



# LEARNING CIRCLE

Programa de Formação em Serviço  
Módulo 1: Empreendedorismo e  
Empreendedorismo Social – PPT3



Cofinanciado pelo  
Programa Erasmus+  
da União Europeia



# Módulo 1: Conteúdos



1

Empreendedorismo e empreendedorismo social



2

Identificar um problema na sua comunidade



3

**Estudo de caso: Compreender a visão e a missão de uma empresa social**





# OBJETIVOS

## COMPREENDER

Os valores, visão e missão de uma empresa social

## TRABALHO

Trabalhar num estudo de caso real

## PERGUNTE A SI MESMO

Pergunte a si mesmo que competências tem para o empreendedorismo





## Estudo de caso: Patagonia

Patagonia, Inc. é um retalhista americano de vestuário de exterior, fundado por Yvon Chouinard em 1973 e sediado em Ventura, Califórnia.

Após uma longa história sobre sustentabilidade que começou em 1973, em Janeiro de 2012, a Patagonia tornou-se a primeira empresa da Califórnia a tornar-se uma corporação de benefícios - um quadro legal que permite que empresas orientadas para a missão como a Patagonia se mantenham assim à medida que crescem e mudam. É também certificada como B Corp. Para se qualificar como uma B Corp, uma empresa deve ter uma missão social ou ambiental explícita e uma responsabilidade fiduciária legalmente vinculativa para ter em conta os interesses dos trabalhadores, da comunidade e do ambiente, bem como dos seus acionistas. Para manter a certificação B Corp, deve atualizar e verificar as suas qualificações de três em três anos.





# VALORES FUNDAMENTAIS

<https://www.patagonia.com/core-values/>

Os nossos valores refletem os de um negócio iniciado por uma banda de alpinistas e surfistas e o estilo minimalista que eles promoveram nas suas vidas e nos seus desportos.



## Construa o melhor produto

Os nossos critérios para o melhor produto baseiam-se na função, reparabilidade e, acima de tudo, durabilidade. Entre as formas mais diretas de limitar os impactos ecológicos, incluem-se os bens que duram gerações ou que podem ser reciclados para que os materiais neles contidos permaneçam em uso.

Criar um melhor produto é importante para salvar o planeta.



## Não cause danos desnecessários

Sabemos que a nossa atividade comercial, desde lojas de iluminação ao tingimento de camisas, é parte do problema. Trabalhamos constantemente para mudar as nossas práticas comerciais e partilhar o que aprendemos. Mas reconhecemos que isto não é suficiente. Procuramos não só fazer menos mal, mas mais bem.



## Usar o negócio para proteger a natureza

Os desafios que enfrentamos como uma sociedade requerem liderança. Uma vez identificado um problema, nós agimos. Abraçamos o risco e agimos para proteger e restaurar a estabilidade, integridade e beleza da vida.



Cofinanciado pelo  
Programa Erasmus+  
da União Europeia



# Champion of the Earth 2019 – Patagonia

<https://www.youtube.com/watch?v=dyoIB19vSE4> (2:55)

Desde 1973, a Patagonia tem colocado a sustentabilidade no centro do seu negócio. Muitos dos seus produtos são feitos de garrafas plásticas recicladas, cânhamo ou algodão orgânico, enquanto que os empregados ganham créditos de vestuário para partilhar o carro para o trabalho.

No ano passado, a empresa disse que daria 10 milhões de dólares a grupos de base que lutam contra as alterações climáticas. Está também a trabalhar com cerca de 100 pequenos agricultores que cultivam algodão usando práticas regenerativas na Índia, devendo o esquema ser expandido para 450 agricultores no próximo ano. Os agricultores controlam as pragas com armadilhas e recolhem o algodão à mão.

O fundador Yvon Chouinard diz: "A Patagonia está no negócio para salvar o nosso planeta natal".



# Como construir uma empresa orientada para a missão como a Patagonia

<https://www.youtube.com/watch?v=VPt0InbY6RA> (2:44)

Vincent Stanley tem estado dentro e fora da Patagonia desde o seu início. Agora a operar sob o seu título único como Diretor de Filosofia, ele revela como construir uma empresa com um propósito.

Fast Company é a marca líder mundial dos meios de comunicação progressistas, com um foco editorial único na inovação em tecnologia, liderança e design.



Cofinanciado pelo  
Programa Erasmus+  
da União Europeia



# A história da Patagonia: Trazendo tendências à vida

<https://www.youtube.com/watch?v=g9aQn5yUTFs> (3:17)

Experimente como as empresas líderes estão a abraçar as tendências em primeira mão. Os vídeos de histórias de empresas dão vida às tendências com exemplos, reações e percepções de algumas das maiores marcas mundiais à medida que os seus líderes pesam sobre as implicações para as suas organizações.



Cofinanciado pelo  
Programa Erasmus+  
da União Europeia





# Os valores e programas da Patagonia

<https://www.patagonia.com/business-unusual/>

"Na Patagonia, apreciamos que toda a vida na terra está sob ameaça de extinção. Estamos a usar os recursos que temos - o nosso negócio, os nossos investimentos, a nossa voz e a nossa imaginação - para fazer algo a esse respeito".

**Quão Limpas São as Suas Roupas?** O custo oculto da roupa que estamos a comprar.

<https://www.patagonia.com/hidden-cost-of-clothes/>

"Tudo o que fazemos tem impacto no planeta": **Como estamos a fazer a mudança**

- Materiais e programas ambientais
- Programas de responsabilidade social
- Onde fazemos negócios

<https://www.patagonia.com/our-footprint/>





# Patagonia Action Works

<https://www.youtube.com/watch?v=g9aQn5yUTFs> (2:28)

Durante quase 40 anos, a Patagonia tem apoiado ativistas que trabalham para encontrar soluções para a crise ambiental. Mas neste tempo de ameaças sem precedentes, é muitas vezes difícil saber qual a melhor forma de envolvimento. É por isso que estamos a ligar indivíduos aos nossos bolseiros, para tomar medidas sobre as questões mais prementes que o mundo enfrenta atualmente. Construimos a Patagonia Action Works para ligar indivíduos empenhados a organizações que trabalham em questões ambientais na mesma comunidade. Agora é possível para qualquer pessoa descobrir e conectar-se com grupos de ação ambiental e envolver-se com o trabalho que eles fazem.



# Questões a discutir

- Como é que os nossos hábitos de consumo podem influenciar a produção de resíduos? Dê alguns exemplos.
- Como pode uma empresa social comunicar com os seus clientes, para que eles compreendam o impacto que estão a causar?
- Acha que o proprietário de uma empresa também pode ser um ativista ambiental?





# LEARNING CIRCLE



cantabria  
perma  
cultura



UNIVERSITY  
OF LATVIA



Cofinanciado pelo  
Programa Erasmus+  
da União Europeia

"O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui um aval do seu conteúdo, que reflete unicamente o ponto de vista dos autores, e a Comissão não pode ser considerada responsável por eventuais utilizações que possam ser feitas com as informações nela contidas." Número do Projeto: 2020-1-UK01-KA226-VET-094435