

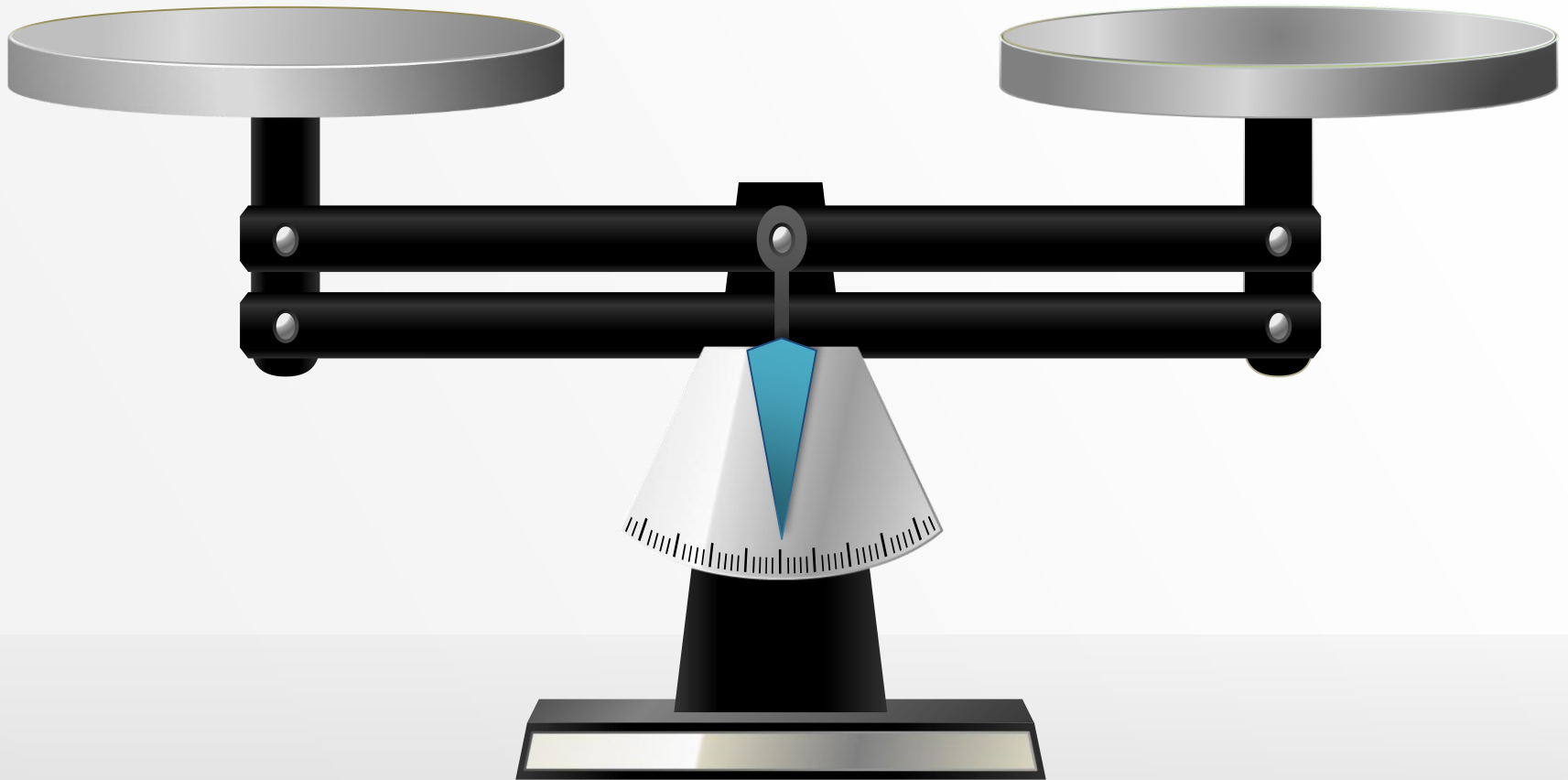
# A geração de inteligência coletiva para os pequenos negócios pela via dos ODS



1º. Congresso Internacional de Ação Humanitária e  
Cooperação para o Desenvolvimento – 19 de junho de  
2019 - UFP

**Impulsionar o  
crescimento**

**Destruir o velho**



**Conceito de Inovação \* ( *Schumpeter* )**

# INOVAÇÃO SOCIAL

*Inteligência Coletiva*

*Foco em um problema social*

*Integração de stakeholders*

*Construção de Metas*



*Definição da solução*

*Aplicação de protótipo*

*Medição do impacto*

*Escala*

# INOVAÇÃO SOCIAL

## Geração de valor

- *Relação com 01 ou mais Objetivos de Desenvolvimento Sustentável*

## Replicável

- *Aplicável em vários territórios*

## Cadeias de Valor

- **Grandes empresas podem incorporar a solução**

# OS OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL



# ***GERAÇÃO DE INTELIGÊNCIA COLETIVA PARA OS PEQUENOS NEGÓCIOS***

- 1. Entendendo os ODS**
- 2. Definindo Prioridades**
- 3. Estabelecendo Metas**
- 4. Integração**
- 5. Relato e Comunicação**



Fonte: Guia SDG Compass

The background of the slide features several pink orchids with yellow centers, set against a dark, almost black background. The flowers are in various stages of bloom, with some fully open and others as buds. The lighting is soft, highlighting the delicate petals and the vibrant colors of the blooms.

*Como mensurar o impacto dos pequenos negócios sociais para a sociedade?*

# EXEMPLO DE MATRIZ

## PEQUENOS NEGÓCIOS SOCIAIS

CRITÉRIO

ATENDE A COMUNIDADES  
VULNERÁVEIS

ODS



META

1.1. Até 2030, erradicar a pobreza em todos os lugares. Atualmente considera-se pertencentes a essa faixa as pessoas que vivem com menos de US\$1,25 (1 €) por dia

\*NÍVEL  
RELEVÂNCIA

2

INDICADOR

Número de pessoas  
beneficiadas por negócios de  
impacto

\*Nível 1 baixo  
Nível 2 médio  
Nível 3 alto

Fonte: elaboração própria


**ESTRATÉGIA:** Para que a matriz seja elaborada, deve-se verificar a relação de relevância entre os 17 ODS e os modelos de negócios existentes. Ao final poderá ser ranqueado os ODS que mais se alinham ao propósito de cada empresa, a partir do nível de **relevância**. A matriz poderá ser usada para apoiar a criação de um mapa de alinhamento aos ODS, conforme estratégia de atuação das empresas.

***“ Para Levy ( 2003), a inteligência coletiva é aquela que se distribui entre todos os indivíduos, que não está restrita para poucos privilegiados. O saber está na humanidade e todos os indivíduos podem oferecer conhecimento; não há ninguém que seja nulo nesse contexto. A inteligência coletiva deve ser incessantemente valorizada. A coordenação dos saberes pode ocorrer no ciberespaço, o qual não é apenas composto por tecnologias e instrumentos de infraestrutura, mas também pelos saberes e pelos indivíduos que os possuem.”***

*“O Negócio desenvolvido entre os stakeholders e **vinculado a um ou mais ODS** representa valor e comprometimento do público alvo para o alcance de resultados mais amplos, **que extrapolam os muros das organizações**. Agrega-se a necessidade de **incluir indicadores de avaliação de impacto** alinhados ao **propósito da transformação** que se deseja alcançar para a comunidade beneficiada, a partir do estímulo para a mensuração do impacto coletivo pelos stakeholders.”*

*Valéria Barros e Luis B.Gouveia*





*Com a **TRANSFORMAÇÃO DIGITAL**,  
entender a cadeia de valor interna de  
uma organização passa por exigir atenção  
e conhecimentos relativos a:*

- ✓ **CONECTIVIDADE**
- ✓ **INFRAESTRUTURA**
- ✓ **PADRONIZAÇÃO DE DADOS**
- ✓ **PROCESSOS DE TRABALHO**
- ✓ **GESTÃO DE RISCOS**
- ✓ **GESTÃO DE PESSOAS**
- ✓ **GESTÃO DE MARKETING**

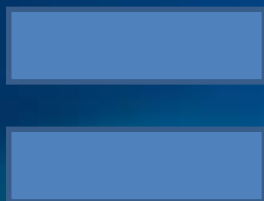
**CAPITAL SOCIAL  
HUMANO**



**CAPITAL INTELECTUAL E**



**CAPITAL TERRITORIAL**



**GERAÇÃO DE INTELIGÊNCIA COLETIVA PARA  
O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL**



*“ Portanto cada vez mais será necessário criar ambientes de aprendizados para projetos de **inteligência coletiva**, levando em consideração a **competitividade do conhecimento produzido nas comunidades e empresas que se constituem em REDES (dentro e fora das organizações, nos modelos analógico e digital)**, e que são focadas em determinada estratégia para produzir conhecimento, riqueza e desenvolvimento sustentável ”*

*Valéria Barros e Luis B. Gouveia*



# MUITO OBRIGADA !



Valéria Barros – [vpessoadequeiroz@gmail.com](mailto:vpessoadequeiroz@gmail.com)



Luis Borges Gouveia – [lmbg@ufp.pt](mailto:lmbg@ufp.pt)