



**GONÇALO DE SALIS AMARAL**  
Head of People & Culture Consulting  
da Cegoc

## *Investimento em Responsabilidade Social Corporativa: necessidade ou luxo?*

No contexto atual, a Responsabilidade Social Corporativa (RSC) emerge como um dos pilares que sustentam a reputação das organizações. Mais do que um conceito abstrato, é uma ponte entre o impacto social, económico e ambiental de uma entidade e as comunidades que serve. Mas será que esta prática está a ser levada a sério no tecido empresarial português? Ou estará em risco de se tornar apenas mais uma rubrica de marketing?

Em Portugal, embora muitas empresas reconheçam a importância da RSC, os níveis de maturidade variam amplamente. De um lado, temos exemplos inspiradores de organizações que a integram no seu ADN, como o investimento na neutralidade carbónica ou em programas de inclusão social. Do outro, muitas ainda veem este conceito como uma obrigatoriedade legal ou uma tendência passageira, subestimando o seu potencial transformador. A falta de uma estratégia consistente reflete-se nos relatórios de sustentabilidade, que, por vezes, são mais uma formalidade do que uma verdadeira expressão de compromisso. Para que se transforme num catalisador de inovação e impacto positivo, são necessárias competências específicas. A liderança estratégica é fundamental, assim como a capacidade de analisar dados sobre impacto social e ambiental. Além disso, é crucial cultivar empatia e consciência global em todos os níveis da organização. Num mundo onde as exigências dos stakeholders evoluem rapidamente, as instituições devem também desenvolver agilidade para ajustar as suas práticas e uma visão de longo prazo que integre a sustentabilidade nos seus objetivos. As empresas que envolvem as suas equipas nestas iniciativas têm maior probabilidade de sucesso. Quando os colaboradores se sentem parte de um propósito maior, o seu nível de satisfação e motivação aumenta significativamente. Iniciativas de voluntariado corporativo, formação em sustentabilidade ou até desafios internos relacionados com o impacto social podem criar um sentimento de pertença e orgulho. Contudo, são necessárias transparência e uma comunicação consistente para que as ações sejam vistas como autênticas.

Para alavancar a RSC, as estruturas precisam de integrar este conceito em todas as dimensões do seu negócio. Isto poderá significar criar parcerias com ONGs, investir em inovação



***A falta de uma estratégia consistente reflete-se nos relatórios de sustentabilidade, que, por vezes, são mais uma formalidade do que uma verdadeira expressão de compromisso.***



verde e priorizar os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Incentivos governamentais podem também desempenhar um papel crucial, bem como o desenvolvimento de indicadores claros para medir o impacto das iniciativas. Esta não deve ser uma responsabilidade isolada, mas antes uma prática integrada no coração do modelo de negócio.

Apesar de todos os progressos, há sinais preocupantes de que a RSC pode estar a perder terreno. Nos EUA, estudos recentes apontam para um desinvestimento progressivo em alguns setores, com corporações a redirecionar recursos para prioridades de curto prazo. Este fenómeno levanta uma questão urgente: será que estamos a negligenciar o seu valor estratégico em prol de um pragmatismo financeiro imediato? A resposta, em grande parte, dependerá das decisões que tomarmos agora.

A Responsabilidade Social Corporativa é muito mais do que uma opção. É um compromisso com o futuro, que requer investimento, liderança e visão. Estarão as organizações portuguesas prontas para este desafio? Ou irão também ceder à pressão do imediatismo?