

# Estudo Boyden: Colaboradores exigem Responsabilidade Social Corporativa

O estudo desenvolvido pela Boyden mostra que a esmagadora maioria dos Millennials no mercado de trabalho se encontram mais recetivos a integrar uma organização com um programa de responsabilidade social. Face a esta exigência dos colaboradores, os CEO e a gestão sénior está a envolver-se de forma mais próxima nesta dimensão corporativa, cada vez mais crucial à visão e sucesso a longo-prazo nas organizações.

O estudo “Executive Monitor: CEOs and the New CSR Priority”, desenvolvido pela Boyden, aponta para uma tendência entre CEO e outros cargos na gestão executiva nas organizações para se envolverem de forma mais próxima na área da Responsabilidade Social. Estes programas surgem como parte integrante na cultura empresarial, fator de diferenciação e elemento potenciador da relação estabelecida com clientes e colaboradores.

Em Portugal a área surge com uma visão global positiva. Dados do estudo Social Innovation Index 2016, desenvolvido pela revista The Economist, apontam para apenas sete países a nível mundial que alcançam a pontuação máxima relativamente à política nacional empreendida sobre este tema, não só definindo políticas concretas como também as implementando; Portugal é um deles. Paralelamente, entre os fatores mais relevantes para a capacidade de um país encorajar a inovação social encontra-se a qualidade do seu quadro institucional, que possibilita que as soluções possíveis já identificadas sejam colocadas em prática. Portugal fecha o “top 15” nesta matéria.

*Para Fernando Neves de Almeida, Managing Partner da Boyden*

*Global Executive Search Portugal, “os resultados da avaliação conduzida pela Boyden apontam para a dimensão da Responsabilidade Social Corporativa enquanto plataforma eficaz para envolver colaboradores, atrair clientes, gerir recursos e manter um cenário de competitividade acrescida. A ênfase nesta vertente encontra-se a conduzir a Gestão para se envolver num diálogo mais amplo com uma larga variedade de stakeholders, num debate amplo que envolve também o Setor Público e a sociedade civil, no sentido de procurar soluções e medidas mais eficazes ao nível do impacto social das suas organizações”.*

Em anos recentes, a atitude para com o conceito da Responsabilidade Social foi alvo de uma transformação substancial. O que em tempos era entendida como um componente complementar à atividade da organização encontra-se hoje integrado na estrutura, propósito, processo e negócio. Com este papel acrescido, são várias as empresas num leque alargado de setores e localizações geográficas a reexaminar o impacto da sua organização na sua comunidade e o seu papel na criação de um ecossistema mais sustentável.

A liderança em contexto organizacional que realiza um esforço para integrar a Responsabilidade Social encara-a como parte integral e fundacional do DNA e da cultura corporativa da sua empresa. A tendência promete ser a de procurar explorar um impacto social positivo em detrimento de retornos financeiros a curto-prazo, numa preocupação com envolver clientes e parceiros numa missão participada.

O relatório “Executive Monitor” da Boyden incluiu uma avaliação realizada junto de mais de 500 profissionais no mercado britânico, no passado mês de agosto, e revela que uma elevada percentagem (88%) dos entrevistados acredita que é importante que o CEO da empresa pratique um papel ativo na Responsabilidade Social e atue como um porta-voz das atividades neste contexto. Também significativa é a

constatação que 83% dos Millennials inquiridos afirmam estar mais propensos a trabalhar numa empresa com um programa robusto de Responsabilidade Social.

## Mais notícias:



[Crónicas](#)

[Vou pedir ao tempo que me dê mais tempo](#)



[Crónicas](#)

## Líderes apaixonados precisam-se!



Pessoas

Jorge Jesus: “Mandar é fácil. Saber mandar é que é difícil”