20. COLEÇÃO DE ESTUDOS DE CASO "GREATEST HITS" (R3)

21. FONTES PARA PROFESSORES - PARTE OU A TOTALIDADE DE "FONTES" EM MÓDULOS (R1)

- [1] Consultoria de Alto Valor. (s.d.). Como abrir uma empresa em Portugal - Passo a passo. Vídeo. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=F_9CCgD1pDY
- [2] Serviços Jurídicos Portugueses. (2022, 02 de março). Criar uma empresa está se a tornar mais fácil, rápido e conveniente. O serviço Empresa na Hora desburocratiza e agiliza o processo, disponível em <https://justica.gov.pt/Servicos/Empresa-na-Hora>
- [3] Portal Português do Serviço Público. (s.d.). <https://eportugal.gov.pt>
- [4] RICHARDSON, Federico. (2022, 19 de novembro). Criação da LDA em Portugal, disponível em <https://www.companyformationportugal.com/set-up-lda-in-portugal>
- [5] RICHARDSON, Federico. (2019, 3 de junho). Criação de um Empresário Individual em Portugal, disponível em <https://www.lawyers-portugal.com/setting-up-a-sole-trader-in-portugal>
- [6] Simic, Anja (2021, 29 de setembro). Como registar-se como Empresário Individual em Portugal, disponível em <https://www.deel.com/blog/how-to-set-up-as-a-sole-trader-in-portugal>



MÓDULO 10: FORMAS E PROCEDIMENTOS LEGAIS PARA A CRIAÇÃO DE UMA EMPRESA_ESLOVÉNIA

1. INTRODUÇÃO

Como professor, deve começar com um discurso motivacional, por exemplo:

"Caros alunos.

Bem-vindos, ao emocionante mundo das formas jurídicas e procedimentos para estabelecer uma empresa na Eslovénia! Esta unidade é uma parte essencial da jornada de empreendedorismo, projetada para equipá-los com os conhecimentos e competências necessárias para navegar nos meandros de começar um negócio.

Como futuros empreendedores e profissionais, entender os aspetos legais de estabelecer uma empresa é primordial. Quer pretendam lançar o próprio empreendimento ou trabalhar no mundo dos negócios, esta unidade irá fornecer-lhes uma base sólida sobre o quadro jurídico que rege a constituição de empresas na Eslovénia."

Este discurso é seguido por uma breve introdução ao módulo e aos objetivos de aprendizagem:

Ao longo deste módulo, os alunos irão aprofundar as várias formas jurídicas de empresas, explorando as características e vantagens únicas de cada uma. De empresas individuais a parcerias, obterão uma compreensão abrangente das opções disponíveis para os empresários na Eslovénia.

Mas ainda há mais! Este módulo também orientará os procedimentos passo-a-passo envolvidos na criação de uma empresa. Compare as estruturas jurídicas do negócio e examine os prós e contras de cada tipo e estrutura de negócio e ajude a descobrir qual o tipo que o aluno acredita ser o melhor para a sua ideia de negócio, além de apresentar os passos necessários para registar o seu negócio *on-line*.

O objetivo é tornar essa experiência de aprendizagem interativa, envolvente e aplicável a cenários do mundo real. Os alunos não só compreenderão os aspetos teóricos, mas também obterão insights práticos que podem ser aplicados diretamente em futuros empreendimentos ou empreendimentos profissionais.

Lembre-se, o conhecimento adquirido nesta unidade estende-se para além da sala de aula; Lança as bases para o sucesso futuro. Então, vamos embarcar nesta jornada juntos, explorando o cenário jurídico do estabelecimento de empresas na Eslovénia e capacitando os alunos a se tornarem empreendedores confiantes, informados e responsáveis.



Prepare-se para desbloquear o potencial dos sonhos e ambições - vamos mergulhar no fascinante mundo das formas e procedimentos jurídicos para estabelecer uma empresa na Eslovénia!

2. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

OBJETIVO GERAL DE APRENDIZAGEM:

- Identificar e analisar os elementos necessários para criar uma empresa.

OBJETIVO(S) DE APRENDIZAGEM ESPECÍFICO(S):

- Identificar tipos de estruturas de propriedade de negócios e fatores necessários
- Identificar a melhor estrutura jurídica para uma determinada ideia de negócio
- Compreender os requisitos fiscais para diferentes estruturas jurídicas
- Identificar as etapas e os documentos necessários para registar uma empresa *on-line*

3. RESULTADO(S) DE APRENDIZAGEM

- Compreender as principais decisões antes de criar formalmente uma empresa.
- Conhecer as formas jurídicas mais comuns para iniciar o próprio negócio e saber escolher uma forma adequada.
- Identificar os pontos fortes e fracos de cada forma jurídica.
- Saber onde e como registar uma empresa.

4. MÉTODOS DE APRENDIZAGEM:

- Estudo da literatura recomendada e dos recursos da Internet
- Avaliação dos conhecimentos com base nos resultados do B-ECO *branches*
- Avaliação e capacidade para criar e registar uma empresa

5. RESULTADOS - COMPETÊNCIAS ADQUIRIDAS (LIGAÇÃO AO ENTRE-COMP) ¹⁵

- **Ideias e oportunidades:**
 1. Visão
 2. Valorizar as Ideias
 3. Pensamento Ético e Sustentável
- **Recursos:**
 1. Mobilizando recursos
 2. Literacia Financeira e Económica

¹⁵ <https://entre-comp.eu/>



3. Mobilizar os outros
- **Em ação:**
 1. Tomar a iniciativa
 2. Planeamento e Gestão
 3. Lidar com a ambiguidade, a incerteza e o risco

6. EQUIPAMENTOS E RECURSOS:

- Computador
- Projetor ou TV
- Acesso à Internet

7. WARM-UP (15 MIN.)

A. Saber fazer corresponder às definições das formas jurídicas:

Instruções: Arraste as palavras da coluna da direita para as definições correspondentes na coluna da esquerda.

Coluna 1: Definições	Arraste as palavras da Coluna 2 para a Coluna 1	Coluna 2: Palavras
A. Uma sociedade em que a responsabilidade dos seus sócios se limita ao seu investimento na sociedade. Oferece mais proteção aos bens pessoais dos proprietários.		1. Empresário em nome individual
B. Uma empresa com ações de capital aberto, que lhe permite levantar capital do público. Os acionistas têm responsabilidade limitada.		2. Sociedade em nome coletivo
C. Uma empresa detida e explorada por um único indivíduo. O proprietário tem responsabilidade ilimitada pelas dívidas da empresa.		3. Sociedade por Quotas (Lda.)
D. Uma empresa detida e explorada por duas ou mais pessoas singulares, que partilham os lucros e as responsabilidades da empresa.		4. Sociedade Anónima (S.A)

Chave de resposta:

Empresário em nome individual - C
 Sociedade em nome coletivo - D
 Sociedade por Quotas (Lda.) - A
 Sociedade Anónima (S.A.) - B



8. MÓDULO DE APRESENTAÇÃO 10 (35 MIN.)

- Apresentação em *Power Point* para a Unidade 10.1 + exemplos práticos.
- O professor explicará os conteúdos incluídos no PPT e nos apontamentos fornecidos aos alunos.
 - A. Explicação dos Resultados de Aprendizagem do Módulo 10
 - B. O professor introduz os conteúdos da Unidade 10.1
 - Como escolher o nome de uma empresa?
 - Determinar o representante da empresa
 - Determinar a sede social da empresa
 - Atividades da empresa
 - C. O professor dá alguns exemplos práticos:
 - Vídeo - Entrevista com um empresário

9. ATIVIDADE

Reflexão sobre que nome dar à empresa, fornecer exemplos que considerem o seguinte: fácil memorização, reconhecimento e simpatia. Caso os alunos pretendam fazer negócios em mercados estrangeiros, lembre-os de que é necessário verificar se o nome "EMPRESA" escolhido tem algum significado na língua ou gíria do país em questão, além do fato de que para aqueles que querem ser "empresários individuais" o nome da empresa, na Eslovênia, deve conter o nome e o sobrenome do fundador.

Uma vez escolhido o nome, os alunos devem verificar a sua existência através dos Serviços de Registo Comercial/Empresa Online (<https://www.ajpes.si/>).

Além de especificar o nome da empresa, a menos que a intenção seja registrar-se como um empresário individual, os alunos devem nomear um diretor da empresa e estabelecer a sede e o endereço comercial antes que a empresa seja estabelecida.

10. AVALIAÇÃO

Os alunos devem determinar o nome, a sede e as atividades da empresa. Verificar o nome da empresa nos Serviços Online de Registo Comercial/Registo Comercial (<https://www.ajpes.si/>). e atividades na base de dados SKD (<https://spot.gov.si/sl/dejavnosti-in-poklici/dejavnosti-sk/>).

11. COLEÇÃO DE ESTUDOS DE CASO "GREATEST HITS" (R3)



12. FONTES PARA PROFESSORES - PARTE OU A TOTALIDADE DE "FONTES" EM MÓDULOS (R1)

- [1] Ajpes.si
- [2] SKD <https://www.stat.si/StatWeb/Methods/Classifications>
- [3] PONTO; <https://spot.gov.si/sl/>
- [4] Registracija podjetje; <http://www.registracija-podjetja.si/pred-ustanovitvijo/kako-odpreti-podjetje>
- [5] Uredništvo, Kako ustanoviti podjetje; <https://www.slovenec.org/2020/02/22/podjetje/>

13. UNIDADE DE APRESENTAÇÃO 10.2 (35 MIN.)

- **Apresentação em Power point para a Unidade 10.2 + exemplos práticos.**
- O professor explicará os conteúdos incluídos no PPT e nos apontamentos fornecidos aos alunos.
 - A. O professor introduz os conteúdos da Unidade 10.2
 - As formas jurídicas de empresas mais comuns na Eslovénia
 - Empresário individual ou profissional independente
 - Sociedade anónima (d.o.o.)
 - Diferenças entre o empresário em nome individual e a sociedade por quotas limitada na Eslovénia
 - B. O professor dá alguns exemplos práticos:
 - Vídeo - Registo de empresa na Eslovénia

14. ATIVIDADE

Reflexão sobre os diferentes tipos de formas jurídicas de empresas na Eslovénia, desde as sociedades constituídas individualmente até às sociedades constituídas por mais do que uma pessoa (sociedades coletivas). Os alunos devem comparar as vantagens e desvantagens das empresas constituídas individualmente e das empresas coletivas, a fim de escolher a melhor opção tendo em conta a ideia de negócio.

15. CENÁRIO DE BRANCHING

Introdução: Bem-vindo ao cenário de branching sobre formas jurídicas e procedimentos para estabelecer uma empresa na Eslovénia. Este exercício destina-se a testar os seus conhecimentos e capacidades de tomada de decisão relativamente às formas jurídicas



adequadas às diferentes situações. Leia cada pergunta com atenção e selecione a resposta mais adequada.

Pergunta 1: Qual é a forma jurídica mais comum para a criação de uma pequena empresa na Eslovénia?

- a) Sociedade por quotas (Lda.)
- b) Empresa em nome individual

Feedback 1a: Ótima escolha! A forma jurídica mais comum para a criação de uma pequena empresa na Eslovénia é a Sociedade por quotas. Este fornece proteção de responsabilidade e é adequado para vários proprietários.

Feedback 1b: Incorreto. Embora uma empresa em nome individual seja uma forma jurídica, não é a escolha mais comum para a criação de uma pequena empresa na Eslovénia.

Pergunta 2: Você e seus parceiros querem estabelecer uma *startup* de tecnologia e limitar a responsabilidade pessoal. Qual a forma jurídica escolhida?

- a) Empresa em nome individual
- b) Sociedade por quotas (Lda.)

Feedback 2a: Incorreto. Uma empresa em nome individual não oferece proteção em matéria de responsabilidade pessoal. Considere outra opção.

Feedback 2b: Excelente! Para limitar a responsabilidade pessoal, deve escolher uma sociedade por quotas (Lda.). Esta forma jurídica constitui uma entidade jurídica distinta para a empresa e protege o património pessoal.

Pergunta 3: Planeja oferecer ações ao público e negociá-las na bolsa de valores. Qual a forma jurídica adequada para o efeito?

- a) Empresa em nome individual
- b) Sociedade anónima (S.A)

Feedback 3a: Não, uma empresa individual não pode oferecer ações ao público ou negociá-las na bolsa de valores. Selecione outra opção.

Feedback 3b: Muito bem! Se planeia oferecer ações ao público e negociá-las em bolsa, deve escolher uma sociedade anónima. Permite maiores oportunidades de angariação de capital e negociação pública de ações.

Pergunta 4: Você e o seu parceiro querem igual poder de decisão e lucros partilhados. Qual a forma jurídica adequada?

- a) Empresa em nome individual
- b) Sociedade por quotas (Lda.)



Feedback 4a: Não, uma empresa individual não permite igual poder de decisão ou lucros partilhados com um parceiro. Por favor, escolha outra opção.

Feedback 4b: Correto! Para ter igual poder de decisão e lucros partilhados com o seu parceiro, deve escolher uma sociedade por quotas. Permite estruturas de propriedade flexíveis e distribuição de lucros.

Pergunta 5: Planeia criar uma empresa com múltiplos acionistas e angariar capital através de investimentos privados. Qual a forma jurídica escolhida?

- a) Empresa em nome individual
- b) Sociedade por quotas (Lda.)

Feedback 5a: Incorreto. Uma empresa em nome individual não é adequada para múltiplos acionistas e para a obtenção de capital.

Feedback 5b: Correto! Uma Sociedade por quotas permite múltiplos acionistas e investimentos privados, mantendo responsabilidade limitada.

Conclusão: Parabéns pela conclusão do cenário de *branching* sobre formas jurídicas e procedimentos para a criação de uma empresa na Eslovénia! Demonstrou a sua compreensão das diferentes formas jurídicas e da sua adequação a situações específicas. Lembre-se de consultar profissionais do direito ou fontes fiáveis para obter informações pormenorizadas quando criar uma empresa na Eslovénia.

16. AVALIAÇÃO

Os alunos devem determinar o nome, a sede e as atividades da empresa. Verifique o nome da empresa nos Serviços Online de Registo Comercial/Registo Comercial (<https://www.ajpes.si/>). e atividades na base de dados SKD (<https://spot.gov.si/sl/dejavnosti-in-poklici/dejavnosti-sk/>).

17. COLEÇÃO DE ESTUDOS DE CASO "GREATEST HITS" (R3)

18. FONTES PARA PROFESSORES - PARTE OU A TOTALIDADE DE "FONTES" EM MÓDULOS (R1)

[1] Ajpes.si

[2] SKD <https://www.stat.si/StatWeb/Methods/Classifications>

[3] PONTO; <https://spot.gov.si/sl/>

[4] Registracija podjetje; <http://www.registracija-podjetja.si/pred-ustanovitvijo/kako-odpreti-podjetje>



[5] Uredništvo, Kako ustanoviti podjetje;

<https://www.slovenec.org/2020/02/22/podjetje/>

19. UNIDADE DE APRESENTAÇÃO 10.3 (35 MIN.)

- **Apresentação em *Power Point* para a Unidade 10.3 + exemplos práticos.**
- O professor explicará os conteúdos incluídos no PPT e nos apontamentos fornecidos aos alunos.
 - A. O professor introduz os conteúdos da Unidade 10.3
 - Geral: Como criar uma empresa na Eslovénia
 - Como estabelecer o conceito de “empresário em nome individual ou profissional independente”
 - Como constituir uma sociedade por quotas
 - B. O professor dá alguns exemplos práticos:
 - Vídeo - O processo de registo

20. AVALIAÇÃO

Realização do registo pró-forma presencialmente ou através do portal online.

21. COLEÇÃO DE ESTUDOS DE CASO "GREATEST HITS" (R3)

22. FONTES PARA PROFESSORES - PARTE OU A TOTALIDADE DE "FONTES" EM MÓDULOS (R1)

[1] Ajpes.si

[2] SKD <https://www.stat.si/StatWeb/Methods/Classifications>

[3] PONTO; <https://spot.gov.si/sl/>

[4] Registracija podjetje; <http://www.registracija-podjetja.si/pred-ustanovitvijo/kako-odpreti-podjetje>

[5] Uredništvo, Kako ustanoviti podjetje;

<https://www.slovenec.org/2020/02/22/podjetje/>



MÓDULO 11: CONCEBER UMA APRESENTAÇÃO EFICAZ E REGRAS DE APRESENTAÇÃO

1. INTRODUÇÃO

Como professor, deve começar com um discurso motivacional, por exemplo:

"Caros alunos.

No mundo dos negócios e do empreendedorismo, a clareza e a eficácia da comunicação são fundamentais. Todos os empresários, independentemente do seu sector de atividade, terão, a dada altura, de apresentar as suas ideias, planos ou produtos a um público. Pode ser a potenciais investidores, clientes ou mesmo às suas próprias equipas. O sucesso destas apresentações depende frequentemente de duas coisas: a qualidade do conteúdo e a eficácia da apresentação. Não se trata apenas de colocar factos num diapositivo; trata-se de estruturar a mensagem de uma forma clara, concisa e convincente.

Hoje, o objetivo é mergulhar fundo nos princípios de uma apresentação eficaz. O objetivo é equipá-lo com as ferramentas e técnicas que irão melhorar tanto o design dos slides quanto à entrega de mensagem. No final desta sessão, deverá estar mais bem preparado para apresentar as suas ideias de uma forma não só informativa, mas também envolvente, o que garante que o público compreende claramente e se lembra dos pontos-chave"

Este discurso é seguido por uma breve introdução módulo e aos objetivos de aprendizagem:

2. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

- Compreender a importância de apresentações eficazes no mundo empresarial.
- Reconhecer as armadilhas comuns nas apresentações e como evitá-las.
- Compreender os elementos que tornam uma apresentação envolvente e memorável.

3. RESULTADO(S) DE APRENDIZAGEM

- Criar uma apresentação estruturada e atraente.
- Utilizar ajudas visuais e diapositivos de forma eficaz para melhorar a mensagem.
- Fazer uma apresentação com confiança, manter o público envolvido.



4. MÉTODOS DE APRENDIZAGEM:

- Palestras interativas
- Discussões em grupo e brainstorming
- Exercícios práticos: design de diapositivos e apresentações simuladas
- Sessões de feedback entre pares

5. RESULTADOS - COMPETÊNCIAS ADQUIRIDAS (LIGAÇÃO AO ENTRE-COMP) ¹⁶

- **Ideias e oportunidades:**
 1. Visão
 2. Valorizar as Ideias
 3. Criatividade
- **Recursos:**
 1. Motivações e Persistência
 2. Autoconhecimento e autoeficácia
 3. Mobilizando recursos
 4. Mobilizar os outros
- **Em ação:**
 1. Tomar a iniciativa
 2. Planeamento e Gestão
 3. Aprender através da experiência

6. EQUIPAMENTOS E RECURSOS:

- Computador
- Projetor ou TV
- Acesso à Internet
- Quadro de folhas e marcadores para sessões de brainstorming
- Apontamentos sobre dicas de design de apresentação

7. WARM-UP (15 MIN.)

Atividade: "Apresentação Má vs. Boa"

Mostre dois *clips* curtos: um de uma apresentação mal executada e outro de uma eficaz.

Após a visualização, inicie uma breve discussão sobre as diferenças perceptíveis entre os dois.

¹⁶ <https://entre-comp.eu/>



8. APRESENTAÇÃO (35 MIN.)

- Apresentação em *Power Point* para aula + exemplos práticos.
- O professor explicará os conteúdos incluídos no PPT e nos apontamentos fornecidos aos alunos.
 - A. Explicação dos Resultados de Aprendizagem do Módulo
 - B. O professor apresenta os Resultados de Aprendizagem do Módulo 11:
 - Preparação da apresentação - Regras Gerais
 - Como criar uma apresentação eficaz
 - Ferramentas práticas
 - C. O professor dá alguns exemplos práticos:

9. ATIVIDADE - ADAPTAR-SE AO SEU PÚBLICO

Introdução:

"Cada público vem com um conjunto único de expectativas, base de conhecimento e interesses. Adaptar a apresentação para se adequar a isso pode significar a diferença entre envolver e desinteresse. Nesta atividade, vamos explorar como a mesma ideia de core business pode ser apresentada de forma diferente com base no público."

Cenário: Desenvolveu um sistema inovador de purificação de água que usa energia mínima e fornece água potável limpa a uma fração do custo das soluções atuais do mercado.

Etapa 1: Potenciais Investidores

Objetivo: Convencê-los da viabilidade financeira e do potencial retorno do investimento.

Conteúdo: Comece com a lacuna de mercado para soluções de purificação acessíveis, crescimento projetado do mercado, a vantagem competitiva e potencial retorno sobre o investimento.

Estilo: Profissional, orientado por dados e direto ao ponto. Use números, gráficos e tabelas para fundamentar as reivindicações.

Visuais: Projeções financeiras, gráficos de barras que comparam custos com potenciais concorrentes, um roteiro do lançamento do produto.

Etapa 2: Reunião da Comunidade

Objetivo: Destacar os benefícios do produto para a comunidade local e o meio ambiente.

Conteúdo: Abordar as questões da escassez de água na comunidade, os benefícios para a saúde da água potável limpa e as vantagens ambientais da utilização de uma solução de baixo consumo energético.



Estilo: Empático, focado na solução e relacionável. Partilhe histórias pessoais ou testemunhos.

Elementos visuais: Imagens de antes e depois da qualidade da água, testemunhos de utilizadores-piloto, infografias sobre benefícios para a saúde e o ambiente.

Etapa 3: Equipa de Peritos Técnicos

Objetivo: Aprofundar o funcionamento técnico do produto e comprovar sua viabilidade e vantagens.

Conteúdo: Explicação pormenorizada da tecnologia de purificação, comparação com métodos existentes, especificações técnicas e resultados de ensaios-piloto.

Estilo: Detalhado, preciso e aberto a perguntas técnicas. Esteja preparado para um mergulho profundo.

Visuais: Esquemas do produto, fluxogramas do processo de purificação, especificações técnicas e tabelas com resultados de testes piloto.

Balanco: *"Depois de fazer a apresentação de cada cenário, reúna o feedback dos colegas sobre a sua eficácia, clareza e envolvimento. Discuta a importância de adaptações específicas para o público e reflita sobre possíveis melhorias."*

No final desta atividade, os alunos devem ter uma compreensão clara das nuances envolvidas na adaptação das apresentações a diferentes públicos, garantindo relevância e envolvimento.

10. AVALIAÇÃO

Apresentação simulada: Cada aluno faz uma breve apresentação sobre um determinado tópico. Os colegas e o professor fornecem feedback com base no conteúdo, design e apresentação.

Teste Escrito: Um pequeno questionário sobre as melhores práticas na conceção e entrega de apresentações.

11. COLEÇÃO DE ESTUDOS DE CASO "GREATEST HITS" (R3)

12. FONTES PARA PROFESSORES - PARTE OU A TOTALIDADE DE "FONTES" EM MÓDULOS (R1)

[1] Roberto Cipolla, How to prepare and deliver a presentation, Departamento de Engenharia, Universidade de Cambridge.
https://www.academia.edu/83263689/How_to_prepare_and_deliver_a_presentation



- [2] M Shepherd, como fazer uma apresentação eficaz com PowerPoint, John Wiley&Sons, EDN Winter 2006 Vol.3 No. 3
https://www.academia.edu/29912499/How_to_give_an_effective_presentation_using_PowerPoint
- [3] Carl Storz, Oral presentation skills, a practical guide, EVERY FRANCE, 2002
https://www.academia.edu/4062835/ORAL_PRESENTATION_SKILLS_A_PRACTICAL_GUIDE
- [4] Garr Reynolds, Dicas de Design, Apresentação Zen,
<https://www.garreynolds.com/design-tips>
- [5] Alemdar Yalçın, Nursel Yalçın, Como obter os melhores resultados de uma apresentação? Como aumentar a eficácia de uma apresentação? Procedia-Ciências Sociais e Comportamentais, Volume 9, 2020, Páginas 480-486
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042810022895>
- [6] Joanna K. Garner, Michael P. Alley, How the Design of Presentation Slides Affects Audience Comprehension: A case for the Assertion-Evidence Approach, TEMPUS Publications, International Journal of Engineering Education Vol. 29, No. 6, pp. 1564-1579, 2013
http://writing.engr.psu.edu/ae_comprehension.pdf



MÓDULO 12: FONTES DE FINANCIAMENTO (FUNDOS NÃO REEMBOLSÁVEIS E REEMBOLSÁVEIS)

1. INTRODUÇÃO

Como professor, deve começar com um discurso motivacional, por exemplo:

"Caros alunos.

Um aspeto crucial de uma empresa em fase de arranque é a capacidade de atrair investimentos. Para muitos fundadores de empresas, a pesquisa de financiamento e investidores para uma start-up representa um dos principais obstáculos na concretização da ideia de negócio.

Como vimos em módulos anteriores, é preciso mais para ter uma ideia inovadora para começar um negócio. Também é necessário ter um modelo de negócio escalável que possa se expandir rapidamente e, por isso, precisa de investimento para sustentar essa taxa de crescimento.

Abrir um negócio, avaliar o modelo de negócio e atrair investimentos exigem conhecimentos e competências específicas.

Como futuros empreendedores, é essencial que conheçam corretamente todas as etapas do ciclo de vida de uma startup para "ter um mapa" da jornada empreendedora que iram realizar. Isto permitir-lhes-á minimizar os riscos e compreender como e que fontes de financiamento escolher.

Uma start-up dispõe de diferentes métodos de financiamento para apoiar o projeto, cada um com as suas características e prerrogativas. Financiar a start-up é um processo longo que devem avaliar e lidar com cuidado."

Este discurso é seguido por uma breve introdução ao módulo e aos objetivos de aprendizagem:

O módulo seguinte explica as várias fases de desenvolvimento de uma empresa e como financiar uma empresa em fase de arranque, apresenta as diferentes fontes de financiamento que os empresários podem solicitar para apoiar os projetos. No final de cada unidade, encontrará exemplos concretos e exercícios para testar os conhecimentos e compreensão dos tópicos abordados.



2. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

- Saber as noções básicas das fontes de financiamento da empresa
- Descobrir o ciclo de vida de uma empresa e como cada fase requer diferentes fontes de financiamento
- Entender a diferença entre financiamento por capital próprio e financiamento por dívida
- Explorar as várias fontes de financiamento

3. RESULTADO(S) DE APRENDIZAGEM

- Conhecer os conceitos básicos das fontes de financiamento da empresa
- Ilustrar o ciclo de vida de uma empresa e reconhecer as diferentes fontes de financiamento para cada fase
- Definir a diferença entre financiamento por capital próprio e financiamento por dívida
- Ser capaz de escolher várias fontes de financiamento

4. MÉTODOS DE APRENDIZAGEM:

- Estudo da literatura recomendada e dos recursos da Internet
- Tomada de decisão com base nos resultados do B-ECO *Branches*
- Avaliação e capacidade para encontrar e escolher diferentes tipos de financiamento.

5. RESULTADOS - COMPETÊNCIAS ADQUIRIDAS (LIGAÇÃO AO ENTRE-COMP) ¹⁷

- **Ideias e oportunidades:**
 1. Visão
 2. Valorizar as Ideias
 3. Identificação de Oportunidades
- **Recursos:**
 1. Motivações e Persistência
 2. Autoconhecimento e autoeficácia
 3. Literacia Financeira e Económica
- **Em ação:**
 1. Tomar a iniciativa
 2. Planeamento e Gestão
 3. Lidar com a ambiguidade, a incerteza e o risco
 4. Aprender através da experiência

¹⁷ <https://entre-comp.eu/>



6. EQUIPAMENTOS E RECURSOS:

- Computador
- Projetor ou TV
- Acesso à Internet

7. WARM-UP (15 MIN.)

Arraste as palavras - Descubra Fontes de Financiamento:

Instruções: Arraste as palavras da coluna da direita para as definições correspondentes na coluna da esquerda.

Coluna 1: Definições	Arraste as palavras da Coluna 2 para a Coluna 1	Coluna 2: Palavras
A. Pessoas com capital para investir em projetos de <i>start-ups</i> empolgantes.		1. Capital
B. O período em que uma <i>start-up</i> ainda precisa gerar renda suficiente para cobrir os custos.		2. Anjos de negócios (<i>Business Angels</i>)
C. A contribuição da produção é necessária para a realização dos objetivos organizacionais.		3. Financiamento por capitais próprios
D. Uma forma de financiar uma <i>start-up</i> através do lançamento de uma campanha de angariação de fundos, na qual os investidores recebem um retorno não monetário.		4. "Vale da morte"
E. Os fundadores da <i>start-up</i> vendem parte do capital em troca do dinheiro necessário para o crescimento.		5. Financiamento Coletivo de Recompensas (<i>Crowdfunding</i>)

Chave de resposta:

Capital - C

Anjos de negócios (*Business Angels*) - A

Financiamento por capitais próprios - E

"Vale da morte" - B

Financiamento Coletivo de Recompensas (*Crowdfunding*) - D

8. APRESENTAÇÃO (35 MIN.)

- **Apresentação em *Power Point* para aula + exemplos práticos.**
- O professor explicará os conteúdos incluídos no PPT e nos apontamentos fornecidos aos alunos.
 - Explicação dos Resultados de Aprendizagem do módulo
 - O professor apresenta os Resultados de Aprendizagem do módulo 12:



- Os passos preliminares antes de iniciar o processo de financiamento de uma nova empresa
 - Tipos de financiamento da empresa: capital próprio vs. dívida
 - Fontes de financiamento
- C. O professor dá alguns exemplos práticos:
- Proofy, Max Freedman, Fundo Eco-Business

9. CENÁRIO DE BRANCHING

Introdução: Bem-vindo ao cenário de *branching* sobre Fontes de Financiamento. Este exercício testa os conhecimentos com base nas competências que aprendeu durante este módulo. Leia cada pergunta com atenção e selecione a resposta mais adequada.

Pergunta 1: Quando é melhor contactar um investidor para pedir financiamento?

- a) Imediatamente, assim que tiver a ideia de negócio
- b) Depende do estágio de desenvolvimento da *start-up*
- c) Assim que possível, mesmo que não tenha ideia de como gerir e utilizar o empréstimo que pretende pedir

Feedback 1a: Não, entrar em contato com investidores muito cedo, antes que a ideia esteja totalmente madura, pode impedir o financiamento, porque estes podem ter uma ideia errada sobre si, a equipe e o produto/serviço.

Feedback 1b: Correto! Depende da fase de desenvolvimento (ciclo de vida), as *start-ups* desenvolvem diferentes necessidades financeiras, que podem ser satisfeitas através dos vários investidores existentes.

Feedback 1c: Incorreto! Receber um empréstimo sem ter vencido a capacidade de o gerir pode confundir as prioridades das atividades que têm de ser realizadas na fase de arranque.

Pergunta 2: Precisa saber se a ideia de negócio pode funcionar. Que tipo de fontes de financiamento deve escolher nesta fase?

- a) Anjos de negócios (*business angels*)
- b) Financiamento coletivo
- c) *Bootstrapping*

Feedback 2a: Isso está incorreto. Os *Business Angels* investem no projeto de startup que consideram interessante quando as *start-ups* estão na fase de semente (a ideia está consolidada).

Feedback 2b: Essa não é a resposta correta. O financiamento coletivo deve ser escolhido quando a empresa em fase de arranque se encontra na fase de arranque, início ou crescimento (o produto/serviço funciona e a empresa em fase de arranque obtém as



primeiras receitas económicas e procura expandir ainda mais o mercado) em vez de procurar financiamento junto de investidores tradicionais, por exemplo, bancos.

Feedback 2c: Excelente! *Bootstrapping* é a ação de autofinanciamento de um negócio na fase inicial, que ajuda a validar a ideia e o mercado, entende se o conceito pode funcionar e resolve uma necessidade de clientes e se há um mercado para procurar.

Pergunta 3: A *start-up* começa a desenvolver produtos ou protótipos, a estudar o mercado e a preparar um plano de negócios. Em que fase de desenvolvimento encontra a *start-up*?

- a) Semente
- b) *Bootstrap*
- c) Crescimento precoce

Feedback 3a: Correto! Na fase de desenvolvimento de uma *start-up*, o objetivo é dar à ideia uma estrutura sólida para entrar no mercado-alvo: desenvolvem-se os protótipos do produto ou serviço oferecido, refina-se o modelo de negócio e intervêm os primeiros investidores.

Feedback 3b: Não, na fase de *Bootstrap*, o arranque consiste apenas numa ideia que começa a assumir a forma de um projeto organizado. Durante a fase de *Bootstrap*, deve descobrir se a ideia pode funcionar, se resolve uma necessidade e se há mercado.

Feedback 3c: Incorreto. Na fase de Crescimento inicial, a *start-up* é uma empresa real. Tem uma ideia e mercado validados, um bom produto/serviço que funciona, e a *start-up* percebe as primeiras receitas económicas, ou seja, procura expandir ainda mais o mercado.

Pergunta 4: Qual é a desvantagem de um empréstimo bancário?

- a) Pode levar a conflitos pessoais
- b) Isto significa que não tem economias
- c) Muitas vezes, as taxas de juro são bastante elevadas

Feedback 4a: Incorreto. Um empréstimo para amigos e familiares ("Capital do amor") pode levar a conflitos pessoais.

Feedback 4b: Incorreto. Pedir um empréstimo bancário não significa que não tenha poupanças, mas representa uma grande ajuda em qualquer fase de desenvolvimento de uma *start-up*.

Feedback 4c: Correto! Uma das desvantagens de um empréstimo bancário é que as taxas de juro são frequentemente elevadas, especialmente para uma empresa sem qualquer garantia de garantia.

Pergunta 5: Quer lançar uma campanha de arrecadação de fundos e oferece o produto da *start-up* em troca. Que tipo de campanha deve escolher?

- a) Financiamento Coletivo de Donativos
- b) Financiamento Coletivo de Ações



c) Financiamento Coletivo de Recompensas

Feedback 5a: Não, os doadores não recebem qualquer recompensa numa campanha de Financiamento Coletivo de Donativos.

Feedback 5b: Incorreto. Numa campanha de Financiamento Coletivo de Ações, os investidores têm garantida uma pequena participação na empresa.

Feedback 5c: Correto! Numa campanha de Financiamento Coletivo de Recompensas, os investidores recebem um retorno não monetário, muitas vezes do produto da *start-up*.

Conclusão: Parabéns pela conclusão do cenário de *branching* das Fontes de Financiamento. Ao escolher entre diferentes fontes de financiamento, demonstrou compreensão do financiamento de uma empresa em fase de arranque nas várias fases de desenvolvimento. Agora tudo o que tem de fazer é encontrar o melhor financiamento para o seu novo negócio!

10. AVALIAÇÃO

Quer pedir investimentos e receber financiamento para o seu novo negócio:

1. Prepare uma apresentação em que explica a nova ideia de negócio com todas as informações necessárias para convencer os investidores (análise de mercado, modelo de negócio, plano de negócios, etc.).
2. Identifique os tipos de financiamento mais adequados para o negócio, diferenciando-os de acordo com as várias fases de desenvolvimento do *start-up* (ciclo de vida). Explique as escolhas.

11. COLEÇÃO DE ESTUDOS DE CASO "GREATEST HITS" (R3)

12. FONTES PARA PROFESSORES - PARTE OU A TOTALIDADE DE "FONTES" EM MÓDULOS (R1)

[1] Ahlstrom, David, Amber Y. Chang e Jessie ST Cheung. (2019). "Incentivar o empreendedorismo e o crescimento económico". Revista de Risco e Gestão Financeira 12.4, 178.

[2] Sprintlab. (2023). Disponível em Finanziamenti per Startup: Strumenti principali - Sprintlab

[3] Donatella Cambosu. (21/11/2021). Come finanziare una startup con equity, debito e crowdfunding. Rede Digital 360. Disponível em Finanziamenti Startup: quali sono e come ottenerli (startupbusiness.it)

[4] Startup Geeks. (2023). Disponível em Come finanziare una startup? 10 metodi a confronto - Startup Geeks

[5] Startup Geeks. (2023). Disponível em Le fasi di una startup e il suo ciclo di vita - Startup Geeks



- [6] Scott Steinberg com Rusel DeMaria. (2012). A Bíblia do Crowdfunding: Como arrecadar dinheiro para qualquer startup, videogame ou projeto. Overload Entertainment, LLC. Disponível em [The Crowdfunding Bible.pdf \(crowdfundingguides.com\)](#)
- [7] Oportunidades de financiamento para as pequenas empresas (2023). Disponível em [Oportunidades de financiamento para pequenas empresas \(europa.eu\)](#)
- [8] Nicole G., Peter K. Adams. (03/10/2022). Capital de Risco para Dummies. Disponível em [Venture Capital For Dummies Cheat Sheet - dummies](#)
- [9] Crunchbase. (2023). Disponível em [Crunchbase: Descubra empresas inovadoras e as pessoas por trás delas](#)
- [10] Empresário África do Sul. (2023). Disponível em [Exemplos de Ideias de Negócios Amigas do Ambiente \(entrepreneur.com\)](#)
- [11] Mark Macdonald, (2022) Ideias de *Produtos: 17 Lugares Para Encontrar Produtos Rentáveis*; <https://www.shopify.com/blog/product-ideas>
- [12] Ahmad Nasrudin, (2023); *Quais são as características de uma boa ideia de negócio?* <https://penpoin.com/good-business-idea/>



MÓDULO 13: EMPREENDEDORISMO SOCIAL

1. INTRODUÇÃO

Como professor, deve começar com um discurso motivacional, por exemplo:

"Caros alunos/ Futuros Empreendedores

O empreendedorismo social é a mais recente palavra de ordem no mundo dos negócios.

Muitas pessoas olham para esta questão através do prisma do romantismo e da filantropia, mas o empreendedorismo social, enquanto caminho estritamente associado às atividades sociais, não só permite cumprir uma grande missão que é participar em iniciativas que procuram novas soluções, como a luta contra a pobreza, o desemprego, as questões ambientais, mas também oferece a possibilidade de ganhar muito dinheiro através da ação para resolver problemas sociais, o que é um negócio normal, que tem várias particularidades. Além disso, é possível e mesmo necessário ganhar muito com as atividades sociais. Afinal, porque é que um empresário que resolve problemas sociais deve ganhar menos do que um empresário que faz meias?

Durante a participação nesta aventura com empreendimento social, vão familiarizarem-se com algumas características importantes que diferenciam esta atividade de outras empresas que é;

Coragem, Inovação, Conhecimento de Negócios, Motivação Social, Colaboração

Lembre-se que pode escolher a própria maneira de liderar entre quatro tipos de empreendedorismo social que vamos conhecer".

Este discurso é seguido por uma breve introdução ao módulo e aos objetivos de aprendizagem:

O empreendedorismo social (também conhecido como economia social) é uma esfera de atividade cívica que combina atividades económicas - empresariais - e de utilidade pública. O próprio conceito de empreendedorismo social consiste em duas palavras: empreendedorismo + social.

O empreendedorismo indica a orientação empresarial das empresas sociais: operam no mercado aberto e competem com as empresas tradicionais - precisam de ganhar dinheiro para se sustentarem. No entanto, o adjetivo social indica a natureza específica destas empresas. O principal objetivo não é acumular lucro - enriquecer os proprietários - mas perseguir algum tipo de missão social e cuidar de valores importantes para a comunidade.



No final de cada unidade, existem tarefas práticas que permitem verificar os conhecimentos adquiridos e determinar se estão no caminho certo (empreendedor).

2. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

- Conhecer o significado de empreendedorismo social
- Explorar a anatomia de um empreendedor social
- Aprender sobre os tipos de empreendedorismo social
- Aprender a começar o empreendedorismo social

3. RESULTADO(S) DE APRENDIZAGEM

- Entender o que é empreendedorismo social e quem é um empreendedor social.
- Conhecer as principais características das empresas sociais
- Especificar
- Conhecer características do ecossistema para empreendimentos sociais
- Conhecer os primeiros passos no empreendedorismo social

4. MÉTODOS DE APRENDIZAGEM:

- Estudo da literatura recomendada e dos recursos da Internet
- Tomada de decisão com base nos resultados do B-ECO *Branches*

5. RESULTADOS - COMPETÊNCIAS ADQUIRIDAS (LIGAÇÃO AO ENTRE-COMP) ¹⁸

- **Ideias e oportunidades:**
 1. Visão
 2. Valorizar as Ideias
 3. Criatividade
- **Recursos:**
 1. Motivações e Persistência
 2. Autoconhecimento e autoeficácia
 3. Mobilizando recursos
- **Em ação:**
 1. Tomar a iniciativa
 2. Planeamento e Gestão
 3. Aprender através da experiência

¹⁸ <https://entre-comp.eu/>



6. EQUIPAMENTOS E RECURSOS:

- Computador
- Projetor ou TV
- Acesso à Internet

7. WARM-UP (15 MIN.)

Arraste as palavras - Definições de empreendedorismo social:

Instruções: Coloque as palavras no lugar apropriado.

Empresas sociais verdes

As empresas sociais orientam a atividade empresarial em benefício do ambiente. Esta ___1___ deve levar em conta os ___2___ ambientais dos ___3___, a influência regulatória do Estado e o ___4___ pró-ambiental no mercado. O espírito empresarial ___5___ pode ser utilizado em inúmeros ___6___ de mercado que as empresas podem identificar de forma empresarial. A identificação pode basear-se na criação de ___7___, serviços e métodos de marketing que promovem o verde.

Chave de resposta:

1. atividade
2. valores
3. consumidores
4. impacto
5. verde
6. nichos
7. novos produtos ecológicos

8. APRESENTAÇÃO (35 MIN.)

- **Apresentação em *Power Point* para aula + exemplos práticos.**
- O professor explicará os conteúdos incluídos no PPT e nos apontamentos fornecidos aos alunos.
 - A. Explicação dos Resultados de Aprendizagem do módulo
 - B. O professor introduz conteúdos abordados no Módulo 13:
 - O que é empreendedorismo social e quem é empreendedor social.
 - Principais características das empresas sociais
 - Tipos de empreendedorismo social



- Características do ecossistema para empresas sociais
 - Primeiros passos no empreendedorismo social
- C. O professor dá alguns exemplos práticos:
- Vídeo - Entrevista com um empresário
(<https://www.youtube.com/watch?v=vT6zycAMjv0&t=1018s>)

9. CENÁRIO DE BRANCHING

Introdução: Bem-vindo ao cenário de *branching* na aventura do empreendedor social legal. Este exercício destina-se a testar os conhecimentos e capacidades de tomada de decisão relativamente às formas jurídicas de diferentes situações. Leia cada pergunta com atenção e selecione a resposta mais adequada.

Pergunta 1: O que caracteriza o empreendedorismo social?

- a) O empreendedorismo social centra-se principalmente nos lucros
- b) O empreendedorismo social centra-se no desenvolvimento de oportunidades de negócio com impacto positivo
- c) A atividade de empreendedorismo social está estritamente associada ao lucro dos mais pobres

Feedback 1a: Incorreto. A ideia principal do empreendedorismo social é centrar-se nas mudanças sociais e ambientais e, ao mesmo tempo, obter lucros.

Feedback 1b: Ótima escolha! A essência do empreendedorismo social é se preocupar com as mudanças sociais e ganhar dinheiro ao mesmo tempo.

Feedback 1c: Incorreto. A verdade é completamente diferente - o principal pensamento do empreendedorismo social é ajudar os mais pobres.

Pergunta 2: Qual das qualidades elencadas o empreendedor social deve ter?

- a) Persistência
- b) Indiferença
- c) Ganância

Feedback 2a: Boa resposta! O empreendedorismo é um caminho realmente instável, uma vez está-se em cima, outra vez está-se em baixo - a persistência é uma característica essencial que o futuro empreendedor social tem de adquirir.

Feedback 2b: Resposta incorreta! Como o nome da profissão sugere, um empreendedor social deve ter características como empatia, que é o oposto da indiferença.

Feedback 2c: Incorreto. A ganância não é qualidade típica de pessoa que quer boas mudanças para o mundo.



Pergunta 3: Quais são os contras de um empreendedor social?

- a) Trabalha sozinho, não pode contar com apoio externo
- b) O trabalho não está muito em desenvolvimento
- c) Pode se sentir realizado

Feedback 3a: Falso! - Os empreendedores sociais sabem que nenhuma pessoa é capaz de uma mudança duradoura. Eles aceitam que uma mudança real requer o envolvimento de toda a comunidade;)

Feedback 3b: Incorreto! Ser um empreendedor social proporciona um grande desenvolvimento. É impossível ficar parado no mesmo caminho de desenvolvimento

Feedback 3c: Muito bem! Não há melhor ideia para a profissão que lhe dá satisfação!

Pergunta 4: É importante procurar apoio e ajuda no início de uma aventura como empreendedor social?

- a) Não, eu sei tudo
- b) Não, posso encontrar tudo em www
- c) Sim

Feedback 4a: Incorreto. Ninguém sabe tudo. No início da aventura do empreendedorismo social, é crucial que obtenha o máximo de informação relevante e apoio possível, porque os erros no empreendedorismo social podem ser muito caros.

Feedback 4b: Incorreto. A World Wide Web oferece muitas informações úteis, mas não pode "personalizar" as necessidades.

Feedback 4c: Correto! A informação e a experiência que se obtêm pessoalmente - não têm preço!

Conclusão: Parabéns por completar o cenário de *branching* na aventura empreendedora social. Demonstrou compreensão de quais são os primeiros passos e quais as qualidades pessoais que são importantes para um empreendedor social. Lembre-se de consultar instituições do ambiente de apoio ao empreendedorismo para apoio, verificar a ideia de negócio e assistência.

10. AVALIAÇÃO

- Características de um empreendedor; levantamento de 6 característica chave, escala entre 1 e 10 (autoavaliação).

Características do Empreendedor Social	Relevância 1-10
Disponibilidade para a Colaboração	
Motivação social	
Paixão	
Confiança	
Qualidades visionárias e de liderança	
Deve ter a capacidade de assumir um risco	



11. COLEÇÃO DE ESTUDOS DE CASO "GREATEST HITS" (R3)

12. FONTES PARA PROFESSORES - PARTE OU A TOTALIDADE DE "FONTES" EM MÓDULOS (R1)

- [1] Ruzzier, M., Antončič, B., Bratkovič, T., Hisrich, R.D., (2008): Podjetništvo. Koper: Društvo za akademske in aplikativne raziskave. Str. 10-285.
- [2] Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., Design de Proposta de Valor. Dostopno na/disponível em: <https://assets.strategyzer.com/assets/resources/value-proposition-design-book-preview-2014.pdf>. Str. 15-38.
- [3] Goljar, M., (2012): Poslovno modeliranje. Ustvarjalnik. Liubiana.
- [4] Maurya. A. (2014): Delaj vitko: Od načrta A do načrta, ki deluje. Pasadena, Liubiana. www.delajvitko.si.
- [5] Barringer B. R., Ireland R. D., (2016) *Entrepreneurship, Successful Launch New Ventures*; Sala Prentice - Bergant, A.
- [6] Sushanta Maiti (2021); *O que é Empreendedorismo? Definição, 5 tipos, 5 âmbitos, características, 5 importância*; https://educationleaves.com/what-is-entrepreneurship/#Definition_of_Entrepreneurship
- [7] Indeed Editorial Team (2021); *12 Prós e contras de ser empreendedor*; <https://www.indeed.com/career-advice/finding-a-job/pros-and-cons-of-being-entrepreneur>



MÓDULO 14: EMPREENDEDORISMO AMBIENTAL

1. INTRODUÇÃO

Como professor, deve começar com um discurso motivacional, por exemplo:

"Caros alunos.

Atualmente, as empresas enfrentam um duplo desafio: alcançar o crescimento económico e, ao mesmo tempo, garantir a sustentabilidade ambiental. Este equilíbrio não é apenas um imperativo ético, mas tornou-se uma necessidade estratégica num mundo cada vez mais consciente das preocupações ecológicas. O empreendedorismo ambiental representa essa intersecção, isto é, enfatiza modelos de negócios e estratégias que contribuem positivamente para o meio ambiente.

Ao nos aprofundarmos neste módulo, é crucial reconhecer que a adoção de práticas sustentáveis não é mais opcional para as empresas modernas. Consumidores, partes interessadas e órgãos reguladores estão a gravitar em direção a operações ambientalmente conscientes. Consequentemente, entender e integrar o empreendedorismo verde é essencial para qualquer negócio que almeje longevidade e relevância no atual cenário global."

Este discurso é seguido por uma breve introdução ao módulo e aos objetivos de aprendizagem.

2. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

- Compreender os conceitos fundamentais do empreendedorismo ambiental.
- Reconhecer o significado na sociedade moderna.
- Explorar exemplos reais de negócios verdes.
- Compreender os passos necessários para que as empresas façam a transição para práticas mais ecológicas

3. RESULTADO(S) DE APRENDIZAGEM

- Definir o empreendedorismo ambiental e a importância para a sociedade.
- Listar exemplos de negócios verdes bem-sucedidos.
- Traçar um roteiro para as empresas que pretendem adotar práticas sustentáveis.



4. MÉTODOS DE APRENDIZAGEM:

- Discussões interativas
- Análise de estudo de caso
- Sessões de *brainstorming* em grupo
- Exercícios de interpretação de papéis

5. RESULTADOS - COMPETÊNCIAS ADQUIRIDAS (LIGAÇÃO AO ENTRE-COMP) ¹⁹

- **Ideias e oportunidades:**
 1. Visão
 2. Valorizar as Ideias
 3. Identificação de Oportunidades
 4. Pensamento Ético e Sustentável
- **Recursos:**
 1. Autoconhecimento e autoeficácia
 2. Mobilizando recursos
 3. Literacia Financeira e Económica
- **Em ação:**
 1. Tomar a iniciativa
 2. Planeamento e Gestão
 3. Lidar com a ambiguidade, a incerteza e o risco
 4. Aprender através da experiência

6. EQUIPAMENTOS E RECURSOS:

- Computador
- Projetor ou TV
- Acesso à Internet
- Quadro de comunicações & Marcadores
- Material de Estudo de Caso

7. WARM-UP (15 MIN.)

Atividade: "Verde ou não?"

Apresente uma série de produtos ou modelos de negócio e peça aos alunos que determinem se são amigos do ambiente, discutindo o raciocínio por detrás das escolhas.

¹⁹ <https://entre-comp.eu/>



8. APRESENTAÇÃO (35 MIN.)

- **Apresentação em *Power Point* para aula + exemplos práticos.**
- O professor explicará os conteúdos incluídos no PPT e nos apontamentos fornecidos aos alunos.
 - A. Explicação dos Resultados de Aprendizagem do módulo
 - B. O professor introduz os conceitos a abordar no módulo 14:
 - Introdução ao Empreendedorismo Ambiental
 - A possibilidade de as pequenas e médias empresas participarem no empreendedorismo verde.
 - C. O professor dá alguns exemplos práticos:

9. ATIVIDADE ROAD TO GREEN BUSINESS

Configuração do cenário: São apresentados aos alunos três empresas hipotéticas de sectores distintos: um retalhista de moda, uma *startup* de tecnologia e uma empresa de alimentos e bebidas. Cada empresa tem os seus desafios específicos relacionados com a sustentabilidade ambiental.

1. Retalhista de Moda - "Stitch & Trend"

Desafio: A empresa obtém materiais de vários países, que leva a uma grande pegada de carbono devido ao transporte. Além disso, os materiais não são de origem sustentável ou recicláveis.

Soluções possíveis:

- Mudar para fornecedores locais para reduzir as emissões de transporte.
- Optar por materiais orgânicos ou reciclados.
- Implementar um programa de retoma ou reciclagem de artigos de vestuário velhos.

Obstáculos a transpor:

- Aumento dos custos dos materiais sustentáveis.
- Potencial resistência dos fornecedores.
- Necessidade de educação do cliente em relação a programas de reciclagem.

2. *Start-up* de tecnologia - "GadgetGenius"

Desafio: A *start-up* produz um gadget de casa inteligente, que acaba como lixo eletrónico uma vez que está desatualizado. O processo de fabricação também utiliza uma quantidade significativa de água.

Soluções possíveis:



- Projetar o produto para longevidade e capacidade de atualização.
- Implementar um sistema de devolução de produtos para reciclagem ou acondicionamento.
- Rever os processos de fabrico para que sejam eficientes em termos de consumo de água.

Obstáculos a transpor:

- Investimento inicial em investigação e desenvolvimento para o design sustentável.
- Garantir a eliminação ou renovação adequada de resíduos eletrónicos sem comprometer a segurança dos dados.
- Formação de pessoal em novos processos de fabrico.

3. Empresa de Alimentos e Bebidas - "TastyMunch Co."

Desafio: A fábrica de processamento de alimentos desperdiça muito material orgânico e as embalagens não são biodegradáveis ou recicláveis.

Soluções possíveis:

- Converter resíduos orgânicos em composto ou doar para fazendas de animais.
- Mudar para embalagens biodegradáveis ou recicláveis.
- Colaborar com as comunidades locais para um programa de reciclagem.

Obstáculos a transpor:

- Potencial aumento dos custos de embalagem.
- Parceria com entidades de gestão de resíduos fiáveis.
- Convencer os retalhistas e os consumidores a aceitarem novas alterações de embalagem.

Fluxo de Atividade:

Os alunos são divididos em grupos, sendo que cada grupo escolhe uma empresa para se concentrar. Identificarão os desafios ambientais, proporão as soluções e, em seguida, apresentarão um roteiro para a implementação destas soluções, tendo em conta os potenciais obstáculos. No final do exercício, os grupos partilham as suas estratégias e recebem *feedback*, o que lhes permite compreender as complexidades e as nuances da transição para um modelo de negócio mais ecológico.

10. AVALIAÇÃO

Apresentação simulada: Cada aluno faz uma breve apresentação sobre um determinado tópico. Os colegas e o professor fornecem feedback com base no conteúdo, design e apresentação.



Teste Escrito: Um pequeno questionário sobre as melhores práticas na conceção e entrega de apresentações.

11. COLEÇÃO DE ESTUDOS DE CASO "GREATEST HITS" (R3)

12. FONTES PARA PROFESSORES - PARTE OU A TOTALIDADE DE "FONTES" EM MÓDULOS (R1)

[1]: Stefan Gorgels e Maximilian Priem da DIW Econ e Tsvetelina Blagoeva, Agnès Martinelle e Giulio Milanesi da PwC, Relatório Anual sobre as PME Europeias 2021/22, PME e sustentabilidade ambiental Documento de referência, Comissão Europeia, abril de 2022

[2]: Katarzyna Piwowar-Sulej, Małgorzata Krzywonos, Izabela Kwil, Environmental Entrepreneurship-Bibliometric and content analysis of the subject literature based on H-Core, Journal of Cleaner Production, Volume 295, maio de 2021

[3]: M. Lenox, J.G. York, Environmental Entrepreneurship, Oxford handbook of Business and the Environment, Oxford University Press, 2011
https://www.academia.edu/1512815/Environmental_Entrepreneurship

[4] I. A. Bogoslov, A. E. Lungu, E. A. Stoica e M. R. Georgescu, European Green Deal Impact on Entrepreneurship and Competition: A free Market Approach, MDPI, Sustainability 2022
<https://www.mdpi.com/2071-1050/14/19/12335>

[5] EUSPSA, Espaço da UE para a Transformação Verde, Serviço das Publicações da União Europeia, Luxemburgo, 2023.
https://www.euspa.europa.eu/sites/default/files/eu_space_for_green_transformation_a_new_tool_for_companies_to_monitor_their_sustainability_targets_2023_issue_1.pdf

[6] Confederação Nacional do Comércio, Ambiente e Empreendedorismo gregos, NCGR, Atenas, 2014, disponível em:
http://repository.edulll.gr/edulll/bitstream/10795/1668/3/1668_2_%ce%95%ce%9d%ce%9f%ce%a4%ce%97%ce%a4%ce%91%2012_COVER.pdf



MÓDULO 15: DIGITALIZAÇÃO DOS NEGÓCIOS

1. INTRODUÇÃO

Como professor, deve começar com um discurso motivacional, por exemplo:

"Caros alunos.

Hoje vamos falar sobre digitalização dos negócios.... Nesta era de mudanças sem precedentes, abraçar a digitalização não é mais uma opção; é um imperativo. Este é a chave para desbloquear um mundo de possibilidades ilimitadas e transformar a forma como fazemos negócios.

A digitalização nos capacita a revolucionar as experiências dos clientes, proporcionando interações perfeitas e soluções personalizadas. Isto permite-nos otimizar operações, automatizar processos e impulsionar a eficiência em todas as organizações. Ao aproveitar o poder das tecnologias digitais, podemos obter informações inestimáveis a partir dos dados, permitindo-nos tomar decisões informadas e ficar um passo à frente da concorrência.

É claro que também os desafios surgirão, mas com adaptabilidade, inovação e colaboração, podemos moldar um futuro mais brilhante. Vamos embarcar juntos nesta jornada transformadora e prosperar na era digital!"

Este discurso é seguido por uma breve introdução ao módulo e aos objetivos de aprendizagem:

Nas últimas décadas, a velocidade do progresso tecnológico aumentou consideravelmente, com impactos diretos em todas as partes da vida quotidiana. As tecnologias da informação (TI) deixaram de ser apenas um instrumento de apoio à realização de atividades empresariais; em vez disso, é uma operação comercial central de pequenas e médias empresas (PME) a partir da qual todas as funções e a realização da estratégia de negócios da empresa são realizadas. A característica de digitalização que ocorre nas operações das PME é o uso funcional da Internet e de soluções digitais nas áreas de produção, marketing, promoção, vendas e design. A abordagem personalizada em toda a cadeia de valor permite que as empresas se adaptem prontamente às necessidades dos clientes, com as fases entre o planeamento e a entrega do produto mais curtas, tecnologicamente avançadas e mais rentáveis. O Módulo inclui uma apresentação dos fundamentos do negócio digital, principais passos e áreas onde a digitalização traz a possibilidade de negócios a longo prazo e vantagem competitiva.



2. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

- O que é digitalização?
- Benefícios da digitalização
- Quais são as principais ferramentas digitais?
- Como abordar o desenho de uma estratégia digital

3. RESULTADO(S) DE APRENDIZAGEM

- Conhecer os princípios da digitalização.
- Conhecer as ferramentas digitais
- Conhecer os benefícios do uso da digitalização nos negócios
- Desenvolver uma estratégia digital para o negócio

4. MÉTODOS DE APRENDIZAGEM:

- Estudo da literatura recomendada e recursos da internet
- Avaliação dos conhecimentos com base nos resultados do B-ECO *Branches*
- Avaliação do módulo

5. RESULTADOS - COMPETÊNCIAS ADQUIRIDAS (LIGAÇÃO AO ENTRE-COMP) ²⁰

- **Ideias e oportunidades:**
 1. Criatividade
 2. Valorizar as Ideias
 3. Visão
- **Recursos:**
 1. Motivações e Persistência
 2. Autoconhecimento e autoeficácia
 3. Mobilizando recursos
- **Em ação:**
 1. Planeamento e Gestão
 2. Tomar a iniciativa
 3. Aprender através da experiência

²⁰ <https://entre-comp.eu/>



6. EQUIPAMENTOS E RECURSOS:

- Computador
- Projetor ou TV
- Acesso à Internet

7. WARM-UP (15 MIN.)

Exemplo 1: Questionário sobre transformação digital

"Vamos divertir-nos com um teste rápido! Vou fazer algumas perguntas sobre a digitalização nas empresas e pode levantar a mão para responder. Isto ajudar-nos-á a reforçar a nossa compreensão do tema.

1. O que significa transformação digital no contexto dos negócios?
2. Cite um exemplo de como a digitalização mudou a forma como nos comunicamos.
3. Pode dar um exemplo de uma empresa que adotou a digitalização para melhorar a experiência do cliente?
4. Como é que a tecnologia permitiu que as empresas agilisassem as operações e aumentassem a eficiência?
5. Quais são alguns benefícios potenciais da digitalização para as empresas?
6. Verdadeiro ou Falso: A transformação digital é um evento único e não requer adaptação contínua.
7. Como é que as tecnologias digitais podem ajudar as empresas a obter informações valiosas a partir dos dados?
8. Cite um desafio ou barreira que as empresas podem enfrentar durante o processo de transformação digital.
9. Como é que a digitalização pode abrir novas oportunidades para as empresas chegarem aos mercados globais?
10. Quais são as medidas que as empresas podem adotar para se prepararem e implementarem com êxito a transformação digital?"

Pode modificar ou acrescentar mais perguntas com base no nível de conhecimento e compreensão que pretende avaliar. Divirta-se com o teste!

Exemplo 2: Jogo: Prós vs. Contras Showdown - Rapid Fire Edition

Instruções:

1. Divida os participantes em duas equipas: Equipa "Prós" e Equipa "Contras".



2. Configure um grande gráfico ou quadro branco com duas colunas rotuladas "Prós" e "Contras".
3. Explique que o jogo envolverá uma rodada rápida de declarar prós e contras da digitalização nos negócios.
4. As equipas revezam-se, com um membro de cada equipa a dar um passo em frente de cada vez para apresentar um único ponto a favor ou contra relacionado com a digitalização.
5. As equipas terão um tempo limitado (por exemplo, 10 segundos) para chegar ao ponto e afirmá-lo de forma clara e concisa.
6. À medida que um ponto é declarado, uma pessoa designada (facilitador ou outro participante) irá rapidamente anotá-lo na respetiva coluna no gráfico ou quadro branco.
7. Quando um ponto é declarado, a vez passa para a pessoa seguinte da equipa oposta e o jogo continua de forma rápida.
8. O jogo progride até que um número predeterminado de pontos ou um limite de tempo definido seja atingido.
9. Depois do jogo, promova uma discussão para aprofundar os pontos e participar num debate amigável.

Exemplo:

1ª rodada:

- Membro da equipa "Prós": "Maior eficiência operacional."
- Membro da equipa "Contras": "Potencial deslocamento de trabalho."

2ª rodada:

- Membro da Equipa "Prós": "Acesso aos mercados globais."
- Membro da Equipa "Contras": "Riscos de *cibersegurança*".

3ª rodada:

- Membro da equipa "Prós": "Melhor envolvimento com o cliente."
- Membro da equipa "Contras": "Custos iniciais elevados de implementação."

Continue as rondas, encorajando os participantes a encontrarem o maior número de pontos possível dentro do período dado. Quando o jogo terminar, inicie um debate em que os participantes possam desenvolver os pontos, expressar as opiniões e considerar o impacto global da digitalização nas empresas.

Este jogo acrescenta um elemento de velocidade, competição e energia ao debate sobre os prós e os contras, tornando-o mais dinâmico e interessante para os participantes.



8. APRESENTAÇÃO (35 MIN.)

- **Apresentação em *Power Point* para aula + exemplos práticos.**
- O professor explicará os conteúdos do PPT e os apontamentos fornecidos aos alunos.
 - A. Explicação dos Resultados de Aprendizagem do módulo
 - B. O professor introduz conceitos abordados no módulo 15:
 - O que é digitalização?
 - Benefícios da digitalização.
 - Quais são as principais ferramentas digitais?
 - Como abordar o desenho de uma estratégia digital?
 - C. O professor dá alguns exemplos práticos:
 - 5 slides de ideias de sucesso do Empreendedor (local!)

9. CENÁRIO DE *BRANCHING*

Cenário: É proprietário de uma pequena empresa e acabou de ouvir falar das potenciais vantagens da digitalização. Está a considerar a integração de tecnologias digitais nas operações da sua empresa para se manter competitivo e chegar a um público mais vasto. Vamos explorar os diferentes caminhos que pode seguir com base nas suas decisões.

Branch 1: Adotar a Transformação Digital

Decide adotar plenamente a transformação digital e investir na implementação de tecnologias digitais na sua empresa.

Resultado 1: Operações simplificadas e melhores experiências para os clientes

Ao integrar ferramentas digitais e automatizar os processos, simplifica as operações, reduz as tarefas manuais e melhora a eficiência. Os clientes apreciam a experiência perfeita, desde as encomendas *online* às recomendações personalizadas, e a empresa ganha uma vantagem competitiva.

Resultado 2: Presença online alargada e alcance global

Com uma estratégia digital sólida, estabelece uma forte presença *online* através de um *Website* de fácil utilização, presença ativa nas redes sociais e campanhas de marketing digital direcionadas. A empresa atrai clientes de diferentes regiões e expande-se com sucesso para mercados globais.

Branch 2: Adoção Digital Parcial

Opta por uma abordagem mais cautelosa e decide adotar parcialmente as tecnologias digitais.



Resultado 1: Melhoria da eficiência em áreas específicas

Ao implementar seletivamente ferramentas digitais em áreas específicas, como a gestão de inventários ou a gestão das relações com os clientes, obtém-se uma maior eficiência e uma melhor organização nesses departamentos. No entanto, pode perder os benefícios holísticos de uma transformação digital completa.

Resultado 2: Alcance limitado do mercado

Embora mantenha uma presença *online* básica, não consegue tirar partido de todo o potencial dos canais digitais. Como resultado, a empresa tem dificuldade em chegar a um público mais vasto, especialmente num cenário digital cada vez mais competitivo.

Branch 3: Resistência à mudança

Decide resistir à digitalização e manter as práticas comerciais tradicionais.

Resultado 1: Diminuição da competitividade

À medida que os seus concorrentes adotam as tecnologias digitais, ganham uma vantagem competitiva em termos de eficiência, experiências do cliente e alcance de mercado. A empresa tem dificuldade em acompanhar o ritmo e arrisca-se a ficar para trás.

Resultado 2: Adaptabilidade limitada

Com os avanços tecnológicos a remodelarem rapidamente os sectores, a resistência à mudança limita a capacidade de adaptação à evolução das exigências dos clientes e das tendências do mercado. A empresa fica estagnada e enfrenta desafios a longo prazo.

10. AVALIAÇÃO

Quer lançar um novo produto no negócio de joalheria artesanal: brincos e colares feitos a partir de resíduos. Já realizou um estudo de mercado; agora é altura de planear a estratégia de marketing:

1. Defina o mercado-alvo e os objetivos que pretende alcançar com o marketing.
2. Analise as necessidades dos clientes.
3. Determine os canais de comunicação que pretende utilizar para chegar aos clientes e explique a escolha.

11. COLEÇÃO DE ESTUDOS DE CASO "GREATEST HITS" (R3)



12. FONTES PARA PROFESSORES - PARTE OU A TOTALIDADE DE "FONTES" EM MÓDULOS (R1)

- [1] Juliana Marulanda, 2021; "O que é a digitalização dos negócios? 3 dicas para iniciar a sua transformação digital"; <https://www.pagero.com/blog/what-is-business-digitalization/>
- [2] [1] Bharadwaj, A., Sawy, O. A., Pavlou, P. A. e Venkatraman, N. (2013): "Digital Business Strategy: Towards A Next Generation of Insights"; MIS Trimestral, 471-482
- [3] Haissam Abdul Malak, (2022); "10 vantagens incalculáveis da digitalização que deve saber!"; <https://theecmconsultant.com/advantages-of-digitalization/>
- [4] Aanchal Parmar (2022), "Top 24 Ferramentas de Digitalização para Alimentar a Sua Estratégia de Transformação Digital"; <https://scribehov.com/library/digitalization-tools>
- [5] Equipe Editorial do Indeed (2021, 2022); "O que é uma estratégia digital? Definição, Benefícios e Dicas"; <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/digital-strategy>