

PONTO DE
CONTACTO
NACIONAL
PORTUGUÊS

**CONDUTA
EMPRESARIAL
RESPONSÁVEL**



Plano Promocional
2026



ECONOMIA E COESÃO
TERRITORIAL



Direção-Geral da Economia

Plano Promocional 2026

Introdução

1. O Ponto de Contacto Nacional Português para Conduta Empresarial Responsável (PCN PT) é coordenado pela Direção-Geral da Economia.
2. Desde que foram estabelecidos, em 1984, os PCN são responsáveis por promover as Diretrizes da OCDE para Empresas Multinacionais sobre Conduta Empresarial Responsável (“as Diretrizes”). A promoção das Diretrizes, juntamente com a promoção de instrumentos decorrentes de questões emergentes da implementação das Diretrizes, compreende o mandato dos PCN.
3. A atividade promocional é essencial para a eficácia e implementação das Diretrizes da OCDE e dos respetivos Guias de Devida Diligência e contribui para a equivalência funcional dos PCN, permitindo que os mesmos sejam mais visíveis, acessíveis e transparentes.
4. Os PCN devem promover e disponibilizar as Diretrizes em canais apropriados e em idiomas nacionais, tendo em vista aumentar a sensibilização sobre as Diretrizes e os seus procedimentos de implementação. Os PCN deverão ainda promover as Diretrizes através de processos de cooperação com a comunidade empresarial, organizações de trabalhadores, outras organizações não-governamentais e o público interessado, conforme apropriado. A atual redação das Diretrizes não define requisitos mínimos de promoção nem os tipos de atividades promocionais que os PCN devem levar a cabo.

Enquadramento

5. Todas as atividades do PCN PT que decorreram em 2025 podem ser consultadas no documento Relatório de Atividades 2025, publicado em português e inglês, respetivamente, nas áreas “[Relatórios](#)” e “[Reports](#)” do website do PCN PT.
6. Embora se reconheça que os PCN devem organizar eventos físicos e descentralizados, que garantam uma maior proximidade com diferentes comunidades locais e que potenciem oportunidades de cooperação no âmbito da implementação das Diretrizes, os constrangimentos financeiros do PCN PT restringem a tipologia e alcance das atividades de promoção que pode desenvolver. Nesse sentido, o PCN PT dará prioridade à organização de eventos *online* que permitam uma coordenação mais célere e que não prevejam a afetação de recursos financeiros. Também os materiais promocionais serão maioritariamente desenvolvidos num formato virtual, com o objetivo de facilitar a rápida disseminação junto dos interlocutores interessados.
7. A redação deste Plano de Comunicação tem como referência a nota “[Developing Promotional Plans for NCP](#)” elaborada pelo Secretariado do WPRBC e apresentada na reunião da Rede de PCN de junho de 2022. Esta nota apresenta um conjunto de considerações que relevam para a construção de um Plano de Atividades Promocionais do PCN PT e destaca os fatores a serem considerados no planeamento de atividades promocionais. A redação deste plano tem igualmente em consideração as orientações partilhadas na brochura “[COMMUNICATIONS BOOKLET | National Contact Points for](#)

[Responsible Business Conduct](#)”, de junho de 2019, elaborada pelo Secretariado do WPRBC.

8. O plano de comunicação, contextualizado através dos pontos *supra*, integra ainda duas tabelas: 1) A primeira identifica todas as atividades que se prevê que sejam desenvolvidas em 2025 – doravante designada por tabela de “Identificação das Atividades”; 2) A segunda é um cronograma que assinala o período previsto para o desenvolvimento das atividades identificadas na tabela anterior, doravante designada por “Cronograma de Atividades”.
9. A tabela de “Identificação das Atividades” é composta pelos seguintes campos:
 - a. ID: Número de identificação da atividade.
 - b. Tópicos: Diz respeito às temáticas que serão abordadas no âmbito de cada atividade (e.g., Diretrizes/PCN PT/Guias de Devida Diligência, Questões de CER prioritárias, Questões de CER emergentes, entre outros).
 - c. Público-Alvo: Identifica os públicos a quem a atividade é dirigida (e.g., Empresas, Sindicatos, ONG, Academia, Entidades Públicas, entre outras). Dependendo do tópico, poderão existir múltiplos públicos-alvo abrangidos numa atividade.
 - d. Formato: Tipologia da atividade em questão, nomeadamente Eventos (Ao vivo – localização, Híbrido – localização, Online), Materiais Promocionais (Impressos, Redes Sociais, Website).
 - e. Parceiros/Multiplicadores: Entidades que podem disseminar informação relacionada com as Diretrizes e/ou PCN PT, organizar eventos, apoiar a organização de eventos (e.g. entidades empresariais, academia, jornalistas).
 - f. Mês para Concretização: Mês em que se prevê a execução da atividade.
10. A realização das atividades identificadas pressupõe a colaboração das diversas partes interessadas identificadas na coluna “Parceiros/Multiplicadores”, podendo estes ter um papel de agente multiplicador/disseminador ou, pelas suas competências e/ou atribuições, apoiarem o PCN PT no desenvolvimento da atividade. Em ambos os casos, os parceiros são considerados elementos cruciais para a alavancagem das atividades promocionais do PCN PT.
11. O calendário definido no cronograma poderá sofrer alterações decorrentes de atividades não planeadas que recaiam na esfera de competência dos recursos humanos afetos à equipa do PCN PT.

