

## ÁREA DE FORMAÇÃO: MARKETING DIGITAL

---

### SUSTENTABILIDADE E MARKETING – ALTERAÇÕES NA REGULAMENTAÇÃO

---

DATA	HORÁRIO	DURAÇÃO	LOCAL
07/07/2026	10h/13h	6 horas	Online
08/07/2026	10h/13h		

---

#### OBJETIVO GERAL:

Capacitar os participantes para compreenderem as profundas mudanças no contexto da sustentabilidade — impulsionadas por novas exigências regulatórias, como a Diretiva Omnibus e a CSRD — e traduzirem esse novo enquadramento em práticas de marketing mais rigorosas, transparentes e orientadas por dados, incorporando ferramentas como o Passaporte Digital de Produto para criar comunicação credível, diferenciadora e alinhada com as expectativas do mercado e da sociedade.

---

#### OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- ✓ Identificar as principais mudanças no paradigma da sustentabilidade e o impacto no marketing, incluindo riscos associados ao não cumprimento da regulamentação.
  - ✓ Compreender os requisitos das principais diretivas europeias relevantes e a sua aplicação prática na comunicação de marca.
  - ✓ Analisar como os dados de ESG e relatórios de sustentabilidade podem ser utilizados como base para conteúdos de marketing.
  - ✓ Explorar o funcionamento e as implicações do Passaporte Digital de Produto na transparência e na experiência do consumidor.
  - ✓ Desenvolver competências para criar mensagens de marketing sustentáveis, claras, verificáveis e alinhadas com práticas responsáveis.
-

## CONTEÚDOS:

Tema	Carga horária	Conteúdos
Módulo 1 – O novo contexto da sustentabilidade	1h	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Evolução: de “nice to have” para obrigação estratégica.</li> <li>➤ Pressões: Regulatórias, Consumidor, Investidores.</li> <li>➤ Conceitos-chave: ESG, Greenwashing, Economia Circular.</li> </ul>
Módulo 2 – Regulamentação que mudou o marketing	1h30	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Diretiva Omnibus.</li> <li>➤ CSRD.</li> <li>➤ Green Claims Directive.</li> <li>➤ Foco prático.</li> <li>➤ O que já não pode ser dito; O que tem de ser provado; Riscos legais para marketing.</li> </ul>
Módulo 3 – Passaporte Digital de Produto	30m	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Materiais, Pegada de carbono, Reparabilidade.</li> </ul>
Módulo 4 – ESG e Relato como conteúdo	1h30	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ O papel da CSRD</li> <li>➤ Dados ESG como base de comunicação</li> <li>➤ Aplicação ao marketing</li> <li>➤ Transformar relatórios em storytelling</li> <li>➤ Exemplo guiado</li> </ul>
Módulo 5 – O futuro do marketing sustentável	30m	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Tendências; Dados em tempo real</li> <li>➤ Transparência radical</li> <li>➤ “Proof-based branding”</li> <li>➤ Regulamentação crescente</li> </ul>
Exercício prático	1h00	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Que impactos tem em cada uma das organizações presentes. Construção de um roadmap estratégico.</li> </ul>

**PREÇO ASSOCIADO: 130€+IVA**

**PREÇO NÃO ASSOCIADO: 170€+IVA**

**FORMADOR: CAROLINA AFONSO**

É professora universitária de estratégia e marketing, departamento de gestão, do ISEG – Lisbon School of Economics and Management da Universidade de Lisboa, e senior leader em gestão, inovação e retalho.

Com mais de 18 anos de experiência profissional, o seu percurso começou na AICEP, nos Países Baixos. Em 2008, assume funções como diretora de marketing da ASUS, transitando depois para a Konica Minolta como diretora de marketing e membro do board. Posteriormente assumiu funções como Chief Marketing and Digital Officer do Gato Preto e, posteriormente, como CEO da empresa em Portugal e Espanha. Foi Innovation & Transformation Global Director na Jerónimo Martins.

Tem doutoramento pela Universidade Complutense de Madrid, mestrado em Marketing pelo ISEG e Licenciatura em Relações Internacionais pela Universidade Nova de Lisboa. Em 2025 recebeu o prémio da ACEPI “Líderes Digitais” na categoria de Marketing e Comunicação.