

Escola de Ciências Sociais e Humanas
Departamento de Economia Política

Potencialidades e Limitações do Voluntariado Empresarial

Célia Catarina Ribeiro Santos

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de
Mestre em Economia Social e Solidária

Orientadora:

Mestre Graça Maria Augusto de Carvalho Rebocho, Especialista,
Diretora de Cidadania Empresarial e Inclusão na Fundação Portugal Telecom

Setembro, 2013

Agradecimentos

Em 2010, Elza Chambel mencionou, no boletim nº 33 do *Voluntariado Hoje*, que “Mais de 100 milhões de Europeus doam o seu tempo e as suas competências para ajudar pessoas e as suas comunidades. Fazem-no das mais variadas formas, quer no domínio da acção social e da saúde, quer da cultura, do desporto, de actividades ao ar livre e outras, contribuindo assim para o reforço da solidariedade e da coesão social.” (CNPV, 2010).

E, Ingrid Srinath, em 2011, afirmou também que “...collective voluntary action continually makes our world a better place. (...) Each of us in government, business, media, academia and civil society can and must seize this moment to protect, nurture and amplify the voluntary impulse in our communities and around the world.” (CIVICUS, 2011).

Gostaria, assim, de agradecer a todos aqueles que são voluntários no seu dia-a-dia, em especial àqueles que me acompanharam durante o decorrer deste trabalho:

- À minha orientadora pela disponibilidade e ajuda na elaboração da dissertação;
- A todos os professores deste mestrado, mas principalmente ao professor José Manuel Henriques e aos meus colegas pelo apoio, partilha de experiências e comentários críticos.
- À minha família e amigos por todo o incentivo, nomeadamente aos meus pais, à minha irmã e à Lídia, por estarem sempre ao meu lado e por todas as opiniões sinceras.
- Aos dirigentes das instituições e empresas entrevistadas, pela simpatia e amabilidade em fornecerem material para análise.
- Aos colaboradores das empresas inquiridas, assim como aos voluntários do pré-teste, pelo seu espírito solidário, que contribuiu para obter os dados necessários para o meu estudo.
- À Sandra e à Cláudia pela colaboração e resolução de questões metodológicas que surgiram.

Resumo

A história do voluntariado está ligada à história da humanidade. Ao longo do tempo sempre existiram pessoas, genuinamente voluntárias, preocupadas em ajudar os outros e capazes de lutar por causas e ideias. Porém, só a partir dos anos 90 se assiste ao seu crescimento, passando a assumir uma forma mais organizada e menos dispersa, intensificando-se, assim, o sentido da solidariedade.

Apesar dos vários estudos realizados ao longo dos anos sobre o voluntariado, este é um tema com pouca informação e um conceito discutível, dada a diversidade de definições nos vários países do mundo. No caso concreto do voluntariado empresarial, por ser uma prática recente, a informação é ainda mais reduzida e o seu conceito mais indefinido, sendo certo e aceite, de uma forma geral, que contribui para o reforço das competências sociais e para apoiar a integração na sociedade, de quem mais precisa.

Este trabalho pretende mostrar a realidade portuguesa do voluntariado empresarial, através da opinião e da experiência de intervenientes nesse processo e contribuir para a sua promoção.

Palavas-chave: Voluntariado, voluntariado empresarial, economia social e solidária, instituições de solidariedade

JEL Classification System: D640, L310

Abstract

The history of volunteering is linked to the history of humanity. Over time there have always been people, genuinely voluntary, desirous of helping others and able to fight for causes and ideas. However, only since the 90s are witnessing the growth, coming to assume a more organized and less dispersed, intensifying thus a sense of solidarity.

Despite several studies over the years about volunteering, this is a topic with little information and a concept debatable, given the diversity of definitions in the various countries of the world. In the case of corporate volunteering, being a recent practice, the information is further reduced and its concept much more indefinite, being certain and accepted, in general, that contributes to the enhancement of social skills and to support integration in society who need it most.

This work aims to show the reality of the Portuguese corporate volunteering through the opinion and experience of stakeholders in this process and contribute to its promotion.

Keywords: Volunteering, corporate volunteering, social economy, solidarity institutions

JEL Classification System: D640, L310

Índice

Introdução.....	1
Capítulo I - A (in) definição de conceitos.....	3
1. Voluntariado	3
Visão estrangeira	3
Visão nacional.....	5
2. Voluntariado Empresarial	7
Visão estrangeira	7
Visão nacional.....	8
3. Instituições.....	8
4. Síntese	10
Capítulo II - O passado, o presente e o futuro do voluntariado	11
1. Voluntariado	11
Visão estrangeira	11
a) Alguns dados e resultados	11
b) O seu reconhecimento e a conseqüente divulgação	13
Visão nacional.....	15
a) Alguns dados e resultados	15
b) O seu reconhecimento e a conseqüente divulgação	17
2. Voluntariado empresarial	18
Visão estrangeira	19
a) Alguns dados e resultados	19
b) O seu reconhecimento e a conseqüente divulgação	22
Visão nacional.....	23
a) Alguns dados e resultados	23
b) O seu reconhecimento e a conseqüente divulgação	25
3. Instituições.....	27
Visão estrangeira	27
a) Alguns dados e resultados	27

b) O seu reconhecimento e a consequente divulgação	30
Visão nacional.....	32
a) Alguns dados e resultados	32
b) O seu reconhecimento e a consequente divulgação	35
4. Síntese	38
Capítulo III - Uma investigação sobre o voluntariado empresarial.....	41
Capítulo IV - O voluntariado empresarial em Portugal.....	45
1. Perspetiva das instituições.....	45
a) CNPV	45
□ Informação da entrevista	46
<i>Relação entre voluntariado empresarial e a prática individual.....</i>	46
<i>Potencialidades e limitações do voluntariado empresarial.....</i>	46
b) GRACE	46
□ Informação da entrevista	47
<i>Relação entre voluntariado empresarial e a prática individual.....</i>	47
<i>Potencialidades e limitações do voluntariado empresarial.....</i>	47
c) AMI.....	48
□ Informação da entrevista	48
<i>Relação entre voluntariado empresarial e a prática individual.....</i>	48
<i>Potencialidades e limitações do voluntariado empresarial.....</i>	48
d) Banco alimentar	49
□ Informação da entrevista	49
<i>Relação entre voluntariado empresarial e a prática individual.....</i>	49
<i>Potencialidades e limitações do voluntariado empresarial.....</i>	49
e) Caritas.....	50
□ Informação da entrevista	50
<i>Relação entre voluntariado empresarial e a prática individual.....</i>	50
<i>Potencialidades e limitações do voluntariado empresarial.....</i>	51
f) Comunidade Vida e Paz	51
□ Informação da entrevista	52

	<i>Relação entre voluntariado empresarial e a prática individual</i>	52
	<i>Potencialidades e limitações do voluntariado empresarial</i>	52
2.	Perspetiva das empresas.....	52
	a) BNP Paribas	52
	<input type="checkbox"/> Informação da entrevista	52
	<i>Relação entre voluntariado empresarial e a prática individual</i>	52
	<i>Potencialidades e limitações do voluntariado empresarial</i>	53
	<input type="checkbox"/> Informação do inquérito	53
	b) Delta Cafés	53
	<input type="checkbox"/> Informação da entrevista	53
	<i>Relação entre voluntariado empresarial e a prática individual</i>	53
	<i>Potencialidades e limitações do voluntariado empresarial</i>	54
	<input type="checkbox"/> Informação do inquérito	54
	<i>Relação entre voluntariado empresarial e a prática individual</i>	54
	<i>Potencialidades e limitações do voluntariado empresarial</i>	55
	c) Grupo Portugal Telecom.....	56
	<input type="checkbox"/> Informação da entrevista	57
	<i>Relação entre voluntariado empresarial e a prática individual</i>	57
	<i>Potencialidades e limitações do voluntariado empresarial</i>	57
	<input type="checkbox"/> Informação do inquérito	57
	<i>Relação entre voluntariado empresarial e a prática individual</i>	58
	<i>Potencialidades e limitações do voluntariado empresarial</i>	59
	d) Xerox Portugal	59
	<input type="checkbox"/> Informação da entrevista	60
	<i>Relação entre voluntariado empresarial e a prática individual</i>	60
	<i>Potencialidades e limitações do voluntariado empresarial</i>	60
	<input type="checkbox"/> Informação do inquérito	60
	<i>Relação entre voluntariado empresarial e a prática individual</i>	60
	<i>Potencialidades e limitações do voluntariado empresarial</i>	61
3.	Resultados comparativos e sua análise	61

a)	Entre instituições	62
	<i>Relação entre voluntariado empresarial e a prática individual</i>	62
	<i>Potencialidades e limitações do voluntariado empresarial</i>	65
b)	Entre empresas.....	68
	<i>Relação entre voluntariado empresarial e a prática individual</i>	68
	<i>Potencialidades e limitações do voluntariado empresarial</i>	71
c)	Entre voluntários.....	73
	<i>Relação entre voluntariado empresarial e a prática individual</i>	74
	<i>Potencialidades e limitações do voluntariado empresarial</i>	75
d)	Síntese.....	76
	Conclusão.....	79
	Bibliografia.....	81
	ANEXOS.....	87
	Anexo A – Programa de Voluntariado.....	87
	Anexo B – Direitos e deveres do voluntário	90
	Anexo C - Assembleia da República	91
	Anexo D - Documentos relativos às áreas de atuação do voluntariado em Portugal	95
	Anexo E - Declaração Universal sobre o Voluntariado	97
	Anexo F - Assembleia Geral das Nações Unidas: Resolução 40/212	99
	Anexo G - Ministério do Trabalho e da Solidariedade.....	100
	Anexo H – Informação a salientar	106
	Anexo I - Informação teórica sobre metodologia.....	110
	Anexo J – Programa Mão na Mão	114
	Anexo K – entrevista CNPV e GRACE.....	115
	Anexo L – entrevistas AMI, Banco alimentar, Caritas e Comunidade Vida e Paz	116
	Anexo M – entrevistas BNP Paribas, Delta Cafés, Grupo PT e Xerox	117
	Anexo N – inquérito BNP Paribas, Delta Cafés, Grupo PT e Xerox	118
	Anexo O – Informação teórica sobre análise de conteúdo	125
	Anexo P – Questões associadas a cada ponto.....	126
	Anexo Q – Entrevista à presidente do CNPV.....	128

Anexo R – Entrevista à ex-presidente do GRACE	131
Anexo S – Entrevista ao presidente da AMI	141
Anexo T – Entrevista à presidente do Banco Alimentar	149
Anexo U – Entrevista ao membro da direção da Caritas	153
Anexo V – Entrevista à Gestora de Voluntariado na Comunidade Vida e Paz	161
Anexo W – Entrevista à direção de Change Management do BNP Paribas	169
Anexo X – Entrevista à equipa de Responsabilidade Social da Delta Cafés	173
Anexo Y – Dados quantitativas e qualitativos	175
Anexo Z – Entrevista à área de Voluntariado e Intervenção Social da PT	211
Anexo AA - Entrevista à direção de Recursos Humanos da Xerox Portugal	217
Anexo AB - Análise de conteúdo às entrevistas	226

Índice de Quadros

Tabela 1-1: O voluntariado	6
Tabela 2-1: Tipos de motivações	16
Tabela 2-2: Benefícios do voluntariado empresarial.....	20
Tabela 2-3: Constrangimentos dos programas de voluntariado	25
Tabela 2-4: Benefícios do voluntariado empresarial.....	26
Tabela 2-5: Benefícios para as diferentes partes interessadas	32
Tabela 2-6: Análise SWOT do voluntariado on-line	36
Tabela 3-1: Dimensão de análise <i>versus</i> variáveis escolhidas.....	42
Tabela 3-2: Detalhe, por ano, do nº de voluntários das empresas selecionadas	43
Tabela 3-3: Nº de colaboradores, voluntários e respostas objetivo/previstas nas empresas selecionadas.....	43

Índice de Figuras

Figura 1-1: Distinções e sobreposições entre voluntariado formal e não formal	5
Figura 1-2: Uma concepção alternativa sobre Economia Social e Setor não lucrativo	9
Figura 2-1: A força de trabalho voluntária vs a população adulta nos maiores países do mundo	29
Figura 4-1: Áreas de intervenção da Fundação PT	56
Figura 4-2: Focos de intervenção do voluntariado	57

Glossário de siglas

AEPV - Agenda Política Europeia para o Voluntariado
AEV - Ano Europeu das Actividades de Voluntariado Que Promovam Uma Cidadania Activa
AIV - Ano Internacional dos Voluntários
AMI – Assistência Médica Internacional
APDL - Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Local
AVSO - *Association of Voluntary Service Organisations*
BA – Banco Alimentar
BP - *British Petroleum*
CE – Comissão Europeia
CECOA - Centro de Formação Profissional para o Comércio e Afins
CESE - Comité Económico e Social Europeu
CEV - Centro Europeu de Voluntariado
CIRIEC - *Centre International de Recherches et d'Information sur l'Economie Publique, Sociale et Coopérative*
CIVICUS - Aliança Mundial para a Participação Cidadã
CNAIV - Comissão Nacional para o Ano Internacional do Voluntariado
CNPV - Conselho Nacional para a Promoção do Voluntariado
CVP – Comunidade Vida e Paz
DJ – *Dow Jones* (índice de sustentabilidade)
ES – Economia Social
EU – *European Union*
EUA – Estados Unidos da América
FML – Fundação Manuel Leão
Fr - Francês
GIRO – GRACE, Intervir, Recuperar e Organizar
GRACE – Grupo de Reflexão e Apoio à Cidadania Empresarial
IAVE - Associação Internacional para Esforços Voluntários
IBM – *International Business Machines*
INE – Instituto Nacional de estatística
IPJ – Instituto Português da Juventude
IPSS – Instituição Particular de Solidariedade Social
IS - *Independent Sector*
ISCTE – Instituto de Ciências do Trabalho e da Empresa
ISFL – Instituições sem fins lucrativos
ISU - Instituto de Solidariedade e Cooperação Universitária
N/A – Não aplicável

NAB - *New Academy of Business*
NPI – *Non-Profit Institutions*
OIT – Organização Internacional do Trabalho
ONG – Organização Não-Governamental
ONGD - Organização Não-Governamental para o Desenvolvimento
ONU – Organização das Nações Unidas
OSC – Organização da Sociedade Civil
PALOP – Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa
PE - Parlamento Europeu
PES – Programa de Emergência Social
PIB – Produto Interno Bruto
PME – Pequena e Média Empresa
PNUD - Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
PROACT - Unidade de Investigação e Apoio Técnico ao Desenvolvimento Local, à Valorização do Ambiente e à Luta Contra a Exclusão Social
PRS – Programa de Responsabilidade Social
PE – Parlamento Europeu
Pt - Português
PT – Portugal Telecom
PV – Portal do Voluntariado
RPECS - Rede Portuguesa de Empresas para a Coesão Social
RSC – Responsabilidade Social Corporativa
RSE – Responsabilidade Social das Empresas
Séc. - século
SDC – Consultoria em Desenvolvimento Sustentável (Sair da Casca)
SPSS - *Statistical Package for the Social Sciences*
UE – União Europeia
UN – *United Nations*
UNL – Universidade Nova de Lisboa
UNDP - *United Nations Development Programme*
UNV - *United Nations Volunteers*
VAB – Valor Acrescentado Bruto
VE – Voluntariado Empresarial
VNU - Programa dos Voluntários das Nações Unidas

Introdução

A prática do voluntariado tem vindo a ser cada vez mais reconhecida em todo o mundo, visto ser benéfica tanto para quem pratica como para quem recebe (Ferraz, 2011):

Numa época em que cada vez mais o Homem vive para dentro de si, se afasta da sociedade tendo em vista somente os seus próprios interesses, se individualiza e isola, falar de voluntariado torna-se urgente. O tempo é um luxo. Corremos «seca e Meca» desenfreados, não temos horas para almoçar, disponibilidade para estar com a família, mal tiramos prazer em ler, passear ou ver um filme. Não temos tempo para nós. Não temos tempo para os outros. Dispor de uma hora por dia, uma manhã, um dia do fim-de-semana e dedicar esse tempo a alguém que necessita torna-se, assim, um acto de solidariedade humana com resultados mais benéficos do que muitos remédios. Oferece-se compassivamente saber, criatividade, companhia, amizade, afecto e amor.

O trabalho voluntário existe desde sempre mas, atualmente, é a Economia Social, mais conhecida pelas instituições do Terceiro Setor, a grande dinamizadora desta prática, pois sobrevive maioritariamente de voluntários. Também as empresas começam a valorizar o seu potencial, tendo o conceito de voluntariado empresarial emergido recentemente. Porém, devido ao tipo de legislação adotada por cada país, existem algumas diferenças na definição de voluntariado com efeitos na sua forma de divulgação e, conseqüentemente, nas áreas de atuação. Há ainda evidências de estudos realizados em muitos países, que revelam que pessoas de todas as idades e de todas as classes sociais envolvem-se em atividades de voluntariado por variados tipos de interesse, com propósitos e aspirações muito diferentes (CEV, 2009):

Milhões de cidadãos em toda a Europa estão envolvidos em atividades de voluntariado nos mais diversos setores, tais como a inclusão social, a aprendizagem ao longo da vida, o envelhecimento activo, a protecção civil, a ação ambiental, etc. Através do voluntariado, todas as pessoas podem contribuir para uma mudança positiva e desenvolver mais ainda as suas competências e o conhecimento do outro.

Apesar dos vários estudos realizados ao longo dos anos, este é um tema com pouca informação e discutível, dada a sua diversidade. Relativamente ao caso concreto do voluntariado empresarial, por ser uma prática recente, a informação é ainda mais reduzida e o seu conceito mais indefinido, sendo certo e aceite, de uma forma geral, que contribui para o reforço das competências sociais e para apoiar a integração na sociedade, de quem mais precisa. Neste sentido, torna-se num desafio analisar esta realidade.

O voluntariado é um tema do meu interesse, uma vez que desde pequena fui impulsionada a ajudar o próximo e com o passar dos anos percebi que esse apoio faria mais sentido se o meu contributo perante a sociedade fosse assumido com regularidade, tendo decidido deixar de praticar estas ações esporadicamente para passar a ser uma voluntária. Além disso, visto querer vir um dia a trabalhar nesta área, decidi escolher uma temática que me permitisse alargar conhecimentos sobre a realidade do voluntariado e, por trabalhar numa empresa e o conceito de voluntariado empresarial ainda estar por consolidar, senti o desafio de o compreender melhor.

A procura e a oferta de voluntários é fundamental para a sociedade, não só pela satisfação de eventuais necessidades organizacionais como pela relevância do contributo de cada pessoa para um mundo melhor. Esta procura é, muitas vezes, proveniente da Economia Social e a sua oferta decorrente, em menor escala, da Economia de Mercado (que no âmbito da Responsabilidade Social das Empresas promovem o voluntariado empresarial).

Assim, e uma vez que estes dois tipos de economia apresentavam inicialmente preocupações diferentes, mas têm vindo a aproximar-se cada vez mais um do outro no que se refere à preocupação com a sociedade, considero pertinente estudar o potencial de crescimento do voluntariado em Portugal, através da relação entre estas economias.

Partindo da ideia de que o voluntariado é visto como uma prática essencial e que as empresas têm vindo a apostar em programas de voluntariado diversificado, pretendo perceber o tipo de influência que pode ser estabelecida entre a participação em programas de voluntariado empresarial e a prática individual de voluntariado. Esta investigação irá focar um dos intervenientes mais recentes na prática do voluntariado e que, por isso, ainda não foi abordado em muitos estudos - as empresas - para perceber o seu papel real enquanto dinamizadoras do voluntariado em Portugal.

A resposta a obter está relacionada com a seguinte questão: De que forma podem as empresas influenciar a prática individual de voluntariado? Assim, em primeiro lugar, é importante compreender e avaliar a realidade portuguesa ao nível do número de voluntários, comparando-a com a de outros países e ao nível da perceção da sua importância para as entidades de cada um destes dois tipos de economia. Pretende-se avaliar, igualmente, de que forma o voluntariado ajuda na concretização da missão das entidades da Economia Social e se torna, conseqüentemente, numa vantagem competitiva para as empresas que se inserem na Economia de Mercado.

O objetivo principal da minha análise é perceber se existe uma relação entre voluntariado empresarial e a prática individual de voluntariado, para poder avaliar, perante a identificação das potencialidades e limitações do voluntariado empresarial, a forma como as empresas podem potenciar o voluntariado individual, ou seja, como poderão tornar-se num estímulo para que o número de voluntários portugueses aumente, pois acredito que os voluntários podem contribuir para uma sociedade mais justa e equilibrada.

O presente trabalho está estruturado em 4 capítulos. O primeiro e segundo capítulos expõem, respetivamente, o contexto teórico e a evolução histórica dos conceitos utilizados (voluntariado, voluntariado empresarial e instituições). No terceiro capítulo é apresentada a metodologia escolhida para a análise do objeto em estudo, onde se aborda a justificação do tema e os objetivos da pesquisa que delimitam o problema. O quarto capítulo descreve a opinião das instituições e das empresas (inclusive dos colaboradores voluntários), no que se refere à relação entre a prática individual de voluntariado e o voluntariado empresarial; mostra informação comparativa entre eles; e, confronta os princípios teóricos com a realidade prática do voluntariado empresarial. Por fim, a conclusão responde à questão colocada, resumindo toda a análise realizada.

Capítulo I - A (in) definição de conceitos

Para compreender o objeto do estudo em análise é necessário definir os conceitos utilizados no decorrer deste trabalho.

De seguida apresenta-se uma abordagem (nas perspetivas portuguesa e estrangeira) sobre os conceitos de voluntariado, voluntariado empresarial e instituições (entidades que acolhem voluntários para concretizar a sua missão).

No final deste capítulo é identificada a definição que melhor descreve a realidade em estudo.

1. Voluntariado

Quando se fala em voluntariado são várias as palavras relacionadas: ação voluntária, trabalho voluntário, serviço voluntário ou prática de voluntariado e, ainda, voluntário (a pessoa). A sua origem provém do latim, *voluntarius*, que significa aquele que atua por vontade própria.

O voluntariado é um meio de identificar necessidades e de dar resposta a problemas humanos, sociais ou ambientais, podendo assumir um caráter formal ou informal “... cada país tem diferentes noções, definições e tradições. (...) Os voluntários agem de sua livre vontade, segundo as suas próprias escolhas e motivações, não procurando obter qualquer ganho financeiro.” (CE, 2011)

Assim, o voluntariado é visto como um serviço gratuito e desinteressado e um exercício de cidadania, caracterizado pela autonomia individual, a participação social e a solidariedade.

Visão estrangeira

Em 1983, a Resolução do Parlamento Europeu reconheceu as 5 características do trabalho voluntário: não obrigatório; útil; não remunerado; não substituto mas complementar ao emprego; e com uma estrutura organizada para que os voluntários desenvolvam as suas atividades.

Mais tarde, o manual *La medición del servicio voluntario, una guía práctica* apresentou três critérios amplamente abrangentes a quase todas as formas de voluntariado no mundo (IS & UNV, 2001):

- No se lleva a cabo principalmente por lucro financiero podendo o voluntário receber um valor para pagamento de despesas incorridas pela prática de uma atividade. Assim, evita-se que as pessoas tenham custos por serem voluntárias e permite-se a participação de todos, essencialmente dos que possuem poucos recursos financeiros.
- Se lleva a cabo por propia determinación sendo o livre arbítrio o princípio básico da ação voluntária, pelo que as pessoas não podem sentir-se pressionadas ou obrigadas.
- Brinda beneficios a un tercero así como a la gente que presta servicios voluntario, o benefício do serviço prestado abrange não só quem recebe mas também quem o dá, ou seja, o voluntário.

No documento *Legal Status of Volunteers Project* o fenómeno do voluntariado foi definido como (CEV & AVSO, 2003):

- Volunteerism (Pt.: voluntarismo): atividade voluntária, formal (adiciona valor mas não substitui profissionais remunerados) ou informal, a tempo inteiro ou parcial (em casa ou no exterior).

- *Volunteering* (Pt.: *voluntariado*; e, Fr.: *bénévolat*): pode ocorrer informalmente (como resultado de relações de boa vizinhança que originam ajuda entre as partes) ou dentro das estruturas de uma organização sem fins lucrativos. É muitas vezes a tempo parcial, durante um dia ou anos.

- *Full-time voluntary service* (Pt.: *Serviço voluntário a tempo inteiro*; Fr.: *volontariat*): refere-se ao tempo integral dedicado a projetos de voluntariado cujas atividades são realizadas continuamente durante um período limitado de tempo. É uma boa prática garantir a oferta de proteção social aos voluntários, desde os acidentes e cuidados de saúde até ao seguro de responsabilidade civil. Os voluntários devem receber ainda formação adequada e subsídios para alojamento e subsistência, conforme acordado entre o voluntário e a organização sem fins lucrativos (ou o Estado).

Entetanto, os programas PNUD e VNU da ONU, na diversidade do conceito de voluntariado, regem-se pelos valores da livre vontade, compromisso, envolvimento e solidariedade, assumindo como princípios fundamentais universais os seguintes (UNDP, 2003): as ações são realizadas sem coerção, a motivação principal não é o ganho financeiro e o beneficiário não é só o voluntário.

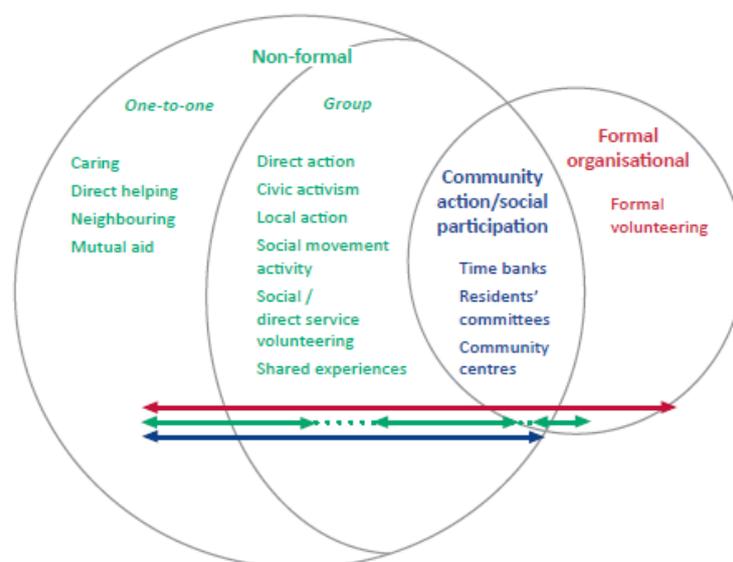
E, o documento *Measuring the economic value of volunteer work globally: concepts, estimates, and a roadmap to the future* adota a definição de voluntariado apresentada no Manual da OIT “Trabalho não-obrigatório e não remunerado, ou seja, os indivíduos dão tempo para atividades sem remuneração associada, realizadas tanto através de uma organização ou diretamente para outros de fora da sua própria casa.” (Salamon, et al., 2011). A diferença do voluntariado para as atividades de lazer é a de que aquele deve gerar algum produto ou serviço que tem mais valor para os seus destinatários ou beneficiários do que para os próprios voluntários. A sua diferença com as atividades remuneradas é a de que não pode ser legalmente sancionado.

No documento *Broadening civic space through voluntary action* a CIVICUS são utilizadas as definições da ONU “volunteering, volunteerism and voluntary activities as a wide range of activities, including traditional forms of mutual aid and self-help, formal service delivery and other forms of civic participation, undertaken of free will, for the general public good and where monetary reward is not the principal motivating factor” (CIVICUS, 2011).

O voluntariado formal refere-se às atividades realizadas em instituições ou entidades do setor público ou privado e é um voluntariado planeado e estruturado, no qual o voluntário apoia a missão dessas entidades, *online* ou presencialmente, agindo na sua estrutura de acordo com regras e regulamentos. Já o voluntariado não formal é das formas mais comuns, (distinguindo-se do termo informal, associado a atividades não organizadas e marginais), envolvendo reciprocidade entre as redes sociais como a família, os amigos ou os vizinhos, sendo excluído muitas vezes dos estudos sobre voluntariado (Edgell, 2006, p. 173), pois apesar de existir no mundo inteiro nem sempre é reconhecido ou valorizado.

A distinção entre voluntariado formal e não-formal não é linear, pois uma ação iniciada numa entidade e que continua depois de forma independente ou uma ação de um grupo de indivíduos que adquire regras e procedimentos, leva a que possam existir áreas de sobreposição, conforme se apresenta:

Figura 1-1: Distinções e sobreposições entre voluntariado formal e não formal



(Based on Woolvin 2010)

Fonte: (CIVICUS, 2011)

Em 2011, o Conselho da União Europeia publica *O papel das actividades de voluntariado na política social – Conclusões do Conselho* a caracterização das actividades de voluntariado, das quais destaco (APDL, 2012): Diferenciadas do emprego remunerado, não devem substituir-se-lhe; não podem encorajar a redução do tempo de trabalho do empregado ou o abandono do mercado de trabalho; e, não podem substituir a responsabilidade geral do Estado de garantir e proporcionar direitos económicos, sociais e culturais.

Visão nacional

O *Guia do Voluntário* mostra que o voluntário é um recurso muito valioso em qualquer país e, por isso, é importante a atuação da sua relação com os outros (desde os beneficiários, outros voluntários, profissionais, organizações e sociedade). Assim (CNPV, 2002):

Actuar como voluntário é ter um ideal por bem fazer, que assenta numa relação de solidariedade traduzida em:

- Liberdade, igualdade e pluralismo no exercício de uma cidadania activa;
- Responsabilidade pelas actividades que desenvolve com os destinatários;
- Participação nas actividades a desenvolver pela organização promotora na aplicação do *Programa de Voluntariado*¹;
- Gratuitidade no exercício da actividade, mas sem ser onerado com as despesas dele decorrente;
- Complementaridade com a actividade dos profissionais, sem os substituir;
- Convergência e harmonização com os interesses dos destinatários da acção e com a cultura e valores das organizações promotoras.

Além disso, o voluntário tem direitos e deveres² que são expressos sob a forma de um compromisso, de responsabilização mútua com a entidade promotora, visando o encontro de vontades entre eles.

¹ Para mais detalhe consultar Anexo A - Programa de voluntariado

O documento *Legal Status of Volunteers Project* resume a definição legal de voluntariado (constante na Lei nº 71/98)³ ao conjunto de atividades de interesse comunitário e social realizadas por indivíduos sem interesse económico, enquadradas em projetos ou programas desenvolvidos sem uma finalidade de interesse lucrativo por parte das entidades públicas ou organizações privadas para o benefício de indivíduos necessitados, famílias ou comunidades. Salienta ainda o facto de a lei portuguesa excluir do seu âmbito de aplicação as atividades realizadas de forma isolada ou esporádica ou com base em relações conhecidas como amigáveis, assumindo que as atividades devem ser realizadas regularmente (CEV & AVSO, 2003).

No documento *ABC do Voluntariado* é feita a distinção entre o que é e não é voluntariado:

Tabela 1-1: O voluntariado

O QUE É VOLUNTARIADO?	E O QUE NÃO É VOLUNTARIADO?
O voluntário é entendido como a pessoa que, motivada por valores de participação, de ajuda a uma causa, doa seu tempo de maneira espontânea e não remunerada para a busca de soluções que levam à construção de uma sociedade mais humana e justa.	Quando a acção não tem um cunho de transformação e sustentabilidade na comunidade que a recebe.
É alguém que deseja ver a sua comunidade crescer, a sociedade desenvolver-se, procurando contribuir e participar activamente.	Doação frequentemente é confundida com o serviço voluntário. Um doador de sangue, ainda que todo ano faça sua doação, não é um voluntário. É um doador.
Mobilização de um grupo de pessoas para informar o valor nutritivo dos alimentos e como deve ser preparado. O voluntário prestar um serviço agregando valor à doação.	Acções sociais em conformidade com a tradição caritativa presentes na cultura local, sem grandes expectativas de que a mesma tenha iniciativa de desenvolver capacidades próprias para desencadear e sustentar processos de mudança social.
Acções que estimulam a emancipação e a transformação da realidade das pessoas e/ou comunidades atendidas.	Atitudes e acções que favoreçam o surgimento de relações de dependência entre o corpo de voluntariado, a empresa e a comunidade.
Desenvolvimento das capacidades colectivas nas entidades sociais para que as mesmas obtenham resultados mais efectivos nas suas acções.	Programas sociais não fundamentados nas reais necessidades da comunidade e no respeito à sua cultura.

Fonte: (Portugal, 2005)

Para o ISU, voluntariado é um compromisso não remunerado, traduzindo-se numa ação concreta e continuada, com base na tomada de consciência das desigualdades e diferenças existentes na sociedade.

No que se refere às áreas de atuação do voluntariado, a legislação portuguesa considera as seguintes⁴: ambiente, cidadania ativa, cooperação/desenvolvimento, cultura, desporto, educação, investigação, saúde e social.

No artigo *O Voluntariado. A Busca da Identidade na Diversidade* é referido como perfil do voluntário (Fernandes, 2005): capacidades psicológicas e afetivas (manter a distância com o beneficiário); capacidade de trabalho em equipa; resistência ao stress e frustração (saber lidar com as situações encontradas e ter noção de que não pode mudar o mundo sozinho).

² Para mais detalhe consultar o Anexo B - Direitos e deveres do voluntário

³ Para mais detalhe consultar o Anexo C - Assembleia da República

⁴ Para mais detalhe consultar Anexo D - Documentos relativos às áreas de atuação do voluntariado em Portugal (Social, 2011, pp. 124-129)

O livro *Como Implementar Projectos de Voluntariado Empresarial* define o voluntário como “todo aquele que, devido à sua atitude e ao seu espírito cívico, dedica parte do seu tempo e das suas competências, de forma espontânea e desinteressada, ao serviço da comunidade.” (GRACE, 2012)

E, segundo o dicionário da Língua Portuguesa, o voluntário é a “pessoa que se compromete a cumprir determinada tarefa ou função sem ser obrigada a isso” (Infopédia, 2013)

2. Voluntariado Empresarial

O conceito de voluntariado empresarial, ou voluntariado corporativo, é recente e a literatura sobre este assunto reduzida, o que implica uma análise mais exaustiva.

O voluntariado praticado pelos colaboradores de empresas é visto, muitas vezes, como uma atitude socialmente responsável de todas as partes envolvidas (colaboradores voluntários, empresas e instituições), chamando-se a este tipo de iniciativas desenvolvidas pelas empresas, de cidadania empresarial ou até responsabilidade corporativa e responsabilidade social.

Visão estrangeira

No documento *ABC do Voluntariado* é mencionada a seguinte definição “refere-se às práticas e acções que uma empresa pode adoptar para incentivar, apoiar e aplicar ao trabalho social que é realizado voluntariamente pelos seus empregados (Lukka, 2000; Holme & Watts, 2000; Melo Neto, 1999).” (Portugal, 2005).

O voluntariado empresarial é, por vezes, denominado "voluntariado apoiado pelo empregador" ou "voluntariado corporativo", assumindo-se como uma componente estratégica de relações com a comunidade. (VNU, 2011).

É, pois, uma forma de disponibilizar aos colaboradores: trabalho voluntário por conta própria ou acções de voluntariado especializado, que decorrem durante o horário normal de trabalho; e, atividades na comunidade local ou de maior abrangência. Podem promover-se também acções de voluntariado para familiares, aposentados, vendedores, clientes e parceiros estratégicos.

A AEPV descreve o VE como sendo o voluntariado dos trabalhadores por conta de outrem (AEV, 2011): aplica-se a todas as entidades empregadoras, independentemente de terem ou não fins lucrativos, quer sejam públicas ou privadas; é exercido durante o horário de expediente; é exercido por iniciativa do trabalhador; tem de produzir um benefício social; é uma atividade não remunerada; é voluntário e não imposto pela entidade empregadora; e, não é uma atividade voluntária exercida pelo trabalhador fora do horário de expediente, apoiada pela entidade empregadora.

E, no Brasil, o Portal do Voluntariado refere a existência de inúmeras formas de desenvolver o voluntariado empresarial, sendo essencial para o seu sucesso a organização e articulação entre as prioridades das empresas, os interesses dos colaboradores e as necessidades da comunidade.

Além disso “...o voluntariado empresarial ocupa uma posição estratégica dentro da política de responsabilidade social, (...) facilitando e favorecendo o engajamento de todos para algo maior que é o desenvolvimento sustentável.” (PV, 2012)

Visão nacional

No documento *ABC do Voluntariado* os autores consideram o voluntariado empresarial como sendo a organização de grupos de pessoas dentro das empresas, com desejos de responsabilidade cidadã, compromisso e participação social.

Pode ser assumido através de (Portugal, 2005): banco de tempo; apoio a iniciativas particulares ou *matching* individual; projetos grupais; permissão para serviço social; assessoria profissional; contribuições e donativos económicos, materiais entre outros; *outdoor* solidário; dias de voluntariado; ações pontuais ou estruturas paralelas.

E, o GRACE define voluntariado empresarial como “um conjunto de acções realizadas por empresas, ou qualquer forma de apoio ou incentivo dessas empresas que visem o envolvimento dos seus colaboradores, disponibilizando o seu tempo e competências, em actividades voluntárias na comunidade.” (GRACE, 2012).

Essas ações implicam um envolvimento social fundamentado nos seguintes pilares: sem sociedade não há mercado; numa sociedade desenvolvida há mais e melhor negócio; colaboradores socialmente participativos serão profissionalmente mais empenhados e produtivos; e, empresas socialmente responsáveis fidelizam e atraem o mercado.

3. Instituições

No que se refere à definição das entidades que necessitam de voluntários para concretizar a sua missão, as palavras mais utilizadas são (Estivill, 2000): "terceiro setor", "organizações sem fins lucrativos", "sociedade civil", "economia social", "instituições particulares de solidariedade social", "organizações não governamentais", "organizações voluntárias", etc.

Encontra-se, nas várias definições, a indicação de que estão formalmente institucionalizadas, podendo assumir uma ação local, nacional ou internacional. Neste sentido, os critérios anglo-saxónicos defendidos pela *Johns Hopkins University* são os mais conhecidos e aceites a nível internacional para caracterizar estas entidades (Franco, 2005): Organizadas formalmente, com estrutura e objetivos definidos; Juridicamente independentes do governo, ainda que possam ser financiadas por este; Autogovernadas, independentes das empresas quanto à autonomia de governação interna; Não visando o lucro como objetivo final, não distribuem o lucro, apesar de poderem gerar excedentes destinando-os ao desenvolvimento do seu fim ou a novos investimentos; e, Orientadas pelo trabalho voluntário, mobilizam recursos não remunerados que se encontram ao serviço, por vontade própria, despendendo o seu tempo livre para ajudar numa causa.

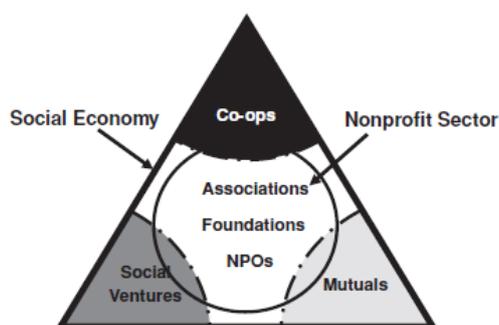
No estudo *Caracterização do Voluntariado em Portugal* são enumerados esses critérios e são mencionadas as entidades portuguesas cuja finalidade é a solidariedade social. Apresentam “actividades filantrópicas nos domínios da protecção social, saúde, educação e formação, cooperação, desenvolvimento, protecção social e socorrismo.” (Delicado, et al., 2002) e são denominadas por Instituições Particulares de Solidariedade Social, Cooperativas de Solidariedade Social, Casas do Povo, Associações de Socorros Mútuos (Mutualidades), Irmandades das Misericórdias, Associações da Área da Saúde, Sociedade São Vicente de Paulo, Caritas Portuguesa,

Associação Católica Internacional ao Serviço da Juventude Feminina, Associações de Bombeiros Voluntários, Cruz Vermelha Portuguesa, Organizações Não-Governamentais de Desenvolvimento, Associações de Imigrantes, Associações Juvenis e Associações de Desenvolvimento Local.

O documento *Study on Volunteering in the European Union - Country Report Portugal* refere que os termos mais usados, em Portugal, para descrever estas entidades são "instituições de solidariedade" e "setor social". No entanto, estes termos são normalmente utilizados para identificar as instituições de bem-estar social, e não o terceiro setor por inteiro. Os outros termos usados com frequência incluem (CE, 2010): Organizações OU instituições SEM fins lucrativos OU NÃO lucrativas; Economia Social e/ou solidária; Organizações Não-Governamentais; Terceiro Sistema; e, Economia Alternativa.

E, no artigo *Putting the civil society sector on the economic map of the world* são apresentados os quatro tipos de definições encontrados na literatura para estas entidades: legais, económicas, normativas e funcionais. Os autores defendem que o que distingue a economia social do setor não lucrativo é o facto da primeira permitir distribuir os excedentes pelos membros. Em suma:

Figura 1-2: Uma concepção alternativa sobre Economia Social e Setor não lucrativo



Fonte: (Salamon, 2010)

Existe, pois, a nível mundial, uma procura constante de fundamentar teoricamente o enquadramento económico destas diversas entidades porque, apesar de atuarem ao nível da prestação de produtos ou serviços destinados a um grupo de indivíduos da sociedade, não são incluídas na Economia de Mercado (caraterizada pelo interesse particular e maximização do lucro) ou na Economia Pública (caraterizada por políticas destinadas a garantir a equidade de recursos na sociedade), mas na Economia Social (caraterizada pelo interesse comum e a solidariedade).

O documento *A Economia Social na União Europeia* indica que “O terceiro setor tornou-se num ponto de convergência de diferentes conceitos, fundamentalmente dos conceitos de "sector não lucrativo" e de "economia social", os quais não coincidem exactamente, ainda que haja áreas que se sobrepõem.” (CIRIEC, 2007). A origem das organizações sem fins lucrativos remonta aos anos 70 nos Estados Unidos, sendo conhecidas por não distribuírem excedentes. Assim, segundo os critérios delimitadores do terceiro setor, as organizações da economia social podem distinguir-se daquelas, por mais outros três critérios: sem objetivo do lucro, democráticas e ao serviço das pessoas.

O termo economia social nasceu na França mas não é aceite em todos os países do mundo. Mesmo assim, na União Europeia, está em expansão, existindo três tipos de grupo de países (CIRIEC, 2007):

- Países com a maior aceitação do conceito de economia social: França, Itália, Portugal, Espanha, Bélgica, Irlanda e Suécia. Tanto na França como na Espanha existe legislação.
- Países com um nível médio (relativo) de aceitação do conceito de economia social: Chipre, Dinamarca, Finlândia, Grécia, Luxemburgo, Letónia, Malta, Polónia e Reino Unido. O conceito de economia social coexiste com outros, como setor de atividades sem fins lucrativos, setor de voluntariado e empresas sociais. No Reino Unido, o conceito é pouco reconhecido.
- Países com pouco ou nenhum reconhecimento do conceito de economia social: Áustria, República Checa, Estónia, Alemanha, Hungria, Lituânia, Países Baixos e Eslovénia. O conceito é pouco conhecido, ao contrário dos conceitos dos setores de organizações sem fins lucrativos, voluntariado e organizações não-governamentais, que têm um maior nível de reconhecimento.

E, ao nível do setor de atividade, em Portugal, e segundo o ISU existem os seguintes:

- Setor Público: corresponde aos serviços sociais financiados e geridos pelo Estado, muitas vezes identificado com a noção de Estado de bem-estar, mas que aí não se esgota.
- Setor Privado: caracteriza-se pela relação económica que se estabelece pois, ao serviço prestado ou bem transferido é exigida uma contrapartida, normalmente monetária.
- Setor Voluntário, ou Terceiro Setor: abrange uma multiplicidade de formas de organização mas cujo fator distintivo consiste nos princípios do voluntariado, não pertencendo ao Estado ou ao âmbito lucrativo de mercado e dissociando-se das formas de ajuda espontânea ou familiar. Pode denominar-se também por setor cooperativo e social.
- Setor Informal: compreende a rede de interajuda familiar ou de vizinhança, não se confundindo, porém com as ações de voluntariado propriamente dito.

4. Síntese

Da pesquisa bibliográfica realizada verifica-se que os conceitos abordados têm um significado heterogéneo em termos universais, variando de país para país, ou seja, segundo o contexto social e cultural, o que torna difícil encontrar uma definição geral e abrangente. Porém, para encerrar este capítulo, é necessário esclarecer a forma como serão utilizados os conceitos enumerados anteriormente, pelo que se apresenta a seguinte proposta:

- Voluntariado: implica a liberdade de escolha de uma ação que se assume como um compromisso gratuito (ainda que possam ser pagos valores para cobrir eventuais despesas incorridas pelo voluntário), caracterizada por um interesse comunitário e praticada durante o tempo livre, no âmbito de programas ou projetos desenvolvidos por entidades públicas ou instituições.
- Voluntariado empresarial: é o conjunto de ações com interesse social para a comunidade (na forma de programas, projetos ou outros apoios), desenvolvidas pelas empresas mas não impostas por estas, nas quais o colaborador disponibiliza as suas competências durante o horário de trabalho.
- Instituições: são entidades constituídas por elementos da sociedade civil, com o objetivo de contribuir para a resolução de problemas sociais de uma comunidade (local, nacional ou internacional) e que não se regem pela maximização do lucro.

Capítulo II - O passado, o presente e o futuro do voluntariado

Neste capítulo pretende-se dar a conhecer a origem do voluntariado e do voluntariado empresarial. São apresentados estudos e análises sobre estes dois conceitos e também o de instituições, com o objetivo de ilustrar, numa abordagem estrangeira e nacional, uma evolução ao longo dos anos.

1. Voluntariado

As práticas de solidariedade começaram por ser um instrumento de defesa contra as adversidades sentidas ou vividas por parte de um membro de um grupo, sendo desenvolvidas entre familiares ou vizinhos. O termo solidariedade surge da modificação da palavra *solidus* (inteiro, maciço, compacto) e, no final do séc. XX, passa a ser entendido como “o carácter de que se forma um todo indivisível, no seio do qual existem relações de interdependência entre as partes.” (Mouro, 2001, p. 251)

Pode, então, dizer-se que o voluntariado emergiu das práticas grupais de solidariedade, tendo raízes históricas longínquas e um pouco diferentes de acordo com a cultura e políticas de cada país.

Este conceito foi evoluindo ao longo do tempo, estando muitas vezes associado a uma ação local mas que se alargou depois a entidades formalizadas e instituições com atuação internacional.

Visão estrangeira

a) Alguns dados e resultados

No livro *Bénévolat et volontariat dans la vie économique, sociale et politique* os autores franceses defendem que as motivações dos voluntários são duas: a procura de um complemento para a vida quotidiana e a partilha de uma necessidade ou gosto de estar com o outro. (Le Net & Halba, 1997)

No *paper Is Volunteering Rewarding in Itself* os autores estudaram o voluntariado na Alemanha, à luz da teoria de Adam Smith (que defendia que ajudar os outros é o caminho para o maior bem-estar individual) e da visão contrastante da maximização egoísta (que evita os custos de ajudar os outros).

Os autores focaram as diversas razões motivacionais que afetam positivamente o bem-estar individual, dividindo-as em dois grupos (Meier & Stutzer, 2004):

- o bem-estar aumenta porque as pessoas gostam de ajudar, sendo a recompensa (não material) movida por uma motivação intrínseca em cuidar do bem-estar dos outros;
- as pessoas são voluntárias a fim de receber um subproduto do trabalho voluntário, uma recompensa extrínseca, que pode resultar em investimento em capital humano ou na rede social.

Os autores analisaram a relação entre felicidade e voluntariado, tendo concluído que os alemães que praticam voluntariado são os mais satisfeitos com a sua vida.

Apesar de existirem vários fatores (como os valores e a cultura) influenciadores das necessidades humanas, a satisfação destas pode passar pelo voluntariado. Neste sentido os benefícios do voluntariado são considerados de âmbito pessoal e geral (Frey, 2009). As razões da sua prática são diversas, mas cada indivíduo tem a sua própria motivação: altruísta (ajudar os outros, contribuir para a comunidade, proteger o ambiente, apoiar e proteger os direitos humanos) ou egoísta, relacionada com os seus objetivos pessoais (procura de amigos, aprender novas competências, melhorar o

curriculum vitae, viajar, ou ter novas experiências). No que se refere aos fatores externos que influenciam a prática do voluntariado salientam-se: tempo livre; estrutura das instituições; recrutamento, formação e gestão dos voluntários; interesse empresarial; ou, centros de promoção.

Em 2011, a CE apresenta o estudo *Volunteering in the european union* com resultados, relativos aos obstáculos do voluntariado, em 8 países: ausência de quadro legal; ausência de estratégias nacionais para a sua promoção; condicionalismos financeiros para as organizações promotoras; desfasamento entre oferta e procura; falta de reconhecimento das competências adquiridas; e, obstáculos fiscais.

Revela ainda que a União Europeia promove o financiamento de atividades de voluntariado através de vários programas e refere também que as políticas para os Estado-membro não pretendem harmonizar culturas locais e nacionais nem propor um modelo único de voluntariado mas (CE, 2010):

- Fomentar a investigação sugerindo como guia o Manual da OIT para avaliar o voluntariado e as Nações Unidas relativamente às instituições;
- Reconhecer as qualificações adquiridas (propõe um passaporte europeu de competências);
- Facilitar o voluntariado transfronteira (com o Ano Europeu dos Cidadãos, em 2013).

Ainda em 2011, o Parlamento Europeu realizou o Eurobarómetro 75.2 sobre o *Trabalho em regime de voluntariado* com vista a obter a opinião dos cidadãos europeus relativamente a esse conceito e à forma como o vivem. A maioria dos entrevistados, referiram não praticar voluntariado. Contudo, existem diferenças entre os Estados-Membro (12 países têm taxas superiores à média europeia e 15 abaixo, 7 deles inferiores a 20%, exemplo de Portugal), que evidenciam que apenas ¼ dos cidadãos estão envolvidos no trabalho voluntário.

No perfil do voluntário europeu não era evidente existir influência de género. Os desempregados voluntários eram apenas 17%, sendo os europeus com maior grau de instrução que se dedicavam ao voluntariado. As áreas de intervenção em que os cidadãos são voluntários eram: o desporto (superior a 30%), praticado essencialmente na Irlanda, Dinamarca e Alemanha; seguiu-se a cultura (27% em Portugal); e, a assistência social e a caridade ou ajuda humanitária e desenvolvimento. Porém, quando questionados sobre as áreas em que o voluntariado deve ter um papel mais importante, a situação inverteu-se: solidariedade e ajuda humanitária (37%, reconhecida pelos inquiridos com um nível escolar superior); saúde (32%, referida nos voluntários com idade superior a 55 anos e, em Portugal, com 47% das respostas); educação (muito referida pelos jovens); formação e ambiente (22%); inclusão dos desfavorecidos (21%); e, desporto (15%). O consenso generalizado incidiu sobre a importância que o papel do voluntariado desempenha na sociedade.

Como assenta nos valores da solidariedade e está bem implantado a nível local, contribui para a cidadania, sendo um fator de realização e desenvolvimento pessoal “as pessoas não aderem ao voluntariado na mira de ganhos pecuniários: o trabalho não é remunerado. As pessoas envolvem-se em acções de voluntariado por gosto pessoal. O trabalho voluntário gera benefícios fora dos círculos da família e dos amigos.” (PE, 2011)

E, no documento *Second European Quality of Life Survey - Participation in volunteering and unpaid work* é referido que o voluntariado pode ajudar a aliviar tensões económicas e sociais no seguimento da crise económica. O voluntariado contribui para o desenvolvimento de competências, tendo

potencial na educação, emprego e cidadania, pelo facto de ser importante fora das fronteiras nacionais. O objetivo principal do estudo, no que se refere ao voluntariado formal na UE, era o de apresentar esta realidade, reforçando a sua prática e desafiando novas pessoas. O estudo encontrou uma grande variação na perceção do voluntariado, pelas pessoas dos diferentes Estados-membro, e confirmou pesquisas anteriores nas quais era evidente, muitas delas, estarem dispostas a ser voluntárias mas não o praticavam. As conclusões principais que destaco são (Eurofound, 2011):

- Mais de 1/5 dos europeus (20%) participam em atividades voluntárias, com uma participação diária inferior a 5%. As maiores taxas são: na Dinamarca, na Finlândia e na Suécia onde, em média, 45% da população, com 18 ou mais anos, participam em ações de voluntariado. Na Grécia, Malta e Portugal a taxa de participação média situa-se entre 10% e 15%.

- Aqueles que participam em atividades de voluntariado gastam, em média, 6,5 horas por semana, ou seja, participações diárias mas por curtos períodos de tempo ou participações menos regulares por períodos de tempo mais longos.

- As pessoas com altos níveis de escolaridade dedicam, por semana, às atividades voluntárias, uma média, entre 1,5 e 1,7 horas a mais do que aqueles que possuem níveis mais baixos; e, os homens dedicam, 1 hora a mais por semana, do que as mulheres.

- Aqueles que estão satisfeitos com a sua vida são mais propensos a participar regularmente.

- Fatores influenciadores da decisão de participação no voluntariado - género (os homens tendem a ser mais propensos a participar do que as mulheres, pelo facto do setor desportivo atrair um maior número de voluntários); idade (a participação tende a atingir o pico durante a meia idade); escolaridade (é maior entre as pessoas com mais escolaridade); satisfação com a vida (é reconhecido que o voluntariado pode ter um efeito positivo no bem estar subjetivo - felicidade, satisfação com a vida, auto-estima, senso de controle sobre a vida, saúde física e baixa depressão); participação religiosa (as pessoas que frequentam serviços religiosos são mais voluntárias); e, país (alguns Estados-Membros têm elevadas taxas de participação em ações de voluntariado);

- Incidência e frequência do voluntariado na Europa – Em 2010, entre 92 e 94 milhões de pessoas (23%), estavam envolvidas em atividades de voluntariado na UE, desde educação, formação, desporto e proteção do ambiente. O CEV denunciava uma tendência de aumento no número de voluntários na UE, pelo seguinte: maior consciência das questões sociais e ambientais; iniciativas públicas para promover o voluntariado; crescente número de voluntários necessários para apoiar a prestação de serviços públicos e envolvimento crescente de pessoas idosas.

b) O seu reconhecimento e a conseqüente divulgação

Apesar da *Resolução do Parlamento Europeu sobre o voluntariado*, de 1983 (que reconhecia o interesse geral da natureza do voluntariado) e da criação, em 1990 da Declaração Universal sobre o Voluntariado (UNL, 2000)⁵, o início da sua dinamização remete para o fórum promovido pela Universidade das Nações Unidas, em 1996, onde surgiu a ideia de desenvolver o Ano Internacional dos Voluntários. Esta proposta foi submetida ao Comité Executivo do PNUD e, em 1997, a ideia foi

⁵ Para mais detalhe consultar o Anexo E - Declaração Universal sobre o Voluntariado

debatida numa reunião do Conselho Económico e Social. As Nações Unidas focaram-se na promoção do papel da Economia Social e elaboraram estudos e documentos com propostas de medidas para cada Estado-Membro (Comunicação da Comissão Europeia em 1998 e Livros Verde e Branco sobre a política social e sobre o emprego e competitividade), mostrando que o voluntariado pode ser um meio de formação e aprendizagem para a integração no mercado de trabalho e, ainda, como via de expressão da cidadania e participação cívica.

A Assembleia Geral concordou com a proposta e 126 países subscreveram o ano de 2001 como sendo o Ano Internacional dos Voluntários. Foi assumido que “All people in the world should have the right to freely offer their time, talent, and energy to others and to their communities through individual and collective action, without expectation of financial reward.” (IAVE, 2001). Neste sentido, tanto os voluntários como os líderes (das entidades, do governo, das empresas, dos *media*, das escolas, da religião...) foram desafiados a ser parceiros, em conjunto, para a promoção e apoio do voluntariado, por este ser eficaz, acessível a todos e um símbolo de solidariedade entre os povos e nações.

E, em 2009, oito anos depois do AIV, o Conselho de Ministros da União Europeia declarou 2011, como o Ano Europeu das Atividades de Voluntariado que promovam uma Cidadania Ativa, cujo objetivo era: Consolidar a prática do voluntariado na União Europeia, reduzindo obstáculos; Disponibilizar ferramentas às organizações promotoras do voluntariado para que melhorem a qualidade das atividades e criem sinergias com os outros setores; Dar visibilidade ao trabalho voluntário, através de incentivos/recompensas e do reconhecimento das capacidades e competências desenvolvidas; e, Sensibilizar para o valor e a importância do voluntariado enquanto atividade que contribui para a realização de objetivos comuns a todos os Estados-Membros.

A divulgação do primeiro relatório sobre o *Estado do Voluntariado no Mundo* (VNU, 2011) como forma de assinalar o 10º aniversário do Ano Internacional dos Voluntários, reafirmou o reconhecimento da sua universalidade, valorizando-o como um dos recursos mais importante da sociedade.

O voluntariado “É uma via de integração e emprego, bem como um factor essencial de melhoria da coesão social. Acima de tudo, o voluntariado traduz os valores fundamentais de justiça, solidariedade, inclusão e cidadania sobre os quais a Europa se funda.” (CE, 2011) e não pode ser considerado uma alternativa à força de trabalho regular. O voluntariado contribui, assim, para a estratégia Europa 2020 (que tem em vista o crescimento inteligente, sustentável e inclusivo na UE, sendo um dos objetivos a redução da pobreza e da exclusão social), principalmente, para obter uma taxa de emprego de 75%, que irá permitir ganhar competências de adaptação à mudança no mercado do trabalho.

E, o Conselho da Europa convidou os Estados-membro e a Comissão Europeia a (APDL, 2012):

- Apoiar o desenvolvimento de organizações da sociedade civil, aos níveis local, regional, nacional e europeu; e, a sua cooperação a nível europeu para manter um diálogo contínuo com a sociedade civil e promover a formação de voluntários e de organizações que envolvam voluntários;
- Ponderar a possibilidade de incentivar a produção, publicação e partilha de instrumentos e metodologias de pesquisa e resultados relativos às atividades de voluntariado e à cidadania ativa, inclusive estudos com dados estatísticos sobre o impacto das atividades de voluntariado sobre a condição económica e social dos Estados-Membros e o bem-estar social, tendo em conta o género;

- Apoiar iniciativas de voluntariado de curto prazo que as pessoas possam combiná-las com o emprego remunerado e com a sua vida familiar, bem como incentivar soluções que promovam a transição do voluntariado ocasional para atividades de voluntariado regular, de longo prazo;
- Promover o cibervoluntariado como uma forma inovadora de atividades de voluntariado, que constitui um aspeto positivo da atividade virtual dos utilizadores da internet;
- Incentivar as empresas e outros operadores do setor privado a apoiar as iniciativas de fomento e reforço do voluntariado no contexto do voluntariado dos trabalhadores.

Existem, assim, vários documentos da legislação europeia, onde se pode comprovar que a prática voluntária tem vindo a ser bastante apoiada ao longo dos anos (Social, 2011, pp. 130-132):

- 1985 – Resolução da Assembleia Geral das Nações Unidas que convida todos os governos a celebrar anualmente, a 5 de Dezembro, o Dia Internacional dos Voluntários.⁶
- 1997 - Tratado de Amesterdão: Reconheceu o contributo do voluntariado e incentivou a dimensão europeia das organizações de voluntariado.⁷
- 2006 - Parecer do Comité Económico e Social Europeu sobre o tema “O papel e o impacto do voluntariado na sociedade europeia”.
- 2008 - Parecer do Comité das Regiões sobre o contributo do voluntariado para a coesão económica e social.
- 2009 - Tratado de Lisboa: nova base legal para o voluntariado (artigo 149 sobre desporto, artigo 149 relativo à participação dos jovens na vida democrática da Europa e artigo 188 referente ao Corpo Voluntário da Ajuda Humanitária.⁸
- 2010 - Resolução da Assembleia Parlamentar do Conselho da Europa n.º 1778, sobre a promoção do voluntariado na Europa.⁹
- 2011 - Comunicação da Comissão Europeia sobre as Políticas da UE e o Voluntariado: Reconhecer e promover as atividades de voluntariado transfronteiriço na UE.¹⁰

Visão nacional

a) Alguns dados e resultados

O estudo *Caracterização do voluntariado em Portugal* foi pioneiro no enquadramento concetual e metodológico da prática do voluntariado. Teve como ponto de partida o Estudo Europeu dos Valores, no qual Portugal apresentava, em 1999, apenas 16% da população envolvida no voluntariado, sendo esse valor inferior a metade da média europeia (37.6%). Em determinados países a proporção de voluntários face à população total evidenciava a influência da tradição política e cultural (verificava-se que nos países com regime autoritário mais prolongado a prática do voluntariado tardou a instalar-se. Portugal foi influenciado, tendo a lei sido estabelecida em 1998).

⁶ Para mais detalhe consultar o Anexo F - Assembleia Geral das Nações Unidas: Resolução 40/212

⁷ Para mais detalhe consultar <http://www.europarl.europa.eu/topics/treaty/pdf/amst-en.pdf>

⁸ Para mais detalhe consultar <http://www.consilium.europa.eu/uedocs/cmsUpload/cg00014.en07.pdf>

⁹ Para mais detalhe consultar <http://assembly.coe.int/main.asp?Link=/documents/adoptedtext/ta10/eres1778.htm>

¹⁰ Para mais detalhe consultar http://ec.europa.eu/citizenship/pdf/doc1311_en.pdf

Os autores concluíram que “as taxas de voluntariado em Portugal são claramente baixas. Este facto dever-se-á a um complexo conjunto de factores que afectam tanto o lado da “oferta” (a disponibilidade das pessoas para se voluntariarem), como da “procura” (a disponibilidade das instituições para acolherem voluntários e das empresas para cederem tempo ou reduzir o horário dos trabalhadores).” (Delicado, et al., 2002) E decidiram selecionar voluntários de algumas instituições, durante o ano de 2001, para realizar estudos de caso, com o objetivo de analisar a opinião daqueles. O total de voluntários era de cerca de 70.000, (25% deles ocasionais), participando 75% pelo menos uma vez por mês. Mais de 50% dedicava 5 a 10 horas por semana, com tendência de fazer voluntariado na mesma instituição durante mais de 2 anos (61%). Eram maioritariamente homens, casados e com uma profissão. Apresentavam qualificações iguais ou superiores ao ensino secundário e as suas motivações eram: solidariedade para com os mais desfavorecidos (62.1%), tornar-se útil (69.3%), contribuir para a comunidade local (50.1%) e dispor de tempo livre (41.9%).

Em 2008, no artigo *As motivações no trabalho voluntário*, os autores propõem o seguinte:

Tabela 2-1: Tipos de motivações

Tipos de motivações	Objetivos
Altruísmo	Ajudar os outros
	Fazer algo que valha a pena
	Sentido de missão
	A organização ajuda aqueles que precisam
	Preocupação com a natureza
	Forma de solidariedade
Pertença	Ajudar o hospital
	Contacto social (fazer novos amigos, conhecer pessoas)
	Divertimento e viajar
	Ser bem aceite na comunidade
	Contactar com pessoas que têm os mesmos interesses
	Pertencer a um clube
Ego e Reconhecimento Social	Dar algo e ser útil à comunidade
	Interesse nas atividades da organização
	Preencher o tempo livre com mais qualidade
	Sentimentos de auto-estima, confiança e satisfação; respeito e reconhecimento
	Contactos institucionais
	Carreira profissional
Aprendizagem e desenvolvimento	Ter mais conhecimento e estar envolvido em programas do governo
	Novos desafios, experiências
	Aprender e ganhar experiência
	Possibilidade de poder continuar a exercer uma profissão
	Enriquecimento pessoal e alargar horizontes

Fonte: (Ferreira, et al., 2008)¹¹

Eles defendem que “Quanto melhor uma organização conhecer os voluntários, mais essa organização poderá ir de encontro às necessidades e expectativas desses mesmos indivíduos. Por isso, compreender as motivações que podem levar um indivíduo a doar o seu tempo a uma determinada organização é relevante” (Ferreira, et al., 2008).

Em 2011, no âmbito do Ano Europeu do Voluntariado, a informação do estudo *Caracterização do voluntariado em Portugal* foi atualizada pela equipa da Unidade de Investigação do ISCTE. Neste

¹¹ NOTA: os autores mencionam que as categorias motivacionais apresentadas não são estanques, podendo existir situações que se enquadram em mais do que uma das categorias (assinaladas a cinzento).

sentido, verificou-se que a taxa de voluntariado na população portuguesa aumentou (rondando os 18% a 20%, cerca de 600.000 voluntários). Os motivos desta alteração são (PROACT, 2012):

1) aumento "...na visibilização, na valorização social política e científica e no enquadramento da acção voluntária, o que lhe conferiu outro estatuto, prestígio e dignidade, alargando os seus pilares e motivações, tradicionalmente mais associados à disponibilidade na reforma, aos tempos livres e às motivações maioritariamente religiosas e filantrópicas.”;

2) a influência do “quadro de eventos e de institucionalização teve um efeito muito importante no reconhecimento político e social do trabalho voluntário, no seu enquadramento formal (legal), na criação de estímulos e de contextos mais favoráveis à sua prática...”;

3) nos últimos 30 anos o voluntariado ganhou “um enquadramento teórico-científico mais consistente, nomeadamente, associado à discussão e afirmação (ou actualização) dos conceitos de Economia Solidária, Economia da Dívida, Participação, Desenvolvimento Sustentável, Desenvolvimento Humano, Desenvolvimento Local e Desenvolvimento Integrado.”;

4) nascem novas áreas “...para além da Solidariedade Social, de base filantrópica e direccionada para pessoas em situação de pobreza e exclusão social, ou de privação e risco...”;

5) maior sensibilização, por parte das escolas e estabelecimentos de ensino superior “... a inclusão deste tema em vários programas escolares, a criação de Clubes de Voluntariado e a promoção de programas de acção voluntária, em diferentes domínios, quer junto das comunidades próximas, quer relativos a países do Terceiro Mundo (normalmente PALOP).”;

6) a valorização do conceito e das suas práticas para as pessoas reformadas “...pode traduzir-se em trabalho voluntário, mais valorizado do que anteriormente, associado a uma acção de utilidade social (mas também económica, ambiental, cultural, territorial e política)...”;

7) o desemprego jovem “A falta de trabalho e de oportunidades profissionais após a conclusão dos estudos, tem “empurrado” (...) muitos jovens para o trabalho voluntário, como forma de ocupação para se sentirem úteis, mas também como aprendizagem complementar (ligada à acção) e/ou (eventual) rampa de lançamento para o mercado de trabalho.”;

8) a crise multidimensional, não apenas económica e financeira “...tem dado um contributo muito considerável para o crescimento da Acção Voluntária, não só do lado da “procura”, pelo agravamento de situações de pobreza e exclusão social e de risco social, mais em geral, a solicitar apoio e respostas da sociedade civil (...), mas também do lado da “oferta”, ao estimular a responsabilização dos cidadãos e das organizações da sociedade civil e ao “disponibilizar” pessoas que estão no desemprego ou na reforma...”.

Em suma, os jovens homens continuam a representar a maioria dos voluntários portugueses e a assumir tarefas de direcção, notando-se um aumento da escolaridade provocada, em certa medida, pelo aumento de formações (cada vez mais exigidas pelas instituições).

b) O seu reconhecimento e a consequente divulgação

A tradição de intervenção social em Portugal remonta ao século XV, quando foram fundadas as Misericórdias (1498) e mais tarde as Conferências Vicentinas (1833) e a Caritas, muito ligadas à Igreja Católica. Durante o Estado Novo (1926-1974), o modelo corporativo favoreceu o domínio das

principais empresas por um número restrito de famílias, tendo nascido algumas iniciativas a favor dos empregados, consideradas socialmente avançadas para a época, embora em alguns casos, de carácter paternalista. Este equilíbrio dinástico quebrou-se após a Revolução de 1974, com o fenómeno das nacionalizações e a instalação de uma economia social. A responsabilidade social foi praticada de modo informal por uma elevada percentagem das empresas, no entanto, o tema só emergiu como disciplina de gestão autónoma na sequência da Cimeira Europeia de Lisboa, em Março de 2000.

O voluntariado português começou a ser estudado, em 1995, pelo Ministério do Trabalho e Solidariedade Social, mas só em 1998 foi criada legislação específica sobre o mesmo, a Lei nº 71/98. Esta lei visa consolidar a promoção de um voluntariado sólido, qualificado e socialmente reconhecido, denotando-se a participação organizada dos cidadãos e o compromisso assumido livremente entre a instituição e o voluntário. Em 1999, o Ministério do Trabalho e Solidariedade Social aprovou o decreto-lei 389/99 onde constam¹²: os requisitos das organizações promotoras; a obrigatoriedade de emissão de um cartão de identificação do voluntário; o enquadramento dos voluntários no regime de seguro social voluntário; os direitos laborais conferidos aos voluntários; as normas da constituição de um programa de voluntariado; e, os instrumentos destinados a facilitar e a assegurar o exercício efetivo de direitos dos voluntários, nomeadamente a criação do CNPV.

O Plano de Emergência Social apresentado pelo Governo, em 2011, pretendia dar resposta à crise económica do país, que gerou situações de exclusão social. O Ministério da Solidariedade e da Segurança Social propôs investir 400 milhões de euros no primeiro ano do programa, tendo como propostas para o voluntariado: a promoção do voluntariado social com a revisão legal em baixar a idade mínima de 18 para os 16 anos e, a criação de bancos de horas nas empresas.

2. Voluntariado empresarial

A Economia de Mercado preza pela gestão eficaz dos recursos (Caeiro, et al., 2009):

...quer a sociedade se atribua como finalidade na satisfação do maior número possível de necessidades materiais (habitação, automóvel, electrodomésticos, etc.) ou dê prioridade à melhoria das condições de vida, o seu problema é sempre o mesmo: actuar de modo a que a distribuição dos seus recursos raros e limitados, seja o mais possível «otimizada»...

Por isso, perante um mercado cada vez mais exigente e concorrencial, as empresas foram obrigadas a acrescentar valor à sua produção (através da melhoria dos processos e das condições oferecidas aos trabalhadores). Na década de 50, a gestão americana introduziu assim um novo conceito à ética de negócios, designado por Responsabilidade Social da Empresa. Entretanto, a partir dos anos 70, nasce o fenómeno da responsabilidade social ligado ao ambiente e, mais tarde, associado à resolução dos problemas da sociedade, no qual as empresas aliam-se ao Estado e às instituições da Economia Social e Solidária. Esta prática chega à Europa no início dos anos 90. A pedido de *Jacques Delors*, as empresas deveriam mobilizar-se no sentido de combater a exclusão social, ajudando a comunidade local através dos lucros obtidos. E, em 2000, no Conselho Europeu de Lisboa, o tema escolhido para a ação das empresas foi a responsabilidade social associada ao desenvolvimento

¹² Para mais detalhe consultar o Anexo G - Ministério do Trabalho e da Solidariedade

sustentável, nomeadamente com a organização do trabalho, aprendizagem ao longo da vida e igualdade de oportunidades, o que influenciou a maneira como elas deveriam ser geridas.

As empresas passam, assim, a assumir a sua responsabilidade numa vertente tanto interna, ao nível dos colaboradores (formação, emprego, higiene e segurança e saúde) como externa, no que se refere à comunidade local, parceiros comerciais, fornecedores, consumidores, autoridades públicas, sindicatos e ONG's. A RSE divide-se, portanto, em 3 dimensões (económica, social e ambiental). No que se refere à dimensão social, a empresa deve preocupar-se com as componentes interna e externa. Quanto à interna é importante apresentar uma boa gestão de recursos humanos (condições de trabalho, contratação, formação profissional, política de benefícios...) e respeitar a igualdade e dignidade humana. Relativamente à componente externa, a empresa deve apresentar uma atitude transparente na informação transmitida, respeitar os valores da comunidade e manter relações estáveis para que a sua reputação seja bem aceite e mantenha os clientes fidelizados. A promoção do voluntariado empresarial poderá ser ainda uma forma de concretizar a sua ação enquanto empresa socialmente responsável e de potenciar a criação de valor.

Em 2001, a Comissão Europeia lançou o *Livro Verde - Promover um Quadro Europeu para a RSE* que revela que a RSE contribui para o aumento da produtividade e da competitividade, sendo definida como "a integração voluntária de preocupações sociais e ambientais por parte das empresas nas suas operações e na sua interação com outras partes interessadas". É assim referido que a empresa deve ir além das obrigações legais, o que leva a que a sua competitividade seja reforçada.

A prática do voluntariado empresarial emerge, por isso, como uma forma mais valorizada que o apoio financeiro e, muito ligada à criação de fundações nas empresas. Ainda que nem sempre associadas à estratégia de negócio da empresa, as fundações permitem que uma pessoa possa inscrever-se não só voluntária individual numa instituição, como através da empresa em que trabalha (as empresas dispensam os colaboradores e suportam os encargos ao conceder horas semanais de voluntariado).

Relativamente a Portugal, não são muitas as empresas que se dedicam continuamente ao desenvolvimento de programas de voluntariado. As primeiras ações de voluntariado apresentadas pelas empresas portuguesas emergiram de multinacionais que apresentaram ações isoladas (Macdonald, IBM, BP...), no decorrer do final dos anos 90. Posteriormente, em 2000, com o aumento da consciência social, é criada a RPECS para impulsionar e coordenar as boas práticas de responsabilidade social das empresas portuguesas. E, a partir daí também as grandes empresas nacionais desenvolveram as suas ações, sendo a PT a pioneira no movimento empresarial para o voluntariado, através da Fundação PT.

Visão estrangeira

a) Alguns dados e resultados

Em 2001, o artigo *Voluntariado empresarial - estratégias de empresas no Brasil* permitiu avaliar a relação entre os diferentes setores (Estado, Mercado e Terceiro Setor) (Fisher & Falconer, 2001):

1- Motivações "Tanto é verídico o desejo espontâneo e genuíno de tornar-se voluntário que foram detectados, na pesquisa, vários casos de empresas que já adotaram um programa ou estão pensando em criá-lo, porque observaram que seus funcionários se dedicam, pessoal e isoladamente,

a atividades voluntárias e gostariam de contar com o apoio de seus empregadores para prosseguir ou ampliar essa atuação.”

2- Diversidade de formas “É na flexibilidade da atuação que as empresas têm podido desenvolver, de um lado, a sensibilidade para perceber as expectativas e potencialidades de seus colaboradores para participar desse tipo de iniciativa e, de outro lado, a percepção de que já não é possível manter-se no próprio ambiente dos negócios se a imagem institucional da organização não mostrar sua dimensão voltada para o desenvolvimento da sociedade civil.”

Esta pesquisa revelou que das 273 empresas, 56% afirmou ter uma atuação social e 48% garantiu que os seus colaboradores são voluntários em projetos sociais (com ou sem o apoio da empresa). Em 17% dessas empresas, o voluntariado decorre durante o horário de trabalho.

As empresas reconhecem que esta atuação origina resultados positivos para o negócio, sendo uma ação integrante da estratégia empresarial. Os benefícios enumerados foram: melhora a imagem institucional da empresa (79%) e melhora a relação da empresa com a comunidade (74%); 78% acredita que também melhora as condições de vida na comunidade; 62% afirmam que o voluntariado desenvolve conhecimentos, técnicas e competências que poderão ser utilizados no trabalho regular.

No Relatório Global, denominado por *The Role of Volunteers in Promoting Global Corporate Citizenship*, a ONU dá a conhecer a ligação que foi estabelecendo, a partir dos anos 90, com o setor privado e a relação das empresas com o voluntariado (reveladora de que muitas empresas percebem que têm uma responsabilidade, não só para os acionistas, clientes e funcionários mas também para a sociedade em geral; e, que as empresas têm um papel a desempenhar, não só na contribuição para o crescimento económico mas também para a estabilidade social e política, pelo que muitas delas tornam-se interessadas em apoiar iniciativas de voluntariado enraizadas num sentido de solidariedade global.). Os benefícios do voluntariado empresarial aí apresentados foram:

Tabela 2-2: Benefícios do voluntariado empresarial

Communities	Employees	Companies
Promotes community cooperation & cohesion	Enables integration into local community	Promotes community cooperation & cohesion
Helps break down barriers and increase understanding	Provides satisfaction from doing worthwhile work	Helps to meet corporate social responsibility aims
Enhances the local skills base	Develops and enhances skills & broadens employee experience	Develops teamwork and internal networking
Improves local understanding of company activities	Enhances community awareness	Fosters employee commitment
Provides community with potential for longer-term corporate commitment	Improves mental and spiritual well-being	Improves company image
Makes more resources available	Build personal networks	Facilitates recruitment of good people

Fonte: (UNV & NAB, 2004)

Em 2009, no artigo *The Marketing of Employee Volunteerism* os autores referem que o voluntariado empresarial representa uma oportunidade para as empresas melhorarem os seus investimentos. Eles vão verificar se as motivações do voluntário são: benefício próprio (motivos egoístas), ajudar o outro (motivos altruístas) ou apoiar a empresa (cidadania organizacional).

Utilizam como categorias as seguintes (Peloza, et al., 2009): Voluntariado extra-organizacional (EOV) - realizado fora do local de trabalho, de modo a que o colaborador não tenha envolvimento; Voluntariado inter-organizacional – realizado dentro do local de trabalho mas o apoio da empresa é passivo. O colaborador escolhe o que quer fazer e a empresa apoia essa atividade, com tempo livre ou uma doação monetária para complementar o voluntariado; e, Voluntariado intra-organizacional (IOV) - caracterizado por uma empresa que desenvolve a oportunidade de voluntariado (incluindo a seleção do parceiro) e que oferece oportunidades de voluntariado específicas para os trabalhadores. Depois, examinam o efeito do IOV na participação no EOV e concluem que o estudo corrobora pesquisas anteriores sobre voluntariado, demonstrando que a decisão no processo é complexa, evidenciando motivos simultâneos, ou seja, o voluntariado é dependente do contexto, e o voluntariado intra-organizacional bastante diferente das formas tradicionais de voluntariado.

Revelam ainda que as instituições recebem mais facilmente apoios monetários dos colaboradores que participam no voluntariado empresarial do que a participação voluntária individual. Verifica-se, pois, que a participação nos programas de voluntariado empresarial não inibe outras formas de ajuda que, por vezes, evidenciam que os colaboradores voluntários de uma empresa continuam a ser voluntários a título individual, sendo isso benéfico para as instituições menos conhecidas, que sem os programas de voluntariado empresarial dificilmente conseguiriam voluntários.

No documento *O estado da arte do Voluntariado Empresarial* é referido que, independentemente da sua localização e missão, as 47 empresas estudadas têm vindo a mobilizar recursos para ações de voluntariado, com o objetivo de atingir o máximo de impacto no mercado em que atuam, sendo reconhecidas pela resolução desses problemas. É mencionado ainda que os voluntários empresariais podem agir: no combate às necessidades básicas; na defesa de causas de justiça social; na ajuda da capacitação das pessoas, sendo mentores ou orientadores; e, no tratamento ambiental. Partilham, por isso, os seus conhecimentos pessoais e profissionais, ao mesmo tempo que cumprem com a satisfação de interesses sobre determinada causa. Em suma, este documento apresenta uma avaliação regional e global sobre o voluntariado empresarial em todo o mundo, as suas tendências, desafios e oportunidades. Nas várias regiões do mundo ele é apresentado como (IAVE, 2011):

- África: Residual, sendo que na maioria dos países os investimentos das empresas incidem em apoios financeiros a ONG's e iniciativas do governo;
- Nações Árabes: Em crescimento, mas num cenário muito idêntico ao africano;
- Ásia-Pacífico: Consolidado, devido ao entusiasmo dos voluntários nas atividades realizadas, que passam por respostas proativas a desastres naturais ou a população desfavorecida;
- Europa: Diversificado, de acordo com as diferenças entre países;
- América Latina: Diferenciado, com a participação de voluntários de várias empresas e a escolha, da comunidade, para o projeto apoiado; e,
- América do Norte: Em desenvolvimento, apesar de ter sido a origem do voluntariado empresarial. Encontra-se em quase todas as grandes empresas, menos nas pequenas e médias.

As empresas relataram ter sofrido contínuas mudanças positivas, baseadas na expansão e reestruturação dos programas de voluntariado e estão, assim, a globalizar não só o negócio mas o compromisso comunitário e a atuação voluntária. Os aspetos que se destacam são (IAVE, 2011):

- Recurso estratégico: utilizado entre empresas para fortalecer as relações e promover o desenvolvimento pessoal dos trabalhadores, permitindo que adquiram capacidades de liderança;
- Práticas inspiradoras: as empresas procuram seguir as melhores práticas, aprendendo com outros exemplos a adotar ou adaptar à realidade o que permita atingir melhor os objetivos definidos;
- Parcerias com ONG's: as empresas privilegiam a influência das suas atividades voluntárias e, também, o desenvolvimento de competências que os trabalhadores adquirem ao participar nelas;
- Filosofias e Processos Diferentes: cada empresa pode seguir modelos distintos, orientados para o ambiente interno ou externo, para satisfazer os voluntários e trazer benefícios para si;
- Voluntariado de competências e Voluntariado Internacional: são formas de atuação que podem gerar um impacto mais positivo para a empresa, através do elevado retorno do investimento. A primeira, caracteriza-se pela utilização consciente das capacidades profissionais e pessoais e, a sua importância tem crescido porque as empresas têm verificado que aumenta a sua influência na resolução de problemas e na atuação junto das comunidades. Um dos desafios que se coloca é a gestão de necessidades, criação de oportunidades, seleção e preparação dos voluntários e garantia da conclusão do trabalho. Além disso, os trabalhadores poderão querer aprender novas competências ou obter maior satisfação pessoal enquanto voluntários, ao contrário de desempenhar atividades que conheçam. Quanto ao voluntariado internacional são poucas as empresas que o promovem, relacionando-o com interesses comerciais ou culturais.
- Monitorização e avaliação: as empresas reconhecem a importância da avaliação de desempenho e dos impactos das suas ações. Contudo, algumas investem pouco em sistemas de controlo contínuos, ou seja, ainda que queiram obter a excelência no envolvimento dos voluntários e na influência de resolução de problemas, não avaliam se as metas estão a ser alcançadas. Outras, consideram suficientes os indicadores das instituições. Verifica-se, pois, que as empresas julgam importante disponibilizar uma avaliação aos colaboradores voluntários para obter resultados.
- Tecnologia: tem havido inovações no apoio à prática do voluntariado empresarial mas, por vezes, rotineiras e limitadas. Existem empresas a desenvolver ferramentas *on-line* para apoiar a atuação voluntária dos trabalhadores através de portais que disponibilizam materiais e redes sociais para que eles possam trocar experiências e ideias. Porém, um dos problemas é o acesso, em computadores no local de trabalho, podendo o acesso às redes sociais ficar bloqueado no horário normal de trabalho dos colaboradores. Outro constrangimento é o facto das ferramentas *on-line* serem pensadas para satisfazer as necessidades das empresas e não dos voluntários. O desafio é construir parcerias fortes com as tecnologias da informação para proporcionar uma fácil utilização.

b) O seu reconhecimento e a conseqüente divulgação

No relatório *Estado do Voluntariado no Mundo*, de 2011, é referido que o setor privado tem interesse no voluntariado empresarial como forma de expressão da responsabilidade social das empresas de muitos países desenvolvidos. E, principalmente, pela noção dos benefícios recíprocos está a surgir também nos países em desenvolvimento para desenvolver competências dos funcionários e aumentar a lealdade destes para com as empresas.

Nesse mesmo ano, a AEPV revelou que o voluntariado empresarial, denominado por Voluntariado dos Trabalhadores por conta de Outrem “é uma parte integral de atividades mais amplas de voluntariado e pode contribuir para as metas de desenvolvimento de capacidades e coesão social da Europa 2020, através de parcerias com todos os intervenientes, incluindo organizações comunitárias e organizações do setor público e privado.” (CE, 2011).

Um programa de Voluntariado Empresarial traz os seguintes benefícios para as empresas (PV, 2013): Cidadania Empresarial - transcende o objetivo de geração de lucro; Estratégia de Negócio – torna a empresa mais competitiva – RSE; Promove a reputação da empresa, com incremento no valor da marca; Aproximação com a comunidade – legitimidade social; Agrega valores de educação e cidadania; Desenvolvimento de novas competências pessoais e profissionais para os colaboradores; Satisfação e orgulho dos colaboradores; Melhora o clima organizacional; e, Consolida valores éticos.

Visão nacional

a) Alguns dados e resultados

Em 2001, o estudo *O voluntariado e as empresas: breve estudo exploratório do caso português* apresentava o envolvimento das empresas e dos colaboradores em atividades de voluntariado e a valorização das competências obtidas pelos voluntários na fase de recrutamento das empresas.

Em suma os dados obtidos foram (FML, 2001):

- 1) Reduzida prática de voluntariado, que nos 5 anos anteriores abrangeu uma elite empresarial;
- 2) Existência de plataformas de sensibilização e ação para difundir as boas práticas de responsabilidade social e alargá-las a mais empresas;
- 3) Alguma volatilidade no conceito de voluntariado empresarial, muito associado à responsabilidade da empresa, mas com força para renovar as práticas sociais desta;
- 4) Desvalorização do voluntariado por parte das empresas, essencialmente na fase de recrutamento, considerando-o apenas para os candidatos jovens e com pouca experiência;
- 5) As atividades com mais apoios e, por isso, consideradas de maior importância no voluntariado: cooperação para o desenvolvimento; solidariedade e economia social; assistência social e humanitária; educação e formação; e, desporto e defesa do ambiente;
- 6) Setores industriais valorizam pouco as competências obtidas com o voluntariado no desempenho profissional mas os serviços valorizam bastante, nas funções de chefia e coordenação.

Os dados do relatório *Responsabilidade Social das Empresas – Estado da Arte em Portugal*, de Maio de 2004, evidenciaram que (CECOA, 2004): 2/3 das PME's portuguesas praticavam alguma forma de responsabilidade social externa, embora o fizessem de modo informal. As práticas de voluntariado empresarial eram escassas e concentravam-se nas empresas de maior dimensão. A cultura e o desporto eram as principais atividades apoiadas, seguidas pela saúde e pela assistência social. Relativamente aos patrocínios destinados às comunidades locais, os inquiridos às PMEs europeias colocaram as portuguesas como campeãs dos donativos, com 80% de incidência entre as empresas socialmente ativas. Em Portugal, os peditórios eram uma forma instituída de obtenção de fundos e os donativos em espécie menos frequentes.

No documento *ABC do Voluntariado*, publicado em 2005, foram apresentados os resultados de um inquérito por questionário a 44 empresas (Portugal, 2005):

- No que se refere às áreas de atuação foi evidente que as empresas dedicavam o voluntariado a: campanhas de recolha de fundos, alimentos e roupa (33%), assumindo uma intervenção mais assistencialista e não relacionada com a atividade da empresa, tendo os domínios de intervenção da ajuda humanitária (27%) e o público-alvo maioritariamente crianças e jovens (30%).
- Relativamente ao planeamento das ações: foi notório existir uma área ou pessoa responsável pela organização das ações (87%); é cedido apenas 1 dia aos colaboradores em 35% das empresas; a escolha das ações está pouco dependente das necessidades da comunidade ou dos colaboradores (30%); o voluntariado decorre no âmbito de parcerias estabelecidas (39%); e, a promoção do voluntariado empresarial é feita através da divulgação das oportunidades.
- Quanto à avaliação de benefícios e obstáculos: as empresas apontam como benefícios importantes o reforço das relações de cooperação (78%) e da imagem da empresa junto da comunidade (74%) e, o potencial de desenvolvimento dos colaboradores (65%), assim como o contributo para a melhoria do ambiente de trabalho (59%); e, como obstáculos referem a falta de tempo (70%) e a reduzida cultura de voluntariado (65%). Por fim, os tipos de apoio considerados necessários para a promoção do VE são a divulgação de boas práticas (52%), o apoio público em termos de incentivos fiscais (39%) e as campanhas de sensibilização (32%).

Recentemente, em 2011, o *Projecto de reflexão, investigação e debate - O papel das empresas na sociedade* teve como objetivo apresentar a situação atual do investimento das empresas na comunidade, mais precisamente "...as definições e terminologias utilizadas, dimensão do investimento (tipo de investimento, montantes, etc.), beneficiários (causas e instituições apoiadas), abordagem estratégica e de gestão e práticas relacionadas com o combate à pobreza e à exclusão social, entre outros." (SDC, 2011). A pesquisa foi desenvolvida entre Setembro de 2009 e Março de 2010, e incidiu sobre 75 empresas com negócio em Portugal, sendo nacionais e multinacionais, pertencentes aos setores das telecomunicações, petrolífero, banca e seguros, *utilities*, logística e transportes, agroalimentar, indústria, construção e outros. Os pontos principais resumem-se a:

- Para além dos apoios financeiros, o voluntariado empresarial continuou a ser uma tendência geral. Cerca de 70% das empresas desenvolveram ações para ter impacto a nível interno (colaboradores) e a nível externo (comunidade). Mais de metade delas desenvolvia programas de voluntariado, organizava recolhas de bens junto dos seus colaboradores e quase 78% criavam projetos próprios. O envolvimento das equipas foi apresentado como um fator importante para a coesão interna da organização, sendo reforçado por todos os participantes;
- A filantropia empresarial começava a ser vista não como um só conjunto de ações de caridade mas como algo estratégico onde as empresas investem financeiramente, esperando retorno. Nas causas mais apoiadas pelas empresas verificou-se que o foco principal era a solidariedade, principalmente, pelas "crianças" e mais de metade da amostra apoiava a Educação e a Cultura;
- Quanto aos beneficiários, constatou-se que as instituições e iniciativas locais, por exemplo, as escolas, associações culturais e recreativas, as festividades locais, etc., foram as mais apoiadas.

- Apenas ¼ das empresas comunicaram critérios de escolha dos projetos, instituições e iniciativas apoiadas. As empresas referiram existir relações pessoais e tendências em apoiar causas e projetos cujo impacte emocional é tão forte que torna difícil uma resposta negativa, sendo difícil resistir às necessidades das crianças e o prestígio de uma instituição cultural é, também, importante para as empresas que querem mostrar o seu enraizamento regional, a sua preferência nacional;

- As empresas apresentaram a procura de entidades conhecidas como uma primeira abordagem de gestão do risco, porque o facto de serem entidades com notoriedade transmite-lhes maior confiança. Ainda assim reconhecem que esta visibilidade não é uma garantia pois as causas com menos sucesso – o apoio a idosos, às pessoas com dependências – são as menos “positivas” e as mais complexas de comunicar. À semelhança do que acontece um pouco por toda a Europa, em Portugal, cerca de 95% das empresas analisadas não comunicam uma medição do impacto dos projetos na comunidade que apoiam ou nos quais investem;

- O investimento na comunidade ainda não estava a ser encarado tal como as outras áreas das empresas e o rigor e a exigência não eram os mesmos. Apesar de 62% das empresas comunicarem alguns compromissos ou áreas de atuação, apenas 13% apresentavam linhas estratégicas quanto ao seu envolvimento com a comunidade e 9% relacionavam-na com a estratégia de sustentabilidade.

b) O seu reconhecimento e a conseqüente divulgação

Em 2001, o estudo *O voluntariado e as empresas: breve estudo exploratório do caso português* revelava que apenas o Reino Unido, a Alemanha, a Holanda e a Espanha praticavam este tipo de iniciativas. Ao longo dos anos tornou-se notório que a ligação das empresas com a sociedade estabelece, cada vez mais, uma relação de proximidade, com benefícios para ambas “a sociedade, porque recebe os benefícios de vária ordem que as empresas proporcionam; as empresas, porque são reconhecidas externamente de forma positiva e reforçam a sua vertente organizacional interna através da motivação acrescida que os seus funcionários sentem pelo facto de pertencerem a «empresas-cidadãs»” (FML, 2001). Por isso, as empresas devem investir numa ação social diária que não se direciona apenas para o donativo financeiro mas para uma ajuda via assessoria, doação de produtos e serviços ou trabalho voluntário.

O ISU apresenta os seguintes constrangimentos dos programas de voluntariado empresarial:

Tabela 2-3: Constrangimentos dos programas de voluntariado

Problemáticas	Riscos
Os programas de voluntariado consomem tempo. Nem sempre é fácil libertar um colaborador para uma ação que não esteja relacionada com os objetivos da empresa.	Desmotivação progressiva devido à incapacidade em acompanhar projetos de médio prazo.
“voluntário” remete para a ideia de que a escolha do programa deve ser feita pelos colaboradores.	Em regra, as causas escolhidas são as mais mediáticas.
O programa de voluntariado empresarial é um programa montado num contexto profissional. Deve ser eficiente e ter uma avaliação.	É necessário ter uma lógica de projeto: identificar o contexto, as necessidades e urgências da comunidade; e, de que forma a empresa pode responder com maior eficiência: como medir os resultados para a empresa e para a comunidade
O voluntariado não resolve todas as questões ligadas com os impactos na empresa em termos de sustentabilidade; é raramente estratégico quando se fala em mitigar os impactos negativos das empresas.	Por vezes o excesso de comunicação das ações de voluntariado descredibiliza as empresas, sobretudo porque as ações raramente têm a ver com o seu negócio (com a sua área de atuação e seus impactos).

Fonte: Formação do ISU, 2012

No documento *ABC do Voluntariado* são apresentados os benefícios do voluntariado empresarial:

Tabela 2-4: Benefícios do voluntariado empresarial

Comunidade	Colaboradores	Empresa
<ul style="list-style-type: none"> ■ Usufruto do conhecimento e da experiência da empresa e dos seus funcionários 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Alargamento do leque de competências (p. ex. Comunicação, trabalho em equipa, gestão de tempo) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Maior envolvimento e motivação dos colaboradores e orgulho para com a empresa
<ul style="list-style-type: none"> ■ Aumento de interação e, consequentemente, maior entendimento 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Aumento da auto-estima, autoconfiança, motivação, iniciativa, sentimento de auto valor 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Fortalecimento da sua imagem, reputação e notoriedade dos seus produtos e/ou serviços
<ul style="list-style-type: none"> ■ Permite inculir sentido de responsabilidade e integração cívicas 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Maior alegria, tolerância e compreensão extensíveis à relação com colegas, clientes e família 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Construção de um ambiente familiar e trabalho de equipa entre departamentos
<ul style="list-style-type: none"> ■ Redução/atenuação de diversos problemas que afligem a comunidade 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Maior integração na empresa e maior satisfação com as tarefas desenvolvidas 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Possibilidade de exercer uma cidadania mais activa e demonstrar as suas práticas de RSE
<ul style="list-style-type: none"> ■ Cimentar normas sociais e condutas de actuação 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Sentimento de pertença ao grupo e continuidade durante as mudanças organizacionais 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Cooperação e relações mais fortalecidas com <i>stakeholders</i>
<ul style="list-style-type: none"> ■ Melhorias concretas na qualidade de vida dos beneficiados 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Oportunidade de aprendizagem e desenvolvimento profissional 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Maior capacidade para recrutar e manter empregados de valor
<ul style="list-style-type: none"> ■ Maior tolerância à diversidade 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Construção de amizades e relações sociais no local de trabalho 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Maior coesão interna e melhoria do clima organizacional
<ul style="list-style-type: none"> ■ Sociedade mais saudável e solidária 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Reformados - criação de ligações sociais, relacionado com a sua saúde mental e física 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Potenciar metas de negócio e maior produtividade

Fonte: (Portugal, 2005)

Em 2011 foi publicado o *Guia prático para a Responsabilidade Social das Empresas* com programas, políticas e ideias sobre o processo de formação de uma empresa respeitada pelos seus valores sociais, além de ações com o objetivo de proporcionar um ambiente de trabalho produtivo e participativo. A gestão organizacional socialmente responsável torna a empresa co-responsável pelo desenvolvimento da sociedade em que se insere. O guia ajuda, pois, a delinear um projeto de responsabilidade social que aborde todas as áreas referidas no documento.¹³

No que se refere à Sociedade, o relacionamento com a comunidade é importante para a responsabilidade social, contribuindo para uma boa cidadania empresarial. O compromisso e tipo de intervenção das empresas serão mais eficazes quanto mais elas forem consistentes com a atividade desenvolvida. Desde o mecenato ao voluntariado empresarial, é importante (neste último) o tempo disponibilizado, apoio financeiro e reconhecimento pela participação (GRACE, 2011):

O voluntariado empresarial é desenvolvido pelas empresas através da disponibilização dos seus colaboradores durante as horas normais de trabalho (...) sugere-se que o voluntariado empresarial possa ser desenvolvido no âmbito de actividades de criação e/ou de consolidação de espírito de equipa.

¹³ Para mais detalhe consultar o Anexo H – Informação a destacar

3. Instituições

A Economia não se reduz ao mercado (encontro entre oferta e procura, onde o foco é a obtenção do lucro). Existem outras formas económicas que revelam que as pessoas, além de não viverem solitárias mas em relações, movem-se por intenções e emoções. Assim sendo, não existe auto-regulação por parte do mercado, mas um misto de Mercado, Estado e Ação Coletiva. O Estado é necessário como regulador, pois o Mercado não é perfeito e a Ação Coletiva tem que intervir quando o Estado não resolve.

A ideia de ajuda mútua é, por isso, conhecida desde o início da História da humanidade. No entanto, a forma organizada das pessoas promoverem o bem comum, emergiu apenas no séc. XVIII com o aparecimento dos movimentos sociais. Assim, surgiu na primeira metade do séc. XIX, o conceito de Economia Social, com vista a estabelecer uma alternativa à Economia de Mercado, assumindo como foco principal as questões sociais e, com o passar dos anos, passou a ser reconhecida pela CE como instrumento da luta contra a exclusão social.

A partir de finais do século XX, assistiu-se a um crescimento da Economia Social resultado, de entre outras preocupações sociais, do desemprego e exclusão social. Apesar das formas jurídicas ou institucionais da Economia Social variarem entre os países da União Europeia, englobam-se essencialmente nas cooperativas, mutualidades, associações e fundações.

Visão estrangeira

a) Alguns dados e resultados

Ao longo dos anos as instituições têm tido um papel essencial na ajuda das pessoas, tendo evoluído a sua ação não só a nível local mas também ao nível internacional (como por exemplo a Cruz Vermelha Internacional). Surgiram ligadas à caridade com os mais desfavorecidos, defendida pela religião e foram assumindo o papel de satisfazer as necessidades não colmatadas pela Economia de Mercado e Economia Pública. A Declaração de Copenhaga, em 1995, resultante da Cimeira Mundial para o Desenvolvimento Social, foi pioneira na divulgação da importância da participação dos cidadãos e das instituições da sociedade civil no desenvolvimento social e económico.

No início dos anos 90, a Universidade *Johns Hopkins* apresentou um estudo comparativo entre 8 países (Estados Unidos da América, Reino Unido, França, Alemanha, Itália, Suécia, Hungria e Japão) e no final da década de 90 alargou-o para 22 países (Estados Unidos da América, Reino Unido, França, Alemanha, Hungria, Japão, Holanda, Irlanda, Bélgica, Espanha, Áustria, Finlândia, República Checa, Eslováquia, Roménia, Austrália, Israel, Argentina, Peru, Brasil, Colômbia e México), que resultou na perceção de que as instituições constituem o 8º maior setor de atividade económica.

Segundo dados de 2007, do Comité Económico e Social Europeu, numa perspetiva macroeconómica, a Economia Social na Europa era muito importante tanto do ponto de vista humano como económico, empregando mais de 11 milhões de pessoas (6,7% da população ativa da UE).

A família de associações, fundações e outras instituições era a maior componente da Economia Social da Europa. Contudo, nos novos Estados-Membros e na Itália, Espanha, Finlândia e Suécia, a família maior era a das cooperativas e formas semelhantes. A Economia Social, para além do seu

peso quantitativo, tem vindo nas últimas décadas "...a afirmar a sua capacidade de contribuir eficazmente para a solução dos novos problemas sociais..." (CIRIEC, 2007)

O Comité Económico e Social Europeu afirma que o conceito de Economia Social está ligado aos conceitos de progresso e coesão social, sendo o contributo económico das cooperativas, mutualidades, associações, fundações e outras organizações sociais superior ao do PIB. Foi demonstrado em vários estudos que a Economia Social é um espaço que regulamenta o sistema tornando o modelo de desenvolvimento social e económico mais equilibrado, na definição de atividades socioeconómicas, acessibilidade de serviços (geográfico, social, financeiro e cultural) e capacidade de os adaptar às necessidades, criando assim estabilidade. A Economia Social tem capacidade de criar oportunidades para a sociedade e contribui para um desenvolvimento que dá prioridade à dimensão humana sendo reconhecida, tanto científica, social e politicamente nas seguintes áreas: prestação de serviços de assistência social (como os serviços sociais, de saúde e segurança social), coesão social, emprego, criação e manutenção do tecido económico, reforço da democracia, inovação social e desenvolvimento local.

Em 2010, no artigo *Putting the civil society sector on the economic map of the world* foram indicados como principais resultados os seguintes (Salamon, 2010):

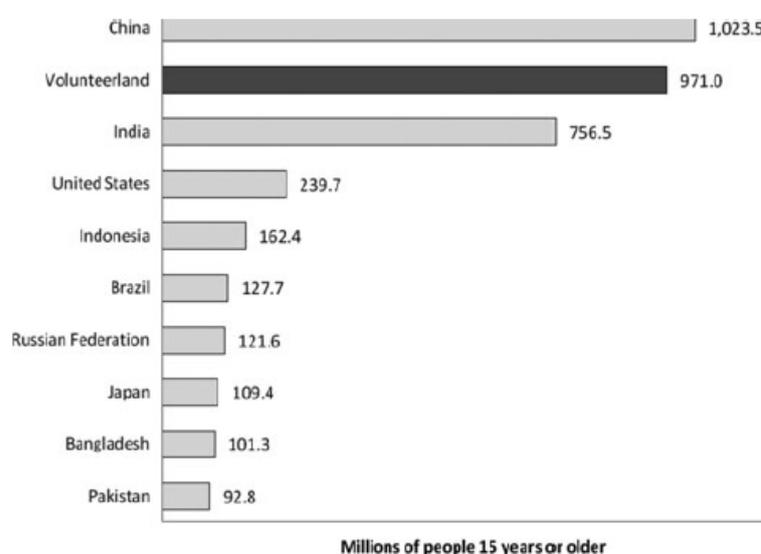
- O setor NPI é uma força económica maior do que tem sido reconhecida. Nos países com dados financeiros disponíveis, as instituições sem fins lucrativos representavam 2,2 triliões de dólares em despesas operacionais – O setor era maior do que o PIB e, em 42 deles, as ISFL empregavam cerca de 56 milhões de trabalhadores a tempo inteiro, ou seja, cerca de 5,6% da população ativa;
- Os EUA não têm a maior força económica do mundo do setor - Medido como proporção da população ativa, a força de trabalho do setor é maior em muitos países europeus. A Europa do sul é uma região que não tem um "Estado-providência" mas o governo tem confiança nas ISFL para prestar parcerias de serviços de bem-estar, financiadas com recursos públicos;
- Os voluntários constituem uma parte crucial da força de trabalho - Traduzindo para cargos equivalentes, em tempo integral, os voluntários são responsáveis por 42% da mão de obra das ISFL. A Filantropia é responsável por uma parcela pequena das receitas das instituições sem fins lucrativos. A maior receita vem de taxas e pagamentos do setor público em todo o mundo.
- As ISFL têm sido uma presença dinâmica, aumentando mais o emprego que os negócios ou o governo – A implementação do Manual da ONU contribuiu para isso. Os resultados iniciais, provenientes dos 8 países que completaram as contas satélite (Austrália, Bélgica, Canadá, República Checa, França, Japão, Nova Zelândia e Estados Unidos) foram bastante reveladores:
 - A sociedade civil é uma enorme força económica, contribuindo em média, para 5% do PIB nesses países e superior a 7% em países como o Canadá e os Estados Unidos;
 - A contribuição do setor NPI para o PIB excede ou iguala a contribuição do PIB de muitas grandes indústrias desses países, tais como gás, água, e energia elétrica (2,3% do PIB), construção (5,1% do PIB), e intermediação financeira, seguros e serviços financeiros (5,6%);
 - Nos serviços sociais, saúde, desporto e recreação, a contribuição das ISFL para o PIB é maior.

- Cerca de 1/4 do valor acrescentado pelas ISFL resulta do trabalho de voluntários, ressaltando a importância crucial da captura de trabalho voluntário nas estatísticas económicas.

E, no artigo *Measuring the economic value of volunteer work globally: concepts, estimates, and a roadmap to the future* é referido que à exceção de alguns países industrializados, o voluntariado não apresenta estatísticas oficiais e a falta de dados comparativos tem inúmeras consequências práticas (Salamon, et al., 2011): Limita a visibilidade e credibilidade do trabalho voluntário. "Fora de vista / fora da mente"; A gestão eficaz do trabalho voluntário torna-se mais difícil. O que não pode ser medido, não pode ser gerido de forma eficaz; e, Rouba a capacidade das sociedades fazerem o uso mais eficiente dos recursos humanos e nega uma apreciação plena das contribuições dos voluntários.

Neste artigo é indicado ainda que quase 1 bilhão de pessoas em todo o mundo doam o seu tempo através do setor público, privado e sem fins lucrativos ou diretamente entre amigos e vizinhos. Por isso, se fosse um país, o voluntariado seria o 2º mais populoso ("Vounteerland"), atrás da China.

Figura 2-1: A força de trabalho voluntária vs a população adulta nos maiores países do mundo



Fonte: (Salamon, et al., 2011)

Esta conclusão decorreu da primeira estimativa empírica sobre a escala global e o valor económico do trabalho voluntário em todo o mundo. Deste processo concluiu-se que (Salamon, et al., 2011):

- Os voluntários representam uma enorme presença global. Estima-se em cerca de 971 milhões de pessoas num ano, em todo o mundo, através de instituições ou diretamente a pessoas fora do seu agregado familiar. Desses voluntários, aproximadamente 36% através de instituições e 64% diretamente para os indivíduos que vivem em agregados familiares que não os seus;

- Os voluntários são uma força de trabalho dispersa. Os países de baixos rendimentos apresentam uma maior proporção de voluntários, já que esses países também contam em maior número para a população do mundo. Cerca de 62% de todos os voluntários estão nos países de médio-baixo rendimento, em comparação a 38% nos países de médio-alto rendimento. Esta disparidade é nítida quando se trata de voluntariado individual em oposição ao voluntariado praticado através das instituições. Apenas 32% de todos os voluntários nos países de baixo-médio rendimento

fazem-no através de instituições, contra 68% que pratica voluntariado diretamente para outras pessoas. Em comparação, nos países em melhor situação, 43% de todos os voluntários fazem voluntariado através de instituições. No entanto, as taxas de voluntariado (da população adulta) são maiores em países de altos rendimentos. A razão do voluntariado praticado através de instituições, em países de mais alto rendimento, ser o dobro dos países de médio e baixo rendimento, sugere que essas diferenças nas taxas dos voluntários se devam ao facto das instituições serem muito mais eficazes em mobilizar a participação voluntária dos impulsos espontâneos de ser voluntário.

- A força de trabalho voluntário é numerosa – Usando a abordagem de custo aplicada tanto às instituições como ao voluntariado formal, o valor económico total da força de trabalho do mundo voluntário, a partir de 2005, era nos EUA de 1,348 triliões de dólares. Isto significava que, se fosse um país, a economia do 'Volunteerland' seria a 7ª maior no mundo, atrás dos EUA, Japão, Alemanha, China, Reino Unido e França e à frente de, por exemplo, Canadá, Espanha e Itália.

- A força de trabalho voluntário produz valor económico num amplo conjunto de mercados. Devido às diferenças nos níveis salariais, a distribuição do valor do trabalho voluntário difere da distribuição dos voluntários. Assim, os países com menores rendimentos apresentam menos de 8% do valor estimado do trabalho voluntário. A geografia da economia voluntária espelha a distribuição geográfica do PIB global. Assim, a América do Norte e a Europa Ocidental representam cerca de 73% do valor do trabalho voluntário - um pouco mais do que a sua quota de 60% do PIB global. Uma das razões será a percentagem demasiado elevada de instituições com trabalho voluntário na Europa Ocidental, o que representa cerca de 45% do valor do voluntariado através das instituições, mas apenas 29% do PIB global. Em contraste, no Extremo Oriente, o valor global do trabalho voluntário é muito inferior à sua quota do PIB global, menos de 9% contra 17,5%. Isso reflete as tradições de voluntariado nos países desenvolvidos nesta parte do mundo, mas também, a dificuldade de medir o trabalho voluntário nos países mais populosos, como a China. Da mesma forma, a América do Sul e no Médio Oriente reivindicam menos de 2% do valor de trabalho voluntário. Em ambos os casos, abaixo das suas parcelas do PIB global. Finalmente, na África o valor de todo o trabalho voluntário é igual à sua quota do PIB global, mas a sua participação no valor do trabalho voluntário direto é maior.

b) O seu reconhecimento e a consequente divulgação

No documento *A Economia Social na União Europeia* é indicado que em termos de atividade, a Economia Social está historicamente ligada às associações e cooperativas de base comunitária. O sistema de valores e princípios de conduta das associações, que se foi definindo ao longo da história do movimento cooperativista, serviu de base à formação do conceito de Economia Social, estruturado em torno de cooperativas, mutualidades, associações e fundações.

A Economia Social tem sido assim reconhecida política e juridicamente, quer a nível nacional, quer a nível europeu. Em 1989, a CE publicou a comunicação "As empresas da economia social e a realização de um mercado europeu sem fronteiras" e patrocinou a Primeira Conferência Europeia sobre Economia Social (em Paris), criando a Unidade "Economia Social".

Na Europa, as diferentes formas de Economia Social nem sempre têm uma estrutura institucional adequada. Os sistemas jurídicos dos diferentes países da UE não reconhecem na mesma medida

todas as formas de economia social, existindo disparidade de estatutos jurídicos. Podem identificar-se três grupos de países: com legislação específica; com algumas disposições estatutárias relativas às instituições da economia social descritas em diferentes leis; e, sem leis para algumas formas de economia social. Na maioria dos países da zona ocidental da UE, as quatro formas jurídicas da economia social usufruem de um tratamento fiscal específico. Os benefícios das medidas fiscais são mais frequentes nas associações e fundações devido à sua natureza não lucrativa e à forma como distribuem os recursos e excedentes, dando prioridade a atividades de interesse social e/ou geral.

Destaco deste documento alguns desafios e obstáculos da Economia Social (CIRIEC, 2007):

- Consolidação na sociedade europeia enquanto *pólo de utilidade social* entre os setores capitalista e público. Ela não só afirmou a sua capacidade para efetuar uma contribuição efetiva para a resolução dos novos problemas sociais como também reforçou a sua posição em setores tradicionais como a agricultura, indústria, serviços, retalho, banca e seguros.

- Necessidade de acabar com a sua invisibilidade institucional, explicada não apenas pela sua natureza emergente como novo setor do sistema económico, mas também pela falta de identificação concetual, ou seja, uma definição clara e rigorosa das características que os seus diferentes tipos de entidades partilham e os traços específicos que permitem que se distingam.

- A sua dimensão crescente proporciona mais de 11 milhões de postos de trabalho diretos, o que constitui 6% do emprego total na UE. Porém, isso é invisível na contabilidade nacional. As normas contabilísticas adotadas nos sistemas económicos mistos não reconhecem a economia social como um setor institucional diferenciado, tornando difícil a elaboração de estatísticas económicas regulares, precisas e fidedignas sobre os agentes que a compõem. A elaboração do *Manual da Comissão Europeia para a elaboração das contas satélite das empresas da economia social* foi importante para o reconhecimento institucional de uma parte da economia social nos sistemas contabilísticos. Nele é explicada a metodologia através da qual podem ser elaboradas na UE estatísticas harmonizadas, para os cinco mais importantes grupos de entidades da economia social: a) cooperativas, b) mutualidades, c) grupos de empresas da economia social, d) outras empresas análogas na economia social e e) organizações sem fins lucrativos.

- Conseguir o seu reconhecimento enquanto interlocutor específico no diálogo social. Tornou-se a maior instituição da sociedade civil que contribui significativamente para a organização da sua estrutura associativa e para o desenvolvimento da democracia participativa. E é um poderoso ator económico e social com características específicas que não se regem pelo esquema clássico empregadores/trabalhadores e que reclamam que ela seja reconhecida como parceiro social. As Instituições Europeias (Parlamento Europeu, CE e CESE) reconhecem a capacidade da economia social corrigir desequilíbrios sociais e económicos e de ajudar a atingir vários objetivos de interesse geral. Com o aparecimento de novos problemas sociais (população envelhecida, migração em massa, etc.), essas alterações dão origem ao aumento de oportunidades mas também a desafios e a ameaças para algumas das suas esferas de atuação. Devido a características específicas, os atores da economia social podem desempenhar um papel importante tanto na integração da população imigrante como no desenvolvimento de fluxos comerciais dentro da UE e entre a Europa e a margem Sul do Mediterrâneo. As redes de investigação e de intercâmbio de informações entre os centros e os

profissionais da economia social contribuirão, para alargar as bases de conhecimento específico e para difundi-lo por toda a Europa.

E, em 2011, no documento *Broadening civic space through voluntary action* é indicado que a sociedade civil significa mais do que ONG's e OSC's, e propõe que a participação das OSC com a sociedade civil seja uma área multi-dimensional em que as OSC desempenham um papel contínuo e responsabilmente organizado. São mencionados ainda os seguintes benefícios do voluntariado:

Tabela 2-5: Benefícios para as diferentes partes interessadas

For civil society in general	For CSOs	For non-formal voluntary action
Better post-change outcomes	Enhanced inclusiveness	Policy support and access to government
Improved sustainability	Greater access to local intelligence, skills and established relationships	Access to organisational skills and experience
Greater exposure and promotion of core social values	Improved legitimacy and accountability	Less narrow groups, values and arenas
Larger scale, greater coordination and impact of citizen participation	Access to new ideas and energy from multi-generational volunteers	Improved legitimacy and accountability
Stronger, more inclusive communities	Flexibility	Opportunities to broaden and deepen individual participation

Fonte: (CIVICUS, 2011)

Visão nacional

a) Alguns dados e resultados

Em 2001, o estudo *Caracterização do voluntariado em Portugal*, realizado a 2366 instituições para obter a sua opinião sobre a realidade do voluntariado português, teve por base o Estudo Europeu dos Valores, de 1999, que referia que o peso real do voluntariado nas instituições da Economia Social variava segundo os países e o tipo de atividades desempenhadas.

Como pontos a evidenciar salientam-se os seguintes (Delicado, et al., 2002):

- 34% das instituições não acolhem voluntários, argumentando que a ausência de recrutamento destes se deve: à indisponibilidade das pessoas/falta de comparência (66,4%); e, a necessidades de funcionários especializados para desempenhar determinada função (30,1%);
- A vantagem principal em acolher voluntários é a motivação/entusiasmo (65,5%) que eles dedicam no seu trabalho, o que origina desenvolvimento e participação da comunidade com estímulo de relações amigáveis e solidárias. E, 43,4%, reconhece que são importantes sempre que não há recursos financeiros suficientes;
- O voluntariado varia em função dos utentes servidos, dos recursos das instituições e da origem destes. “São as instituições mais pequenas, dirigidas a grupos mais marginalizados e menos apoiados pelo Estado que mais recorrem ao trabalho voluntário.”;
- A oferta de voluntários é insuficiente e influenciada pelas condições socioeconómicas da população, diferenciando-se de acordo com a região do país (pertencendo muitos à população ativa);

- 54% das instituições têm procedimentos para a seleção dos voluntários e quando os recrutam fazem-no pelas redes sociais (contatos pessoais). Contudo, investem pouco em formação, acompanhamento e reembolso de despesas;

- 62% referiu que o tempo médio de permanência dos voluntários ronda os 2 anos, assumindo estas várias atividades com uma regularidade que chega, em 52% delas, às 5 a 10 horas semanais. A participação dos voluntários é maioritariamente regular.

No documento *O sector não lucrativo português* é apresentado um estudo realizado em 2002 que incidiu sobre 38 países (18 países considerados como “industriais desenvolvidos” pertencentes à América do Norte, Europa Ocidental e Ásia; 15 países designados por “em desenvolvimento” da América Latina, Ásia, África e Médio Oriente; e, 5 países em transição na Europa Central e de Leste). Os dados que se destacam como relevantes são (Franco, 2005):

- As despesas do setor português representaram 4,2% do PIB;
- Quase 1/4 de milhão da mão-de-obra do setor trabalha a tempo inteiro (227.292);
- 70% dos trabalhadores são remunerados, sendo os restantes voluntários (situando-se apenas quase 10% abaixo da média europeia e dos países em transição e desenvolvidos);
- A representatividade deste setor em termos do número de trabalhadores é superior comparativamente, por exemplo, à indústria dos transportes (205.000);
- A mão-de-obra representa 4,0% da população ativa, sendo inferior à média de 4,5% dos 38 países mas superior à dos países da Europa Central e de Leste;
- A maior fonte de fundos provém das receitas próprias da instituição (quotas e vendas) representando 48%, seguindo-se o apoio público com 40% e a filantropia com 12%;
- Comparativamente à média de 36 países, as receitas próprias situam-se 5% abaixo, reflexo da maior dependência no apoio do governo português;
- Quando se inclui o voluntariado na filantropia, como fonte de fundos, esta atinge os 21% mas continua a ser inferior às receitas próprias e ao apoio do Estado;
- O setor português reflete, assim, a história de desenvolvimento da sociedade civil, influenciada por quatro impulsos: herança da igreja católica romana, tradição do mutualismo, controlo político autoritário e transição da democracia para uma crescente confiança do Estado nas instituições privadas não lucrativas.

Em 2006, foram recolhidos dados pelo INE, referentes à *Conta Satélite das Instituições sem fim lucrativo*, que apontavam para a existência de 45.543 instituições, sendo a filantropia e a promoção do voluntariado as áreas menos representativas, com 0,2%.

Na publicação do destaque de 2011 resumia-se a caracterização do setor não lucrativo português (ISFL) e a dimensão económica deste a nível nacional e europeu (INE, 2006):

- O setor das ISFL era heterogéneo. Cerca de 50% desenvolviam uma atividade na área da cultura e recreio. As instituições religiosas (15,6%) e os serviços sociais (13,7%) também apresentavam um peso significativo e as atividades com menor representatividade eram: o ambiente (1,7%), a saúde (1,4%) e, lei, direitos e política (1,0%) e atividades internacionais (0,6%);

- Em termos de postos de trabalho remunerados, observava-se uma hierarquização distinta das atividades. Mais de 50% do emprego nas ISFL concentrava-se nas atividades sociais. Seguiam-se as atividades de educação e investigação (13,2%), saúde (9,1%) e cultura e recreio (8,5%);

- O domínio dos serviços sociais manifestou-se ainda ao nível monetário, com o VAB e as remunerações, representando 45,2% e 44,0% do total das ISFL, respetivamente. Estes serviços integravam, as Misericórdias e os centros sociais e paroquiais. Outras atividades não lucrativas que também se destacaram com um VAB significativo foram a educação e investigação (15,1%), a cultura e recreio (9,9%), a saúde (9,3%) e as associações patronais, profissionais e sindicatos (9,0%);

O relatório *Volunteering in Portugal – Facts and Figures Report* aborda o setor sem fins lucrativos e o voluntariado, referindo que no final do ano de 2007 existiam 4.734 instituições com trabalho voluntário em Portugal mas apenas 1.101 tinham registo na base de dados do CNPV. A distribuição era a seguinte: 2.795 associações de solidariedade social; 1.561 Fundações, Paróquias e outras organizações religiosas; 352 Santas Casas de Misericórdia; e, 26 Sindicatos, Federações e Confederações. Até ao final desse ano, 94 bancos locais de voluntariado foram implementados (13 deles durante 2007) e 22 foram submetidos ao processo de implementação.

Sobre o impacto e eficiência dos bancos locais de voluntariado em Portugal, o CNPV observou que havia diferentes elementos que deviam ser considerados pelos bancos ao avaliar a eficiência dos voluntários, sendo eles: a disponibilidade das instituições promotoras em receber voluntários, o perfil dos voluntários e a capacidade técnica de gestão de cada banco. Cerca de 70% dos bancos locais de voluntariado responderam eficazmente às solicitações das instituições promotoras registadas no banco local de voluntariado e que estavam preparadas ou dispostas a receber voluntários.

Neste relatório foram resumidas ainda as razões verificadas em vários estudos sobre a reduzida participação de voluntários (CEV, 2008): 48 anos de um regime autoritário que proibiu a participação associativa; incipiente cultura cívica (a baixa propriedade associativa e o menor comparecimento eleitoral, assim como a indiferença em relação à política); pequena classe social média-alta e alta (que, em geral, dedicam-se mais ao voluntariado); mercado de trabalho que exige horas extra, multi-emprego e poucos cargos a tempo parcial; Estado que não promove o reconhecimento da necessidade e do valor do voluntariado; e, ocorrência recente, e não bem desenvolvida, de RSE.

E, em 2011, a Entrajuda (associação responsável pela criação do Banco de Bens Doados e do Banco de Equipamentos) publicou a seguinte informação “A economia social representa hoje a nível europeu cerca de 8% das empresas e instituições e também perto de 10% do emprego, calculando-se que cerca de 25% dos cidadãos europeus estejam a ela ligados, nos mais variados aspectos.”.

Em Portugal, as IPSS eram mais de 4.500 com atividade real e a contribuir para 5% do PIB. Empregavam 270.000 pessoas e milhares de voluntários, promovendo a coesão social e a igualdade de oportunidades. Nesta publicação foram enumerados ainda os 4 objetivos da UE para que todos os estados-membro criem condições na sociedade civil para a prática do voluntariado sendo eles (Entrajuda, 2011): criar um ambiente propício; dar meios às instituições que promovem o voluntariado para melhorar a qualidade das atividades; reconhecer o trabalho voluntário; e, sensibilizar as pessoas para o seu valor e importância. No estudo, realizado em 2010, sobre os voluntários, suas motivações, preferências e meio para chegar às instituições, as principais conclusões foram (Entrajuda, 2011):

- Os voluntários chegavam às instituições maioritariamente através de familiares e amigos (39,8%). A Bolsa de Voluntariado representava 7,7% da angariação dos voluntários;
- Os voluntários eram motivados pelo bem-fazer (50%) e pela realização pessoal (33,7). 10,9% eram estudantes; 28,1% tinham atividade profissional e 7,3% estavam desempregados;
- 78,4% eram voluntários regulares colaborando pelo menos uma vez por semana e 56,5% dos voluntários tinham idade superior a 56 anos (56-65 e mais de 65 anos), estando 41,6% reformados. Alguns dados apresentados foram recolhidos pela Bolsa de Voluntariado que tinha cerca de 16.500 voluntários e 850 instituições registadas em Janeiro de 2011. Daí obteve-se a seguinte informação:
 - Áreas de atuação: Solidariedade Social (31,2%), Saúde (15,1%) e Educação (14,9%);
 - O trabalho na comunidade, que envolvia crianças, bebés, jovens e mulheres grávidas ou mães solteiras representava 64% das preferências em termos de destinatários;
 - Os voluntários apresentavam elevadas qualificações e uma diversidade de competências.

b) O seu reconhecimento e a consequente divulgação

Em 2005, no documento *O sector não lucrativo português* foi apresentado o estudo realizado, em 2002, no qual indicava que o setor português da sociedade civil enfrentava uma série de desafios:

- Aumentar a consciência pública - a sociedade não percebe que as cooperativas e IPSS pertencem a um mesmo setor. Sugere-se que o INE encoraje a implementar o *Manual de Instituições Sem Fins Lucrativos no Sistema de Contas Nacionais*, para garantir a visibilidade suficiente do setor;
- Reforçar o seu quadro legal - O quadro jurídico que regula a constituição e o funcionamento dos diferentes tipos de instituições é confuso, uma vez que combina instrumentos de legislação civil e normas constitucionais, aplicados a várias formas de instituições;
- Melhorar a capacidade da sociedade civil – A sociedade civil, em Portugal, é vista como "setor missionário". Esta perceção é usada para justificar os baixos salários e as longas horas de trabalho. Em consequência, o pessoal qualificado move-se para o setor lucrativo. Além disso, as instituições da sociedade civil são muito dependentes do financiamento público e os programas de formação para os gestores do terceiro setor podem impulsionar a capacidade e gestão eficaz destas;
- Melhorar a relação do governo com as instituições sem fins lucrativos - O Estado pode confiar algumas atividades nas instituições dando apoio, mas para a autonomia do terceiro sector, deve haver cooperação entre o Estado e a sociedade civil. A fronteira deve ser clara e as funções do Estado separadas das funções daquela.

O artigo *Quando a ajuda chega por mail: o voluntariado* abordava as oportunidades e limitações resultantes da escassez de reconhecimento de uma nova dimensão do voluntariado, o voluntariado virtual (conhecido por e-voluntariado ou cibervoluntariado e tele-mentor/tutor). Utilizado por algumas instituições para captar voluntários ou até satisfazer necessidades, é um tipo de voluntariado realizado através da internet, não obrigando à deslocação do voluntário ou à permanência num espaço físico. O autor resume-o ao seguinte (Monteiro, 2008):

Tabela 2-6: Análise SWOT do voluntariado on-line

<p>FORÇAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Os novos públicos potenciais: jovens, deficientes, donas de casa... - Revisão da imagem tradicional do voluntariado - Recrutamento de voluntários em áreas especializadas - Resposta a novas necessidades, nomeadamente no campo da informação e da comunicação (gestão e uso) - Resposta à necessidade de partilhar voluntários - Recurso portais de recrutamento, geridos por organizações mediadoras - Acessibilidades facilitadas 	<p>FRAQUEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dificuldade em enquadrar o novo tipo de actividades na missão mais tradicional das organizações - Inadequação ao perfil das actividades predominantemente desenvolvidas pelas ONG portuguesas - Limites do voluntariado pontual - Inadequação na resposta às crises de Liderança
<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Crescente acesso à Internet e em particular à banda larga - Disponibilização de novos recursos em apoio ao estabelecimento de redes sociais (a web 2.0) - O novo perfil da participação do indivíduo na vida pública 	<p>AMEAÇAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - O baixo uso das TIC pelas organizações do Terceiro Sector

Fonte: (Monteiro, 2008)

No estudo *Study on Volunteering in the European Union - Country Report* é revelada a história e os antecedentes contextuais do setor português sem fins lucrativos (CE, 2010):

O setor da sociedade civil portuguesa tem raízes que remontam quase a um milénio. No entanto, as instituições da sociedade civil, com uma aliança entre Igreja, Estado e as elites rurais, mantiveram a sociedade civil limitada às atividades de assistência, com a exceção do período liberal, no início do século 20. Portugal tem, assim, um setor da sociedade civil que, embora menor do que noutras partes da Europa Ocidental, é maior do que em muitos países da Europa Central e Oriental, com o qual Portugal partilha uma história de controle autoritário.

Após a queda do "Estado Novo", nasceu a primeira ONGD mas somente em 1994 é que o Estado Português reconheceu o seu estatuto definindo os princípios, formas de ação e organização. Na sequência do AIV promovido pela ONU, em 2001, o Governo Português constituiu a CNAIV, que realizou vários estudos sobre o voluntariado em Portugal. Nos anos seguintes, a CNAIV foi renomeada para CNPV e desde 2003 tem vindo a criar vários centros de voluntários locais em todo o país. Os principais órgãos públicos e organizações envolvidas são:

- Organismo público principal responsável pelo voluntariado - A entidade governamental que promove o voluntariado é o CNPV, que depende do MTSS;
- Outros órgãos públicos envolvidos no voluntariado - organizações locais e nacionais e ONG's com um papel importante no apoio ao voluntariado e a incentivar as pessoas a se oferecerem;
- Organizações que promovem o voluntariado e facilitam a cooperação e a troca de informação - A Plataforma Social das ONGD foi criada em 1985 e serve como um elo entre ONGD, sociedade civil, autoridades públicas e outras organizações. E, o IPJ entrega bolsas às organizações de voluntários (uma quantia de cerca de 125 euros por mês para cada jovem e, em casos justificados,

o apoio financeiro é de até 75% do orçamento do projeto) essencialmente para: suporte técnico necessário no desenvolvimento dos seus projetos de voluntariado; e, pagamento dos custos de viagens internacionais dos voluntários. O Estado é o principal ator empenhado em promover e apoiar o trabalho voluntário e a ideia do voluntariado em Portugal. No entanto as suas iniciativas e campanhas estão mais direcionadas para os jovens do que para outros grupos etários.

Neste documento é revelado que o voluntariado substitui serviços e emprego. A falta de recursos financeiros que as instituições sofrem continuamente leva-as a recrutar mais voluntários do que funcionários permanentes, sendo um desenvolvimento problemático pois o voluntariado não deve substituir o trabalho pago. A luta para o financiamento também limita e restringe o âmbito das suas atividades, especialmente sobre a conceção de estratégias de trabalho de longo prazo. A presença de voluntários nas instituições varia dependendo, principalmente, do tipo de organização considerada. Num extremo estão os bombeiros voluntários e as delegações da Cruz Vermelha, dependentes do trabalho voluntário e, no outro, inúmeras instituições privadas como a Segurança Social, onde o número de voluntários (com exceção dos cargos de gestão) é muito baixo. Embora a democracia tenha estimulado o desenvolvimento das instituições sem fins lucrativos em Portugal, a sua influência tem sido limitada a um campo estreito de atividade, principalmente na prestação de serviços sociais. Este setor enfrenta como desafios (CE, 2010):

- Recrutamento de voluntários qualificados - A Internet tornou-se a grande ferramenta de recrutamento. Outra característica será a preferência por voluntários que já estiveram anteriormente na instituição. No entanto, a auto-proposta também assume uma especial relevância. O principal critério de seleção é a capacidade do candidato de se identificar com a filosofia da instituição e seus princípios, bem como a experiência profissional na área do seu interesse particular. A idade é considerada um critério pouco importante no recrutamento. A falta de recursos humanos qualificados e financeiros é um problema comum em Portugal, e isto está a ter um grande impacto sobre o progresso do trabalho de voluntariado e do Terceiro Setor. Os voluntários queixam-se da falta de benefícios e de ajuda financeira e pedem uma legislação mais favorável, incluindo isenções fiscais, seguro médico, e tempo de contagem para a aposentação;

- A falta de dados – Não há informações sobre o valor económico do voluntariado no país e não é possível avaliar com precisão a contribuição financeira dos voluntários para o PIB;

- Perceções e preconceitos - Embora a atitude do voluntariado na sociedade portuguesa se tenha tornado mais positiva, ainda apresenta uma taxa reduzida de trabalho voluntário na Europa.

- Necessidades de reforçar a infra-estrutura do voluntariado – Os centros de voluntariado são uma realidade emergente, por isso deverão ser fortalecidos para originar uma melhor promoção e visibilidade do voluntariado.

O relatório do Orçamento de Estado para 2012 referia uma despesa total de 23.380,53 milhões de euros, da qual uma parte destinava-se a políticas do Ministério da Solidariedade Social e da Segurança Social (Finanças, 2011), destacando-se as medidas e iniciativas aí apresentadas:

- Implementação do PES, assente em cinco eixos: famílias com mais dificuldades, idosos, deficiência, voluntariado e instituições. Esta ação tinha como objetivos: combater a pobreza; reforçar a inclusão e coesão sociais; e, ativar as pessoas, capacitando-as e incentivando-as através do

trabalho socialmente útil, combatendo o desperdício, fomentando a responsabilidade social e dinamizando o voluntariado, sendo essencial o contributo das entidades da economia social;

- Valorização e reconhecimento da Economia Social;
- Estimulo à criação e apoio às entidades do terceiro setor que pretendessem desenvolver projetos inovadores para responder aos desafios colocados à comunidade e envolver a participação de cidadãos em risco de exclusão social, promovendo deste modo a sua integração.

4. Síntese

Os voluntários estiveram sempre presentes na sociedade, com uma ação predominantemente de cariz caritativo e exercida de forma isolada e esporádica entre familiares, vizinhos e amigos. Mais tarde, este conceito foi reconhecido socialmente e, no final do séc. XIX, princípio do séc. XX distingue-se do trabalho remunerado e técnico, apesar de continuar a ser desvalorizado.

Entretanto, com a afirmação do Estado-Providência (final da II Guerra Mundial, meados dos anos 70), enquanto responsável pela assistência social à comunidade, o voluntariado é desenvolvido como oposição ou complemento àquele, no que se refere à ajuda social em situações críticas, ficando ligado à sociedade civil. A Economia Social surgiu, assim, ligada ao conceito de ação coletiva, numa lógica de reciprocidade (onde se assumiam compromissos exigentes com a preocupação do combate às dificuldades sentidas pelas pessoas) e como uma alternativa à Economia de Mercado. Apesar da Economia Pública (Estado) ter o papel de criar emprego e redistribuir os recursos, em tempos de crise a Economia Social acabou por sobressair (caraterizando-se pela reciprocidade e entreajuda, representava as razões sociais de proximidade, culturais de costumes, valores e religiosas). Ela reflete-se em instituições que podem reger-se pelo interesse do grupo (ex.: Cooperativas e Mutualidades) ou pelo interesse geral (ex.: Associações e Fundações).

Atualmente, o voluntariado assume um espaço próprio, como complemento ao trabalho profissional e de atuação das instituições, envolvendo uma intervenção humana que implica a preocupação a nível internacional, tanto da sociedade civil, como do governo e das empresas. Desde a publicação do Livro Verde, em 2001, muito se evoluiu no Mundo, em particular na Europa e, em Portugal, no que diz respeito à responsabilidade social. As pressões têm sido várias: desde o consumidor, ao legislador e regulador, passando pela cadeia de valor – clientes e fornecedores, até à concorrência, todos têm contribuído para que as empresas sejam e queiram ser socialmente responsáveis. A publicação de relatórios de sustentabilidade tem vindo a crescer em todos os setores de atividade, o que demonstra a evolução de ações isoladas para estratégias de responsabilidade social, devidamente integradas nos modelos de negócio das empresas. As empresas socialmente responsáveis pretendem, assim, dar um sinal às diversas partes interessadas com as quais interagem: os colaboradores, os acionistas, os consumidores, os poderes públicos. Ao procederem desta forma, estão a investir no futuro e esperam que esse compromisso contribua para um aumento da sua rentabilidade.

O CEV assume que o voluntariado desempenha um papel crucial na UE, sendo necessário um compromisso para o esforço conjunto do governo, das empresas e das instituições: Os voluntários estão envolvidos em diversas atividades, como a prestação de educação, ajuda mútua, defesa, campanhas, gestão e ações comunitárias e ambientais; O voluntariado representa uma forma das

peças de todas as nacionalidades, religiões, origens socioeconómicas e idades poderem contribuir para uma mudança positiva; Através do voluntariado os indivíduos adquirem e desenvolvem competências como a liderança, comunicação e organização e estendem as suas redes sociais; O valor económico e a participação da atividade económica do voluntariado no PIB são significativos, necessitando de ser identificados nos Cálculos das Estatísticas Nacionais; e, O voluntariado e a criação de parcerias inovadoras entre empresas, autoridades públicas e centros de voluntariado são uma forma de desenvolver a RSE.

O envolvimento dos cidadãos europeus no trabalho voluntário é cada vez maior, resultando da promoção do voluntariado, principalmente, pela UE, que tem assumido o desenvolvimento de estratégias para que os países coloquem em prática ações com um propósito comum mas adaptadas à sua realidade. Além disso, a divulgação das práticas de voluntariado tem sido concretizada de diferentes formas, conforme indicado no *Relatório sobre o Estado do Voluntariado no Mundo*, através da utilização das tecnologias da comunicação, designadamente a internet. É ainda reconhecido pelo seu contributo para o bem-estar físico, económico, espiritual e social e pelo benefício que apresenta a quem rodeia o voluntário, como a família e a comunidade. No que se refere à comunidade, o voluntariado aumenta o capital social e contribui para sociedades mais saudáveis, capacitando-as para responder a situações difíceis.

A relação que se pode estabelecer entre Economia Social e Economia de Mercado é crucial para o sucesso das ações desenvolvidas, na medida em que as empresas têm os recursos humanos e as instituições sabem o que é preciso fazer. Para além disso, se a restante economia (Doméstica e Pública) entrar neste processo, o envolvimento de todos permitirá que o potencial de resultados cresça. Para a Economia Social os desafios passam por: aumentar o conhecimento sobre o setor (disponibilizar mais informação sobre as instituições e criar indicadores representativos); fortalecer o enquadramento legal (com possibilidades de maior transparência, ao aperfeiçoar o tratamento fiscal e das doações); melhorar a capacidade da sociedade civil (evitar a má remuneração e o excesso de trabalho, de forma a reter o pessoal qualificado e formado, assim como diminuir a dependência do Estado, garantindo um melhor serviço); e, desenvolver relações governo-organizacionais não lucrativas com o objetivo de alcançar a cooperação entre setores mas sem perder a autonomia. No que se refere às empresas, existem fatores impulsionadores como: a vantagem competitiva associada à capacidade de partilha de valor com os *stakeholders*; a crescente importância dos critérios éticos na decisão dos consumidores; o ambiente de trabalho; a defesa da existência de redes com relações de confiança mútua; e, a redução do papel regulador do Estado que, em contexto de crise, obriga-as a estabelecer o equilíbrio entre a atividade económica e a preservação social e ambiental.

Em Portugal, o voluntariado foi sempre muito influenciado por motivações altruístas, estimuladas pelas crenças religiosas, mas também tem sido movido por aspirações de justiça social, nas quais as pessoas atuam através de instituições. Apesar das instituições da Economia Social sentirem dificuldades em recrutar voluntários, elas reconheciam a importância daqueles, principalmente, para a prestação de alguns serviços e sempre que não tinham recursos financeiros. Também a motivação/entusiasmo que os voluntários dedicavam no seu trabalho, estimulava as relações

amigáveis e solidárias e era, por isso, vista como uma vantagem para a instituição, benefício para a comunidade em que esta atuava e, conseqüentemente, para todas as pessoas.

No que se refere à percepção do voluntariado, por parte das empresas, é considerado “um recurso estratégico mundialmente reconhecido que beneficia a sociedade, os empregados que se voluntariam e as empresas que incentivam e apoiam o seu trabalho, passando a ser parte integral das estratégias de responsabilidade social e sustentabilidade das empresas.” (Delicado, et al., 2002) As empresas têm vindo a valorizar o recrutamento de trabalhadores que já foram voluntários e incentivam essa prática, já que permite satisfazer os interesses daqueles mas também desenvolver novas competências, como por exemplo a liderança.

O voluntariado assume-se como um compromisso perante a comunidade, que pode chegar a envolver não só os trabalhadores ativos como os aposentados, familiares, clientes e parceiros estratégicos. As empresas das várias regiões do Mundo apresentam, contudo, uma evolução desigual no voluntariado empresarial, mas que está a mudar e a caminhar para uma uniformização de práticas. Em suma, todas elas querem e devem contribuir para um mundo melhor, sendo necessário melhorar alguns aspetos, como por exemplo: utilizar parcerias com as entidades da Economia Social, pois conhecem melhor a realidade e permitem partilhar recursos e envolver o pessoal; criar indicadores que permitam comparar o voluntariado entre as empresas; investir em sistemas de controlo e avaliação das atividades desenvolvidas, como forma de verificar se as metas foram alcançadas; estabelecer parcerias para a utilização das tecnologias da informação, através de portais *on-line* ou redes sociais, de fácil utilização e sem restrições no acesso, para que os materiais disponibilizados possam ir ao encontro das necessidades entre voluntários e empresas; e, criar ferramentas de partilha de experiências, para as empresas se ajudarem entre si e aprenderem, no que se refere a modelos implementados no âmbito do voluntariado empresarial.

A RSE pode trazer resultados positivos diretos e indiretos para a empresa. A nível direto, a melhoria do ambiente de trabalho, que leva a um maior empenho e produtividade. De forma indireta, a atenção dos consumidores e investidores que origina o aumento de oportunidades de mercado. Por isso, a criação de valor da empresa é uma oportunidade gerada pela responsabilidade empresarial. Desta forma, a participação das empresas na sociedade deverá ser ativa, assumindo preocupações financeiras (criação de riqueza), sociais (valorização das pessoas) e ambientais (redução de impactos nocivos).

Capítulo III - Uma investigação sobre o voluntariado empresarial

Neste capítulo é detalhado o trabalho realizado em campo com vista a conseguir a informação necessária para o tema em análise. São, assim, apresentados os métodos e técnicas utilizados e as respetivas justificações pelas suas escolhas, fundamentadas segundo os quadros teóricos existentes e que melhor se adaptam à obtenção de uma resposta para a questão a investigar.

Sabendo que existe em Portugal a percepção de que cada pessoa pode contribuir voluntariamente para um mundo melhor mas que o número de voluntários, comparativamente com outros países da Europa, é mais reduzido, pretendo perceber como podem as empresas alterar esta realidade, ou seja, se a sua ajuda passa por promover o voluntariado empresarial, com vista a estimular a participação individual. Assim, pretendo responder à seguinte questão: De que forma podem as empresas influenciar a prática individual de voluntariado?

O objetivo principal deste trabalho será perceber se existe uma relação entre voluntariado empresarial e a prática individual de voluntariado, ou seja, analisar se a participação de uma pessoa em programas de voluntariado desenvolvido por empresas pode ou não influenciar a sua participação noutras atividades voluntárias fora da empresa (decorrentes de instituições). Posteriormente, pretendo resumir as potencialidades e limitações do voluntariado empresarial para compreender se este poderá incentivar uma maior participação das pessoas em atividades de voluntariado e, de que forma as empresas deverão atuar.

Tendo por base a ideia de que “O objectivo da investigação científica é não só descobrir e descrever acontecimentos e fenómenos, mas também explicar e compreender por que razões tais fenómenos ocorrem.” (Silva & Pinto, 1986, p. 125) colocam-se as seguintes hipóteses:

1. A maior parte dos colaboradores que teve uma experiência de voluntariado individual antes de participar nas ações de voluntariado empresarial, continua a praticar voluntariado tanto a nível individual como através da empresa.
2. Os colaboradores que nunca foram voluntários, depois de participarem nas ações promovidas pela empresa, continuam a praticar voluntariado empresarial e iniciam-se, também, a título individual.

Sabendo que “Os factos sociais são complexos e é indispensável estudá-los sob perspectivas diferentes, se se pretende obter uma visão global; por outro lado, os instrumentos de análise devem ser correctamente usados, por forma a adequarem-se à realidade.” (Lima, 2000, p. 25) e que “No caso de domínios mal conhecidos, por exemplo, a observação qualitativa intensiva permite explorar pistas de pesquisa e revelar hipóteses, que poderão depois ser verificadas por meio de um inquérito quantitativo sobre amostra representativa...” (Lima, 2000, p. 18) a metodologia adotada neste trabalho combina a análise intensiva com a análise extensiva, tornando possível descrever a realidade em estudo e comparar também as informações obtidas¹⁴.

¹⁴ Para mais detalhe consultar o Anexo I – Informação teórica sobre metodologia

No que se refere à técnica de recolha de informação incidu sobre: análise documental (estudos estrangeiros e nacionais; e, dados das instituições e das empresas); entrevistas individuais; e, inquérito por questionário. A análise documental, em primeiro lugar, visou a compreensão mais profunda da realidade do voluntariado, voluntariado empresarial e instituições que acolhem os voluntários, através da realização de uma pesquisa nacional e internacional sobre estes conceitos e a sua respetiva definição, para um melhor entendimento do objeto de estudo.

Posteriormente, foi feita uma descrição evolutiva de outras análises realizadas, assim como da divulgação de iniciativas relacionadas com estes conceitos, com vista a identificar desafios e pontos a melhorar no voluntariado. Por fim, foram recolhidas informações gerais sobre a prática do voluntariado nas instituições e empresas selecionadas, conforme o quadro que se segue:

Tabela 3-1: Dimensão de análise versus variáveis escolhidas

	Instituições	Empresas	Voluntários
Caraterização geral	Missão e atividades desenvolvidas	Missão e atividades desenvolvidas	Idade, género, nº de dependentes, rendimento, habilitações, duração da deslocação entre a habitação e o trabalho, profissão/cargo, antiguidade, vínculo, local e horas de trabalho semanais
Consciência do voluntariado	Definição dos conceitos	Definição dos conceitos	Influência pessoal
Importância do voluntariado	Prática atual - atividades desenvolvidas e sua duração/periodicidade		
Motivações para a sua prática	Vantagens e desvantagens do voluntariado		
Avaliação da prática de voluntariado	Exemplos de experiências	Tipo de apoio prestado às instituições e certificações	Divulgação e comparação com outras empresas

Fonte: A própria

As entrevistas foram realizadas a:

- seis instituições (selecionadas pelos seguintes critérios: reconhecimento nacional da sua atividade, experiência na área de voluntariado, credibilidade e população abrangida); e,
- quatro empresas, o Grupo PT e três empresas suas parceiras, no âmbito do Programa de voluntariado Mão na Mão¹⁵.

As entrevistas às instituições foram divididas em dois grupos:

- entrevistas em profundidade¹⁶ (CNPV e GRACE, com o objetivo de explorar e conhecer a opinião destas instituições, com um papel promotor do voluntariado, e que assumem uma visão alargada sobre esta temática); e,
- entrevistas centradas¹⁷ (AMI, Banco Alimentar, Caritas e Comunidade Vida e Paz, desenvolvidas para obter a perceção das instituições beneficiárias do voluntariado empresarial e perceber a sua importância, conforme a dissertação *O voluntariado empresarial na perspectiva dos colaboradores: avaliação das iniciativas e repercussões a nível pessoal* (Egreja, 2009)).

¹⁵ Para mais detalhe consultar o Anexo J – Programa Mão na Mão

¹⁶ Para mais detalhe consultar o Anexo K – entrevista CNPV e GRACE

¹⁷ Para mais detalhe consultar o Anexo L – entrevistas AMI, Banco alimentar, Caritas e Comunidade Vida e Paz

Para poder confrontar a opinião da perspetiva empresarial com a das instituições, as entrevistas às empresas foram igualmente centradas¹⁸.

O público-alvo dos inquéritos¹⁹ foram os colaboradores das quatro empresas escolhidas. Considerou-se como universo da amostra: todas as empresas que desde 2010 tiveram colaboradores a participar no programa Mão-na-Mão (15 empresas), tendo a amostra incidido sobre aquelas que tiveram 10 ou mais voluntários em pelo menos um desses anos (7 empresas).

Desse total de 7 empresas, 1 delas recusou-se a participar na investigação e foram excluídas outras 3, uma por já não ter representatividade de voluntários, outra por motivos de política interna e outra por ausência de resposta, o que fez reduzir o número de empresas em análise para 4.

Tabela 3-2: Detalhe, por ano, do nº de voluntários das empresas selecionadas

	BNP Paribas	Delta Cafés	Grupo PT	Xerox	Total
2010	-	8	83	6	97
2011	24	24	106	11	165
2012	13	8	107	7	135
Média	19	13	99	8	132

Fonte: Grupo PT

Perante a informação da tabela anterior, e para definir o sucesso de respostas ao inquérito, o total de respostas objetivo foi calculado com base na relação entre o critério (1% dos trabalhadores são voluntários nas ações propostas pela empresa – número médio de voluntários) e a média real de voluntários entre 2010 e 2012 no programa Mão-na-Mão.

Previam-se cerca de 138 respostas, com um limite mínimo válido de 120 (calculado com base no mínimo entre o número médio de voluntários e o número objetivo de respostas).

Tabela 3-3: Nº de colaboradores, voluntários e respostas objetivo/previstas nas empresas selecionadas

	BNP Paribas	Delta Cafés	Grupo PT	Xerox	Total
Nº médio de colaboradores	550	2550	10500	170	13770
Nº médio de voluntários	6	26	105	2	139
Nº objetivo de respostas	12	19	102	5	138
Nº previsto de respostas	6	13	99	2	120

Fonte: A própria

A distribuição do inquérito foi realizada através do envio de *e-mail* e ficou disponível via *software Survs*, durante os dias 23 de abril e 28 de maio de 2013, após a realização de um pré-teste a 20 pessoas (algumas delas pertencentes ao Grupo PT por ser a empresa selecionada com um maior número de colaboradores e voluntários).

¹⁸ Para mais detalhe consultar o Anexo M – entrevistas BNP Paribas, Delta Cafés, Grupo PT e Xerox

¹⁹ Para mais detalhe consultar o Anexo N – inquérito BNP Paribas, Delta Cafés, Grupo PT e Xerox

O número de respostas obtidas excedeu a previsão, tendo sido rececionadas 464 respostas, 379 completas mas apenas 370 válidas pois 9 delas não pertenciam às empresas selecionadas. Porém, por não terem sido garantidos os objetivos mínimos de resposta em cada empresa selecionada (0 do BNP Paribas, 5 da Delta Cafés, 304 do Grupo PT e 1 da Xerox) não será possível realizar uma análise comparativa realista. Mesmo assim, considera-se que pelo facto da taxa de sucesso das respostas ter ultrapassado os 250% as respostas obtidas irão permitir apresentar conclusões válidas.

Posteriormente, os dados obtidos na recolha de informação foram tratados com diferentes técnicas com o objetivo de facilitar a sua comparação. Assim, no caso específico das entrevistas foi utilizada a análise de conteúdo²⁰ e para os inquéritos o *software* SPSS.

O tratamento da informação foi agrupado nos seguintes pontos²¹:

- Relação entre voluntariado empresarial e a prática individual;
- Potencialidades e limitações do voluntariado empresarial.

²⁰ Para mais detalhe consultar o Anexo O – Informação teórica sobre análise de conteúdo

²¹ Para mais detalhe consultar o Anexo P – Questões associadas a cada ponto

Capítulo IV- O voluntariado empresarial em Portugal

Uma vez que esta investigação visa abordar a perspetiva de vários intervenientes quanto ao voluntariado, apresentam-se de seguida os dados recolhidos nas instituições e nas empresas (tanto na visão da área responsável pelas ações de voluntariado como dos colaboradores voluntários). Por fim, é resumida a análise comparativa dos resultados obtidos.

1. Perspetiva das instituições

Conforme referido anteriormente, a análise às instituições incidiu sobre dois tipos diferentes: num deles foram abordadas duas instituições (com visão abrangente) e, no outro, quatro instituições. Para ambos, foi recolhida informação documental e entrevistas.

No primeiro grupo de instituições a informação obtida foi a seguinte:

a) CNPV

Em 1999, o CNPV assumiu a missão de “desenvolver as ações indispensáveis à promoção, coordenação e qualificação do voluntariado” (CNPV, s.d.), sendo atualmente composto por 23 representantes, com intervenção nos diferentes domínios de atuação do voluntariado, pertencentes a organizações públicas (vários Ministros e Secretários de Estado - da Saúde, Administração Interna, Educação, Justiça...) e privadas (sobretudo ONG's) que estabelecem parcerias com os Bancos de Voluntariado Local e as Organizações promotoras do voluntariado no âmbito Nacional (por exemplo, Cruz Vermelha Portuguesa e Liga dos Bombeiros Portuguesa).

É um órgão consultivo do Ministro da Solidariedade e Segurança Social e o seu funcionamento é suportado pelo financiamento do Ministério do Trabalho e da Solidariedade Social, sendo as funções do presidente e dos conselheiros exercidas em regime gratuito. As principais atividades são:

- Apoiar as organizações promotoras de voluntariado, os voluntários e os cidadãos em geral, relativamente a esta prática;
- Organizar e realizar reuniões temáticas, conferências, seminários, workshops, bem como ações de formação para formadores em voluntariado e voluntários, utilizando como base o Manual de Formação, editado pelo CNPV;
 - Apoiar a criação de Bancos Locais de Voluntariado e acompanhar o seu funcionamento;
 - Emitir o Cartão de Identificação do Voluntário;
 - Editar o Boletim eletrónico trimestral “Voluntariado, hoje”;
 - Conceber um Plano para as comemorações do Dia Internacional dos Voluntários, que se celebra a nível mundial no dia 5 de dezembro;
- Gerir o Site na Internet (www.voluntariado.pt) com informações sobre: legislação, iniciativas, projetos, organizações promotoras de voluntariado e como se tornar voluntário, ligações nacionais e internacionais, responsabilidade social das empresas, etc.;
- Realizar vários estudos (caracterização do Voluntariado em Portugal, contributo do trabalho voluntário para o PIB nacional e para a criação de emprego);

- Elaborar pareceres sobre questões relacionadas com a aplicação da legislação em vigor relativa ao voluntariado e projetos de diploma relativos ao voluntariado;

- Informação da entrevista²²

Relação entre voluntariado empresarial e a prática individual

Para a presidente do CNPV, Elza Chambel, a prática do voluntariado deve partir de uma motivação, podendo o colaborador de uma empresa desenvolver também o seu trabalho como voluntário de uma instituição. Neste sentido, considera não existirem desvantagens mas apenas vantagens para os intervenientes. Exemplo disso foi a sua 1ª experiência de voluntariado, que a despertou para a sensibilização da responsabilidade para com o próximo, sendo da opinião de que pode existir influência benéfica entre o voluntariado individual e a prática empresarial e vice-versa. Mas essa influência não deve ser decisiva para a participação dos voluntários, defendendo que a gestão do voluntariado deve ter em consideração as motivações e opinião das pessoas.

Potencialidades e limitações do voluntariado empresarial

A presidente do CNPV refere que a resolução dos problemas sociais pode ser combatida através do cumprimento de deveres cívicos, utilizando como recurso o voluntariado que contribui para uma cidadania ativa. De qualquer forma, considera serem necessárias competências e capacidades pessoais para o sucesso das atividades a desenvolver, pelo que é importante existir formação.

As empresas devem divulgar as ações de voluntariado, utilizando os canais de comunicação interna mais adequados para o efeito. E devem medir a eficácia das ações, avaliando o cumprimento dos objetivos propostos, através da recolha de informação sobre a satisfação dos voluntários e das instituições apoiadas. Elza Chambel é da opinião de que as empresas podem ajudar as instituições não só através do voluntariado, mas atuando, também, em áreas diferentes do seu *core business*.

b) GRACE

O GRACE foi fundado em 2000 com o objetivo de divulgar a necessidade das empresas adotarem entre elas políticas e ações de responsabilidade social. Tem, pois, por missão, a “Reflexão, promoção e desenvolvimento de iniciativas de Responsabilidade Social Empresarial.” (GRACE, 2013).

Apesar do GRACE ser uma associação sem fins lucrativos, com uma estratégia dirigente e organizacional assente nos representantes das empresas associadas (que dão parte do seu tempo profissional, muito na ótica do voluntariado) tem, atualmente, 100 empresas associadas, o que implica que a intervenção associativa do GRACE seja assegurada, no dia-a-dia, por 5 pessoas, que garantem todo o apoio na perspetiva de execução do trabalho de infraestruturas. Mesmo assim, também eles fazem voluntariado.

Segundo a ex-presidente Maria da Conceição Zagalo²³, o GRACE pretende refletir sobre temas importantes para o sucesso de pessoas e organizações e, de forma conjunta com outras empresas, trabalhar a responsabilidade social destas em prol de comunidades e sociedades mais equitativas.

²² Para mais detalhe consultar o Anexo Q – Entrevista à presidente do CNPV

Neste sentido, no que se refere ao voluntariado empresarial promovido pelo GRACE, até 2011 foram realizadas 81 ações por mais de 3.100 colaboradores voluntários, que ajudaram cerca de 13.000 beneficiários. Isto significou 50.000 horas de voluntariado cedidas pelas empresas e cerca de 500.000 euros de investimento na comunidade (de acordo com a base de remuneração média mensal praticada em Portugal). De entre essas ações, a que apresentou uma maior evolução ao longo dos anos foi o projeto denominado por GIRO. O seu objetivo é o de melhorar a qualidade de vida de grupos carenciados, o que leva a que os colaboradores de empresas troquem o seu escritório por trabalho comunitário. Em apenas 7 edições realizadas todas as 6ª feiras de outubro, no continente e ilhas, entre 2006 a 2012, a participação de mais de 3.700 trabalhadores voluntários ajudou 15.000 beneficiários de 70 instituições.

- Informação da entrevista²⁴

Relação entre voluntariado empresarial e a prática individual

Para Conceição Zagalo, a prática do voluntariado parte de uma motivação, em que a pessoa pensa nos outros mais do que em si próprio e procura ainda, de forma egoísta, o seu bem-estar. É, pois, da opinião de que o voluntariado traz benefícios para as partes envolvidas porque o bem-estar de uns depende do de outros, pelo que para esse contributo é necessário partilhar capacidades.

Conceição Zagalo considera haver também desvantagens, nomeadamente a gestão do voluntariado e dos respetivos voluntários mas defende que pode existir influência benéfica entre o voluntariado individual e a prática empresarial e vice-versa, comprovando-o com a sua experiência pessoal, sendo evidente que as motivações das pessoas são um fator decisivo na prática do voluntariado, mas as empresas são um meio que permite dar a conhecer ao colaborador outra realidade.

Potencialidades e limitações do voluntariado empresarial

A ex-presidente do GRACE refere que a resolução dos problemas sociais pode ser combatida através do cumprimento de deveres cívicos, defendendo que o apoio ao terceiro setor deve ser concretizado em termos de bens, de conhecimento e de competências, mais do que em dinheiro. Prefere, pois, o voluntariado face ao donativo, uma vez que as instituições precisam mais de *know how* para saberem fazer e desenvolver serviços que as tornem autonomamente sustentáveis.

Sobre a forma como as empresas devem divulgar as ações de voluntariado menciona ser necessário utilizar tanto canais internos como externos, porque só após a partilha dentro da empresa é que se ganham embaixadores que têm a obrigação de comunicar para o exterior e que criam um círculo virtuoso que se inicia dentro de portas, fazendo crescer o movimento da responsabilidade social e a participação de um maior número de pessoas. Relativamente à forma como as empresas devem medir a eficácia das ações, é da opinião de que deve ser avaliado o impacto interno e externo, através dos resultados obtidos para identificar melhorias.

Assim, mostra que as instituições precisam cada vez mais de voluntários com competências para garantir a sua sustentabilidade, sendo as empresas um meio importante. E, para ambas ganharem, a

²³ À data da realização da entrevista a pasta estava a ser passada para a nova presidente Paula Guimarães.

²⁴ Para mais detalhe consultar o Anexo R – Entrevista à ex-presidente do GRACE

empresa não deve cingir-se apenas a ações relacionadas com o seu *core business*, disponibilizando-se com um apoio regular às instituições.

Relativamente ao segundo grupo de instituições foram recolhidos os seguintes dados:

c) AMI

Fundada pelo médico cirurgião Fernando Nobre em 1984, “assumiu-se como uma organização humanitária inovadora em Portugal, destinada a intervir rapidamente em situações de crise e emergência e a combater o subdesenvolvimento, a fome, a pobreza, a exclusão social e as sequelas de guerra em qualquer parte do Mundo.” (AMI, 2013). Possui um quadro permanente de profissionais assalariados (AMI, 2013) e é também apoiada por muitos voluntários.

Segundo o presidente Fernando Nobre, a sua missão é muito simples e muito complicada ao mesmo tempo, porque a AMI atua em 4 eixos distintos que convergem para um único objetivo, o da ação humanitária global: 1) Intervenção Internacional Humanitária (historicamente o mais antigo) não só perante as grandes catástrofes mas também para projetos de desenvolvimento com equipas locais expatriadas, ou por via de financiamento de certos parceiros locais; 2) Ação social em Portugal, no sentido não só assistencial mas também no sentido da integração possível; 3) Área ambiental; e, 4) Área da sensibilização das consciências ou dos direitos humanos.

- Informação da entrevista²⁵

Relação entre voluntariado empresarial e a prática individual

Para Fernando Nobre, a prática do voluntariado tem que partir de uma motivação e resulta em deveres e direitos, que no caso dos colaboradores de empresas passa por desempenharem a sua atividade numa instituição, durante o horário laboral. O voluntário tem que comprometer-se a ser responsável pelo desempenho das tarefas mas também deve receber da instituição, enquadramento, formação e acompanhamento. Assim, pela sua experiência enquanto voluntário assume existirem vantagens e desvantagens da prática do voluntariado e evidencia que a influência entre as duas práticas de voluntariado (individual e empresarial) podem ser positivas ou negativas, mas a motivação da pessoa em ajudar o outro sobrepoé.se a qualquer constrangimento.

Potencialidades e limitações do voluntariado empresarial

O presidente da AMI refere que a resolução dos problemas sociais pode ser combatida através do cumprimento de deveres cívicos, pois é responsabilidade do Estado, das empresas e da sociedade civil atuarem em sinergia com um espírito ativo de preocupação social. Por isso, não são apenas as competências e capacidades pessoais relevantes para o bom desempenho da ação, são os valores porque só a preocupação com o outro é que permite perceber as suas necessidades.

Fernando Nobre é da opinião de que as instituições não devem ser apoiadas apenas através do voluntariado porque a cidadania empresarial vai mais além financiando projetos de proximidade ou

²⁵ Para mais detalhe consultar o Anexo S – Entrevista ao presidente da AMI

longínquos. Portanto, revela que para resolver os problemas sociais todas as pessoas têm um papel a desempenhar e, nesse sentido, o voluntariado é importante pelo que as empresas devem incentivar a prática empresarial, atuando estrategicamente de acordo com o seu *core business*, também com vista a fortalecer o voluntariado a nível individual.

d) Banco alimentar

José Vaz Pinto conhecia o conceito de *FoodBank*, dos finais dos anos 60 nos Estados Unidos, por isso, em 1990 foi o pioneiro na ideia de criar, em Portugal, um Banco Alimentar Contra a Fome. Estes bancos “recolhem e distribuem várias dezenas de milhares de toneladas de produtos e apoiam ao longo de todo o ano, a ação de mais de 1.800 instituições em Portugal. Por sua vez, estas distribuem refeições confeccionadas e cabazes de alimentos a pessoas comprovadamente carenciadas, abrangendo já a distribuição total mais de 275.000 pessoas.” (BA, 2010)

Desde 1992 que estes bancos têm tido um papel relevante no Combate à Pobreza e à Exclusão Social. O seu sucesso espalhou-se rapidamente em Portugal existindo, atualmente, em quase todos os distritos. Os 17 Bancos Alimentares em atividade, em 2010, entregaram 23 milhões de quilos de alimentos, numa média por dia útil superior a 90 toneladas. (Entrajuda, 2011)

- Informação da entrevista²⁶

Relação entre voluntariado empresarial e a prática individual

Para a presidente do Banco Alimentar, Isabel Jonet, a prática do voluntariado implica direitos e deveres, sendo um compromisso, comprometimento e intervenção de cidadania ativa que traz benefícios para as partes envolvidas, ou seja, não tem uma lógica assistencialista. No que se refere ao voluntariado empresarial, define-o como uma partilha de boas práticas, por ser uma forma de promover e facilitar o voluntariado individual. Apesar de considerar existirem vantagens e desvantagens na prática do voluntariado, a sua 1ª experiência foi reveladora de que quando os outros ficam mais felizes, também se fica mais feliz e, por isso, faz todo o sentido ter uma intervenção ativa na vida de quem mais precisa. É da opinião de que pode existir influência entre o voluntariado individual e a prática empresarial e vice-versa. Porém, alerta para o facto de que, uma má gestão do voluntariado influencia negativamente a prática de voluntariado. Em suma, de acordo com as suas motivações, a pessoa pode não deixar de praticar voluntariado mas irá fazê-lo por outros meios.

Potencialidades e limitações do voluntariado empresarial

A presidente do BA refere que a resolução dos problemas sociais pode ser combatida através do cumprimento de deveres cívicos, porque existe um tipo de intervenção do Estado, na garantia de direitos básicos e outro a ser desempenhado por cada pessoa da sociedade civil. Mesmo assim, considera ser importante ter competências e capacidades pessoais que devem ser ajustadas às diferentes necessidades, para evitar desperdícios nas respostas e poder escolher o local e a população que se quer apoiar.

²⁶ Para mais detalhe consultar o Anexo T – Entrevista à presidente do Banco Alimentar

Isabel Jonet é da opinião de que as instituições devem ser apoiadas maioritariamente através do voluntariado, porque as instituições têm recursos financeiros limitados e ao disporem de recursos humanos qualificados gratuitamente, os voluntários, ganham competências. Portanto, a intervenção social é uma área valorizada pelas empresas e pelas pessoas, contribuindo para a sustentabilidade e gerando valor social. Assim, as empresas deveriam ser facilitadoras quanto à prática do voluntariado, adaptando o tipo de ações ao voluntário e incentivando mais o voluntariado por competências, ainda que isso exija um maior comprometimento de todas as partes. Porém, uma das limitações na prática do voluntariado empresarial está relacionada com o pouco tempo que é disponibilizado aos colaboradores e como grande parte das ações realizadas são ocasionais, não existem voluntários sempre disponíveis para satisfazer as necessidades das instituições (nomeadamente nas situações de formação, em que as empresas deveriam ajudar com o *know-how* dos colaboradores mas que nem sempre o fazem, pois obrigam a um plano de horas periódico e alargado).

e) Caritas

A missão da Caritas visa "...o desenvolvimento humano e a defesa do bem comum, através da animação da Pastoral Social, intervindo em ordem à transformação social, fomentando a partilha de bens e a assistência, em situações de calamidade e emergência." (Caritas, 2010). Segundo o membro da direção da Caritas Portuguesa, José Cordeiro, esta é uma organização da Igreja Católica que assume que cada cristão tem em si a obrigação de praticar a caridade (o amor para com o próximo, sem implicar apenas o assistencialismo).

A Caritas em Portugal está estruturada do seguinte modo: a Caritas Portuguesa que tem a função de representar as Caritas Diocesanas a nível nacional e internacional; e, as Caritas Diocesanas que fazem o trabalho de ação pastoral socio-caritativa localmente. Institucionalmente, a Caritas Portuguesa tem uma missão pastoral e de emergência e desenvolve algumas atividades, entre elas: o voluntariado, a organização internacional, o modo de comunicação internacional e a relação da Caritas Internacional e a Caritas Europa com as Caritas Diocesanas. A sua função mais importante e ação de maior visibilidade, é o estar preparada para acudir de forma direta, em situações de grave carência social, seja por calamidades naturais, fome ou doença. E, anualmente, colaboram cerca de 4.000 a 5.000 voluntários com a Caritas em Portugal. O voluntariado pode ser ocasional, sazonal de um dia ou podem ser voluntários com um contrato de voluntariado mais alargado, de 3 ou 6 meses.

- Informação da entrevista²⁷

Relação entre voluntariado empresarial e a prática individual

Para José Cordeiro, a prática do voluntariado deve partir de uma motivação, ou seja, o indivíduo que de sua própria e livre vontade, desempenha o trabalho, dando do seu tempo para o bem comum. No que se refere ao voluntariado empresarial defende que pode traduzir-se como a cedência temporária de colaboradores, que trabalham algumas horas como voluntários numa instituição, e a cedência de serviços, sempre que a empresa fornece de forma gratuita bens ou serviços.

²⁷ Para mais detalhe consultar o Anexo U – Entrevista ao membro da direção da Caritas

Na sua opinião, existem vantagens e desvantagens na prática do voluntariado e, pode existir influência benéfica entre o voluntariado individual e a prática empresarial e vice-versa. Por isso, a empresa pode ser vista como um meio para dar a conhecer as instituições, e os voluntários também podem mostrar às empresas quem precisa de ajuda.

Potencialidades e limitações do voluntariado empresarial

José Cordeiro refere que a resolução dos problemas sociais pode ser combatida através do cumprimento de deveres cívicos, e a maior parte das pessoas querem ser voluntárias porque têm algo a dar aos outros. Mas é preciso adequar o perfil da pessoa à atividade a desenvolver, por causa do público alvo, do fim último para que o voluntário vem e da instituição ter ou não essa área de intervenção. São necessárias competências e capacidades pessoais pois apesar de todas as pessoas poderem ser voluntárias naquilo que têm capacidade, não têm características para todo o tipo de voluntariado. Defende ainda que as instituições devem ser apoiadas maioritariamente através do voluntariado e que as empresas devem escolher estrategicamente a área que vão apoiar. Em suma, assume que as empresas têm que apostar na prestação de serviços mas o voluntariado também é bom tanto para o indivíduo que ganha competências como para a empresa.

f) Comunidade Vida e Paz

A Comunidade Vida e Paz tem como missão “Ir ao encontro e acolher pessoas sem-abrigo, ou em situação de vulnerabilidade social, ajudando-as a recuperar a sua dignidade e a (re) construir o seu projeto de vida, através de uma ação integrada de prevenção, reabilitação e reinserção.” (CVP, 2013). Segundo a Gestora de Voluntariado, Isabel Oliveira, para cumprir os seus objetivos são desenvolvidas várias atividades, desde 1989, das quais se destacam as seguintes:

- As Equipas de Rua, que dão apoio atualmente a 550 sem-abrigo - Saem diariamente 4 equipas compostas entre 7 a 9 elementos cada. São distribuídas pequenas ceias, não com o objetivo de dar de comer mas como uma forma de os voluntários se aproximarem das pessoas que estão na rua, de estabelecer uma conversa com elas e de iniciarem uma relação com as mesmas;
- O Espaço Aberto ao Diálogo, em Chelas, onde é feito o atendimento a cada pessoa sem-abrigo que aceita ser ajudada - o atendimento é efetuado por um técnico que tenta perceber o que se passou com a pessoa e fazer um plano de reinserção. Esse plano pode passar pela entrada num centro (Existem duas comunidades terapêuticas – uma em Fátima e outra na Venda do Pinheiro - e uma comunidade de reinserção em Sobral de Monte Agraço) ou pelo encaminhamento da pessoa para outra instituição que esteja vocacionada para dar o tipo de ajuda mais adequado;
- Três apartamentos de inserção destinados aos sem-abrigo que acabam o seu tratamento e que ainda estão a organizar a sua vida - Neste momento estão 220 pessoas internadas.

Relativamente ao ano de 2012, e de acordo com o *site* da instituição (CVP, 2013): 841 pessoas sem-abrigo foram acolhidas no Espaço Aberto ao Diálogo; 182 residentes concluíram o programa terapêutico; as Equipas de Rua distribuíram 190.320 ceias; e, existiam 604 voluntários integrados nas várias valências da Comunidade (Na festa de Natal estiveram presentes 1.379 voluntários que serviram 2.436 refeições).

- Informação da entrevista²⁸

Relação entre voluntariado empresarial e a prática individual

Para Isabel Oliveira, a prática do voluntariado deve partir de uma motivação, ou seja, a pessoa tem uma vontade própria e como objetivo ajudar a população, havendo vantagens e desvantagens.

Na sua opinião, pode existir influência benéfica entre o voluntariado individual e a prática empresarial e vice-versa. Por isso, a empresa pode ser vista como um meio para dar a conhecer as instituições e os voluntários também podem mostrar às empresas quem precisa de ajuda.

Potencialidades e limitações do voluntariado empresarial

A gestora de voluntariado da Comunidade Vida e Paz refere que a resolução dos problemas sociais pode ser combatida através do cumprimento de deveres cívicos, porque as pessoas podem dar um pouco do seu tempo, trabalhando na área mais adequada ao seu perfil ou contribuindo com géneros. A intervenção social é, pois, uma área cada vez mais valorizada, essencialmente, pelas empresas (muitas delas não portuguesas trouxeram a dinâmica do voluntariado) que vão conhecendo a realidade e sentem-se sensíveis ao tema da solidariedade querendo ajudar a sociedade.

Isabel Oliveira é da opinião que as instituições não devem ser apoiadas apenas através do voluntariado. Assim, as empresas têm que ser um meio para dar a conhecer aos colaboradores as instituições. Estas passam a ser, portanto, apoiadas tanto através da empresa (com financiamento ou competências dos colaboradores) como individualmente, com os voluntários que as conheceram.

2. Perspetiva das empresas

Relativamente às empresas, a informação obtida divide-se em dados das entrevistas e do inquérito.

a) BNP Paribas

É um dos maiores bancos estrangeiros com um único ramo operacional francês, presente em Portugal desde 1985 e com mais de 1.200 funcionários que oferecem vários serviços aos cerca de um milhão e setecentos mil clientes. No que se refere à intervenção social junto da população, este banco contribui a nível internacional, há quase 30 anos, em causas amplamente reconhecidas, essencialmente nas seguintes áreas: cultura, solidariedade, educação, pesquisa médica e meio ambiente. Por isso, “In 2010, to reflect its expansion and consolidate its corporate philanthropy commitments, the Group gave the BNP Paribas Foundation the role of global referent with respect to philanthropic projects, under the name BNP Paribas Corporate Philanthropy.” (Paribas, 2013).

- Informação da entrevista²⁹

Relação entre voluntariado empresarial e a prática individual

Para a diretora de *Change Management* do BNP, Elisabetta Piollini, a prática do voluntariado deve partir de uma motivação, porque se despende tempo para ajudar a comunidade e sociedade, sendo o

²⁸ Para mais detalhe consultar o Anexo V – Entrevista à Gestora de Voluntariado na Comunidade Vida e Paz

²⁹ Para mais detalhe consultar o Anexo W – Entrevista à direção de Change Management do BNP Paribas

voluntariado empresarial praticado durante o horário laboral. Apesar de haver vantagens e desvantagens, na sua opinião, pode existir influência benéfica entre o voluntariado individual e a prática empresarial e vice-versa.

Potencialidades e limitações do voluntariado empresarial

Elisabetta Piollini refere que a resolução dos problemas sociais pode ser combatida através do cumprimento de deveres cívicos e esse contributo na ajuda às instituições pode ser realizado através do voluntariado ou do financiamento de projetos. Mas considera ser necessário competências e capacidades pessoais para a prática do voluntariado porque, por vezes, as pessoas são confrontadas com situações para as quais não estão preparadas.

Em suma, o BNP considera ser importante a prática do voluntariado, tanto pelos benefícios para a empresa como para o colaborador, por isso as ações não são desenvolvidas apenas de acordo com o *core business* da empresa e implicam ser comunicadas internamente e, no final, avaliadas pelos voluntários. O tempo disponibilizado aos colaboradores não é limitado, valorizando-se pois a prática regular. Mesmo assim, o apoio prestado às instituições é feito não só com voluntariado.

- Informação do inquérito

Dada a ausência de respostas ao inquérito não foi possível obter qualquer informação sobre a prática de voluntariado dos colaboradores desta empresa.

b) Delta Cafés

Em 1961, Manuel Rui Nabeiro fundou a empresa em Campo Maior pois, enquanto empreendedor, pretendia lançar num mercado conhecido por si, a sua marca de cafés. A Delta valoriza a sustentabilidade e “A preocupação em desenvolver as comunidades onde estamos inseridos tem sido uma constante, que se manifesta de diversas formas: investimento em infra-estruturas que colmatam as necessidades latentes, voluntariado empresarial, patrocínios e apoios.” (Delta, 2013).

Por isso, foi criada a Associação Coração Delta para desenvolver projetos de voluntariado e apoiar socialmente a comunidade. Os serviços disponibilizados à população são: o Centro Educativo Alice Nabeiro (de apoio a crianças e jovens), voluntariado e projetos ambientais e de cidadania.

- Informação da entrevista³⁰

Relação entre voluntariado empresarial e a prática individual

Para Miguel Ribeirinho, da equipa de Responsabilidade Social da Delta, a prática do voluntariado deve partir de uma motivação, tratando-se da entrega a uma causa, defendendo que o voluntariado empresarial pode ser uma parceria benéfica entre as partes para atingir um objetivo. Refere, contudo, que podem existir vantagens e desvantagens na sua utilização.

³⁰ Para mais detalhe consultar o Anexo X – Entrevista à equipa de Responsabilidade Social da Delta Cafés

Potencialidades e limitações do voluntariado empresarial

Para Miguel Ribeirinho, a resolução dos problemas sociais pode ser combatida através do cumprimento de deveres cívicos, porque a diversidade gerida objetiva e construtivamente faz com que os problemas sejam resolvidos estruturalmente, sendo necessário o envolvimento de todos. Neste sentido, considera ser necessário competências e capacidades pessoais, ou seja, as características pessoais e a capacidade de trabalhar em grupo não são condições absolutas mas fomentam um diálogo responsável, ajudando a construir soluções.

Em suma, a Delta considera importante a prática do voluntariado, tendo sido reconhecida pelas ações desenvolvidas, que nem sempre se relacionam com o *core business* da empresa. O tempo disponibilizado aos colaboradores não é limitado, sendo valorizada a prática regular. Porém, os meios usados para comunicar as ações são apenas internos e a avaliação é exclusiva dos colaboradores.

- Informação do inquérito³¹

Foram obtidas 5 respostas, maioritariamente, com as seguintes características: inquiridos do género feminino, com rendimento mensal bruto entre os 500 e 1500 euros e a trabalhar na Delta desde há pelo menos 1 ano mas há menos de 5. Estes inquiridos maioritariamente sem dependentes, têm entre 25 a 35 anos, possuem uma licenciatura e, tendo um contrato sem termo, assumem o cargo de Técnico/Especialista. O local de trabalho é em Lisboa e Vale do Tejo, a duração de trabalho semanal de 40 horas e a deslocação da residência para a empresa demora até 1 hora.

Relação entre voluntariado empresarial e a prática individual

Os 5 inquiridos consideram ser importante a empresa promover o voluntariado, essencialmente pelos benefícios para todas as partes envolvidas (“Através do voluntariado, os colaboradores dos diferentes sectores interagem e conhecem-se, melhorando a comunicação interna, bem como se sentem úteis a agir desinteressadamente na comunidade envolvente, despertando o sentimento de altruísmo e bem-estar.”) pois promove um espírito de entre ajuda entre colaboradores e também outras pessoas.

Na sua maioria (4 colaboradores) as ações tem correspondido às expectativas, querendo pois continuar a praticar voluntariado tanto pela empresa como individualmente (mantendo assim a prática dentro e fora do horário laboral, pois nunca tiveram que compensar o tempo despendido nas atividades de voluntariado empresarial). Porém, nem todos os colaboradores que nunca praticaram voluntariado individual (2), mesmo tendo tido uma experiência positiva de voluntariado empresarial, referem ir praticar voluntariado a título individual. Um deles mencionou como limitação a falta de conhecimento das iniciativas e os eventuais custos, pretendendo, assim, praticar apenas voluntariado através da empresa, pelo que não se confirma a Hipótese 2: Os colaboradores que nunca foram voluntários, depois de participarem nas ações promovidas pela empresa, continuam a praticar voluntariado empresarial e iniciam-se também a título individual.

Relativamente aos 3 inquiridos que praticaram voluntariado tanto através da empresa como individualmente, apenas 1 deles afirmou não ter sido a prática individual a influenciar a empresarial pois “O sentimento de ajuda ao próximo e do bem-estar da comunidade é que me impulsiona,

³¹ Para mais detalhe consultar o Anexo Y – Dados quantitativas e qualitativos

independentemente das experiências anteriores”, tendo sido o único a não indicar como motivação a influência de outras pessoas. Por isso, pode confirmar-se a Hipótese 1: A maior parte dos colaboradores que teve uma experiência de voluntariado individual antes de participar nas ações de voluntariado empresarial, continua a praticar voluntariado tanto pela empresa como individualmente.

Em suma, não se pode afirmar que a prática empresarial influencia a individual pois as experiências destes colaboradores têm sido positivas e até existem motivações altruístas mas as limitações, por eles mencionadas, maioritariamente os custos associados e a disponibilidade de tempo, revelam condicionar a sua decisão entre a prática empresarial e individual.

Potencialidades e limitações do voluntariado empresarial

Para a maior parte dos inquiridos os benefícios para os indivíduos são o desenvolvimento de competências e a satisfação pessoal/reconhecimento. E, para as empresas, a melhoria da cultura da empresa e da imagem junto dos stakeholders, assim como o reforço da comunicação interna.

Quanto às limitações são, tanto para os indivíduos como para as empresas, o tempo e os custos associados. Por isso, no que se refere à frequência com que praticam voluntariado é maioritariamente ocasional (4 inquiridos), sendo o volume médio total de horas anuais dedicadas, distribuído de igual forma pelo intervalo de 4 a 8 horas (2 inquiridos) e superior a 48 horas (2 inquiridos).

Os destinatários das ações de voluntariado foram: principalmente, os Deficientes e/ou Portadores de doenças (3 inquiridos); de seguida, os Animais e/ou Plantas, Crianças e/ou Jovens e Famílias carenciadas e Idosos (2 inquiridos); e, por fim, Comunidade (Local, nacional ou internacional) e Grupos étnicos minoritários ou desfavorecidos (1 inquirido). As atividades desempenhadas nas ações foram: principalmente, Recolha e/ou distribuição de alimentos, produtos de higiene, roupa ou outros (4 inquiridos); de seguida, Cuidados de saúde e/ou sociais, Requalificação de espaços (limpeza, jardinagem, pintura...) e Recolha de donativos financeiros (3 inquiridos); ainda, Atividades lúdico-recreativas e Gestão e/ou apoio administrativo (2 inquiridos); e, por fim, Formação e/ou ações de sensibilização (1 inquirido).

Relativamente às áreas de intervenção participaram nas seguintes: Ajuda humanitária e/ou solidariedade social (4 inquiridos); Ambiente (3 inquiridos); e, Desporto e Saúde (2 inquiridos). Na opinião de todos os inquiridos, a empresa apresenta ações de voluntariado nas áreas de intervenção do seu interesse. Porém, não existe unanimidade sobre a atuação da empresa, nomeadamente, recolha da sua opinião, para desenvolver as ações de voluntariado.

As ações de voluntariado foram divulgadas: principalmente por E-mail (5 inquiridos); seguindo-se, Contacto direto e/ou "passa a palavra" (4 inquiridos); ainda, Publicações (cartazes, folhetos...) (3 inquiridos); por fim, Correio interno (1 inquirido). Nas ações de voluntariado em que participaram, a maioria dos inquiridos obteve um enquadramento/formação tanto pela empresa como pela instituição, assim como no final desta realizaram a avaliação. Porém, não receberam certificado de participação. Comparativamente a outras empresas, 2 inquiridos não souberam avaliar o voluntariado da sua empresa mas outros 2 assumiram ser melhor, uma vez que faz parte dos valores básicos da empresa, sendo desenvolvido de uma forma excelente.

Em suma, os colaboradores estão satisfeitos com as ações promovidas pela empresa, desenvolvendo esta uma boa atuação em termos de enquadramento/formação e também de avaliação final. Porém, ao não entregar um certificado, não está a reconhecer a sua participação.

c) Grupo Portugal Telecom

A Portugal Telecom é uma empresa de telecomunicações que atua nas áreas de comunicações fixas e móveis, multimédia, investigação e desenvolvimento, comunicações via satélite e investimentos internacionais. Os serviços que disponibiliza passam por “serviço telefónico local, de longa distância e internacional, aluguer de circuitos, comunicações móveis, dados, internet, televisão por cabo, conteúdos e sistemas de informação, soluções empresariais e entretenimento.” (PT, s.d.)

Atualmente tem mais de 100 milhões de clientes, a nível nacional e internacional e é, por isso, desafiada a respeitar os valores da sociedade onde se insere e a contribuir para a melhoria das condições de vida dessas pessoas, essencialmente carenciadas (crianças, jovens e idosos).

Em termos de responsabilidade social, a sua atuação é desenvolvida através da Fundação PT:

Figura 4-1: Áreas de intervenção da Fundação PT

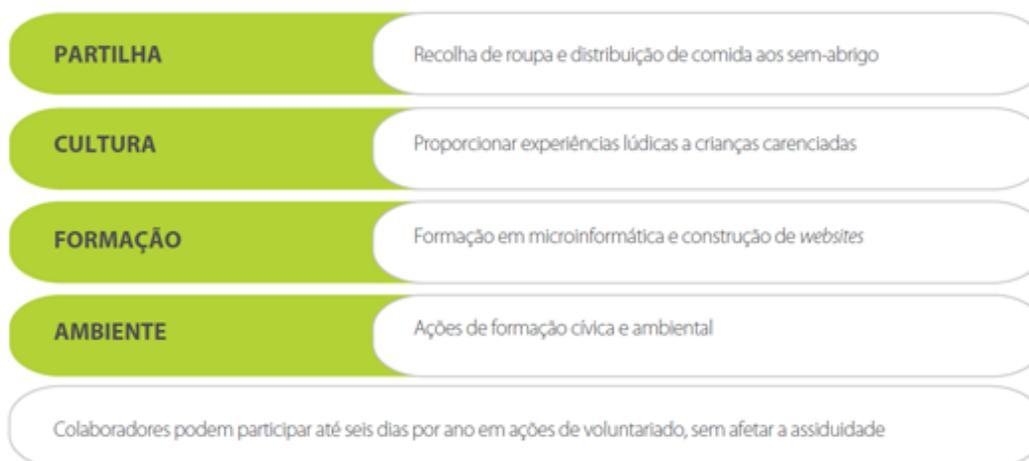


Fonte: (PT, s.d.)

No que se refere ao voluntariado, o Grupo PT iniciou a sua atividade em Abril de 2001, tendo por objetivo “não só apoiar projetos de áreas carenciadas da comunidade ou do ambiente, mas também, motivar os colaboradores e respetivas famílias para atividades de cidadania.” (PT, s.d.).

A PT promove ações de voluntariado empresarial durante o período de funcionamento das empresas, disponibilizando aos colaboradores 6 dias por ano, sem perda de retribuição ou assiduidade. A atuação da PT envolve, além do voluntariado empresarial, o voluntariado familiar. Em 2012, ao nível do voluntariado empresarial, 1.249 colaboradores PT prestaram aproximadamente 3.600 horas de trabalho voluntário, tendo sido beneficiado um universo de cerca de 29.100 destinatários diretos. Relativamente ao voluntariado em família, que visa promover o espírito de cidadania ativa e solidária, destinando-se aos colaboradores, seus familiares e amigos, (organizado fora do horário laboral - final da tarde e/ou fim de semana) participaram, em 2012, 1.003 voluntários, num total de 3.000 horas.

Figura 4-2: Focos de intervenção do voluntariado



Fonte: (PT, s.d.)

- Informação da entrevista³²

Relação entre voluntariado empresarial e a prática individual

Para Ana Graça, responsável do Voluntariado e Intervenção Social na Fundação PT, a prática do voluntariado traz benefícios para as partes envolvidas, porque a ação de ajudar a resolver os problemas sociais, de livre e espontânea vontade, pode contribuir para amenizar determinadas situações. Assume existirem vantagens e desvantagens na prática do voluntariado empresarial e, na sua opinião, a influência entre o voluntariado individual e a prática empresarial e vice-versa é positiva, o que se confirma pela sua experiência enquanto voluntária.

Potencialidades e limitações do voluntariado empresarial

Para Ana Graça, a resolução dos problemas sociais pode ser combatida através do cumprimento de deveres cívicos, porque apesar do Estado ter em primeiro lugar a responsabilidade da resolução dos problemas, o contributo de todos permite uma maior intervenção na sociedade (através de conhecimento, mão de obra ou doação de bens). Neste sentido, considera serem necessárias competências e capacidades pessoais nas diversas áreas de atuação.

O voluntariado é importante para a PT para que se cumpram os deveres cívicos e como forma de reforço da cultura da empresa. As ações não se relacionam apenas com o *core business*, valorizando-se a participação tanto ocasional como regular. A divulgação das ações é interna e externa e a sua avaliação realizada pelos colaboradores e instituições.

- Informação do inquérito³³

Foram obtidas 304 respostas, maioritariamente, com as seguintes características: inquiridos com rendimento mensal bruto entre os 500 e 2500 euros, do género feminino e a trabalhar na PT há mais

³² Para mais detalhe consultar o Anexo Z – Entrevista à área de Voluntariado e Intervenção Social da PT

³³ Para mais detalhe consultar o Anexo Y – Dados quantitativas e qualitativos

de 5 anos. Com idade superior a 35 anos, têm até 2 dependentes, possuem uma licenciatura ou mestrado/pós-graduação e um contrato sem termo, assumindo os cargos de Técnico Superior e Gestor/Consultor. O local de trabalho é em Lisboa e Vale do Tejo, a duração de trabalho semanal de 40 horas e a deslocação da residência para a empresa demora até 1 hora.

Relação entre voluntariado empresarial e a prática individual

Quase todos os inquiridos (98%) consideram ser importante a empresa promover o voluntariado, pelo facto de trazer benefícios tanto para o voluntário, como para a empresa e para a sociedade. Também para a maioria (72%) as ações têm correspondido às expectativas e 73% dos inquiridos querem continuar a praticar voluntariado tanto pela empresa como individualmente.

Do total de inquiridos que querem continuar a praticar voluntariado empresarial e individual (221 colaboradores), a sua maioria (43%) participou em ações tanto dentro como fora do horário laboral, e dos 140 inquiridos que praticaram voluntariado dentro do horário laboral, apenas 1% deles teve que compensar o tempo despendido nas atividades de voluntariado empresarial. E, do total de inquiridos que responderam não ter nunca praticado voluntariado individual (94 colaboradores), 1 deles pretende praticar voluntariado só a título individual, verificando-se que apresenta motivações exclusivamente altruístas. Também 13 dos colaboradores que só praticaram voluntariado através da empresa, apesar das suas motivações altruístas e das experiências positivas com o voluntariado empresarial, consideram como limitações da prática do voluntariado, maioritariamente, a falta de tempo (85%) mas também o desconhecimento das iniciativas (54%), pelo que referiram só querer praticar voluntariado através da empresa. Mesmo assim, a Hipótese 2 (Os colaboradores que nunca foram voluntários, depois de participarem nas ações promovidas pela empresa, continuam a praticar voluntariado empresarial e iniciam-se também a título individual) pode ser confirmada, pois para 80 dos inquiridos que não praticou voluntariado a título individual, 92,5% deles teve uma experiência positiva (tendo praticado maioritariamente voluntariado dentro do horário laboral sem ter que compensar as horas despendidas) e apresenta motivações maioritariamente altruístas.

No que se refere aos inquiridos que praticaram voluntariado tanto através da empresa como individualmente (150), 5 deles pretendem continuar a praticar voluntariado exclusivamente através da empresa, dada a condicionante falta de tempo, podendo fazê-lo dentro do horário de trabalho. E, 4 deles só pretendem praticar voluntariado a título individual, ainda que a experiência de voluntariado empresarial tenha sido positiva. Mesmo assim, a Hipótese 1 (A maior parte dos colaboradores que teve uma experiência de voluntariado individual antes de participar nas ações de voluntariado empresarial, continua a praticar voluntariado tanto pela empresa como individualmente.) pode ser confirmada pois 95% dos 141 voluntários pretende manter a sua prática de voluntariado tanto a nível individual como através da empresa. Cerca de 82% deles reconhece que uma das limitações da prática do voluntariado é o tempo mas 37% até pratica voluntariado através da empresa ainda que seja fora do horário laboral, o que vem realçar as suas motivações altruístas.

Assim sendo, pode dizer-se que a prática individual do voluntariado não é influenciada pelo tipo de experiência da pessoa mas que pode ser influenciada pelo voluntariado empresarial, na medida em que a empresa é um meio que permite dar a conhecer aos colaboradores que sentem necessidade

de contribuir para causas sociais, as iniciativas existentes e a fazê-los gerir também o seu tempo de forma a que possam praticar também a título individual o voluntariado.

Potencialidades e limitações do voluntariado empresarial

Para a maior parte dos inquiridos os benefícios para os indivíduos são o desenvolvimento de competências, a satisfação pessoal/reconhecimento e a melhoria das relações interpessoais. E, para as empresas, a melhoria da imagem junto dos stakeholders, assim como o desenvolvimento de uma cultura empresarial.

Quanto às limitações são: para os indivíduos, o tempo e a falta de conhecimento das iniciativas; e, para as empresas, o tempo, os custos e a falta de planeamento das ações. Por isso, no que se refere à frequência com que praticam voluntariado é maioritariamente ocasional (158 inquiridos), sendo o volume médio total de horas anuais dedicadas ao voluntariado de até 16 horas (179 inquiridos).

Os destinatários das ações de voluntariado foram: principalmente, Pessoas sem abrigo (123 inquiridos) e Crianças e/ou Jovens (118 inquiridos) e, em menor número, Pessoas vítimas do desrespeito dos direitos humanos (4 inquiridos). As atividades desempenhadas nas ações foram: principalmente, Recolha e/ou distribuição de alimentos, produtos de higiene, roupa ou outros (159 inquiridos) e, em menor número, a Recolha de donativos financeiros (30 inquiridos), sendo que não foram realizadas atividades de âmbito religioso.

Relativamente às áreas de intervenção participaram nas seguintes: Ajuda humanitária e/ou solidariedade social (215 inquiridos) e, em menor numero, desporto (7 inquiridos). Na opinião da maior parte dos inquiridos, a empresa apresenta ações de voluntariado nas áreas de intervenção do seu interesse. E, existe unanimidade sobre a atuação da empresa, nomeadamente, recolha da sua opinião, para desenvolver as ações de voluntariado.

As ações de voluntariado foram divulgadas: principalmente, pela intranet (211 inquiridos) e email (210 inquiridos). Nas ações de voluntariado em que participaram, a maioria dos inquiridos obteve um enquadramento/formação, muitos deles tanto pela empresa como pela instituição, assim como no final da ação realizaram uma avaliação, apesar de muitos responderem ter sido realizada apenas pela empresa. A maioria não recebeu qualquer certificado de participação.

Comparativamente com outras empresas, 101 inquiridos não souberam avaliar o voluntariado da sua empresa mas outros 115 assumiram ser melhor, principalmente pela gestão do voluntariado e áreas de intervenção abrangidas. Neste sentido os comentários de 268 inquiridos apresentaram sugestões de acordo com esses temas. É, pois, notório que os colaboradores estão satisfeitos mas também querem sentir-se úteis em poder ajudar a melhorar. Por isso, a empresa deve mantê-los envolvidos e de alguma forma reconhecê-los também pela participação, podendo passar a entregar certificados.

d) Xerox Portugal

Esta empresa faz parte de um grupo que atua em 160 países em todo o mundo e existe em Portugal desde 1965. Com sede em Lisboa e concessionários e parceiros autorizados em vários pontos do país, a Xerox “Comercializa soluções de impressão quer para ambientes de escritório, quer para os mercados da indústria das artes gráficas” (Xerox, 2013).

A Xerox apresenta como preocupações a responsabilidade social e a preservação do meio ambiente. Por isso, criou em 1984 o Clube Xerox com dois eixos de intervenção: lúdico e social. Este clube é responsável pela gestão do PRS (organiza e coordena as campanhas de Responsabilidade Social).

- Informação da entrevista³⁴

Relação entre voluntariado empresarial e a prática individual

Para Alexandra Pires, diretora de Recursos Humanos da Xerox, a prática do voluntariado parte de motivações, querendo a pessoa participar no apoio a causas sociais. No que se refere à definição de voluntariado empresarial, encara-o como a cedência de pessoas, porque a empresa tem na sua cultura práticas de apoio à comunidade mas só as concretiza com os colaboradores. Na sua opinião, existe influência entre o voluntariado individual e a prática empresarial e vice-versa.

Potencialidades e limitações do voluntariado empresarial

Para Alexandra Pires, os problemas sociais podem ser combatidos desde que existam valores, ou seja, qualquer pessoa, se quiser, pode contribuir para ações de solidariedade social. Neste sentido, não considera serem necessárias competências e capacidades pessoais, pois tem a ver com a forma pessoal que cada um encara o tema.

Em suma, para a Xerox o voluntariado é importante para a empresa cumprir os deveres cívicos de apoio à comunidade e reforçar internamente a cultura. Esta empresa tem sido reconhecida pelas ações, valorizando o voluntariado regular. Porém, apesar de não ter um limite de tempo a disponibilizar ao colaborador, só podem participar em determinados períodos, devido ao negócio. As ações são divulgadas pelos meios internos e externos e a avaliação com base nos objetivos.

- Informação do inquérito³⁵

Foi obtida 1 resposta com as seguintes características: inquirido do género feminino, com 1 ou 2 dependentes, idade entre os 35 e 45 anos e a trabalhar na Xerox há mais de 5 anos. Possui licenciatura, um vínculo contratual sem termo, assumindo um cargo de técnico/especialista e com um rendimento mensal bruto entre os 500 e 1500 euros. O local de trabalho é em Lisboa e Vale do Tejo, a duração de trabalho semanal entre 30 a 40 horas e a deslocação da residência para a empresa inferior ou igual a 30 minutos.

Relação entre voluntariado empresarial e a prática individual

Como apenas um colaborador da Xerox respondeu ao questionário não é possível retirar conclusões sobre a informação recolhida. De qualquer forma é possível confirmar a Hipótese 1: A maior parte dos colaboradores que teve uma experiência de voluntariado individual antes de participar nas ações de voluntariado empresarial, continua a praticar voluntariado tanto pela empresa como individualmente. O inquirido já tinha praticado voluntariado a título individual, antes de participar nas ações de voluntariado promovidas pela empresa, sendo notório que este colaborador tem motivações

³⁴ Para mais detalhe consultar o Anexo AA – Entrevista à direção de Recursos Humanos da Xerox Portugal

³⁵ Para mais detalhe consultar o Anexo Y – Dados quantitativas e qualitativos

altruístas. Participa nas ações sem preferência do meio utilizado (instituição para a prática individual ou empresa para o voluntariado empresarial): “Faço voluntariado porque acredito que devemos fazer o que podemos e da forma que conseguimos para ajudar o outro”, o que significa que a experiência individual não teve influência na sua opção de participar no voluntariado empresarial.

O inquirido considera ser importante a empresa promover o voluntariado, pelos benefícios associados tanto para o voluntário como para a empresa, e considera que as ações têm correspondido às expectativas querendo, pois, continuar a praticar voluntariado tanto a título individual como pela empresa (pois não necessita de compensar as horas despendidas durante o horário laboral). Assim sendo, pode concluir-se por este único caso, que as motivações altruístas são mais relevantes que a influência de terceiros ou até de outras experiências desenvolvidas, havendo apenas como condicionante a disponibilidade de tempo, que pode levar a que a pessoa opte por praticar voluntariado empresarial em vez de individual.

Potencialidades e limitações do voluntariado empresarial

Para o único inquirido os benefícios para os indivíduos são o desenvolvimento de competências e a satisfação pessoal/reconhecimento. E, para as empresas, a melhoria da imagem junto dos stakeholders, assim como o desenvolvimento de uma cultura empresarial. Quanto às limitações são: para os indivíduos, a falta de tempo; e, para as empresas, o tempo disponibilizado aos trabalhadores, sendo o volume médio total de horas anuais dedicadas ao voluntariado superior a 48 horas.

Os destinatários das ações de voluntariado foram: Crianças e/ou Jovens, Deficientes e/ou Portadores de doenças e Idosos, através de Atividades cívicas, associativas e/ou sindicais, Atividades lúdico-recreativas, Cuidados de saúde e/ou sociais e Requalificação de espaços (limpeza, jardinagem, pintura...). Relativamente às áreas de intervenção participou em Ajuda humanitária e/ou solidariedade social e Educação e/ou Investigação. Na opinião deste inquirido, a empresa apresenta ações de voluntariado nas áreas de intervenção do seu interesse e recolhe a opinião dos colaboradores, para desenvolver as ações de voluntariado.

As ações de voluntariado foram divulgadas por email e intranet. E, nas ações de voluntariado em que participou, obteve um enquadramento/formação e realizou a avaliação no final da ação, tanto pela empresa como pela instituição, tendo recebido de cada uma delas o certificado de participação.

Em suma, este colaborador está satisfeito com a atuação da sua empresa na área de voluntariado.

3. Resultados comparativos e sua análise

Apresentam-se de seguida os quadros resumo sobre os dados obtidos com as entrevistas³⁶ (às instituições e empresas) e os inquéritos aos colaboradores das empresas.

³⁶ Para mais detalhe consultar o Anexo AB – Análise de conteúdo às entrevistas

a) Entre instituições

Relação entre voluntariado empresarial e a prática individual

	CNPV	GRACE	AMI	BA	Caritas	CVP
Definição de voluntariado	Parte de uma motivação pessoal, sendo uma ação sem retribuição e para benefício dos outros	Parte de uma motivação altruísta (pensa no benefício do outro mas também no seu bem-estar)	Parte de uma motivação (havendo direitos e deveres a cumprir) e implica responsabilização	Praticado para benefício do outro (com deveres e direitos, sendo um compromisso)	Parte de uma motivação pessoal (praticado de livre vontade, dando tempo para o bem comum)	Parte de uma motivação (sendo praticado de livre vontade para ajudar os outros)
Definição de Voluntariado empresarial	Implica a cedência do colaborador	Implica a cedência do colaborador	Implica a cedência do colaborador, sendo uma parceria entre empresa e instituição	Partilha de boas práticas (promove e facilita o voluntariado individual)	Implica a cedência do colaborador ou a cedência de serviços (<i>core business</i>)	Partilha de boas práticas (divulga as iniciativas)
Motivações do indivíduo	Altruísmo, Atitude religiosa e Interesses pessoais (bem-estar)	Altruísmo (contribuir para melhorar)	Altruísmo (servir o outro)	Altruísmo, Atitude religiosa e Interesses pessoais	Atitude religiosa (entrega e partilha)	Altruísmo (ser útil) e Interesses pessoais (ocupar o tempo)
Motivações da empresa	Responsabilidade social (estar próximo da comunidade)	Reforço da cultura de entre ajuda (orgulho na empresa e satisfação pelo tempo que não se perde)	Reforço da cultura de entre ajuda (influência) e Imagem junto dos stakeholders (serviço reconhecido)	Reforço da cultura de entre ajuda	Responsabilidade social (obrigação de dispor meios para benefício de outros)	Reforço da cultura de entre ajuda (motivar para a coesão) e Responsabilidade social (contribuir)
Vantagens para o indivíduo	Desenvolvimento de competências e capacidades (aprende na partilha e pode transmitir isso)	Desenvolvimento de competências e capacidades (conhecimentos pessoal e profissional); e, Satisfação pessoal e reconhecimento (sentimento de pertença à empresa)	Conhecimento da realidade (aprende o tema em que se envolve) e Desenvolvimento de competências e capacidades (experiência adquirida)	Participação ativa (faz parte de um todo, ele e o outro saem beneficiados)	Desenvolvimento de competências e capacidades (conhece a realidade) e Satisfação pessoal e reconhecimento (utilidade social)	Desenvolvimento de competências e capacidades pessoais (experiência adquirida)
Vantagens para a empresa	Colaboradores mais produtivos (bem-estar e felicidade da comunidade onde se insere)	Colaboradores mais produtivos (satisfeitos e orientados)	Imagem junto dos clientes, consumidores e parceiros (imagem mais positiva leva a um maior retorno)	Gestão estratégica de recursos (alinhar a missão com o <i>core business</i>) e Desenvolvimento da cultura empresarial (espírito de equipa)	Imagem junto dos clientes, consumidores e parceiros (não se rege apenas pelo lucro)	Colaboradores mais produtivos (sentem-se bem por trabalhar numa empresa que valoriza a realidade)
Vantagens para a instituição	Resolução de problemas sociais	Resolução de problemas sociais (conjuga empenhos)	Cumprimento de deveres cívicos (cidadão mais ativo e empenhado em causas) e Resolução de problemas sociais (objetivo comum da empresa e instituição)	Gestão de recursos (mobiliza outras pessoas e capta outros meios através dos voluntários)	Cumprimento de deveres cívicos (espaço para a pessoa agir) e Gestão de recursos (pessoal com competências técnicas e bem enquadrados)	Gestão de recursos (o voluntário é muito necessário para funcionarem)

Potencialidades e Limitações do Voluntariado Empresarial

Relação entre voluntariado empresarial e a prática individual (continuação)

	CNPV	GRACE	AMI	BA	Caritas	CVP
Desvantagens para o indivíduo	Não existem	Não evidenciado	Cansaço (pelo empenho excessivo)	Acompanhamento nas instituições (mau acolhimento e integração)	Acompanhamento nas instituições (integração e adaptação do perfil para se sentir bem e não gerar conflitos)	Acompanhamento nas instituições (gerir expectativas e ser integrado) e Número de vagas vs tempo de espera na instituição (a pessoa quer ajudar e pode desmotivar)
Desvantagens para a empresa	Não existem	Gestão do voluntariado (programas mal organizados e sem avaliação)	Gestão do voluntariado (possíveis falhas)	Horário e periodicidade das ações (dificuldade em libertar os colaboradores)	Não evidenciado	Gestão do voluntariado (uma má experiência pode influenciar a continuidade, necessidade de boa comunicação)
Desvantagens para a instituição	Não existem	Atuação inadequada (não satisfazer os beneficiários)	Não evidenciado	Novos problemas sociais (falta de comprometimento)	Atuação inadequada (não insistir, deixar que o voluntário se entregue para se sentir bem e respeitado)	Direitos e deveres do voluntário (pouca formação e muita responsabilidade)
Experiência enquanto voluntário (a)	1ª experiência na juventude	1ª experiência em criança. Depois da prática de VÉ passou a assumir exclusividade	1ª experiência em adulto. Praticou sempre e agora é em exclusivo	1ª experiência na juventude e agora é em exclusivo	1ª experiência em criança e depois foi praticando	1ª experiência na juventude. Depois foi praticando mas agora não o faz pelo horário
Influência positiva entre o voluntariado individual e a prática empresarial	Pode existir mas não deve ser decisiva para a participação	Pode existir. Quem faz uma vez depois quer continuar	Existe. Estão mais sensibilizados e despertados.	Pode existir. Estão mais preparados para as exigências e condicionantes	Pode existir. Há empresas que procuram pessoas que se entregam a causas por serem mais disponíveis e terem um desempenho que pode influenciar os colegas, aproximando a empresa da instituição.	Pode existir. Os voluntários organizam e dinamizam ações nas empresas para ajudar as instituições.
Influência positiva entre o voluntariado empresarial e a prática individual	Pode existir mas não deve ser decisiva para a participação	Pode existir. Se tem tempo profissional também irá querer fazer como individual	Existe. Gostam da experiência, conhecem a instituição e descobrem/despertam para a causa individual	Pode existir. Os programas de Voluntariado Empresarial facilitam a prática individual.	Pode existir. Com o espírito de equipa, apercebem-se que os atos não são mercantilizáveis e aproximam-se das instituições	Pode existir. Muitos voluntários das empresas tornam-se depois também a título individual na instituição.
Influência negativa para ambos	Não evidenciado	Não evidenciado	Uma má gestão - acolhimento e enquadramento	Uma má gestão - tempo e tipo de perfil	Não evidenciado	Não evidenciado

Resumindo, as instituições são da opinião de que o voluntariado parte de uma motivação e que a pessoa pratica a ação de livre vontade, com o objetivo de ajudar um outro. Relativamente ao voluntariado empresarial, traduz-se na cedência do colaborador por parte da empresa, ou seja, disponibilização dos colaboradores com competências para trabalhar na instituição e ao mesmo tempo dar a conhecer a atuação daquelas (promovendo e facilitando a prática individual).

As motivações dos indivíduos são principalmente altruístas e as das empresas o reforço da cultura de *entrepresa* (orgulho, motivação e coesão). No que se refere às vantagens para o indivíduo são maioritariamente o desenvolvimento de competências (pela partilha de experiências conhece-se a realidade e há um ganho pessoal e profissional). As vantagens para as empresas são os colaboradores serem mais produtivos e existir uma melhoria da imagem junto dos *stakeholders* (os colaboradores ao estarem satisfeitos e orientados levam o seu bem-estar também para a comunidade, aumentando o retorno pelo facto da empresa não se reger apenas pelo lucro). Quanto às vantagens das instituições são a resolução dos problemas sociais (conjugando empenhos e objetivos encontrando-se resposta para novas situações) e a gestão de recursos (com voluntários qualificados pode manter-se a sua atividade e estes mobilizam e captam mais meios).

As desvantagens do indivíduo são o mau acompanhamento das instituições (falta de acolhimento e integração, assim como inadequação do perfil à atividade o que pode defraudar expectativas). Quanto às empresas a desvantagem é a gestão do voluntariado (programas mal organizados, com pouca comunicação e sem avaliação). E, para as instituições, a desvantagem é a atuação inadequada (não satisfazer os beneficiários e não permitir que o voluntário se sinta útil).

A 1ª experiência de voluntariado dos entrevistados decorreu maioritariamente na juventude, mas a partir daí continuaram a participar e, alguns deles dedicaram-se em exclusivo à prática do voluntariado. Assim sendo, a maioria deles considera haver apenas influência positiva entre a prática individual de voluntariado e o voluntariado empresarial e vice-versa. Ou seja, afirmam que o indivíduo que pratica voluntariado a título individual fica mais preparado para enfrentar as situações que ocorram no âmbito do voluntariado empresarial, podendo ajudar também a empresa a dinamizar ações e, além disso, com a partilha da sua experiência, dar a conhecer a realidade, influenciando outros colegas. Os entrevistados, são ainda da opinião de que o voluntariado empresarial permite dar a conhecer as causas e instituições que as apoiam, o que desperta o interesse em ajudar de várias formas, uma delas pelo voluntariado individual. A influência negativa mencionada por dois deles, refere-se à má gestão do voluntariado (ausência de enquadramento, inadequação de perfil e disponibilidade de tempo).

Potencialidades e Limitações do Voluntariado Empresarial

Potencialidades e limitações do voluntariado empresarial

	CNPV	GRACE	AMI	BA	Caritas	CVP
Resolução dos problemas	Cumprimento dos deveres cívicos (o voluntário contribui para a cidadania ativa) mas para ter as competências necessita de formação	Cumprimento dos deveres cívicos (a empresa tem que ter uma atitude de devolver o que recebe)	Cumprimento dos deveres cívicos (sinergia entre todos) com necessidade de competências mas essencialmente valores	Cumprimento dos deveres cívicos (o Estado tem um papel mas a sociedade deve completar) e devem ser ajustadas as competências às necessidades	Cumprimento dos deveres cívicos (todos temos algo a dar, de acordo com um perfil - são necessárias competências e capacidades)	Cumprimento dos deveres cívicos (a pessoa e a empresa devem dar tempo ou géneros)
Áreas de intervenção vs Core business	Qualquer área, não só de acordo com o core business mas desde que esteja enquadrada	Qualquer área, não só de acordo com o core business (devido aos vários perfis das pessoas da empresa)	Devem escolher a área (fazer no que sabem melhor) e apoiar projetos próximos para aumentar o retorno.	Devem escolher a área (poupam recursos) e apoiar projetos próximos para ter uma relação win-win	Devem escolher a área (oferecer os seus serviços)	Devem escolher a área (a empresa deve seleccionar quem apoia)
Tipo de procura a ser estabelecido entre empresas e instituições	Tanto empresas como instituições	Tanto empresas como instituições (cumprir a lei da oferta e procura)	Tanto empresas como instituições	Tanto empresas como instituições (a bolsa de voluntariado cruza oferta e procura)	Tanto empresas como instituições (ambas devem dar-se a conhecer)	Tanto empresas como instituições
Voluntariado como única forma de apoio das instituições	Não só. O mecenato também é importante. Deve ser a instituição a decidir.	Mais pelo voluntariado (conhecimento e competências). As instituições têm que ter <i>know how</i> para saber fazer e ser autónomas	Não só. Devem ser também financiadas para projetos longínquos (parcerias)	Mais pelo voluntariado (devido aos recursos financeiros limitados podem ter pessoal qualificado)	Mais pelo voluntariado (através da prestação de serviços)	Não só. As empresas devem dar a conhecer a instituição para a pessoa apoiar financeiramente.
Tempo disponibilizado aos colaboradores	Não possui dados	É suficiente (apesar da disparidade de horas, disponibilizam tempo para os colaboradores obterem competências e ficarem satisfeitos)	Não é suficiente. Há muitos desafios e para fazer mais, tem que haver mais tempo	Deve depender da ação mas é uma limitação na prática do Voluntariado empresarial	Não é suficiente (quanto mais houver melhor, mas as empresas têm outras formas para ajudar).	É suficiente. Mas depende da empresa.
Valorização do voluntariado regular ou ocasional	São os dois importantes (não devem depender da área de intervenção da instituição), sendo o voluntariado regular para complementar uma necessidade alargada	O voluntariado regular é mais importante pela continuidade da ação (a pessoa pode ter várias intervenções) O voluntariado ocasional não dá a conhecer o potencial.	São os dois importantes (no voluntariado regular a instituição pede ajuda à empresa sempre que precisa e no voluntariado ocasional é apenas para um momento.	São os dois importantes mas depende da necessidade (o voluntariado regular para uma atividade essencial e o voluntariado ocasional para um momento)	São os dois importantes mas mais o voluntariado regular. O ocasional é para atividades temporárias e o regular para contínuas (garante estabilidade mas a empresa pode não colocar a mesma pessoa)	São os dois importantes (depende da área de intervenção e das necessidades da instituição)

Potencialidades e limitações do voluntariado empresarial (continuação)

	CNPV	GRACE	AMI	BA	Caritas	CVP
Meios utilizados para comunicar as ações	Canais internos disponíveis e mais adequados	Canais internos e externos (após a partilha interna é que se pode expandir)	N/A	N/A	N/A	N/A
Avaliação das ações	Cumprimento de objetivos (satisfação do voluntário e da instituição)	Impacto interno e externo (saber se o colaborador considerou importante, enquanto pessoa e profissional, para identificar melhorias e partilhar conclusões antes da ação seguinte)	N/A	N/A	N/A	N/A

Em síntese, para estes entrevistados, a resolução dos problemas sociais resulta do cumprimento de deveres (em que todas as pessoas têm um papel de contribuir para a melhoria da sociedade), mas para isso é preciso adequar as competências às necessidades.

As áreas que as empresas devem escolher para intervir podem ser diversas (escolhendo, por exemplo, projetos na comunidade mais próxima, mas adequados essencialmente ao seu *core business* para rentabilizar recursos. Ainda assim, são da opinião de que a procura entre empresas e instituições deve ser realizada por ambas para se darem a conhecer mutuamente.

No que se refere à forma de apoio das empresas, os entrevistados mencionaram que não deve ser só com voluntariado, porque as instituições também precisam de outras ajudas, nomeadamente a nível financeiro. Neste sentido, o voluntariado será importante pelos conhecimentos que os colaboradores transmitem e pela sua influência com terceiros (sempre que dão a conhecer a sua prática de voluntariado). Apesar da opinião sobre o tempo disponibilizado pelas empresas aos colaboradores ser divergente, foi realçado que depende das empresas e que como os desafios são muitos deveria haver mais voluntários.

Sobre a prática regular ou ocasional do voluntariado foi referido serem os dois importantes, dependendo das necessidades mas, em especial, o voluntariado regular pela estabilidade que garante à instituição (essencial para a atividade diária) e por permitir à empresa alocar diferentes colaboradores ao longo do tempo, dando-lhes a possibilidade de intervir em ações distintas. O voluntariado ocasional, por ser temporário, não dá a conhecer a verdadeira realidade.

Por fim, relativamente aos meios a utilizar para divulgar as ações, os dois entrevistados (CNPV e GRACE) são da opinião de que devem ser usados os canais internos mais adequados, podendo depois existir a partilha também para fora da empresa. Relativamente à avaliação das ações, deve-se averiguar o cumprimento de objetivos (questionando os voluntários e as instituições), o que irá permitir identificar melhorias. Quanto aos resultados deverão ser comunicados antes da nova ação.

b) Entre empresas

Relação entre voluntariado empresarial e a prática individual

	BNP Paribas	Delta Cafés	Grupo PT	Xerox
Definição de voluntariado	Parte de uma motivação (a pessoa depende livremente do seu tempo para ajudar um outro, sem contrapartidas)	Parte de uma motivação (entrega a uma causa porque se quer resolvê-la)	Traz benefícios para as partes envolvidas (a ação de vontade espontânea, sem um contrato e remuneração, pode contribuir para amenizar as situações)	Parte de uma motivação (a pessoa quer participar no apoio a causas sociais)
Definição de Voluntariado Empresarial	Cedência de colaboradores (realizado durante o horário de trabalho)	Parceria (gestão conjunta de um projeto para atingir os objetivos, no <i>timing</i> definido)	Cedência de colaboradores (realizado durante o horário de trabalho, sem reduzir a remuneração normal)	Cedência de colaboradores (a empresa tem na sua cultura práticas de apoio à comunidade mas só as concretiza com eles)
Vantagens para o indivíduo	Participação ativa (a pessoa sente-se útil em ajudar terceiros com necessidades)	Conhecer a realidade (ao participar na sociedade a pessoa torna-se consciente do que a rodeia, melhorando a ajuda para com o outro)	Participação ativa (sentem-se úteis e bem por fazer alguma coisa pela sociedade) e satisfação pessoal e reconhecimento, (retribuição com um agradecimento)	Participação ativa (as pessoas gostam de ajudar o outro) e a satisfação pessoal e reconhecimento, (sentimento de realização do dever cumprido e consciência de poder fazer mais)
Vantagens para a empresa	Desenvolvimento de uma cultura empresarial (ao motivar os colaboradores permite que a empresa seja socialmente responsável)	Não evidenciado	Imagem junto dos clientes, consumidores e parceiros (ao patrocinar o voluntariado as empresas são socialmente responsáveis, esperando o retorno social) e colaboradores mais produtivos (mais motivado)	Desenvolvimento de uma cultura empresarial (as pessoas gostam de se sentir realizadas e como a empresa proporciona as ações no tempo de trabalho, ficam motivadas e colaboradores mais produtivos (mais satisfação)
Vantagens para a instituição	Gestão de recursos (sai valorizada pois recebem uma ajuda preciosa em trabalho ou financeiramente)	Não evidenciado	Cumprimento de deveres cívicos (quem recebe o apoio sai beneficiado e isso faz bem à sociedade)	Cumprimento de deveres cívicos (proximidade às comunidades, percebendo-se o que fazer pelos outros)
Desvantagens para o indivíduo	Não evidenciado	Não evidenciado	Cansaço (se o voluntário se dedicar muito, pode ser menos produtivo)	Não evidenciado
Desvantagens para a empresa	Não evidenciado	Gestão do voluntariado (para cada projeto e situação existe necessidade de adaptação)	Horário e periodicidade das ações (algumas chefias não praticam voluntariado e não são sensíveis ao tema)	Gestão do voluntariado, quando os programas não são bem comunicados e acompanhados, tem que ser inculcida a responsabilidade social para existir relação entre a cultura da empresa e a solidariedade.
Desvantagens para a instituição	Novos problemas sociais (nem todas as instituições que têm necessidades podem ser ajudadas)	Não evidenciado	Gestão de recursos (algumas instituições utilizam o voluntariado como mão-de-obra, podendo originar o desemprego)	Não evidenciado

Relação entre voluntariado empresarial e a prática individual (continuação)

	BNP Paribas	Delta Cafés	Grupo PT	Xerox
Experiência enquanto voluntário (a)	1ª experiência (ocorreu enquanto adulta)	Tem participado em projetos de curta duração	1ª experiência (ocorreu enquanto criança) Em simultâneo com outras atividades (continuou ao longo dos anos a participar, acabando por fazê-lo também através da empresa)	1ª experiência (ocorreu enquanto adulta, a trabalhar numa empresa) Em simultâneo com outras atividades (continuou a interessar-se pela área, participando pela empresa)
Influência entre o voluntariado individual e a prática empresarial	Os colaboradores voluntários em instituições interessam-se em participar nas atividades desenvolvidas pela empresa e pedem o apoio desta para as causas que apoiam individualmente	Pode existir mas depende do projeto e do indivíduo.	As pessoas que praticam voluntariado a título individual quando sabem de uma ação organizada pela empresa querem inscrever-se porque já conhecem e gostam de mostrar que fazem parte do grupo de voluntários da instituição.	Como uma empresa é composta por pessoas, estas podem influenciar os colegas e chefes. Por isso, numa empresa em que essa prática não existe ou é reduzida, os colaboradores já voluntários acabam por contagiar os outros.
Influência entre o voluntariado empresarial e a prática individual	Depois do primeiro contacto com a instituição, proporcionado pela empresa, os colaboradores tornam-se mais envolvidos nas causas, nomeadamente, participando também a nível individual	Pode existir mas depende da empresa, da liderança do projeto e dos resultados.	A empresa mostra o trabalho da instituição e a pessoa pode inscrever-se em outras ações diferentes.	Quem nunca participou e tem a primeira experiência através da empresa quer continuar a ajudar pois apercebe-se que não é preciso apenas dinheiro mas estar presente e isso traz-lhe um sentimento de realização pessoal pelo facto de saber que tem algo mais para dar.

Em suma, os entrevistados já praticaram voluntariado, alguns a nível individual e outros pela empresa, tendo vários deles mencionado, na sua definição de voluntariado, as motivações, pois consideram que a pessoa torna-se voluntária por livre iniciativa. Quanto ao voluntariado empresarial foi comum referir-se que se trata da cedência de colaboradores, no sentido em que estes participam nas ações de voluntariado durante o horário laboral.

No que se refere às vantagens da prática do voluntariado é notório serem: para os indivíduos, a participação ativa (sentir-se útil) e a satisfação pessoal/reconhecimento (pelo agradecimento ao dever cumprido); para as empresas, o desenvolvimento de uma cultura empresarial (a motivação interna) e os colaboradores mais produtivos (sentem-se satisfeitos por trabalhar naquela empresa); e, para as instituições, o cumprimento de deveres cívicos (por estarem próximas ajudam mas de acordo com os recursos que têm).

Relativamente às desvantagens, apenas um entrevistado (Fundação PT) referiu existirem para os indivíduos, nomeadamente o cansaço que resulta em perda de produtividade. Para as empresas, é a má gestão do voluntariado, tendo de haver uma boa comunicação e acompanhamento e a adaptação dos projetos à realidade e à cultura da empresa, para que os colaboradores não sejam penalizados na avaliação. E, para as instituições, o surgimento de novos problemas, o que leva à incapacidade de dar resposta pela falta de apoio, e a má gestão de recursos quando os voluntários substituem mão-de-obra.

Por fim, todos os entrevistados afirmaram existir influência entre os dois tipos de voluntariado. A influência entre o voluntariado individual e a prática empresarial é assumida pela pessoa como o querer continuar a participar nas ações, podendo buscar na empresa mais apoio para a instituição, mostrando que já a conhece de forma a contagiar outros. Já na influência entre o voluntariado empresarial e a prática individual, o colaborador passa a conhecer uma nova realidade, despertando o querer participar noutras iniciativas da instituição ou desenvolvidas por si, para continuar a sentir-se útil, podendo isto depender da empresa e do projeto.

Potencialidades e limitações do voluntariado empresarial

	BNP Paribas	Delta Cafés	Grupo PT	Xerox
Resolução dos problemas	Cumprimento de deveres cívicos (contributo realizado através do voluntariado ou financiamento de projetos) Necessidade de competências e capacidades pessoais (por vezes, as pessoas são confrontadas com situações para as quais não estão preparadas)	Cumprimento de deveres cívicos (a diversidade gerida objectivamente resolve estruturalmente os problemas) Necessidade de competências e capacidades pessoais (as características pessoais e a capacidade de trabalhar em grupo fomentam um diálogo responsável, ajudando a construir soluções)	Cumprimento de deveres cívicos (apesar do Estado ter a responsabilidade da resolução dos problemas, o contributo de todos permite uma maior intervenção na sociedade, sendo a educação importante para sensibilizar as pessoas) Necessidade de competências e capacidades pessoais (nem todas as pessoas podem ajudar)	Valores (qualquer pessoa, se quiser, pode contribuir para ações de solidariedade) Necessidade de competências e capacidades pessoais (tem muito a ver com a forma pessoal que cada um encara o tema)
Estratégia da empresa	Tem uma política de RSE que inclui o voluntariado e que se direciona para a educação, para desenvolver competências.	Tem uma estratégia de desenvolvimento que se direciona para a sustentabilidade e que permite desenvolver o voluntariado.	Tem uma área específica na Fundação com vista a garantir a sustentabilidade (são definidos os programas de voluntariado e as instituições apoiadas)	Quer ser conhecida no mercado como uma empresa sustentável e justa, que pratica voluntariado de acordo com critérios. (para ser coerente nas decisões).
Interesse da empresa em promover o voluntariado	Cumprimento de deveres cívicos (uma vez que a empresa apresenta valores) e reforçar a cultura empresarial (aumentar a motivação dos colaboradores e o sentimento de pertença)	Cumprimento de deveres cívicos (para garantir a dimensão pessoal, familiar e profissional, a Delta rege-se por motivações sociais)	Cumprimento de deveres cívicos (os colaboradores podem inscrever-se através da bolsa de voluntariado) e para o reforço da cultura empresarial (ao incentivar o voluntariado fomenta a produtividade através da motivação do colaborador)	Cumprimento de deveres cívicos (a empresa espera estar perto da comunidade) e, para o reforço da cultura empresarial (com os colaboradores envolvidos, ficam mais motivados, o que aumenta a produtividade e os resultados)
Certificados/distinções	Não tem porque não faz parte da sua política.	Tem recebido como forma de reconhecimento das suas ações	Tem recebido como forma de reconhecimento das suas ações	Tem recebido como forma de reconhecimento das suas ações
Áreas de intervenção vs Core business	Não atua apenas naquelas que se relacionam com o negócio	Podem ou não estar relacionadas	Podem ou não estar relacionadas	Estão muito relacionadas com o seu <i>core business</i> .
Tipo de procura a ser estabelecido entre empresas e instituições	Devem ser tanto as empresas como as instituições a apresentar os apoios ou as necessidades (as empresas devem considerar as sugestões do colaborador e as instituições dar-se a conhecer)	Devem ser tanto as empresas como as instituições a apresentar os apoios ou as necessidades	Devem ser as instituições a procurar as empresas mas a PT também procura instituições, sempre que conhece as necessidades ao nível do voluntariado.	Devem ser tanto as empresas como as instituições a apresentar os apoios ou as necessidades
Voluntariado como única forma de apoio das instituições	As instituições não devem ser apoiadas apenas através do voluntariado porque o financiamento é uma forma alternativa de apoio.	As instituições não devem ser apoiadas apenas através do voluntariado (quem deteta a necessidade deve mobilizar os parceiros interessados para atingir os objetivos)	As instituições não devem ser apoiadas apenas através do voluntariado (outros apoios como os financeiros, podendo estas apoiar também através dos seus produtos e serviços)	As instituições não devem ser apoiadas apenas através do voluntariado (mas depende da instituição, se é ou não flexível, porque há a possibilidade de doar espaço ou produtos e serviços)

Potencialidades e limitações do voluntariado empresarial (continuação)

	BNP Paribas	Delta Cafés	Grupo PT	Xerox
Tipo de relação entre a empresa e as instituições	Voluntariado por iniciativa do colaborador; voluntariado por iniciativa da empresa; apoio em géneros; e, apoio financeiro.	Voluntariado por iniciativa do colaborador	Voluntariado por iniciativa do colaborador; apoio em géneros; e, apoio financeiro	Voluntariado por iniciativa do colaborador; voluntariado por iniciativa da empresa; e, apoio em géneros
Principais projetos	5 por entidades externas; 1 pela empresa mas em parceria exclusiva com a instituição; e, 3 pela empresa mas sem parceria exclusiva com instituições.	3 por entidades externas e outros pela empresa mas sem parceria exclusiva com instituições.	por entidades externas; 3 pela empresa mas em parceria exclusiva com instituições; e pela empresa mas sem parceria exclusiva com instituições.	por entidades externas e pela empresa mas em parceria exclusiva com instituições.
Tempo disponibilizado aos colaboradores	Não é limitado mas as atividades são de um dia.	Não é limitado, depende dos compromissos e objetivos.	É limitado (6 dias/ano)	Não é limitado (mas só realizado conforme o negócio)
Previsão sobre o número de ações e a sua duração	As ações aumentaram mas a duração manteve-se.	As ações de voluntariado e sua duração serão aumentadas.	Como as ações e sua duração são variadas não vão alterar	Como as ações e sua duração variam pretendem manter.
Valorização do voluntariado regular ou ocasional	Valoriza mais o voluntariado regular do que o ocasional (o primeiro para relações de continuidade, conjugando os recursos das empresas com as necessidades da instituição. E, o segundo, para pontuais.)	Valoriza mais o voluntariado regular do que o ocasional (o segundo é realizado de acordo com as características e objetivos dos projetos podendo complementar ou ser incompatível.	Valoriza tanto o voluntariado ocasional como o regular (o voluntariado regular é adequado para as instituições mas nem sempre é compatível com o tempo disponibilizado pela empresa. E o voluntariado ocasional também é necessário)	Valoriza mais o voluntariado regular do que o ocasional (praticamente todos os meses está uma ação a decorrer porque a empresa está associada a ações muito regulares)
Meios utilizados para comunicar as ações	Maioritariamente os internos (intranet, televisões das cantinas e Newsletter semanal). Não está presente nas redes sociais e no site existe apenas referência à RSE.	A empresa usa tanto os internos como os externos, dependendo dos projetos.	A empresa usa tanto os internos (mail e intranet para os colaboradores ativos) como os externos (cartas, redes sociais e site para ex-colaboradores, familiares e amigos)	A empresa usa tanto os internos (principalmente a intranet, o mail e posters) como os externos (nas redes sociais mostram as campanhas e no <i>facebook</i> , as causas que já concluíram).
Avaliação das ações	Realizada através de feedback do colaborador (é disponibilizado um inquérito de satisfação qualitativo e quantitativo)	Realizada através de feedback do colaborador (utilizando indicadores que averiguem a eficácia do projeto na sociedade)	Realizada através de feedback (questionários às instituições e voluntários) e os resultados obtidos refletem-se na Bolsa e traduzem a manutenção no DJ.	Realizada através de feedback do voluntário (saber se foi atingido o objetivo) e os resultados obtidos derivam das fotos e <i>emails</i> das instituições.

Em síntese, é unânime para as empresas que a resolução dos problemas sociais é combatida com o cumprimento de deveres cívicos (em que cada um tem um contributo para a sociedade), sendo necessário competências e capacidades pessoais para as diferentes necessidades, pois apesar de todos poderem ajudar, nem todos têm perfil para qualquer causa.

O interesse das empresas em promover a prática do voluntariado é, pois, garantir o cumprimento do dever cívico (aproximando-se da comunidade), mas também pelo reforço da cultura de empresa (porque aumenta a motivação e o sentimento de pertença do colaborador que se torna mais produtivo). Neste sentido, todas as empresas com a exceção de uma (BNP Paribas), são reconhecidas formalmente pelas ações desenvolvidas.

As ações que as empresas promovem são desenvolvidas em várias áreas, relacionado-as na maior parte das vezes com o seu negócio. Neste sentido, as instituições nem sempre são ajudadas com voluntariado, podendo receber apoio financeiro ou em produtos e serviços. A procura para a satisfação de necessidades das instituições é maioritariamente dividida entre empresas e instituições, sendo que na maioria das empresas, os projetos são organizados por entidades externas à empresa ou pela empresa mas sem uma parceria exclusiva.

O tempo disponibilizado aos colaboradores não é, na sua maioria, limitado mas pode depender do período em que se encontra o negócio. Os entrevistados valorizam mais o voluntariado regular, visto numa perspetiva de continuidade, sendo necessário conjugar recursos entre a empresa e a instituição. Neste sentido, a previsão das empresas é a de manter a duração e o número de ações (apenas a Delta Cafés referiu intenção de aumentar).

Relativamente aos meios de divulgação, a maioria das empresas usa tanto os internos como externos, de forma a poder chegar não só aos colaboradores ativos como a outras pessoas (algumas delas através das redes sociais). Apenas o BNP Paribas usa exclusivamente os internos (maioritariamente a *intranet*). Quanto à avaliação das ações é realizada maioritariamente pelos colaboradores. Apenas na PT é recolhido *feedback* também da instituição e é verificado o impacto dos resultados obtidos.

c) Entre voluntários

	Delta	Grupo PT	Xerox
Idade	>= 25 anos e < 35 anos	>= 35 anos	>= 35 anos e < 45 anos
Género	Feminino	Feminino	Feminino
Número de dependentes	Nenhum	Até 2	1 ou 2
Nível escolar mais elevado que concluiu	Licenciatura	Licenciatura e Mestrado e/ou Pós-graduação	Licenciatura
Rendimento mensal bruto	> 500 euros e =< 1500 euros	> 500 euros e =< 2500 euros	> 500 euros e =< 1500 euros
Duração da deslocação entre a residência e a empresa	=< 1 hora	=< 1 hora	=< 30 minutos
Local de trabalho	Lisboa e Vale do Tejo	Lisboa e Vale do Tejo	Lisboa e Vale do Tejo
Cargo que ocupa atualmente na empresa	Técnico / Especialista	Técnico Superior e Gestor / Consultor	Técnico / Especialista
Antiguidade na empresa	=< 5 anos	> 5 anos	> 5 anos
Vínculo contratual com a empresa	Contrato sem termo (efetividade)	Contrato sem termo (efetividade)	Contrato sem termo (efetividade)
Nº de respostas válidas	5	304	1

No que se refere às características dos inquiridos, e conforme o quadro acima exposto, pode-se assumir que são, maioritariamente, do género feminino, com uma média etária acima dos 35 anos e na sua maioria com dependentes. Possuem licenciatura e o rendimento mensal bruto ronda os 1500€. A duração da deslocação entre a residência e a empresa é inferior a 1 hora, sendo o local de trabalho em Lisboa e Vale do Tejo. O cargo ocupado na empresa é de Técnico, a antiguidade na empresa é superior a 5 anos e o vínculo de trabalho é o contrato sem termo.

Relação entre voluntariado empresarial e a prática individual

	Delta Cafés	Grupo PT	Xerox
Importância desta prática	É importante, pelos benefícios que se refletem em todos os intervenientes (desenvolve o espírito de entreajuda)	A maior parte dos inquiridos refere ser importante, pelos benefícios que se refletem em todos os intervenientes	É importante, pelos benefícios que se refletem em todos os intervenientes
Ações de Voluntariado Empresarial versus expectativas	As ações têm correspondido às expectativas (os inquiridos querem continuar a praticar voluntariado tanto individual como através da empresa, não tendo que compensar as horas)	Para a maioria dos inquiridos, as ações têm correspondido às expectativas (querem continuar a praticar voluntariado tanto individual como através da empresa, tendo apenas 1% que compensar as horas)	As ações têm correspondido às expectativas (o inquirido quer continuar a praticar voluntariado tanto individual como através da empresa, não tendo que compensar as horas)
Hipótese 1 – Os colaboradores que já são voluntários continuam a praticar voluntariado tanto pela empresa como individualmente.	Confirma-se (apenas 1 dos inquiridos afirmou não ter sido a prática individual a influenciar a participação no VE)	Confirma-se (95% é movido por motivações altruístas. Porém, apenas 5 inquiridos querem continuar só o VE, pela falta de tempo e 4 só a prática individual, porque pela empresa fazem fora do horário laboral)	Confirma-se (o inquirido já praticava voluntariado a título individual e depois da participação no VE vai continuar a participar nos 2 tipos de voluntariado, cumprindo as motivações altruístas)
Hipótese 2 – O voluntariado empresarial continua e desperta a prática a título individual.	Não se confirma (1 dos inquiridos teve uma experiência de voluntariado empresarial positiva mas pelos custos e limitações de tempo não quer praticar voluntariado a título individual)	Confirma-se (Apenas 1 inquirido quer continuar a prática individual, tendo sido a empresa um meio para conhecer a realidade e 13 inquiridos querem praticar apenas pela empresa devido à falta de tempo e desconhecimento das ações externas)	

Os inquiridos são todos da opinião de que o voluntariado traz benefícios para todos os intervenientes e, das ações em que já participaram através da empresa, têm tido experiências positivas. A hipótese 1 confirma-se em todas as empresas, pelo que se pode afirmar que o facto de uma pessoa já ser voluntária tem influência na sua participação no Voluntariado Empresarial, uma vez que já está mais desperta para a prática do voluntariado, evidenciando-se aqui as suas motivações altruístas.

No que se refere à hipótese 2 pode ser confirmada (uma vez que a maior parte dos inquiridos que nunca praticaram voluntariado, ao participar no Voluntariado Empresarial querem continuar e iniciam a sua experiência a título individual). Apenas uma das empresas (Delta Cafés), com um número de respostas reduzido, não confirma a hipótese 2.

Potencialidades e limitações do voluntariado empresarial

	Delta Cafés	Grupo PT	Xerox
Motivações do indivíduo	Altruísmo (satisfação pela ajuda ao próximo) e Influência de outros	Para a maioria Altruísmo (satisfação pela ajuda ao próximo)	Altruísmo (satisfação pela ajuda ao próximo)
Motivações da empresa	Cumprimento de valores e reforço da cultura de voluntariado; e, Interesse político e comunitário	Razões de ordem estratégica e de sustentabilidade; e, Cumprimento de valores e reforço do voluntariado	Razões de ordem estratégica e de sustentabilidade; e, Cumprimento de valores e reforço do voluntariado
Benefícios para o indivíduo	Desenvolvimento de competências e capacidades pessoais; e, Satisfação pessoal e reconhecimento	Desenvolvimento de competências e capacidades pessoais; Satisfação pessoal e reconhecimento; e, Melhoria das relações interpessoais	Desenvolvimento de competências e capacidades pessoais; e, Satisfação pessoal e reconhecimento
Benefícios para a empresa	Desenvolvimento de uma cultura empresarial; Imagem da empresa junto dos clientes, consumidores e parceiros; e, Reforço da comunicação interna	Imagem da empresa junto dos clientes, consumidores e parceiros; e, Desenvolvimento de uma cultura empresarial	Imagem da empresa junto dos clientes, consumidores e parceiros; e, Desenvolvimento de uma cultura empresarial
Limitações para o indivíduo	Falta de tempo e Custos associados	Falta de tempo e Falta de conhecimento das ações	Falta de tempo
Limitações para a empresa	Dificuldade em disponibilizar tempo aos colaboradores e Custos associados	Dificuldade em disponibilizar tempo aos colaboradores, Custos e Falta de planeamento e organização das ações	Dificuldade em disponibilizar tempo aos colaboradores
Frequência da prática	Ocasionalmente	Para a maioria ocasionalmente	Frequentemente
Volume total de horas anual	> 4 horas e =< 8 horas	=< 16 horas	> 48 horas
Público alvo das ações	Deficientes e/ou Portadores de doenças; Animais e/ou Plantas, Crianças e/ou Jovens e Famílias carenciadas e Idosos; e, Comunidade (Local, nacional ou internacional) e Grupos étnicos minoritários	Em maior número: Pessoas sem abrigo e Crianças e/ou Jovens Em menor número: Pessoas vítimas do desrespeito dos direitos humanos	Crianças e/ou Jovens; Deficientes e/ou Portadores de doenças; e, Idosos.
Atividades desenvolvidas	Recolha e/ou distribuição de alimentos, produtos de higiene, roupa ou outros; Cuidados de saúde e/ou sociais, Requalificação de espaços (limpeza, jardinagem, pintura...) e Recolha de donativos financeiros; Atividades lúdico-recreativas e Gestão e/ou apoio administrativo; e, Formação e/ou ações de sensibilização	Em maior número: Recolha e/ou distribuição de alimentos, produtos de higiene, roupa ou outros Em menor número: Recolha de donativos financeiros, sendo que não foram realizadas atividades de âmbito religioso	Atividades cívicas, associativas e/ou sindicais; Atividades lúdico-recreativas; Cuidados de saúde e/ou sociais; e, Requalificação de espaços (limpeza, jardinagem, pintura...)
Áreas de intervenção	Ajuda humanitária e/ou solidariedade social; Ambiente; e, Desporto e Saúde	Em maior número: Ajuda humanitária e/ou solidariedade social Em menor número: desporto	Ajuda humanitária e/ou solidariedade social e Educação e/ou Investigação.
As áreas são do seu interesse	Sim	Para a maioria sim	Sim
Opinião dos colaboradores	Não existe unanimidade	Sim	Sim
Meios de divulgação	E-mail; Contacto direto e/ou "passa a palavra"; Publicações (cartazes, folhetos...); e, Correio interno	Intranet e email	Email e intranet
Tipo de enquadramento	Para a maioria tanto pela empresa como pela instituição	Para a maioria tanto pela empresa como pela instituição	Tanto pela empresa como pela instituição
Tipo de avaliação	Para a maioria tanto pela empresa como pela instituição	Para a maioria só pela empresa	Tanto pela empresa como pela instituição
Certificados	Não receberam	Não receberam	Tanto da empresa como da instituição
Avaliação comparativa	Para 2 inquiridos é melhor (pelos valores intrínsecos da empresa é desenvolvido com excelência)	Para muitos inquiridos é melhor (tanto na gestão do voluntariado como pelas áreas de intervenção abrangidas)	Igual (enquadra-se no que é praticado)
Comentários	Não apresentaram sugestões	Alguns apresentaram sugestões sobre o que consideram ser melhor	Não apresentou sugestões

Sumariamente, todos os inquiridos são da opinião de que as motivações dos indivíduos para a prática do voluntariado são altruístas e, na sua maioria, que as motivações das empresas são ao nível do cumprimento de valores e reforço da cultura do voluntariado. Consideram, assim, que os benefícios para o voluntário são o desenvolvimento de competências e a satisfação pelo reconhecimento e, no que se refere às empresas, passam pela melhoria da imagem junto dos *stakeholders*.

Relativamente às limitações apontam o tempo (falta de tempo do voluntário e pouco tempo disponibilizado pelas empresas), o que se reflete na frequência e volume total de horas dispendido na prática do voluntariado empresarial (é maioritariamente ocasional, rondando as 8 horas anuais). Este tempo é dedicado a ações de intervenção do interesse dos inquiridos, maioritariamente na área da ajuda humanitária e solidariedade social, tendo por destinatários principalmente crianças ou jovens.

A maior parte dos inquiridos referiu que a sua empresa é melhor face a outras, acabando por apresentar sugestões nesses temas. Isso pode comprovar-se pelo facto das empresas recolherem a opinião dos colaboradores, divulgando as iniciativas essencialmente por *email*. E, na maioria dos inquiridos, o enquadramento e avaliação da ação ser feito pela empresa. Porém, a entrega de certificado ainda não é uma prática.

d) Síntese

Perante as 3 perspetivas anteriormente apresentadas, é possível afirmar que muitas das opiniões dos entrevistados coincidem com a realidade praticada pelas empresas e respetivos colaboradores voluntários. Começando pela resolução dos problemas sociais, é assumido tanto pelas instituições como pelas empresas que o cumprimento de deveres cívicos é um contributo essencial, sendo também preciso adaptar as competências das pessoas às necessidades das instituições.

Sobre a definição de voluntariado e voluntariado empresarial, é coincidente que para o primeiro tem que existir uma motivação e que no segundo, o colaborador coloca as suas competências ao serviço de uma instituição durante o horário laboral. Neste sentido, as motivações comumente enumeradas pelas instituições e voluntários foram: para os indivíduos as altruístas e para as empresas o reforço da cultura da empresarial.

Quanto aos benefícios, as instituições, empresas e voluntários, referiram ser: para os indivíduos o desenvolvimento de competências e a satisfação pessoal e, para as empresas, os colaboradores mais produtivos e a melhoria da imagem junto dos *stakeholders*. Já as instituições e empresas mencionaram como benefícios para as instituições, o cumprimento de deveres cívicos com os recursos necessários. Por isso, o voluntariado foi considerado por todos, importante. As empresas assumem promover o voluntariado para reforçar a cultura e as instituições têm noção de que os conhecimentos dos colaboradores voluntários são essenciais para a sua autonomia. Já os voluntários afirmaram ser importante pelos benefícios que traz para todos os envolvidos, evidenciando ainda que as empresas colocam-lhes à escolha atividades nas áreas de intervenção do seu interesse, que têm resultado em experiências positivas de voluntariado empresarial. Por isso, eles consideram estar numa empresa, que comparativamente a outras, é melhor na prática do voluntariado, querendo pois continuar a participar nas ações. E isso pode ser comprovado pelos certificados/distinções que as empresas referiram já ter obtido.

Porém, foram apresentadas também as possíveis desvantagens do voluntariado que, na perspetiva das instituições e das empresas são: para o indivíduo o mau acompanhamento, para as empresas a má gestão do voluntariado e para as instituições a atuação inadequada. Mas para os voluntários foi mencionada como limitação o tempo, tanto disponível pelos indivíduos como disponibilizado pelas empresas. Estas opiniões acabam por ser confirmadas quando: as instituições referem que o tempo disponibilizado aos colaboradores voluntários depende das empresas, mas que deveriam haver mais voluntários; as empresas afirmam não ser limitado mas estar dependente do negócio; e, os voluntários, indicarem que a sua prática ronda as 8 horas anuais.

As empresas e instituições são da opinião de que tanto o voluntariado regular como ocasional são importantes mas, como o ocasional (por ser temporário) não mostra toda a realidade ao voluntário, defendem mais o regular (além de que a conjugação de recursos com as empresas garante a estabilidade das atividades diárias das instituições). Neste sentido, as empresas assumiram manter a duração e tipo de ações que têm vindo a desenvolver, ações essas que podem ser praticadas ocasionalmente pelos colaboradores (conforme se verificou pelos voluntários inquiridos) mas que não impossibilitam o apoio continuado às instituições, porque a empresa pode apresentar diferentes voluntários para uma mesma ação, dando liberdade de escolha ao colaborador para outras ações.

No que se refere aos meios de divulgação das ações, as instituições referem ser necessário usar os canais internos, o que é feito pelas empresas mas estas vão mais além e também procuram chegar a pessoas de fora da empresa. Depois, conforme os voluntários afirmaram, fazem enquadramento das iniciativas e recolhem a sua avaliação, apesar de não entregarem um certificado de participação. As instituições são, pois, da opinião de que a avaliação deve verificar se os objetivos foram atingidos mas só uma empresa (a PT) questiona tanto os voluntários como as instituições sobre os resultados obtidos.

As instituições consideram que as empresas devem relacionar as ações de voluntariado com o *core business* e as empresas comprovam-no, revelando que a organização dos projetos pode ser desenvolvida tanto pela instituição como pela empresa. Além disso, as instituições são da opinião de que a forma de apoio não deve ser só o voluntariado e as empresas concordam, algumas delas apoiam financeiramente ou com produtos e serviços. Desta forma, tanto as instituições como as empresas consideram que ambas se devem dar a conhecer e não deve ser apenas uma delas a procurar a outra. Por fim, é notório que quem inicia a prática de voluntariado quer continuar a participar (tanto os entrevistados como os inquiridos). Por isso, pode-se afirmar que existe relação entre o voluntariado empresarial e a prática individual e vice-versa, principalmente pelo facto das pessoas serem movidas por motivações. Com os dados obtidos é possível confirmar as 2 hipóteses: A maior parte dos colaboradores que teve uma experiência de voluntariado individual antes de participar nas ações de voluntariado empresarial, continua a praticar voluntariado tanto a nível individual como através da empresa (hipótese 1).

Os colaboradores que nunca foram voluntários, depois de participarem nas ações promovidas pela empresa, continuam a praticar voluntariado empresarial e iniciam-se, também, a título individual. (hipótese 2).

Quanto à primeira, as justificações apresentadas são: uma pessoa já voluntária está mais desperta a participar nas acções e, por isso vai querer participar no voluntariado empresarial porque a empresa está a facilitar a prática do voluntariado ao disponibilizar tempo de trabalho para ajudar uma causa. A empresa é, assim, mais um meio para contribuir para a resolução dos problemas sociais e, como o indivíduo já está preparado para a realidade que pode encontrar, pode influenciar também os outros colegas a participar. Além disso, pode ajudar as instituições ao pedir diretamente à empresa outros apoios. Em relação à segunda, o voluntariado empresarial é visto como um facilitador no sentido em que apresenta aos colaboradores ainda não voluntários atividades desenvolvidas pelas instituições e, desta forma, o colaborador que participa no voluntariado empresarial pode querer ter outras experiências, inscrevendo-se assim como voluntário a título individual na instituição.

Comparando estes resultados com a abordagem teórica exposta no início deste trabalho, é possível verificar algumas semelhanças, mas também diferenças. No que se refere às definições apresentadas pelos entrevistados, sobre voluntariado e voluntariado empresarial vão ao encontro dos conceitos definidos no capítulo I. Também o tipo de ferramentas utilizadas pelas empresas para a divulgação das iniciativas vai ao encontro do mencionado no relatório *Estado do Voluntariado no Mundo* pois o uso das tecnologias, nomeadamente a *intranet* e a rede de contactos, são um bom meio propagador de uma mensagem. É notória ainda, a relevância do voluntariado para todos os intervenientes e a consciência da necessidade de melhorar a avaliação das iniciativas, conforme o documento *O estado da arte do Voluntariado Empresarial*. Também se comprova os resultados no documento *ABC do voluntariado* em que existem áreas específicas nas empresas para desenvolver as iniciativas e os projectos são desenvolvidos em parceria com as instituições. Porém, quanto às características dos indivíduos que praticam voluntariado são contrárias ao referido nos estudos *Second European Quality of Life Survey* e *Caracterização do voluntariado em Portugal*, mais precisamente no que se refere ao género e área de intervenção. Provavelmente porque nas acções de voluntariado ligadas ao desporto há mais homens voluntários e essa não é a área prioritária de voluntariado oferecida pelas empresas.

Conclusão

Pretendia-se, com este trabalho, perceber se as empresas podem ser um instrumento que permita alterar a realidade presente nos vários estudos realizados, os quais evidenciam um reduzido número de voluntários portugueses. Neste sentido, foi verificado se um colaborador que nunca tinha sido voluntário e participasse num programa de voluntariado empresarial poderia ser impulsionado a praticar voluntariado fora desta (inscrevendo-se individualmente nas instituições ditas da Economia Social e Solidária, mais conhecidas por Terceiro Setor).

Da análise realizada, para as instituições, o contributo empresarial é visto como indispensável, quase “obrigatório” e as empresas sentem igualmente que estão a ser pressionadas para concretizar cada vez mais a sua “responsabilidade social”. Verifica-se, pois, que a prática do voluntariado é considerada importante, mas que as empresas ainda têm que melhorar a sua atuação, pelo que, respondendo à questão inicial: De que forma podem as empresas influenciar a prática individual de voluntariado? posso dizer que o tipo de gestão do voluntariado desenvolvida pode influenciar a prática individual.

É evidente que, conforme já mencionado, tem que existir uma motivação da pessoa para praticar o voluntariado. Porém, um colaborador terá a possibilidade de optar por praticar voluntariado só através da empresa, só através de uma instituição ou por ambas, pelo que a influência da empresa na prática individual deve-se ao tipo de experiência. Portanto, é necessário saber comunicar, relacionar o perfil do voluntário com as atividades a desenvolver, fazê-lo sentir-se envolvido no processo, disponibilizar tempo, solicitar uma avaliação e reconhecer a participação. E, é também importante identificar as necessidades das instituições, ter informação e fazer formação e acompanhamento.

Além disso, é no contacto com as instituições que os colaboradores sentirão se querem ou não continuar a envolver-se, tal como referido no artigo *The Marketing of Employee Volunteerism* (em que os autores mostram que a experiência de voluntariado empresarial tem influência na atuação do voluntário, tanto na continuação da sua prática a nível individual como nos apoios financeiros que surgem como resultado do conhecimento das necessidades da instituição).

Em suma, o voluntariado empresarial permite que um colaborador seja voluntário durante o horário laboral e que conheça as instituições, possibilitando a continuidade do relacionamento com estas, fora da empresa. Ele dá a oportunidade da pessoa ser mais ativa representando uma marca, trazendo vantagem para ambas. Por isso, para promover o aumento do número de voluntários em Portugal, as empresas têm que: Desenvolver, promover e divulgar atividades de voluntariado; Difundir a importância/vantagens do voluntariado; e, Incentivar e impulsionar os empregados a serem voluntários.

A pertinência deste trabalho visava colmatar uma curiosidade pessoal, já que o voluntariado faz parte da minha vida, e servir também de possível utilidade futura, uma vez que gostaria de trabalhar profissionalmente em projetos de voluntariado. Além disso, como a relação entre economias de mercado e social é importante para garantir a coesão económica, social e ambiental, pretendia avaliar se as sinergias entre elas, ao nível do voluntariado são uma forma de potenciar o crescimento deste e de ajudar as empresas e instituições a obter o sucesso desejado.

Apesar de algumas limitações na realização deste trabalho, desde não ter sido possível realizar presencialmente todas as entrevistas, até aos resultados apresentados, com a impossibilidade de um comparativo preciso, e ainda o facto dos dados históricos de vários estudos terem sido realizados há alguns anos e com metodologias diferentes, este trabalho mostrou que a relação entre as Economias de Mercado e Social pode ser benéfica para ambas as partes, ainda que possam existir alguns constrangimentos.

As organizações da Economia Social podem ficar dependentes, de certa forma, dos restantes setores da Economia e, principalmente da Economia de Mercado, no que se refere à necessidade de voluntários, mas a sua autonomia não pode ser influenciada pelo impacto negativo que a Responsabilidade Social das Empresas lhes possa trazer. A sua sobrevivência apresenta, por isso, mais vantagens quando cria relações com os vários setores da Economia.

Atualmente as empresas estão mais sensibilizadas para a sua responsabilidade não só económica como também social. Elas querem assumir um papel social que deve ir para além das suas responsabilidades legais, estando o voluntariado empresarial a ganhar visibilidade/importância. Assim, na minha opinião, as empresas devem assumir, cada vez mais, o papel de dinamizadoras do voluntariado, reconhecendo que este beneficia não só quem recebe o serviço como também quem o presta. Elas devem, pois, incentivar os seus colaboradores a participar nas ações de voluntariado empresarial que organizam, essencialmente para identificar melhorias nos programas que desenvolvem mas também para que aqueles estabeleçam uma prática individual de voluntariado.

A realização deste trabalho contribuiu para o aprofundar de conhecimentos adquiridos durante as aulas. Ajudou-me também a compreender melhor o papel do voluntariado e os desafios e dificuldades que se lhe colocam em Portugal. E, despertou-me ainda a curiosidade em explorar as sinergias que se devem estabelecer entre o Estado, o Mercado e a Economia Social.

Como desafios para futuras investigações menciono uma análise com outras empresas (que seja mais representativa) e o aprofundar das motivações das pessoas, podendo seguir-se o que os autores do artigo *As motivações no trabalho voluntário* defendem, ou seja, que as motivações podem variar entre atração e fidelização/retenção.

Bibliografia

- AEV, 2011. *Conferência de Encerramento do AEV 2011*. Varsóvia, AEV.
- Almeida, J. & Pinto, J., 1995. *A investigação nas Ciências Sociais*. 5ª edição ed. Lisboa: Editorial Presença.
- AMI, 2013. *AMI*. [Online]
Available at: <http://www.ami.org.pt/default.asp?id=p1p5p18&l=1>
[Acedido em Março 2013].
- APDL, 2012. *ANIMAR*. [Online]
Available at: <http://www.animar-dl.pt/index/documentacao/documentos/volunta/voluntariado2>
[Acedido em Janeiro 2013].
- AR, 1998. *Entrajuda*. [Online]
Available at: http://www.entrajuda.com/pdf/Lei71_98.pdf
[Acedido em Janeiro 2013].
- BA, 2010. *Federação*. [Online]
Available at: <http://bancoalimentar.pt/article/8>
[Acedido em Março 2013].
- Bardin, L., 2009. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Caeiro, J. et al., 2009. *Economia e Política Social: Contributos para a Intervenção Social no Século XXI*. Lisboa: Universidade Lusíada Editora.
- Caritas, 2010. *Caritas Portuguesa*. [Online]
Available at:
http://www.caritas.pt/site/nacional/index.php?option=com_content&view=article&id=3436&Itemid=3
[Acedido em Abril 2013].
- CE, 2010. [Online]
Available at: http://ec.europa.eu/citizenship/pdf/national_report_pt_en.pdf
[Acedido em Março 2013].
- CE, 2011. *Comissão Europeia em Portugal*. [Online]
Available at:
http://ec.europa.eu/portugal/comissao/destaques/20110927_voluntariado_transfronteirico_pt.htm
[Acedido em Janeiro 2013].
- CECOA, 2004. *Centro de Formação Profissional para o Comércio e Afins*. [Online]
Available at:
http://www.cecoa.pt/Upload/Documentos/Projectos/Transnacionais/CSR/ESTADO_RSE.pdf?AspxAutoDetectCookieSupport=1
[Acedido em Março 2013].
- CEV, 2008. *European Year of Volunteering 2011*. [Online]
Available at: <http://www.eyv2011.eu/resources-library/item/159-facts-figures-reports-portugal-cev-2008>
[Acedido em Janeiro 2013].
- CEV, 2009. *EYV*. [Online]
Available at: <http://www.eyv2011.eu/online-marketplace/item/156-an-enabling-volunteering-infrastructure-in-europe-situation-%E2%80%93-trends-%E2%80%93-outlook-cev-2010>
[Acedido em Fevereiro 2013].

- CEV & AVSO, 2003. *European year of volunteering 2011*. [Online]
Available at: <http://www.eyv2011.eu/online-marketplace/item/108-%E2%80%9Clegal-status-of-volunteers-in-europe%E2%80%9D-country-report-switzerland-cev/avso-2005>
[Acedido em Dezembro 2012].
- CIRIEC, 2007. *Comité Económico e Social Europeu*. [Online]
Available at: <http://www.eesc.europa.eu/resources/docs/eesc-2007-11-pt.pdf>
[Acedido em 2013].
- CIVICUS, 2011. [Online]
Available at: <http://www.unv.org/en/news-resources/news/doc/broadening-civic-space-through.html>
[Acedido em fevereiro 2013].
- CIVICUS, 2011. *UNV*. [Online]
Available at: <http://www.unv.org/fileadmin/img/unv/2011%20volunteerism%20publication.pdf>
[Acedido em Fevereiro 2013].
- CNPV, 2002. *Conselho Nacional para a Promoção do Voluntariado*. [Online]
Available at: http://www.voluntariado.pt/preview_documentos.asp?r=37&m=PDF
[Acedido em Fevereiro 2013].
- CNPV, 2010. Editorial. *Voluntariado, hoje*, Outubro, Novembro e Dezembro, p. 2.
- CNPV, s.d. *Voluntariado*. [Online]
Available at: <http://www.voluntariado.pt/>
[Acedido em Dezembro 2012].
- CVP, 2013. *Comunidade Vida e Paz*. [Online]
Available at: <http://cvdaepaz.pt/site/quem-somos/missao-visao-e-valores/>
[Acedido em Abril 2013].
- Delicado, A., de Almeida, A. & Ferrão, J., 2002. *Caracterização do Voluntariado em Portugal*. CNAIV - Comissão Nacional para o Ano Internacional dos Voluntários ed. Lisboa: Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa .
- Delta, 2013. *Delta cafés*. [Online]
Available at: <http://www.delta-cafes.pt/#/pt/sustentabilidade/responsabilidade-social>
[Acedido em Abril 2013].
- Edgell, S., 2006. *The sociology of work: continuity and change in paid and unpaid work*. London: Sage Publication.
- Egreja, C., 2009. *O voluntariado empresarial na perspectiva dos colaboradores: avaliação das iniciativas e repercussões a nível pessoal*. Lisboa: ISEG.
- Entrajuda, 2011. *Entrajuda*. [Online]
Available at: http://www.entrajuda.pt/pdf/Voluntariado%20em%20Portugal_Jan%202011.pdf
[Acedido em Fevereiro 2013].
- Estivill, J., 2000. Voluntary Organisations and Networks in a Changing World. In: A. B. M. a. N. P. Miquel de Moragas, ed. *Volunteers, Global Society and the Olympic Movement*. Lausanne: International Olympic Committee, pp. 31-37.
- Eurofound, 2011. *European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions*. [Online]
Available at: <http://www.eurofound.europa.eu/pubdocs/2011/02/en/1/EF1102EN.pdf>
[Acedido em Março 2013].
- Fernandes, S., 2005. O Voluntariado. A Busca da Identidade na Diversidade. *Revista Forum DC*, Abril.

- Ferraz, P., 2011. Voluntariado. *Dirigir*, Jan, Fev e Mar, p. 57.
- Ferreira, M., Proença, T. & Proença, J. F., 2008. As motivações no trabalho voluntário. *Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão*, Julho-Setembro, p.
<http://www.scielo.oces.mctes.pt/pdf/rpbg/v7n3/v7n3a06>.
- Finanças, M. d., 2011. *Agência de Gestão da Tesouraria e da Dívida Pública*. [Online]
Available at: http://www.igcp.pt/fotos/editor2/2012/Aprentacao_Investidores/Rel-2012.pdf
[Acedido em Janeiro 2013].
- Fisher, R. M. & Falconer, A. P., 2001. Voluntariado empresarial - estratégias de empresas no Brasil. *Revista de Administração, São Paulo v.36, n.3, julho/setembro*, pp. 15-27.
- FML, 2001. *O voluntariado e as empresas: breve estudo exploratório do caso português*. Lisboa: Comissão Nacional para o Ano Internacional dos Voluntariados.
- Franco, R., 2005. *O sector não lucrativo português*. Porto: Fundação Luso-Americana.
- Frey, B., 2009. *Felicidade, uma revolução na economia*. Lisboa: Gradiva.
- GRACE, 2011. *Portal da Responsabilidade Social Empresarial*. [Online]
Available at: <http://www.grace.pt/publicacoes>
[Acedido em Janeiro 2013].
- GRACE, 2012. *Portal da Responsabilidade Social Empresarial*. [Online]
Available at: <http://www.grace.pt/publicacoes>
[Acedido em Janeiro 2013].
- GRACE, 2013. *Portal da Responsabilidade Social Empresarial*. [Online]
Available at: http://www.grace.pt/sobre_o_grace/missao
[Acedido em Março 2013].
- IAVE, 2001. *International Association for Volunteer Effort*. [Online]
Available at: <http://www.iave.org/content/universal-declaration-volunteering>
[Acedido em Janeiro 2013].
- IAVE, 2011. *Grupo de Estudos de Voluntariado Empresarial*. [Online]
Available at: <http://grupodevoluntariadoempresarial.wordpress.com/category/voluntariado-empresarial/>
[Acedido em Janeiro 2013].
- INE, 2006. *Instituto Nacional de Estatística*. [Online]
Available at:
http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaques&DESTAQUESdest_boui=122548251&DESTAQUEStema=00&DESTAQUESmodo=2
[Acedido em Março 2013].
- Infopédia, 2013. *Enciclopédia e Dicionários Porto Editora*. [Online]
Available at: <http://www.infopedia.pt/pesquisa-global/volunt%C3%A1rio>
[Acedido em Março 2013].
- IS & UNV, 2001. *La sociedad civil en linea*. [Online]
Available at: http://lasociedadcivil.org/docs/ciberteca/guia_practica_unv.pdf
[Acedido em Novembro 2012].
- Le Net, M. & Halba, B., 1997. *Bénévolat et volontariat dans la vie économique, sociale et politique*. Paris: La Documentation Française .
- Lima, M., 2000. *Inquérito sociológico: problemas de metodologia*. 5ª ed. Lisboa: Editorial Presença.

- Meier, S. & Stutzer, A., 2004. *IZA*. [Online]
Available at: <http://ftp.iza.org/>
[Acedido em Dezembro 2012].
- Monteiro, A. A., 2008. *Academia*. [Online]
Available at:
http://www.academia.edu/838241/Quando_a_ajuda_chega_por_mail_o_voluntariado_online_como_o_portunidade_e_realidade
[Acedido em março 2013].
- Mouro, H., 2001. *Solidariedade e mutualismo: um espaço partilhado*. Coimbra: Quarteto editora.
- Paribas, B., 2013. *BNP Paribas*. [Online]
Available at: <http://www.bnpparibas.com/en/about-us/corporate-philanthropy>
[Acedido em Abril 2013].
- PE, 2011. [Online]
Available at:
http://www.europarl.europa.eu/pdf/eurobarometre/2011/juillet/04_07/eb%2075_2_%20synthese%20analytique%20benevolat_pt.pdf
[Acedido em fevereiro 2013].
- Pelozo, J., Hudson, S. & Hassay, D. N., 2009. The Marketing of Employee Volunteerism. *Journal of Business Ethics*, pp. 371-386.
- Portugal, R., 2005. *Impulso Positivo*. [Online]
Available at: <http://impulsopositivo.com/content/abc-do-voluntariado-empresarial>
[Acedido em Janeiro 2013].
- PROACT, 2012. *Conselho Nacional para a Promoção do Voluntariado*. [Online]
Available at: http://www.voluntariado.pt/preview_documentos.asp?r=1954&m=PDF
[Acedido em Janeiro 2013].
- PT, F., 2011. *Fundação PT*. [Online]
Available at: <http://fundacao.telecom.pt/>
[Acedido em Novembro 2012].
- PT, s.d. *Portugal Telecom*. [Online]
Available at: <http://www.telecom.pt/InternetResource/PTSite/PT/Canais/SobreaPT/>
[Acedido em Abril 2013].
- PV, 2012. *Portal do Voluntariado*. [Online]
Available at:
http://voluntariado.guarulhos.sp.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=15&Itemid=15
[Acedido em Março 2013].
- PV, 2013. *Portal do Voluntariado*. [Online]
Available at:
http://voluntariado.guarulhos.sp.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=15&Itemid=15
[Acedido em maio 2013].
- Salamon, L. M., 2010. Putting the civil society sector on the economic map of the world. *Annals of Public and Cooperative Economics*, Junho, pp. 167-210.

- Salamon, L. M., Sokolowski, S. W. & Haddock, M. A., 2011. Measuring the economic value of volunteer work globally: concepts, estimates, and a roadmap to the future. *Annals of Public and Cooperative Economics*, Setembro, p. 217–252.
- SDC, 2011. *Sair da Casca*. [Online]
Available at: http://www.sairdacasca.com/wp-content/uploads/2013/02/Papel_das_Empresas_na_Sociedade2011.pdf
[Acedido em Fevereiro 2013].
- Silva, A. S. & Pinto, J. M., 1986. *Metodologia das Ciências Sociais*. 12ª ed. Porto: Edições Afrontamento.
- Social, M. d. S. e. S., 2011. *Gabinete de Estratégia e Planeamento*. [Online]
Available at: http://www.gep.msss.gov.pt/edicoes/outras/catalogovoluntariado_2012.pdf
[Acedido em Dezembro 2012].
- UNDP, U. N. D. P., 2003. *World Volunteer Web*. [Online]
Available at: <http://www.worldvolunteerweb.org/resources/policy-documents/united-nations/doc/undp-essentials-on-volunteerism.html>
[Acedido em Dezembro 2012].
- UNL, 2000. *Dar e receber: O Voluntário português*. [Online]
Available at: <http://www.fcsh.unl.pt/cadeiras/ciberjornalismo/ciber2000/voluntariado/default.htm>
[Acedido em Março 2013].
- UNV & NAB, 2004. *World Volunteer Web*. [Online]
Available at: http://www.worldvolunteerweb.org/fileadmin/docs/old/pdf/2004/Global_Report_EBCR.pdf
[Acedido em Janeiro 2013].
- VNU, 2011. *Nações Unidas no Brasil*. [Online]
Available at: <http://www.onu.org.br/pnud-e-vnu-lancam-relatorio-estado-do-voluntariado-no-mundo/>
[Acedido em Janeiro 2013].
- Xerox, 2013. *Xerox*. [Online]
Available at: <http://www.xerox.com/about-xerox/ptpt.html>
[Acedido em Abril 2013].

ANEXOS

Anexo A – Programa de Voluntariado

MODELO DE PROGRAMA DE VOLUNTARIADO - Elaborado de acordo com o artigo 9º da Lei nº 71/98, de 3 de Novembro.

PROGRAMA DE VOLUNTARIADO

Este modelo pretende ser apenas um **instrumento auxiliar** para a elaboração do programa a que se refere o artigo 9.º da lei n.º 71/98, de 3 de Novembro.

PROGRAMA DE VOLUNTARIADO

Considerando que a (*nome e qualificação - v.g. pessoa colectiva de utilidade pública - da organização promotora e sua sede*) adiante designada por (*designação*) prossegue fins (*especificar*) no domínio (*especificar*) e desenvolve actividades de manifesto interesse social e comunitário entre as quais se inclui (*especificar*),

Considerando que a (*designação da organização promotora*) instituiu o Programa (*nome do Programa, Projecto ou menção das Actividades*) a ser prosseguido por voluntários,

Considerando que os voluntários têm direito a estabelecer com a (*designação da organização promotora*) um programa de voluntariado que regule as suas relações mútuas e o conteúdo, natureza e duração do trabalho voluntário que vão realizar,

Considerando que F. (*nome do voluntário, bilhete de identidade, residência*), adiante designado por VOLUNTÁRIO, se ofereceu para, de forma livre, desinteressada e responsável, de acordo com as suas aptidões próprias e no seu tempo livre, colaborar com a (*designação da organização*),

Anexo III

É estabelecido o seguinte programa de voluntariado no âmbito da execução do (*nome do Programa, Projecto ou menção das Actividades*), que constitui um compromisso mútuo, entre a (*designação da organização promotora*) representada por (*nome do representante da organização promotora, que assinará*) e o VOLUNTÁRIO, com base no artigo 7.º, n.º 1, alínea g), e no artigo 9.º, ambos da Lei n.º 71/98, de 3 de Novembro, e na sua regulamentação, Decreto-Lei n.º 389/99, de 30 de Setembro, nos termos e cláusulas seguintes:

PRIMEIRA

(Objecto)

O presente programa tem por objecto regular as relações mútuas entre a (*designação da organização promotora*) e o VOLUNTÁRIO, bem como o conteúdo, natureza e duração do trabalho voluntário que este último se compromete a realizar.

SEGUNDA

(Âmbito)

O trabalho voluntário situa-se no âmbito do (*nome do Programa, Projecto ou menção das Actividades*).

TERCEIRA

(Funções)

A participação do VOLUNTÁRIO nas actividades promovidas pela (*designação da organização promotora*) decorre essencialmente das seguintes funções (*enunciar*):

QUARTA

(Duração do programa e do trabalho voluntário)

1. O presente programa de voluntariado produz efeitos a partir do dia X e durará pelo prazo de X renovando-se automaticamente se nenhuma das partes o não denunciar com a antecedência mínima de X dias relativamente ao termo do prazo inicial ou da renovação que estiver em curso.
2. (*Discriminação das horas e turnos, sendo caso disso*).
3. O VOLUNTÁRIO pode solicitar à (*designação da organização*) com a maior antecedência possível, de modo a não prejudicar o desenvolvimento do (*nome do Programa, Projecto ou menção das Actividades*), a alteração da sua disponibilidade horária, diária ou semanal.

QUINTA

(Suspensão e cessação do trabalho voluntário)

O VOLUNTÁRIO pode interromper ou cessar o trabalho voluntário mediante simples comunicação à (*designação da organização*) com a maior antecedência possível, de modo a não prejudicar as expectativas criadas pelos destinatários do (*nome do Programa, Projecto ou menção das Actividades*).

2. A (*designação da organização*) pode dispensar, após audição do VOLUNTÁRIO, a sua colaboração a título temporário ou definitivo sempre que a alteração dos objectivos ou das práticas institucionais o justifique.
3. A (*designação da organização*) pode determinar, após audição do VOLUNTÁRIO, a suspensão ou a cessação da sua colaboração em todas ou algumas das tarefas no caso de incumprimento do programa do voluntariado.

SEXTA

(Acesso e Identificação)

1. O VOLUNTÁRIO pode aceder e circular nos locais onde desenvolva o seu trabalho voluntário (*especificar se for caso disso*).
2. Para efeitos de acesso e circulação será entregue ao VOLUNTÁRIO um cartão próprio, emitido pela (*designação da organização*).
3. A posse do cartão não prejudica o direito de dispor do cartão de identificação de voluntário, a emitir pelo Conselho Nacional para a Promoção do Voluntariado, nos termos previstos no artigo 7.º, n.º1, b), da Lei n.º 71/98, de 3 de Novembro, e nos artigos 3.º, 4.º e 21.º b), do Decreto-Lei n.º 389/99, de 30 de Setembro.

SÉTIMA

(Informação e orientação)

Ao VOLUNTÁRIO será proporcionado, antes do início do seu trabalho voluntário, informação e orientação acerca dos fins e actividades da (*designação da organização*) de modo a harmonizar a sua acção com a cultura e objectivos institucionais e, ainda, acerca do desenvolvimento do seu trabalho, na medida do necessário e suficiente para a boa realização das tarefas destinadas a todos os voluntários envolvidos no (*nome do Programa, Projecto ou menção das Actividades*).

OITAVA

(Formação e avaliação)

1. A (*designação da organização*) promoverá acções de formação destinadas aos VOLUNTÁRIOS, com periodicidade X, nas quais serão tratados temas com interesse para o trabalho voluntário em geral e, especificamente, para o desenvolvido na (*designação da organização*).

2. As acções referidas na presente cláusula destinar-se-ão também a avaliar com os VOLUNTÁRIOS o resultado do trabalho voluntário desenvolvido, de modo a detectar eventuais necessidades de formação e de reorientação de tarefas.

NONA

(Seguro social voluntário)

1. A (*designação da organização*) obriga-se a emitir a declaração a que se refere a alínea c) do n.º 1 do artigo 7.º do Decreto-Lei n.º 389/99, de 30 de Setembro, e a pagar as contribuições devidas pela inscrição do VOLUNTÁRIO no regime do seguro social voluntário.

2. O VOLUNTÁRIO obriga-se a comunicar ao Centro Distrital de Segurança Social todas as alterações da sua situação susceptíveis de influenciar enquadramento no regime

DÉCIMA

(Cobertura de riscos e prejuízos)

1. A (*designação da organização*) obriga-se a contratar uma apólice de seguro de grupo, tendo em conta as normas aplicáveis em matéria de responsabilidade civil, para protecção do VOLUNTÁRIO em caso de acidente ou doença sofridos ou contraídos por causa directa especificamente imputável ao exercício do trabalho voluntário, bem como para cobertura dos prejuízos causados a terceiros pelo VOLUNTÁRIO no exercício da sua actividade.

2. O seguro compreende uma indemnização e um subsídio a atribuir, respectivamente, nos casos de morte e invalidez permanente e de incapacidade temporária.

DÉCIMA PRIMEIRA

(Certificação)

A (*designação da organização*) emitirá a todo o tempo, declaração que certificará a participação do VOLUNTÁRIO no (*nome do Programa, Projecto ou menção das Actividades*), onde deverá constar o domínio da respectiva actividade, o local onde foi exercida, bem como o seu início e duração.

DÉCIMA SEGUNDA

(Compensação)

A (*designação da organização*) assegurará ao voluntário uma compensação pelas despesas com o trabalho voluntário, através de (*especificar - v.g. X por refeição ou por despesa de transporte, senhas de refeição, título de transporte*).

DÉCIMA TERCEIRA

(Resolução de conflitos)

1. Em caso de conflito entre a (*designação da organização*) e o VOLUNTÁRIO, desenvolverão ambos todos os esforços para lhe dar uma solução equitativa.

2. Não sendo esta possível, a (*designação da organização*) e o VOLUNTÁRIO, acordam recorrer a (terceiro neutral) ou à arbitragem de (*especificar*), nos termos previstos na Lei n.º 31/86, de 29 de Agosto.

Nome da Localidade, data

A ORGANIZAÇÃO PROMOTORA

O VOLUNTÁRIO

Anexo B – Direitos e deveres do voluntário

DIREITOS DO VOLUNTÁRIO:

Desenvolver um trabalho, de acordo com os seus conhecimentos, experiências e motivações;
Ter acesso a programas de formação inicial e contínua;
Receber apoio no desempenho do seu trabalho com acompanhamento e avaliação técnica;
Ter ambiente de trabalho favorável e em condições de higiene e segurança;
Participar das decisões que dizem respeito ao seu trabalho;
Ser reconhecido pelo trabalho que desenvolve com acreditação e certificação;
Acordar com a organização promotora um programa de voluntariado, que regule os termos e condições do trabalho que vai realizar.

DEVERES DO VOLUNTÁRIO PARA COM:

OS DESTINATÁRIOS:

Respeitar a vida privada e a dignidade da pessoa;
Respeitar as convicções ideológicas, religiosas e culturais;
Guardar sigilo sobre assuntos confidenciais;
Usar bom senso na resolução de assuntos imprevistos, informando os responsáveis;
Actuar de forma gratuita e interessada, sem esperar contrapartidas ou compensações;
Contribuir para o desenvolvimento pessoal e integral do destinatário;
Garantir a regularidade do exercício do trabalho voluntário.

A ORGANIZAÇÃO PROMOTORA

Observar os princípios e normas inerentes à actividade, em função dos domínios;
Conhecer e respeitar estatutos e funcionamento da organização, bem como as normas dos respectivos programas e projectos;
Actuar de forma diligente, isenta e solidária;
Zelar pela boa utilização dos bens e meios postos ao seu dispor;
Participar em programas de formação para um melhor desempenho do seu trabalho;
Dirimir conflitos no exercício do trabalho voluntário;
Garantir a regularidade do exercício do seu trabalho;
Não assumir o papel de representante da organização sem conhecimento ou autorização;
Utilizar devidamente a identificação como voluntário no exercício da sua actividade;
Informar a organização promotora com a maior brevidade possível sempre que pretenda interromper ou cessar o trabalho voluntário.

OS PROFISSIONAIS:

Colaborar com os profissionais da organização promotora, potenciando a sua actuação no âmbito de partilha de informação e em função das orientações técnicas da actividade;
Contribuir para o estabelecimento de uma relação fundada no respeito pelo trabalho que a cada um compete desenvolver.

OS OUTROS VOLUNTÁRIOS:

Respeitar a dignidade e liberdade dos outros voluntários, reconhecendo-os como pares e valorizando o seu trabalho;
Fomentar o trabalho de equipa, contribuindo para um boa comunicação e um clima de trabalho e convivência agradável;
Facilitar a integração, formação e participação de todos os voluntários

A SOCIEDADE:

Fomentar uma cultura de solidariedade;
Difundir o voluntariado;
Conhecer a realidade sócio-cultural da comunidade, onde desenvolve o voluntariado;
Complementar a acção social das entidades em que se integra;
Transmitir com a sua actuação, os valores e os ideais do trabalho voluntário.

Anexo C - Assembleia da República

Lei nº71/98 de 3 de Novembro

Bases do enquadramento jurídico do voluntariado

A Assembleia da República decreta, nos termos do artigo 161º, alínea c), do artigo 166º, nº3, e do artigo 112º, nº5, da Constituição, para valer como lei geral da República, o seguinte:

capítulo i

Disposições gerais

Artigo 1º

Objecto

A presente lei visa promover e garantir a todos os cidadãos a participação solidária em acções de voluntariado e definir as bases do seu enquadramento jurídico.

Artigo 2º

Voluntariado

1 – Voluntariado é o conjunto de acções de interesse social e comunitário realizadas de forma desinteressada por pessoas, no âmbito de projectos, programas e outras formas de intervenção ao serviço dos indivíduos, das famílias e da comunidade desenvolvidos sem fins lucrativos por entidades públicas ou privadas.

2 – Não são abrangidas pela presente lei as actuações que, embora desinteressadas, tenham um carácter isolado e esporádico ou sejam determinadas por razões familiares, de amizade e de boa vizinhança.

Artigo 3º

Voluntário

1 – O voluntário é o indivíduo que de forma livre, desinteressada e responsável se compromete, de acordo com as suas aptidões próprias e no seu tempo livre, a realizar acções de voluntariado no âmbito de uma organização promotora.

2 – A qualidade de voluntário não pode, de qualquer forma, decorrer de relação de trabalho subordinado ou autónomo ou de qualquer relação de conteúdo patrimonial com a organização promotora, sem prejuízo de regimes especiais constantes da lei.

Artigo 4º

Organizações promotoras

1 – Para efeitos da presente lei, consideram-se organizações promotoras as entidades públicas da administração central, regional ou local ou outras pessoas colectivas de direito público ou privado, legalmente constituídas, que reúnam condições para integrar voluntários e coordenar o exercício da sua actividade, que devem ser definidas nos termos do artigo 11º

2 – Poderão igualmente aderir ao regime estabelecido no presente diploma, como organizações promotoras, outras organizações socialmente reconhecidas que reúnam condições para integrar voluntários e coordenar o exercício da sua actividade.

3 – A actividade referida nos números anteriores tem de revestir interesse social e comunitário e pode ser desenvolvida nos domínios cívico, da acção social, da saúde, da educação, da ciência e cultura, da defesa do património e do ambiente, da defesa do consumidor, da cooperação para o desenvolvimento, do emprego e da formação profissional, da reinserção social, da protecção civil, do desenvolvimento da vida associativa e da economia social, da promoção do voluntariado e da solidariedade social, ou em outros de natureza análoga.

capítulo ii

Princípios

Artigo 5º

Princípio geral

O Estado reconhece o valor social do voluntariado como expressão do exercício livre de uma cidadania activa e solidária e promove e garante a sua autonomia e pluralismo.

Artigo 6º

Princípios enquadradores do voluntariado

1 – O voluntariado obedece aos princípios da solidariedade, da participação, da cooperação, da complementaridade, da gratuidade, da responsabilidade e da convergência.

2 – O princípio da solidariedade traduz-se na responsabilidade de todos os cidadãos pela realização dos fins do voluntariado.

3 – O princípio da participação implica a intervenção das organizações representativas do voluntariado em matérias respeitantes aos domínios em que os voluntários desenvolvem o seu trabalho.

4 – O princípio da cooperação envolve a possibilidade de as organizações promotoras e as organizações representativas do voluntariado estabelecerem relações e programas de acção concertada.

5 – O princípio da complementaridade pressupõe que o voluntário não deve substituir os recursos humanos considerados necessários à prossecução das actividades das organizações promotoras, estatutariamente definidas.

6 – O princípio da gratuidade pressupõe que o voluntário não é remunerado, nem pode receber subvenções ou donativos, pelo exercício do seu trabalho voluntário.

7 – O princípio da responsabilidade reconhece que o voluntário é responsável pelo exercício da actividade que se comprometeu realizar, dadas as expectativas criadas aos destinatários do trabalho voluntário.

8 – O princípio da convergência determina a harmonização da acção do voluntário com a cultura e objectivos institucionais da entidade promotora.

capítulo iii

Direitos e deveres do voluntário

Artigo 7º

Direitos do voluntário

1 – São direitos do voluntário:

a) Ter acesso a programas de formação inicial e contínua, tendo em vista o aperfeiçoamento do seu trabalho voluntário;

b) Dispor de um cartão de identificação de voluntário;

c) Enquadrar-se no regime do seguro social voluntário, no caso de não estar abrangido por um regime obrigatório de segurança social;

d) Exercer o seu trabalho voluntário em condições de higiene e segurança;

e) Faltar justificadamente, se empregado, quando convocado pela organização promotora, nomeadamente por motivo do cumprimento de missões urgentes, em situações de emergência, calamidade pública ou equiparadas;

f) Receber as indemnizações, subsídios e pensões, bem como outras regalias legalmente definidas, em caso de acidente ou doença contraída no exercício do trabalho voluntário;

- g) Estabelecer com a entidade que colabora um programa de voluntariado que regule as suas relações mútuas e o conteúdo, natureza e duração do trabalho voluntário que vai realizar;
 - h) Ser ouvido na preparação das decisões da organização promotora que afectem o desenvolvimento do trabalho voluntário;
 - i) Beneficiar, na qualidade de voluntário, de um regime especial de utilização de transportes públicos, nas condições estabelecidas na legislação aplicável;
 - j) Ser reembolsado das importâncias despendidas no exercício de uma actividade programada pela organização promotora, desde que inadiáveis e devidamente justificadas, dentro dos limites eventualmente estabelecidos pela mesma entidade.
- 2 – As faltas justificadas previstas na alínea e) contam, para todos os efeitos, como tempo de serviço efectivo e não podem implicar perda de quaisquer direitos ou regalias.
- 3 – A qualidade de voluntário é compatível com a de associado, de membro dos corpos sociais e de beneficiário da organização promotora através da qual exerce o voluntariado.

Artigo 8º

Deveres do voluntário

São deveres do voluntário:

- a) Observar os princípios deontológicos por que se rege a actividade que realiza, designadamente o respeito pela vida privada de todos quantos dela beneficiam;
- b) Observar as normas que regulam o funcionamento da entidade a que presta colaboração e dos respectivos programas ou projectos;
- c) Actuar de forma diligente, isenta e solidária;
- d) Participar nos programas de formação destinados ao correcto desenvolvimento do trabalho voluntário;
- e) Zelar pela boa utilização dos recursos materiais e dos bens, equipamentos e utensílios postos ao seu dispor;
- f) Colaborar com os profissionais da organização promotora, respeitando as suas opções e seguindo as suas orientações técnicas;
- g) Não assumir o papel de representante da organização promotora sem o conhecimento e prévia autorização desta;
- h) Garantir a regularidade do exercício do trabalho voluntário de acordo com o programa acordado com a organização promotora;
- i) Utilizar devidamente a identificação como voluntário no exercício da sua actividade.

capítulo iv

Relações entre o voluntário e a organização promotora

Artigo 9º

Programa de voluntariado

Com respeito pelas normas legais e estatutárias aplicáveis, deve ser acordado entre a organização promotora e o voluntário um programa de voluntariado do qual possam constar, designadamente:

- a) A definição do âmbito do trabalho voluntário em função do perfil do voluntário e dos domínios da actividade previamente definidos pela organização promotora;
- b) Os critérios de participação nas actividades promovidas pela organização promotora, a definição das funções dela decorrentes, a sua duração e as formas de desvinculação;
- c) As condições de acesso aos locais onde deva ser desenvolvido o trabalho voluntário, nomeadamente lares, estabelecimentos hospitalares e estabelecimentos prisionais;

- d) Os sistemas internos de informação e de orientação para a realização das tarefas destinadas aos voluntários;
- e) A avaliação periódica dos resultados do trabalho voluntário desenvolvido;
- f) A realização das acções de formação destinadas ao bom desenvolvimento do trabalho voluntário;
- g) A cobertura dos riscos a que o voluntário está sujeito e dos prejuízos que pode provocar a terceiros no exercício da sua actividade, tendo em consideração as normas aplicáveis em matéria de responsabilidade civil;
- h) A identificação como participante no programa a desenvolver e a certificação da sua participação;
- i) O modo de resolução de conflitos entre a organização promotora e o voluntário.

Artigo 10º

Suspensão e cessação do trabalho voluntário

- 1 – O voluntário que pretenda interromper ou cessar o trabalho voluntário deve informar a entidade promotora com a maior antecedência possível.
- 2 – A organização promotora pode dispensar a colaboração do voluntário a título temporário ou definitivo sempre que a alteração dos objectivos ou das práticas institucionais o justifique.
- 3 – A organização promotora pode determinar a suspensão ou a cessação da colaboração do voluntário em todos ou em alguns domínios de actividade no caso de incumprimento grave e reiterado do programa de voluntariado por parte do voluntário.

capítulo v

Disposições finais e transitórias

Artigo 11º

Regulamentação

- 1 – O Governo deve proceder à regulamentação da presente lei no prazo máximo de 90 dias, estabelecendo as condições necessárias à sua integral e efectiva aplicação, nomeadamente as condições da efectivação dos direitos consignados nas alíneas f), g) e j) do nº1 do artigo 7º
- 2 – A regulamentação deve ter ainda em conta a especificidade de cada sector da actividade em que se exerce o voluntariado.
- 3 – Até à sua regulamentação mantém-se em vigor a legislação que não contrarie o preceituado na presente lei.

Artigo 12º

Entrada em vigor

A presente lei entra em vigor 30 dias após a sua publicação.

Aprovada em 24 de Setembro de 1998.

O Presidente da Assembleia da República, António de Almeida Santos.

Promulgada em 21 de Outubro de 1998.

Publique-se.

O Presidente da República, Jorge Sampaio.

Referendada em 23 de Outubro de 1998.

O Primeiro-Ministro, António Manuel de Oliveira Guterres.

Anexo D - Documentos relativos às áreas de atuação do voluntariado em Portugal

- Ambiente

Portaria n.º 101/2011 de 11 de Março: Estabelece um regime excepcional aplicável à iniciativa «Projecto limpar Portugal».

Resolução da Assembleia da República n.º 27/2004 de 2 de Março: Programa especial de voluntariado «Jovens e a floresta». (RES 63/2005 – Cria o programa «Voluntariado jovem para as florestas»)

- Cidadania activa

Resolução do Conselho de Ministros n.º 62/2010 de 25 de Agosto: Institui em Portugal o Ano Europeu das Actividades de Voluntariado que Promovam uma Cidadania Activa – 2011 (AEV-2011).

- Cooperação/desenvolvimento

Lei n.º 13/2004 de 14 de Abril: Estabelece o enquadramento jurídico do agente da cooperação portuguesa e define o respectivo estatuto jurídico.

Portaria n.º 1316/2001 de 27 de Novembro: Aprova o novo Regulamento do Programa Lusíadas, que visa estimular o desenvolvimento de projectos de cooperação no domínio do voluntariado juvenil a estabelecer nos países de língua oficial portuguesa (PALOP) e em Timor, no quadro da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP). Revoga a Portaria n.º 745-H/96, de 18 de Dezembro.

Despacho Ministerial n.º 16480/98 de 18 de Setembro: Altera o Despacho n.º 34/94 do Ministro da Saúde de 20 de Agosto de 1994, que estabeleceu as regras relativas à deslocação do pessoal dependente do Ministério da Saúde para participar em acções de cooperação com os países africanos de língua oficial portuguesa (PALOP) e criou um sistema de incentivos a essa mesma participação. Produz efeitos a partir de 1 de Janeiro de 1998.

Despacho n.º DD194/93 de 29 de Outubro: Determina que seja atribuída uma bolsa de estada mensal, de valor correspondente a duas vezes o salário mínimo nacional em vigor, aos jovens que participarem nas acções de voluntariado jovem para a cooperação – JVC, durante o período de execução do projecto.

- Cultura

Despacho n.º 23644/2009 de 28 de Outubro: Incumbe a Direcção de Serviços de Relações Públicas, Documentação e Arquivo (DSRPDA-SG) de elaborar e actualizar diariamente uma agenda cultural exaustiva, que inclua a menção, além de outros, aos recursos e actividades desenvolvidas pelo Ministério da Cultura, para disponibilização na sua página na Internet. Atribui ao Instituto dos Museus e da Conservação, I.P., a gestão das inscrições para acções de voluntariado em museus e palácios a si afectos ou por si tutelados, recebidas através do sítio da Internet atrás referido.

- Desporto

Despacho n.º 3974/2004 de 27 de Fevereiro: Reconhece o interesse das actividades e o efectivo e relevante funcionamento da EURO 2004, S.A., tendo em vista a promoção do voluntariado jovem.

Decreto-Lei n.º 267/95 de 18 de Outubro: Define o estatuto dos dirigentes desportivos em regime de voluntariado.

- Educação

Decreto-Lei n.º 124/2009 de 21 de Maio: Estabelece o regime jurídico aplicável ao trabalho voluntário nas escolas realizado por pessoal docente aposentado.

Despacho n.º 4456/2005 de 1 de Março: Regula os procedimentos necessários ao reconhecimento do tempo de serviço prestado por professores/formadores que celebrem contratos de voluntariado com organizações não-governamentais ou outras entidades privadas de utilidade pública

- Investigação

Despacho n.º 14986/2008 de 29 de Maio: Reconhece o Centro de Ciências do Mar do Algarve, como associação privada sem fins lucrativos, que reúne condições para integrar voluntários e coordenar o exercício da sua actividade, para os efeitos previstos no regime do voluntariado.

- Saúde

Despacho Conjunto n.º 367/2004 de 22 de Junho: Adita os cursos superiores de Saúde Ambiental e Ortopática ao Programa Especial de Voluntariado Jovem na Saúde, "SNS Jovem".

Despacho Conjunto n.º 157/2004 de 24 de Março: Adita o curso superior de Ciências Farmacêuticas ao Programa Especial de Voluntariado Jovem na Saúde, "SNS Jovem".

- Social

Lei n.º 32/2007 de 13 de Agosto: Define o regime jurídico das associações humanitárias de bombeiros.

Portaria n.º 745-G/96 de 18 de Dezembro: Aprova o Regulamento do Programa Jovens Voluntários para a Solidariedade (JVS), o qual visa estimular o Voluntariado Juvenil, através da participação em acções de utilidade social e comunitária. Publica em anexo o Regulamento do referido Programa, cuja gestão caberá ao Instituto Português da Juventude, (IPJ).

Despacho n.º 38/SEJ/96 de 27 de Julho: Determina que 25% do resultado líquido obtido com a lotaria instantânea sejam aplicados nos Programas Ocupacionais do Instituto Português da Juventude, designadamente nos Programas Jovens Voluntários para a Solidariedade e Ocupação de Tempos Livres. O presente despacho produz efeitos desde 01-07-96.

Anexo E - Declaração Universal sobre o Voluntariado

Preâmbulo

1 – Os voluntários, inspirados na Declaração Universal dos Direitos do Homem de 1948 e na Convenção sobre os Direitos da Criança de 1989, consideram o seu compromisso como um instrumento de desenvolvimento social, cultural, económico e do ambiente, num mundo em constante transformação. Fazem seu o princípio de que “Todas as pessoas têm direito à liberdade de reunião e associação pacífica”.

2 – O Voluntariado:

- É uma decisão voluntária, apoiada em motivações e opções pessoais;
- É uma forma de participação activa do cidadão na vida das comunidades;
- Contribui para a melhoria da qualidade de vida, realização pessoal e uma maior solidariedade;
- Traduz-se, regra geral, numa acção ou num movimento organizado, no âmbito de uma associação;
- Contribui para dar resposta aos principais desafios da sociedade, com vista a um mundo mais justo e mais pacífico;
- Contribui para um desenvolvimento económico e social mais equilibrado, para a criação de empregos e novas profissões.

Princípios fundamentais do Voluntariado

1 – Os voluntários põem em prática dos seguintes Princípios Fundamentais:

Os voluntários:

- Reconhecem a todo o homem, mulher e criança o direito de se associarem, independentemente da sua raça, religião, condição física, social ou material;
- Respeitam a dignidade de todo o ser humano e a sua cultura;
- Oferecem individualmente ou no âmbito de uma associação, ajuda mútua e serviço, de uma forma desinteressada e com o espírito de parceria e fraternidade;
- Estão atentos às necessidades das pessoas e comunidades e desencadeiam, com a sua colaboração, a resposta adequada;
- Têm em vista, igualmente, fazer do voluntariado um factor de realização pessoal, aquisição de conhecimentos e novas competências, desenvolvimento das capacidades, favorecendo a iniciativa e a criatividade, permitindo a cada um ser mais membro activo do que beneficiário da acção voluntária;
- Estimulam o espírito de responsabilidade social e encorajam a solidariedade familiar, comunitária e internacional.

2 – Tendo em conta estes princípios fundamentais, devem os voluntários:

- Encorajar a transformação do compromisso individual em movimento colectivo;
- Apoiar, de maneira activa, a sua associação, aderindo conscientemente aos seus objectivos, informando-se das suas políticas de funcionamento;
- Comprometer-se a cumprir correctamente as tarefas definidas em conjunto, de acordo com as suas capacidades, tempo disponível e responsabilidades assumidas;
- Cooperar, com espírito de compreensão mútua e estima recíproca, com todos os membros da sua associação;
- Aceitar receber formação;
- Trabalhar com ética, no desempenho das suas funções.

3 – Tendo em conta a Declaração Universal dos Direitos do Homem e os Princípios Fundamentais do Voluntariado, devem as associações:

- Elaborar os estatutos adequados ao exercício do trabalho voluntário;
- Definir os critérios de participação dos voluntários, no respeito das funções claramente definidas para cada um;
- Confiar, a cada um, as actividades que lhe são adequadas, assegurando a formação e acompanhamento necessários;
- Prever e dar a conhecer a avaliação periódica dos resultados;
- Prever, de forma eficaz, a cobertura dos riscos a que os voluntários estão sujeitos no exercício das suas funções e os prejuízos que estes, involuntariamente, possam provocar em terceiros, no decurso da sua actividade;
- Facilitar a participação de todos os voluntários, reembolsando-os, se necessário, com as despesas efectuadas com o seu trabalho;
- Estabelecer a forma de rescisão do vínculo, quer por parte da associação quer do voluntário.

Proclamação

Os voluntários, reunidos por iniciativa da International Association for Volunteer Effort (IAVE), em Congresso Mundial, declaram a sua fé na acção voluntária, como uma força criadora e mediadora para:

- Respeitar a dignidade de toda a pessoa, reconhecer a sua capacidade de exercer os seus direitos de cidadão e ser agente do seu próprio desenvolvimento;
- Contribuir para a resolução dos problemas sociais e do ambiente;
- A construção de uma sociedade mais humana e mais justa, favorecendo igualmente uma cooperação mundial.

Assim convidam os Estados, as Instituições Internacionais, as empresas e os meios de comunicação social a unirem-se a eles, como parceiros, para construir um ambiente internacional favorável à promoção e apoio de um voluntariado eficaz, acessível a todos, símbolo de solidariedade entre os homens e as Nações.

Paris, 14 de Setembro de 1990

Anexo F - Assembleia Geral das Nações Unidas: Resolução 40/212

Día Internacional de los Voluntarios para el Desarrollo Económico y Social

La Asamblea General,

Tomando nota del informe del Administrador del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo sobre el Programa de Voluntarios de las Naciones Unidas y de la decisión pertinente del Consejo de Administración.

Considerando que los servicios de voluntarios, incluido el de los Voluntarios de las Naciones Unidas, aportan una contribución importante a las actividades de desarrollo socioeconómico.

Reconociendo la conveniencia de estimular la labor de todos voluntarios, que trabajan tanto sobre el terreno como en el marco de organizaciones multilaterales, bilaterales o nacionales, no gubernamentales o con apoyo de los gobiernos de dar aliento a esos voluntarios, muchos de los cuales prestan sus servicios a costa de considerables sacrificios personales,

1. Invita también a los gobiernos a celebrar todos los años, el 5 de Diciembre, el Día Internacional de los Voluntarios para el Desarrollo Económico y Social, y los exhorta a adoptar medidas para que se cobre mayor conciencia de la importante contribución que aportan los voluntarios, lo cual estimulará a más personas de toda condición a ofrecer sus servicios como voluntarios, tanto en sus países de origen como en el extranjero.

2. Invita también a los organismos especializados, a otras organizaciones del sistema de las Naciones Unidas y a las organizaciones no gubernamentales que facilitan servicios de voluntarios, están afiliados a ese tipo de servicios o se benefician de ellos en cualquier forma a que emprendan y promuevan actividades encaminadas a que el público cobre mayor conciencia de la contribución que los voluntarios aportan a su labor.

3. Pide al Secretario General que continúe promoviendo en todo el mundo la publicidad acerca de la importante función que cumplen los servicios de voluntarios.

120a. Sesión plenaria
17 de diciembre de 1985

Anexo G - Ministério do Trabalho e da Solidariedade

Decreto-Lei nº389/99 de 30 de Setembro

O voluntariado é uma actividade inerente ao exercício de cidadania que se traduz numa relação solidária para com o próximo, participando, de forma livre e organizada, na solução dos problemas que afectam a sociedade em geral.

Reconhecendo que o trabalho voluntário representa hoje um dos instrumentos básicos de participação da sociedade civil nos mais diversos domínios de actividade, a Lei nº71/98, de 3 de Novembro, estabeleceu as bases do enquadramento jurídico do voluntariado.

Procurando ir ao encontro das necessidades sentidas pelos voluntários e pelas diversas entidades que enquadram a sua acção, a lei do voluntariado delimitou com precisão o conceito de voluntariado, definiu os princípios enquadramentos do trabalho voluntário e contemplou um conjunto de medidas consubstanciadas em direitos e deveres dos voluntários e das organizações promotoras no âmbito de um compromisso livremente assumido de dar cumprimento a um programa de voluntariado.

Tendo em conta a liberdade que caracteriza e define o voluntariado, a regulamentação da citada lei, nos termos do seu artigo 11º, cinge-se às condições necessárias à sua integral e efectiva aplicação e às condições de efectivação dos direitos consignados no nº1 do seu artigo 7º, designadamente nas alíneas f), g) e j).

Partindo destas premissas, designadamente no que respeita à garantia da liberdade inerente ao voluntariado e do exercício de cidadania expresso numa participação solidária, a presente regulamentação, no desenvolvimento da Lei nº71/98, contempla também instrumentos operativos que permitam efectivar direitos dos voluntários e promover e consolidar um voluntariado sólido, qualificado e reconhecido socialmente.

Neste contexto, são, assim, objecto de regulamentação as condições de efectivação dos direitos consignados no nº1 do artigo 7º, bem como outras medidas que, de harmonia com o disposto no seu artigo 11º, se mostram necessárias à sua integral e efectiva aplicação.

É, designadamente, o caso de se contemplar a criação do Conselho Nacional para a Promoção do Voluntariado, cuja composição será definida por resolução do Conselho de Ministros, o mesmo acontecendo ao organismo que prestará o apoio necessário ao seu funcionamento e execução das deliberações. Esta entidade, para além de operacionalizar diversas acções relacionadas com a efectivação dos direitos dos voluntários, designadamente no que respeita à cobertura de responsabilidade civil das organizações promotoras, em caso de acidente ou doença contraída no exercício do trabalho voluntário e à emissão e controlo do cartão de identificação do voluntário, terá como objectivos fundamentais:

Desenvolver as acções indispensáveis ao efectivo conhecimento e caracterização do universo dos voluntários;

Apoiar as organizações promotoras e dinamizar acções de formação, bem como outros programas que contribuam para uma melhor qualidade e eficácia do trabalho voluntário, e desenvolver todo um conjunto de medidas que, situadas numa lógica de promoção e divulgação do voluntariado concorram, de forma sistemática, para a sua valorização e para sensibilizar a sociedade em geral para a importância da acção voluntária como instrumento de solidariedade e desenvolvimento.

Nesta base, o presente diploma procede à regulamentação da Lei nº71/98, de 3 de Novembro, criando as condições que permitam promover e apoiar o voluntariado tendo em conta a relevância da sua acção na construção de uma sociedade mais solidária e preocupada com os seus membros.

Assim:

Em cumprimento do previsto no artigo 11º da Lei nº17/98, de 3 de Novembro, e nos termos da alínea c) do nº1 do artigo 198º da Constituição, o Governo decreta, para valer como lei geral da República, o seguinte:

capítulo i

Disposições gerais

Artigo 1º

Objectivos

O presente diploma regulamenta a Lei nº71/98, de 3 de Novembro, que estabeleceu as bases do enquadramento jurídico do voluntariado.

Artigo 2º

Organizações promotoras

1 – Reúnem condições para integrar voluntários e coordenar o exercício da sua actividade as pessoas colectivas que desenvolvam actividades nos domínios a que se refere o nº3 do artigo 4º da Lei nº71/98, de 3 de Novembro, e que se integrem numa das seguintes categorias:

- a) Pessoas colectivas de direito público de âmbito nacional, regional ou local;
- b) Pessoas colectivas de utilidade pública administrativa;
- c) Pessoas colectivas de utilidade pública, incluindo as instituições particulares de solidariedade social.

2 – Podem ainda reunir condições para integrar voluntários e coordenar o exercício da sua actividade organizações não incluídas no número anterior, desde que o ministério da respectiva tutela considere com interesse as suas actividades e efectivo e relevante o seu funcionamento.

Artigo 3º

Emissão do cartão de identificação do voluntário

1 – A emissão do cartão de identificação de voluntário é efectuada mediante requerimento da organização promotora dirigido à entidade responsável pela sua emissão.

2 – Do requerimento deverão constar os seguintes elementos:

- a) Referência à celebração do programa do voluntariado a que se refere o artigo 9º da Lei nº71/98, de 3 de Novembro;
- b) Nome e residência do voluntário, bem como duas fotografias tipo passe;
- c) Identificação da área de actividade do voluntário, nos termos do nº3 do artigo 4º da Lei nº71/98, de 3 de Novembro.

3 – A suspensão ou a cessação da colaboração do voluntário determina a obrigatoriedade da devolução do cartão de identificação do voluntário à organização promotora.

4 – No caso da cessação da colaboração do voluntário a organização promotora deverá dar conhecimento do facto e devolver o cartão de identificação do voluntário à entidade responsável pela sua emissão.

Artigo 4º

Cartão de identificação de voluntário

1 – O cartão de identificação de voluntário deve obedecer às dimensões de 8,5x6,5 cm e conter obrigatoriamente elementos respeitantes à identificação do voluntário, da organização promotora e da área de actividade do voluntário.

2 – Do cartão deve ainda constar a identificação da entidade responsável pela sua emissão, bem como a data em que foi emitido.

3 – O cartão de identificação de voluntário é emitido segundo modelo a aprovar por portaria do Ministro do Trabalho e da Solidariedade.

Artigo 5º

Acreditação e certificação do trabalho voluntário

A acreditação e certificação do trabalho voluntário efectua-se mediante certificado emitido pela organização promotora no âmbito da qual o voluntário desenvolve o seu trabalho, onde, para além da identificação do voluntário, deve constar, designadamente, o domínio da respectiva actividade, o local onde foi exercida, bem como o seu início e duração.

capítulo ii

Enquadramento no regime do seguro social voluntário

Artigo 6º

Requisitos

Pode beneficiar do regime do seguro social voluntário a que se refere a alínea c) do nº1 do artigo 7º da Lei nº71/98, de 3 de Novembro, o voluntário que preencha, cumulativamente, os seguintes requisitos:

- a) Tenha mais de 18 anos;
- b) Esteja integrado num programa de voluntariado, nos termos do artigo 9º da Lei nº71/98, de 3 de Novembro;
- c) Não esteja abrangido por regime obrigatório de protecção social pelo exercício simultâneo de actividade profissional, nomeadamente auferindo prestações de desemprego;
- d) Não seja pensionista da segurança social ou de qualquer outro regime de protecção social.

Artigo 7º

Requerimento

1 – O enquadramento no regime do seguro social voluntário depende da manifestação de vontade do interessado, mediante a apresentação de requerimento no centro regional de segurança social cujo âmbito territorial abranja a área de actividade da respectiva organização promotora, instruído com os seguintes documentos:

- a) Bilhete de identidade, cédula pessoal, certidão de nascimento ou outro documento de identificação;
- b) Declaração emitida pela organização promotora comprovativa de que o voluntário se insere num programa de voluntariado;
- c) Declaração do interessado de que preenche os requisitos constantes das alíneas c) e d) do nº1 do artigo 6º;
- d) Certificação médica de aptidão para o trabalho efectuada pelo sistema de verificação de incapacidades, através do médico relator.

2 – O interessado deve comunicar ao centro regional de segurança social todas as alterações da sua situação susceptíveis de influenciar o enquadramento no regime do seguro social voluntário.

Artigo 8º

Cessação do enquadramento

1 – A cessação do trabalho voluntário determina a cessação do enquadramento no regime do seguro social voluntário, devendo a organização promotora comunicar tal facto ao centro regional competente, até ao final do mês seguinte àquele em que se verificou a respectiva cessação.

2 – Verifica-se ainda a cessação do enquadramento no regime quando o beneficiário deixar de preencher algum dos requisitos constantes do artigo 6º

3 – A cessação do enquadramento produz efeitos a partir da data do facto determinante da mesma.

Artigo 9º

Reinício do enquadramento

O enquadramento pode ser retomado, a requerimento do voluntário, desde que os requisitos sejam de novo comprovados.

Artigo 10º

Esquema de prestações

1 – O voluntário abrangido pelo seguro social voluntário, nos termos do presente diploma, tem direito às prestações nas eventualidades de invalidez, velhice, morte e doença profissional.

2 – A cobertura do risco de doenças profissionais é assegurada pelo Centro Nacional de Protecção contra os Riscos Profissionais.

3 – Para efeitos do disposto no número anterior, a actividade prestada como voluntário considera-se equiparada a actividade profissional.

Artigo 11º

Obrigações contributivas

1 – As contribuições para a segurança social são determinadas pela aplicação das taxas contributivas, para as respectivas eventualidades, nos termos do disposto nos artigos 39º e 40º do Decreto-Lei nº40/89, de 12 de Fevereiro, à remuneração mínima nacional garantida à generalidade dos trabalhadores.

2 – O pagamento das contribuições referidas nos números anteriores é efectuado pela organização promotora que integra o voluntário.

Artigo 12º

Regime subsidiário

Em tudo o que não se encontre especificamente regulado no presente capítulo aplicam-se as disposições em vigor para o seguro social voluntário constantes do Decreto-Lei nº40/89, de 1 de Fevereiro.

capítulo iii

Voluntário empregado

Artigo 13º

Convocação do voluntário empregado, durante o período de trabalho

1 – O voluntário empregado pode ser convocado pela organização promotora, para prestar a sua actividade durante o tempo de trabalho, nos seguintes casos:

a) Por motivo de cumprimento de missões urgentes que envolvam o recurso a determinados meios humanos que não se encontrem disponíveis em número suficiente ou com a preparação adequada para esse efeito;

b) Em situação de emergência, calamidade pública, acidentes de origem climatérica ou humana que pela sua dimensão ou gravidade justifiquem a mobilização dos meios existentes afectos às áreas responsáveis pelo controlo da situação e reposição da normalidade ou em casos de força maior devidamente justificados;

c) Em situações especiais inadiáveis em que a participação do voluntário seja considerada imprescindível para a prossecução dos objectivos do programa de voluntariado.

2 – Para efeitos do disposto na alínea c) do número anterior o voluntário dispõe de um crédito de quarenta horas anuais.

Artigo 14º

Termos da convocatória

As faltas ao trabalho pelos motivos referidos no artigo anterior devem ser precedidas de convocação escrita da organização promotora, da qual conste a natureza da actividade a desempenhar e o motivo que a justifique, podendo, em caso de reconhecida urgência, ser feita por outro meio, designadamente por telefone, devendo ser confirmada por escrito no dia útil imediato.

Artigo 15º

Efeitos das faltas

As faltas ao trabalho do voluntário empregado, devidamente convocado, consideram-se justificadas, sem perda de retribuição ou quaisquer outros direitos e regalias, nos termos do nº2 do artigo 7º da Lei nº71/98, mediante a apresentação da convocatória e do documento comprovativo do cumprimento da missão para que foi convocado, passado pela organização promotora.

capítulo iv

Acidente ou doença contraída no exercício do trabalho voluntário

Artigo 16º

Seguro obrigatório

1 – A protecção do voluntário em caso de acidente ou doença sofridos ou contraídos por causa directa e especificamente imputável ao exercício do trabalho voluntário é garantida pela organização promotora, mediante seguro a efectuar com as entidades legalmente autorizadas para a sua realização.

2 – O seguro obrigatório compreende uma indemnização e um subsídio diário a atribuir, respectivamente, nos casos de morte e invalidez permanente e de incapacidade temporária.

Artigo 17º

Apólice de seguro de grupo

Para a realização do seguro obrigatório será contratada apólice de seguro de grupo.

capítulo v

Programa de voluntariado

Artigo 18º

Programa de voluntariado

1 – Na elaboração do programa de voluntariado a que se refere o artigo 9º da Lei nº71/98 deverão ser tidas em conta as especificidades de cada sector de actividade em que se exerce o voluntariado.

2 – A especificidade de cada sector de actividade poderá justificar a elaboração de um modelo de programa a aprovar pelo ministro da tutela.

Artigo 19º

Despesas derivadas do cumprimento do programa de voluntariado

1 – O voluntário, sem prejuízo da realização de despesas inadiáveis e reembolsáveis nos termos da alínea j) do artigo 7º da Lei nº71/98, não pode ser onerado com despesas que resultem exclusivamente do exercício regular do trabalho voluntário nos termos acordados no respectivo programa.

2 – Sempre que a utilização de transportes públicos pelo voluntário seja derivada exclusivamente do cumprimento do programa de voluntariado, a organização promotora diligenciará no sentido de ser facultado ao voluntário o título ou meio adequado de transporte.

capítulo vi

Conselho Nacional para a Promoção do Voluntariado

Artigo 20º

Constituição

1 – Com o fim de desenvolver e qualificar o voluntariado é criado o Conselho Nacional para a Promoção do Voluntariado.

2 – Por resolução do Conselho de Ministros serão definidas a composição do Conselho Nacional para a Promoção do Voluntariado, assim como o organismo que lhe prestará o apoio necessário ao seu funcionamento e execução das suas deliberações.

Artigo 21º

Competências

Compete ao Conselho Nacional para a Promoção do Voluntariado desenvolver as acções indispensáveis à promoção, coordenação e qualificação do voluntariado, nomeadamente:

- a) Desenvolver as acções adequadas ao conhecimento e caracterização do universo dos voluntários;
- b) Emitir o cartão de identificação do voluntário nos termos estabelecidos no artigo 3º;
- c) Promover as acções inerentes à contratação de uma apólice de seguro de grupo entre as organizações promotoras e as entidades seguradoras tendo em vista a cobertura da responsabilidade civil nos termos referidos nos artigos 16º e seguintes;
- d) Providenciar junto das empresas transportadoras, sempre que se justifique, a celebração de acordos para utilização de transportes públicos pelos voluntários, considerando o disposto no nº2 do artigo 19º;
- e) Dinamizar, com as organizações promotoras, acções de formação, bem como outros programas que contribuam para uma melhor qualidade e eficácia do trabalho voluntário;
- f) Conceder apoio técnico às organizações promotoras mediante a disponibilização de informação com interesse para o exercício do voluntariado;
- g) Promover e divulgar o voluntariado como forma de participação social e de solidariedade entre os cidadãos, através dos meios adequados, incluindo os meios de comunicação social;
- h) Sensibilizar a sociedade em geral para a importância do voluntariado como forma de exercício do direito de cidadania, promovendo a realização de debates, conferências e iniciativas afins;
- i) Promover a realização de estudos sociológicos, designadamente em colaboração com as universidades, sobre a atitude, predisposição e motivação dos cidadãos para a realização do trabalho voluntário;
- j) Sensibilizar as empresas para, em termos curriculares, valorizarem a experiência adquirida em acções de voluntariado, especialmente dos jovens à procura de emprego;
- l) Acompanhar a aplicação do presente diploma e propor as medidas que se revelem adequadas ao seu aperfeiçoamento e desenvolvimento.

capítulo vii

Disposições finais

Artigo 22º

Avaliação

No prazo de um ano após a entrada em vigor do presente diploma será feita a avaliação dos mecanismos no mesmo estabelecidos para operacionalização e promoção do trabalho voluntário, nomeadamente o desenvolvido pelos titulares dos órgãos sociais das organizações promotoras, tendo em vista a introdução das alterações que se mostrem necessárias.

Artigo 23º

Entrada em vigor

O presente diploma entra em vigor um mês após a data da sua publicação.

Visto e aprovado em Conselho de Ministros de 22 de Julho de 1999. – Jaime José Matos da Gama – Guilherme d'Oliveira Martins – Francisco Ventura Ramos – Eduardo Luís Barreto Ferro Rodrigues – José Sócrates Carvalho Pinto de Sousa.

Promulgado em 17 de Setembro de 1999.

Publique-se.

O Presidente da República, Jorge Sampaio.

Referendado em 20 de Setembro de 1999.

O Primeiro-Ministro, António Manuel de Oliveira Guterres.

Anexo H – Informação a salientar

7.1. Considerações gerais

7.1.1. Faça do envolvimento com a comunidade uma prioridade da sua empresa

Informe os seus colaboradores acerca da necessidade de apoiar a comunidade e reafirme regularmente o quanto esse envolvimento é importante.

Reconheça os colaboradores que o fazem e incentive os gestores a promover projectos comunitários. Considere também a possibilidade de incluir na avaliação de desempenho dos gestores de topo a capacidade demonstrada para a promoção e participação das equipas em projectos comunitários.

7.1.2. Instale a sua empresa em zonas pouco desenvolvidas social e economicamente

Procure saber onde se situam as comunidades menos desenvolvidas e verifique se aí existem espaços disponíveis e com bons acessos para a instalação dos seus escritórios, produção e venda. Por vezes, existem incentivos fiscais (atribuídos em particular pelas autarquias locais) e outros para a instalação de empresas nesses locais.

7.1.3. Empreste as suas instalações

Considere a possibilidade de ceder as suas instalações para a promoção de actividades e eventos de organizações sem fins lucrativos ou programas comunitários. Por exemplo, ceda o seu espaço para a alfabetização, aulas particulares, encontros, etc., desde que a segurança e as operações da empresa não fiquem comprometidas. Consulte a sua companhia de seguros sobre esta questão e informe-se sobre os riscos que estes empréstimos podem acarretar.

7.1.4. Apoie o desenvolvimento sociocultural da comunidade local

Considere a possibilidade de comprar ou negociar preços especiais para a aquisição de uma quantidade significativa de bilhetes para assistir a iniciativas comunitárias de carácter cultural ou desportivo, para depois os disponibilizar ou vender com desconto aos colaboradores e clientes da empresa. Poderá também doá-los a utentes de organizações sem fins lucrativos, proporcionando-lhes assim o acesso a este tipo de eventos.

7.1.5. Apoie o comércio local

Considere a possibilidade de utilizar produtos e serviços provenientes do comércio ou empresas locais. Averigüe a possibilidade de obter descontos para os seus colaboradores junto do comércio local.

7.1.6. Faça o balanço

Realize, periodicamente, por exemplo uma vez por ano, um balanço de todas as acções de relacionamento com a sociedade que a sua empresa desenvolveu, realçando o papel que os colaboradores tiveram e os resultados obtidos. A apresentação do balanço pode ser integrada num evento ou reunião alargada a todos os colaboradores e à comunidade. Para esta ocasião, podem ser convidados colaboradores e organizações beneficiadas, para apresentarem o seu testemunho e explicarem como a sua situação melhorou com as acções da empresa. Aproveite a apresentação do balanço para apresentar novos objectivos e projectos com a comunidade.

7.2. Mecenato e solidariedade

Considere a possibilidade de apoiar projectos e organizações que se enquadrem na lei do mecenato. Deste modo, para além de investir na comunidade, pode usufruir de vantagens fiscais. Mecenato social, familiar, cultural, ambiental, científico ou tecnológico, desportivo e educacional e mecenato para a sociedade de informação são os vários tipos de apoio enquadrados nesta lei. Faça parcerias com entidades que sejam, de alguma forma, representativas dos interesses da comunidade e fomente a criação de uma relação de longo prazo, de acompanhamento mútuo do crescimento da

sua empresa e da organização que apoia. Fomente a transparência e o *feedback* por parte das organizações que apoia. Interesse-se pelo resultado do seu apoio.

7.2.1. Faça doações de produtos ou serviços

Sempre que possível, faça doações de produtos e/ou serviços para projectos concretos levados a cabo por organizações sem fins lucrativos e que sejam

7.2.2. Considere a atribuição de donativos

Considere a atribuição de uma percentagem das vendas ou dos lucros da empresa a organizações sem fins lucrativos requerendo, da parte destas, planos específicos para a aplicação das verbas, bem como os relatórios de actividade.

7.2.3. Encoraje a doação monetária por parte dos colaboradores

Quando um colaborador fizer uma doação monetária a uma organização sem fins lucrativos, no âmbito de um determinado projecto ou compra de material que seja necessário à organização ou a um seu utente, poderá considerar-se a possibilidade da empresa contribuir na mesma base em que contribui o colaborador, ou até fazer uma doação maior. Algumas empresas, desde que devidamente comprovada, cobrem a doação efectuada pelo colaborador na base de um por um, outras de dois por um, e outras ainda cobrem somente parte da doação ou utilizam uma outra base.

7.2.4. Encoraje outros tipos de doações

Encoraje os colaboradores da empresa a doar comida, roupas usadas, móveis e outros bens. Facilite este tipo de doações criando uma estrutura de apoio à operacionalização destas acções. Por exemplo, para a recolha de roupa poderá dispensar uma sala para o efeito, onde um grupo de colaboradores irá receber e guardar em caixas a roupa que vai sendo oferecida. No final da campanha, a empresa poderá encarregar-se de fazer chegar a roupa recolhida às organizações que necessitem deste tipo de apoio. Da mesma forma, desenvolva projectos de doação de equipamento informático usado, mobiliário, electrodomésticos e outro tipo de materiais a escolas e organizações sem fins lucrativos.

7.2.5. Incentive a doação de parte do imposto sobre rendimento

A empresa poderá informar os colaboradores sobre a possibilidade de estes doarem, voluntariamente, parte do imposto sobre rendimento (IRS) a entidades devidamente credenciadas para o efeito. A empresa poderá facultar ainda a listagem das instituições abrangidas pelo dito regime, bem como os seus respectivos dados, nomeadamente o número de contribuinte.

7.3. Voluntariado empresarial

O voluntariado empresarial é desenvolvido pelas empresas através da disponibilização dos seus colaboradores durante as horas normais de trabalho.

Muitos empresários hesitam em lançar-se no voluntariado empresarial, pois ainda se vão observando algumas resistências por parte dos colaboradores. Para as ultrapassar, sugere-se que o voluntariado empresarial possa ser desenvolvido no âmbito de actividades de criação e/ou de consolidação de espírito de equipa (vulgo *team building*).

Estas actividades devem ser produzidas com o conceito de *outdoor* útil à sociedade, em lugar de outras que assentem exclusivamente no desenvolvimento de competências de espírito de equipa, pela motivação que o voluntariado empresarial, em geral, confere aos seus participantes.

Aproveite para, nestas acções de voluntariado empresarial “mascaradas” de *team building*, envolver colaboradores de diversas áreas da empresas e os diferentes níveis hierárquicos.

7.3.1. Disponibilize informação

Crie uma lista de oportunidades de trabalho voluntário em organizações de cariz social, ambiental, cultural e desportivo e encoraje o envolvimento nessas acções.

Poderá contactar o Conselho Nacional para a Promoção do Voluntariado, ou, caso exista, o centro de voluntários local para obter informações sobre as organizações acima referidas.

O GRACE poderá também ajudá-lo a identificar os parceiros certos para o voluntariado empresarial ou poderá sempre participar nas diversas iniciativas organizadas pelo GRACE, tais como o G.I.R.O.

7.3.2. Disponibilize tempo para voluntariado

Promova uma política de gestão de recursos humanos que permita a dispensa de colaboradores para a realização de trabalho voluntário junto da comunidade, nomeadamente em organizações sem fins lucrativos. Esta dispensa, geralmente, vai de uma hora por mês até uma semana por ano, estando salvaguardadas situações específicas que possam ultrapassar este tempo, como é o caso dos bombeiros voluntários. Algumas empresas autorizam a dispensa remunerada sem prejuízo para o período de férias e antiguidade, enquanto outras promovem o trabalho voluntário fora das horas de expediente e aos fins-de-semana, oferecendo condições logísticas e operacionais para execução das respectivas actividades.

7.3.3. Ofereça apoio financeiro para estimular o trabalho voluntário

Poderá considerar a possibilidade de fazer doações monetárias ou em géneros para projectos concretos de organizações sem fins lucrativos de cujas direcções os seus colaboradores façam parte ou para as quais os mesmos façam trabalho voluntário.

Algumas empresas costumam fazer contribuições em nome da própria empresa e outras em nome dos seus colaboradores. Em ambos os casos, estas doações não só estimulam o colaborador a continuar com o trabalho voluntário, como também dignificam a imagem da empresa, por promover causas de interesse comunitário.

Incentive a continuação das acções de voluntariado por parte do colaborador fora do horário de trabalho, promovendo o equilíbrio entre voluntariado empresarial e individual.

7.3.4. Reconheça publicamente os colaboradores pelo trabalho voluntário

Neste âmbito, e a título de exemplo, poderá organizar uma festa especial para os voluntários (e convidar os seus colegas de trabalho). Poderá também promover um sorteio, autorizar dias extras para o período de férias ou criar quaisquer outros incentivos para encorajar o trabalho voluntário. Um certificado ou carta de reconhecimento assinada por um dos administradores ou directores da empresa poderá ser uma boa opção. Outra opção poderá ser o reconhecimento público no site da empresa, apresentando o desempenho excepcional dos voluntários e as acções desenvolvidas.

7.3.5. Promova acções de voluntariado empresarial

Considere a possibilidade de ceder colaboradores para apoio a organizações sem fins lucrativos ou outras de interesse comunitário. A título de exemplo, poderá ceder tempo de trabalho de alguns colaboradores para execução de tarefas técnicas e especializadas nestas organizações, dentro do horário normal de trabalho, sem que o colaborador seja por isso prejudicado em termos de remuneração mensal.

A empresa poderá envolver-se num projecto ou causa que envolva vários voluntários, cujo objectivo se aproxime da declaração da sua própria missão e áreas de competência. Por exemplo, uma empresa do ramo alimentar poderá envolver-se em campanhas para o encorajamento de práticas agrícolas sustentáveis ou um restaurante poderá organizar uma distribuição de refeições quentes junto dos mais necessitados.

Não impeça, no entanto, o envolvimento dos colaboradores noutros trabalhos voluntários pessoais, diferentes dos especificados pela empresa, desde que devidamente justificados.

7.3.6. Envolver os gestores de topo

Os directores e/ou administradores da empresa deverão ser desafiados a dar o exemplo, oferecendo as suas competências profissionais e pessoais na execução de trabalho voluntário em organizações

sem fins lucrativos, durante o horário de trabalho. Normalmente, estes profissionais ajudam no desenvolvimento de projectos específicos, tais como: campanhas para angariação de fundos, cursos de formação, montagem de sistemas informáticos, consultadoria ou outros, nos quais o seu conhecimento possa ser utilizado.

7.3.7. Mobilize fornecedores e clientes

Reúna esforços junto de fornecedores e clientes para a participação em projectos de trabalho voluntário, mobilizando-os através da oferta de incentivos, como por exemplo alargar o prazo de contratação a fornecedores que doem produtos e/ou serviços.

7.3.8. Estabeleça parcerias com outras empresas

De forma a desenvolver projectos que a empresa não poderia empreender individualmente, considere a possibilidade de fazer parcerias com outras empresas da comunidade, sejam elas de grande ou pequena dimensão.

Por exemplo, crie um programa de reciclagem de materiais com a comunidade local, ou a limpeza e/ou reconstrução de uma escola ou abrigo. A parceria poderá ser extensível a mais do que um projecto.

10. Avaliação e partilha do desempenho da empresa

10.1. Avalie regularmente o desempenho da empresa no plano da responsabilidade social

Esta avaliação poderá contemplar os seguintes objectivos: avaliar a situação da empresa em relação à missão e às metas; de que forma a empresa respondeu às recomendações da avaliação anterior; e identificar prioridades realistas que a empresa possa vir a alcançar durante o ano seguinte. Esta avaliação pode ser tão informal quanto a pergunta: “como está o meu desempenho?”, ou pode também envolver um processo formal que inclua entrevistas, questionários e outros recursos. Poderá ser feita pelos serviços da empresa ou poderão ser contratados terceiros para uma avaliação independente.

A avaliação pode também passar pela auscultação das partes interessadas relativamente às componentes que directamente lhes dizem respeito.

No apêndice desta publicação, encontrará uma lista de verificação de responsabilidade social, que o ajudará na condução desta avaliação.

10.2. Partilhe o resultado da avaliação e obtenha comentários

Comece por partilhar o resultado da avaliação com grupos seleccionados e obtenha destes comentários objectivos e estruturados. De seguida, torne público o resultado da avaliação, tendo em conta os comentários que obteve.

Considere a possibilidade de o divulgar anualmente. Uma forma de divulgar os seus resultados, que permite a comparação com outras empresas, é seguir as recomendações para a elaboração de relatórios de sustentabilidade do Global Reporting Initiative (GRI), tendo em conta que existem directrizes específicas para PME's. A utilização de indicadores e de métricas quantitativas reforçam a credibilidade da sua comunicação e da sua empresa. Inclua os sucessos, as dificuldades e as metas para futuras melhorias. Distribua, se possível em formato digital, o relatório aos colaboradores, fornecedores, clientes mais importantes e outros que considere interessados nessa avaliação.

Anexo I - Informação teórica sobre metodologia

Qualquer pesquisa pode ser realizada segundo diferentes métodos “devem adaptar-se aos objectivos da investigação e podem ser combinados em função das exigências impostas pela concretização daqueles.” (Lima, 2000, p. 18) podendo ser quantitativos (via extensiva) ou qualitativos (via intensiva) e apresentar várias técnicas. Em suma, o método “...consiste fundamentalmente em operar a selecção das técnicas de pesquisa a aplicar por referência ao objecto e à teoria que o constrói, em determinar-lhes os limites e as condições úteis de exercício, em relacionar e integrar os resultados obtidos.” (Almeida & Pinto, 1995, p. 25) e as técnicas são “conjuntos de procedimentos bem definidos e transmissíveis, destinados a produzir certos resultados na *recolha* e *tratamento* da informação requerida pela actividade de pesquisa.” (Almeida & Pinto, 1995, p. 85)

De acordo com o livro “A investigação nas Ciências Sociais” a análise extensiva está orientada para populações amplas, podendo a recolha de dados ser feita através de entrevistas ou inquéritos, onde são usadas técnicas de amostragem que permitem comparar os objectos e extrapolar resultados. O tratamento da informação é realizado quantitativamente seguindo uma classificação e contagem dos dados. Quanto à análise intensiva caracteriza-se pela diversidade de unidades de investigação a explorar, o que significa que para as conhecer em profundidade implica a recolha de uma grande quantidade de material informativo. Contudo, o estudo de todas as suas dimensões, essencialmente históricas, é difícil e exigente, pelo que se reconhece a limitação na generalização de resultados.

A recolha de dados pode ser concretizada utilizando a análise documental/conteúdo teórico, a observação directa, a entrevista (grupal ou individual) ou o inquérito por questionário. **A entrevista** pode ser centrada ou em profundidade mas existem também “...entrevistas centradas e em profundidade, que são frequentemente aplicadas a uma amostra restrita, no *pré-inquérito*, para exploração de hipóteses e variáveis, e na fase final do inquérito, para aprofundar problemas particulares não esclarecidos pela análise de resultados.” (Lima, 2000, p. 29). Na entrevista centrada importa obter informação que seja generalizável “A *entrevista centrada* («focused interview») tem já um quadro de hipóteses sobre um tema preciso na sua base e o entrevistador conduz a comunicação no contexto dos problemas a tratar e das informações a obter (que interessam mais do que a pessoa do respondente), embora o entrevistado mantenha, dentro destes limites, liberdade de resposta.” (Lima, 2000, p. 27). E a entrevista em profundidade, ou não directiva implica a escolha de questões básicas que delimitam de certa forma os temas a abordar, o que permite analisar atitudes e causas.

O inquérito por questionário “Destina-se a um conjunto de indivíduos (inquiridos) e pode ser de *administração directa* (*auto-administrados*) ou de *administração indirecta* (formular perguntas e registar respostas).” (Almeida & Pinto, 1995, p. 112) O inquirido tem de optar maioritariamente por uma lista tipificada de respostas (correspondentes às questões ditas fechadas) mas também pode ser livre nas respostas sempre que as perguntas forem abertas. Por isso, pode ser assemelhado às entrevistas mas é mais estruturado e rígido pois é constituído por perguntas inseridas por uma ordem previamente programada. E, tem como princípios: “aplica-se a unidades sociais; as unidades inquiridas são tomadas como equivalentes; e, os fenómenos sociais existem independentemente das relações sociais que os determinam. (Silva & Pinto, 1986, p. 169) . Segundo (Lima, 2000) e os autores (Almeida & Pinto, 1995) após a definição dos objectivos da pesquisa e das escolhas do método e da técnica, as fases de preparação e realização do inquérito são as seguintes:

1. Planeamento do inquérito: delimitar o âmbito do problema e o tipo de informação a obter; formular hipóteses para construir o plano de preparação e execução; traduzir as hipóteses em conceitos classificáveis como medida de equivalência (definir variáveis e suas relações - “Pode dizer-se, duma maneira geral, que o conjunto de hipóteses formuladas pelo sociólogo em face duma

observação empírica se traduz numa interrogação metódica sobre o sistema de relações de dependência entre variáveis explicativas (independentes) e variáveis a explicar (dependentes), em função duma problemática teórica.” (Lima, 2000, p. 73)); e, escolher o universo ou população para construir uma amostra representativa.

2. Preparação do instrumento de recolha de dados: redigir o projecto de questionário, de acordo com os objectivos de conhecimento específico e com uma linguagem acessível aos inquiridos (unidades de amostra); e, ensaiar o tipo, forma e ordem das perguntas provisórias, através de um pré-teste (Exemplos de: questões objectivas – dados pessoais (sexo, idade, categoria socioprofissional, instrução, rendimentos, nacionalidade, naturalidade), dados relativos ao meio (tipo de alojamento, meio rural ou urbano, vizinhança), comportamentos (consumo, produção, ocupação de tempos livres, comunicação social, transporte); e, questões subjectivas – opinião, atitude, motivação, crença e disposição psicológica (Lima, 2000, p. 48))

3. Trabalho no terreno: para os inquéritos auto-administrados ponderar pormenores de execução material (aspecto gráfico e problemas com o envio e devolução); e, colocar uma introdução, tendo em atenção a redacção das questões.

4. Análise dos resultados: controlar a amostra atingida face à planeada, validando as hipóteses “Quando se pode inventariar as relações mais importantes entre variáveis, o investigador está em condições de prever um sistema preciso de verificação de hipóteses explícitas.” (Lima, 2000, p. 44); codificar respostas e apurar e tratar a informação automática ou manualmente, transpondo os dados para uma tabela; e, rever a validade e fidelidade dos instrumentos de análise para extrair as principais conclusões à investigação.

5. Apresentação dos resultados: redigir um relatório para resumir as fases de preparação e realização; apresentar e comentar os resultados através de quadros e gráficos (relacionando o que foi obtido e o planeado); indicar e justificar cálculos, métodos e técnicas; e, formular hipóteses se as previstas não forem verificadas.

A fase de planeamento do inquérito é, portanto, uma das mais relevantes, sendo importante dedicar grande parte do tempo na definição e escolha do:

Tipo de Variável – Existem as dependentes e as independentes (exemplo: características pessoais - sexo, idade, residência, naturalidade, escolaridade, estado civil, profissão, rendimento e religião; e, elementos ligados ao inquirido ou do meio em que vive ou trabalha. No caso particular do estado civil alguns autores defendem que “Mais do que o estado civil, não será sociologicamente mais importante saber se as pessoas vivem sós, ou na companhia de quem vivem?” (Silva e Pinto 1986, 176)). Por isso quando se avalia a unidade de medida podem assumir-se como dicotómicas (sempre que correspondem a dois valores - exemplo: sexo); “classificações” (para um número finito e não muito elevado de valores); e, contínuas, quando existe um número infinito de valores (Almeida & Pinto, 1995, p. 126)

- **Tipo de escala** (categorias) – Pode ser nominal (por exemplo sexo masculino ou feminino) e ordinal (ordenar por critérios – por exemplo do maior para o menor com correspondência numérica)

- **Tipo de amostra** – deve ser baseada em critérios comuns sendo determinante a interpretação sociológica “uma amostra é representativa se contiver elementos que permitam traduzir as diversidades e as nuances sociais suspeitadas por uma hipótese teórica” (Silva & Pinto, 1986, p. 186) mas também o uso de técnicas estatísticas “...uma amostra é representativa de um determinado universo desde que esteja garantida a aleatoriedade do processo da sua constituição, ou seja, desde que a população daquele universo não tenha sido enviesadamente seleccionada por via da acção de um qualquer factor ou critério.” (Silva & Pinto, 1986, p. 185). Assim, existem como técnicas (Almeida & Pinto, 1995, pp. 114-115):

- Amostragem não probabilística – “...não garante que todos os elementos da população tenham uma *probabilidade conhecida e não nula* de serem representados na amostra.”
- Amostragem probabilística aleatória - envolve a selecção de unidades de observação aleatória (indivíduos, famílias, organizações ou comunidades) e adequa-se sempre que não há grandes diferenças entre as unidades da amostra, ou quando todos os grupos da amostra incluem um número suficiente para fazer generalizações. Assim, quanto maior for a amostra, maior é a probabilidade de representar a população. “...garante que cada um dos elementos da população tenha uma *probabilidade conhecida e não nula* de ser representado na amostra (*no caso mais simples*, cada elemento tem a mesma probabilidade de ser incluído na amostra)...”
- Amostragem probabilística estratificada - Baseada num critério ou vários adequa-se quando a população pode ser dividida em vários subgrupos, classificados de acordo com o grupo a que pertencem. Desta forma garante-se que cada grupo é adequadamente representado na amostra, ou seja, são definidas proporções para cada subgrupo. “No caso de a população-mãe ser pouco homogénea em relação às características estudadas, deve proceder-se a uma prévia decomposição da população em estratos homogéneos.”

Relativamente ao tratamento da informação a técnica mais utilizada é a análise de conteúdo:

“os dados de que dispõe o analista encontram-se já dissociados da fonte e das condições gerais em que foram produzidos; o analista coloca os dados num novo contexto que constrói com base nos objectivos e no objecto da pesquisa; para proceder a inferências a partir dos dados, o analista recorre a um sistema de conceitos analíticos cuja articulação permite formular as regras de inferência.” (Silva & Pinto, 1986, p. 104)

As suas características são:

“Ao proceder à análise de conteúdo de um texto, um documento, uma entrevista ou qualquer outro material, o investigador formula uma série de perguntas que podemos sintetizar da seguinte forma:

- Com que frequência ocorrem determinados objectos (o que acontece e o que é importante);
- Quais as características ou atributos que são associados aos diferentes objectos (o que é avaliado e como);
- Qual a associação ou dissociação entre os objectos (a estrutura de relações entre os objectos)” (Silva & Pinto, 1986, p. 108)

E as operações a ter em consideração (Silva & Pinto, 1986, pp. 109-126):

1. **Delimitar objectivos e definir o quadro orientador de referência teórica**
2. **Constituir corpus** - apresentar os critérios de escolha qualitativa (diversidade, heterogeneidade) ou quantitativa (amostra aleatória de acordo com determinadas características – exemplo: data ou idade) para os documentos seleccionados.
3. **Definir categorias** - classificar a informação para simplificá-la e facilitar a captação do pretendido, assim como a respectiva explicação do conteúdo obtido:

“Uma vez construídas, as categorias de análise de conteúdo devem ser sujeitas a um teste de validade interna. Ou seja, o investigador deve procurar assegurar-se da sua exaustividade e exclusividade. Pretende-se assim garantir, no primeiro caso, que todas as unidades de registo possam ser colocadas numa das categorias; e, no segundo caso, que uma mesma unidade de registo só possa caber numa categoria.”
4. **Definir unidades de análise** - pressupõe a definição de três tipos (unidade de registo – palavra, frase ou tema; unidade de contexto; e, unidade de enumeração – que permite quantificar através das medidas utilizadas).

5. **Quantificar:** o tratamento dos dados pode ser feito através de uma análise: de ocorrências (quanto maior o interesse, maior a frequência relativa ao objecto, ou seja, evidencia a sua valência); avaliativa (atitude relativamente ao objecto ou atenção dada); e, estrutural (permite inferir o pensamento implicado no discurso). Além disso, pode utilizar uma análise dimensional (interdependência entre variáveis) ou de dependência (grau de independência ou associação e causa entre variáveis dependentes). Por isso, até “Numa investigação por questionário, a análise de conteúdo é particularmente útil na fase do pré-inquérito, como é também necessária na análise das questões abertas do questionário. Sempre que o investigador não se sente apto para antecipar todas as categorias ou formas de expressão que podem assumir as representações ou práticas dos sujeitos questionados, recorrerá a perguntas abertas sendo as respostas depois sujeitas à análise de conteúdo.” (Silva & Pinto, 1986, p. 107)

Nas análises sobre o voluntariado, o planeamento deve fazer-se distinguindo dois objectivos:

1. **Medir o volume de serviços voluntários que são fornecidos** (essencialmente com base numa amostra representativa)

2. **Medir as dimensões subjectivas dos serviços** (através de entrevistas e *focus group* com representantes seleccionados. Porém, também num inquérito - ainda que o número de questões seja limitado - podem ser incluídas perguntas para ter conhecimento das circunstâncias sociais da actividade voluntária – ambiente - ou as atitudes do voluntário. Para isso deve pesar-se cuidadosamente os benefícios esperados face ao custo adicional da inclusão destas questões, de forma a garantir sempre a prioridade das dimensões objectivas.)

Analisar o tema do voluntariado pressupõe assim algumas dificuldades práticas, uma vez que, muitas das suas características mais importantes não podem ser observadas directamente (exemplo das motivações) e, por conseguinte, deve recorrer-se à utilização de “métodos indirectos” (estudar apenas um segmento seleccionado da população, ou seja, representativo por ter a mesma composição).

A recolha da informação poderá ser realizada através de:

- Entrevista, que apesar de implicar vários recursos e algum custo e tempo, é mais eficaz quando realizada por pessoas formadas, pois evita a má interpretação e resulta num maior número de respostas. Porém, deve garantir-se: um período adequado e realista para obter respostas, ou seja, fora de férias ou festas; a confiança, passando o pedido por conhecidos; e, a explicação do estudo, podendo no final deste, divulgar-se resultados num ficheiro digital ou impresso ou ainda num evento.

- Inquérito, enviado por correio (normal ou electrónico) e que deve ser:

- Fiável (expor informações corretas, com dados suficientes, e ter uma amostra adequada, com uma margem de erro que não exceda os três por cento) - A confiabilidade depende do inquirido, na medida em que, ele pode não se recordar de pormenores quando questionado relativamente a um largo ou demasiado curto período de tempo. Por isso, o inquérito deve ser simples para se obter o maior número de respostas e, o mais completas possível.

- Válida (apresentar o tipo correto de informações, sendo clara a ideia que o investigador e o inquirido têm sobre o que se pretende estudar) - a validade pode ser experimentada apresentando um pré-inquérito com uma lista de questões à qual se pede a pessoas peritas no tema para verificarem se são explícitas. Este teste pode ser individual ou em grupo, sendo o método Delphi suficiente e, na maioria dos casos, menos caro (é preferível nos casos em que a entrega rápida é necessária ou onde a interacção directa pode causar conflitos).

Quanto ao tratamento da informação deve ser apresentada numa matriz de dados rectangular em que cada linha corresponde às respostas de uma pessoa e cada pergunta tem um número com os códigos de resposta correspondente (variáveis possíveis). Deve verificar-se incongruências, respostas incompletas, informação em falta e respostas equivocadas.

Anexo J – Programa Mão na Mão

O programa Mão-na-Mão promovido pela Fundação Portugal Telecom, em Setembro de 2001, tornou-se pioneiro no movimento do voluntariado empresarial, tendo como destinatários as IPSS e Misericórdias mas também os hospitais e estabelecimentos de ensino públicos cuja atuação é direcionada à área da exclusão social. (PT, 2011)

Com 12 anos de existência ajudou muitos beneficiários de instituições, tendo os voluntários contribuído com horas de trabalho. De entre as ações realizadas destacam-se: Conchinhas do Mar, Uma semana com os idosos, Uma semana nas prisões e Uma semana de partilha.

Atualmente conta com a participação das seguintes empresas: Ass Porto Leixões, BNP Paribas, Cisco, Ericsson, INOV, Jason Associates, Loviril, Novadelta, Prosegur, PT Comunicações, PT Contact, PT Inovação, PT PRO, PT SI, Sacoor Brothers, SAS, TMN, Totemic e Xerox.

Anexo K – entrevista CNPV e GRACE

1. De que forma se pode contribuir para a resolução dos problemas sociais? Podem ser resolvidos por qualquer pessoa ou requerem um determinado perfil?
2. Como define voluntariado e voluntariado empresarial?
3. Quando foi a primeira vez que participou numa ação de voluntariado?
Como foi essa experiência? (onde foi, quanto tempo durou e o que fez)
4. Quais serão as motivações tanto dos voluntários como das empresas?
5. Quais as vantagens do voluntariado, para os voluntários, para as instituições e para as empresas?
6. E existem desvantagens?
7. Quais as áreas em que considera que as empresas devem apostar ao nível de responsabilidade social? Devem direccionar a ação de acordo com o seu *core business*?
8. Qual é a sua opinião sobre a forma como as empresas devem divulgar as ações de voluntariado?
9. Como é que as empresas devem medir a eficácia dessas ações?
10. E na relação entre empresas e instituições devem ser as empresas a procurar as instituições que necessitam dos voluntários ou o contrário?
11. Será o voluntariado uma área maioritariamente necessária para as instituições ou haverá outras formas de apoio?
12. Considera suficiente o tempo que as empresas disponibilizam aos seus colaboradores para participarem em ações de voluntariado?
13. O tipo de voluntariado (regular ou ocasional) deve depender da área de intervenção da instituição? Qual será a importância do voluntariado regular face ao ocasional?
14. Considera que pode existir influência entre a prática individual de voluntariado e o voluntariado empresarial e vice-versa? (Isto é, o facto de uma pessoa que trabalha numa empresa na qual se promovem ações de voluntariado pode influenciar a sua prática individual de voluntariado ou que o facto de uma pessoa que trabalha numa empresa e que já praticou voluntariado a título individual pode influenciar a sua participação em ações de voluntariado desenvolvidas pela empresa?)

Anexo L – entrevistas AMI, Banco alimentar, Caritas e Comunidade Vida e Paz

1. De que forma se pode contribuir para a resolução dos problemas sociais? Podem ser resolvidos por qualquer pessoa ou requerem um determinado perfil?
2. Como define voluntariado e voluntariado empresarial?
3. Quando foi a primeira vez que participou numa ação de voluntariado?
Como foi essa experiência? (onde foi, quanto tempo durou e o que fez)
4. Quais serão as motivações tanto dos voluntários como das empresas?
5. Quais as vantagens do voluntariado, para os voluntários, para as instituições e para as empresas?
6. E existem desvantagens?
7. Quais as áreas em que considera que as empresas devem apostar ao nível de responsabilidade social? Devem direccionar a ação de acordo com o seu *core business*?
8. E na relação entre empresas e instituições devem ser as empresas a procurar as instituições que necessitam dos voluntários ou o contrário?
9. Será o voluntariado uma área maioritariamente necessária para as instituições ou haverá outras formas de apoio?
10. Considera suficiente o tempo que as empresas disponibilizam aos seus colaboradores para participarem em ações de voluntariado?
11. O tipo de voluntariado (regular ou ocasional) deve depender da área de intervenção da instituição? Qual será a importância do voluntariado regular face ao ocasional?
12. Considera que pode existir influência entre a prática individual de voluntariado e o voluntariado empresarial e vice-versa? (Isto é, o facto de uma pessoa que trabalha numa empresa na qual se promovem ações de voluntariado pode influenciar a sua prática individual de voluntariado ou que o facto de uma pessoa que trabalha numa empresa e que já praticou voluntariado a título individual pode influenciar a sua participação em ações de voluntariado desenvolvidas pela empresa?)

Anexo M – entrevistas BNP Paribas, Delta Cafés, Grupo PT e Xerox

Gerais

1. De que forma se pode contribuir para a resolução dos problemas sociais? Podem ser resolvidos por qualquer pessoa ou requerem um determinado perfil?
2. Como define voluntariado e voluntariado empresarial?
3. Quando foi a primeira vez que participou numa ação de voluntariado?
Como foi essa experiência? (onde foi, quanto tempo durou e o que fez)
4. Quais as vantagens do voluntariado, para os voluntários, para as instituições e para as empresas?
5. Existem desvantagens?
6. E na relação entre empresas e instituições devem ser as empresas a procurar as instituições que necessitam dos voluntários ou o contrário?
7. Será o voluntariado uma área maioritariamente necessária para as instituições ou haverá outras formas de apoio?
8. O tipo de voluntariado (regular ou ocasional) deve depender da área de intervenção da instituição? Qual será a importância do voluntariado regular face ao ocasional?
9. Considera que pode existir influência entre a prática individual de voluntariado e o voluntariado empresarial e vice-versa? (Isto é, o facto de uma pessoa que trabalha numa empresa na qual se promovem ações de voluntariado pode influenciar a sua prática individual de voluntariado ou que o facto de uma pessoa que trabalha numa empresa e que já praticou voluntariado a título individual pode influenciar a sua participação em ações de voluntariado desenvolvidas pela empresa?)

Específicas

10. Nesta empresa existe uma estratégia para o voluntariado? Com que objetivos?
11. É do interesse da empresa apostar nesta área?
Qual/quais as expectativas em desenvolvê-la?
12. Em que áreas de intervenção a empresa desenvolve ações de voluntariado?
A forma como intervém nas instituições está relacionada com o seu *core business*?
13. Que tipo de relação de parceria/formas de ajuda são estabelecidas com as instituições? Essa escolha tem em consideração a opinião dos colaboradores?
14. Quanto tempo disponibilizam por ano aos colaboradores?
15. Sumariamente descreva os principais projetos de voluntariado da empresa (nome, instituição apoiada, duração em horas, número de voluntários e periodicidade).
16. Prevêem manter, aumentar ou diminuir o número de ações e a sua duração?
17. Através de que meios são comunicadas aos colaboradores as ações de voluntariado?
É importante utilizar as redes sociais para apoiar a ação voluntária?
18. Através de que instrumentos/mecanismos medem a eficácia das ações realizadas? Qual o impacto que a prática de voluntariado empresarial tem na sua empresa? (resultados de negócio obtidos e benefícios para a comunidade e para os funcionários)
19. A empresa possui algum reconhecimento das suas ações (certificados/distinções)?

Anexo N – inquérito BNP Paribas, Delta Cafés, Grupo PT e Xerox

Questionário sobre o voluntariado praticado por trabalhadores

O presente inquérito visa obter informação sobre o tipo de voluntariado praticado por trabalhadores, distinguindo a sua participação em ações de voluntariado promovidas pela empresa e por outras entidades.

O objetivo será perceber se existe relação entre o voluntariado empresarial (praticado através da empresa) e o voluntariado individual (praticado através de outras entidades) e em que medida existe influência entre eles.

O inquérito é anónimo e será garantida a confidencialidade no tratamento dos dados obtidos.

A duração média no seu preenchimento é de 15 minutos.

As suas respostas honestas são fundamentais para a fiabilidade/confiança dos resultados e do sucesso deste estudo (desenvolvido no âmbito da dissertação para a obtenção do grau de Mestre em Economia Social e Solidária do ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa).

O Voluntariado

1. Já praticou voluntariado?

(entenda-se por voluntariado o trabalho, ocasional ou regular, movido por um interesse comunitário - por exemplo a resolução de problemas sociais a nível local, nacional ou internacional - desenvolvido por vontade própria, durante o tempo livre ou no horário de trabalho, sob a forma de um compromisso gratuito e estabelecido formalmente com empresas ou outras entidades)

- Sim
- Não

2. Quais considera serem as motivações dos indivíduos na participação em ações de voluntariado?

(pode escolher até 2 opções de resposta)

- Altruísmo (satisfação pela ajuda ao próximo)
- Atitude religiosa (caridade ou assistencialismo)
- Influência da prática familiar, de amigos ou vizinhos
- Interesses pessoais

3. E as motivações das empresas na realização de ações de voluntariado?

(pode escolher até 2 opções de resposta)

- Captação, desenvolvimento e fidelização de colaboradores
- Cumprimento de valores e reforço da cultura de voluntariado
- Interesse político e comunitário (senso de dever, justiça social e económica)
- Razões de ordem estratégica e de sustentabilidade

4. **Quais considera serem os benefícios para os indivíduos na participação em ações de voluntariado?** (pode escolher até 2 opções de resposta)

- Desenvolvimento de competências e capacidades pessoais
- Melhoria das relações interpessoais
- Satisfação pessoal e reconhecimento

5. **E os benefícios para as empresas na realização de ações de voluntariado?** (pode escolher até 2 opções de resposta)

- Desenvolvimento de uma cultura empresarial
- Imagem da empresa junto dos clientes, consumidores e parceiros
- Reforço da comunicação interna

6. **Quais considera serem as limitações dos indivíduos na participação em ações de voluntariado?** (pode escolher até 2 opções de resposta)

- Custos associados
- Falta de conhecimento das iniciativas
- Falta de tempo

7. **E as limitações das empresas na realização de ações de voluntariado?** (pode escolher até 2 opções de resposta)

- Custos associados
- Dificuldade em disponibilizar tempo aos colaboradores
- Falta de planeamento e organização das ações

8. **É para si importante que a empresa onde trabalha promova a prática do voluntariado?**

- Sim
- Não

9. **Justifique a sua resposta à pergunta 8.**

10. **As ações de voluntariado em que já participou foram realizadas:**

- Através da empresa
- Individualmente (através de ONG's, Associações, IPSS, Misericórdias, organizações religiosas e outras instituições)
- Através da empresa e individualmente

O Voluntariado Empresarial

11. **Praticou voluntariado individual antes da sua participação nas ações promovidas pela empresa?**

- Sim
- Não

12. Foi essa experiência que o impulsionou a participar nas ações de voluntariado promovidas pela empresa?

- Sim
- Não

13. Justifique a sua resposta à pergunta 12.

14. Atualmente, com que frequência participa nas ações de voluntariado da sua empresa?

- Só participei uma vez
- Ocasionalmente
- 1 a 2 vezes por mês
- Frequentemente

15. Em média, qual o volume total de horas anual dedicado à participação em ações de voluntariado realizadas através da empresa?

- =< 4 horas
- > 4 horas e =< 8 horas
- > 8 horas e =< 16 horas
- > 16 horas e =< 48 horas
- > 48 horas

16. As ações de voluntariado em que participou através da empresa foram realizadas:

- Dentro do horário laboral
- Fora do horário laboral
- Dentro e fora do horário laboral

17. Teve que compensar as horas despendidas na participação em ações de voluntariado realizadas dentro do horário laboral?

- Sim
- Não

18. As ações de voluntariado em que participou através da empresa destinavam-se a ajudar:
(pode escolher até 4 opções de resposta)

- Animais e/ou Plantas
- Comunidade (Local, nacional ou internacional)
- Crianças e/ou Jovens
- Deficientes e/ou Portadores de doenças
- Famílias carenciadas
- Grupos étnicos minoritários ou desfavorecidos
- Idosos
- Mães solteiras e bebés
- Pessoas sem abrigo
- Pessoas vítimas do desrespeito dos direitos humanos
- Reclusos
- Outra. Qual?

19. Nas ações de voluntariado em que participou através da empresa quais as atividades que desempenhou: (pode escolher até 4 opções de resposta) *

- Atividades cívicas, associativas e/ou sindicais
- Atividades lúdico-recreativas
- Atividades religiosas
- Cuidados de saúde e/ou sociais
- Formação e/ou ações de sensibilização
- Gestão e/ou apoio administrativo
- Requalificação de espaços (limpeza, jardinagem, pintura...)
- Recolha de donativos financeiros
- Recolha e/ou distribuição de alimentos, produtos de higiene, roupa ou outros
- Outra. Qual?

20. Em que áreas de intervenção participou nas ações de voluntariado promovidas pela empresa? (pode escolher até 4 opções de resposta)

- Ajuda humanitária e/ou solidariedade social
- Ambiente
- Arte, cultura e/ou património
- Ciência e/ou tecnologia
- Desporto
- Educação e/ou Investigação
- Saúde
- Outra. Qual?

21. A empresa apresenta ações de voluntariado nas áreas de intervenção do seu interesse?

- Sim
- Não

22. A empresa recolhe a opinião dos seus colaboradores para desenvolver as ações de voluntariado?

- Sim
- Não
- Não sabe

23. Nas ações de voluntariado em que participou foi efetuado enquadramento e/ou formação para as atividades a desempenhar?

- Sim, pela empresa
- Sim, pela instituição
- Sim, por ambas
- Não

24. Foi recolhida avaliação depois de terminar as ações de voluntariado em que participou através da empresa?

- Sim, pela empresa
- Sim, pela instituição
- Sim, por ambas
- Não

25. Recebeu um certificado a reconhecer a sua participação nas ações de voluntariado promovidas pela empresa?

- Sim, da empresa
- Sim, da instituição
- Sim, de ambas
- Não

26. Como são divulgadas, na empresa, as ações de voluntariado?
(pode escolher até 3 opções de resposta)

- Contacto direto e/ou "passa a palavra"
- Correio interno
- E-mail
- Intranet
- Publicações (cartazes, folhetos,...)
- SMS

27. As ações de voluntariado propostas pela empresa têm correspondido às suas expectativas?

- Sim
- Não

28. Justifique a sua resposta à pergunta 27.

29. Comparativamente a outras empresas que conheça, como avalia (em termos de áreas de intervenção e impacto da ação) o voluntariado promovido pela sua empresa?

- Melhor
- Igual
- Pior
- Não sabe

30. Justifique a sua resposta à pergunta 29.

31. Pretende continuar a praticar voluntariado?

- Sim, por minha iniciativa
- Sim, se promovido pela empresa
- Sim, por minha iniciativa e se promovido pela empresa
- Não

32. Tem algum comentário ou sugestão que queira apresentar relativamente ao voluntariado na sua empresa (por exemplo, parcerias com instituições, tipo de ações e sua duração)?

Características sócio-profissionais

22 Idade:

- < 25 anos
- >= 25 anos e < 35 anos
- >= 35 anos e < 45 anos
- >= 45 anos

23 Género:

- Feminino
- Masculino

24 Número de dependentes:

- Nenhum
- 1 ou 2
- 3 ou mais

25 Nível escolar mais elevado que concluiu:

- 9º ano
- 12º ano
- Bacharelato e/ou curso médio
- Licenciatura
- Mestrado e/ou Pós-graduação
- Doutoramento

26 Rendimento mensal bruto:

- =< 500 euros
- > 500 euros e =< 1500 euros
- > 1500 euros e =< 2500 euros
- > 2500 euros e =< 3500 euros
- > 3500 euros

27 Duração da deslocação entre a residência e a empresa:

- =< 30 minutos
- > 30 minutos e =< 1 hora
- > 1 hora

28 Local de Trabalho:

- Alentejo
- Algarve
- Centro
- Ilhas
- Lisboa e Vale do Tejo
- Norte

39. Empresa em que trabalha:

40. Cargo que ocupa atualmente na empresa:

- Técnico / Especialista
- Técnico Superior
- Gestor / Consultor
- Diretor
- Outro. Qual?

41. Antiguidade na empresa:

- =< 1 ano
- > 1 ano e =< 5 anos
- > 5 anos

42. Número de horas de trabalho semanal:

- =< 30 horas
- > 30 horas e =< 40 horas
- > 40 horas

43. Vínculo contratual com a empresa:

- Contrato a termo certo
- Contrato a termo incerto
- Contrato sem termo (efetividade)
- Outsourcing

Chegou ao fim do questionário.

Obrigada pela sua participação!

Notas:

- 1) Na questão 1, opção “Não”, os inquiridos eram encaminhados diretamente para a questão 32.
- 2) Na questão 2, considerou-se que as motivações assinaladas correspondem às do inquirido e não em termos gerais.
- 3) Na questão 10, opção “Individualmente (através de ONG’s, Associações, IPSS, Misericórdias, organizações religiosas ou outras instituições)” os inquiridos eram encaminhados diretamente para a questão 33.
- 4) Na questão 11, opção “Não”, os inquiridos eram encaminhados diretamente para a questão 14.
- 5) Na questão 16, opção “Fora do horário laboral”, os inquiridos eram encaminhados diretamente para a questão 18.

Anexo O – Informação teórica sobre análise de conteúdo

O início da análise baseou-se em “O primeiro nível consiste num processo de *decifração estrutural* centrado em cada entrevista.” (Bardin, 2009, p. 92)

Foram seguidas as seguintes instruções “Pode utilizar-se marcadores de cor, trabalhar com um código alfabético ou numérico, marcas simbólicas, sublinhar, assinalar com um circulo, ou então tirar partido do tratamento de texto de um computador... conforme a necessidade.” (Bardin, 2009, pp. 93-94)

E, por fim: “A escolha das unidades de registo e de contexto deve responder de maneira pertinente (pertinência em relação às características do material e face aos objectivos da análise).” (Bardin, 2009, p. 130)

Unidade de registo – “é a unidade de significação a codificar e corresponde ao segmento de conteúdo a considerar como unidade de base, visando a categorização e a contagem frequencial. (...) Efectivamente, executam-se certos recortes a nível semântico, o «tema», por exemplo, enquanto que outros são feitos a um nível aparentemente linguístico, como por exemplo, a «palavra» ou a «frase». ” (Bardin, 2009, p. 130)

Unidade de contexto – “A unidade de contexto serve de unidade de compreensão para codificar a unidade de registo e corresponde ao segmento da mensagem, cujas dimensões (superiores às da unidade de registo) são óptimas para que se possa compreender a dignificação exacta da unidade de registo. Esta pode, por exemplo, ser a frase para a palavra e o parágrafo para o tema.” (Bardin, 2009, p. 133)

Anexo P – Questões associadas a cada ponto

Entrevistas

Relação entre voluntariado empresarial e a prática individual

- Como define voluntariado e voluntariado empresarial? → todas
- Quando foi a primeira vez que participou numa ação de voluntariado? Como foi essa experiência? (onde foi, quanto tempo durou e o que fez) → todas
- Quais serão as motivações tanto dos voluntários como das empresas? → apenas instituições
- Quais as vantagens do voluntariado, para os voluntários, para as instituições e para as empresas? → todas
- Existem desvantagens? → todas
- Considera que pode existir influência entre a prática individual de voluntariado e o voluntariado empresarial e vice-versa? (Isto é, o facto de uma pessoa que trabalha numa empresa na qual se promovem ações de voluntariado pode influenciar a sua prática individual de voluntariado ou que o facto de uma pessoa que trabalha numa empresa e que já praticou voluntariado a título individual pode influenciar a sua participação em ações de voluntariado desenvolvidas pela empresa?) → todas

Potencialidades e limitações do voluntariado empresarial

- De que forma se pode contribuir para a resolução dos problemas sociais? Podem ser resolvidos por qualquer pessoa ou requerem um determinado perfil? → todas
 - Qual é a sua opinião sobre a forma como as empresas devem divulgar as ações de voluntariado? → apenas CNPV e GRACE
 - Como é que as empresas devem medir a eficácia dessas ações? → apenas CNPV e GRACE
 - Quais as áreas em que considera que as empresas devem apostar ao nível de responsabilidade social? Devem direccionar a ação de acordo com o seu *core business*? → apenas instituições
 - E na relação entre empresas e instituições devem ser as empresas a procurar as instituições que necessitam dos voluntários ou o contrário? → todas
 - Será o voluntariado uma área maioritariamente necessária para as instituições ou haverá outras formas de apoio? → todas
 - Considera suficiente o tempo que as empresas disponibilizam aos seus colaboradores para participarem em ações de voluntariado? → apenas instituições
 - O tipo de voluntariado (regular ou ocasional) deve depender da área de intervenção da instituição? Qual será a importância do voluntariado regular face ao ocasional? → todas
- Específicas empresas*
- Nesta empresa existe uma estratégia para o voluntariado? Com que objetivos?
 - É do interesse da empresa apostar nesta área?
 - Qual/quais as expectativas em desenvolvê-la?
 - Em que áreas de intervenção a empresa desenvolve ações de voluntariado?
 - A forma como intervém nas instituições está relacionada com o seu *core business*?
 - Que tipo de relação de parceria/formas de ajuda são estabelecidas com as instituições? Essa escolha tem em consideração a opinião dos colaboradores?
 - Quanto tempo disponibilizam por ano aos colaboradores?
 - Sumariamente descreva os principais projetos de voluntariado da empresa (nome, instituição apoiada, duração em horas, número de voluntários e periodicidade).
 - Prevêem manter, aumentar ou diminuir o número de ações e a sua duração?
 - Através de que meios são comunicadas aos colaboradores as ações de voluntariado?
 - É importante utilizar as redes sociais para apoiar a ação voluntária?
 - Através de que instrumentos/mecanismos medem a eficácia das ações realizadas? Qual o impacto que a prática de voluntariado empresarial tem na sua empresa? (resultados de negócio obtidos e benefícios para a comunidade e para os funcionários)

- A empresa possui algum reconhecimento das suas ações (certificados/distinções)?

Inquéritos

Relação entre voluntariado empresarial e a prática individual

- Q2: Quais considera serem as motivações dos indivíduos na participação em ações de voluntariado?
Q4: Quais considera serem os benefícios para os indivíduos na participação em ações de voluntariado?
Q6: Quais considera serem as limitações dos indivíduos na participação em ações de voluntariado?
Q8: É para si importante que a empresa onde trabalha promova a prática do voluntariado?
Q9: Justifique a sua resposta à pergunta 8.
Q10: As ações de voluntariado em que já participou foram realizadas:
Q11: Praticou voluntariado individual antes da sua participação nas ações promovidas pela empresa?
Q12: Foi essa experiência que o impulsionou a participar nas ações de voluntariado promovidas pela empresa?
Q13: Justifique a sua resposta à pergunta 12.
Q16: As ações de voluntariado em que participou através da empresa foram realizadas:
Q17: Teve que compensar as horas despendidas na participação em ações de voluntariado realizadas dentro do horário laboral?
Q27: As ações de voluntariado propostas pela empresa têm correspondido às suas expectativas?
Q28: Justifique a sua resposta à pergunta 27.
Q31: Pretende continuar a praticar voluntariado?

Potencialidades e limitações do voluntariado empresarial

- Q2: Quais considera serem as motivações dos indivíduos na participação em ações de voluntariado?
Q3: E as motivações das empresas na realização de ações de voluntariado?
Q4: Quais considera serem os benefícios para os indivíduos na participação em ações de voluntariado?
Q5: E os benefícios para as empresas na realização de ações de voluntariado?
Q6: Quais considera serem as limitações dos indivíduos na participação em ações de voluntariado?
Q7: E as limitações das empresas na realização de ações de voluntariado?
Q14: Atualmente, com que frequência participa nas ações de voluntariado da sua empresa?
Q15: Em média, qual o volume total de horas anual dedicado à participação em ações de voluntariado realizadas através da empresa?
Q18: As ações de voluntariado em que participou através da empresa destinavam-se a ajudar:
Q19: Nas ações de voluntariado em que participou através da empresa quais as atividades que desempenhou:
Q20: Em que áreas de intervenção participou nas ações de voluntariado promovidas pela empresa?
Q21: A empresa apresenta ações de voluntariado nas áreas de intervenção do seu interesse?
Q22: A empresa recolhe a opinião dos seus colaboradores para desenvolver as ações de voluntariado?
Q23: Nas ações de voluntariado em que participou foi efetuado enquadramento e/ou formação para as atividades a desempenhar?
Q24: Foi recolhida avaliação depois de terminar as ações de voluntariado em que participou através da empresa?
Q25: Recebeu um certificado a reconhecer a sua participação nas ações de voluntariado promovidas pela empresa?
Q26: Como são divulgadas, na empresa, as ações de voluntariado?
Q29: Comparativamente a outras empresas que conheça, como avalia (em termos de áreas de intervenção e impacto da ação) o voluntariado promovido pela sua empresa?
Q30: Justifique a sua resposta à pergunta 29.
Q32: Tem algum comentário ou sugestão que queira apresentar relativamente ao voluntariado na sua empresa (por exemplo, parcerias com instituições, tipo de ações e sua duração)?

Anexo Q – Entrevista à presidente do CNPV

Célia Santos (CS) - De que forma se pode contribuir para a resolução dos problemas sociais? Podem ser resolvidos por qualquer pessoa ou requerem um determinado perfil?

Elza Chambel (EC) – O Voluntariado é um recurso ativo a favor das populações e em prol do desenvolvimento e potencia maior qualidade nas respostas sociais. Mas para além de se assumir como um recurso deve ser entendido como um direito e, simultaneamente, um dever de todos contribuindo para uma cidadania ativa.

Cada vez mais os voluntários têm um espaço próprio, sendo que a sua ação se situa numa linha de complementaridade do trabalho profissional e da atuação das instituições.

A adequação correta do perfil à atividade a desenvolver é fundamental, visto que garante o sucesso da mesma. Também a exigência da formação obrigatória por lei (geral e específica) antes de se iniciar uma atividade, deve ser cumprida.

CS - Como define voluntariado e voluntariado empresarial?

EC – Para compreender o Voluntariado há que primeiro proceder ao enquadramento e delimitação do seu conceito.

As Nações Unidas, procurando uma definição necessariamente abrangente que se identificasse como denominador comum da diversidade de situações que o Voluntariado pode assumir em todo o mundo, estabelecem três parâmetros na definição: **É uma ação empreendida de livre vontade, sem remuneração e em benefício de terceiros**”.

Em Portugal, resultante da Lei n.º 71/98, de 3 de Novembro (bases do enquadramento jurídico do voluntariado – lei esta regulamentada com o decreto-lei n.º 389/99, de 30 de setembro) é estabelecida a seguinte definição de Voluntariado:

O Voluntariado é entendido como: “conjunto de ações de interesse social e comunitário realizadas de forma desinteressada por pessoas, no âmbito de projetos, programas e outras formas de intervenção ao serviço dos indivíduos, das famílias e da comunidade desenvolvidas sem fins lucrativos por entidades públicas e privadas”.

A Responsabilidade Social das Organizações pode ser desenvolvida através de várias vertentes: mecenato e ações de voluntariado, entre outras formas.

Os colaboradores das Empresas realizam ações de voluntariado, na qualidade de pessoas empregadas, não deixando de estar sujeitas a um vínculo contratual com a própria Empresa.

CS - Quando foi a primeira vez que participou numa ação de voluntariado?

Como foi essa experiência? (onde foi, quanto tempo durou e o que fez)

EC – Quando estava no Liceu em Bragança, teria os meus 14 anos, e pela mão da minha professora de Físico-Química que era da Conferência de S. Vicente de Paulo, tive a minha 1ª experiência de voluntariado a qual decorreu com periodicidade regular até ao fim do ano letivo, conjuntamente com algumas colegas de turma.

A atividade resumia-se a acompanhar as visitas semanais da nossa professora a famílias em situação de carência múltipla, que residiam no bairro conhecido por "vila" dentro das muralhas do Castelo de Bragança: íamos em grupos de duas ou três e levávamos alguns bens alimentares e de primeira necessidade que a Conferência de S. Vicente de Paulo procurava angariar para distribuir aos mais carenciados.

E a nossa professora procurava sensibilizar-nos para as necessidades dos outros e a nossa responsabilidade para com eles, uma vez que a nossa vida quotidiana era bem mais facilitada: e que em todas as visitas deveríamos estar com boa disposição para sermos uma presença agradável.

CS - Quais serão as motivações tanto dos voluntários como das empresas?

EC – As motivações podem ser várias: altruístas, de bem-fazer, religiosas, de inter-relacionamento e convívio, participação social, entre muitas outras, sem esperar qualquer retribuição em troca.

Praticar o bem a favor do Outro, o compromisso de honra, a proximidade fraterna, devem estar subjacentes a qualquer motivação, tanto dos voluntários, das Empresas ou das Instituições.

CS - Quais as vantagens do voluntariado, para os voluntários, para as instituições e para as empresas?

EC – As vantagens do Voluntariado para os voluntários são inúmeras além de poderem corresponder às motivações dos próprios, o Voluntariado é um ato de aprendizagem, de partilha e de solidariedade, que permite a aquisição de experiência de vida, de competências, de espírito cívico e de transmissão de conhecimentos.

Em relação às Instituições e às Empresas pode contribuir para a resolução de problemas que ainda não encontraram respostas, antecipa e prolonga a ação dos poderes públicos e satisfaz algumas das necessidades a que o Estado não consegue responder, contribuindo assim, para a harmonia da sociedade, para um maior bem-estar e felicidade das comunidades, dada a sua contribuição como reforço do tecido social.

CS - E existem desvantagens?

EC – Que eu saiba não.

CS - Quais as áreas em que considera que as empresas devem apostar ao nível de responsabilidade social? Devem direcionar a ação de acordo com o seu *core business*?

EC – Não necessariamente. A sua ação pode ser desenvolvida nas mais diversas áreas como seja: ação social, saúde, educação, cultura, ambiente, defesa dos direitos humanos, desenvolvimento local, proteção civil, cooperação para o desenvolvimento, ou outras, que se mostrem pertinentes e que se enquadrem nos objetivos a alcançar.

CS – Qual é a sua opinião sobre a forma como as empresas devem divulgar as ações de voluntariado?

EC – As Empresas devem fazer a divulgação das suas atividades de voluntariado usando, por exemplo, os canais internos da própria Empresa ao seu dispor para o efeito. Podem também recorrer a outras formas de divulgação que se mostrem disponíveis e adequadas.

CS – Como é que as empresas devem medir a eficácia dessas ações?

EC – Através da satisfação dos próprios voluntários que realizaram essas ações, bem como das Instituições apoiadas e ou/intervencionadas, tendo em conta os objetivos definidos para essas ações.

CS – E na relação entre empresas e instituições devem ser as empresas a procurar as instituições que necessitam dos voluntários ou o contrário?

EC – Ambas as maneiras são possíveis. No entanto, de acordo com o conhecimento que o CNPV tem em relação às Empresas, é mais frequente serem as próprias a procurarem e a selecionarem as Instituições que necessitam do apoio de voluntários.

CS - Será o voluntariado uma área maioritariamente necessária para as instituições ou haverá outras formas de apoio?

EC – Como já referi atrás considero que ambas as formas de Responsabilidade Social, seja através do voluntariado ou do mecenato, são importantes.

Não podemos dizer qual a mais necessária, isso caberá a cada Instituição decidir.

CS - Considera suficiente o tempo que as empresas disponibilizam aos seus colaboradores para participarem em ações de voluntariado?

EC – Não tenho dados para me pronunciar: creio que esta questão deverá ser colocada diretamente aos colaboradores das Empresas que participam nessas ações, bem como às próprias Empresas, através de relatório da iniciativa.

CS - O tipo de voluntariado (regular ou ocasional) deve depender da área de intervenção da instituição? Qual será a importância do voluntariado regular face ao ocasional?

EC – O tipo de voluntariado não deve depender da área de intervenção da instituição mas sim do que for mais necessário para a concretização do programa/projeto assumido pela Instituição. Ambos são importantes e ocupam lugares distintos.

O Voluntariado ocasional encontra-se mais associado a atividades pontuais (ações do Banco Alimentar contra a Fome, peditórios de rua da Cáritas Portuguesa, da Liga Portuguesa contra o Cancro), ao passo que o Voluntariado regular está mais presente em Instituições (IPSS, Misericórdias, Mutualidades, entre outras) que necessitam de complementar e reforçar as suas atividades por um período mais alargado e de forma mais regular, com o apoio de voluntários.

CS – Considera que pode existir influência entre a prática individual de voluntariado e o voluntariado empresarial (Isto é, o facto de uma pessoa que trabalha numa empresa na qual se promovem ações de voluntariado pode influenciar a sua prática individual de voluntariado ou que o facto de uma pessoa que trabalha numa empresa e que já praticou voluntariado a título individual pode influenciar a sua participação em ações de voluntariado desenvolvidas pela empresa?)

EC – Poderá existir alguma influência entre ambos e até pode ser benéfica. Contudo, essa influência não deverá ser decisiva para a realização e participação em ações de voluntariado.

Anexo R – Entrevista à ex-presidente do GRACE

Célia Santos (CS) - De que forma se pode contribuir para a resolução dos problemas sociais? Podem ser resolvidos por qualquer pessoa ou requerem um determinado perfil?

Maria da Conceição Zagalo (CZ) – Eu acho que é necessário que as empresas tenham atitude. As empresas são grupos, são conjuntos de pessoas. E se as empresas forem exigentes consigo próprias, com os seus modelos operacionais, e com a forma como querem intervir no terreno e junto dos seus diversos *stakeholders*, elas têm a atitude que as leva a quererem devolver às comunidades parte do que delas recebem, no âmbito da sua atividade essencial.

Portanto, as empresas, sendo pessoas, terão um rendimento tão maior quanto maior for o nível de satisfação das pessoas. E as pessoas, no dia-a-dia, movem-se nas comunidades, movem-se no sítio onde estão (onde dormem, onde acordam, onde têm os seus filhos a irem à escola, onde têm os seus idosos no pós vida ativa, onde têm as crianças a brincarem nos parques...) e, portanto, se as empresas contribuírem no âmbito da sua atividade para poderem devolver à comunidade parte do que elas recebem por mão dos cidadãos que aí vivem conseguem, seguramente, muito maior atratividade para o desempenho da sua atividade essencial.

Portanto esta relação causa-efeito acontece de uma forma natural. Assim as empresas percebam e tenham a atitude que as leve a apostar no sucesso das pessoas para depois poderem ter sucesso nas organizações.

CS - Como define voluntariado e voluntariado empresarial?

CZ – O voluntariado, numa definição muito pessoal, é uma manifestação do altruísmo que cada ser humano encerra e que o leva a pensar nos outros mais do que em si próprio, no dia-a-dia, pensando também de uma forma egoísta no seu bem-estar.

Pensar que o meu bem-estar depende do bem-estar dos outros que estão à minha volta, com quem eu posso partilhar capacidades que tenho, de desenvolver iniciativas que possam contribuir para o bem-estar dos outros através do meu bem-estar ou para o meu bem-estar através do bem-estar dos outros. Esse é o voluntariado pessoal.

O voluntariado empresarial é o cumular dos voluntariados pessoais e a capacidade de levar a exercício, num espírito muito mais abrangente, aquilo que individualmente podia fazer. Portanto, voluntariado empresarial é uma conjugação de empenhos pessoais que acontecem no seio de uma empresa onde não existe fronteira entre o eu pessoa, o eu profissional ou o eu parte importante de uma estrutura institucional. E, portanto, o voluntariado empresarial, é de certa forma, a manifestação coletiva de empenhos e decisões de pessoas que percebem que é na dádiva de tempo empresarial que pode resultar o maior sucesso da empresa e da sua implantação no mercado. E estas coisas não estão desligadas, existe uma relação.

CS - Quando foi a primeira vez que participou numa ação de voluntariado?

Como foi essa experiência? (onde foi, quanto tempo durou e o que fez)

CZ – Eu costumo dizer que a minha primeira experiência de voluntariado remonta aos meus primeiros anos de vida. Eu sou oriunda do Ribatejo, de uma então aldeia (hoje é uma vila do Ribatejo), Riachos, que eram parte da Câmara, faziam parte da Autarquia de Torres Novas, onde era presidente o meu pai.

Nós éramos 5 irmãos e, desde muito pequeninos, nós acompanhávamos o meu pai nas intervenções que ele fazia, muito no âmbito da sua responsabilidade autárquica mas que fazia porque tinha características pessoais para o fazer. Portanto, as idas às inaugurações da água, da luz, visitar as

prisões, os idosos, as crianças, era qualquer coisa que nós fazíamos... Claro que o meu pai, quando nós éramos muito pequeninos, nos dizia «Venham» e nós íamos. E depois, numa fase mais posterior, nós já perguntávamos «Então e quando é que é a oportunidade de irmos outra vez?».

O acompanhar a minha mãe, também na altura, no movimento que havia (que era o Movimento Nacional Feminino) que reunia objetos de apoiantes de famílias carenciadas ou para enviar para os jovens que estavam em combate no ultramar... E era frequente nós irmos também com a minha mãe ajudar a separar géneros, alimentos e roupas. Portanto, desde muito pequeninhos que nós nos habituámos que havia outros, mais do que nós havia outros.

Lembro-me de ser muito miúda e de acompanhar o meu pai. Lembro-me de estar agarrada ao braço dele enquanto ele estava a conversar com as pessoas ou a fazer aquelas coisas e depois, continuei ao longo da vida, continuei na faculdade e depois na empresa.

Agora, o voluntariado empresarial de forma assumida, e assim como parte importante do meu dia-a-dia profissional, remonta talvez ao início dos anos 90. Aí eu comecei a fazer voluntariado empresarial mas muito inspirado pelas razões pessoais para as quais eu sentia um chamamento e, portanto, comecei inclusivamente a levar a exercício um voluntariado empresarial, em que eu fazia questão de acompanhar e de ser acompanhada por um crescente número de colegas. E depois, continuei sempre até sair, sendo que uma das grandes razões que me moveu para trocar de uma atividade remunerada, e bem remunerada (que eu era a administração da empresa) para uma situação de pré-reforma, e de trabalho em *pro bono*, residiu numa experiência de voluntariado internacional que eu tive na IBM, de 5 meses de trabalho (em que eu estive 2 meses a fazer uma preparação para depois ir para o Vietname onde estive um mês - mês esse que depois foi seguido por mais 2 meses de interatividade com *Harvard*, para poder partilhar o *feedback* da experiência que tinha tido em *Can Tho*, no sul do Vietname.).

Portanto, essa foi a experiência de vida de voluntariado que me fez agulhar para uma nova fase da minha vida, que foi trocar a atividade remunerada e diária por uma atividade diária também, não remunerada (a fazer o que gosto, como gosto, quando gosto, com quem gosto e porque gosto) e não necessariamente a desenvolver atividade, que gostava também, mas que me levava a um desempenho com uma menor liberdade para intervenção na comunidade.

CS - Quais serão as motivações tanto dos voluntários como das empresas?

CZ – As motivações têm um bocadinho a ver com o eu sentir que com um dia de trabalho diferente posso contribuir de forma definitiva e muito conseqüente para a melhoria de qualidade de vida do outro. É eu sentir que a minha empresa é, de facto, a melhor empresa onde eu podia trabalhar. Célia, independentemente de eu ter dias em que acho que... Isto é como num casamento, como eu costumo dizer. Eu estou casada há 38 anos e se me diz assim «Ao fim de 38 anos foi tudo bom?» Não, em 38 anos não é tudo bom, há dias melhores, há dias piores mas ao fim de 38 anos eu continuo a achar que se voltasse atrás era com aquela pessoa e nas mesmas circunstâncias que estava a casar, até para poder eventualmente limar alguns dias que foram menos bons. Não há situações perfeitas porque o ser humano não é perfeito.

Agora não há empresas perfeitas e há-de haver empresas onde ao fim dos 38 anos de trabalho, eu diria assim «Hoje não me apetece ir. Hoje apetece-me ir. Ai que chatice esta atividade. Ai que bom esta atividade.», como em tudo o que é terreno. Agora, para as pessoas, o estarem numa empresa que valoriza a responsabilidade social e que valoriza as boas práticas de responsabilidade social, designadamente ao nível do voluntariado, dá-me um sentido de orgulho dizer «Ah, eu sou PT. Ah, eu sou IBM. Ah, eu estou numa empresa que até me dá 40 horas, ou 6 dias ou 5 dias de trabalho (como é o vosso caso) para eu poder entregar-me à comunidade e para eu poder desenvolver

conhecimentos e competências que eu depois aplico no meu dia-a-dia profissional ou no meu dia-a-dia pessoal.». Agora, eu poder ter tempo de trabalho, que não tenho que ir tirar às férias, para poder fazer voluntariado como quero, onde quero e porque quero (com a infraestrutura toda suportada pela minha empresa) isto é um estado de graça de todo o tamanho.

E, portanto, quais são as motivações das pessoas e das empresas: são o estarem mais satisfeitas, são o terem sentido de orgulho, são o terem gozo em trabalhar, seja no dia-a-dia profissional, seja em voluntariado (com o “chapéu” daquela empresa).

CS - Quais as vantagens do voluntariado, para os voluntários, para as instituições e para as empresas?

CZ – Para as pessoas, desde logo muita satisfação pessoal, muito sentido de pertença face às organizações, muito sentido de orgulho na organização e convicção de que está na melhor empresa para trabalhar, muita motivação e muita capacidade de aprender em trabalho de voluntariado, conhecimentos e competências que se transportam depois para o dia-a-dia profissional.

Para as empresas, muitas maiores capacidades de produtividade por parte de colaboradores, que estando mais satisfeitos ficam mais orientados para a produtividade.

Para as organizações que acolhem o voluntariado, a multiplicação de intervenção que lhes surge de forma natural, em resultado de uma associação de empenhos pessoais associados a empenhos institucionais.

Portanto, eu diria que o voluntariado «Porquê?» porque tem impacto social e tem impacto económico. Tem impacto social ao nível do desenvolvimento pessoal e profissional das pessoas que o levam a exercício, melhora auto-estimas, melhora capacidades de motivação, melhora também a autodisciplina (nós ao estarmos a fazer voluntariado, a representar uma empresa, temos muita preocupação de que há aquele trabalho para fazer e é para fazer num x números de horas. Portanto isto não é um *on going*. O simples facto de sentirmos que o sítio onde vamos fazer voluntariado não tem culpa nenhuma de que nós só possamos fazer um dia leva-nos a muito mais autodisciplina e muito mais foco face aos resultados e dá-nos níveis de confiança brutais.).

Confere qualidade de vida depois às organizações, permite-nos desenvolver competências, permite-nos desenvolvermo-nos e trabalhar inclusão e sorrisos. Isto tem tudo impacto económico, claro que tem, e a sociedade também beneficia. Nós, o GRACE, temos uma grande ação de voluntariado anual que reúne, em Outubro e nas sextas-feiras de Outubro, grandes volumes de pessoas que vão para o terreno fazer intervenção, seja na área da requalificação de espaços obra, seja na área de requalificação de espaços ambiente, seja na área de requalificação de espaços animal, seja na área da deficiência, seja na área da preservação do ambiente... Portanto, todos os anos, e este ano nós fomos para a rua para 19 instituições, com 690 colaboradores, com 52 empresas chegando a um número de cerca de 2800 beneficiários. Tanto trabalho levado a efeito por tanta gente tem que constituir uma melhoria de qualidade de vida e dos espaços onde nós nos movemos.

A mata da Lousã ou do Buçaco, onde estiveram 200 voluntários a trabalhar num dia, ficou necessariamente mais limpa e alindada do que estava na véspera. Eu quando for lá outra vez já tenho um espaço mais qualificado e requalificado do que estava. As pessoas a quem proporcionámos o primeiro mergulho em oceano, pessoas com deficiência, ficaram com uma perspetiva de vida diferente do que a que tinham e, nós voluntários que estivemos a acompanhar aquelas pessoas com deficiência no batismo de mergulho, também ficámos com uma perspetiva diferente sobre como o ser humano pode ganhar barbatanas, num dia que é especial, e conseguir uma mobilidade dentro de água que não consegue na terra.

Portanto tudo isto, numa forma ou outra, contribui para empenhos, para auto-satisfações, para construções de sociedades que são o resultado benéfico de empenhos que quiseram trocar um dia de trabalho no escritório por um dia de trabalho no terreno. Portanto, o benefício para os voluntários, o benefício para as empresas, o benefício para as organizações que beneficiam da conjugação de empenhos é enorme e tem um impacto no cidadão comum, nós.

CS - E existem desvantagens?

CZ – Se ele não for bem feito podem existir desvantagens, sim.

A presidente do Conselho Nacional para a Promoção do Voluntariado, a Dra. Elza Chambel, dizia que «É preciso fazer o bem mas é preciso fazê-lo bem feito.».

Se o voluntariado não for bem feito pode ser pernicioso, se o voluntariado for feito de forma negligente e não for feito com o melhor do profissionalismo que nós conseguimos levar a exercício no nosso dia-a-dia pode deixar um sentido de amargo, quer no voluntário, quer na organização onde ele fez intervenção.

Portanto, eu acredito que um mau voluntariado pode levar os potenciais beneficiários a considerar «Oh, para quê? Em vez de preservarem as espécies, estragaram as espécies. Em vez de me conferirem esperança, afundaram-me. Em vez de tratarem do meu espaço, estragaram-mo. Em vez de me retirarem um degrau, puseram-me um degrau. Em vez de me retirarem uma barreira, puseram-me uma barreira.». E, portanto, se o voluntariado não for bem feito pode ser prejudicial. Agora, o VOLUNTARIADO, na verdadeira aceção da palavra (feito com muito brio, muito profissionalismo, muita garra e muita consciência), só pode ser benéfico para quem o pratica e para quem é beneficiário da prática.

No que se refere às empresas, nós estamos numa fase da vida e de evolução da sociedade em que não podemos brincar (em tempo de guerra não se limpam armas), e por outro lado, à medida que vamos fazendo e vamos fazendo com maior consciência, a sociedade perdoa-nos menos as incúrias e as negligências. Portanto, hoje em dia ninguém se permite correr o risco de não ter um programa bem organizado. E é nessa vertente que o GRACE ou organizações como o GRACE podem desenvolver um papel fulcral porque nós temos cada vez mais o *know-how* que nos permite retirar pedras do caminho às organizações que não têm o conhecimento nessa matéria e, portanto, temos cada vez mais empresas associadas que nos dizem «Precisamos de fazer uma ação de voluntariado. Temos pessoas, temos alguns fundos, mas não temos conhecimento. GRACE, digam-nos lá como e o que é que havemos de fazer. E a propósito, sabemos que os nossos colaboradores querem fazer intervenção aqui ou acolá, ou que a empresa quer ir um dia plantar árvores ou limpar a mata, ou tratar de animais ou tratar com deficientes, ou estar com pessoas idosas...». Portanto, nós articulamos com as empresas no sentido de garantir que, para elas, aquela iniciativa não defrauda expectativas, que o trabalho que fizeram no terreno é um trabalho com retorno em matéria de investimento e que a ação foi produtiva e geradora de motivações para mais ações.

Portanto, hoje em dia as empresas não brincam em serviço e não se põem “a deitar pérolas a porcos”. O voluntariado é uma pérola e é uma pérola demasiado preciosa para que corramos o risco de lhe retirar o brilho e, portanto, quanto mais conhecedores e mais conscientes nós estamos menos riscos corremos de sermos mal-sucedidos. Até porque na vida quanto mais as coisas são mensuráveis mais valor têm e a cada ação de voluntariado que nós fazemos (seja individual, do ponto de vista de uma só empresa; ou coletiva, do ponto de vista da conjugação de empenhos de várias empresas) nós exigimos fazer questionários para inquirir a opinião dos colaboradores e tentar perceber «Ok, tivemos bem, então para a próxima vez em que é que estamos excelentes? Tivemos menos bem, em que é que podemos melhorar? Não tivemos nada bem, o que é que vamos fazer?».

E eu quero acreditar que nesta fase do campeonato nós não temos empresas a dizerem que não tivemos nada bem. Podemos ter uma ou outra pessoa a dizer que não gostou, mas isso o ser humano é impossível que esteja sempre de acordo. Agora, o facto de uma peça do *puzzle* não ter achado que tinha sido significativo o trabalho que fez naquele dia não inviabiliza a construção do *puzzle*. O *puzzle* pode não ficar tão bem encaixado porque aquela peça está ali mais romba, mas a verdade é que a ação não tem que ser posta em causa por causa de uma ou duas pessoas não terem apreciado tanto. E, se calhar, o facto de essa uma ou duas pessoas não terem gostado tanto leva-nos a estar mais alerta e a tentar perceber o porquê «Será que estiveram desencaixadas? Será que aquela intervenção não cumpria o perfil daquela pessoa? Então vamos lá a ver como é que cumpre para a próxima vez.».

Agora, um desgosto não pode provocar o insucesso de uma ação, um desgosto tem de provocar a motivação para que a próxima ação seja, necessariamente, melhor e para que toda a gente ache que o resultado foi construtivo.

CS - Quais as áreas em que considera que as empresas devem apostar ao nível de responsabilidade social? Devem direcionar a ação de acordo com o seu *core business*?

CZ – Todas, também e não só. Portanto, uma empresa independentemente da sua dimensão abarca um conjunto muito alargado de perfis humanos e, Célia, nós estamos aqui as duas... se calhar os seus gostos, as suas motivações e as minhas motivações e os meus gostos podem ter um fio condutor comum mas depois têm expressões distintas. E a Célia trabalha numa empresa de comunicações e eu trabalhei toda a vida numa empresa de tecnologias de informação. Por que é que eu tenho que fazer voluntariado só no domínio das tecnologias da informação e por que é que a Célia tem de fazer voluntariado só no domínio das telecomunicações?

Não há razão de maior para que a sua empresa, que ainda por cima articula com fornecedores, parceiros, clientes (com todo um conjunto de *stakeholders* que se movem em diversos círculos) e tem milhares de pessoas com perfis distintos, por que é que a Célia tem que estar a fazer voluntariado só no domínio das comunicações e não pode fazer no ambiente e não pode fazer no apoio a crianças e não pode fazer no apoio a jovens e não pode fazer no apoio a idosos... Portanto, eu acho que as empresas podem e devem fazer voluntariado no âmbito da sua atividade essencial. Podem e devem fazer voluntariado em tantas áreas quantas a génese humana permite.

CS – Qual é a sua opinião sobre a forma como as empresas devem divulgar as ações de voluntariado?

CZ – No início de tudo isto eu era muito púdica e, enquanto IBM, achava que tinha que ter boas práticas mas que não tinha nada que as partilhar com ninguém. As minhas práticas são práticas minhas, as minhas práticas fazem parte do meu pudor, da minha vida interna e fazem parte do que se passa dentro do meu quarto. Esta era a minha perspetiva.

Depois, há medida que se ia avançando e que fui tendo a possibilidade de partilhar entre pares, colegas, a riqueza de um dia de voluntariado, eu fui percebendo que havia outros colegas que gostavam de ouvir aquela história. E a certa altura fomos extrapolando para outros eixos de intervenção a partilha que tínhamos dentro de casa. Se eu gostava de partilhar com outros colegas o que tinha feito num dia de voluntariado, eu chegava a casa e partilhava com o marido, com as filhas, com os irmãos e com os pais e eles também gostavam de ouvir. E depois diziam «Mas por que é que não partilha isso com A, com B ou com C, ou com primos, com tios...». E, portanto, comecei a perceber que quanto mais nós partilhávamos, mais aderentes nós tínhamos, mais trabalho de evangelização nós podíamos fazer.

Depois começamos a perceber, dentro da minha empresa mas também dentro do nível de empresas que levava a existência de boas práticas de responsabilidade social, que a partilha das boas práticas era ela própria uma boa prática de responsabilidade social e era uma obrigação que cabia ao bom praticante de responsabilidade social. Qual é a preocupação que tem que haver nesse domínio? É não converter a comunicação em marketing social. Eu não tenho nada contra o marketing social, eu acho é que temos de chamar os “bois” pelos nomes. A responsabilidade social e comunicação de responsabilidade social é uma ferramenta de estratégia das empresas. E, marketing social, é uma ferramenta do marketing das empresas. Portanto, eu tenho a obrigação de comunicar boas práticas de responsabilidade social para evangelizar, induzir outros a praticarem-nas também, acrescentar o movimento de responsabilidade social e trabalhar para uma sociedade que faça mais sentido. E aí sim, eu tenho a obrigação de comunicar. E de que forma devem as empresas comunicar as ações de voluntariado aos colaboradores? Devem, cada vez mais, utilizar os mecanismos que têm internamente, os processos de comunicação de gestão *top-down*, e estas coisas têm que ser mesmo *top-down*. Se a Célia quer que a PT tenha um bom programa de voluntariado e boas práticas de responsabilidade social, elas têm que ser praticada desde o topo da hierarquia até à base e têm que ser comunicadas do topo da hierarquia até à base. O topo da hierarquia tem que dizer «Eu estou lá, eu estive lá, eu estarei lá.» e é a única forma de conseguir que as populações estejam também. Portanto, têm que ser comunicadas com as mesmas ferramentas com que se comunicam as decisões importantes da empresa (intranet, comunicados, reuniões de colaboradores, programas de avaliação de desempenho). Têm que ser comunicadas dentro de portas para que depois também seja possível fazer o trabalho que cabe aos embaixadores. Se eu comunicar dentro de portas e tiver os meus colaboradores conscientes e convictos de que estão numa empresa que os trata bem enquanto indivíduos, também pela forma como lhes proporciona programas muito válidos e que lhes permita crescer enquanto pessoas e enquanto agentes profissionais, eu estou a criar todo um sem número de embaixadores que depois chega às comunidades ou ao cliente ou ao fornecedor e que diz «Eu venho da PT. Eu venho da IBM. Eu venho de uma empresa que se preocupa comigo e que diz: meu amigo, eu quero que sejas muito bom profissional e muito bom praticante em termos de voluntariado, e até te dou tempo para fazeres voluntariado e espaço para te desenvolveres profissional.».

E, portanto, esta comunicação para fora, que começa cá dentro, acaba depois por ter o efeito círculo virtuoso. Começa cá dentro, vai para fora e vem de fora para dentro e vai fazendo crescer o movimento da responsabilidade social que, verdadeiramente, assenta na compreensão humana: no Eu pessoa, Eu profissional, Eu família, Eu parte da comunidade onde estou integrada, Eu parte da família da minha empresa, Eu parte da minha família pessoal... E tudo isto cresce de forma harmoniosa de maneira a que, ao longo dos anos, vamos acreditando que conseguimos combater aspetos que são perniciosos para o desenvolvimento humano. E para isso é preciso comunicar e é preciso comunicar cá dentro e lá fora.

CS – Como é que as empresas devem medir a eficácia dessas ações?

CZ – Têm que as medir porque este tipo de coisas não pode parar na subjetividade. Este tipo de coisas tem que, cada vez mais, ser inquirida e eu tenho que ter capacidade de desenvolver ferramentas. Eu tenho que ter um sistema de *governance* que me permita medir o impacto que determinado tipo de iniciativa teve a nível interno e a nível externo.

Portanto eu tenho, sobretudo inquéritos de opinião, e tenho que depois de cada iniciativa perguntar aos meus colaboradores a real importância que aquela iniciativa teve para si enquanto pessoa e

enquanto profissional. E antes mesmo da iniciativa seguinte, partilhar com eles o impacto da ação. Fazê-lo individualmente na minha empresa e fazê-lo coletivamente em associativismo.

Todas as ações que nós fazemos no GRACE são matéria de sondagem às pessoas que nela estiveram envolvidas e de partilha depois com os resultados da sondagem feita. Eu tenho que avaliar os resultados e o impacto da ação que levei a efeito, sim, para identificar melhorias. Eu só posso melhorar se souber em que é que estive bem ou em que é que não estive bem.

CS – E na relação entre empresas e instituições devem ser as empresas a procurar as instituições que necessitam dos voluntários ou o contrário?

CZ – Eu acho que cada vez mais o voluntariado e a forma como a empresa e o terceiro setor se articulam tem que cumprir as mesmas leis da oferta e da procura. Tem que haver oferta e tem que haver procura, tem que haver conjugação de empenhos para que o ponto de convergência se situe no ponto comum de interesses para ambas as partes. Eu tenho que saber que há instituições que carecem do esforço do voluntariado das empresas e eu tenho que saber que há empresas dispostas a suprir carências de instituições.

Portanto, eu tenho que ter bases de dados de instituições que precisam de intervenção mas eu tenho que ter as instituições também a candidatarem-se ao trabalho que pode ser facultado pelo voluntariado das empresas (empresarial). E aí, eu associação, nesse caso, tenho de ser capaz de juntar um pé e um sapato que eu tenho de um lado e do outro. Mas de nada serve ter muitos voluntários se eles chegarem a uma instituição que não esteja verdadeiramente a carecer daquele tipo de trabalho. E de nada serve ter muito trabalho para fazer se não tiver voluntários conscientes de que há um projeto ou objetivo a cumprir num espaço determinado.

Portanto, tem que haver oferta, haver procura e haver uma capacidade de gestão muito grande para que a oferta e a procura convirjam no ponto da construção e não da disrupção.

CS - Será o voluntariado uma área maioritariamente necessária para as instituições ou haverá outras formas de apoio?

CZ – Nós defendemos mais o voluntariado do que o donativo. O donativo está muito ligado à filantropia, está muito ligado ao patrocínio, está muito ligado ao assistencialismo. O voluntariado, seja ele de força braçal, de conhecimento ou de competências (e cada vez mais nós tendemos a trabalhar os diversos eixos do voluntariado, também o da partilha do conhecimento e de competências dos nossos colaboradores) é muito mais consequente, até do ponto de vista da sustentabilidade e do compromisso por parte de quem o faz, do que o dinheiro. O dinheiro é sempre curto e fica sempre aquém das nossas expectativas.

Nós percebemos que há algumas instituições que precisam de dinheiro... e isso é o princípio da cana e do peixe. Mais do que dar o peixe eu tenho que saber ensinar a pescar e, eventualmente, saber ensinar a construir a cana de pesca. Portanto, se eu conseguir conferir às instituições *know how* e capacidades para serem elas a fazer, se calhar consigo “terciá-las”. Consigo pô-las a desenvolverem serviços que possam vender e que as possam levar a rentabilizarem e a tornarem-se sustentáveis de uma forma autónoma e não assistencial.

Portanto, cada vez mais, nós advogamos apoios ao terceiro setor numa perspetiva de bens e esses bens podem ter cada vez mais a forma de conhecimento e de competências, do que o dinheiro, porque o dinheiro tem sempre o efeito perverso diametral.

CS - Considera suficiente o tempo que as Empresas disponibilizam aos seus colaboradores para participarem em ações de voluntariado?

CZ – Depende muito. Nós temos empresas que disponibilizam, em média, 1 dia por ano, por empregado. Temos empresas como a PT que dá 5 ou 6 dias de trabalho. Tivemos hoje a visitar uma empresa, que vai em princípio aderir, que não dá em função de empregado mas desenvolve iniciativas que lhes permitiu, no ano passado, dedicarem 700 e tal horas a voluntariado. Portanto, temos uma disparidade muito grande de horas de voluntariado ou de dotação de tempo, muito em função da estrutura das empresas, da sazonalidade de intervenção que têm e do estado de evolução em que estão.

A verdade é que o voluntariado, por exemplo, GIRO - GRACE, Intervir, Recuperar e Organizar, pressupõe um dia e nós a cada ano que passa temos um maior número de pessoas. Este ano tivemos 690 pessoas. Portanto, significa 690 dias de trabalho por parte do total das empresas (sabendo que há empresas que, para além desse dia de intervenção no GIRO, dão mais dias).

No meu caso, eu quando estive um mês no Vietname a fazer voluntariado, num ano tive 30 e tal dias. Portanto, eu acho que as empresas tendem a dar tempo de voluntariado aos seus colaboradores também um pouco em função do compromisso que eles têm e da forma como respondem e da oportunidade ou desafio que têm em determinada circunstância.

Agora, é crescente o número de empresas que cada vez mais confere mais tempo para o voluntariado, também como forma de ter as pessoas mais satisfeitas e também como forma de ter as pessoas a desenvolverem conhecimentos e competências que depois contribuem para o seu maior nível de produtividade. Mas difere de organização para organização.

CS - O tipo de voluntariado (regular ou ocasional) deve depender da área de intervenção da instituição? Qual será a importância do voluntariado regular face ao ocasional?

CZ – Eu acho que o voluntariado ocasional dá sempre um bocadinho a sensação de copo meio cheio. O voluntariado ocasional dá aquela ideia «Ah, eu podia ter estado lá. Eu estive lá mas eu podia ter sido parte e eu não fui parte, eu só estive lá.» O ter estado durante um dia numa instituição em que eu pinteí umas paredes ou em que eu estive a dar apoio a uma pessoa de idade ou a um jovem... leva um bocadinho à sensação «Mas só isto? Mas tão pouco? Então e depois o dia a seguir? Então e depois a sustentabilidade? Então e depois a continuidade?»

Portanto, eu acho que qualquer voluntariado que se preze, qualquer voluntariado de “v” bem maiúsculo – Voluntariado - requer continuidade. «O que é um casamento de um dia? O que é um presente de um momento? O que é uma dádiva de uma hora?» fica sempre com “água na boca”. Portanto, eu acho que o voluntariado ocasional (circunstancial) é um voluntariado que corre o risco de não nos dar a entender todo o potencial que o voluntariado regular pode consistir, em termos da nossa compleição humana, da nossa satisfação pessoal.

Quando eu estive no Vietname, eu estive no Vietname um mês a trabalhar naquele conjunto de 7 empresas, e eu fui parte importante da equipa Vietname 7 (antes de mim tinham ido 6 equipas trabalhar para aquelas mesmas áreas e com aquelas empresas. Depois de mim já foram mais 6 ou 7 equipas.) portanto, não fui eu que fui de novo para o Vietname fazer voluntariado, mas a empresa continuou a fazer o trabalho a que se propôs de recuperação de empresas em países de economia emergente, para poder contribuir para uma economia mundial que faça mais sentido e, só fica satisfeita no dia em que aquelas empresas estiverem a ser bem-sucedidas. E aí elas voam por si só.

Agora, as empresas não têm que entregar a uma só pessoa ou a um conjunto de 10 pessoas ou 20 ou 30 ou de 40 o sucesso do projeto. Têm que assumir o sucesso daquela iniciativa, independentemente de ser a Conceição, de ser a Célia ou de ser outra pessoa qualquer. Portanto, se as empresas tiverem programas instituídos, hoje é uma pessoa, amanhã é outra, noutro dia é outra, noutro dia é outra e noutro dia pode ser a mesma. Nós tivemos este ano no GIRO associados que

tiveram pessoas suas dispersas por diversas iniciativas e tivemos, por exemplo, um associado em que as mesmas pessoas eu as vi de manhã no Parque Natural de Cascais, as vi a seguir ao almoço no Nariz Vermelho e as vi à noite a servirem jantares comunitários.

Portanto, essa empresa que permite que os colaboradores tenham intervenções distintas, e em diversas intervenções, tem seguramente o espírito de continuidade das intervenções, disponibilizada aos seus voluntários, independentemente de ser a mesma pessoa ou de serem outras pessoas. Acima de tudo o que interessa é que a empresa tenha o espírito de colaboração e esteja comprometida a dar do seu tempo aos seus colaboradores para que eles possam fazer intervenção continuada num determinado sítio. Agora, é preciso apoiar crianças em determinada circunstância, se hoje é a Conceição, se amanhã é a Célia, se no outro dia é o António, se no outro dia é o Joaquim... é quem estiver mais disponível, é quem tiver mais condições. Até porque aí há que garantir que a atividade rotineira não é prejudicada. Eu ao fazer voluntariado na minha empresa tenho que garantir que o meu cliente a quem eu dou assistência não é prejudicado pelo facto de eu estar a fazer voluntariado.

Portanto, o voluntariado cumpre o mesmo princípio de compromisso em relação às organizações do terceiro setor e que eu tenho em relação ao meu cliente. Se eu de repente tiver o meu colaborador doente, não é ele que vai ao cliente, há-de ser outro qualquer que esteja preparado para isso e é nesta mesma ótica que o voluntariado empresarial tem de ser cumprido face às instituições onde faz intervenção. Cada vez mais há várias empresas que fazem aquilo que a minha empresa faz. Por exemplo, eu ao estar a fazer voluntariado no GRACE, e eu estou a fazê-lo durante as horas de trabalho ou fora das horas de trabalho (hoje em dia não porque estou em *pro bono* mas eu comecei a fazer voluntariado no GRACE, ainda estava a trabalhar na empresa. A última coisa que podia acontecer era eu preferir o trabalho da minha empresa e a qualidade de trabalho da minha empresa para poder beneficiar do trabalho de voluntariado e, portanto, muito do trabalho que eu fazia era fora de horas), eu converto o meu trabalho e digo à empresa «Fiz mais de 40 horas este ano e fiz durante o tempo laboral e durante o tempo pessoal.» (posso fazer ao fim de semana, se eu quiser) e a empresa diz assim «Então regista lá isso numa base de dados.» E a empresa converte as horas de voluntariado que eu faço em montante ou em género e, em meu nome, dá à organização onde eu fiz voluntariado o correspondente às minhas horas de voluntariado.

Portanto, moral da história, as empresas incentivam a atitude pessoal a par e passo com a atitude profissional e, portanto, acima de tudo incentivam a que as pessoas sejam, se sintam e se façam melhores pessoas, independentemente de ser em tempo pessoal ou em tempo profissional, e não raras vezes até facultam ferramentas que permitem que a pessoa se desenvolva em determinada área de intervenção para poder fazer trabalho de voluntariado, que é o caso da minha empresa. Eu antes de ir para o Vietname a partilha que eu tive e a formação que eu tive em processos de gestão, de marketing, de comunicação valorizaram-me enquanto profissional mas valorizaram-me enquanto pessoa, de modo a ser capaz de em tempo pessoal e em tempo profissional fazer o trabalho de intervenção naquelas 7 organizações onde estive mas a tornar-me mais rica. Eu fiquei significativamente mais válida e mais rica em termos pessoais depois de ter tido esse acesso.

Portanto, cada vez mais, o tempo de voluntariado pode ser e é profissional, pode ser e é pessoal também. O ser humano não tem um computador que lhe dá para até às 5 horas dizer que eu sou só profissional e a partir das 5 horas eu dizer que sou pessoa só. No fundo, somos um contínuo de ser humano que pode capitalizar no emprego ou no trabalho a sua mais-valia pessoal e pode capitalizar na sua pessoa a mais-valia profissional.

CS - Considera que pode existir influência entre a prática individual de voluntariado e o voluntariado empresarial e vice-versa? (Isto é, o facto de uma pessoa que trabalha numa empresa na qual se promovem ações de voluntariado pode influenciar a sua prática individual de voluntariado ou que o facto de uma pessoa que trabalha numa empresa e que já praticou voluntariado a título individual pode influenciar a sua participação em ações de voluntariado desenvolvidas pela empresa?)

CZ – Pode influenciar, sim. Eu costumo dizer que em voluntariado quem lá vai vem diferente. Em voluntariado quem o faz em consciência e de forma consequente quer fazer no dia a seguir ou no mês a seguir ou no ano a seguir. E quem encetou vai arranjar forma de continuar a fazer.

Eu encetei na minha empresa. Bem sei que eu trazia a génese pessoal, eu trazia uma base pessoal que me levou a conseguir potenciar na empresa programas de voluntariado mas que a própria empresa já tinha, mas eu depois de fazer uma ação de voluntariado empresarial era impensável não continuar a fazer voluntariado. E depois de eu ter feito uma ação de voluntariado empresarial “à grande” na minha empresa, o continuar o voluntariado em fase de reforma era mais ou menos condição *sine qua non*.

Portanto, eu acho que o voluntariado individual influencia o voluntariado empresarial e o voluntariado empresarial influencia o voluntariado individual. Também nesta perspetiva o círculo não vicioso mas virtuoso se confirma. Quem tem a possibilidade de fazer voluntariado empresarial, não raras vezes degenera (no sentido positivo) em voluntariado individual porque se tem tempo profissional para o fazer, profissionalmente faz, mas a seguir continua a fazer pessoalmente. Eu tenho vários colegas da IBM que estão hoje em dia a fazer voluntariado individual, e até às vezes coletivamente, mas em nome próprio em instituições porque tiveram possibilidade de o fazer em termos empresariais (em termos institucionais).

Portanto, uma e outra coisa acontecem, Célia. O voluntariado pessoal influencia o voluntariado empresarial e o voluntariado empresarial influencia o voluntariado pessoal, sem dúvida.

Anexo S – Entrevista ao presidente da AMI

Célia Santos (CS) - De que forma se pode contribuir para a resolução dos problemas sociais? Podem ser resolvidos por qualquer pessoa ou requerem um determinado perfil?

Fernando Nobre (FN) – Eu acho que, antes de mais, o essencial é terem-se valores. E eu diria valores universais com alguns valores cristãos, que é a preocupação com o outro, ver no outro um nosso igual e, por isso mesmo, merecedor de todas as nossas atenções. Há uma apetência, à partida, e eu vejo o meu trajeto pessoal. Eu acho que qualquer pessoa pode atuar nesses campos desde que, como eu referia no início, tenha em si os tais valores da preocupação e da atenção para com o outro e para com o planeta no seu todo e, porque não, para com o universo. Porque o que é válido para o infinitamente pequeno, é válido para o infinitamente grande. Por isso, *mutatis mutandi* o que faremos num sentido acaba por atuar no seu todo. Mas essa é a minha visão.

E eu tenho dito e repito. Ainda há pouco tempo no Porto, num seminário exatamente de uma empresa, enquanto nós não víamos a sociedade humana e o Estado como um todo: em que as 3 vertentes existenciais do Estado (o Estado formal que vai da presidência da República à Junta de Freguesia, passando pelo governo central, pelo parlamento, etc...); as empresas, preferencialmente, com o espírito de cidadania ativa e da preocupação social; e, o mundo da sociedade civil (organizado ou individual) ... enquanto não nos empenharmos todos e não atuarmos em sinergia, em cooperação e não em confrontação, no sentido de procurarmos melhorar e dar resposta a desafios muito grandes que temos hoje pela frente, na área social, na área ambiental, na área da sustentabilidade económica, etc, etc., dos conflitos... enquanto essas 3 componentes da sociedade humana não estiverem em sinergia e não se entenderem é muito, muito difícil, para não dizer impossível, dar resposta a tamanhos problemas.

CS - Como define voluntariado e voluntariado empresarial?

FN – O voluntariado tem de partir de uma motivação. Tem que depois haver alguma informação, para não dizer formação (por parte das instituições) mas, por outro lado, da parte do voluntário, também tem que haver empenho, compromisso e respeito pelo que se comprometeu. Só assim é que podemos dar a certos voluntários tarefas do mais alto nível., exceto uma delegação (que é uma tarefa muito importante). Só para voluntários de eleição, de perseverança, persistentes, resistentes, resilientes é que são confiadas tarefas da maior complexidade. Por isso, se é preciso uma entrega também depois, da parte da instituição tem que haver acompanhamento, formação, enquadramento. Mas da parte do voluntário também tem que haver compromisso porque senão não podemos contar com eles e não se lhes pode dar tarefas diferenciadas. Da parte empresarial, as atividades possíveis são muitas. Enquadram-se aí mais em trabalhos de grupo. Já não é a título individual, embora alguém que esteja numa empresa possa ser voluntário individual da instituição. Mas quando a empresa motiva um voluntariado, em geral, é sempre um grupo para tarefas acordadas connosco (muito específicas, cirúrgicas e que são essenciais).

CS - Quando foi a primeira vez que participou numa ação de voluntariado?

Como foi essa experiência? (onde foi, quanto tempo durou e o que fez)

FN - Eu comecei com 20 anos, mais ou menos, ainda era estudante na Bélgica, a trabalhar como voluntário numa instituição para crianças autistas. Depois, jovem médico, atuei na Delegação Médica da Amnistia Internacional, em Bruxelas. Depois integrei os Médicos Sem Fronteiras e acabei esse percurso há 28 anos criando a AMI. Mas desde que criei a AMI isso não me impede de estar ativo em outras operações de solidariedade, cidadania e de democracia, que eu acho que é importante que estejamos todos atentos.

E, desde há uns 10 anos, quando eu fiz 50 (estou com 61 feitos) deixei de exercer a minha profissão de médico. Se não sabe sou cirurgião geral e urologista, por isso, tenho duas especialidades cirúrgicas. E tinha a minha atividade clínica própria mas entendi que era difícil ter essa atividade de, até 300 km daqui (no Algarve) e a minha liderança nesta casa. Por isso, ao fazer 50 anos fiz uma opção de vida, o que implicou necessariamente ter um salário para viver. E eu costumo dizer «Esta casa ganha o que ganharia a tirar uma próstata ou um rim, que eu fazia com alguma frequência.». Mas pronto foi uma opção de vida profunda que tomei no sentido de me dedicar em exclusivo a esta causa.

Agora posso lhe dizer que esta causa, que é uma missão, entendo-a assim, não tem horários para mim, não tem fins de semana, não são dias de 8 horas, nem 5 dias por semana. É permanentemente que eu estou, não só a atuar pouquíssimo durante a noite porque a qualquer momento pode surgir uma emergência... Surgiu agora uma há pouco tempo que foram as inundações em Moçambique e estávamos a preparar para intervir. Felizmente a situação está a acalmar, por isso, é um trabalho que não se compadece com horários fixos.

CS - Quais serão as motivações tanto dos voluntários como das empresas?

FN – Dos voluntários, para mim, é simples. É aquela vontade de servir, de estar à disposição do outro e de se prestar uma ação que se valoriza e na qual se acredita. É preciso acreditar para se ser voluntário, para se vestir a camisola e para se sentir que se está a ser útil para a sociedade, para a comunidade, para o seu país e, porque não dizer, para o mundo.

As empresas são feitas de pessoas, inclusive é o potencial mais precioso de qualquer empresa ou empreendimento humano como esta casa. E por isso, parte muita vez da sensibilidade de cada um. Se nós tivermos numa empresa um diretor geral ou um diretor de marca ou um diretor comercial que é uma pessoa com uma outra abordagem e uma outra sensibilidade é uma porta aberta. Muitas vezes são eles até que têm a iniciativa porque estão a sentir-se também como parte ativa de um processo humano que está em curso por toda a parte e também entre nós.

Por outro lado, a empresa em si, vai procurar prestar um serviço mas também ganhar em notoriedade, ganhar em visibilidade, ganhar em reconhecimento, ganhar na aceitação. Para não ter aquela imagem pura e dura de empresa que só pensa em negócio mas também pensa nas pessoas e pensa naqueles que estão à volta de si ou estão muito longe, numa catástrofe, por exemplo.

Pronto, tudo isso participa naquele ato generoso, tanto individual como coletivo, de estar disposto a desenvolver projetos em comum e a dar de si e a ceder qualquer coisa em contra partida. Não tudo, ninguém é anjo. Mas ao me dedicar a qualquer coisa em prol de comunidades próximas ou longínquas mais carentes, embora sabendo à partida que está também a valorizar a sua identidade, a sua visibilidade, a sua marca, a sua aceitação no mercado.

CS - Quais as vantagens do voluntariado, para os voluntários, para as instituições e para as empresas?

FN – São fundamentais. Repare que o voluntariado é o que nos permite, seja em que instituição for, tomar o pulso de situações concretas, das pessoas e do país. Quem faz voluntariado, seja em que causa for, tem uma apreensão da temática em que está envolvido que não poderia adquirir de outra maneira. Não é por conhecimento nos livros, é por experiência prática de vivência permanente.

Por isso, são cidadãos que se transformam, que são muito mais ativos, interventivos, exigentes e isso vai no sentido do desenvolvimento e da democratização porque as sociedades mais desenvolvidas e mais democráticas são aquelas que têm maior empenho dos seus cidadãos em ações de voluntariado. Isso não tenho a mínima dúvida. Há estudos sobre isso nos EUA, nos países nórdicos...

quanto menos há empenhamento em causas, em voluntariado ativo, menos os países são desenvolvidos e menos são democráticos. Por isso, para as pessoas é uma aprendizagem, quanto a mim, insubstituível sobre temas concretos, seja sobre as crianças, seja a fome, seja a violação das mulheres, a tortura, enfim... seja ação social, seja a área humanitária internacional, seja a escravidão... seja o que for. Quem se empenha nessas causas, ser voluntário nessas causas (como doenças do foro mental) é evidente que tem um outro conhecimento.

Para as empresas é fundamental, mais uma vez, porque permite sair das redomas tradicionais e essas redomas estão um pouco gastas e as pessoas também estão um pouco desgastadas com essas redomas. E permite transmitir para a opinião pública uma outra imagem, que será necessariamente sempre muito mais positiva e, que terá também retorno nos seus negócios. Daí como lhe digo que há empresas que nos contactam para uns projetos também tentando fazer algo com instituições credíveis, que possam potenciar a sua própria marca. E, por outro lado, as instituições em si. Esta em particular também toma a iniciativa.

CS - E existem desvantagens?

FN – Eu sinceramente não vejo desvantagens, a não ser o cansaço. A título individual é evidente que ser-se voluntário empenhado e ativo pode provocar algum desgaste físico e até emocional porque acaba sempre por não ter horas e fins-de-semana. Mas, por outro lado, o que se ganha, feito o balanço, para mim é muito positivo e eu passo a vida a referenciá-lo.

Há 40 anos que faço o voluntariado, sou professor da Faculdade de Medicina em *pro bono*. Não ganho nada porque entendi que era importante responder a um desafio e transmitir um conhecimento numa nova abordagem da medicina, a medicina humanitária.

Por isso, nunca pedi, não tenho salário e estou lá como professor voluntário. Continuo a ser voluntário até na universidade. Feito o balanço das partes, eu acho que é muito positivo manter-se esta abertura de espírito e esta disponibilidade prática.

Para as empresas eu não vejo. Se os projetos dinamizados forem adequados e forem bem estudados e bem implementados só vejo ganhos, não vejo perca nenhuma. Antes pelo contrário, no quadro da equipa da empresa vão criar um espírito de grupo e de motivação muito, muito superior. Pelo menos é o que nos tem sido transmitido, até pelas pessoas que participam em ações de voluntariado empresarial.

CS - Quais as áreas em que considera que as empresas devem apostar ao nível de responsabilidade social? Devem direcionar a ação de acordo com o seu *core business*?

FN – A intervenção social é, e cada vez mais, tendo em conta a situação social do país, uma área muito valorizada pelas empresas. É normal que as empresas procurem apoiar projetos de proximidade. É mais fácil para uma empresa apoiar um projeto social na área da sua implantação no país porque é evidente, também, que quanto melhor for a aceitação na comunidade, maior o retorno que a própria empresa também vai ter. É o melhor reconhecimento, com mais-valia e com maior aceitação junto do mercado, do que ir apoiar um projeto longínquo na Papua.

Por isso, não quer dizer que não exista. Há empresas que felizmente continuam sensíveis aos nossos projetos internacionais. Mas a tendência é evidentemente a focalizar-se na situação de emergência social em que Portugal vive. É normal que elas se focalizem mais em Portugal e também não é por acaso que a AMI, em 2012 e 2013, continuámos este ano no plano do ano como sendo um ano de emergência nacional. Já não é emergência como no Índico ou no Pacífico, ou seja onde for, é estarmos pelo segundo ano consecutivo sobre o lema Emergência Nacional porque efetivamente é o caso. E, nesse sentido, é evidente que sensibilizámos os nossos parceiros, as empresas, a apoiarem-

nos nessa luta, numa luta positiva, construtiva mas que não deixa de ser uma luta para tentarmos alargar as nossas respostas.

Temos, desde há 6 meses, o projeto SOS Pobreza. A primeira marca nacional de solidariedade da AMI, em que efetivamente aí conseguimos pôr em sintonia produtores de produtos a preço justo e distribuidores. É evidente que para distribuir essa gama de 30 produtos alimentares e higiénicos tínhamos que ter acesso às superfícies das empresas distribuidoras e aí é uma maneira de estarem sensibilizadas sobre o tema. Temos que permanentemente que estar a trabalhar nisso mas é evidente que estão a trabalhar no seu *core business*.

Se temos, por exemplo, parcerias com distribuidoras como Pingo Doce, Continente, *E.Leclerc*, *Auchan*, *Staples*, *El corte Ingles...* Posso falar, por exemplo, da *Microsoft*, da Banca... Enfim, todas elas, na medida do possível, tendem a prestar parceria lá onde elas se sentem mais capazes.

Uma empresa de informática tenderá mais a fazer uma ação de solidariedade social que abranja o seu ramo. Uma FNAC, outra parceria importante para nós, atuará no sentido de sensibilizar os seus frequentadores e os seus clientes para uma proposta social mas utilizando o seu *core business*.

Isso é normal e pode ser uma mais-valia para as instituições. Eu costumo dizer que uma parceria só é válida se ela for vantajosa para ambas as partes. E temos de ser realistas e pragmáticos embora sempre trabalhando na sensibilização sobre os temas que nos são muito sensíveis e muito caros. Há inúmeras parcerias possíveis e a maioria delas vai no sentido do *core business* da empresa.

CS – E na relação entre empresas e instituições devem ser as empresas a procurar as instituições que necessitam dos voluntários ou o contrário?

FN – Bem, no duplo sentido. É evidente que quando uma instituição já tem notoriedade, tem uma marca de credibilidade muito forte, há empresas que vão aproximar-se. É evidente que sim e nós agradecemos muito. Agora, nada nos impede também de darmos o passo. Por isso, é nos 2 sentidos. Se formos contactados por empresas, nós próprios vamos contactar empresas, vamos sensibilizar, vamos falar do que fazemos, do que precisamos, do que estamos a pedir e pronto, no caso concreto desta fundação, o departamento de marketing trabalha muito nesse duplo sentido com empresas, a receber propostas e a fazer propostas.

Depois todos os outros departamentos acabam por convergir sobre a coordenação desse departamento de marketing, nesse sentido porque é muito, muito importante. Temos uma indústria farmacêutica que nos entrega, com prazo de validade, adequados medicamentos para ir para as nossas missões internacionais. Também roupas de qualidade que não podem ser vendidas cá, por alguma razão, e acabam por ser enviadas por contentor para os projetos internacionais (como já tivemos o caso da Venezuela com cheias). Enfim, são inúmeras as possibilidades. É preciso é ser criativo. Elas, as empresas e nós. Temos de ser permanentemente criativos.

CS - Será o voluntariado uma área maioritariamente necessária para as instituições ou haverá outras formas de apoio?

FN – Há inúmeras atividades, desde voluntariado das pessoas, desde financiamento e parcerias em projetos, desde dinamizar operações que revertam a favor de instituições... Por exemplo, temos uma em curso agora com a *Ibersol*. Em todos os seus restaurantes, em que quem vai lá comer deixa uma moedinha e o restaurante em si retribui com a mesma moeda para uma causa, que é uma causa social desta casa. Desde a participação em conferências e seminários que permitam que pessoas da sociedade civil possam ir expor as suas preocupações e as suas sensibilidades e, transmitir bem a ideia que temos de trabalhar em sinergia e cooperação e não em confronto.

Já basta de confronto. Agora cada um no seu ramo de atividade tem que entender uma coisa: da mesma maneira que algures um sábio disse «Um médico que apenas é médico, médico não é» a mesma coisa, um empresário que apenas é empresário, nem empresário é. Um banqueiro que apenas é banqueiro, um banqueiro não é, e um militar que apenas é militar, nem militar é porque cada um de nós, repito, antes de ter uma farpela do seu trabalho profissional é um ser humano. E se não perder isso de vista então a criatividade humana não vai ter limites para enfrentar o que temos que enfrentar.

É evidente que eu aceito o donativo, e precisamos do donativo particular e institucional, mas valorizo muito parcerias com empresas onde eu sei à partida que elas também vão ter a sua margem beneficiária, reduzida porque abdicam de uma parte para um projecto social, especificando uma ação concreta que possamos fazer. É evidente que vem no sentido de elas, também no momento da crise em que ainda estamos mergulhados, têm tendência a atuar para reforçar a sua componente prática do dia-a-dia. Isso é normal, desde o momento em que, e repito, uma ação de parceria e cooperação é válida se ela trazer mais-valia às duas partes. Pode ser uma parceria em que as empresas, quando fazemos o nosso pedido, nos abrem o espaço para que os nossos voluntários possam lá estar. Se abrem o espaço para que possamos ter os nossos coletores de consumíveis... estou a pensar numa ação que fizemos com os CTT. Há inúmeras, e é evidente que só o facto de nos recolherem, por exemplo, as radiografias nas farmácias e de nos recolherem os cofres nos peditórios, são operações gigantescas e que implicam uma logística grande. As empresas podem ir por aí, nestes casos a TNT, por exemplo. E tudo isso participa porque se uma instituição como esta tivesse que pagar todos esses serviços era inviável, era impossível fazer seja o que for porque, por exemplo, uma operação de recolha de radiografias que ponha em jogo 2500 farmácias no país é evidente que a AMI não tem logística para andar a recolher 2500 farmácias. Ora, podem ser concentradas em certos pontos onde depois uma empresa com capacidade logística recolhe tudo e entrega num dos nossos armazéns, aqui ou no Porto.

Felizmente temos muitos voluntários que atuam no âmbito do voluntariado empresarial. São vários os exemplos, desde plantar árvores, fazer mochilas de prendas para as crianças, pintar o exterior de um centro social «Estou a pensar no de Cascais»... Enfim, são inúmeras as atividades em que as empresas aderem voluntariamente, em sintonia também com a vontade dos seus trabalhadores, e disponibilizam alguns desses trabalhadores para causas. Isso é uma forma de voluntariado empresarial que para nós é muito importante porque, por vezes, são 50 pessoas que estão num armazém, desde a triagem de radiografias, a fazerem pacotes, embalagens, múltiplas actividades... Isso é uma aposta importante. Agora, a cidadania empresarial passa por aí mas vai mais além financiando depois muitas vezes projetos concretos de proximidade e até longínquos. Temos empresas que exercem essa ação de solidariedade tanto para Portugal como para a área internacional, como para o “Liga-te aos outros”, para a área que lançámos há pouco tempo o “SOS pobreza” e para a área da “Aventura Solidária” também temos.

As empresas têm mostrado uma grande disponibilidade, ainda há pouco estava a ver uma carta que vou endereçar a empresas com as quais em 2012 tivemos múltiplas parcerias e espero bem que se mantenham para 2013. É portanto importante esta relação entre instituições e empresas. No fundo, o fundamental para mim, e repito, como eu disse há pouco «Não há que trabalhar em confrontação. Há que trabalhar em cooperação, em sinergia e entendermos que cada um de nós, antes de ser profissionalmente o que é, é um ser humano.». O médico antes de ser um médico é um ser humano, o empresário antes de ser empresário é um ser humano, o banqueiro antes de ser banqueiro é um ser humano.

E se nós soubermos apreender essa verdade insofismável, enfim indesmentível, talvez possamos entender o que é preciso fazer. E, felizmente, cada vez mais nas outras vertentes das atividades humanas em sociedade, nomeadamente na área empresarial e da banca, há cada vez mais líderes a entenderem essa mensagem.

CS - Considera suficiente o tempo que as empresas disponibilizam aos seus colaboradores para participarem em ações de voluntariado?

FN – Para ter uma ideia, nesta casa há cerca de 250 funcionários mas considero que são depois muitas as centenas de voluntários. Numa casa como esta, descentralizada como é, com uma sede nacional que é esta, com delegações já grandes no Porto, em Coimbra, no Funchal, em Ponta Delgada, em Angra do Heroísmo, e com os centros sociais distribuídos pelo país à qual se vem juntar depois todo o voluntariado, nomeadamente o voluntariado empresarial, é evidente que queremos sempre ter mais.

Os desafios são grandes, são múltiplos, são permanentes e o voluntariado que temos nunca é suficiente, inclusive vamos ver se este ano somos capazes de desenvolver muito mais, seja nas ações de peditório, seja nas ações de distribuição de folhetos, seja na sensibilização sobre temáticas que nos interessam, seja presença em eventos e feiras pelo país. E, por isso, queremos sempre mais, também para fazer mais. Mas eu acredito que está em marcha um movimento que não existia há alguns anos, a tal cidadania empresarial. As pessoas aperceberam-se que hoje, perante a instabilidade laboral, os que têm hoje trabalho, amanhã podem deixar de o ter e amanhã podem precisar também. E depois, de repente, é como para o cancro, toda a gente está disposta a fazer peditório para um cancro da mama. Por exemplo, a mulher porque qualquer uma pode vir a ter e é melhor ser participativo nessa causa, assim como na exclusão, na pobreza... Eu acho que as pessoas entenderam que hoje já não há garantias absolutas, já não vai haver nunca mais. E, por isso, há que estar no terreno, há que estar disponível. Talvez estejamos a dar hoje e amanhã talvez estejamos a receber.

CS - O tipo de voluntariado (regular ou ocasional) deve depender da área de intervenção da instituição? Qual será a importância do voluntariado regular face ao ocasional?

FN - O ocasional, em geral, é para um objetivo muito específico que é uma operação cirúrgica, de x dias ou de uma tarde ou de uma manhã. O outro é para estar disponível e ser solicitado pela instituição sempre que ela carece de voluntariado.

São, desde ir dar testemunho a uma escola, alguém que esteve em missão conosco (embora agora já não esteja mas esteve, por exemplo, no projeto da Aventura Solidária)... Enfim, as pessoas estão a ser os nossos voluntários, permanentemente solicitados. Embora, como eu lhe disse há pouco, esta casa já tem um esqueleto próprio, mesmo assim não chega para as encomendas. Por outro lado, todos os nossos núcleos distribuídos pelo país, núcleos concelhios e até, às vezes, a união junto da Junta de Freguesia funcionam exclusivamente na área do voluntariado.

Inclusive temos chefes de delegação (estou a pensar em Coimbra, em Ponta Delgada e em Angra de Heroísmo) que são voluntários. Com uma estrutura muito bem definida e com muitas tarefas, os chefes de delegação dessas que eu referi são voluntários.

Ao nível de empresas, em geral, vêm por grupos que atuam para um objetivo muito específico. Vêm 50 para plantar árvores no projeto Eco-ética Ambiental da AMI ou vêm 50 para ajudar no armazém, a fazer certos trabalhos específicos ou vêm 30 para pintar o exterior de um centro social. Agora, alguns desses depois transformam-se em voluntários individuais. A saber, quando nós precisamos de voluntários para os peditórios da AMI, quando precisamos para “n” eventos onde somos solicitados a

estar presentes, como no mercado de Natal (ainda no Natal passado, no Campo Pequeno). É só um exemplo, são inúmeros pelo país fora, de norte a sul. Quando precisamos de voluntários para distribuir folhetos, por exemplo, em grandes superfícies, distribuidores do nosso produto “SOS pobreza”, quando precisamos de voluntariado para fazer embrulhos de Natal nos centros da FNAC, etc, etc. É evidente que aí é que surge mais o voluntariado a nível individual, as pessoas são contactadas, estão numa Base de Dados, solicita-se e cada um dá as horas que pode.

CS - Considera que pode existir influência entre a prática individual de voluntariado e o voluntariado empresarial e vice-versa? (Isto é, o facto de uma pessoa que trabalha numa empresa na qual se promovem ações de voluntariado pode influenciar a sua prática individual de voluntariado ou que o facto de uma pessoa que trabalha numa empresa e que já praticou voluntariado a título individual pode influenciar a sua participação em ações de voluntariado desenvolvidas pela empresa?)

FN – Acredito que sim, pelo menos isso é o que nos têm testemunhado. É algo que já temos há alguns anos e que está a ter cada vez maior dimensão. As pessoas que participam connosco, porque a empresa não obriga, a empresa diz «A tarde tal, a empresa ofereceu-se a fazer um projeto com a instituição tal. Neste caso é esta, inscrevam-se.». A empresa liberta para aquele dia de semana, três horas da tarde, três horas da manhã ou o dia todo a x pessoas porque também tem que laborar. Até um máximo de 50 pessoas, por exemplo, durante a semana ou também ao sábado. Temos tido tudo isso. É impressionante ver que a maioria das pessoas que nunca tinha feito nada desse género, nunca tinha feito ações de voluntariado, uma vez que o fez e, repito, que tomou conhecimento da realidade da instituição, da temática em causa, do porquê de estarem ali, não só isso reforça a coesão do grupo que lá esteve a prestar voluntariado como desperta causas individuais.

Depois daí há pessoas, e não são poucas, que se transformam em voluntários individuais porque gostaram da experiência. São pessoas que vão para a Aventura Solidária e depois transformam-se em nossos voluntários. É muito interessante ver isso. Quando se abordou certas temáticas e se as viveu de perto e se tomou consciência da realidade e de factos, as pessoas estão motivadas para avançarem depois com voluntariado mais individual, já não enquadrado numa parceria, empresa ou instituição. E isso para nós é muito motivador.

De repente as pessoas tomam consciência que até elas podem também desenvolver ações, terem iniciativas e proporem ações. Eu acho que isso é formidável. Eu lembro-me de um dia, numa conferência em que falei da infância e, uma pessoa que estava presente nessa conferência escreveu-me um postal a dizer «Mas o que é eu posso fazer?». Eu lembro-me de ter dito «De duas, uma. Ou integre uma instituição que já está a trabalhar nessa área ou crie uma, lance uma.» e ela, hoje minha querida amiga, criou uma instituição de apoio à infância, os “Meninos de Ouro”, em Azeitão. Eu acho que as pessoas de repente descobrem que elas próprias têm potencialidades e despertam. Porque não, também eu, dar um contributo mais sustentável, mais consistente. E umas até ousam dar o pulo para criar qualquer coisa e isso é positivo. Por isso, quem nunca participou pode vir a praticar o voluntariado através da empresa e participar também a título individual ou até um dia criar a sua própria associação porque tomou conta que há uma realidade que não há resposta cabal para todas as situações nessa temática. Vou dar um suplemento e vou dar uma achega e vou junto da minha comunidade fazer também uma instituição, que não será de âmbito nacional nem internacional mas que vai atuar naquela freguesia ou naquele concelho. Coisas concretas.

Também pode existir uma influência negativa porque, como eu lhe dizia há pouco, quando se recebem os voluntários há que lhes explicar o porquê da sua importância, o porquê deles estarem ali, o que é que se espera deles, qual é o objetivo, por que é que temos aquela ação ali «Está-se a

plantar árvores para quê? Aquele centro social o que é está a fazer ali? Que serviço é que presta? Que pessoas vão lá?». Porque é muito fácil falar dos sem-abrigo e da pobreza mas depois é preciso é conviver com ela e vê-la. Não chega despejar sacos e entregar sacos, é preciso ir falar com as pessoas e isso quando elas participam numa operação dessas, quando participam na feitura dos cabazes, por exemplo, escolares (é uma ação que temos com o grande distribuidor *Auchan* que todos os anos oferecem-nos para constituirmos, às vezes, 1000, 2000, mochilas escolares. E o voluntariado dessa própria empresa participa na feitura e nos cadernos e nos livros que são postos em mochilas. Uma vez por ano, isto está cheio de mochilas aqui e no armazém.) depois estiveram presentes na entrega e vêem os meninos a receber (são meninos que evidentemente precisam delas porque os pais não têm possibilidade de lhes oferecer essas coisas) e depois quando se contacta com a realidade a visão altera-se e, para mim, para melhor.

O que a nossa humanidade precisa é de cada vez mais seres humanos sensibilizados, despertos e aptos para se virarem para o outro, como eu digo, também seu irmão.

Anexo T – Entrevista à presidente do Banco Alimentar

Célia Santos (CS) - De que forma se pode contribuir para a resolução dos problemas sociais? Podem ser resolvidos por qualquer pessoa ou requerem um determinado perfil?

Isabel Jonet (IJ) - Depende de que problemas sociais estamos a falar. Existe um tipo de intervenção que incumbe ao Estado na garantia de direitos básicos e outro que pode ser desempenhado pela sociedade civil, por cada um de nós.

Consoante as necessidades assim deve ser a resposta: ajustar as nossas competências e qualificações com as necessidades é importante para evitar desperdícios. E poder escolher o local e a população que se quer apoiar é também importante.

CS - Como define voluntariado e voluntariado empresarial?

IJ - Voluntariado é compromisso, comprometimento e intervenção de cidadania ativa. Eu quero participar num mundo melhor porque o mundo fica melhor e eu ganho também com isso.

Não tem uma lógica assistencialista. Sendo voluntário eu também ganho com isso. O mundo fica melhor, os outros ficam melhores mas eu também fico melhor.

O voluntariado empresarial, penso eu que, é uma forma de promover e facilitar o voluntariado individual.

CS - Quando foi a primeira vez que participou numa ação de voluntariado?

Como foi essa experiência? (onde foi, quanto tempo durou e o que fez)

IJ - Nós tínhamos umas férias de Verão que eram muito grandes, eram desde o 10 de Junho ao 5 de Outubro, e a minha mãe achava que era demasiado para irmos todos os dias para a praia e então, 3 vezes por semana, éramos voluntários no Hospital da Parede para entreter crianças que estavam à espera de ser operadas ou que tinham sido operadas.

Portanto, desde os 12 anos que sou voluntária e nunca deixei de o ser, porque quando se é voluntário percebe-se que se ganha muito mais do que se recebe. Percebemos que podemos, de alguma forma, ter uma intervenção ativa na vida de alguém que fica mais feliz. E quando os outros ficam mais felizes, nós próprios também ficamos mais felizes.

Então, quando acabei o curso de economia na Universidade Católica fui trabalhar para Bruxelas e quando voltei quis ficar em casa um tempo para ajudar os meus 3 filhos mais velhos a integrarem-se no ensino português e vim oferecer-me ao Banco Alimentar. Desde 1993 que sou voluntária em *full time*, trabalho muitas horas, mas a minha opção foi ser voluntária, ou seja, eu dou à comunidade todo o meu tempo e todo o meu saber há 20 anos.

CS - Quais serão as motivações tanto dos voluntários como das empresas?

IJ - As motivações são muito variáveis, desde espirituais a religiosas, altruístas ou egoístas. Cada voluntário tem as suas e o importante é conseguir fazer evoluir as expectativas do voluntário, levando-o a dar o melhor de si por uma causa com a qual se identifica.

CS - Quais as vantagens do voluntariado, para os voluntários, para as instituições e para as empresas?

IJ - Bom, para a própria pessoa o sentido de se fazer parte de um todo sai reforçado, porque se eu faço parte de um todo, e com o meu trabalho ou com o meu tempo ou com a minha intervenção posso tornar esse todo melhor, porque eu participei nele, então eu próprio saio reforçado e a comunidade como um todo sai reforçada.

No caso das empresas é muito importante poderem promover programas de voluntariado que eu defendo muito que tenham a ver com o próprio *core* da empresa, porque há um alinhamento entre aquilo que é a missão da empresa e aquilo que são os recursos mais excelentes que a empresa afeta à sua área de negócio e que pode, com menos custos, afetar a projetos de voluntariado.

Muitas vezes até as empresas quando organizam programas de voluntariado é bastante mais eficiente e sobretudo tem mais sentido do que as ações de *teambuilding* que reforçam as equipas. Portanto, acho que um projeto de voluntariado tem também essa componente de poder ajudar a reforçar o espírito de equipa porque as pessoas trabalham em algo que é um pouco diferente daquilo que é o seu dia-a-dia habitual, mas onde estão unidas por uma causa em comum. E querem ser boas, fazer bem, ser melhores e acho que é sempre bom.

E os voluntários com competências e qualificações que podem mobilizar outros profissionais e captar meios e recursos são um valor inestimável para as instituições que lidam com muitas dificuldades.

CS - E existem desvantagens?

IJ - Não vejo grandes desvantagens para os voluntários desde que sejam bem acolhidos e integrados pelas organizações.

Já para as instituições o não comprometimento e a vontade permanente de imprimir mudanças pode ser um ónus.

E para as empresas, a imperiosidade de libertar os colaboradores em função das necessidades das instituições, com horários a cumprir, pode representar uma dificuldade.

CS - Quais as áreas em que considera que as empresas devem apostar ao nível de responsabilidade social? Devem direcionar a ação de acordo com o seu *core business*?

IJ - Eu acho que devem porque poupam recursos, são mais eficientes. Por exemplo, uma empresa que seja uma seguradora com mais facilidade pode oferecer seguros ou fazer levantamentos de riscos a instituições de solidariedade social do que uma empresa de cimentos.

Então, devemos aproximar aquilo que é o *core* da empresa com aquilo que é a intervenção da empresa porque poupam-se recursos e, ao poupar recursos, pode-se distribuir mais. Eu acho que as empresas devem apostar na parte ambiental, porque nós vivemos num planeta e temos a obrigação de o proteger e, portanto, acho que a parte ambiental é muito importante.

E depois a parte da comunidade porque ao tratarmos da nossa comunidade estamos até a potenciar mais clientes. As empresas devem ter como objetivo serem eficientes, mas porque trabalham para clientes (vendem um produto, vendem um serviço). Se tratarem mais da sua comunidade até alargam o seu leque de potenciais clientes.

Acho que esta responsabilidade é *win-win*. Por um lado, estão a ajudar as pessoas a viver melhor ou a terem meios de vida mais dignos mas, por outro lado, estão também a tratar do próprio negócio e isso é importante.

CS - E na relação entre empresas e instituições devem ser as empresas a procurar as instituições que necessitam dos voluntários ou o contrário?

IJ - Acho que os dois fatores são positivos. Aliás, foi nessa ótica que criámos a bolsa do voluntariado em que há um encontro *online* entre a procura e a oferta de trabalho voluntário. As instituições criam oportunidades (foi assim que chamámos) para as pessoas serem voluntárias e as pessoas podem dar o seu tempo nessas instituições. Mas também uma empresa que quer propor um programa de voluntariado ou uma pessoa que quer ser voluntária pode ir procurar, por zona de residência, por

área de atividade... E assim há uma maior possibilidade de articular ou de “casar” *online* as várias necessidades com as disponibilidades.

CS – Será o voluntariado uma área maioritariamente necessária para as instituições ou haverá outras formas de apoio?

IJ - Eu acho que é. Sobretudo porque os voluntários muitas vezes têm competências que as instituições não podem pagar. As instituições têm recursos financeiros muito limitados e, portanto, o facto de poderem dispor de recursos humanos qualificados gratuitamente faz com que poupem recursos financeiros, mas sobretudo com que ganhem competências e, portanto, é muito muito importante.

O voluntariado é muito importante para as instituições de solidariedade social. O Banco Alimentar tem dois tipos de voluntariado, o voluntariado permanente e o voluntariado mais pontual, das campanhas de recolha. No voluntariado permanente, que é o dia-a-dia da instituição, aquilo que temos é uma base de voluntários que querem individualmente dar o seu tempo e temos voluntários mais qualificados que são os do escritório ou voluntários menos qualificados que são os dos armazéns (pessoas que ou estão reformadas ou pré-reformadas ou professores que têm tempos livres ou alunos que estão de férias ou pessoas que querem mesmo dar horas e que se comprometem e que querem participar no trabalho do dia-a-dia).

Nas campanhas temos outro tipo de voluntários, são voluntários que querem trabalhar apenas no fim-de-semana, e duas vezes por ano, e temos muitos grupos, de muitas empresas, que propõem aos seus colaboradores um turno ou um tempo ficando à frente de um supermercado ou trabalhando no armazém. É um pouco diferente. Muitas vezes nas campanhas de recolha temos voluntários que começam o seu turno integrados numa ação voluntariado-empresa e depois continuam a colaboração a título individual. E seis meses depois lideram equipas e organizam eles próprios, ou propõem, uma ação semelhante.

CS - Considera suficiente o tempo que as empresas disponibilizam aos seus colaboradores para participarem em ações de voluntariado?

IJ - Depende do tipo de ação: se é pontual ou mais regular.

CS - O tipo de voluntariado (regular ou ocasional) deve depender da área de intervenção da instituição? Qual será a importância do voluntariado regular face ao ocasional?

IJ - Sobretudo depende da necessidade. O voluntariado ocasional é *one shot*, faz-se uma ação e faz-se um trabalho concreto, por exemplo, pintar uma escola ou ajardinar um terreno que pode servir para fazer um parque de jogos para crianças de uma creche de crianças carenciadas ou mobiliar uma sala de uns idosos ... Pode-se ter um voluntariado de um dia mas há também o voluntariado regular que é muito importante e, por exemplo, os Bancos Alimentares Contra a Fome têm visitantes que são pessoas que andam a visitar e a estabelecer laços de confiança com as instituições, que são todos voluntários. Sem esses visitantes nós nunca teríamos capacidade para fazer as visitas e as visitas são essenciais.

Também o trabalho dos escritórios e do armazém é todo assegurado por voluntários. Nós nunca teríamos capacidade financeira para pagar, por exemplo, aos voluntários (e nos 20 Bancos Alimentares são 600 pessoas) que todos os dias permitem distribuir as 120 toneladas que os Bancos Alimentares distribuem em conjunto por dia. E temos uma equipa de técnicos assalariados que é tão reduzida quanto possível para manter a estrutura aberta mas sem os voluntários não teríamos recursos financeiros para isto.

CS - Considera que pode existir influência entre a prática individual de voluntariado e o voluntariado empresarial? (Isto é, o facto de uma pessoa que trabalha numa empresa na qual se promovem ações de voluntariado pode influenciar a sua prática individual de voluntariado ou que o facto de uma pessoa que trabalha numa empresa e que já praticou voluntariado a título individual pode influenciar a sua participação em ações de voluntariado desenvolvidas pela empresa?)

IJ - Eu não acredito muito no voluntariado empresarial enquanto conceito. Acredito mais que o voluntariado empresarial pode funcionar no âmbito de programas de voluntariado de empresa que facilitem o exercício do voluntariado individual. Uma pessoa que trabalha numa empresa e que já praticou voluntariado fora desta, penso que estará mais preparada para as exigências e condicionantes do trabalho voluntário a ser desenvolvido pela empresa. Mas o voluntariado é algo que não se pede, dá-se e é algo que é de uma própria pessoa. Uma empresa não pode obrigar os seus colaboradores a serem voluntários numa determinada instituição ou a favor de uma determinada causa, porque eles podem não se identificar com essa instituição ou com essa causa. Aquilo que as empresas podem, efectivamente, fazer é propor alguns programas ou algumas ações de voluntariado para os seus colaboradores exercerem (ou darem horas, ou darem competências, ou darem tempo, ou darem saber) porque o voluntariado, para mim, é muito mais do que trabalhar de graça, o voluntariado é uma intervenção de cidadania ativa em que eu quero colaborar à minha volta porque acredito que faço a diferença.

Anexo U – Entrevista ao membro da direção da Caritas

Célia Santos (CS) - De que forma se pode contribuir para a resolução dos problemas sociais? Podem ser resolvidos por qualquer pessoa ou requerem um determinado perfil?

José Cordeiro (JC) – Bom, uma das questões com a qual nós temos que nos confrontar é que a maior parte das pessoas querem ser voluntários porque têm, de facto, algo a dar aos outros mas quando nós estamos em certas atividades é preciso ter um perfil para uma determinada ação de voluntariado, ou seja, temos que saber muito bem a que público é que o voluntário se destina, ao que é que o voluntário vem e se de facto a instituição tem ou não tem uma área de intervenção para um determinado perfil de voluntário. Isso é fundamental, nem todas as pessoas têm características para todo o tipo de voluntariado, apesar de todas as pessoas poderem ser voluntárias naquilo para o qual têm capacidade. Por isso mesmo é que na 1ª entrevista tem que se saber bem como é que a pessoa chega à Caritas e que tipo de voluntariado quer fazer na Caritas (como é que ouviu, o que é que viu...) ou então a solicitação da Caritas (a Caritas está a precisar de voluntários para isto ou para aquilo).

Portanto, o que nós entendemos é que de facto tem que se ter sempre em consideração qual é o fim último para que o voluntário vem, qual a atividade que o voluntário vai desenvolver (E toda a direção da Caritas Portuguesa é voluntária. Todos os dirigentes da Caritas em Portugal são voluntários, inclusive o meu caso.). É evidente que todas as pessoas que fazem voluntariado na Caritas têm que ter um perfil adequado à função que estão a desempenhar. Isso é a regra comum, adequar o perfil da pessoa à necessidade.

CS - Como define voluntariado e voluntariado empresarial?

JC – Eu tenho muitas definições para isso, também não é pacífico... O voluntariado individual pode ser feito de duas maneiras, e mesmo o voluntariado empresarial pode ser encarado de duas maneiras. A empresa ao dizer «Nós temos pessoas com estas capacidades, que vocês estão carentes. Nós podemos dispensar estas pessoas, 2 ou 3 horas por semana, e vão trabalhar para a vossa instituição.» Aqui temos sempre um problema. Quem é que está a ser voluntário? É a pessoa ou é a empresa? Neste caso é a empresa que está a ceder voluntários, está a ceder uma atividade de voluntariado em relação à instituição Caritas Portuguesa.

Imagine o caso de uma empresa de contabilidade. Hipoteticamente, a Caritas Portuguesa neste momento está a precisar de muitas pessoas na área da contabilidade «Nós somos uma empresa na área da contabilidade e podemos destacar, por semana, podemos dar à Caritas Portuguesa ou promover ou patrocinar à Caritas, 10 horas de voluntariado da nossa empresa.» Portanto, quem está a oferecer o serviço é a empresa. Mas a própria empresa pode dizer «Ok, quem é que daqui quer ir para a Caritas trabalhar durante 2 horas?» e há duas pessoas que põem o dedo no ar.

A nossa questão é: As pessoas que puseram o dedo no ar estão a querer ser voluntários na Caritas ou estão a voluntariar-se à empresa para nas suas horas de trabalho vir trabalhar para a Caritas? É preciso definir bem isso. Fundamentalmente o que nós dizemos é «Quando as empresas fazem voluntariado empresarial estão a fornecer gratuitamente os seus serviços à Caritas Portuguesa, ou à Caritas.» Portanto, o voluntariado empresarial é quando as empresas fornecem bens ou serviços, de acordo com as capacidades da sua organização, a título voluntário e gratuito à Caritas Portuguesa. Separa-se bem aquilo que é voluntariado dito empresarial ou de empresa e o voluntariado individual ou de serviço.

Também há muito voluntariado empresarial em relação à Caritas Portuguesa que muitas vezes se confunde com mecenato. Está a fazer voluntariado mas também está com o estatuto de mecenato.

Portanto, é uma área que não é tao líquida assim mas com a qual nós contemplamos muito, ou seja, muito trabalho, tudo o que é oferecido à Caritas por diversas empresas, que é a sua área de intervenção, é voluntariado empresarial na nossa perspetiva, independentemente se houver pessoas envolvidas. Pode não haver pessoas envolvidas se só houver bens porque as pessoas envolvidas têm a ver com a empresa e podemos nem conhecer as pessoas que na empresa estão envolvidas na dádiva que está a fazer voluntariamente.

Voluntariado individual é separado do voluntariado empresarial. É um indivíduo que de modo próprio ou de sua própria e livre vontade, ou a solicitação, ou por diversas vias faz o desempenho do seu trabalho, independentemente de até poder vir a ser a mesma pessoa que também faz voluntariado através da empresa. Mas são coisas diferentes, quando há voluntariado individual não tem absolutamente ligação nenhuma com a empresa, é a pessoa que dá do seu tempo para o bem comum.

CS - Quando foi a primeira vez que participou numa ação de voluntariado?

Como foi essa experiência? (onde foi, quanto tempo durou e o que fez)

JC - No ano passado foi o Ano Europeu do Voluntariado, participei em muitas reuniões e as pessoas diziam assim «O primeiro contacto que eu tive do que era ser voluntário foi com os bombeiros voluntários.». E eu disse «Por acaso eu não, a primeira conceção que eu tive com o voluntariado era miúdo pequenino e foi para ir para a baliza porque todos perguntam quem é que quer ir para a baliza.» Ou seja, no fundo temos que decidir bem o que é que é isso de sermos voluntariosos e ter uma atividade de voluntário.

Geralmente é voluntário quem acha que pode dispor do seu tempo pessoal em função e em benefício dos outros e é nessa medida que encaro o voluntariado. Eu estava a jogar futebol e o facto de ir para a baliza foi voluntário mas não fiz uma atividade de voluntariado porque já estava naquela missão. É um pouco isso. No fundo, ser voluntário é dispor daquele tempo que eu teria para usufruto pessoal e partilhá-lo com os outros, em benefício dos outros.

CS - Quais serão as motivações tanto dos voluntários como das empresas?

JC - A entrega ao próximo e a vontade de partilhar a sua humanidade com os outros. Penso que é mesmo o querer dar aos outros aquilo que acham que podem dar. Acho que é um ato benévolo. Em França o voluntariado é chamado "*bénévolat*"... No fundo, há aqui também uma vontade de dádiva, ou seja, o voluntário é sempre alguém que tem para dar e quer dar.

Para as empresas, e da minha experiência pessoal e também institucional, acho que tem muito a ver com aquilo que ultimamente se tem falado e que se tem apelado, que é a Responsabilidade Social das Empresas, ou seja, as próprias empresas também começaram a pensar que têm obrigações sociais e é nesse espírito dessas obrigações sociais que começou a surgir a ideia de voluntariado empresarial. E há certos e determinados fins para os quais elas próprias não devem estar a olhar para lá com uns meros óculos do lucro. Portanto, acho que as empresas também têm uma responsabilidade social e uma responsabilidade de se inserir e de responder aos outros que as leva a praticar voluntariado empresarial, ou seja, dispor dos seus meios em benefício de outros sem nenhuma retribuição.

CS - Quais as vantagens do voluntariado, para os voluntários, para as instituições e para as empresas?

JC - Do ponto de vista do voluntariado individual há uma coisa que é fundamental para o voluntário, é ele próprio sentir-se realizado com o ato que está a praticar. E depois uma coisa curiosa é, de facto, também ele perceber que há um reconhecimento da sua atividade. Esse reconhecimento não tem que ser monetário, é social. É no fundo a própria instituição tratá-lo condignamente e de certa maneira fazer realçar a importância desse trabalho, ou seja, um voluntário saber e sentir que o seu trabalho está a ser útil, é das melhores gratificações.

Uma outra questão também muito ligada com a que disse ao princípio, há muito trabalho voluntário que é exercido e que também faz desenvolver *skills* profissionais. Há pessoas que não tem capacidade de fazer estágio de outra maneira, mas ao entrar em contacto com certas atividades por via do ato do voluntariado poderão vir a fazê-lo. Portanto, também poderá ter benefícios de inserção em realidades que desconheça, ou seja, também há a partir daí um certo enriquecimento pessoal por essas atividades. Isto do ponto de vista das pessoas.

Do ponto de vista das empresas é um pouco o reconhecimento no âmbito da Responsabilidade Social das Empresas. Muitas não só fazem mecenato e depois dizem «Apoiámos a Caritas, ou apoiámos a Cruz Vermelha, ou nós apoiamos...» Portanto, também vem um pouco do reconhecimento de que não são empresas que estão só a olhar para o lucro mas que também querem mostrar aos outros que são empresas com alguma sensibilidade social.

E o que é que as instituições lucram... No caso da Caritas Portuguesa não é mensurável, ou seja, se falarmos em termos humanos, é a sua própria função. A Caritas na sua estrutura íntegra, na sua estrutura basilar, nem é para lucrar ou deixar de lucrar. Eu costumo dizer «Ela não tem voluntários, não é dona de voluntários. A Caritas é aquele sítio onde os voluntários podem agir.» Portanto, é uma instituição de voluntários. Lucra aquilo que o voluntário individualmente lucra e a sociedade em geral. Não tem como fim o lucro para ela própria.

O ganho desse ato vê-se sempre nas ações que acaba por promover. Portanto, não é a instituição que engorda ou que emagrece, ou que fica maior. A instituição é ela própria um ninho de voluntariado, ou seja, onde o voluntariado se exerce. No que toca à outra parte, ou seja, sempre que sejam necessárias capacidades técnicas bem desenvolvidas é evidente que se tiver voluntários capacitados a ação da instituição é melhor produzida e atinge melhor os fins para os quais estava proposto, do que se tivesse pessoas sem *skills* e sem capacidades técnicas para resolver esses problemas ou até para dar.

Mais uma vez, a instituição lucrará pela sua capacidade de saber acolher as pessoas mais capazes para os fins onde vai exercer o voluntariado e, portanto, é evidente que não pode recusar, por exemplo, no caso da Caritas Portuguesa vai desde professores universitários, a ex-secretários de Estado (o presidente do Conselho Fiscal da Caritas Portuguesa é o presidente do tribunal de Contas, Dr. Guilherme de Oliveira Martins). É garantia para a própria organização ter um presidente do Conselho Fiscal com esse perfil. Portanto, no que toca à credibilidade, e no que toca à honorabilidade da instituição, só lucra em ter voluntários com competências.

CS - E existem desvantagens?

JC - Quando mal utilizado sim. Até para o próprio voluntário, ou seja, muitas vezes as instituições também têm que ter a capacidade de recusar pessoas ou recusar potenciais voluntários. É por isso que na estratégia de recursos para a integração de voluntários se exige um certo período de adaptação porque a pessoa pode estar com muito boa vontade de fazer o ato de voluntariado mas depois perceber que não estava disposta... não se encaixava bem com o seu perfil.

Imagine alguém que diz assim «Ok, eu gostaria de ir fazer voluntariado na área dos sem-abrigo.» Então temos aí uma equipa para distribuir refeições aos sem-abrigo à noite, a começar às 21h ou às 22h e a acabar às 24h. Há muitas pessoas que depois de terem experimentado acabam por perceber que não era bem aquilo que gostariam. Ou o apoio a idosos em que depois acabam por perceber que não. Insistir-se, ou seja, não deixar que as pessoas se adaptem e se sintam bem naquilo que estão a fazer seria um grande prejuízo para a instituição porque estava a prestar um mau serviço.

Uma pessoa que não estava com vontade de fazer o que estava a fazer, estava a ser mau para o próprio voluntário, que estava a fazer um ato que também não se sentia bem onde estava, e portanto, criavam-se aqui conflitos de equipa e conflitos de interesse (no sentido literal do termo). Portanto, daí ser muito importante todo este equilíbrio.

Um mau ato de voluntariado, independentemente do voluntário que o pratique pode ser prejudicial para a imagem da instituição e até para os serviços que a instituição está a fazer. Imagine uma instituição que diz «Ok, nós temos aqui pessoas, vamos tratar de acamados.» Há um problema se uma pessoa não tiver competências para tratar de acamados.

Pode praticar um ato, que apesar de ter sido de muito boa vontade, querer ajudar e ser muito voluntarioso, e ter partido uma perna ou um braço a um idoso na cama. Portanto, tudo isso tem que ser medido. Ou seja, é uma área de intervenção em que os fins a quem se destina o ato são sempre pessoas e há uma dignidade do outro lado que é preciso respeitar.

CS - Quais as áreas em que considera que as empresas devem apostar ao nível de responsabilidade social? Devem direcionar a ação de acordo com o seu *core business*?

JC - Tendo em consideração aquilo que eu disse há pouco acho que sim. Ou seja, se é voluntariado empresarial é evidente que só podem dar aquilo que sabem. Isso é uma coisa. Outra coisa é envolverem-se também em outros atos de solidariedade.

Se uma empresa diz «Ok, nós vamos fazer aqui um peditório ou fazemos aqui uma ação para ajudar.» Bom, isso é uma ação que pode ser desenvolvida naquela empresa ou noutra qualquer. Isso é um ato de solidariedade de uma empresa em relação a qualquer coisa.

Quando uma empresa está a oferecer serviços do âmbito do voluntariado acho que deve ser no seu *core business*, ou seja, deve ser naquilo que sabe fazer, porque senão são as pessoas que estão a ser envolvidas e não a empresa.

CS – E na relação entre empresas e instituições devem ser as empresas a procurar as instituições que necessitam dos voluntários ou o contrário?

JC - Essa pergunta é difícil de responder... Eu posso dizer-lhe, enquanto uma organização que pode vir a precisar e queira procurar ajuda numa empresa, numa determinada área... enquanto empresa de destino de um ato de voluntariado empresarial. Ou seja, estou a precisar de qualquer coisa, tenho que dizer e decidir qual a área que estou a precisar de intervenção, fazer o levantamento das empresas que têm essa intervenção e mandar uma cartinha «Olhe, nós estamos a precisar. Vocês estão dispostos a dar-nos?», o contacto direto com as empresas de mercado. Outra coisa é também as empresas, elas próprias dirigirem-se às instituições e dizerem «Se vocês algum dia precisarem disto ou precisarem daquilo, nós estamos disponíveis para colaborar nestas áreas.»

Devem ser ambas porque as instituições não têm que ter a obrigação de conhecer as empresas todas e as empresas também não têm a obrigação de conhecer as instituições todas. Por isso mesmo, muitas vezes, uma carta de uma instituição a pedir ajuda a uma empresa, se calhar a empresa ficou a conhecer uma instituição que não conhecia e o contrário também é válido. Olhe, uma

empresa ofereceu serviços à Caritas e como nunca tinha ouvido falar nesta empresa vamos ver como é, vamos ter uma reunião. Por isso é que não se deve desperdiçar nenhuma das hipóteses.

CS - Será o voluntariado uma área maioritariamente necessária para as instituições ou haverá outras formas de apoio?

JC - Eu posso solicitar a uma empresa «Olhe, nós estamos a precisar, no próximo fim-de-semana, de 20 pessoas para ir fazer uma atividade. Vocês conseguem arranjar essas 20 pessoas?» E a empresa manda-nos um ofício «Ok, a nossa empresa tem 20 pessoas disponíveis para o próximo fim-de-semana.». Resolvemos o problema das 20 pessoas mas falta-me saber agora se tecnicamente estamos a falar de voluntários pessoas ou estamos a falar de voluntariado empresarial. Estas pessoas vão ser ressarcidas da empresa, das horas que vão despender, ou seja, vai-lhes ser pago o ordenado pela empresa, deste dia de estar a trabalhar, apesar de terem vindo a fazer uma atividade para aqui? Isso nós não sabemos.

Para nós, se foram 20 pessoas enviadas por aquela empresa ou sinalizadas como voluntários individuais que conseguiram «Olhe, estas pessoas voluntariaram-se para ir aí.» ficamos sempre sem saber se estão a voluntariar-se à nossa atividade ou em relação à empresa. Tecnicamente se nós solicitámos à empresa 20 pessoas, sem informação em contrário, é voluntariado empresarial, a não ser que a empresa diga «Olhe nós não temos nada. Chegámos aqui à conclusão que estas 20 pessoas gostariam muito de ir à vossa atividade mas vão individualmente.» Portanto, desvincula a empresa da responsabilidade porque imagine que uma dessas pessoas tem um acidente... Vêm 20 pessoas e uma delas estava a pintar uma creche e caiu e partiu uma perna, o seguro é voluntário da empresa ou é nosso? Isto tem que ser muito bem estipulado. Se é voluntariado empresarial nós respondemos ao estatuto de voluntariado empresarial, se é pessoal nós temos que ter um seguro para essas pessoas. Portanto, são problemas que se levantam e que têm que ser muitas vezes bem pensados.

Imagine no caso daqui, solicitamos a uma empresa para nos pintar um lar de terceira idade. Vamos a uma empresa de construção civil «Vocês não nos querem pintar?» mas eles dizem «Ah, nós não mas podemos mandar para lá pintores. Eles até estão disponíveis e vão de livre vontade.» Bom mas isso de livre vontade é o pintor, não é a empresa. Portanto temos que ter isso sempre bem presente. Se aquele ato for expensas da empresa é voluntariado da empresa, se for do indivíduo, é voluntariado individual. Se o responsável por aquele ato de voluntariado é o indivíduo, a empresa não gastou um tostão com ele ou não teve nenhuma responsabilidade por ele. Apesar de ter sido enviado por aquela empresa para nós, tecnicamente, não podemos encará-lo como voluntariado empresarial. O único ato que teve foi de divulgação, ou seja, «A Caritas Portuguesa está a precisar de voluntários. Quem quiser inscreva-se.». Não há aí voluntariado empresarial. Há um ato voluntarioso em fazer divulgar uma mensagem mas aí não há nenhum ato de voluntariado no sentido técnico do termo. Há um ato voluntarioso em dizer «Ok, vamos ajudar a Caritas e vamos divulgar isto.» Mas isso faz a rádio quando publica. Agora aí já entram muitos fatores. Qual é que é o ato de voluntariado que está aí? Ok, é a divulgação e pode ser entendido como tal mas o que advém daí, os voluntários que nos cá chegarem por essa via não são voluntários da empresa.

Aqui na Caritas Portuguesa, não significa que nas Caritas Diocesanas (em todo o país) não haja voluntários de empresas (aliás há um protocolo que foi estabelecido entre a Caritas e a EDP em que, nalgumas Caritas Diocesanas, a EDP disponibilizava técnicos numa área específica para trabalhar x horas. Todas as semanas dispensava do horário de trabalho «Ok, esta manhã em vez de estar a trabalhar aqui, quem quiser pode ir trabalhar para a Caritas Diocesana x, y ou z ou para a instituição x, y ou z.» Portanto, era o trabalhador que ia para lá, era destacado da empresa para fazer aquele ato

de voluntariado.), fundamentalmente o que há é muito voluntariado empresarial na prestação de serviços, seja na área de marketing ou na área da comunicação (Aqui, não nas Caritas Diocesanas, em particular nas suas atividades diocesanas e paroquiais, que atendendo às características há muito), seja no pagamento de uma publicação, no apoio de uma publicação, seja no apoio de uma atividade, etc., costuma haver muito voluntariado empresarial.

CS - Considera suficiente o tempo que as empresas disponibilizam aos seus colaboradores para participarem em ações de voluntariado?

JC - Vamos ver uma coisa (temos noção do tecido empresarial português, 90% ou 95% das empresas portuguesas têm até 10 trabalhadores e 70% ou 80% têm até 5, ou seja, a capacidade de dispensar trabalhadores do seu horário de trabalho na empresa para ir fazer trabalho de voluntariado numa outra organização...) o único ato verdadeiro pungente que há nessa área é como sabe o voluntariado dos bombeiros. As empresas dispensam os trabalhadores mal toca a sirene e as pessoas vão e podem estar o dia inteiro e 2 ou 3 dias conforme as dispensas da empresa.

Portanto, nós sabemos o que ouvimos os empregadores dizer sobre o que isso custa às empresas e muitas vezes até nos esquecemos de agradecer porque quem está a pagar aos bombeiros voluntários acabam por ser as empresas quando eles estão nos dias de trabalho. É evidente que nunca é suficiente mas as empresas, também nós sabemos, têm como fim a sua sustentabilidade. Em Pequenas e Médias Empresas ou em micro empresas se calhar não é sustentável. É, se calhar, mais expectável que ofereçam serviços porque lá dentro arranjam um bocadinho «Ok, agora vamos tratar aqui da Caritas.» do que estar a destacar trabalhadores para trabalhar nas outras organizações. A não ser uma coisa muito eventual ou sazonal.

Se me perguntar se acho que é pouco, claro que é sempre pouco. Quanto mais melhor, desde que haja necessidade porque também só dizer que estamos a fazer voluntariado mas ninguém nos quer... Muitas vezes é preciso induzir e saber captar, saber que há, ou seja, eu tenho uma atividade para fazer ou até nem tinha nenhuma atividade para fazer (que eu pensasse que era necessária) mas se me surgem 20 ou 30 voluntários... «Nós temos aqui...» «Ah sim, olhe não tinha pensado nisso. Vamos fazer uma ação, vocês estão dispostos?».

Também pode, pela oferta de voluntariado, surgir espontaneamente a prestação de um serviço que não estava sequer imaginado, não estava contemplado porque nunca tinha passado pela expectativa. Isso também pode ser importante mas sim, nunca são os necessários, quantos mais melhor. Assim haja atividades.

E as próprias atividades também podem ser criadas nas próprias organizações, que é uma das características que nós dizemos. O voluntariado cristão tem uma característica fundamental que é o princípio da subsidiariedade, ou seja, eu primeiro tenho que ver se quem está ao meu lado precisa de mim e com certeza, muitas vezes, as próprias empresas podem elas próprias organizar esquemas de voluntariado interno. «Bom, eu quero saber quem é que é o meu colega que está com um problema com o filho.» Se calhar a minha mulher ou o meu homem está em casa sozinho e até alguém pode deixar lá o filho em casa... Estou a fazer um ato de voluntariado dentro da própria empresa. Portanto, há muitas maneiras de fazer isso. A primeira atividade é do que está à minha volta e mais próximo, os que estão a precisar. Não precisam, então agora estou disponível. Mas também tenho a obrigação de perscrutar as necessidades do meu vizinho, e nas empresas isso é fundamental. Quantas vezes há pessoas que às vezes moram em 2 ou 3 quarteirões e, sabe Deus, a mulher ou o filho ficou doente e agora estou aqui a trabalhar mas afinal numa casa ao lado está o avô, ou a tia ou a prima de um colega que até podia ir lá dar uma vista de olhos... Essas são as nossas primeiras obrigações. Aí está

uma maneira de organizar voluntariado dentro da empresa que não é voluntariado empresarial mas as próprias pessoas que estão disponíveis para fazer voluntariado.

A ideia fundamental é a de que nós também temos que «Ok, eu tenho aqui 50 pessoas na minha empresa que estão com disponibilidade para fazer voluntariado na Caritas mas já agora querem fazer o quê? Será que não temos nós aqui ninguém a quem possamos ajudar?» Isto também é atividade da Caritas, é atividade de cada um de nós enquanto cristão. «O que é que nós próprios podemos organizar aqui para o nosso vizinho ou para o nosso bairro?» Há empresas bem implantadas que têm sem-abrigo a viver lá à porta. Na sua organização, se vamos passar à noite, há sem-abrigos debaixo do Fórum Picoas. Porque não fazem logo ali na proximidade? Têm ali à porta. Uma ação local também é voluntariado empresarial, ou seja, é a própria empresa que tem como missão a sua inserção social e geográfica. Ela própria é responsável pelo bem-estar social à sua volta. Deve começar por aí, depois a seguir é que «Nós estamos a ajudar a instituição x, y ou z.» No fundo isso é daquele tipo de voluntariado empresarial em que estão a querer marketing. Portanto, há toda essa dinâmica que é preciso, muitas vezes, também ter em consideração quando se fala em voluntariado empresarial. Às vezes é um modo encapotado para outras atividades de promoção da própria empresa.

CS - O tipo de voluntariado (regular ou ocasional) deve depender da área de intervenção da instituição? Qual será a importância do voluntariado regular face ao ocasional?

JC - Aqui temos de tudo, a direção é voluntária por 3 anos (que pode passar depois para 6), ou seja, é regular e portanto garante estabilidade das instituições. Mas também é necessário o voluntariado ocasional. Há atividades que são para um dia, há atividades que são para um fim-de-semana, há atividades que são de uma semana, há atividades que são contínuas para a vida toda (mas muitas vezes o voluntário não tem que estar lá a vida toda).

Portanto é importante saber constituir equipas e inserir também nas pessoas que fazem parte das equipas a co-responsabilidade pelo trabalho que estão a desenvolver. Imagine um grupo de 3 pessoas que tem uma tarefa. Se falta um, a coisa já não funciona, ou seja, se for doente é doença mas se for um que não vem... Por isso é que o contrato de voluntariado, de certa maneira, obriga a que as pessoas se auto responsabilizem um pouco pela atividade que estão a desenvolver. Para as empresas, a aposta no voluntariado regular depende sempre da instituição.

Para muitas instituições, se calhar, é muito mais importante contar com a empresa X. Quando a instituição Y tem lá sempre alguém, ou seja, é estar à disponibilidade. As empresas dizem «Ok, nós estamos aqui à disponibilidade durante 6 meses.» Portanto, é preferível nós sabermos que para a atividade x, y ou z é aquela empresa com a qual se pode contar. Normalmente a vida das empresas é sempre diferente da vida das pessoas ou até dos cargos e é sempre bom saber que com a empresa x, y ou z se pode contar naquela matéria.

CS - Considera que pode existir influência entre a prática individual de voluntariado e o voluntariado empresarial? (Isto é, o facto de uma pessoa que trabalha numa empresa na qual se promovem ações de voluntariado pode influenciar a sua prática individual de voluntariado ou que o facto de uma pessoa que trabalha numa empresa e que já praticou voluntariado a título individual pode influenciar a sua participação em ações de voluntariado desenvolvidas pela empresa?)

JC - Eu acho que sim e internacionalmente já há empresas que no departamento de recursos humanos, quando querem fazer seleção de pessoas, valorizam seriamente quem já praticou voluntariado. Isso só significa que o ato de voluntariado é um ato de entrega e há muitas empresas

que valorizam a entrega das pessoas às causas. Portanto, um ato de voluntariado significa que uma pessoa está muito mais disponível para os outros e até para a própria empresa. Hoje é evidente e é reconhecido internacionalmente que os atos de voluntariado influenciam diretamente o desempenho das pessoas na empresa e valorizam também a pessoa que faz voluntariado. Muitas empresas apesar de terem pessoas que nunca praticaram voluntariado, elas próprias incentivam o voluntariado por causa do espírito de equipa que se pode estabelecer e do espírito de se perceber que há atos e há dádivas que não são mercantilizáveis, que não são vendáveis, não têm preço, ou seja, o preço é de reconhecimento humano e não pode ser pago através de umas alvíssaras. É muito interessante esta relação das empresas com os voluntários e dos voluntários com as empresas e, como lhe digo, é um ato enriquecedor para ambas as partes. Aqui na Caritas existem voluntários a título individual e voluntários envolvidos nas atividades da empresa. E eu posso identificar que o que muitas vezes acontece é que pessoas que se aproximaram da Caritas por via do voluntariado empresarial se calhar depois acabam por fazer voluntariado individual ou pessoas que também fizeram voluntariado individual acabam por trazer as empresas onde trabalham pelo trabalho individual que aqui desempenharam. Não há uma relação direta mas pode acontecer que, por uma via ou outra, tudo entre em conjunto e interação. Pode acontecer mas não é que esteja estruturado ou sistematizado.

Anexo V – Entrevista à Gestora de Voluntariado na Comunidade Vida e Paz

Célia Santos (CS) - De que forma se pode contribuir para a resolução dos problemas sociais? Podem ser resolvidos por qualquer pessoa ou requerem um determinado perfil?

Isabel Oliveira (IO) – Falando do voluntariado, que é a minha área, acho que todos nós podemos dar um bocadinho do nosso tempo. Se calhar alguns de nós têm mais perfil para trabalhar na área dos sem-abrigo, outros com crianças, outros com animais... Mas acho que todos nós podemos contribuir de alguma maneira e até há pessoas que sabem, ou que pela sua forma de ser ou de estar, que não conseguem contribuir com o seu tempo e, muitas vezes, preferem contribuir a nível de géneros ou a nível de roupa. Portanto, acho que cada um pode dar o seu contributo tendo em conta aquilo que sente que pode dar para a sociedade. E a intervenção social é uma área cada vez mais valorizada, principalmente, pelas empresas. Primeiro, o voluntariado está na moda. E com o Ano Europeu do Voluntariado houve muita coisa que passou na comunicação social e acabou por muita gente, que se calhar nunca tinha pensado ser voluntária, «Olha, porque não? Tenho aqui este espaço de tempo e posso colaborar!». Acho que as próprias empresas, até porque nós temos muitas empresas em Portugal que não são portuguesas e lá fora já existe muito essa dinâmica do voluntariado e da responsabilidade social, estão a trazer essas dinâmicas para cá. E, todos os anos nós acrescentamos o número de empresas que trabalham connosco a nível de voluntariado e de responsabilidade social. E, da comunidade em geral também. Posso dar-lhe o exemplo do ano passado, quando foi a organização da nossa festa de Natal. Com a crise nós pensámos «Vai ser muito difícil de angariar bens.» e foi ao contrário. Foi um dos melhores anos porque eu acho que como qualquer um de nós conhece alguém que está desempregado e tem um amigo ou um vizinho ou ouviu uma história, então todos nós conhecemos essa realidade e acabamos, portanto, por estar mais sensíveis para ajudar os outros. Acho que a crise acabou por trazer isso de bom e acho que nós somos um povo solidário. Eu pelo menos tenho essa experiência aqui.

CS - Como define voluntariado e voluntariado empresarial?

IO – É assim, nós por acaso, na Comunidade colaboramos com muitas empresas a nível de voluntariado empresarial e a experiência que eu tenho tido aqui é muito gratificante porque as empresas, quando nós colaboramos, também não obrigam a que o voluntário faça voluntariado empresarial, ou seja, se calhar há empresas que obrigam que a pessoa naquela tarde vá para uma instituição fazer um tipo de atividade mas aqui não, são empresas que são nossas parceiras e que divulgam a Comunidade Vida e Paz como uma ação de voluntariado que os seus colaboradores podem fazer. Portanto, acho que aqui o papel do voluntariado empresarial é porque há muita gente que quer, muitas vezes, fazer voluntariado e que não sabe como nem onde se deve dirigir e as empresas acabam por ter um papel muito relevante servindo de mediador entre a instituição e os seus colaboradores que querem ajudar.

Depois temos 590 voluntários efetivos, nossos a nível individual, que colaboram connosco, e aí é uma vontade que a pessoa tem e que procurou várias instituições ou que procurou a Comunidade Vida e Paz e teve algum contacto connosco específico. Mas acho que a vontade acaba por ser a mesma. Só a forma de chegar aqui é que é diferente (uns vêm sozinhos outros vêm com uma empresa por trás) porque quem acaba por ficar, acaba por ser pelos mesmos objetivos, querer ajudar este tipo de população.

CS – Quando foi a primeira vez que participou numa ação de voluntariado? Como foi essa experiência? (onde foi, quanto tempo durou e o que fez)

IO – Desde muito nova que pratico voluntariado. A primeira vez devia ter 13 ou 14 anos e foi como monitora num campo de férias. Na altura a minha mãe era assistente social, trabalhava com muitos grupos de jovens. Apareceu a oportunidade e eu acabei por ir dinamizar um grupo de miúdos mais pequeninos, em termos de atividades de Verão, e depois fui dinamizando até entrar para a faculdade. Portanto, era sempre numa altura do ano, normalmente era nas férias que eu tinha disponível para ajudar, e acabou por ser uma constante na minha vida. Acabei por arranjar o primeiro emprego por já ter tido a experiência de voluntariado (não aqui mas numa instituição que também valorizava muito o voluntariado). Acabei por ter muita formação na área do voluntariado e depois vim para aqui, para a Comunidade exatamente por essa formação que eu tinha na altura.

Neste momento faço parte dos quadros da instituição e não pratico voluntariado porque não tenho tempo. Estou numa área em que há noite faço voltas, faço equipas de rua à noite e, portanto, os meus horários não são fixos o que dificulta um bocadinho.

CS - Quais serão as motivações tanto dos voluntários como das empresas?

IO – São várias. Temos pessoas aqui que ficaram desempregadas e que necessitam de ocupar o seu tempo porque estão em casa sozinhas e acham que «Por que não? Já que estou em casa vou dar o meu tempo para ajudar quem necessita.». Temos pessoas que sempre foi uma coisa que desde pequeninos teve na vida deles e, portanto, é uma coisa que eles já fazem habitualmente. Acho que toda a gente quer é ajudar o outro de alguma forma e sentir-se útil.

Nós quando estamos a ajudar alguém na rua acabamos também por sentir que fizemos diferença de alguma maneira e acho que é muito gratificante a gente saber que está a ajudar aquela pessoa ou aquelas pessoas de alguma forma. Portanto, acho que o objetivo comum ou acima de todos, é querer ajudar quem mais precisa, neste caso as pessoas sem-abrigo.

Depois há motivações mais específicas de cada pessoa. Há pessoas que tiveram familiares toxicodependentes ou que passaram por esta área e que a Comunidade os ajudou e acabam por querer dar também o seu contributo. Temos alguns sem-abrigo também que depois de fazerem o seu tratamento querem ajudar quem está na rua.

Portanto, as motivações de cada um são um bocadinho mais pessoais mas acho que o que é comum a todos é que as pessoas sentem que querem sentir-se útil e, muitas vezes, as pessoas que têm trabalhos em que lidam com números e dinheiro querem, no fim do dia, sentir que fizeram alguma coisa útil ou que estão a fazer alguma coisa útil pela sociedade. E o voluntariado acaba por ser uma boa forma de nós contribuirmos para a comunidade em que vivemos. Eu acho que a maior parte das empresas com que nós trabalhamos (e aqui só posso falar das empresas com que nós trabalhamos, e são variadas e de vários ramos), a parte da responsabilidade social acaba por ser um objetivo como outro qualquer que eles têm na empresa. E acho que o objetivo aí acaba por ser dar um contributo à comunidade onde vivem. Há empresas que só dão na cidade ou na localidade onde estão inseridas exatamente por isso, porque sentem que devem melhorar é a comunidade onde estão inseridas.

Portanto, acho que as motivações das empresas acabam por ser essas e também usar isso um bocadinho como motivação dos colaboradores «A minha empresa está preocupada não só com o dinheiro mas com os outros e em proporcionar locais para fazer voluntariado e outras ações de responsabilidade social». Acho que isso ajuda, também, a manter a coesão e as empresas usam muitas vezes o voluntariado para fazer os *team building* porque sai muito mais barato do que contratar uma empresa para organizar aquilo que eles fazem. E, muitas vezes, fazem ações de voluntariado conosco... Já tivemos empresas que pintaram edifícios, remodelaram cozinhas e por aí adiante. Portanto, em vez de usarem aquele dinheiro para pagarem a uma empresa para fazer uma

ação de trabalho em grupo, daquele grupo de trabalho, usam esse dinheiro para ajudar uma instituição e, ao mesmo tempo, fazem o mesmo trabalho com os nossos colaboradores.

CS - Quais as vantagens do voluntariado, para os voluntários, para as instituições e para as empresas?

IO – Eu acho que todos temos a aprender uns com os outros. As empresas (neste caso são as pessoas, portanto, os próprios colaboradores) acabam por aprender com as populações que fazem voluntariado. Nós aprendemos imenso com as pessoas, neste caso, com as pessoas sem-abrigo (com as pessoas que estão na rua). Ainda agora uma voluntária dizia-me «Fui fazer a primeira volta e, Isabel, as pessoas são tão educadas na rua!». Todos nós aprendemos muito com a equipa onde estamos inseridos e podemos levar muitas vezes pequenas coisas que aprendemos na rua para o nosso local de trabalho e vice-versa. Acho que isso acaba por ser uma aprendizagem para todos e, todos nós, aprendemos na nossa troca de experiências diárias. Portanto, acho que o voluntariado tem isso de bom. Acho que os colaboradores sentem-se bem se trabalharem numa empresa onde a própria empresa tem essa motivação, ou seja, que tem a preocupação pela área da responsabilidade social. Pelo menos do contacto que tenho tido com as pessoas, de empresas que têm isso muito forte, dizem «É bom trabalhar numa empresa em que nós sabemos que, a empresa trabalha para os lucros e é para isso que existe mas, há uma parte que também está preocupada com a comunidade em si».

Com a crise, com muitos despedimentos em praticamente todas as empresas e com a diminuição de recursos, o próprio contacto dos colaboradores com esta realidade, muitas vezes, acaba por valorizar aquilo que eles têm no seu dia-a-dia e desvalorizam também alguns problemas. E, acho que as empresas também ganham muito quando fazem parcerias de voluntariado conosco. Nesse aspeto, de que todas as empresas ou quase todas, pelo menos a realidade que eu tenho tido aqui é a de que há despedimentos ou há cortes ou as pessoas são recolocadas noutra sítio a fazer outra coisa. Muitas vezes, nós valorizamos muito algumas coisas da vida que não são tão importantes, que são mais banais... ainda no outro dia um voluntário dizia-me «Antes de ser voluntário na Comunidade, se calhar irritava-me a senhora que na fila de espera do supermercado passou à minha frente. E agora, se calhar eu penso que há pessoas que estão muito piores que eu e tenho que dar gozo por ter aquilo que tenho». Portanto acho que acaba por ser uma mais-valia.

Para a nossa instituição se não fosse o trabalho de voluntariado nós não conseguíamos fazer as equipas de rua. Apesar de ser uma instituição que tem 110 funcionários, conta com a colaboração de 590 voluntários e, portanto, se não fossem os voluntários não o conseguiríamos. Por exemplo, as equipas de rua é uma área da Comunidade que é feita 100% por voluntários. É coordenada por mim e por um colega meu, que somos funcionários, mas somos 2 que fazemos uma equipa semanal e tentamos dar o máximo de acompanhamento que conseguimos, mas é uma área que depende de voluntariado. A festa de Natal dos sem-abrigo é também outra área da Comunidade Vida e Paz que depende 100% do voluntariado.

CS - E existem desvantagens?

IO – Acho que a grande desvantagem neste momento passa um bocado pela educação da nossa população, daquilo que é voluntariado e que nós ainda não chegamos a esse patamar, que é: muita gente não percebe que o voluntariado é um compromisso que temos com aquela instituição e para com aquelas pessoas. Tal como temos com o nosso local de trabalho (que é remunerado) mas fizemos aquele compromisso com a instituição e com a empresa e temos que o cumprir. E, muita gente, principalmente pessoas mais velhas, têm muito a ideia «Eu já faço isto, não me vão pedir para

fazer aquilo.». Portanto, acho que ainda é uma forma que nós temos de crescer e que cabe às instituições que trabalham com os voluntários fazer passar esta mensagem: o voluntariado é um compromisso que fazemos com aquelas pessoas e se não vamos estar, aquelas pessoas vão estar à nossa espera. Estão a contar connosco e estamos a falhar, tal como falhamos se faltarmos ao nosso local de trabalho. Portanto, acho que aí ainda não estamos num nível muito avançado. Acho que a nossa política de voluntariado é «Eu hoje vou ajudar porque não tenho nada que fazer e amanhã se calhar já me apetece ir para a praia porque é verão.» e muitas pessoas ainda não têm essa ideia de que o voluntariado é um compromisso e se me comprometi todas as segundas-feiras a ir com aquela pessoa, tenho que ir com ela. Quando eu não consigo assumir esse compromisso, eu digo «A partir de amanhã não contem comigo.» mas não é «Vou hoje e amanhã e depois só porque me dá jeito.» ou porque «Se eu dou tanto não me vão exigir mais».

Há muito esta noção da nossa população em geral, em termos de voluntariado, o que faz muitas vezes com que as instituições se fechem aos voluntários. Porque às vezes dá mais trabalho do que benefício porque tenho que andar a telefonar para as pessoas e depois elas não vêm. É incerto quando existem pessoas que fazem isso mas nós aqui damos formação e tentamos passar muito essa imagem da ideia do compromisso que os voluntários estão a fazer (com a Comunidade e sobretudo com as pessoas que estão à espera deles). Se eles não vierem, possivelmente não poderemos dar jantar àquelas pessoas que estão à espera e tentamos passar muito essa mensagem. Mas às vezes não é totalmente fácil porque as pessoas têm muito essa ideia e depois damos formação e dizem «Mas eu já vou dar uma vez por semana e agora vão querer que eu vá às sessões de formação?». Portanto, as pessoas têm muito a ideia de que como estão a dar não vão pedir mais. Acho que é uma coisa em que ainda temos que evoluir, o que faz com que muitas vezes as instituições se fechem ao voluntariado. Aí acho que é a parte negativa mas cabe às pessoas mudarem um bocadinho e acho que as próprias escolas têm sido um bom veículo para criar a filosofia do voluntariado nos miúdos. Há escolas com programas de voluntariado muito engraçados e que acabam por incutir em populações mais jovens já este hábito do compromisso e do voluntariado que acho que é muito importante.

Nós tentamos que todas as nossas experiências com quem vem de fora sejam boas mas com uma empresa ainda mais perigosa ela se torna. Uma má experiência pode fechar-nos a porta definitivamente com essa empresa. E temos aqui essa noção. Já tivemos algumas, não vou dizer que não, com alguns voluntários, que não correu bem a integração para as pessoas que vieram ao nível da empresa. E depois não correu bem no terreno mas tivemos a sorte que dessas empresas temos recebido muita gente. Portanto, 2 ou 3 *feedbacks* maus no meio de 20 ou 30, a empresa começa a questionar «Será que foi a instituição ou será que foram as pessoas?». Mas é sempre um risco muito grande quando nós abrimos as portas a uma empresa e aquela ação de voluntariado com os colaboradores corre mal. Muitas vezes nós andamos aqui na conjugação de datas e depois não se consegue fazer. E nós, Comunidade Vida e Paz, recebemos muitos pedidos e às vezes temos dificuldade das coisas correrem bem com toda a gente. Às vezes, em alturas como o Natal, tenho a plena noção que não damos, por exemplo, a receção adequada a toda a gente porque os pedidos chovem aqui... É uma coisa mesmo enorme e, muitas vezes, há empresas que nos pedem para fazer voluntariado nessa altura e nós não temos onde pôr as pessoas. Dizemos que está cheio e que não dá. O Natal deste ano já está marcado com uma empresa e ainda estamos no início de 2013. Tudo o que é voluntariado empresarial para Dezembro já está marcado porque já são empresas que trabalham connosco e que já sabem que ou é agora ou na altura não conseguem. E depois há empresas que nos telefonam uma semana antes «Isabel, tenho aqui um grupo de colaboradores que quer ir nas equipas de rua à noite e eu já divulguei isto pela empresa e temos aqui 2 datas.» E eu

digo «Mas nessas datas já tenho cá outras pessoas, não posso fazer nada.» Não é como as pessoas querem...

Às vezes também temos aqui que baixar um bocadinho as expectativas porque a instituição tem regras e acima de tudo não vamos prejudicar o trabalho com as pessoas que estão na rua. Mas temos essa noção de que há ações que correm mal, que nem chegam a correr e que muitas vezes a pessoa desmotiva. Já tivemos que cancelar ações porque se avariou uma carrinha, porque tivemos uma vistoria à última da hora e não estávamos à espera, uma inspeção... E depois também depende muito da pessoa que está na empresa, do outro lado a comunicar com os colaboradores que vão participar. Se a pessoa do outro lado conseguir informar que «Aconteceu isto, vamos marcar para outro dia.» ou se a pessoa entrar aqui em conflito também não chegamos a lado nenhum. Mas claro que uma má imagem é muito difícil de torná-la boa. Acima de tudo gerir recursos humanos de voluntariado é mais difícil do que gerir recursos humanos assalariados. Eu sei porque já tive as duas experiências. Temos que gerir muito bem as vontades das pessoas que têm vontade em ajudar, com também as necessidades que a casa tem e com as pessoas que nós ajudamos, que é para isso que nós aqui estamos. Não é para satisfazer a vontade que aquela pessoa tem em ajudar mas sim para ajudar quem está na rua.

Nós, Comunidade Vida e Paz, a nível de voluntariado temos outra coisa que desmotiva imenso as pessoas que é: temos uma lista de espera que chega, às vezes, a ultrapassar um ano, para as equipas de rua. A pessoa vem aqui, quer ser voluntária, nós fazemos uma entrevista, estamos com a pessoa e a pessoa pensa que vai no dia seguinte para a rua. Mas não vai e, muitas vezes, já só telefonamos ao fim de um ano, ano e meio ou dois, depende da disponibilidade que a pessoa dê. E eu sei que isso cria uma má imagem da Comunidade mas não podemos criar outra Comunidade para satisfazer essas vontades. Se houvesse outra instituição que eu pudesse encaminhar, encaminhava estas pessoas com toda a vontade porque há pessoas que querem mesmo trabalhar com os sem-abrigo e é mesmo essa área que querem ajudar mas há outras que não, querem ajudar e tanto faz se são crianças, ou sem abrigo, como toxicodependentes... mas a Comunidade Vida e Paz foi a única que lhes abriu a porta e, portanto, se calhar se essas pessoas soubessem de outra instituição que está a precisar muito, a pessoa ia ajudar. Mas sei que o tempo de espera leva muito à desmotivação das pessoas, como é óbvio «Queremos ajudar e é agora, não é daqui a um ano.»

Depois acho que há muitas instituições que continuam a não responder às pessoas. Mas não custa nada mandar um mail tipo a dizer «Obrigada pela sua candidatura mas neste momento não estamos a aceitar candidaturas.» É uma coisa que demora um segundo e as pessoas, muitas vezes, chegam aqui já muito desmotivadas e eu pergunto «A Comunidade Vida e Paz, por que é que quer fazer voluntariado aqui?» e respondem «Foi a única que me respondeu. Eu mandei 50 e-mails e foi a única que me respondeu.» E se calhar nem era aquilo que a pessoa queria e não era esta a população que a pessoa queria ajudar mas precisavam e respondi e a pessoa está cá. E depois... nós, Comunidade Vida e Paz, por acaso temos a sorte de não ter falta de voluntários, até temos uma lista de espera, mas se calhar há outras instituições que eu até poderia encaminhar os voluntários que tenho a mais em lista de espera, se soubesse de uma instituição que precisa.

Acho que falta aqui alguma coordenação de vontades porque a pessoa depois tenta fazer voluntariado e tem uma má experiência e dificilmente vai tornar a fazê-lo ou vai demorar alguns anos até voltar a fazê-lo.

CS - Quais as áreas em que considera que as empresas devem apostar ao nível de responsabilidade social? Devem direcionar a ação de acordo com o seu *core business*?

IO – É difícil... uma empresa como um banco vai relacionar-se com o quê? Eu acho que é mais correto, e se calhar conseguem um efeito maior, a empresa ajudar 2 ou 3 instituições e acompanhar essa ajuda, do que ajudar mil. Porque aquele bolo que tem para ajudar, se calhar naquelas três vai fazer a diferença e se for espalhado por mil é capaz de não ter um impacto tão grande. Há empresas que se preocupam mais com a área das crianças e põem isso na sua responsabilidade social, há outras que se preocupam mais com a área da oncologia, outras têm uma política em que não apoiam a mesma instituição mais do que um ano. Portanto, tentam variar os seus apoios. Tem muito a ver com políticas internas da própria empresa.

CS – E na relação entre empresas e instituições devem ser as empresas a procurar as instituições que necessitam dos voluntários ou o contrário?

IO – Eu acho que pode ser feito das duas formas. Eu posso chegar ao pé de uma empresa e pedir «Vamos fazer aqui uma ação de limpeza e precisamos de 30 voluntários. Vocês estão disponíveis para nos ajudar?». Como pode ser, muitas vezes, e para nós até é a própria empresa a fazer o movimento ao contrário, a vir ter connosco «Gostávamos de fazer uma ação de voluntariado. A Comunidade Vida e Paz pode receber-nos?».

Portanto, na maior parte das vezes a empresa vem ter connosco mas eu acho que pode ser feito das duas formas. Até porque há empresas que neste momento estão a criar bases de dados de pessoas de voluntariado técnico. Por exemplo, a EDP está a criar uma base de dados em que tem voluntários da EDP mas que têm uma formação específica (engenheiro, arquiteto e por aí em diante...) em que eu, enquanto instituição, posso aceder a essa base de dados. Imaginando que eu preciso de um arquiteto para me fazer uma coisa pontual, é tentar contactar essa pessoa para me ajudar nesse projeto. Portanto, acho que aqui o movimento pode ser dos dois lados.

CS - Será o voluntariado uma área maioritariamente necessária para as instituições ou haverá outras formas de apoio?

IO - O que nós fazemos muito com as empresas que colaboram connosco é convidá-los a vir cá. A ver o nosso trabalho, a participarem no nosso trabalho, a virem fazer uma equipa de rua, a perceber para o que é que estão a dar dinheiro.

É muito importante que a empresa perceba para o que é que está a dar dinheiro. Não é passar um cheque. Tudo bem que para nós o cheque é importantíssimo mas é importante que a empresa também sinta que aquele dinheiro que está a dar à Comunidade Vida e Paz vai afetar aquele número de pessoas que nós acompanhamos diariamente. E acho que isso é uma forma que as instituições acabam por ter para fidelizar as empresas connosco. Eu pelo menos sinto muito isso e faço muito esse trabalho de «Tudo bem vocês querem dar-nos este donativo, ótimo! Mas venham, alguns colaboradores vossos venham, façam uma equipa de rua, venham visitar os nossos centros.»

Conhecer a realidade é muito importante e se nós no ano seguinte formos pedir àquela empresa «Lembro-me de ter feito uma visita. O trabalho que eles fazem é extraordinário e o número de pessoas que apoiam!» Já não é uma coisa assim abstracta. Já é uma coisa no concreto. Eu acho que as instituições têm que passar muito por aí, por abrir as portas às empresas porque acho que cada vez mais as instituições vão ter que arranjar forma de se financiarem e não vai ser o Estado. Portanto, vão ter que ser criativas dessa forma, vão ter que arranjar formas de se subsidiarem, alternativas aos subsídios que têm. E as empresas é uma boa alternativa, elas estão abertas para... mas também não querem dar um cheque em branco, também querem saber para o que é que estão a contribuir. E eu sei que há instituições que, muitas vezes, estão renitentes em abrir as portas e em mostrar o seu trabalho mas acho que não temos nada a esconder e acho que isso é uma mais-valia.

A maior parte, 80% dos nossos voluntários vêm sozinhos. Portanto, não vêm através de nenhuma empresa mas acho que é importante para as instituições terem nas empresas várias pessoas que reconhecem a instituição. Nós, muitas vezes, quando vamos pedir ao departamento de Marketing e apresentamos uma candidatura em que precisamos de um tipo de ajuda, é importante que aquela empresa nos conheça. E as ações de voluntariado são uma boa forma das empresas nos conhecerem. Acho que aí é uma mais-valia para a instituição. Nem é tanto os recursos humanos que acabam por ficar cá mas sim a empresa conhecer a instituição. Nós fazemos voluntariado com algumas empresas em que acabamos por receber 200 colaboradores deles. São 200 pessoas daquela empresa que conhecem a Comunidade Vida e Paz e que conhecem o nosso trabalho. Se nós amanhã formos lá bater à porta, aquela pessoa já esteve cá, já nos conheceu, já viu o nosso trabalho e está muito mais atenta para nos ouvir do que se não nos conhecer. Acho que aí é que pode ser a grande mais-valia, não tanto ao nível de recursos humanos imediatos mas sim do conhecimento da instituição e de uma possível parceria até ao nível financeiro. Nós acabamos por ter muitas parcerias que vêm do voluntariado, ou seja, a empresa começou por nos contactar a nível de voluntariado empresarial, os funcionários tiveram uma experiência muito positiva e a empresa acaba por querer colaborar connosco ao longo do ano, quer financeiramente, quer ao nível de recursos.

CS - Considera suficiente o tempo que as empresas disponibilizam aos seus colaboradores para participarem em ações de voluntariado?

IO – Há umas que sim, há outras que não. Há empresas que neste momento estão a dar uma tarde por mês. Não são todas, é verdade mas já há bastantes. A mim parece-me um tempo razoável, uma tarde por mês para a pessoa fazer voluntariado. A maior parte das empresas não dão tempo, ou seja, dão tempo uma vez por ano. Fazem uma ação de voluntariado uma vez por ano e aí acaba por ser aquele dia que é dedicado ao voluntariado. Mas depois o que a empresa quer é que as pessoas façam voluntariado fora do seu horário laboral.

Nós temos muitos voluntários aqui à tarde e alguns vêm através de empresas que dão uma tarde por mês, dentro do horário laboral. Há empresas que só dão isso uma vez por ano. A pessoa pode escolher uma tarde e dão isso uma vez por ano. Há outras que não dão tempo nenhum e que se for a empresa a organizar a ação de voluntariado dão esse tempo. Se for a pessoa a querer ir por si, já não dão.

CS - O tipo de voluntariado (regular ou ocasional) deve depender da área de intervenção da instituição? Qual será a importância do voluntariado regular face ao ocasional?

IO – Depende da área de intervenção porque, para o Banco Alimentar, o ocasional é muito importante mas, para nós, é o voluntariado regular, sem dúvida. Os nossos voluntários fazem o compromisso de um dia por semana ou um dia de 15 em 15 dias mas tem a ver com a nossa forma de trabalho. Para o Banco Alimentar o voluntariado ocasional é muito importante.

Portanto, acho que aí também depende de cada instituição. Se calhar há instituições que só precisam de voluntários uma vez por mês quando fazem triagem de roupa ou se calhar não precisam de uma coisa tão regular. Sei que existe a Entreatuda e também o CNPV mas acho que neste momento não temos nenhuma instituição a funcionar a este nível, que é «Se calhar eu, hipoteticamente, posso dar uma vez por mês e venho aqui à Comunidade Vida e Paz e digo que posso vir uma vez por mês. E nós aqui dizemos que esse tipo de voluntariado para nós não dá.» E aquela pessoa desmotiva e nunca mais vai querer fazer voluntariado na vida. Se calhar se houvesse alguma plataforma ou instituição que acabasse por fazer esta recolha toda de informação «Eu diria que não posso mas vá ali àquela instituição, que tem informação sobre outras instituições que fazem voluntariado e, que a

podem encaminhar tendo em conta a disponibilidade que a pessoa tem.» Porque eu acho que isso é muito difícil.

CS - Considera que pode existir influência entre a prática individual de voluntariado e o voluntariado empresarial e vice-versa? (Isto é, o facto de uma pessoa que trabalha numa empresa na qual se promovem ações de voluntariado pode influenciar a sua prática individual de voluntariado ou que o facto de uma pessoa que trabalha numa empresa e que já praticou voluntariado a título individual pode influenciar a sua participação em ações de voluntariado desenvolvidas pela empresa?)

IO – Sim, isso acontece imenso, há muito essa influência positiva. Por exemplo, os colaboradores da Nestlé que após a ação de voluntariado no Natal ficaram voluntários na Comunidade Vida e Paz. Quando nós fazemos ações de voluntariado eles perguntam sempre «Isabel, este Natal vocês vão fazer alguma coisa com a Nestlé? Para saber se nos inscrevemos pela Nestlé ou pela Comunidade.». Portanto, temos muitos voluntários que sim, que acabam por vir muitas vezes pela empresa e que são simultaneamente nossos voluntários.

Temos também muitos voluntários que vêm sozinhos, são voluntários só nossos, e que depois organizam e dinamizam ações de voluntariado nas empresas em que estão a trabalhar porque querem ajudar a instituição em que são voluntários. Acho que aqui o importante é mesmo dar-nos a conhecer o mais possível às empresas. Portanto, acho que são as nossas grandes parceiras para o futuro. E, imaginando que nós fazemos uma ação de voluntariado com a empresa X, esta 2ª feira, e vêm 20 pessoas hoje fazer equipas de rua e 2 delas amanhã contactam-me porque querem ficar nossos voluntários. Aí fazem o processo de um voluntário normal, fazem inscrição, fazem formação e depois arranjam uma vaga para a pessoa. Mas o primeiro contacto que elas tiveram foi através daquela ação que fizeram com a empresa. Depois todo o processo é como se fosse uma pessoa que viesse cá sozinha. Não têm um processo diferente por terem começado por uma empresa ou não. Em termos de atividade podem fazer a mesma coisa. Temos até algumas empresas que dão algumas tardes para os seus funcionários virem cá fazer voluntariado, uma tarde por mês.

Anexo W – Entrevista à direção de Change Management do BNP Paribas

Gerais

Célia Santos (CS) - De que forma se pode contribuir para a resolução dos problemas sociais? Podem ser resolvidos por qualquer pessoa ou requerem um determinado perfil?

Elisabetta Piollini (EP) - Podemos contribuir para a resolução de problemas sociais ao ajudar as instituições, através de voluntariado ou de financiamento de projetos.

Nas situações em que ajudamos através de voluntariado temos noção que nem sempre poderá ser qualquer pessoa pois, por vezes, somos confrontados com situações para as quais não estamos preparados.

CS - Como define voluntariado e voluntariado empresarial?

EP - Voluntariado é o ato de uma pessoa despende livremente do seu tempo em prol de outrem (da sociedade, da comunidade), com vista a ajudar uma causa maior, sem qualquer contrapartida.

Voluntariado empresarial é fazê-lo enquadrado no horário de trabalho, em nome da empresa.

CS - Quando foi a primeira vez que participou numa ação de voluntariado?

Como foi essa experiência? (onde foi, quanto tempo durou e o que fez)

EP - Já participei em ações de voluntariado, tendo sido a primeira vez em 2012. Participei numa ação com a associação Elo Social, chamada Jogos da Primavera, cujo objetivo era arbitrar e prestar apoio aos participantes nos jogos.

O tema era “Jogos Olímpicos”. Esta ação durou um dia.

CS - Quais as vantagens do voluntariado, para os voluntários, para as instituições e para as empresas?

EP - Voluntários: sentem que podem ativamente ajudar terceiros com necessidades.

Instituições: recebem uma ajuda (em trabalho, em espécie ou financeira) que para eles é muito preciosa.

Empresa: motivar os nossos colaboradores e desenvolvermo-nos como uma empresa socialmente responsável.

CS – E existem desvantagens?

EP - A desvantagem inerente a atividades de voluntariado é o facto de não conseguirmos ajudar todas as instituições que requerem o nosso apoio.

CS - E na relação entre empresas e instituições devem ser as empresas a procurar as instituições que necessitam dos voluntários ou o contrário?

EP - Ambas abordagens são positivas. Quando abordamos uma instituição, procuramos ajudar uma instituição sugerida pelos nossos colaboradores.

O facto de sermos abordados por instituições também é muito interessante, no sentido em que poderão ser instituições com mais necessidades, que ainda não tínhamos conhecimento.

CS - Será o voluntariado uma área maioritariamente necessária para as instituições ou haverá outras formas de apoio?

EP - Claramente o financiamento é uma forma alternativa de apoio.

No entanto, no *BNP Paribas Securities Services* damos primazia ao envolvimento dos nossos colaboradores com as instituições, através de ações de voluntariado.

CS - O tipo de voluntariado (regular ou ocasional) deve depender da área de intervenção da instituição? Qual será a importância do voluntariado regular face ao ocasional?

EP - O *BNP Paribas Securities Services* procura construir relações de continuidade com as instituições às quais nos associamos diretamente.

No entanto, quando participamos numa atividade organizada pela Fundação PT, no âmbito do projeto Mão-na-Mão, costumam ser relações pontuais.

Construir relações de continuidade é, para nós, muito importante porque estabelecemos laços mais fortes com a instituição em causa e podemos desenvolver iniciativas de continuidade que permitem conjugar os nossos recursos com as necessidades da instituição.

CS - Considera que pode existir influência entre a prática individual de voluntariado e o voluntariado empresarial e vice-versa? (Isto é, o facto de uma pessoa que trabalha numa empresa na qual se promovem ações de voluntariado pode influenciar a sua prática individual de voluntariado ou que o facto de uma pessoa que trabalha numa empresa e que já praticou voluntariado a título individual pode influenciar a sua participação em ações de voluntariado desenvolvidas pela empresa?)

EP - Sim, muitos colaboradores envolvidos em instituições se interessam pelas nossas atividades ou procuram mesmo o nosso apoio.

Outros colaboradores passam a ser mais envolvidos com as instituições que apoiamos depois de um primeiro contacto proporcionado pelo *BNP Paribas Securities Services*.

Específicas

CS - Nesta empresa, existe uma estratégia para o voluntariado? Com que objetivos?

EP - Existe uma política de Responsabilidade Social da Empresa (RSE) global, a nível do Grupo *BNP Paribas*, que inclui o voluntariado como um ponto estratégico.

No *BNP Paribas Securities Services* escolhemos focar-nos este ano na Educação. É, de facto, um ponto estratégico para nós, visto que as pessoas, e intrinsecamente as suas competências, são a nossa maior mais-valia.

CS - É do interesse da empresa apostar nesta área?

Qual/quais as expectativas em desenvolvê-la?

EP - Desenvolver atividades de voluntariado é muito importante para o *BNP Paribas Securities Services*, na medida em que aumenta a motivação dos nossos colaboradores, assim como o sentimento de pertença a uma organização socialmente responsável.

Além disso, a RSE responde a alguns dos valores da empresa, tais como: Respeito, Espírito de Equipa e Diversão (Respect, Team Spirit, Fun).

CS - Em que áreas de intervenção a empresa desenvolve ações de voluntariado?

A forma como intervém nas instituições está relacionada com o seu core business?

EP - O *BNP Paribas Securities Services* desenvolve atividades de voluntariado em três grandes áreas:

- Responsabilidade cívica, com instituições de solidariedade social
- Responsabilidade ambiental, tentando reduzir a nossa pegada no ambiente

- Internamente, procurando contribuir para o bem-estar dos nossos colaboradores
Nenhuma destas áreas está diretamente relacionada com o nosso *core business*.

**CS - Que tipo de relação de parceria/formas de ajuda são estabelecidas com as instituições?
Essa escolha tem em consideração a opinião dos colaboradores?**

EP - No *BNP Paribas Securities Services* temos dois tipos de relação estabelecidas com instituições em que se verificam três tipos de forma de ajuda: voluntariado, doações em espécie e doações monetárias.

Por um lado, temos relações pontuais nas quais estabelecemos algum contacto com instituições através de ações de voluntariado como as que são organizadas pela Fundação PT.

Por outro lado, estabelecemos também relações de continuidade com algumas instituições, tais como a Elo Social ou a AFID, através de ações de voluntariado regulares ou de contratos estabelecidos com a instituição, no abrigo do Emprego Protegido.

O *BNP Paribas Securities Services* desenvolveu atividades para os colaboradores, quer da empresa, quer do grupo *BNP Paribas*, como a Corrida de Santo António, em 2012, uma corrida organizada durante as Festas de Lisboa cuja parte dos fundos angariados reverteram a favor do C.A.S.A. (Centro de Apoio ao Sem-Abrigo).

As instituições às quais estamos associados são, usualmente, sugeridas pelos nossos colaboradores. Normalmente, quando os nossos colaboradores sugerem que ajudemos alguma instituição, também nos explicam em que é que a nossa ajuda seria necessária, propondo por exemplo atividades de voluntariado.

CS - Quanto tempo disponibilizam por ano aos colaboradores?

EP - O tempo disponibilizado por ano aos colaboradores do *BNP Paribas Securities Services* não está estabelecido nem limitado.

As atividades de voluntariado têm, por norma, duração de um dia de trabalho.

CS - Sumariamente descreva os principais projetos de voluntariado da empresa (nome, instituição apoiada, duração em horas, número de voluntários e periodicidade).

EP - Temos 5 atividades de voluntariado organizadas pela Fundação PT:

- 1) A nossa Cidade – reabilitação de espaços verdes em Lisboa (Espaço Monsanto), com duração de um dia e participação de 7 voluntários do *BNP Paribas Securities Services*.
- 2) Aprender – Transmissão de conhecimentos sobre a importância da água e da Reciclagem, em parceria com a Associação Futuro Autónomo, no Jardim Botânico, com duração de um dia e participação de 3 voluntários do *BNP Paribas Securities Services*.
- 3) Conchinhas do Mar – Momento de lazer em atividades de praia e do campo com crianças com deficiência ou carenciadas.
- 4) Conhecer – Transmissão de conhecimentos sobre Cidadania, com crianças em idade escolar.
- 5) Geração D'Arte – Dinamização de atividades de trabalho em equipa de idosos com vista ao combate à solidão, junto de idosos sozinhos ou institucionalizados.

Temos também 3 atividades de voluntariado organizadas para o Grupo *BNP Paribas*:

- 1) Distribuição de comida aos sem-abrigo de Lisboa e do Porto, com a instituição C.A.S.A., durante 10 terças-feiras à noite, de Abril a Junho. Participação de 20 voluntários do Grupo *BNP Paribas*.
- 2) Jogos da Primavera – Atividade organizada com a Elo Social na qual prestamos apoio na coordenação e arbitragem de Jogos alusivos à importância da Água e Educação sobre Cidadania. Participação prevista de 25 voluntários do Grupo *BNP Paribas*.

3) Jantar de Natal dos Sem-Abrigo – Em parceria com o C.A.S.A., esta atividade visa ajudar na organização do jantar de Natal proporcionado a pessoas Sem-Abrigo.

Finalmente, organizamos mais 1 atividade exclusiva aos colaboradores do *BNP Paribas Securities Services*:

Education Knows no Differences – Atividade organizada com a Elo Social, na qual daremos formação ao pessoal administrativo e a utentes da instituição, com o objetivo de desenvolver capacidades de gestão do pessoal administrativo e de facultar formações úteis para os utentes, na perspetiva de encontrar um novo emprego.

CS - Prevêem manter, aumentar ou diminuir o número de ações e a sua duração?

EP - De momento temos planeadas 9 ações de voluntariado para 2013, em comparação a 7 atividades efetuadas em 2012.

As atividades de voluntariado têm, por norma, duração de um dia de trabalho.

CS - Através de que meios são comunicadas aos colaboradores as ações de voluntariado? É importante utilizar as redes sociais para apoiar a ação voluntária?

EP - As atividades de voluntariado são comunicadas aos colaboradores através da nossa intranet, de televisões disponíveis nas nossas cantinas e de uma Newsletter semanal.

O *BNP Paribas Securities Services* não está presente nas redes sociais. O nosso site externo refere, no entanto, a importância da Responsabilidade Social Empresarial para nós.

CS - Através de que instrumentos/mecanismos medem a eficácia das ações realizadas? Qual o impacto que a prática de voluntariado empresarial tem na sua empresa? (resultados de negócio obtidos e benefícios para a comunidade e para os funcionários)

EP - A eficácia das atividades realizadas é medida através de um inquérito de satisfação qualitativo e quantitativo, de um pedido de *feedback* da ação a um colaborador por atividade (artigo colocado na nossa intranet).

O retorno obtido destas atividades é o aumento da motivação e sentimento de pertença à empresa. Os nossos colaboradores sentem-se orgulhosos por fazer parte de uma empresa preocupada com a comunidade.

CS - A empresa possui algum reconhecimento das suas ações (certificados/distinções)?

EP - Não, não faz parte da nossa política.

Anexo X – Entrevista à equipa de Responsabilidade Social da Delta Cafés

Gerais

Célia Santos (CS) - De que forma se pode contribuir para a resolução dos problemas sociais? Podem ser resolvidos por qualquer pessoa ou requerem um determinado perfil?

Miguel Ribeirinho (MR) - Os problemas sociais requerem o envolvimento de todos os parceiros interessados, caso contrário não são estruturalmente resolvidos, pois a diversidade desde que gerida de forma objetiva e construtiva faz a diferença. Obviamente que as características pessoais associadas à capacidade de trabalhar em grupo e de fomentar um diálogo responsável ajudarão a conseguir construir soluções mas não são condições absolutas.

CS - Como define voluntariado e voluntariado empresarial?

MR - É o ser humano que faz estas definições por razões organizacionais e sociais. Para os voluntários o espírito e a forma de entrega deve ser o mesmo, pois ambos querem resolver as mesmas coisas com chapéus diferentes. Obviamente que as organizações pela sua vertente de gestão têm formas diferentes de gerir os projectos, mas isso não devia ser um problema se ambos os processos atingissem os objetivos definidos nos *timings* acordados.

CS - Quando foi a primeira vez que participou numa ação de voluntariado?

Como foi essa experiência? (onde foi, quanto tempo durou e o que fez)

MR - Já participei por diversas vezes em projetos curtos.

CS - Quais as vantagens do voluntariado, para os voluntários, para as instituições e para as empresas?

MR - Devemos começar pela sociedade para não nos perdermos. Esta é que deve melhorar e quando acontece todos nós crescemos. Depois deste assunto claro podemos encontrar diversas vantagens para todas as partes interessadas mas isso dependerá de muitos fatores. Cada projeto deveria ter objetivos e planos de ação bem como a avaliação de resultados para podermos falar de vantagens.

CS - Existem desvantagens?

MR - Depende de muitos fatores. Tem que ser analisado caso a caso e projeto a projeto.

CS - E na relação entre empresas e instituições devem ser as empresas a procurar as instituições que necessitam dos voluntários ou o contrário?

MR - Seja quem seja que detete uma necessidade deve tentar mobilizar os parceiros interessados para conseguir atingir os objetivos e a respetiva transformação social.

Não se devem fazer projetos sem objetivos.

CS - Será o voluntariado uma área maioritariamente necessária para as instituições ou haverá outras formas de apoio?

MR - Remeto para a questão anterior.

CS - O tipo de voluntariado (regular ou ocasional) deve depender da área de intervenção da instituição? Qual será a importância do voluntariado regular face ao ocasional?

MR - O voluntariado ocasional poderá fazer parte do projeto face às características do mesmo e respetivos objetivos. Poderão ser complementares ou ser incompatíveis.

CS - Considera que pode existir influência entre a prática individual de voluntariado e o voluntariado empresarial e vice-versa? (Isto é, o facto de uma pessoa que trabalha numa empresa na qual se promovem ações de voluntariado pode influenciar a sua prática individual de voluntariado ou que o facto de uma pessoa que trabalha numa empresa e que já praticou

voluntariado a título individual pode influenciar a sua participação em ações de voluntariado desenvolvidas pela empresa?)

MR - Vai depender da organização, da liderança do projeto, do projeto, dos resultados atingidos e do próprio indivíduo.

Específicas

CS - Nesta empresa existe uma estratégia para o voluntariado? Com que objetivos?

MR - A Delta aposta num rumo em direção à sustentabilidade e têm uma estratégia de desenvolvimento assente na integração dos pilares económico, social e ambiental.

Face ao levantamento efetuado pelos parceiros interessados pode ser necessário desenvolver projetos que agreguem componentes de voluntariado.

Quando acontece temos que garantir um apoio do desenvolvimento do eixo de voluntariado de forma sustentável para garantir o cumprimento dos objetivos.

CS - É do interesse da empresa apostar nesta área?

Qual/quais as expectativas em desenvolvê-la?

MR - A Delta desde sempre, há mais de 50 anos, teve fortes motivações sociais resultando numa forte cumplicidade dos colaboradores da comunidade e da administração na dimensão pessoal, familiar e profissional.

CS - Em que áreas de intervenção a empresa desenvolve ações de voluntariado?

A forma como intervém nas instituições está relacionada com o seu *core business*?

MR - Como já expliquei podem estar ou não.

CS - Que tipo de relação de parceria/formas de ajuda são estabelecidas com as instituições?

Essa escolha tem em consideração a opinião dos colaboradores?

MR - Sim.

CS - Quanto tempo disponibilizam por ano aos colaboradores?

MR - Depende dos compromissos e objetivos.

CS - Sumariamente descreva os principais projetos de voluntariado da empresa (nome, instituição apoiada, duração em horas, número de voluntários e periodicidade).

MR - Existem dois tipos de projetos: voluntariado individual e voluntariado empresarial.

O voluntariado individual é vocacional e estão incluídas ações pontuais e visitas a instituições como lares e hospitais. Neste voluntariado, para o ano de 2011/2012, foram incluídas 2759 horas. Na vertente de voluntariado empresarial contamos com o Programa Tempo Para Dar e com movimentos como o Mão-Na-Mão ou GRACE. Neste tipo de voluntariado foram disponibilizadas 2765 horas.

CS - Prevêem manter, aumentar ou diminuir o número de ações e a sua duração?

MR - No nosso caso vamos aumentar.

CS - Através de que meios são comunicadas aos colaboradores as ações de voluntariado? É importante utilizar as redes sociais para apoiar a ação voluntária?

MR - Depende do projeto.

CS - Através de que instrumentos/mecanismos medem a eficácia das ações realizadas?

Qual o impacto que a prática de voluntariado empresarial tem na sua empresa?

(resultados de negócio obtidos e benefícios para a comunidade e para os funcionários)

MR - Utilizamos indicadores desenhados e construídos para averiguar a eficácia da transformação do projeto na sociedade.

CS - A empresa possui algum reconhecimento das suas ações (certificados/distinções)?

MR

-

Sim.

Anexo Y – Dados quantitativas e qualitativos

Caraterísticas sócio-profissionais

Já praticou voluntariado? * Empresa em que trabalha: Crosstabulation

		Empresa em que trabalha:			Total	
		Delta Cafés	Grupo PT	Xerox		
Já praticou voluntariado?	Sim	0	5	304	1	310
	Não	60	0	0	0	60
Total		60	5	304	1	370

Idade: * Empresa em que trabalha: Crosstabulation

		Empresa em que trabalha:			Total	
		Delta Cafés	Grupo PT	Xerox		
Idade:	< 25 anos	60	0	0	0	60
	>= 25 anos e < 35 anos	0	0	5	0	5
	>= 35 anos e < 45 anos	0	4	89	0	93
	>= 45 anos	0	1	113	1	115
	Total	60	5	304	1	370

Género: * Empresa em que trabalha: Crosstabulation

		Empresa em que trabalha:			Total	
		Delta Cafés	Grupo PT	Xerox		
Género:	Feminino	60	0	0	0	60
	Masculino	0	5	210	1	216
	Total	60	5	304	1	370

Número de dependentes: * Empresa em que trabalha: Crosstabulation

		Empresa em que trabalha:			Total	
		Delta Cafés	Grupo PT	Xerox		
Número de dependentes:	Nenhum	60	0	0	0	60
	1 ou 2	0	3	134	0	137
	3 ou mais	0	2	154	1	157
	Total	60	5	304	1	370

Nível escolar mais elevado que concluiu: * Empresa em que trabalha: Crosstabulation

		Empresa em que trabalha:			Total	
			Delta Cafés	Grupo PT		Xerox
		60	0	0	0	60
	9º ano	0	0	1	0	1
	12º ano	0	2	71	0	73
Nível escolar mais elevado que concluiu:	Bacharelato e/ou curso médio	0	0	20	0	20
	Licenciatura	0	3	107	1	111
	Mestrado e/ou Pós-graduação	0	0	104	0	104
	Doutoramento	0	0	1	0	1
	Total	60	5	304	1	370

Rendimento mensal bruto: * Empresa em que trabalha: Crosstabulation

		Empresa em que trabalha:			Total	
			Delta Cafés	Grupo PT		Xerox
		60	0	0	0	60
	=< 500 euros	0	0	2	0	2
Rendimento mensal bruto:	> 500 euros e =< 1500 euros	0	5	145	1	151
	> 1500 euros e =< 2500 euros	0	0	108	0	108
	> 2500 euros e =<3500 euros	0	0	31	0	31
	> 3500 euros	0	0	18	0	18
	Total	60	5	304	1	370

Duração da deslocação entre a residência e a empresa: * Empresa em que trabalha: Crosstabulation

		Empresa em que trabalha:			Total	
			Delta Cafés	Grupo PT		Xerox
		60	0	0	0	60
Duração da deslocação entre a residência e a empresa:	=< 30 minutos	0	2	175	1	178
	> 30 minutos e =< 1 hora	0	2	106	0	108
	> 1 hora	0	1	23	0	24
	Total	60	5	304	1	370

Local de Trabalho: * Empresa em que trabalha: Crosstabulation

		Empresa em que trabalha:			Total	
			Delta Cafés	Grupo PT		Xerox
Local de Trabalho:		60	0	0	0	60
	Alentejo	0	1	4	0	5
	Algarve	0	0	3	0	3
	Centro	0	0	22	0	22
	Ilhas	0	0	9	0	9
	Lisboa e Vale do Tejo	0	4	231	1	236
	Norte	0	0	35	0	35
	Total	60	5	304	1	370

Cargo que ocupa atualmente na empresa: * Empresa em que trabalha: Crosstabulation

		Empresa em que trabalha:			Total	
			Delta Cafés	Grupo PT		Xerox
Cargo que ocupa atualmente na empresa:		60	0	0	0	60
	Técnico / Especialista	0	3	84	1	88
	Técnico Superior	0	2	89	0	91
	Gestor / Consultor	0	0	115	0	115
	Diretor	0	0	11	0	11
	Pré-reforma ou Suspensão do contrato	0	0	5	0	5
	Total	60	5	304	1	370

Antiguidade na empresa: * Empresa em que trabalha: Crosstabulation

		Empresa em que trabalha:			Total	
			Delta Cafés	Grupo PT		Xerox
Antiguidade na empresa:		60	0	0	0	60
	=< 1 ano	0	0	9	0	9
	> 1 ano e =< 5 anos	0	5	66	0	71
	> 5 anos	0	0	229	1	230
	Total	60	5	304	1	370

Número de horas de trabalho semanal: * Empresa em que trabalha: Crosstabulation

		Empresa em que trabalha:			Total	
			Delta Cafés	Grupo PT		Xerox
Número de horas de trabalho semanal:		60	0	0	0	60
	=< 30 horas	0	0	3	0	3
	> 30 horas e =< 40 horas	0	2	139	1	142
	> 40 horas	0	3	162	0	165
	Total	60	5	304	1	370

Vínculo contratual com a empresa: * Empresa em que trabalha: Crosstabulation

		Empresa em que trabalha:			Total	
			Delta Cafés	Grupo PT		Xerox
		60	0	0	0	60
Vínculo	Contrato a termo certo	0	1	54	0	55
contratual com	Contrato a termo incerto	0	0	12	0	12
a empresa:	Contrato sem termo (efetividade)	0	4	224	1	229
	Outsourcing	0	0	14	0	14
	Total	60	5	304	1	370

Relação entre voluntariado individual e empresarial

É para si importante que a empresa onde trabalha promova a prática do voluntariado? * Empresa em que trabalha: Crosstabulation

		Empresa em que trabalha:			Total	
			Delta Cafés	Grupo PT		Xerox
É para si importante que a empresa onde trabalha promova a prática do voluntariado?		60	0	0	0	60
	Sim	0	5	298	1	304
	Não	0	0	6	0	6
	Total	60	5	304	1	370

As ações de voluntariado em que já participou foram realizadas: * Empresa em que trabalha: Crosstabulation

		Empresa em que trabalha:			Total	
			Delta Cafés	Grupo PT		Xerox
As ações de voluntariado em que já participou foram realizadas:		60	0	0	0	60
	Através da empresa	0	2	94	0	96
	Individualmente	0	0	60	0	60
	Através da empresa e individualmente	0	3	150	1	154
	Total	60	5	304	1	370

Praticou voluntariado individual antes da sua participação nas ações promovidas pela empresa? * Empresa em que trabalha: Crosstabulation

		Empresa em que trabalha:			Total	
			Delta Cafés	Grupo PT		Xerox
Praticou voluntariado individual antes da sua participação nas ações promovidas pela empresa?		60	2	154	0	216
	Sim	0	3	131	1	135
	Não	0	0	19	0	19
	Total	60	5	304	1	370

Foi essa experiência que o impulsionou a participar nas ações de voluntariado promovidas pela empresa? *

Empresa em que trabalha: Crosstabulation

		Empresa em que trabalha:			Total	
			Delta Cafés	Grupo PT		Xerox
Foi essa experiência que o impulsionou a participar nas ações de voluntariado promovidas pela empresa?		60	2	173	0	235
	Sim	0	2	67	0	69
	Não	0	1	64	1	66
	Total	60	5	304	1	370

As ações de voluntariado em que participou através da empresa foram realizadas: * Empresa em que trabalha:

Crosstabulation

		Empresa em que trabalha:			Total	
			Delta Cafés	Grupo PT		Xerox
As ações de voluntariado em que participou através da empresa foram realizadas:	Dentro do horário laboral	60	0	60	0	120
	Fora do horário laboral	0	0	53	1	54
	Dentro e fora do horário laboral	0	0	93	0	93
	Total	0	5	98	0	103
	Total	60	5	304	1	370

Teve que compensar as horas despendidas na participação em ações de voluntariado realizadas dentro do horário laboral? * Empresa em que trabalha: Crosstabulation

		Empresa em que trabalha:			Total	
			Delta Cafés	Grupo PT		Xerox
Teve que compensar as horas despendidas na participação em ações de voluntariado realizadas dentro do horário laboral?		60	0	153	0	213
	Sim	0	0	14	0	14
	Não	0	5	137	1	143
	Total	60	5	304	1	370

As ações de voluntariado propostas pela empresa têm correspondido às suas expectativas? * Empresa em que trabalha: Crosstabulation

		Empresa em que trabalha:			Total	
			Delta Cafés	Grupo PT		Xerox
As ações de voluntariado propostas pela empresa têm correspondido às suas expectativas?		60	0	60	0	120
	Sim	0	4	219	1	224
	Não	0	1	25	0	26
	Total	60	5	304	1	370

Pretende continuar a praticar voluntariado? * Empresa em que trabalha: Crosstabulation

		Empresa em que trabalha:			Total	
			Delta Cafés	Grupo PT		Xerox
Pretende continuar a praticar voluntariado?	Sim, por minha iniciativa	60	0	60	0	120
	Sim, se promovido pela empresa	0	0	5	0	5
	Sim, por minha iniciativa e se promovido pela empresa	0	1	18	0	19
		0	4	221	1	226
Total		60	5	304	1	370

Potencialidades e liitações do voluntariado empresarial

\$Q2 Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Motivações dos indivíduos ^a	Altruísmo (satisfação pela ajuda ao próximo)	296	58,2%	95,5%
	Atitude religiosa (caridade ou assistencialismo)	79	15,5%	25,5%
	Influência da prática familiar, de amigos ou vizinhos	76	14,9%	24,5%
	Interesses pessoais	58	11,4%	18,7%
Total		509	100,0%	164,2%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

\$Q3 Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Motivações das empresas ^a	Captação, desenvolvimento e fidelização de colaboradores	47	8,4%	15,2%
	Cumprimento de valores e reforço da cultura de voluntariado	144	25,7%	46,5%
	Interesse político e comunitário (senso de dever, justiça social e económica)	181	32,3%	58,4%
	Razões de ordem estratégica e de sustentabilidade	189	33,7%	61,0%
Total		561	100,0%	181,0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

\$Q4 Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Benefícios para os indivíduos ^a	Desenvolvimento de competências e capacidades pessoais	222	40,2%	71,6%
	Melhoria das relações interpessoais	136	24,6%	43,9%
	Satisfação pessoal e reconhecimento	194	35,1%	62,6%
Total		552	100,0%	178,1%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

\$Q5 Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Benefícios para as empresas ^a	Desenvolvimento de uma cultura empresarial	191	36,3%	61,6%
	Imagem da empresa junto dos clientes, consumidores e parceiros	260	49,4%	83,9%
	Reforço da comunicação interna	75	14,3%	24,2%
Total		526	100,0%	169,7%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

\$Q6 Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Limitações dos indivíduos ^a	Custos associados	73	14,7%	23,5%
	Falta de conhecimento das iniciativas	162	32,7%	52,3%
	Falta de tempo	261	52,6%	84,2%
Total		496	100,0%	160,0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

\$Q7 Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Limitações das empresas ^a	Custos associados	175	34,6%	56,5%
	Dificuldade em disponibilizar tempo aos colaboradores	215	42,5%	69,4%
	Falta de planeamento e organização das ações	116	22,9%	37,4%
Total		506	100,0%	163,2%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Atualmente, com que frequência participa nas ações de voluntariado da sua empresa? * Empresa em que trabalha:

Crosstabulation

		Empresa em que trabalha:			Total	
			Delta Cafés	Grupo PT		Xerox
Atualmente, com que frequência participa nas ações de voluntariado da sua empresa?	Só participei uma vez	60	0	60	0	120
	Ocasionalmente	0	0	28	0	28
	1 a 2 vezes por mês	0	4	158	0	162
	Frequentemente	0	0	24	0	24
			0	1	34	1
Total		60	5	304	1	370

Em média, qual o volume total de horas anual dedicado à participação em ações de voluntariado realizadas através da empresa? * Empresa em que trabalha: Crosstabulation

		Empresa em que trabalha:			Total	
			Delta Cafés	Grupo PT		Xerox
Em média, qual o volume total de horas anual dedicado à participação em ações de voluntariado realizadas através da empresa?	=< 4 horas	60	0	60	0	120
	> 4 horas e =< 8 horas	0	0	51	0	51
	> 8 horas e =< 16 horas	0	2	71	0	73
	> 16 horas e =< 48 horas	0	1	57	0	58
	> 48 horas	0	0	42	0	42
			0	2	23	1
Total		60	5	304	1	370

\$Q18 Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
As ações destinavam-se a ajudar ^a	Animais e/ou Plantas	18	3,1%	7,2%
	Comunidade (Local, nacional ou internacional)	104	17,8%	41,6%
	Crianças e/ou Jovens	118	20,2%	47,2%
	Deficientes e/ou Portadores de doenças	53	9,1%	21,2%
	Famílias carentiadas	91	15,6%	36,4%
	Grupos étnicos minoritários ou desfavorecidos	16	2,7%	6,4%
	Idosos	30	5,1%	12,0%
	Mães solteiras e bebês	13	2,2%	5,2%
	Pessoas sem abrigo	123	21,1%	49,2%
	Pessoas vítimas do desrespeito dos direitos humanos	4	0,7%	1,6%
Reclusos	13	2,2%	5,2%	
Total	583	100,0%	233,2%	

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

\$Q19 Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Quais as atividades que desempenhou ^a	Atividades cívicas, associativas e/ou sindicais	32	6,5%	12,8%
	Atividades lúdico-recreativas	74	15,1%	29,6%
	Cuidados de saúde e/ou sociais	31	6,3%	12,4%
	Formação e/ou ações de sensibilização	67	13,7%	26,8%
	Gestão e/ou apoio administrativo	36	7,3%	14,4%
	Requalificação de espaços (limpeza, jardinagem, pintura...)	61	12,4%	24,4%
	Recolha de donativos financeiros	30	6,1%	12,0%
	Recolha e/ou distribuição de alimentos, produtos de higiene, roupa ou outros	159	32,4%	63,6%
Total	490	100,0%	196,0%	

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

\$Q20 Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Em que áreas de intervenção participou ^a	Ajuda humanitária e/ou solidariedade social	215	57,5%	86,0%
	Ambiente	36	9,6%	14,4%
	Arte, cultura e/ou património	16	4,3%	6,4%
	Ciência e/ou tecnologia	21	5,6%	8,4%
	Desporto	7	1,9%	2,8%
	Educação e/ou Investigação	59	15,8%	23,6%
	Saúde	20	5,3%	8,0%
Total		374	100,0%	149,6%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

A empresa apresenta ações de voluntariado nas áreas de intervenção do seu interesse? * Empresa em que trabalha: Crosstabulation

		Empresa em que trabalha:			Total	
		Delta Cafés	Grupo PT	Xerox		
A empresa apresenta ações de voluntariado nas áreas de intervenção do seu interesse?	Sim	60	0	60	0	120
	Não	0	5	235	1	241
	Não sabe	0	0	9	0	9
Total		60	5	304	1	370

A empresa recolhe a opinião dos seus colaboradores para desenvolver as ações de voluntariado? * Empresa em que trabalha: Crosstabulation

		Empresa em que trabalha:			Total	
		Delta Cafés	Grupo PT	Xerox		
A empresa recolhe a opinião dos seus colaboradores para desenvolver as ações de voluntariado?	Sim	60	0	60	0	120
	Não	0	2	175	1	178
	Não sabe	0	2	21	0	23
	Não sabe	0	1	48	0	49
Total		60	5	304	1	370

Nas ações de voluntariado em que participou foi efetuado enquadramento e/ou formação para as atividades a desempenhar? * Empresa em que trabalha: Crosstabulation

		Empresa em que trabalha:			Total	
			Delta Cafés	Grupo PT		Xerox
Nas ações de voluntariado em que participou foi efetuado enquadramento e/ou formação para as atividades a desempenhar?		60	0	60	0	120
	Sim, pela empresa	0	0	51	0	51
	Sim, pela instituição	0	0	34	0	34
	Sim, por ambas	0	4	134	1	139
	Não	0	1	25	0	26
Total		60	5	304	1	370

Foi recolhida avaliação depois de terminar as ações de voluntariado em que participou através da empresa? * Empresa em que trabalha: Crosstabulation

		Empresa em que trabalha:			Total	
			Delta Cafés	Grupo PT		Xerox
Foi recolhida avaliação depois de terminar as ações de voluntariado em que participou através da empresa?		60	0	60	0	120
	Sim, pela empresa	0	1	135	0	136
	Sim, pela instituição	0	1	15	0	16
	Sim, por ambas	0	2	46	1	49
	Não	0	1	48	0	49
Total		60	5	304	1	370

Recebeu um certificado a reconhecer a sua participação nas ações de voluntariado promovidas pela empresa? *

Empresa em que trabalha: Crosstabulation

		Empresa em que trabalha:			Total	
			Delta Cafés	Grupo PT		Xerox
Recebeu um certificado a reconhecer a sua participação nas ações de voluntariado promovidas pela empresa?		60	0	60	0	120
	Sim, da empresa	0	0	12	0	12
	Sim, da instituição	0	0	25	0	25
	Sim, de ambas	0	1	13	1	15
	Não	0	4	194	0	198
Total		60	5	304	1	370

\$Q26 Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Como são divulgadas as ações na empresa ^a	Contacto direto e/ou "passa a palavra"	36	7,0%	14,4%
	Correio interno	42	8,2%	16,8%
	E-mail	210	40,8%	84,0%
	Intranet	211	41,0%	84,4%
	Publicações (cartazes, folhetos,...)	15	2,9%	6,0%
	SMS	1	0,2%	0,4%
Total		515	100,0%	206,0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Comparativamente a outras empresas que conheça, como avalia (em termos de áreas de intervenção e impacto da ação) o voluntariado promovido pela sua empresa? * Empresa em que trabalha: Crosstabulation

		Empresa em que trabalha:			Total	
			Delta Cafés	Grupo PT		Xerox
Comparativamente a outras empresas que conheça, como avalia (em termos de áreas de intervenção e impacto da ação) o voluntariado promovido pela sua empresa?	Melhor	60	0	60	0	120
	Igual	0	2	115	0	117
	Pior	0	1	27	1	29
		0	0	1	0	1
	Não sabe	0	2	101	0	103
Total		60	5	304	1	370

Análise de conteúdo às questões abertas do inquérito

Questão 9 - Justifique a sua resposta à pergunta 8 "É para si importante que a empresa onde trabalha promova a prática do voluntariado?"

Categoria	Quantidade	Exemplos
Não		
Motivações pessoais	2	<ul style="list-style-type: none"> • A iniciativa parte de cada um e não será isso que fará com que trabalhe ou não numa determinada empresa. • O voluntariado é uma opção pessoal, se quiser desenvolver atividades posso recorrer às organizações especializadas.
Autonomia das instituições	1	<ul style="list-style-type: none"> • As empresas não devem envolver-se nestas causas devido a interesses político-financeiros. As Instituições devem ter capacidade de recrutamento.
Responsabilidade social das empresas		
Fraca partilha de boas práticas	1	<ul style="list-style-type: none"> • Hoje, em Portugal, considero que ainda não existe uma visibilidade empresarial neste contexto.
Necessidade de garantir a RSI	1	<ul style="list-style-type: none"> • Precisamos de mais condições para os trabalhadores atuais.
Sim		

Benefícios internos e externos da empresa		
Reforço da cultura	33	<ul style="list-style-type: none"> • Na minha empresa a prática de voluntariado é já algo cultural e inerente aos nossos "hábitos". Seria muito difícil desenraizar este "benefício" • Promove a relação interpessoal e incentiva a prática do voluntariado. • A responsabilidade social é de todos, uma empresa é um grupo organizado estruturado consegue mais facilmente mover vontades. • Ações de voluntariado organizadas na nossa empresa conferem mais confiança às iniciativas. O Efeito borboleta acontece nas empresas, também o crescimento por imitação é um comportamento Humano experimentado desde muito cedo, em grupo com colegas, sabendo que os outros fazem torna mais fácil a adesão as iniciativas de voluntariado. • Acho uma atitude muito nobre que lhe dará reconhecimento na área da solidariedade e que traz por certo uma riqueza pessoal aos colaboradores e uma oportunidade enorme no trabalho de equipa. • Por uma questão de imagem interna e externa e o fomento deste tipo de atividades junto dos colaboradores permite a criação de raízes entre os colaboradores e a própria empresa. • Sendo uma iniciativa no âmbito da empresa isso dá-me a oportunidade de colaborar com quem já conheço, ou que pertencem ao mesmo contexto empresarial. • Sem dúvida que ter a empresa como promotora destas ações de voluntariado faz-me sentir que estou em família! • Promove uma cultura empresarial de voluntariado, em que os colaboradores se sentem mais à vontade para disponibilizar o seu tempo, promovendo ainda o voluntariado individual. • Porque incentiva o espírito de solidariedade entre colaboradores e participa ativamente na comunidade. • Sinto segurança ao participar em ações que foram previamente analisadas por quem tem muitos anos de experiencia nessas áreas, e por isso, sinto que é mais provável que a minha ajuda chegue mesmo a quem precisa. Chega-me a informação de uma forma organizada e fácil para eu participar. Conheço e reforço o convívio com outros trabalhadores da empresa. • Uma empresa deve promover os valores que entende serem os adequados à sua atividade e à sua intervenção na sociedade. • Ajuda a desenvolver espírito de sacrifício pelos outros e incute espírito colaborativo, qualidades que potenciam valor dentro da empresa, entre os seus colaboradores. • Com a promoção da prática de voluntariado estamos a contribuir para uma cultura de partilha e colaboração dentro da empresa. Considero que esta prática irá ter um impacto positivo nos colaboradores da empresa, promovendo uma atitude colaborativa com resultados num melhor trabalho em equipa.
Reforço da comunicação	13	<ul style="list-style-type: none"> • Através do voluntariado, os colaboradores dos diferentes sectores interagem e conhecem-se, melhorando a comunicação interna, bem como se sentem úteis a agir desinteressadamente na comunidade envolvente, despertando o sentimento de altruísmo e bem-estar. • Há mais facilidade em justificar as horas em que se pratica voluntariado, sendo as ações organizadas pela empresa onde trabalhamos. Somos informados on-line. • Garante de espírito de iniciativa individual e colectivo e melhoria de intercâmbio entre as pessoas que compõem o tecido empresarial. • É importante usar os canais internos para promover a ajuda ao próximo em causas que por vezes não conseguimos participar sem existir comunicação atempada, se a empresa o fizer temos mais facilidade em colaborar. • Promove o bem-estar da sociedade através dos colaboradores por um custo relativamente baixo. Tem como benefício a comunicação que pode fazer a volta destas ações e posicionamento da empresa como socialmente responsável. • Considero que numa vertente de desenvolvimento pessoal que pode ajudar no relacionamento com os colegas e chefias no trabalho

		<p>o voluntariado é fundamental.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Permite aumentar a comunicação entre os colaboradores, a ajuda entre os mesmos além de despendere um tempo para que os mesmos se conheçam melhor.
Imagem junto dos clientes, consumidores e parceiros	22	<ul style="list-style-type: none"> • Na minha empresa a prática de voluntariado é já algo cultural e inerente aos nossos "hábitos". Seria muito difícil desenraizar este "benefício" • Acho uma atitude muito nobre que lhe dará reconhecimento na área da solidariedade e que traz por certo uma riqueza pessoal aos colaboradores e uma oportunidade enorme no trabalho de equipa. • Considero que uma empresa com o potencial da nossa e com a influência que tem no nosso país ao ter este tipo de práticas além de promover uma boa imagem incita outras a fazê-lo. • Uma empresa que tenha a iniciativa de criar ações de voluntariado, tem logo de imediato uma imagem de sucesso, de honestidade e de fiabilidade. • Por uma questão de imagem interna e externa e o fomento deste tipo de atividades junto dos colaboradores permite a criação de raízes entre os colaboradores e a própria empresa. • O desenvolvimento de ações de voluntariado durante o período laboral permite alargar o âmbito e áreas de intervenção. Responde aos objetivos de responsabilidade social da empresa, promove positivamente a imagem da empresa na sociedade, promove o desenvolvimento pessoal e a inter relação entre os participantes. • As Empresas que aderem a este tipo de iniciativas cumprem um dever de responsabilidade social e criam uma imagem positiva. • Importante num sentido de se tratar de uma empresa com alto valor no mercado Português (PT), logo uma boa e grande responsabilidade em poder ajudar quem mais necessita, podendo desta forma aumentar a visibilidade da sua marca junto de toda a comunidade. • Porque isso torna-a inevitavelmente uma empresa melhor em todas as suas dimensões. • Uma grande empresa deve ter como objetivo estratégico consolidar que na sua imagem também é de empresa solidária e sustentável. • Fomenta assim uma imagem mais humanista e humanizada da empresa junto dos colaboradores e da comunidade onde se encontra inserida.
Benefícios para a sociedade		
Cumprimento de deveres cívicos	22	<ul style="list-style-type: none"> • Através do voluntariado, os colaboradores dos diferentes setores interagem e conhecem-se, melhorando a comunicação interna, bem como se sentem úteis a agir desinteressadamente na comunidade envolvente, despertando o sentimento de altruísmo e bem-estar. • É importante termos a consciência de que apesar de todo e qualquer problema pessoal que se possa sentir, há sempre alguém que tem uma vida mais desafortunada e que pode singrar, por pouco que seja, com a nossa ajuda. • É importante dispensarmos um pouco do nosso tempo aos outros. Promover a troca de experiências entre todas as partes envolvidas. • É importante por uma questão de solidariedade social • Uma empresa que fomente o voluntariado demonstra preocupação com os outros e com o seu dever de cidadania • Todos nós somos responsáveis por um mundo mais humano, justo e solidário, menos desigual e com mais oportunidades para todos. • Porque promove a cultura do cidadão ativo para além da vida profissional, ajudando a manter serviços à sociedade que de outra forma não seriam sustentáveis. • É uma forma de envolver os colaboradores em projetos solidários, de partilha e melhoria do bem-estar e qualidade de vida dos cidadãos. • A promoção da prática do voluntariado por parte das organizações é uma forma de incentivar e sensibilizar as pessoas para a ajuda ao próximo. • Promove o bem-estar comum, um sentimento de cidadania, de igualdade, de nos tornarmos prestáveis e úteis na sociedade.

		<ul style="list-style-type: none"> • É importante pois promove a política de responsabilidade social por parte da empresa e a responsabilidade dos cidadãos na sociedade de que fazem parte. • Dever de solidariedade, ajuda ao próximo e a quem precisa. • É sempre importante ajudar o próximo. Faz parte do nosso crescimento pessoal. • Se todos tomarmos a consciência do mundo que se vive lá fora, talvez mudemos a nossa forma de pensar e de agir para com os outros dentro da empresa e possamos passar esse pensamento aos nossos filhos. Só assim estaremos a contribuir para um país melhor e para um mundo melhor. • Penso que é importante para desenvolver conceitos de cidadania e de solidariedade junto dos seus colaboradores • É importante pela promoção de uma cultura de responsabilidade social, de solidariedade e de dever cívico. • Se todos lutarmos pelo bem comun conseguiremos um mundo melhor e mais justo. • Consciência e responsabilidade social, envolvimento com a comunidade, promoção de cultura de valores • Porque é importante fomentar o espírito de cooperação e ajuda ao próximo em qualquer instituição ou a nível pessoal. • Ajudar quem precisa é o mais nobre que pode haver!
Fortalecimento de valores	12	<ul style="list-style-type: none"> • A Empresa onde trabalho, desenvolve práticas de voluntariado, transmitindo-nos uma mensagem de solidariedade para com o próximo. Esta prática promove um espírito de entre ajuda entre os colaboradores e de ajuda para com as outras pessoas. • É importante, visto que promove o convívio entre colaboradores e ao mesmo tempo incute em cada indivíduo valores. • É importante que grandes empresas como a PT apoiem este tipo de ações já que são empresas com grande visibilidade junto do público em geral. • Permite o reforço e o desenvolvimento da cultura individual de voluntariado. • É importante que a minha empresa o faça por questões de cultura interna, promovendo valores sociais fundamentais, dando o exemplo e também para se revelar à comunidade em que se insere e que exerce a sua atividade, mostrando que efetivamente se preocupa e tem valores profundos, que a sua principal missão é servir. • Os valores morais não deverão estar dissociados dos profissionais no que toca a envolvimento social. • Numa sociedade cada vez mais desumana, é essencial que as empresas promovam ações de ajuda ao próximo e fomentar uma sociedade mais humana. • Porque demonstra que a Empresa tem um papel ativo na sociedade e que pode ajudar quem mais necessita. Por outro lado as ações de voluntariado permitem desenvolver nos colaboradores da Empresa valores pessoais muito importantes. • Desenvolve o trabalhar enquanto indivíduo e isso reflete-se na sua auto-estima e logicamente no seu desempenho para além de uma identificação com os valores da sociedade/clientes. • Reflete valores sociais. • Consciência e responsabilidade social, envolvimento com a comunidade, promoção de cultura de valores.
Resolução dos problemas	40	<ul style="list-style-type: none"> • É mais fácil as entidades que precisam de colaboração divulgarem através das empresas que por sua vez se envolvem disponibilizando tempo dos seus colaboradores • As empresas, sobretudo as grandes empresas, têm obrigações sociais e devem ajudar na resolução dos problemas • A empresa ao promover o voluntariado está a aproximar-se mais das pessoas e faz com que o papel dos voluntários seja também importante em todas as sociedades. • Porque desenvolve o grande ativo das empresas que são as pessoas, incentivando a sua participação em diversas iniciativas que contribuem para a melhoria das condições de vida da sociedade em geral.

		<ul style="list-style-type: none"> • É muito importante a prática do voluntariado é fundamental para que cada um de nós tenha a consciência de certas realidades. Um bem-haja a esta Empresa que é empreendedora neste sentido que, alerta, incentiva, e encoraja a que os seus funcionários sejam parte integrante num projeto cada vez mais considerado como um bem necessário para a nossa sociedade. • Permite-me, dentro da minha disponibilidade, participar em ações previamente identificadas, direcionadas, organizadas e com objetivos definidos. É uma forma de partilha com a comunidade onde "atuamos" e interagimos, não só enquanto profissionais e representantes de uma empresa mas também enquanto indivíduos. • O voluntariado efetuado de forma altruísta aproxima pessoas de vários estratos sociais, com culturas, know how, interesses e capacidades diferentes. Destas diferenças obtém-se uma riqueza de quem oferece e de quem recebe o voluntariado. • É importante, pois quando uma empresa promove o voluntariado tem maior impacto do que se for uma ação individual. O voluntariado deveria ser uma prática generalizada! • Quem recebe a acção do nosso voluntariado tem um sinal de solidariedade, um pequeno contributo para melhorar a sua condição de vida, um reforço da sua Esperança. Para cada um dos participantes, tem um efeito revigorante, de partilha e de solidariedade e é um exemplo para os nossos filhos. • O voluntariado empresarial é um novo modo de participação na sociedade, na qual as organizações privadas intervêm de forma directa e ativa na comunidade em que se inserem para que exista maior equidade e conseqüentemente maior coesão social. • Em primeiro lugar manifesta atenção aos mais necessitados. Finalmente coloca ao serviço do outro, resultados das receitas obtidas precisamente através de um outro. • O Voluntariado deve ser "promovido" por quem tem estrutura e capacidade para mobilizar os colaboradores/cidadãos para fins em que a relação custo/benefício é altamente favorável para todos os envolvidos. • Com a ajuda de todos, teremos mais pessoas abrangidas por estas iniciativas. Se todos fizerem um pouco, os voluntários residentes podem focar-se noutras atividades mais estruturantes no apoio aos carenciados. • O Voluntariado está associado à prática de ações de melhoria de qualidade de vida de terceiros, pelo que é sempre importante.
<p>Benefícios pessoais e profissionais do voluntário</p>		
<p>Desenvolvimento de competências e capacidades pessoais</p>	<p>26</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Porque gosto de fazer voluntariado e considero-o uma fonte de desenvolvimento de capacidades que também podem ser usadas ao serviço da empresa. • Porque promove o desenvolvimento de competências e capacidades pessoais, contribuindo para a melhoria das relações interpessoais especialmente quando, diariamente, lidamos com uma multiplicidade de temperamentos, o que por vezes não é fácil de gerir... • Além de toda a estratégia empresarial envolvida, é uma forma de humanizar a empresa e envolver os colaboradores em ações diferentes daquelas que têm a ver com o core business da empresa. • Através do voluntariado pode conhecer novas culturas e pessoas e é uma excelente forma de ganhar experiência para uma futura carreira profissional! • Porque desenvolve o grande ativo das empresas que são as pessoas. • Acho uma atitude muito nobre que lhe dará reconhecimento na área da solidariedade e que traz por certo uma riqueza pessoal aos colaboradores e uma oportunidade enorme no trabalho de equipa. • Promove o espírito de equipa e motiva os colaboradores, através da ajuda ao próximo, a sensibilizarem-se para a existência de pessoas com nível de carência e necessidades superiores à nossa. • As Pessoas que prestam esse tipo de serviço, geralmente são pró-ativas, trabalham bem em equipa e tendem a ser mais flexíveis.

		<ul style="list-style-type: none"> • Uma empresa é feita de pessoas para pessoas onde deve ser privilegiado o trabalho de equipa e a relação interpessoal. Ou seja, as pessoas devem aprender a servirem umas às outras não só no trabalho mas também na sociedade e as empresas pela importância e papel que têm devem ser um exemplo e promover o voluntariado. • O voluntariado efetuado de forma altruísta aproxima pessoas de vários estratos sociais, com culturas, know how, interesses e capacidades diferentes. Destas diferenças obtém-se uma riqueza de quem oferece e de quem recebe o voluntariado. • Considero que o voluntariado deve ser praticado, quer enquanto indivíduo singular, quer como membro de uma empresa, uma vez que são desenvolvidas competências essenciais ao dia-a-dia de uma empresa. • Para os trabalhadores a flexibilização de pensamentos e comportamentos positivos de apoio ao outro, uma forma de reforço para diminuir o egoísmo e egocentrismo próprio do ser humano. • Desenvolve o trabalhar enquanto indivíduo e isso reflete-se na sua auto-estima e logicamente no seu desempenho. • Julgo que é importante, pois no final independentemente do motivo quem fica a ganhar é a causa, contudo associado ao benefício da causa a empresa ganha para com os trabalhadores. Isto quer dizer que se desenvolve uma maior camaradagem, diversas competências em determinados colaboradores e inerente a isto o próprio colaborador independentemente de ser por iniciativa própria acaba por sair com maior satisfação e auto-estima. • É importante para melhorar as capacidades de empatia, fraternidade e compreensão pelas dificuldades do outros, para a empresa é muito melhor ter uma pessoa mais moralizada e íntegra do que uma pessoa egoísta.
Melhoria das relações interpessoais	14	<ul style="list-style-type: none"> • É importante, visto que promove o convívio entre colaboradores e ao mesmo tempo incute em cada indivíduo valores. • Através do voluntariado, os colaboradores dos diferentes setores interagem e conhecem-se, melhorando a comunicação interna, bem como se sentem úteis a agir desinteressadamente na comunidade envolvente, despertando o sentimento de altruísmo e bem-estar. • Promove o desenvolvimento de competências e capacidades pessoais, contribuindo para a melhoria das relações interpessoais especialmente quando, diariamente, lidamos com uma multiplicidade de temperamentos, o que por vezes não é fácil de gerir... • Promove a relação interpessoal e incentiva a prática do voluntariado. • O desenvolvimento de ações de voluntariado durante o período laboral permite alargar o âmbito e áreas de intervenção. Responde aos objetivos de responsabilidade social da empresa, promove positivamente a imagem da empresa na sociedade, promove o desenvolvimento pessoal e a inter-relação entre os participantes.
Satisfação pessoal e reconhecimento	16	<ul style="list-style-type: none"> • Na minha empresa a prática de voluntariado é já algo cultural e inerente aos nossos "hábitos". Seria muito difícil desenraizar este "benefício" • Através do voluntariado, os colaboradores dos diferentes setores interagem e conhecem-se, melhorando a comunicação interna, bem como se sentem úteis a agir desinteressadamente na comunidade envolvente, despertando o sentimento de altruísmo e bem-estar. • Melhora a imagem da empresa junto dos colaboradores e permite que eles desempenhem funções que contribuem para a sua satisfação pessoal. • Uma empresa com responsabilidade social, transmite segurança e apreço junto dos seus colaboradores, estes sabem inclusive que podem contar com ela, pois dá bons exemplos aos seus trabalhadores. A empresa onde trabalho (PT Comunicações) há 24 e da qual tenho muito orgulho, funciona assim! • É com muita satisfação que participo nas ações propostas pela empresa. Sinto orgulho em trabalhar numa empresa que se preocupa com os outros. • É muito importante a prática do voluntariado é fundamental para que cada um de nós tenha a consciência de certas realidades. São

		<p>momentos únicos que o tempo nos concede e é uma experiência fascinante para quem gosta de participar neste tipo de evento, convive-se na união da partilha que é fundamental nos tempos de correr, onde a carência aparece de forma inequívoca. Um bem-haja a esta Empresa que é empreendedora neste sentido que, alerta, incentiva, e encoraja a que os seus funcionários sejam parte integrante num projeto cada vez mais considerado como um bem necessário para a nossa sociedade.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se não considerasse verdadeiro, seguramente não me voluntariava para as ações propostas pela minha empresa. • Sendo uma iniciativa no âmbito da empresa isso dá-me a oportunidade de colaborar com quem já conheço, ou que pertencem ao mesmo contexto empresarial. • Sem dúvida que ter a empresa como promotora destas acções de voluntariado faz-me sentir que estou em família! • É importante para mim que o meu local de trabalho me possa proporcionar conhecimento e colocar em contacto com ações de voluntariado nas quais eu me possa inserir. • Sendo uma prática que promove a ajuda a quem dela necessita, faz-me sentir orgulho na empresa onde trabalho. • Para os colaboradores sentirem mais gratificação pelo seu próprio trabalho. • Ser voluntário promove uma sensação de bem estar e contribui para um espírito positivo do voluntário. • Ser voluntário é sermos considerados pessoas, não números.
Gestão do tempo	28	<ul style="list-style-type: none"> • É um win-win. O voluntário faz voluntariado sem retirar tempo à família. A empresa cumpre dever cívico. • Possibilidade de eliminar a barreira de ter que retirar tempo ao trabalho, pelo facto da empresa o permitir. • É mais fácil as entidades que precisam de colaboração divulgarem através das empresas que por sua vez se envolvem disponibilizando tempo dos seus colaboradores. • Há mais facilidade em justificar as horas em que se pratica voluntariado, sendo as ações organizadas pela empresa onde trabalhamos. Somos informados on-line. • Incentiva os colaboradores na participação de ações de voluntariado, e sem a necessidade de andar a procurar quais as instituições que estejam a necessitar. • Nos dias que correm, e mesmo que assim não fosse, temos que estar atentos e disponíveis para o que se passa à nossa volta. Sabe bem que a empresa reconheça que o tempo que o colaborador dispense em voluntariado não prejudica a produtividade do mesmo. • Dado o tempo ocupado em horas de trabalho, caso a empresa não disponibilize as ações, torna-se complicado participar em ações de voluntariado • Se a empresa promover a prática de voluntariado cedendo o tempo do trabalhador é mais fácil para o trabalhador conseguir conciliar e participar nas ações de voluntariado. • O desenvolvimento de ações de voluntariado durante o período laboral permite alargar o âmbito e áreas de intervenção. • Promove uma cultura empresarial de voluntariado, em que os colaboradores se sentem à vontade para disponibilizar o seu tempo, promovendo o voluntariado individual. • Devemos estar todos envolvidos na prática de voluntariado e permitir que os colaboradores não utilizem apenas o seu tempo pessoal para participar em acções • A empresa acaba por ser um meio para poder ser voluntária uma vez que serve como intermediária o que torna o voluntariado mais rapidamente acessível. • Permite ao colaborador participar de uma forma simples e prática com instituições variadas • Permite aos colaboradores maior disponibilidade para essa prática e algum acompanhamento que individualmente podem não ter. • Uma vez que as pessoas têm falta de tempo extra profissional para fazer voluntariado, a empresa poderia dar a possibilidade aos

		<p>funcionários de poderem dispor de algum tempo do horário de trabalho para ações de voluntariado sendo esse tempo justificado e remunerado.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Visto que por vezes é difícil promover individualmente ações de voluntariado, é importante que existam iniciativas conjuntas para uma maior adesão.
Motivações pessoais		
Altruísmo (satisfação pela ajuda ao próximo)	9	<ul style="list-style-type: none"> • Porque gosto de fazer voluntariado e considero-o uma fonte de desenvolvimento de capacidades que também podem ser usadas ao serviço da empresa. • Sentir útil para com a sociedade. • É importante que cada colaborador, sinta que pode ajudar mesmo com tão pouco. • Acho importante a empresa partilhar da mesma visão que eu tenho do mundo. • Ajudar o próximo, melhorar a qualidade de vida! • Penso ser fundamental as empresas promoverem este tipo de atividades. Para além do facto de possuírem recursos que podem servir a comunidade, enfatizam o eixo de responsabilidade social. Ao nível dos colaboradores, possibilita o contacto com uma realidade diferente que pode tornar o individuo, mais "rico", nomeadamente reforçar o lado altruísta de cada um. O voluntariado deve ser um pilar para uma sociedade mais justa e equilibrada. • É importante que, independentemente das motivações da empresa para o fazer, o faça porque o voluntariado para mim é essencial do ponto vista pessoal, como realização pessoal, mas também da ajuda aos outros.
Interesses pessoais	26	<ul style="list-style-type: none"> • As ações de voluntariado que tenho participado são exclusivas para voluntários de empresas. Sem a promoção da empresa deixo de poder participar no tipo de voluntariado em que sinto poder dar um contributo à sociedade. • A responsabilidade social é de todos, uma empresa é um grupo organizado estruturado consegue mais facilmente mover vontades. Ações de voluntariado organizadas na nossa empresa conferem mais confiança às iniciativas. O Efeito borboleta acontece nas empresas, também o crescimento por imitação é um comportamento Humano experimentado desde muito cedo, em grupo com colegas, sabendo que os outros fazem torna mais fácil a adesão as iniciativas de voluntariado. • Quero que a empresa para a qual trabalho seja reconhecida pela prática de ações de voluntariado. • Quero trabalhar numa organização que leve muito a sério o seu papel social, tanto na contribuição para construir uma sociedade mais justa, como no exemplo a outras organizações, como na ajuda direta que presta a quem necessita. Estou convencido que esta atitude também ajuda a organização. • As políticas de responsabilidade social da minha empresa cativam os trabalhadores fazendo com que nos sintamos parte integrante da empresa. • É importante sentirmos que a empresa se interessa por estas práticas e envolve os seus trabalhadores na dinâmica do voluntariado. <p>Porque através da prática do voluntariado a nível laboral o colaborador pode ser incentivado a praticá-lo de forma particular, individual e autónoma.</p> <ul style="list-style-type: none"> • É importante fazer parte de uma organização que se preocupa com a solidariedade e a divulga como um dos aspetos da cultura da empresa. • Tratando-se de uma empresa desta dimensão consegue incutir num maior nº de trabalhadores esta prática, que depois se pode refletir noutras iniciativas fora da empresa. • Saber que o meu trabalho serve uma empresa altruísta motiva-me. • Ser voluntário PT é ser incansável dentro do próprio cansaço – é ficar cansado fisicamente, mas realizado. Porque mostramos o lado humano da PT, não apenas a empresa cotada em bolsa e com interesses puramente financeiros. Mostramos o outro lado, o lado

		<p>que poucos conhecem e penso que deveria de ser mais amplamente divulgado. A preocupação com o próximo, a palavra amiga sem segundas intenções, a ajuda no desespero. Todos esses factores fazem com que tenha orgulho de pertencer à PT e de ser voluntário PT. De vestir a camisola PT todos os dias de manhã com um sorriso nos lábios, porque cumpro todos os objectivos propostos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Porque o voluntariado sempre fez parte das minhas rotinas, mesmo antes de trabalhar, pelo que pertencer a uma empresa que está alinhada com as práticas de voluntariado faz-me sentir mais integrada e realizada. • Para mim é importante a empresa fomentar/desenvolver o espírito de voluntariado entre os seus colaboradores. • É sempre uma boa forma de se distrair do stress diário e também uma forma de ajudar os outros. • Se considero importante o voluntariado a nível pessoal, considero importante que a empresa onde trabalho também tenha o mesmo valor/princípios. • Fazendo voluntariado há muitos anos é do meu interesse que isso seja reconhecido pela empresa onde trabalho • As empresas devem ser um mecanismo de apoio essencial ao voluntariado, no meu caso pessoal, em relação ao bombeiro voluntario • Com as ações de voluntariado a empresa ajuda-me na minha realização pessoal.
<p>Conhecimento da realidade</p>	<p>34</p>	<ul style="list-style-type: none"> • A promoção por parte da empresa serve muitas vezes de alerta para situações que de outro modo passariam despercebidas. • Porque o nosso trabalho faz com estejamos, muitas vezes, alheados da realidade que nos circunda e essa promoção "chamamos à Terra". • Possibilidade de participar nas referidas ações no âmbito empresarial e conhecimento de realidades que, de outro modo, nem imaginaria que existem. • Dá-me a oportunidade de participar em iniciativas e conhecer quem delas precisa. Não o faria de certo se não tivesse o impulso e ajuda da empresa. • Incentiva os colaboradores na participação de ações de voluntariado, e sem a necessidade de andar a procurar quais as instituições que estejam a necessitar. • A empresa ao promover o voluntariado está a aproximar-se mais das pessoas e faz com que o papel dos voluntários seja também importante em todas as sociedades. Através do voluntariado pode conhecer novas culturas e pessoas e é uma excelente forma de ganhar experiência para uma futura carreira profissional! • A possibilidade de desenvolver estas ações na minha empresa ou em iniciativas promovidas pela mesma, tornam mais fácil o acesso e o contacto com estas mesmas instituições, permitindo-me economizar tempo. • É muito importante a prática do voluntariado é fundamental para que cada um de nós tenha a consciência de certas realidades. São momentos únicos que o tempo nos concede e é uma experiência fascinante para quem gosta de participar neste tipo de evento, convive-se na união da partilha que é fundamental nos tempos que correm, onde a carência aparece de forma inequívoca. • Para que tenha conhecimento de ações em que possa participar. Desperta-nos e sensibiliza-nos para causas que de outra forma nem pensaríamos nelas e como podemos ajudar. • Pessoalmente não avançaria para ação de voluntariado sem o apoio da empresa, porque esta encontra as áreas e instituições que carecem de apoio voluntário, porque embora estivesse disponível para dar tempo pessoal não sabia onde o fazer. A organização e coordenação da empresa é fundamental para que a experiência tenha sucesso para quem faz voluntariado pelas 1^{as} vezes. • Promove o espírito de equipa e motiva os colaboradores, através da ajuda ao próximo, a sensibilizarem-se para a existência de pessoas com nível de carência e necessidades superiores à nossa. • É uma forma de ter conhecimento da participação de algumas

		<p>iniciativas e de como me inscrever nas mesmas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Porque me relembra e promove as atividades. • Sensibilização dos colaboradores para outras realidades sociais. <p>Apoio de instituições carenciadas de recursos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Permite a organização e divulgação de iniciativas • Porque ajuda na interação com outros "mundos", não só o mundo de trabalho. Quanto à empresa faz com que os clientes percebem que não só estejamos ligados só à empresa, que só não lutamos pelo bem da empresa, mas também na ajuda dos outros.
Responsabilidade social das empresas		
Cumprimento de deveres sócio-económicos	54	<ul style="list-style-type: none"> • A prática do voluntariado associado à empresa é uma demonstração de um compromisso social perante os colaboradores e clientes. • Uma empresa com responsabilidade social, transmite segurança e apreço junto dos seus colaboradores, estes sabem inclusive que podem contar com ela, pois dá bons exemplos aos seus trabalhadores. A empresa onde trabalho (PT Comunicações) há 24 e da qual tenho muito orgulho, funciona assim • Com a capacidade socioeconómica que tem pode ajudar nos mais diversos campos do voluntariado, onde existem as mais diversas carências. • Acho que é muito importante a sociedade perceber que há empresas que se preocupam com o meio social em que estão envolvidas, e que podem participar para melhorar o bem-estar do mesmo meio. • Além de toda a estratégia empresarial envolvida, é uma forma de humanizar a empresa e envolver os colaboradores em ações diferentes daquelas que têm a ver com o core business da empresa. • As empresas, sobretudo as grandes empresas, têm obrigações sociais e devem ajudar na resolução dos problemas. • Demonstra que além de rentabilidade e lucros a empresa tem preocupações de ordem social • A PT é uma das empresas TOP em Portugal com resultados consistentemente acima da média. Como parte considerável desses resultados derivam da sociedade onde a empresa se insere, existe uma responsabilidade moral em partilhar o sucesso com essa mesma sociedade. As ações de voluntariado são uma forma de reconhecer e retribuir à sociedade parte daquilo que a sociedade também nos deu. • Porque acho importante que as empresas fomentem o voluntariado também dentro de sua 'casa'. • É também um sinal de preocupação social e humana que nos dias de hoje faz muita falta. • A empresa é socialmente responsável pela comunidade onde está inserida e deve assim planejar ações que possam responder a essas necessidades. Ao proporcionar aos seus funcionários, dentro do possível, a prática de voluntariado já faz um grande serviço e se permitir que essas ações sejam praticadas durante o horário de trabalho ainda é mais vantajoso, não só para o voluntário como para a empresa. • Acima de tudo porque sendo uma das maiores empresas nacionais deve interagir com a comunidade. • Pessoalmente, saber que a empresa onde trabalho é socialmente responsável é um eixo fundamental no sentido de pertença/proximidade que, enquanto colaboradora, tenho com a empresa. Por outro lado, considero cada vez mais fundamental o contributo social que as empresas podem dar à comunidade, quer direta como indiretamente através dos seus colaboradores e do sentido geral de responsabilidade social. • As empresas têm a responsabilidade de devolver a uma parte da sociedade com menos recursos o que extraem da parte com mais recursos. Faz-me todo o sentido o empenho na responsabilidade social. E porque em alguns casos, a participação em ações de voluntariado são a única iniciativa da empresa que permite a interação entre os colaboradores.

		<ul style="list-style-type: none"> • Significa que a minha empresa é solidária e que se interessa pela comunidade e não somente no lucro que esta lhe dá na aquisição dos serviços. • À semelhança da generalidade dos cidadãos a empresa deve interagir com a comunidade em que está inserida não apenas através da disponibilização dos produtos ou serviços que oferece (ou vende). • É importante que as empresas participem na sociedade e promovam este tipo de ações pois têm meios monetários superiores à disposição que poderão fazer a diferença. • Promove o bem-estar da sociedade através dos colaboradores por um custo relativamente baixo. Tem como benefício a comunicação que pode fazer a volta destas ações e posicionamento da empresa como socialmente responsável. • Denota comprometimento com os diversos stakeholders, incluindo a sociedade.
<p>Garantia da sustentabilidade</p>	<p>18</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Porque revela que a empresa se preocupa com a sociedade onde se insere. • Cada vez mais as empresas preocupam-se com a questão da responsabilidade social quer interna quer externa e na maioria dos casos, na minha opinião, os colaboradores não têm conhecimento e desvalorizam por completo a empresa para quem trabalham. Com esta prática não só cumprem com o Plano de Sustentabilidade como podem em muitos casos motivar e responsabilizar os seus ativos. • Mostra preocupação com a sustentabilidade do ambiente em que a empresa está inserida. • Para devolver à comunidade o que a comunidade lhe proporciona enquanto cliente. • É importante que a minha empresa promova a prática de voluntariado, assim como todas as outras. Se todas ajudarem um pouco, no final do dia não envolve um esforço muito grande de cada uma - devia ser um dever de todos e de todas as empresas! • Só vive de voluntariado, não há energia do dinheiro. • Só empresas com consciência dos problemas sociais interno e externos podem ser cada vez mais sustentáveis no mercado. • Importante num sentido de se tratar de uma empresa com alto valor no mercado Português (PT), logo uma boa e grande responsabilidade em poder ajudar quem mais necessita, podendo desta forma aumentar a visibilidade da sua marca junto de toda a comunidade. • A prática do Voluntariado é de extrema importância nas empresas, na medida em que promove ações humanitárias, capazes de tornarem a Sociedade Melhor e mais Digna. • A empresa que pratica voluntariado pratica a diferença. • É importante porque demonstra que a empresa preocupa-se com os problemas sociais; ambientais e carência de muitas pessoas. • É importante a empresa associar-se a estas iniciativas e promover o voluntariado demonstra que o importante não é só os números mas sim as pessoas. • É sempre importante sentir que a nossa empresa tem consciência social. • É uma empresa com um elevado grupo de trabalhadores que tem facilidade de comunicação e mobilização, podendo ajudar a combater a pobreza (monetária e social) que Portugal atravessa. • Penso ser fundamental as empresas promoverem este tipo de atividades. Para além do facto de possuírem recursos que podem servir a comunidade, enfatizam o eixo de responsabilidade social. O voluntariado deve ser um pilar para uma sociedade mais justa e equilibrada. • Porque a empresa tem know how de trabalhadores, estrutura financeira, capaz de organizar, incentivar e prover a realização destas ações. Desta forma pratica a sustentabilidade social e contribui para melhorar o bem estar da sociedade onde se encontra inserida. • É muito positivo ver que a empresa onde trabalhamos ou onde já

		estivemos, que se preocupa com a sustentabilidade e ações sociais dentro e fora da empresa. É dignificante demonstrar claramente preocupação na solidariedade, sobretudo agora que este sentimento esta tão "afastado" do nosso dia-a-dia.
Partilha de boas práticas	4	<ul style="list-style-type: none"> • Considero que uma empresa com o potencial da nossa e com a influência que tem no nosso país ao ter este tipo de práticas além de promover uma boa imagem incita outras a fazê-lo. • É preciso é que as chefias compreendam e aceitem que os colaboradores pretendem fazer voluntariado. • Numa empresa com a dimensão da PT onde a palavra "equipa" é forte, o significado que tem é imenso, e o impacto que se espera é que todas as outras grandes empresas sigam os mesmos valores que nós seguimos.

Questão 13 - Justifique a sua resposta à pergunta 12 “Foi essa experiência que o impulsionou a participar nas ações de voluntariado promovidas pela empresa?”

Categoria	Quantidade	Exemplos
Não		
Motivações pessoais		
Altruísmo (satisfação pela ajuda ao próximo)	11	<ul style="list-style-type: none"> • Faço voluntariado porque acredito que devemos fazer o que podemos e da forma que conseguimos para ajudar o outro. • O sentimento de ajuda ao próximo e do bem-estar da comunidade é que me impulsiona, independentemente das experiências anteriores. • Para além de ser uma paixão, o nível de ajudas (humanas e financeiras) é muito reduzido. • Simplesmente adoro fazer voluntariado, • Sempre gostei de partilhar e ajudar o próximo, na medida das minhas possibilidades! • A entrega/ajuda ao outro faz-me sentir um ser humano um pouquinho melhor (...puro egoísmo...) • Efetuei voluntariado particular porque gosto de ajudar. Já efetuei alguns trabalhos de voluntariado organizados pela empresa pela mesma razão.
Interesses pessoais	15	<ul style="list-style-type: none"> • Foi uma ajuda para dar um empurrão, mas a vontade e disponibilidade já existia. • Desde os 16 anos que me interesso por causas de solidariedade e sempre fui voluntária. • O voluntariado surge por natureza / educação em relação ao princípios que regem a minha vida. Comecei a fazer voluntariado antes de entrar para a empresa e aqui foi uma continuidade. • Sempre que posso pratico voluntariado Participaria de qualquer forma independentemente de outra experiencias. • Apenas o programa e o objetivo das campanhas me dão iniciativa de participar. Independentemente da experiência opto por participar ou não de acordo com o que vou fazer. • Faria voluntariado de qualquer forma, mesmo que não tivesse feito antes de estar a trabalhar. • Estaria de qualquer forma interessada em participar em voluntariado empresarial. • Sempre tive vontade e iniciativa para este tipo de iniciativas. • Sempre que a minha agenda permitir irei participar de forma pessoal ou com a empresa, porque faz parte da minha personalidade - ajudar os outros nas áreas em que consigo faze-lo • Achei interessante o projeto de voluntariado empresarial em que estive envolvido. Daí a minha participação. • Pratiquei voluntariado no Corpo Nacional de Escutas e pratiquei na empresa, sem haver qualquer relação entre eles. • Poderia optar por apenas participar em ações de voluntariado a título pessoal. Faço-o em nome pessoal mas também em representação da empresa.
Conhecimento da realidade	13	<ul style="list-style-type: none"> • Através da empresa, tive conhecimento de outras ações, não relacionadas, e por persuasão de colegas, decidi participar. • As participações individuais não estando relacionadas com o voluntariado praticado através da empresa. (áreas diferentes)

		<ul style="list-style-type: none"> • Ajudou um pouco o facto de já ter tido a experiência anterior, mas foi o despertar de experimentar outras ações de voluntariado que me impulsionaram a tal. • Pela empresa é mais fácil porque estamos mais informados • Mesmo se não tivesse tido experiências anteriores, teria sentido apelo a participar em voluntariado na empresa • As ações de voluntariado foram em áreas distintas. A participação na iniciativa promovida pela empresa não foi impulsionada pelo voluntariado individual, pois não há relação direta. • São experiências de voluntariado completamente distintas entre si. A minha motivação surgiu pela causa empresarial. • Não considero que tenha de haver necessariamente um "percurso" no voluntariado • Teria participado nas da empresa mesmo sem experiências anteriores, pois as organizações que ajudei pela PT eram merecedoras por si próprias. • As experiências pessoais naturalmente que também tiveram o seu papel, contribuindo para estar mais desperta ao voluntariado. No entanto, foi a diversidade de projectos, com âmbitos muito diversificados e com mais valias a nível de competências pessoais, que me suscitaram o interesse nas ações de voluntariado da empresa. • As ações de voluntariado promovidas pela empresa são distintas das ações de voluntariado individuais. Umas não influenciam as outras. • Participaria de qualquer forma. O já o fazer individualmente em nada afetou o tê-lo feito pela empresa. É motivo de alegria que a empresa desenvolva estas ações, faz-me sentir mais perto da empresa. Importante é que sejam sentidas e verdadeiras. • O enquadramento da participação individual anterior era distinto e teve outras motivações. • As ações de voluntariado promovidas pela empresa complementam a minha participação em outras ações de voluntariado, pelas causas disponibilidade "temporal" que me permite.
Benefícios pessoais e profissionais		
Gestão do tempo	10	<ul style="list-style-type: none"> • Já participava em ações de voluntariado antes quando surgiu essa oportunidade na empresa apenas a aproveitei... • Já praticava o voluntariado, apenas participei nas ações de voluntariado da empresa devido a vagas disponíveis no mesmo. • Deram-me oportunidade de dar alguma continuidade e fazer um pouco mais. • O que me fez participar também pela empresa foi o querer alargar as minhas experiências em novas áreas • Já praticava voluntariado antes de o praticar pela empresa. A empresa é mais um meio para atingir um fim "facilitador" de oportunidades. • As ações de voluntariado promovidas pela empresa complementam a minha participação em outras ações de voluntariado, pelas causas disponibilidade "temporal" que me permite.
Desenvolvimento de competências e capacidades pessoais	2	<ul style="list-style-type: none"> • As experiências pessoais naturalmente que também tiveram o seu papel, contribuindo para estar mais desperta ao voluntariado. No entanto, foi a diversidade de projectos, com âmbitos muito diversificados e com mais valias a nível de competências pessoais, que me suscitaram o interesse nas ações de voluntariado da empresa. • A experiência de VE foi diferente das que tinha tido anteriormente. Pareceu-me uma experiência interessante, com vantagem para os beneficiários e para mim própria.
Benefícios para a sociedade		
Resolução de problemas	9	<ul style="list-style-type: none"> • Fico satisfeito por dar algum do meu tempo por valores em que acredito ou simplesmente em aplicá-lo em novas experiências. • Não teve influência! Foram situações diferentes em ambientes diferentes. • O voluntariado faz parte da minha prática enquanto cidadã -a participação cívica já existia antes- tenho necessidade de participar ativamente na sociedade de que faço parte. • Sempre pratiquei ações de voluntariado, na minha família, sempre foi uma Atitude. • O sentimento de ajuda ao próximo e do bem-estar da comunidade é que me impulsiona, independentemente das experiências anteriores. • Faço voluntariado porque acredito que devemos fazer o que podemos e da

		<p>forma que conseguimos para ajudar o outro.</p> <ul style="list-style-type: none"> • A experiência de VE foi diferente das que tinha tido anteriormente. Pareceu-me uma experiência interessante, com vantagem para os beneficiários e para mim própria.
Cumprimento de deveres cívicos	4	<ul style="list-style-type: none"> • O facto da minha empresa também contribuir, ajuda a que estas iniciativas cheguem a mais pessoas e também elas possam despertar para este tipo de acções que não custam nada, basta apenas deixarmos de ser egoístas e dispensarmos um pouco do nosso tempo a quem precisa. • Tenho uma tendência para participar em acções de voluntariado. Ser pela empresa ou a nível particular não tem grande diferença para mim. • Ao optar por participar em acções de voluntariado os meus valores e objetivos e a adequabilidade às acções têm precedência. • As minhas acções são condicionadas pelos valores cristãos que regem a minha vida e servir aos outros faz parte desses valores.

Sim

Motivações Pessoais		
Altruísmo (satisfação pela ajuda ao próximo)	15	<ul style="list-style-type: none"> • Contribuir ativamente para melhorar a vida dos outros. • Hoje tu, amanhã eu.
Conhecimento da realidade	4	<ul style="list-style-type: none"> • Influenciou a atenção que dei às notícias sobre voluntariado promovido pela empresa. • Chegar a algumas situações que não sabemos como ajudar individualmente. • A experiência de voluntariado pessoal, é uma preparação individual para acções colctivas. • Porque através da empresa efetuei voluntariado numa outra vertente.
Benefícios pessoais e profissionais do voluntário		
Gestão do tempo	24	<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilidade de tempo, melhor forma de o ocupar. • Prolongamento da vida pessoal à empresarial, dar continuidade à ajuda na melhoria da qualidade de vida das pessoas. • Sentia a necessidade de o fazer apesar de estar a trabalhar e então aproveitei o facto da empresa dar essa oportunidade aos colaboradores. • O retorno pessoal é enorme e através da empresa, tudo está mais organizado. • Estou a trabalhar numa cidade diferente da minha residência pelo que, para continuar a praticar voluntariado, tive de recorrer ao voluntariado promovido pela empresa.
Satisfação pessoal e reconhecimento	11	<ul style="list-style-type: none"> • Experiência enriquecedora/gratificante. • Por vezes individualmente não há muitas oportunidades de participar, assim através da empresa há sempre iniciativas devidamente enquadradas o que torna mais fácil a prática do voluntariado. Por vezes junto das associações é difícil ser-se aceite. • Recebi muito mais do que dei. A alegria e o sorriso que via no rosto das pessoas quando chegava as palavras de carinho que me davam faziam-me sentir muito bem. • O retorno pessoal é enorme e através da empresa, tudo está mais organizado.
Desenvolvimento de competências e capacidades pessoais	3	<ul style="list-style-type: none"> • É essencial a participação na sociedade e inter-ajuda e/ou participações em acções (cultural, desportivo, humano...) que desenvolvam as capacidades interpessoais. • A experiência da ajuda e da partilha preenche-me e faz de mim uma pessoa mais consciente e humilde. • A riqueza, o alargamento de horizontes proporcionados pela experiência associados a uma aprendizagem pessoal
Benefícios para a sociedade		

Resolução de problemas	5	<ul style="list-style-type: none"> • Ajuda a ultrapassar a relação com os destinatários e respectivo contexto em que se inserem. • A vontade de ajudar a resolver os problemas e as desigualdades sociais. • É essencial a participação na sociedade e inter-ajuda e/ou participações em acções (cultural, desportivo, humano...) que desenvolvam as capacidades interpessoais. • Gosto pelo voluntariado. • Conhecimento anterior da boa prática
Cumprimento de deveres cívicos	4	<ul style="list-style-type: none"> • Fui educado a valorizar os valores sociais e a humanidade. Oportunidade de ajudar outros e de valorizar a imagem da minha empresa. • Como se trata de uma empresa com recursos (principalmente humanos), creio que é uma oportunidade de devolver à sociedade o que ela nos dá: o ganha-pão. • Vertentes benéficas: de bem-estar pessoal, que advém da ajuda ao outro, com a promoção da solidariedade. • Solidariedade. Necessidade de se sentir útil e valorizado... • Dar um pouco de mim. É um pouco muito pequeno, mas no momento da partilha existe uma satisfação enorme e um certo sentido do dever cumprido.
Benefícios internos e externos da empresa		
Reforço da cultura	2	<ul style="list-style-type: none"> • Já ter participado individualmente e o facto de estar numa equipa com elementos que também tinham interesse em fazer voluntariado. • O local em que estava existia um grande grupo de voluntários PT muito organizados. Decidi que da próxima vez iria inserida nesse grupo.
Reforço da comunicação	1	<ul style="list-style-type: none"> • Gosto de fazer estas acções de solidariedade. Faço individualmente e com os colegas de trabalho é também um momento de convívio, para estreitar laços entre colegas.

Questão 28 - Justifique a sua resposta à pergunta 27 “As acções de voluntariado propostas pela empresa têm correspondido às suas expectativas?”

Categoria	Quantidade	Exemplos
Não		
Gestão do voluntariado	3	<ul style="list-style-type: none"> • Ainda há muito a fazer. • Poderíamos criar mesmo um grupo de voluntários internos com reuniões e grupos especializados em determinadas áreas de forma a podermos alargar a solidariedade a outros níveis. • Fraca organização.
Horário das acções	1	<ul style="list-style-type: none"> • Pelos horários apresentados, ficando desde logo excluída.
Local da acção	7	<ul style="list-style-type: none"> • Existem poucas acções na área de Coimbra. Por essa razão participo poucas vezes. • São muito centralizadas (Lisboa, quase sempre) • Universo de propostas de voluntariado para o local geográfico onde resido é escasso. • A empresa tem tendência a apenas promover acções nos centros das grandes cidades, excluindo arredores (onde eu moro).
Periodicidade da acção	1	<ul style="list-style-type: none"> • O voluntariado proposto pela empresa restringe-se a acções muito pontuais no tempo.
Divulgação das acções	2	<ul style="list-style-type: none"> • Não há divulgação suficiente, creio.
Número de acções	5	<ul style="list-style-type: none"> • Na área onde me encontro a empresa tem promovido poucas iniciativas.
Áreas de intervenção	6	<ul style="list-style-type: none"> • Gostaria que houvesse alguma participação em acções que são mais próximas da minha formação.

Número de vagas versus tempo de espera	5	<ul style="list-style-type: none"> • As vagas disponibilizadas não são suficientes para a quantidade de candidatos a voluntários. • Acho que deviam dar mais oportunidades aos colaboradores que estão sempre em lista de espera. • Não tenho expectativas criadas, ajudo e participo quando é possível.
Sim		
Tipo de ações	40	<ul style="list-style-type: none"> • São adequadas, logo correspondem às expetativas. • Pela forma positiva como decorrem. • As ações têm ultrapassado as minhas expetativas, já que nunca tinha experimentado voluntariado ambiental e gostei bastante. • Sempre que surgem são importantes. • São ações onde podemos trabalhar de forma enquadrada o que ajuda ao sentimento de dever cumprido e vontade de continuar. • Bem enquadradas na população alvo, e gostei de tudo o que pude fazer para apoiar as iniciativas. • As ações em questão eram simples. a empresa apresenta uma grande variedade de ações, e permite a partilha das mesmas com membro das famílias dos colaboradores. • A empresa tem diferentes tipos de voluntariado e penso que uma pessoa que tenha interesse em ajudar a comunidade tem oportunidade de o fazer, através da empresa, seja qual for o seu interesse. • Estão dentro das ações que considero importante a empresa apoiar e sugerir aos seus colaboradores que o façam. • São-nos propostas diversas açoes de voluntariado que podemos enquadrar com a nossa vida profissional e pessoal. • As ações promovidas pela empresa, além de organizadas, existe preocupação de abranger várias realidades e horários. • Só o facto de poder colaborar na ações já corresponde às expetativas. Faço-o com muito gosto. • São ações de voluntariado de interesse público e úteis. • Porque são de grande valor todas as de ajuda humanitária e/ou de solidariedade social principalmente na actualidade que vive o nosso país • Temos contribuído para a sociedade. • Sentimos estar a dedicar tempo útil a uma causa. • Quando estamos dispostos a ajudar na minha opinião, não crio expectativas, limito-me a ajudar. • Correm sempre muito bem e são úteis. • São acões diversificadas, originais e que me fazem sentir bem, aliás muito bem.
Gestão do voluntariado	30	<ul style="list-style-type: none"> • Boa organização das atividades que cumprem o objetivo de apoio. • As ações nas quais participei tiveram uma boa organização proporcionando aos voluntários contribuírem em ótimas condições. • A empresa tem um papel importante para que as ações sejam também um sucesso. • Existiu uma preocupação prévia com o enquadramento e formação dos participantes, bem como material adequado para a execução das tarefas. • Boa organização. Promoção da sustentabilidade. • A empresa destaca alguém para acompanhar os voluntários durante a ação. • Cumprem os objetivos propostos. • A empresa tem planeado as ações. • As ações em que participei foram bem organizadas e estivemos sempre muito apoiados pelas pessoas da instituição. • Objetivos claros, planos bem definidos e enquadramento adequado. • Nota-se uma postura de ajuda sincera, mantendo os motivos e níveis empresariais mas envolve-nos. • Tratam-se de ações bem organizadas e dentro das práticas usuais fora do ambiente empresarial. • A formação e acompanhamento têm sido adequados assim como

		<p>a receção por parte das instituições.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fiquei satisfeita com as condições, a organização, a informação e a experiência. • A PT colabora ativamente com a sociedade, de forma organizada e consistente. • São ações com objetivos particulares ou comunitários. • Atuam num ambiente socioeconómico. • São bem organizadas, focadas na ajuda ao próximo. As organizações com que colaboramos reconhecem a ajuda da nossa empresa o que é muito importante. Em todas as ações em que participei senti sempre uma sensação de missão cumprida e um enorme orgulho de pertencer a esta grande CASA. • Pela diversidade e objetivos. • Boa organização da empresa para as ações de voluntariado. • Muito bem organizadas e todas elas são uma mais valia em termos de relacionamento com os outros e altamente gratificantes. • Cumpre os objetivos a que se propõe, vai de encontro às necessidades "destinatários" e é dado conhecimento e reconhecidos os objetivos alcançados. • São bem organizadas / rigorosa escolha dos beneficiários/ nº de voluntários adequado.
Horário	8	<ul style="list-style-type: none"> • As ações promovidas pela empresa, além de organizadas, existe preocupação de abranger várias realidades e horários • As ações promovidas pela empresa são normalmente do meu interesse, falta-me muitas vezes é a disponibilidade / tempo para participar. • De um modo geral existe bastante diversidade em várias épocas do ano. • Tenho aderido às ações que me é possível dentro da disponibilidade de tempo. • Só pretendo fazer ações deste tipo consumindo o meu tempo pessoal e a empresa tem sempre ao longo do ano várias iniciativas com interesse. • São organizadas durante todo o ano várias ações de voluntariado. • São suficientes.
Divulgação	10	<ul style="list-style-type: none"> • A Minha empresa tem investido significativamente no desenvolvimento e divulgação destas iniciativas, facto que valorizo muito. • Muito bem divulgadas e com o apoio da equipa da fundação PT. • São bem explicadas antes de nos propormos para as ações de voluntariado. • Quando eu participo nas ações já sei qual é o tipo de voluntariado que vou fazer. • Na maioria das ações em que participei a promoção feita às atividades a realizar corresponde ao conteúdo efetivo das ações. • Quando participei mais ativamente era divulgada a ação via intranet e mail. • Bem preparadas e conteúdos que me parecem interessantes. • Todas as ações são bem comunicadas, com as informações necessárias para o desempenho que nos é pedido. • As ações são bastante divulgadas existindo mesmo uma bolsa de voluntários.
Áreas de intervenção	16	<ul style="list-style-type: none"> • A empresa divulga com alguma regularidade propostas de voluntariado em diversas áreas. • Tem proporcionado a escolha dos temas que as pessoas se oferecem para o voluntariado. • São ações diversificadas, com diferentes alvos e que exigem diversas competências. • A empresa apresenta ações diversificadas, em várias áreas. • Leque bastante variado de opções. • O âmbito de intervenção é amplo e acolhe diversas modalidades de participação, permitindo, inclusive ações de voluntariado familiar. • A minha área preferencial é a formação/sensibilização de jovens e todos os anos ou fomentado pela empresa ou em parceria com outras instituições tem surgido formações.

		<ul style="list-style-type: none"> • Das ações apresentadas já participei por entender que iam de encontro às minhas capacidades de outra forma não teria participado. • Existe uma grande variedade de áreas de atuação que correspondem a interesses diversos. • Ações com um caráter muito social e tocante. • A empresa promove ações de diversas categorias tentando chegar ao maior número de colaboradores e, de tempos a tempos, é questionado aos colaboradores participantes que outro tipo de ações gostaria de realizar. • A empresa tem variadas opções de voluntariado, permitindo escolher de acordo com as nossas preferências. • As ações são diversificadas e levam certamente força, esperança e alegria a um leque alargado de pessoas!
População apoiada	15	<ul style="list-style-type: none"> • Porque abrange diversas associações. • A entreatjada às instituições de apoio as crianças e jovens são sempre muito interessantes. • São apresentadas boas instituições e boas oportunidades para praticar voluntariado. • Pelo público alvo. • Se queremos que as causas das injustiças sejam eliminadas há que formar os jovens. • Porque existem ações para todos os grupos etários. Podemos escolher as ações que melhor nos enquadramos. • Todas as ações contribuem para a melhoria das condições de vida, de populações fragilizadas. • As ações têm abrangido várias áreas e extratos sociais. • Parece-me que têm tentado abranger um leque variado das instituições e pessoas que se pode ajudar. • Pela empresa tenho feito voluntariado em diversas Associações e o objetivo é ajudarmos quem precisa.
Benefícios pessoais e profissionais	20	<ul style="list-style-type: none"> • Têm permitido o meu desenvolvimento pessoal para além da minha atividade profissional. • Tenho-me sentido sempre útil na ajuda ao próximo, dando um pouco de mim, mas também recebendo muito de quem ajudo. • Os objetivos têm sido atingidos, nomeadamente valorização pessoal, relações interpessoais, valores pessoais. • É sempre gratificante estar envolvido em ações de voluntariado e estar próximo de um público alvo tão distinto do nosso dia a dia. • Sinto-me muito motivada em participar nestas iniciativas porque é uma nova forma de acender a chama da generosidade na fonte do tempo. • As experiências de vida e o carinho que se recebe vale tudo. É simplesmente fantástico disponibilizar pouco do nosso tempo para estas pessoas e delas receber sorrisos. • De certa forma ao estar ajudar o outro sinto-me plena mas apesar disso a empresa de facto agradece a nossa boa vontade de ajudar o outro e de certa forma fico grata por tal. • Tenho tido a oportunidade de aprender mais sobre o voluntariado. • Quando as expectativas são somente estar a ajudar elas são sempre superadas! • O tempo despendido compensa em termos de satisfação pessoal. • Quando se pretende "dar", todas as situações são válidas, por vezes nem sempre se consegue o pretendido na totalidade por falta de tempo. • Melhoram o desempenho laboral. • Tenho sentido que o meu trabalho é útil • Têm-me proporcionado momentos enriquecedores enquanto ser humano, na entreatjada a outros. • Inscrevo-me naquelas que considero serem importantes para mim, e têm sido. • Recetividade e retorno das entidades/pessoas envolvidas, como mesmo a nível pessoal, pela satisfação e retorno que me têm proporcionado.

Satisfação pessoal	20	<ul style="list-style-type: none"> • Na realidade a expectativa é ajudar quem precisa e as ações que têm decorrido vão de encontro com este objetivo. • São ações com o qual me identifico. • Sinto que cumprio o meu dever apenas com as ações promovidas pela empresa. • Vão de encontro às atividades com que me identifico. • Correspondem de alguma forma ao que gostava de ajudar. • Gosto de fazer. • Nunca me senti "triste" por ter participado. • É sempre bom sentirmo-nos um pouco úteis. • Cada dia que saio em Voluntariado sinto que a Empresa e Eu damos um pouco de Nós em prol duma boa causa, seja ela qual for. • Existe sempre uma vontade muito grande, o que motiva. • Gostei de todas as ações onde participei por isso corresponderam. • Aquelas em que participei correram sempre bem. • Tem sido interessante e compensatório o sacrifício de disponibilizar horas de estar com a família para ajudar o próximo. • Foram ações que correram bem, não me desiludiram. • Sinto-me realizada por poder contribuir com o meu tempo para ajudar o próximo. • O Programa onde participei e vou voltar a participar (já está marcada nova secção) foi muito interessante e abriu a oportunidade de participar noutras ações, dentro da mesma instituição, e até com que mais me identifico (só falta marcar data para essas outras sessões). • A empresa possui um leque de opções em várias áreas do meu interesse. Todas me parecem relevantes e úteis para a sociedade. • A experiência é gratificante e vemos resultados.
Interesses pessoais	10	<ul style="list-style-type: none"> • Vão de encontro às minhas áreas de interesse no voluntariado. • Vão de encontro às áreas em que me sinto mais à vontade para colaborar. • As ações realizadas pela empresa fazem parte das minhas áreas de interesse. • Vão de encontro às minhas vontades porque são do meu interesse. • Existe compatibilidade de interesses. • São dentro da minha área. • São ações adequadas à disponibilidade e interesses demonstrados.

Questão 30 - Justifique a sua resposta à pergunta 29 “Comparativamente a outras empresas que conheça, como avalia (em termos de áreas de intervenção e impacto da ação) o voluntariado promovido pela sua empresa?”

Categoria	Quantidade	Exemplos
Não Sabe = 86 respostas		
Pior		
Partilha de boas práticas	1	<ul style="list-style-type: none"> • Pode fazer mais e se entregar mais a estas acções. Divulgar mais e melhor que as faz, será seguramente bom para a sua imagem e contribuirá para dar o exemplo às demais.
Igual		
Áreas de intervenção	5	<ul style="list-style-type: none"> • Nessas mesmas ações participam outras empresas. E percebe-se que as áreas de interesse são parecidas. • Todas encaixam no mesmo tipo de voluntariado. • Todo o voluntariado tem impacto, mesmo que seja pouco, nas áreas da respetiva intervenção. • Apresenta um leque vasto de opções em diferenças áreas tal como em outras empresas.
Tipo de ações	3	<ul style="list-style-type: none"> • São enquadradas dentro do que é praticado. • Ações com objetivo designado • Voluntariado, não pode ser quantificado de uma forma simples, as

		vezes ações sem significado ou com uma visibilidade pequena, poderá ter um grande impacto na entidade alvo. Por isso não sei quantificar.
Interesses pessoais	3	<ul style="list-style-type: none"> • Em todas as ações que participei também havia voluntários de outras empresas. O envolvimento dos indivíduos é igual. • É indiferente qual a empresa à qual as pessoas que efetuam voluntariado, pertencem. O impacto da ação é independente. A diferença pode estar no indivíduo.
Horário	1	<ul style="list-style-type: none"> • Todas as empresas de uma forma ou de outra tentam fazer o seu melhor nas áreas em que intervêm, especularmente durante o período do inverno e isso sensibiliza as pessoas que gostam de ajudar e que se preocupam com os outros.
Gestão do voluntariado	6	<ul style="list-style-type: none"> • Organização fraca. • Hoje em dia a capacidade de preparação das ações por parte das organizações / empresas está bastante "profissional", pelo que quase todas têm as mesmas preocupações a diferença é que umas terão maior capacidade financeira. • Não julgo que a minha empresa se destaque na área de voluntariado. Faz o que as outras fazem. Acho que é igual em todas as grandes empresas. • Em termos de privadas está num bom patamar pelo que conheço. Em termos de ong's essas têm um esforço muito maior. • Julgo que atualmente a estratégia das empresas está alinhada com as práticas habituais para estas ações e verifica-se que existe uma certa uniformidade entre elas.
Divulgação	1	<ul style="list-style-type: none"> • Passagem de informação.
Local da ação	1	<ul style="list-style-type: none"> • Âmbito das atividades e focadas em grandes centros urbanos. Era relevante disseminar mais.
Instituições apoiadas	1	<ul style="list-style-type: none"> • Instituições são as mesmas.
Melhor		
Gestão do voluntariado	20	<ul style="list-style-type: none"> • A empresa na qual trabalho desenvolve um voluntariado de excelência. • Programa de voluntariado estruturado e organizado. • Programas de voluntariado social bastante superiores e diversificados. • Acho que a PT tem um excelente programa de responsabilidade social e incentiva os seus colaboradores para a causa. • É muito bem organizado e planeado! • Muito completo. • Ótima organização e divulgação destas ações. • Existe sempre a concretização da ação e o acompanhamento do que foi angariado e entregue. • Fornece todas as condições para se pôr em prática o voluntariado, desde logística, garantir refeições aos voluntários bem como o seu bem estar sem qualquer pressão. • Desenvolve um voluntariado de excelência. • Muito bom. • Excelente organização da PT nas suas ações de voluntariado. • O grupo onde trabalho tem uma empresa dedicada quase exclusivamente a estas ações. • Equipa dedicada altamente profissional e organizada. Meios importantes para divulgação e apoio. • Voluntariado bem estruturado, desenvolvido por uma equipa competente que se dedica exclusivamente a esta área. • Porque tem uma direção associada à promoção e implementação das ações. • Inovação nas iniciativas programadas e acompanhamento dos voluntários antes e durante a formação. • A PT permite aos colaboradores darem 6 dias por ano para voluntariado. A maioria da ações são planeadas e chegam a uma população numerosa, marcando a diferença. Algumas ações são de voluntariado de competências, isto é, os colaboradores dão

		<p>formação aos utentes, em áreas temáticas que dominam.</p> <ul style="list-style-type: none"> • A ideia que tenho é que nem todas desenvolvem preocupação com este tipo de temas. Outras envolvem-se, delegando a atividade de organização das campanhas noutras organizações. A minha tem um departamento ou tem pessoas dedicadas a gerir este tipo de iniciativas.
Responsabilidade social	15	<ul style="list-style-type: none"> • Porque faz parte dos valores básicos da empresa. • Enorme preocupação, para com o próximo, agindo onde mais faz falta e desenvolvendo ações de sensibilidade junto dos seus colaboradores para participarem nas ações escolhidas. • Considero que esta é a melhor Empresa na área de intervenção e impacto da ação sobre o voluntariado porque, incentiva, motiva e tem uma visão muito abrangente sobre os problemas da sociedade onde atua de forma eficaz nas áreas mas incertas. • O papel da empresa nesta área é reconhecido quer interna quer externamente à organização. • Já há muito tempo, valoriza a vertente social e que tem estado na vanguarda de atividades desta natureza. • Sempre a pensar em formas sustentáveis de melhorar o impacto da comunidade perante a empresa. • Há um grande sentido de responsabilidade social. • A componente de responsabilidade social já é muito estruturada. • Tem uma forte cultura de responsabilidade social, e que avalio de muito boa. • Com estrutura de organização e princípios claros de atuação. • Tem feito um esforço para que os seus colaboradores sejam cidadãos ativos no voluntariado. • Prima pela aposta na responsabilidade social, algo que me parece ser uma preocupação de poucas empresas. • Comparativamente com as empresas onde trabalhei antes, onde não havia esta prática de apoio a ações de voluntariado, a empresa onde estou agora tem uma melhor política. • Faz parte dos valores básicos da empresa. • Acredito que a dimensão da empresa onde trabalho seja proporcional ao impacto das ações que desenvolve. Acredito, sobretudo, que a nível de envolvimento e dedicação às causas sociais, é das empresas com um papel mais relevante na sociedade portuguesa.
Áreas de intervenção	24	<ul style="list-style-type: none"> • Muita variedade e quantidade de iniciativas. • Existem muitas ações de voluntariado à escolha e estão bem organizados. • A minha empresa tem intervenção em áreas muito diversificadas. • As outras empresas pelo que conheço não têm a quantidade de ações e de voluntários como a empresa em que trabalho. • A minha empresa é a que promove mais e variadas ações de solidariedade. • Porque é mais abrangente, há sempre ações a decorrer e porque há sempre uma ação mais adequada a cada tipo de pessoas. • Quantidade e qualidade de programas de voluntariado. • Intervém em várias áreas e de uma forma planeada e organizada. • Temos mais opções e número de ações • Muitas são as ações desenvolvidas pela Fundação PT com muito mérito. • Têm mais iniciativas e a organização das mesmas é melhor. • A empresa promove muito o voluntariado e oferece um variado leque. • Tem promovido e divulgado várias ações • Maior áreas de intervenção. No Algarve é das poucas empresas que se dedica ao voluntariado. • Julgo que esta empresa tem um vasto leque de ações de voluntariado, dificilmente igualado por qualquer outra empresa. Pelo fato de se tratar de uma grande empresa, o impacto e visibilidade é certamente maior do que as restantes. • Tenho só a noção que a PP esta muito empenhada nas várias áreas do Voluntariado.

Instituições apoiadas	6	<ul style="list-style-type: none"> • Mais beneficiados e número de instituições apoiadas. • Penso que é uma empresa que participa ativamente. Ajuda muitas entidades. • A empresa preocupa-se em ajudar as instituições com quem faz este tipo de parcerias mas também que estas ações tenham um impacto positivo na sociedade e nos seus colaboradores. • Nas Associações às quais me encontro envolvida há poucas empresas a participar. O voluntariado é praticado individualmente. • A dimensão da empresa permite ajudar várias instituições com recursos humanos e financeiros. • Atua com pessoas e financeiramente.
Periodicidade	3	<ul style="list-style-type: none"> • Colabora com frequência em ações de voluntariado e permite aos seus colaboradores fazerem-no com bastante mais regularidade. • A minha empresa tem uma participação em ações de voluntariado muito superior à generalidade das outras empresas. • A maioria das empresas envolve-se em 2 ou 3 áreas/instituições e a PT envolve-se em imensas áreas diferentes e tenta ir rodando geograficamente e por imensas instituições distintas. Rara é a empresa que incentiva tanto o voluntariado ao longo do ano, sendo usualmente nas que conheço, dias em que toda a empresa é quase "obrigada a ir ajudar" não sendo bem no sentido "voluntários" mas sim quase voluntariado à força.
Divulgação	9	<ul style="list-style-type: none"> • Diversificar as áreas de intervenção e assegura uma excelente divulgação junto dos colaboradores. • O voluntariado na minha empresa é amplamente divulgado e incentivado. • Promove o voluntariado e associa-se a várias organizações para o fazer. • As ações são bem divulgadas e bem acompanhadas. • Feito muita coisa e temos comunicado. • Maior promoção do voluntariado empresarial, com melhor divulgação e enquadramento jurídico-laboral. • Existe mais divulgação destas iniciativas pois somos informados facilmente, e facilmente inscritos. • Há um empenho grande na divulgação destas ações.
Tipo de ações	14	<ul style="list-style-type: none"> • A grande parte das empresas não tem ações de voluntariado. • Não conheço empresa com mais ações de voluntariado do que a minha. • Não existem muitas empresas portuguesas a assumir o papel do voluntariado junto dos seus colaboradores. • A maioria dos meus familiares e amigos desconhece se a sua empresa tem ações de solidariedade exceto na participação das corridas, ficando surpreendidos com as ações de que lhes dou conhecimento. • Do universo de amigos/conhecidos/ex-colegas não existem relatos de iniciativas promovidas por parte das respetivas empresas. • As empresas que conheço desempenham pouco estas iniciativas. • Em muitas empresas que conheço ou não existem ações de voluntariado ou são focadas numa única área e com pouco impacto. • Não conheço muitas empresas que promovam o Voluntariado como a "minha". • Poucas são as empresas no mercado de trabalho que promovem este tipo de ações. • Conheço empresas que não têm esta preocupação e não desenvolvem este tipo de iniciativas. • Já trabalhei em várias empresas de dimensão superior à minha, equivalente e inferior. Só numa delas tinha esta preocupação e em muito menor escala. Considero por isso que a minha empresa está a fazer um esforço no sentido certo. E eu vou ajudar como poder, sempre sem prejudicar o meu desempenho profissional. • Não tenho grande ponto de comparação mas relativamente a outras empresas onde trabalhei claramente a PT aposta mais neste âmbito. • A nível nacional temos sempre várias ações.

Questão 32 – Tem algum comentário ou sugestão que queira apresentar relativamente ao voluntariado na sua empresa (por exemplo, parcerias com instituições, tipo de ações e sua duração)?

Categoria	Quantidade	Exemplos
Instituições apoiadas	8	<ul style="list-style-type: none"> • Deveria existir parcerias com instituições por forma a promover o voluntariado quer através da empresa, mais impactante junto da sociedade, quer individual. • São possíveis ações mais localizadas e de apoio a instituições locais ao invés do foco em instituições de carácter nacional. • Acredito que a PT tem pessoas no terreno que conseguem avaliar as parcerias com as instituições, assim como as instituições têm pessoas que vêm ter com a PT para solicitar determinadas ações. O golpe de asa talvez esteja numa associação entre grandes empresas de forma a poder de uma forma concertada RESOLVER e não apenas ir mantendo o apoio dado a certas situações. • Continuem, as parcerias são excelentes assim como a organização das mesmas. • Têm feito um bom trabalho nas instituições que apoiam: espero que continuem parceria com outras instituições como a Rotary. • Pessoalmente, existe uma IPSS que me é muito querida e que tomei conhecimento dela através de uma participação numa ação de venda de T-shirts e recolha de Livros promovido pela empresa onde trabalho; essa instituição é a HELPO, pelo que gostaria que a empresa onde trabalho continuasse a apoiar esta Instituição. • Realizar mais ações, estabelecer compromissos com instituições e interiorizar o voluntariado na cultura da empresa.
Horário	7	<ul style="list-style-type: none"> • Trocar o carácter excecional pelo frequente. Se a empresa desse duas horas da semana por outras duas, pelo menos, dadas pelo colaborador que prestasse voluntariado numa instituição, então estaríamos a apoiar de um modo consequente. • Acho que as instituições têm tanta falta de dinheiro, que poderíamos ter ações de longa duração com elas. • Nos tempos que correm não sei se não seria interessante cada direção ter uma obrigatoriedade de X horas de voluntariado. penso que o contributo da PT seria mais efetivo. É óbvio que nem toda a gente quer ou gostaria de o fazer, mas penso que poderão existir situações em que o receio de o fazer, dificulta a adesão. • Na minha opinião deveria haver mais dias para estas iniciativas, mesmo sendo pós laboral. • Maior número de dias possíveis para a prática das mesmas. • Se a empresa pretende que sejamos voluntários têm que facilitar mais esse voluntariado na hora laboral. • Para estimular ainda mais a participação dos colaboradores podia ser atribuída uma manhã ou tarde por ano a cada colaborador para praticar voluntariado a partir da pool de propostas em que a empresa participa.
Local da ação	9	<ul style="list-style-type: none"> • Se a minha empresa garantir transporte para ações de voluntariado mais distantes, não me importaria! • Seria importante a empresa alargar a quantidade/ geografia e o âmbito de ações de voluntariado - práticas ambientais. • Gostaria que a empresa continuasse a apostar na sua solidariedade, descentralizando mais a prática das ações de voluntariado. A maior parte das iniciativas são nos grandes centros. • Gostaria que algumas ações fossem decorridas noutra espaço do território Nacional nomeadamente Açores e Madeira e em simultâneo. • Penso que o voluntariado está mais centrado nos grandes centros e pouco activo nas cidades mais pequenas. • Gostaria que a empresa diversificasse mais a zona geográfica em que efetua ações/acordos de voluntariado. • A possibilidade de haver mais iniciativas a Norte do país. • Mais ações de voluntariado na zona de Coimbra.

		<ul style="list-style-type: none"> • Gostaria de fazer um voluntariado em África ou outro país.
Áreas de intervenção	18	<ul style="list-style-type: none"> • Poderíamos também realizar ações de voluntariado em benefício de associações que protegem os animais. Muitas destas associações necessitam de melhoria de condições e facilmente juntos, poderíamos ajudar. • Desconheço todas as ações de voluntariado da empresa. No entanto, e caso não haja, julgo importante promover ações de voluntariado junta da população mais idosa. • Poderia efetuar-se mais ações de voluntariado junto das escolas em várias áreas. Promover um dia de trabalho na Empresa a alunos das escolas para perceberem o que se faz nas Empresas. Promover nas cantinas da PT almoços para pessoas com carências. • Dar aulas/formações a crianças/adultos. • Seria interessante envolver os estudantes de escolas de arte a colaborarem nestas ações junto dos sem abrigo. • Sendo o Grupo empresarial em que trabalho maioritariamente constituído por empresas tecnológicas e de serviços penso que se poderiam desenvolver ações potenciado o know how específico dos colaboradores das empresas, por oposição a apenas recolhas de donativos e afins (sem prejuízo da validade destas ações). • Gostaria que a minha empresa promovesse mais ações para ajuda de animais abandonados. • Deveriam existir mais ações a nível de saúde em hospitais na área de Pediatria e também com idosos, com duração de uma semana, por exemplo. • Podíamos ajudar nos TPC das crianças, por exemplo, já que a grande maioria dos miúdos institucionalizados têm imensas dificuldades e nós temos imensos licenciados habituados a dar formação. • Gostava que a minha Empresa promovesse o voluntariado com ex-colaboradores, que se encontram em situação de risco, por serem idosos, estarem sozinhos, viverem em prédios sem elevador, necessitarem de acompanhamento a Consultas, satisfazer necessidades básicas, por exemplo, compra de medicamentos, ou simplesmente falar. • Gostava de ter mais atividades com crianças desfavorecidas, não de um dia mas de uma relação de mais duração. • Divulgação e sensibilização das pessoas para a necessidade da arte e cultura nas suas vivências diárias, não como algo supérfluo. • Julgo que deviam existir mais ações ligadas à saúde mental.
Tipo de ações	11	<ul style="list-style-type: none"> • Acho que as ações desenvolvidas já são muito positivas. • O voluntariado da minha empresa é variado, em todos os aspetos, e anualmente é revisto o plano. Penso que a a minha empresa está atenta a quais as ações que os seus colaboradores estão mais receptivos. • Gostaria de ver mais desenvolvida a ideia de "aproveitar" as várias valências (formação profissional) dos colaboradores nas ações de voluntariado. • Envolvimento dos colaboradores na definição das ações de voluntariado. Poderão existir ações de baixo custo e maior originalidade se pensadas com a ajuda dos colaboradores • Criação de uma rede de voluntários dinamizadores de projetos em vez da centralização. • Realizações de projetos abertos à sociedade ou pelo menos a ex-colaboradores com tempo disponível-reformados. • Projetos com continuidade em vez de ações episódicas. • Proponho apoio ao meu grupo que criei por forma a ir ao encontro da minha vontade de ajudar os sem abrigo de uma forma diferente porque não se apoiam projetos de funcionários e se continua a apoiar instituições que temos noção no terreno que não desenvolvem o melhor trabalho junto dos mesmos. • Uma vez que existem muitas pessoas, deveria ser possível abdicar de determinadas horas de trabalho para discutir e arrancar com iniciativas próprias dos colaboradores.

Gestão do voluntariado	13	<ul style="list-style-type: none"> • É minha convicção que a Fundação PT está a fazer um bom trabalho. Infelizmente trabalha-se mais no alívio dos sintomas (dores das pessoas) do que na formação cívica que poderá minimizar as causas das dores, mas infelizmente as "dores" são muitas e não é possível resolvermos as causas só com voluntariado. • Acho que a empresa e a Fundação têm desenvolvido um bom trabalho a este nível. • De momento acho que a empresa desenvolve um excelente e completo trabalho nesta área. • Sendo um voluntariado já com alguma experiência, tem recolhido vários ensinamentos e funciona bastante bem. • Está já muito bem organizado. • Deixo essa tarefa, que tem sido bem executada pela Fundação PT, agora na pessoa da Dr^a Graça Rebocho que tem um papel importantíssimo nesta área. • Existe sempre mais caminho a fazer. Mas se cada um for fazendo a sua parte já é positivo, pelo que o caminho que está a ser trilhado pela empresa já é muito positivo. • A recolha em cada edifício de bens, livros ou outras necessidades para determinadas entidades é algo de fácil realização e que normalmente traz sempre bons frutos sem custos para empresa. • Continuem a desenvolver um bom trabalho como até aqui. • Maior diversidade nas funções de voluntariado. • a empresa está a tentar controlar o voluntariado criando uma bolsa, penso que terá melhores resultados se não institucionalizar o voluntariado.
Número de ações	5	<ul style="list-style-type: none"> • Na medida do possível, o aumento do número de iniciativas. • Existem imensas instituições e pessoas que precisam de ajuda, de modo que, é só aumentar a variedade. • A minha sugestão é que façam mais ações de voluntariado. • Mais ações. Ainda há poucas.
Benefícios pessoais e profissionais	2	<ul style="list-style-type: none"> • Quem dá recebe! • Tudo o que seja para ajudar o próximo, ajuda-nos a nos também. É tudo válido. desde ajudar a pintar, a construir, até nós mesmos aprendemos.
Divulgação	8	<ul style="list-style-type: none"> • Ser absolutamente verdadeira a entrega por parte da empresa (pois os colaboradores que a praticam entregam-se a 100%) e ser mais divulgada, interna e externamente. • Não insistir demasiado, pois tem o impacto contrário ao desejado. Uma vez por mail e publicação na intranet é suficiente. • Mais sensibilização das chefias para estes temas, por vezes são elas que limitam/desmotivam os colaboradores. • Usar meios mais motivantes para atrair mais voluntários. • Importância de envolvimento de chefias: são as chefias que devem dar o exemplo para que os seus colaboradores também sintam que o voluntariado prescindindo de horas no trabalho não os prejudicam. • Sugestão de implementação de sistema de "inscrição" livre de cada colaborador para receber atempadamente alertas sobre novas ações de solidariedade. • Recolher mais <i>feedback</i> dos colaboradores sobre potenciais projetos de voluntariado e formas de o implementar. Seria interessante que estes projetos fossem inseridos na rede internacional de voluntariado. • Fóruns podiam ser o começo, ou clubes de voluntariado. Existe muito conhecimento e muitos recursos que podem ser aproveitados.

Anexo Z – Entrevista à área de Voluntariado e Intervenção Social da PT

Gerais

Célia Santos (CS) - De que forma se pode contribuir para a resolução dos problemas sociais? Podem ser resolvidos por qualquer pessoa ou requerem um determinado perfil?

Ana Catarina Graça (AG) - Obviamente que requerem um determinado perfil. Primeiro temos que ver a que problemas sociais nos estamos a referir porque o termo é muito amplo. Vamos admitir que o conceito se prende com questões mais viradas para a pobreza. Acho que não é toda a gente que pode tratar deste tema.

Em primeiro lugar deverá ser o Estado a ter a responsabilidade de resolução mas todos temos um contributo direto ou indireto para a sociedade, logo, devemos também ter um papel interventivo na sua resolução. Diria que a educação é um fator importante para a sensibilização do indivíduo para os problemas sociais no geral. A solidariedade pode ensinar-se e inculcar-se e é o ponto-chave do perfil do voluntário.

Podemos considerar várias disciplinas que podem estar mais ou menos ligadas à resolução dos problemas sociais. No imediato podemos pensar nos sociólogos e assistentes sociais porque são os que estão mais no terreno, junto das populações e, portanto, aptos para tratar destes temas. Mas esta resolução passa também por economistas e tantas outras disciplinas, quanto mais não seja através da educação e passagem de conhecimentos que podem ajudar o próximo a resolver um problema. No fundo, acho que todos podem contribuir, seja com passagem de conhecimento, com mão-de-obra ou, simplesmente, com doação de bens.

CS - Como define voluntariado e voluntariado empresarial?

AG - Voluntariado é um conceito mais abrangente e, na minha ótica, é a ação de ajudar a resolver determinadas situações e problemas sociais, de livre e espontânea vontade, sem esperar nenhum lucro, sem ter um contrato, sem ter um horário, sem ter uma remuneração, e que possa contribuir para amenizar determinadas situações, que podem passar por situações económicas, pobreza, mas também ajudar no estudo, por exemplo.

Voluntariado empresarial é aquele que é feito nas horas de serviço em que a empresa disponibiliza o colaborador (voluntário), não lhe reduzindo qualquer remuneração,

CS - Quando foi a primeira vez que participou numa ação de voluntariado?

Como foi essa experiência? (onde foi, quanto tempo durou e o que fez)

AG - A atitude de ajuda foi-me inculcada a nível familiar, desde que me lembro, e de uma forma mais ou menos organizada sempre fui reunindo roupa que já não usava para os mais desfavorecidos.

Por norma, entregava numa igreja próxima ou enviava para Moçambique, numa altura em que um colega do meu pai servia de “ponte” para lá. Nasci e cresci num bairro e, tendencialmente, as pessoas ajudam-se uma às outras.

Recordo-me de incentivar dois ou três amigos a procurar um curso, quando pretendiam deixar de estudar, e fui inclusivamente com eles às escolas providenciar a inscrição. Não sei se é voluntariado, mas é, com certeza, um ato de cidadania, de forma voluntária e despretensiosa.

A nível empresarial a primeira vez em que fui voluntária numa experiência organizada, participei nas “Conchinhas do mar”. Esta é uma iniciativa muito carismática e querida na PT.

Durante uma semana a Fundação PT, através do Mão na Mão, movimento de voluntariado empresarial que criou e dirige, promove a partilha de momentos na praia entre crianças mais desfavorecidas, que se encontram em tratamento no Hospital de Alcoitão. Estamos a falar de crianças com necessidades especiais. Neste caso o papel do voluntário é ser responsável por uma criança durante o dia inteiro, cuidando, brincando, apoiando nas refeições, nas deslocações à casa

de banho, enfim, dar apoio à equipa especializada do hospital que está sempre presente. Foi uma experiência gratificante. Recebi muitos sorrisos.

CS - Quais as vantagens do voluntariado, para os voluntários, para as instituições e para as empresas?

AG – Para o voluntário, uma retribuição. Não é verdade que não queiramos nada em troca quando damos. Considero uma mentira quando alguém afirma «Eu dou sem esperar nada em troca». Eu quero uma coisa em troca, é sentir-me bem. Fico triste se alguém a quem falo não retribui com um simples sorriso ou um agradecimento porque é isso que eu espero. Com certeza que não é uma retribuição material, é antes uma retribuição espiritual. É uma retribuição não palpável mas antes um reconhecimento que pode não ser perante os outros mas apenas interior, consigo mesmo. Acho que é assim com toda a gente. Isto é importante e eu acho que é muito verdadeiro. Portanto, para as pessoas, a vantagem é sentirem-se bem, sentirem-se confortadas, sentirem que fizeram alguma coisa pelos outros, sentirem que são úteis na sociedade.

Do ponto de vista de quem recebe o apoio, se for uma pessoa que está sem comida, tira-lhe a fome; se for uma pessoa que está com falta de roupa, dar-lhe uma roupa aquece-a; se for plantar uma árvore, a ecologia agradece, a sustentabilidade agradece. Portanto o voluntariado faz bem à sociedade, à comunidade, seja por apoio a pessoas ou à área ambiental.

Tal como para o voluntário, considero que as empresas também esperam alguma coisa em troca quando dão tempo aos seus colaboradores e apoiam as ações de voluntariado. Esperam trabalhadores mais motivados, e trabalhadores mais motivados são trabalhadores mais produtivos. As empresas que patrocinam o voluntariado tornam-se empresas socialmente responsáveis e perante a sociedade/*stakeholders* são empresas melhor vistas. Se eu tiver duas empresas a vender o mesmo produto, escolho a que for socialmente responsável. Portanto, as empresas esperam esse retorno social.

CS - Existem desvantagens?

AG - Existem ou podem existir. Estou a sentir que algumas instituições “abusam” do voluntariado como mão-de-obra. Passaram a usar voluntários em vez de se recorrerem a trabalhadores e existem determinadas necessidades que só podem ser colmatadas por pessoas competentes em determinadas matérias. Por outro lado, isso pode originar algum desemprego em pessoas que poderiam estar a trabalhar nas instituições. Não têm dinheiro mas algumas instituições recebem apoios precisamente para dar emprego a determinado tipo de população. Portanto, no recurso ao voluntariado, convém não cair no exagero de usar o voluntário para tudo e mais alguma coisa.

Por exemplo, fui abordada por instituições que nos vieram pedir voluntários para trabalho de hospedeiras promotoras em congressos. Cobram o mesmo valor aos participantes nos congressos e deixam de pagar às promotoras. Parece que estão a exagerar um bocadinho da “onda” de solidariedade. De uma forma geral as pessoas gostam de ajudar mas depois há sempre quem se aproveite.

Para as empresas poderá haver algum desfoque dos colaboradores que se dediquem sistematicamente ao voluntariado. Por exemplo, se um colaborador fizer muito voluntariado nas rondas nocturnas, que terminam por volta da 1h/2h, de manhã está com sono. É bonito fazer mas depois não vai ter a mesma produtividade no dia seguinte.

E, algumas chefias que não praticam voluntariado nem são sensíveis ao tema. Consideram que as ações de voluntariado praticadas nas horas de serviço são uma “fuga” às tarefas para as quais o trabalhador é pago.

CS - E na relação entre empresas e instituições devem ser as empresas a procurar as instituições que necessitam dos voluntários ou o contrário?

AG – Eu diria que deviam ser as instituições a procurar as empresas mas da minha experiência, a PT procura também instituições. Não me choca que uma empresa procure uma instituição em que conheça as necessidades a nível de voluntariado.

Seja como for, diria que, tendencialmente, devem ser as instituições a procurar as empresas. Na gíria popular costuma-se dizer que «Quem lhe dói o dente é que vai ao dentista».

CS - Será o voluntariado uma área maioritariamente necessária para as instituições ou haverá outras formas de apoio?

AG – Pode haver outro tipo de apoios e, consoante a empresa, eu acho que os apoios podem ter a ver com o negócio dessas empresas. Mais uma vez, exemplo da PT, há muitas instituições que não pedem voluntários, nem precisam. Podem ter voluntários que não têm a ver com voluntariado empresarial, porque há pessoas que fazem da sua vida só voluntariado.

As instituições têm outras necessidades e requerem outros apoios, normalmente financeiros, mas nem sempre as empresas estão disponíveis para donativos financeiros. Nestes casos, as empresas podem apoiar através dos seus produtos e serviços.

CS - O tipo de voluntariado (regular ou ocasional) deve depender da área de intervenção da instituição? Qual será a importância do voluntariado regular face ao ocasional?

AG - O voluntariado regular traz resultados muito mais positivos que o voluntariado ocasional porque é mais estruturado. Obriga a um programa e a uma gestão que, pela experiência e pelo treino, tem resultados mais positivos do que um voluntariado ocasional.

Em muitos casos o voluntariado regular é mais adequado para as instituições e não é compatível com o voluntariado que uma empresa pode oferecer, que por norma é mais ocasional. No entanto, há ações de voluntariado ocasional que são precisas e que fazem sentido. Quando, há uns 2 meses, houve um grande temporal foi preciso angariar umas centenas de voluntários para ir limpar as matas.

CS - Considera que pode existir influência entre a prática individual de voluntariado e o voluntariado empresarial e vice-versa? (Isto é, o facto de uma pessoa que trabalha numa empresa na qual se promovem ações de voluntariado pode influenciar a sua prática individual de voluntariado ou que o facto de uma pessoa que trabalha numa empresa e que já praticou voluntariado a título individual pode influenciar a sua participação em ações de voluntariado desenvolvidas pela empresa?)

AG - Acho que sim. Há influência da prática de voluntariado individual-empresarial e empresarial-individual. As pessoas que praticam voluntariado começam a praticá-lo a partir do momento que em qualquer circunstância, seja por sua iniciativa ou dentro da empresa, houver alguma iniciativa que a atraia.

As pessoas que aderem ao voluntariado empresarial, por vezes, acabam também por aderir ao voluntariado individual. A nível pessoal, não tinha muita prática de voluntariado e quando comecei a trabalhar na Fundação PT, surgiu uma iniciativa da Comunidade Vida e Paz, onde acabei por ficar a conhecer o trabalho desta organização. Mais tarde, inscrevi-me para ser voluntária fora da empresa para uma outra iniciativa de âmbito diferente. Se eu não tivesse conhecido a Comunidade Vida e Paz através do voluntariado da empresa, eu não me tinha inscrito. O mesmo aconteceu com a VITAE, onde faço voluntariado mais regular.

Ao contrário, temos colegas nossas da PT-SI que são voluntárias assíduas, regulares, na Comunidade Vida e Paz e quando sai alguma ação organizada pela empresa também se querem inscrever, por já conhecerem e por gostarem de mostrar a outros voluntários que já fazem parte do grupo de voluntariado daquela instituição. Os comentários são engraçados: «Ai eu vou porque nessa instituição já é costume eu lá estar.» Alguns até são coordenadores: «Já sou coordenador nessa instituição.» Falam com orgulho. Acho que isso é muito positivo e acaba por estar interligado.

Específicas

CS - Nesta empresa existe uma estratégia para o voluntariado? Com que objetivos?

AG – Sim existe uma estratégia. Existem programas e instituições que são definidos anualmente. Existe uma área específica na Fundação PT que centraliza e trata de todas as ações de voluntariado. Há um plano de iniciativas e projetos, há um orçamento, há um plano de comunicação para angariação de voluntários e há um inquérito no final de cada ação para saber o que correu bem e o que se pode melhorar, tanto para os voluntários responderem como para as instituições.

CS - É do interesse da empresa apostar nesta área?

Qual/quais as expectativas em desenvolvê-la?

AG – Esta é uma área estruturada e em que a empresa aposta e incentiva os colaboradores, tanto que existe uma bolsa de voluntariado para os colaboradores se inscreverem.

Mas o que é que a empresa espera com isto? Aquilo que eu referi no início da entrevista, a empresa espera um reconhecimento externo da comunidade, dos clientes (atuais e potenciais), dos *stakeholders*, dos colaboradores. E, como já referi no início, acho que incentivar a prática de voluntariado pode fomentar a produtividade através da motivação dos colaboradores.

CS - Em que áreas de intervenção a empresa desenvolve ações de voluntariado?

A forma como intervêm nas instituições está relacionada com o seu *core business*?

AG - De uma forma geral, com todas as áreas exceto com animais. Mas a maior parte das nossas ações está virada para crianças, idosos, sem-abrigo, pessoas com necessidades especiais... Já uma vez tivemos uma ação com reclusos mas não é prática.

Quando nós damos formação em informática, a uma determinada instituição, e usamos voluntários que têm essa competência estamos a relacionar o voluntariado com o *core business*. Porquê? Porque somos uma empresa na área da informática, temos a PT SI com sistemas de informação e, usamos o *know how* das pessoas para as ações.

Mas nem todas têm relação com o negócio. Nós não fazemos obras. No entanto, recorremo-nos da PT PRO, que tem conhecimento nessa matéria e tem parceiros, que nos ajudam nas áreas técnicas. Os voluntários ajudam nas pinturas sob supervisão desses técnicos. Eu diria que a maior parte das vezes não têm relação com o negócio da empresa.

CS - Que tipo de relação de parceria/formas de ajuda são estabelecidas com as instituições?

Essa escolha tem em consideração a opinião dos colaboradores?

AG - Este ano a PT rejeitou os donativos monetários. Em vez disso, e para instituições credíveis, avaliámos quanto gastam em comunicações por ano e pagamos esse valor. Porquê? Porque esse é o nosso negócio. Não vejo isto como um custo, vejo um não ganho para a PT mas um benefício bom para as instituições. Por outro lado, os apoios podem passar por outro tipo de sinergias e donativos que não sejam do *core* da empresa.

Na PT damos computadores, fizemos obras de recuperação e até demos carros. Porquê? Porque temos parceiros. É bom para as empresas e é bom para as instituições. Nós temos uma bolsa de voluntariado em que, na bolsa, o colaborador pode seleccionar o tipo de população com quem gostaria de trabalhar e em que área. É também com base neste *input* que desenhamos as ações. Se, por exemplo, a maior parte dos voluntários disser que quer trabalhar com os sem-abrigo, nós vamos procurar ações viradas mais para os sem-abrigo.

Porém, temos algum público-alvo que por estratégia e decisão da empresa não abrangemos, como é o exemplo dos animais. E a nível ambiental é raro. Nós estamos mais virados para a comunidade, para as pessoas. Temos, no entanto, vários voluntários inscritos que demonstraram este interesse e o que pretendemos fazer é utilizar o voluntariado fora das horas de serviço e promover uma ação com animais, como limpeza de canis, passear os animais ou angariar alimentos.

Por outro lado, temos um programa de voluntariado, o Ajude Quem Ajude, em que as instituições a apoiar foram selecionadas pelos colaboradores, de entre uma lista pré selecionada que disponibilizámos na *intranet*. Portanto, temos em conta a opinião dos colaboradores, tanto no que respeita a ações de voluntariado como até na escolha das próprias instituições, porque tendo em conta a opinião deles, eles sentem-se mais envolvidos.

CS - Quanto tempo disponibilizam por ano aos colaboradores?

AG - O tempo que disponibilizamos, por ano, são 5 dias mais 1. São 5 dias para as ações de voluntariado PT, mais um para o projeto Mão na Mão, que é um movimento empresarial coordenado pela Fundação, do qual várias empresas fazem parte.

Portanto, ao todo damos 6 dias para voluntariado.

CS - Sumariamente descreva os principais projetos de voluntariado da empresa (nome, instituição apoiada, duração em horas, número de voluntários e periodicidade).

AG – Temos 4 grandes projetos exclusivamente PT:

O Comunicar em Segurança é um projeto ligado à educação. Consiste em sensibilizar crianças, pais e professores sobre a comunicação segura nos vários meios, principalmente internet e telefone. No fundo é um projeto que está interligado com o nosso negócio: telecomunicações. Desde o seu início em 2009 já participaram mais de 500 voluntários. Cada voluntário pode fazer uma ou mais sessões.

O Ajude quem Ajuda é um projeto ligado à intervenção. Consiste no apoio a uma instituição por mês, a qual é escolhida por votação, anualmente, pelos colaboradores. Este apoio traduz-se, essencialmente, em donativos de bens, recolhidos nos vários edifícios, em obras de recuperação de espaços nas instituições ou em serviços PT. Teve início no ano de 2012 e contou com 424 voluntários correspondendo a 1.100 horas.

O projeto Preparar o Futuro, surgiu como piloto no final de 2012 e é também um voluntariado ligado à Educação, mais numa vertente de incentivo e promoção de bem estar. Este projeto tem apoiado a Vitae de Alcântara, que alberga pessoas sem abrigo e com alguma dependência. Consiste em partilhar conhecimento sobre diversas matérias para que os utentes possam utilizar num futuro. Temos promovido *Worksops* de finanças, cabeleireiro, culinária, pintura, relaxamento e dança e ainda módulos de *word*, *power point* e pesquisa na *internet* com o objetivo de promover uma ferramenta que pode vir a ser útil na procura e inserção no mercado de trabalho. Este projeto já contou (até final de 2012) com 29 voluntários (66 horas) e várias horas dedicadas por voluntários de parcerias como a Escola de Finanças, por exemplo.

O projeto Voluntariado em Família permite ao colaborador trazer um familiar e/ou amigo em ações fora de horário laboral (noturno ou fim de semana). Em Lisboa e Porto fazemos entrega de alimentos quentes na noite, com parceria da Comunidade Vida e Paz e Legião da Boa Vontade. Em Lisboa apoiamos na receção dos utentes da Vitae no Abrigo do Beato, na cozinha, na lavandaria e na biblioteca. Quinzenalmente, aos sábados, apoiamos sessões de cinema. Desde a sua implementação, em 2009, contámos com mais de 1500 voluntários.

Temos ainda um projeto com várias parcerias e que coordenamos, o Mão na Mão, criado em 2001 e que contou, até 2012, com 5.130 voluntário (+ de 37.300 horas).

CS - Prevêem manter, aumentar ou diminuir o número de ações e a sua duração?

AG - As ações são diversas. Desde formação; recuperação de espaços; jardinagem; recolhas de alimentos e de produtos de higiene; e, ações de sensibilização (por exemplo, o ir dar comida por vezes acaba-se por ir falar com as pessoas e o objetivo é dar algum conforto).

A maior parte delas são feitas durante a semana e têm uma duração muito variada. Podem ser de uma hora, de um dia ou mesmo de 5 dias, como é o caso de uma ação do Mão na Mão, que ocorre em Junho, as “Conchinhas do mar”.

Não prevemos mudar a duração nem o tipo de ações.

CS - Através de que meios são comunicadas aos colaboradores as ações de voluntariado? É importante utilizar as redes sociais para apoiar a ação voluntária?

AG – Mail e intranet para os internos. Também enviamos uma carta aos colaboradores em situação de pré-reforma e suspensão para aderirem à bolsa e às nossas iniciativas (já temos mais de 40 voluntários). E, através das redes sociais, do site da Fundação e do “passa a palavra” trazemos também vários familiares e amigos.

Portanto, os meios privilegiados para comunicar aos trabalhadores é o mail e a intranet. Depois através do telefone e também das redes sociais chega-se aos familiares e amigos, pessoas já reformadas e desempregados. A nossa rede de voluntariado é grande e tem vindo a alargar.

CS - Através de que instrumentos/mecanismos medem a eficácia das ações realizadas? Qual o impacto que a prática de voluntariado empresarial tem na sua empresa? (resultados de negócio obtidos e benefícios para a comunidade e para os funcionários)

AG - Questionários feitos às instituições e aos voluntários para aferir o grau de satisfação.

E, vamos começar com questionários aos próprios beneficiários da ação de voluntariado, apenas em algumas ações. Por exemplo, na Vitae, depois das ações que vamos dar queremos passar um questionário aos utentes para saber se gostaram, se correspondeu às expectativas e que outras ações gostavam de fazer.

Também no inquérito de satisfação anual feito a todos os colaboradores há perguntas que têm a ver com responsabilidade social, não só interna mas externa e, portanto, também se consegue medir o grau de satisfação dos colaboradores quanto à responsabilidade social da empresa.

No que se refere aos resultados obtidos com as ações, nós somos uma empresa cotada na Bolsa e temos que escrever tudo o que fazemos sobre voluntariado e responsabilidade social, no nosso relatório de sustentabilidade. Isso tem-se traduzido na nossa manutenção em determinados parâmetros de sustentabilidade em que as empresas estão cotadas. Somos uma das 4 empresas que estão no índice de *Down Jones*. A área de voluntariado tem um papel importante para este facto e somos auditados, anualmente, sobre as horas de voluntariado, ações, etc.

CS - A empresa possui algum reconhecimento das suas ações (certificados/distinções)?

AG – Sim. Além de várias cartas de agradecimento a empresa tem ganho alguns prémios, como o prémio do voluntariado de 2012, de um dos nossos programas.

E, o facto de estarmos cotados e de pertencermos ao índice DJ é também um reconhecimento pela nossa responsabilidade social.

Anexo AA - Entrevista à direção de Recursos Humanos da Xerox Portugal

Gerais

Célia Santos (CS) - De que forma se pode contribuir para a resolução dos problemas sociais? Podem ser resolvidos por qualquer pessoa ou requerem um determinado perfil?

Maria Alexandra Pires (AP) - Na minha perspectiva qualquer pessoa, desde que queira, pode contribuir para ações de solidariedade social. Tudo depende da própria pessoa. Agora, se tem que ter um determinado tipo de perfil ou um determinado tipo de competências julgo que não porque isso tem muito a ver com a parte pessoal de cada um e a forma como encara o tema.

CS- Como define voluntariado e voluntariado empresarial?

AP - Para mim é quase a mesma coisa, visto em duas perspetivas. O voluntariado pode ser visto numa perspetiva individual, da pessoa como pessoa. E como pessoa querer participar em ações de voluntariado, de apoio à comunidade, de apoio a causas sociais, etc.

Voluntariado empresarial, portanto, aqui ainda não entrando muito na Xerox, a forma como o vejo é a própria empresa na sua cultura ter práticas de apoio à comunidade. Agora isso só se faz com as pessoas que fazem parte da empresa. Portanto, de alguma forma vamos sempre ter às próprias pessoas. Por um lado temos o indivíduo, por outro lado temos a empresa.

CS - Quando foi a primeira vez que participou numa ação de voluntariado?

Como foi essa experiência? (onde foi, quanto tempo durou e o que fez)

AP - Aqui na Xerox temos práticas muito ativas mas a minha primeira experiência não foi aqui. Foi quando trabalhava ainda numa outra empresa, na área de serviços em que, para além da angariação de bens (e aí a participação era uma participação passiva mas do ponto de vista mais ativo onde eu já estive) fizemos uma ação com crianças com problemas sociais.

Portanto, crianças com problemas de integração e na altura foi pedido determinado tipo de pessoas. Houve uma seleção também um pouco por perfil porque nem todas as pessoas têm aquele perfil para estar com crianças com problemas sociais, que sabemos que são crianças eventualmente problemáticas, e estivemos com as crianças a ler histórias.

Portanto, eu e mais duas colegas voluntariámo-nos para essa causa, que eu prefiro não dizer o nome porque na altura foi confidencial (apesar de já ter sido há 15 anos atrás). Lemos histórias para essas crianças, foi uma iniciativa muito, muito interessante... e foi a partir daí que eu me comecei também a interessar mais por esta área. E pelas empresas pelas quais fui passando, fui também tendo a sorte de serem empresas que tinham essa vertente, e onde eu própria também consigo de alguma forma entrar nas ações e participar.

CS - Quais as vantagens do voluntariado, para os voluntários, para as instituições e para as empresas?

AP - É uma forma de motivação essencialmente para as pessoas. As pessoas *per si* gostam do sentimento de ajudar o outro. Como humanos que somos temos este carisma de ajudar o próximo, de ajudar quem mais precisa de nós. E em Portugal, o nosso povo é um povo muito solidário que por norma, e historicamente, apoia muito causas. Gosta de ajudar quem está mais próximo e isso vê-se no mercado... cada vez que há uma ação que é muito promovida, toda a gente ajuda e participa, toda a gente vai e se une. Isso tem muito a ver com a nossa cultura e portanto as vantagens, acima de tudo, é o sentimento de realização pessoal.

Pelo menos falando por mim própria, e falando pela experiência aqui na Xerox, aquilo que nós sentimos é que do ponto de vista das pessoas que participam, sempre que se pede elas vão solidariamente *per si*. É voluntário, nós não obrigamos ninguém a ir para estas ações. Mas o ganho é essencialmente a realização pessoal. Portanto, é aquele sentimento de dever cumprido naquela altura mas ainda posso fazer mais. O que é que eu posso fazer pelo outro?

Do ponto de vista da empresa é a possibilidade de estarmos perto das comunidades. Aqui não é tanto o sentimento de realização profissional mas é o sentimento de realização enquanto empresa, ou seja, eu enquanto empresa, dentro da minha cultura, o que é que eu posso fazer pela comunidade, pela que me está mais próxima ou por aquela que está mais a jusante. E ao mesmo tempo acaba por ser uma forma de motivar os colaboradores porque se as pessoas como pessoas gostam de ter este sentimento de realização pessoal, e se a empresa proporciona essas ações no tempo de trabalho, o que é que nós estamos a dar às nossas pessoas? Motivação, tão simples quanto isso. Estamos a dar a oportunidade às pessoas de realizarem aqueles desejos mais básicos. E isso vai torná-las mais satisfeitas e, automaticamente, do ponto de vista da empresa, maior produtividade. Portanto, a empresa só tem a ganhar com este tipo de ações.

CS - Existem desvantagens?

AP - Da experiência que eu tenho tido ao longo dos anos, não. Eventualmente pode haver desvantagens se os programas não forem bem comunicados e se isto não estiver no ADN da empresa. Ou seja, se forem ações que são lançadas só, por exemplo, do ponto de vista da RH porque é supostamente o departamento que está mais sensível a estas ações, e não houver da parte da direção da companhia o *engagement* para esses temas.

Portanto, se houver aqui um desfazamento entre o que é solidariedade e o que é a cultura da empresa, isso de certeza que não vai ter sucesso. Mas eu tive a sorte e tenho a sorte de trabalhar numa empresa onde isso não acontece. Em todas estas ações, do ponto de vista de recursos humanos, tenho o completo *engagement* da parte do meu diretor geral e de toda a direção da companhia. Portanto, eu tenho o privilégio de trabalhar numa empresa onde isso não acontece.

CS - E na relação entre empresas e instituições devem ser as empresas a procurar as instituições que necessitam dos voluntários ou o contrário?

AP - É um misto, depende. Mais uma vez é mais fácil falar da experiência que eu tenho. No nosso caso são mais as instituições que vêm ter connosco. Se calhar porque o *brand Xerox* é muito conhecido, mas no âmbito da solidariedade social não tanto porque nós não fazemos questão de promover a nossa empresa, só pelo facto de fazermos ações de solidariedade social. Nós fazemo-las porque faz parte de nós e da nossa cultura. Não para promover a marca. São situações diferentes.

Isabel Rijo (IR) - Também fazemos parte do Grace e do Mão-na-Mão e só isso nos trás algumas instituições a procurar-nos.

AP - Claro que sim. A verdade é que a maioria das instituições, através destas associações é que nos procuram a nós. Por exemplo, no ano passado juntámo-nos à Operação Nariz Vermelho, ao MSV...

IR - À Make a Wish...

AP - Juntamo-nos àquelas com as quais sabemos que temos possibilidades e meios para apoiar. Portanto, não vamos a todas porque não vale a pena eu estar a juntar-me a uma causa que sei à partida que não vou conseguir ajudar. Portanto aí, nós somos muito seletivos.

CS - Será o voluntariado uma área maioritariamente necessária para as instituições ou haverá outras formas de apoio?

AP – Pode ser da mais variada possível, porque veja, eu tenho instituições que chegam até mim e que necessariamente o que querem é dinheiro porque querem comprar... imagine, agora lembro-me de uma última, era para comprar uma cadeira para um menino paraplégico e, portanto, o que andavam a pedir às empresas era que cada empresa doasse 500 euros. O que eles queriam mesmo era dinheiro e eu na altura referi que dinheiro nós não podíamos doar. Que outra espécie de outro apoio é que poderíamos suportar aquela causa e a instituição foi peremptória «Não, nós não queremos mais nada. Nós queremos mesmo é dinheiro.» Ora, se querem mesmo dinheiro, e eu não posso dar, e não querem outro tipo de apoio que nós possamos dar, enquanto empresa ou enquanto pessoas, então eu tenho que dizer que não.

Agora, tudo vai depender das instituições. Há instituições que são extremamente flexíveis, que se calhar dá-lhes muito mais jeito o dinheiro... e nós sabemos que sim...

IR – Sim há, temos sempre campanhas a decorrer durante o ano inteiro.

AP – Exatamente, mas por norma, aquelas que vêm até nós e que sabem à partida que nós não podemos dar dinheiro aceitam o resto do suporte que nós temos para oferecer.

IR – Ou são elas próprias que nos dizem «Nós precisamos agora, nesta altura, disto ou daquilo especificamente.» e nós juntamo-nos internamente e pedimos às pessoas «Tragam leite para bebés, tragam fraldas...».

AP – E essas coisas também são dinheiro... Uma vez ajudámos a montar uma casa para uma mãe adolescente que tinha tido um filho e era preciso loiça, toalhas, móveis, electrodomésticos... tudo. E nós juntamo-nos e quase que montámos a casa à senhora. Portanto aí nós somos extraordinários. Sem dúvida nenhuma a Xerox é um exemplo extraordinário! E mesmo quando eu comparo com as outras empresas por onde passei aqui é “Arregaçamos as mangas e lá vamos nós.”

CS - O tipo de voluntariado (regular ou ocasional) deve depender da área de intervenção da instituição? Qual será a importância do voluntariado regular face ao ocasional?

AP – Na Xerox é regular, muito regular. Praticamente todos os meses temos uma ação a decorrer. Nós estamos associados a ações que são muito regulares como, por exemplo, o projeto Mão na Mão... estamos no Make a Wish, temos na Operação Nariz Vermelho...

CS - Considera que pode existir influência entre a prática individual de voluntariado e o voluntariado empresarial e vice-versa? (Isto é, o facto de uma pessoa que trabalha numa empresa na qual se promovem ações de voluntariado pode influenciar a sua prática individual de voluntariado ou que o facto de uma pessoa que trabalha numa empresa e que já praticou voluntariado a título individual pode influenciar a sua participação em ações de voluntariado desenvolvidas pela empresa?)

AP – Sim, sem dúvida que sim. Portanto, uma empresa é composta por pessoas. Isto é o famoso cliché que a área de recursos humanos diz sempre. Mas não é um cliché, é a verdade. Não há e não existe uma empresa sem ter as suas pessoas. Quer queiramos, quer não, as pessoas que lá trabalham é que fazem essa empresa. Portanto, as pessoas, as suas crenças, a sua forma de atuação e a sua atitude é que influenciam os colegas, os chefes...

Portanto, se nós temos dentro desta companhia ou de outra qualquer, pessoas que estão muito ligadas à comunidade, que estão muito ligadas ao voluntariado, mesmo numa perspetiva pessoal e vão para uma empresa onde se calhar essas práticas não existem ou existem muito pouco, de alguma forma podem começar a contagiar os colegas. E se se contagia um, contagiam-se dois, e

quando se dá conta aquilo torna-se... Foi assim que começou a Xerox. Esta ideia do voluntariado não surgiu, com certeza, da Xerox como Xerox. Aconteceu há 45 anos em Portugal. Foi alguém que fazia parte desta brilhante casa que se lembrou. Começou a influenciar e neste momento eu posso dizer que faz parte da nossa cultura.

Portanto, a resposta é sim, uma coisa influencia a outra. E também para quem nunca participou e começa a fazê-lo através da empresa porque é um primeiro contacto. É muito curioso porque às vezes as pessoas, depois de irem a primeira vez, dizem-nos assim... E, muitos até vêm a chorar porque uma coisa é vermos as coisas na televisão ou sabermos das coisas através de pessoas, outra coisa é ver as situações de carência e de problemas sociais que nós temos no nosso país e vivê-las ao pé das pessoas. Isso toca muito, quer queiramos quer não.

O feedback que nós temos das pessoas depois de irem uma primeira vez é que, por norma, vão querer ir todas as outras vezes. Porquê? Por aquilo que eu comecei por dizer no início da nossa conversa. O sentimento de realização pessoal e o sentimento do que é que eu posso dar ao outro. E o eu dar ao outro não tem que ser dinheiro, às vezes basta um carinho, basta um abraço, basta estar presente. Só o estar presente, sem dúvida nenhuma.

Específicas

CS - Nesta empresa, existe uma estratégia para o voluntariado? Com que objetivos?

AP – Os objectivos, acima de tudo, são garantir que aquelas ações com as quais nós temos um compromisso assumido são feitas de ano para ano e, garantir que todas as outras ações pontuais que nos chegam são segmentadas de uma forma muito objetiva. Porque se eu digo que não a uma determinada instituição por este motivo e, entretanto, tenho outras a pedirem-me o mesmo, eu tenho que ser objetiva e coerente na decisão de dizer não ou de dizer sim.

Portanto, é muito importante do ponto de vista da organização, e a Xerox é um *brand* extremamente conhecido, que sejamos conhecidos no mercado como uma empresa justa e uma empresa de voluntariado, sim mas com critérios que são objetivos. Não dizemos não só porque não nos apetece ou não dizemos não só porque não temos tempo. Dizemos não com base em determinado tipo de critérios e dizemos que sim a tudo aquilo que conseguimos efetivamente fazer. Portanto, os objetivos é fazerem parte da nossa cultura.

CS - É do interesse da empresa apostar nesta área?

Qual/quais as expetativas em desenvolvê-la?

AP – A empresa espera estar perto da comunidade. Acima de tudo, estar muito perto da comunidade e ter os colaboradores envolvidos na comunidade. E isso vai levar a uma maior motivação. Maior motivação, maior produtividade e, produtividade, igual a resultados.

Portanto, também não sejamos aqui todos beneméritos e pensamos que a companhia não quer ganhar nada com isso, do ponto de vista financeiro, porque claro que quer. Agora, nós é que sabemos que colaboradores envolvidos e colaboradores motivados vão produzir mais, produzir mais implica vender mais, fazer melhor as coisas, sermos mais eficazes, mais eficientes, logo ter bons resultados. Que é isso que nos faz estar aqui todos os dias.

CS - Em que áreas de intervenção a empresa desenvolve ações de voluntariado?

A forma como intervém nas instituições está relacionada com o seu *core business*?

AP – A maior parte das ações realizada, em termos de PRS (que é o Programa de Responsabilidade Social), estão relacionadas com o nosso *core business*.

Portanto, estamos associados a uma série de coisas que são recorrentes e depois também temos instituições, como é o caso, por exemplo, do MSV que tem depois agrupadas diversas ações (ações para crianças, ações para os sem-abrigo e para os idosos). E nós aí estamos mais perto das ações da Casa das Cores, que é para as crianças, mas também temos constantemente outras ações.

O Movimento Solidariedade para a Vida está neste momento numa campanha em que estão a fazer uma série de venda de t-shirts para angariar dinheiro exatamente para ajudar esta casa que recolhe crianças em risco. São crianças que por ordem do tribunal são retiradas à família e, portanto, são casas de acolhimento temporário. Eles depois associam-se a várias empresas e, por exemplo, o que nós fizemos para eles foi imprimir os panfletos para distribuir nas empresas e nas escolas, com o portfólio e os preços das t-shirts. Depois eles com esses panfletos vão às empresas. Eles já cá estiveram, se não me engano 2 dias com uma tenda montada a vender as t-shirts às pessoas que aqui trabalham. Portanto, estas coisas são recorrentes, são regulares. Campanhas de obtenção de alimentos então é todos os meses...

IR – Temos também o Rotary Club que vem cá todos os anos. Uma vez por ano traz as crianças da escola primária, os mais pequeninos. Nós disponibilizamos gratuitamente o nosso auditório e oferecemos um lanche às crianças. Já temos cantado para eles porque temos um Coro no nosso clube e, outras vezes, são eles que trazem outro tipo de animação para o concerto para a infância, fado, música clássica, etc.... desta vez trouxeram um violinista. Portanto, nós disponibilizamos o nosso espaço, oferecemos aquilo que temos e damos lembranças às crianças. (No final levam sempre qualquer coisa. Trazem também habitualmente a Catarina Furtado (sócia honorária do Rotary Clube dos Olivais), que os miúdos adoram e que interage com eles durante todo o evento. A Junta de Freguesia disponibiliza os autocarros, eles vêm até aqui e vão para a escola novamente. É feito todos os anos, há mais de 10 anos.

AP – Portanto, as áreas de atuação são imensas. A única coisa que nós não fazemos é dar dinheiro, dinheiro em dinheiro mesmo, cheques, transferências e dinheiro vivo não fazemos. Agora doar as instalações, por exemplo, (e nós temos umas excelentes instalações) fazemos. Como é este caso que a Isabel acabou agora de dizer. Para nós estas ações são extremamente regulares. Depois existem outras mais pontuais que são... agora no final do ano passado a Sofia, uma pessoa que trabalha comigo, lançou uma campanha de recolha de cobertores para os sem-abrigo. Essa foi ocasional mas já tínhamos feito há algum tempo atrás.

IR – E o bacalhau para a ceia de Natal dos sem-abrigo... entre outras.

AP – Depende daquilo que vai surgindo da parte das instituições e que nós depois segmentamos para saber quais são aquelas que conseguimos apoiar.

CS - Que tipo de relação de parceria/formas de ajuda são estabelecidas com as instituições? Essa escolha tem em consideração a opinião dos colaboradores?

AP – No nosso caso, em particular, nós temos duas formas de apoio.

Ou através do voluntariado, ou seja, através dos nossos colaboradores, em que damos tempo de trabalho para que os colaboradores possam participar numa ação de solidariedade que nós tenhamos a decorrer. Ou pela recolha de bens alimentícios, roupas, brinquedos... e aí somos nós que também pedimos aos colaboradores, mais uma vez, de uma forma voluntária, para trazerem aquilo que quiserem trazer. Tudo isto é gerido pelo nosso clube. Nós temos internamente um clube Xerox que é uma entidade à parte, em que os colaboradores são os sócios e que um dos programas que este clube gere é exatamente o PRS (Programa de Responsabilidade Social).

Portanto, a qualquer momento... por exemplo, os meus filhos todos os anos (porque isto é política lá em casa) fazem uma recolha de brinquedos. Aqueles brinquedos que já não usam e que estão bons

ainda mas que já não brincam e, portanto, todos os anos eu faço uma limpeza a todos os brinquedos dos quartos dos meus filhos e trago para aqui, para o nosso Programa de Responsabilidade Social porque eu sei que aqui vai de certeza para algum sitio que é necessário. Pode não ser agora, pode ser só daqui a dois ou três meses mas o nosso clube faz a recolha constante destas coisas, não necessariamente só nas alturas em que tenhamos uma campanha. Portanto, os nossos colaboradores sabem que a qualquer momento podem dar durante o ano todo.

IR - Mas há depois campanhas específicas em que nós pedimos outras coisas...

AP – E todas as campanhas são publicitadas. Portanto é o voluntariado, a força das próprias pessoas. É bens alimentícios, ou então, nós nunca doamos dinheiro. Isso é contra a política da Xerox corporation. Portanto, dinheiro não doamos de maneira absolutamente nenhuma. Podemos é doar, por exemplo, papel, oferecer impressões... o que tem a ver com os nossos produtos e com o nosso core business. Aquilo que nós pudermos ajudar por aí com os nossos produtos, nós fazemos.

IR – E os colaboradores podem sugerir...

AP - Posso dar-lhe um exemplo deste ano. Tivemos um colaborador da nossa área de vendas que veio ter comigo porque sou diretora de Recursos Humanos e presidente do Clube (e a Isabel é a vice-presidente e daí ela estar aqui comigo) e disse-me «Oh Alexandra, eu sou presidente do Centro...». Na zona de residência dele tinham em curso uma série de ações para recolha de bens, em particular, para as famílias carenciadas e essa recolha era essencialmente cestos com alimentos sem validade, os açucars, as massas, e por aí fora. Mas era necessário em grande quantidade e eles sozinhos, como instituição, já não estavam a conseguir dar azo (claro porque o Estado vai cortando os fundos e, portanto, eles este ano já estavam sem fundos e não estavam a conseguir ajudar sozinhos as famílias). Portanto, estavam a mudar de estratégia e a estratégia que tinham optado era ir diretamente às empresas. Ora, é claro que se ele trabalha na Xerox veio falar comigo e eu disse-lhe «Sem dúvida absolutamente nenhuma.»

IR – E é aquela que está em curso ainda.

AP - Portanto como são grandes quantidades, o que é que nós fizemos... Aqui o que era preciso recolher eram massas, arroz... Portanto, cestas de bens alimentícios para dar a famílias extremamente carenciadas...

Mas as quantidades que eles pediam eram muito grandes e nós aqui decidimos que em vez de lançar a campanha, por exemplo, só por uma semana (em que nós dizemos aos colaboradores «Tragam desta lista o que puderem.» e depois, inclusivamente, se calhar eu influencio as minhas pessoas de RH, a Isabel influencia as outras pessoas da direção, o colega influencia a área de vendas... Portanto, nós todos vamo-nos contaminando uns aos outros e comentando na brincadeira «Olha já trouxeste um pacote de arroz? Vamos lá ajudar.». E toda a gente traz.), disseminámos aquela lista imensa por várias semanas.

IR – Numa semana pedimos só arroz, noutra semana só farinha, noutra massa...

AP – Ou seja, o que é que nós conseguimos com isso, aumentar os cestos drasticamente. Eu tenho o clube cheio de produtos alimentares e quando acabar a campanha vamos levar tudo a essa instituição. Portanto, a resposta é sim, os colaboradores podem influenciar as ações.

IR – E as ações não são necessariamente em Lisboa. Nós temos uma filial no Porto e também pedimos ajuda aos colegas do Porto. Às vezes fazemos para o Porto, fazemos para Beja, para o Algarve...

AP – É aquilo que nos pedirem e pode ser para qualquer ponto do país.

CS - Quanto tempo disponibilizam por ano aos colaboradores?

AP – Não limitamos, ou seja, depende. Por exemplo, no caso do projeto Mão na Mão temos aquelas ações em que vamos sempre com os meninos à praia...

IR – São crianças deficientes que vão durante uma semana à praia.

AP – E dentro do programa GIRO também fazemos muitas coisas. Nós só recusamos essas ações quando calham em alturas do mês, que do ponto de vista de negócio eu não posso tirar as pessoas do negócio. Que é, por exemplo, no início do mês e no final do mês. Porque no início do mês estamos a arrancar com o novo ciclo de vendas e no final do mês porque eu preciso de ter as pessoas focadas a vender para me fecharem o mês e trazerem resultados para a companhia. As acções que calharem no meio do mês, por norma não. Agora, eu não tenho um limite de tempo para dar aos colaboradores. Para as ações que houver, vão os voluntários que houver. Portanto, eu não limito isso, é aberto ao colaborador.

IR – No caso destas ações tem sido o dia inteiro...

AP – Mas o número de ações e sua duração podem variar de um ano para o outro.

CS - Sumariamente descreva os principais projetos de voluntariado da empresa (nome, instituição apoiada, duração em horas, número de voluntários e periodicidade).

AP – Em 2013 continuaremos com os projetos de voluntariado apoiados em 2012:

- Projeto Mão na Mão
 - Acção na cedema – reabilitação de espaços
 - Acção “conchinhas do mar” – ida à praia com crianças e contacto com a natureza
- Projeto Grace
 - GIRO – apoio na produção e venda de embalagens para a Operação Nariz Vermelho.
- Programa de Responsabilidade Social
 - Kelly Services & AMI – campanha para apoiar famílias carenciadas portuguesas (recolha de bens alimentares e de higiene)
 - Make a Wish e Operação nariz Vermelho – trabalhos de impressão
 - Outras instituições – entrega de brinquedos e roupa de cama e de criança

CS - Prevêem manter, aumentar ou diminuir o número de ações e a sua duração?

AP – A maioria das ações de 2012 irão manter-se em 2013, se bem que este ano a ação que lhe falei há pouco, dos bens alimentícios, é nova.

CS - Através de que meios são comunicadas aos colaboradores as ações de voluntariado? É importante utilizar as redes sociais para apoiar a ação voluntária?

AP – Essencialmente por mail, intranet e posters (colocados estrategicamente pelo edifício da companhia). Mas acima de tudo, é por intranet. É o nosso meio privilegiado de comunicação.

O que fazemos nas redes sociais, muitas vezes, é do ponto de vista institucional. Mostramos aquelas campanhas em que estamos a participar ou que já participámos. Mas veja, isto tem um bocadinho a ver com a nossa cultura, com aquilo que eu lhe disse no início da conversa que é, nós não fazemos estas coisas, muito do ponto de vista comercial. Claro que é sempre importante os nossos clientes saberem que a Xerox é uma empresa muito ativa do ponto de vista de responsabilidade social. Isso é importante, claro que sim.

IR – E às vezes até envolvemos os nossos parceiros, a participarem connosco, quando é necessário e são ações grandes.

AP – Mas não fazemos disso um chavão. Não fazemos disso uma medalha. Fazemo-lo porque somos pessoas. Portanto, no *facebook* o que nós usamos (e a xerox está no *facebook*), muitas

vezes, é mais para mostrar as causas que por norma até já acabaram «A Xerox apoiou esta causa» ou, por exemplo, no caso do MSV «A Xerox está neste momento a apoiar esta causa.». E, por acaso, até pus no meu *facebook* porque estou agregada ao *facebook* do MSV. Pus um *like* e depois até disse «A Xerox está associada a esta causa. E vocês?». Vocês, para “espicaçar” os meus amigos todos. Portanto, fazemo-lo mas mais regradamente em termos de redes sociais.

CS - Através de que instrumentos/mecanismos medem a eficácia das ações realizadas? Qual o impacto que a prática de voluntariado empresarial tem na sua empresa? (resultados de negócio obtidos e benefícios para a comunidade e para os funcionários)

AP – Eu não lhe vou mentir e dizer que faço grandes estatísticas porque não faço. Aquilo que faço são *booklets*, ou seja, é importante para mim saber que para uma determinada causa em que o objetivo era angariar, por exemplo, 20 latas de atum, eu quero saber se consegui efetivamente angariar as 20 latas ou se só fiquei nas 18. E isso fica alí escrito, ou seja, pelas quantidades, porque quando temos um pedido nós sabemos quantas são. A única coisa que eu gosto sempre de saber é se atingi o objetivo do que aquela instituição me pediu. Agora não faço grandes estatísticas com isso.

IR – E tiramos fotografias para mostrar na intranet o resultado das nossas Campanhas.

AP – Mas acima de tudo, compilar e mostrar às pessoas internamente (até àquelas que não participam) o que é que fizemos. É bom e é importante, para nós, termos uma ideia e termos consolidado tudo aquilo que fizemos, de ano para ano.

E as instituições acabam sempre por nos dar *feedback*, nem que seja informal. Um obrigado ou mandam através da Sílvia “n” *emails* de agradecimento e, portanto, nós guardamos isso tudo. Fica registado no nosso *backoffice* para cada uma das ações e depois divulgamos pelos colaboradores a dizer «Muito obrigado. Recebemos este *email* da instituição X a dizer que deixámos feliz esta e estas situações.» Mas muito no sentido de divulgar, até para ajudar a promover cada vez mais, não necessariamente para fazer estatísticas. Não fazemos grandes estatísticas com isso, pelo menos, não temos necessidade de o fazer. E, também, nunca fizemos um estudo para avaliar as possíveis alterações ao nível da motivação dos colaboradores envolvidos no voluntariado.

CS - A empresa possui algum reconhecimento das suas ações (certificados/distinções)?

AP – Temos tanta coisa... Já ganhámos o prémio da Empresa mais familiarmente responsável. E isto tem a ver muito com o *pack* benefícios que damos aos nossos colaboradores mas também tem muito a ver com todas as ações de responsabilidade social que fazemos. E atenção que eu há bocadinho não referi aqui uma coisa que, na minha perspetiva, tem a ver indiretamente com o tema da responsabilidade social e que é: na minha perspetiva, a responsabilidade social subdivide-se muito em duas áreas. Uma do ponto de vista de comunidade, que é tudo aquilo que nós temos vindo a falar até aqui. E, por outro lado, responsabilidade social, do ponto de vista da empresa para com os seus colaboradores (quando eu falo dos seus colaboradores, falo da sua família). E nós no Clube temos inúmeras ações em que trazemos a família dos colaboradores para dentro da companhia. Fazemos muitas ações específicas para os filhos dos colaboradores (o *Kid's Open Day*, em que os filhos vêm para cá passar um dia inteiro com os pais no local de trabalho, com várias ações; as festas de Natal; o dia da criança; as idas ao jardim zoológico...). Isto para nós também é responsabilidade social, do ponto de vista da empresa, porque é a parte pessoal dos colaboradores, que é importante também sentirem-se motivados e sentirem que a empresa dá de si financeiramente, de tempo, de vontade de apoiar a família do colaborador... Porque parece que não mas as pessoas passam mais tempo aqui do que com as suas próprias famílias, portanto, se pudermos de alguma forma juntarmos as duas coisas, é perfeito.

Este prémio que ganhámos da Empresa mais familiarmente responsável é exatamente a perspetiva da responsabilidade social do ponto de vista de comunidade e do ponto de vista social interno da companhia para com as suas famílias.

IR – E isso também está presente nos prémios que ganhámos da melhor empresa para se trabalhar. Ganhámos o ano passado o 1º prémio e este ano ficamos em 2º lugar.

AP – Já tínhamos ganho em anos anteriores também mas nós não concorremos todos os anos. Já ganhámos o prémio de Igualdade e Qualidade que tem a ver com as nossas políticas de diversidade. Portanto, o facto de não fazermos discriminação entre homens e mulheres. E isso obviamente que também se reflete na área da responsabilidade social. Para nós é igual se for uma senhora. Muito pelo contrário até tentamos é puxar mais os homens para a área da responsabilidade social mas as mulheres são mais sensíveis para estas coisas.

Nós somos, maioritariamente, uma empresa com muitíssimos mais homens. 80% da companhia são homens e, portanto, na responsabilidade social é muito interessante porque tentamos puxar os senhores. E, muitas vezes, quando temos só voluntárias, o que nós fazemos é «Temos que ir sempre buscar alguém.». Há uns 5 anos atrás era mais difícil. Só tínhamos senhoras mas agora já não, já conseguimos ter um misto (*fifty-fifty* de homens e mulheres). E já ganhámos outros prémios que estudam mais as práticas de RH e os *pack's* de benefícios. Mas estes são aqueles que são os maiores, emblemáticos e que também estudam o âmbito dos programas de responsabilidade social.

Anexo AB - Análise de conteúdo às entrevistas

De que forma se pode contribuir para a resolução dos problemas sociais? Podem ser resolvidos por qualquer pessoa ou requerem um determinado perfil?

Categoria	Instituição/ Empresa	Exemplos
Valores	AMI	<ul style="list-style-type: none"> ...o essencial é terem-se valores. E eu diria valores universais com alguns valores cristãos, que é a preocupação com o outro, ver no outro um nosso igual e, por isso mesmo, merecedor de todas as nossas atenções. Porque o que é válido para o infinitamente pequeno, é válido para o infinitamente grande. Por isso, mutatis mutandi o que faremos num sentido acaba por atuar no seu todo.
	Xerox	<ul style="list-style-type: none"> Na minha perspetiva qualquer pessoa, desde que queira, pode contribuir para ações de solidariedade social. Tudo depende da própria pessoa. Agora, se tem que ter um determinado tipo de perfil ou um determinado tipo de competências julgo que não porque isso tem muito a ver com a parte pessoal de cada um e a forma como encara o tema.
competências e capacidades pessoais	AMI	<ul style="list-style-type: none"> Há uma apetência, à partida, e eu vejo o meu trajeto pessoal. Eu acho que qualquer pessoa pode atuar nesses campos desde que, como eu referia no início, tenha em si os tais valores da preocupação e da atenção para com o outro e para com o planeta no seu todo e, porque não, para com o universo.
	BA	<ul style="list-style-type: none"> Consoante as necessidades assim deve ser a resposta: ajustar as nossas competências e qualificações com as necessidades é importante para evitar desperdícios. E poder escolher o local e a população que se quer apoiar é também importante.
	Caritas	<ul style="list-style-type: none"> ...nem todas as pessoas têm características para todo o tipo de voluntariado, apesar de todas as pessoas poderem ser voluntárias naquilo para o qual têm capacidade.
	CNPV	<ul style="list-style-type: none"> Cada vez mais os voluntários têm um espaço próprio, sendo que a sua ação se situa numa linha de complementaridade do trabalho profissional e da atuação das instituições. A adequação correta do perfil à atividade a desenvolver é fundamental, visto que garante o sucesso da mesma. Também a exigência da formação obrigatória por lei (geral e específica) antes de se iniciar uma atividade, deve ser cumprida.
	BNP	<ul style="list-style-type: none"> Nas situações em que ajudamos através de voluntariado temos noção que nem sempre poderá ser qualquer pessoa pois, por vezes, somos confrontados com situações para as quais não estamos preparados.
	Delta	<ul style="list-style-type: none"> Obviamente que as características pessoais associadas à capacidade de trabalhar em grupo e de fomentar um diálogo responsável ajudarão a conseguir construir soluções mas não são condições absolutas.
	PT	<ul style="list-style-type: none"> Obviamente que requerem um determinado perfil. (...) Acho que não é toda a gente que pode tratar deste tema. Podemos considerar várias disciplinas que podem estar mais ou menos ligadas à resolução dos problemas sociais. (...) quanto mais não seja através da educação e passagem de conhecimentos que podem ajudar o próximo a resolver um problema.
Cumprimento deveres cívicos	AMI	<ul style="list-style-type: none"> ...enquanto nós não virmos a sociedade humana e o Estado como um todo: em que as 3 vertentes existenciais do Estado (o Estado formal que vai da presidência da República à Junta de Freguesia, passando pelo governo central, pelo parlamento, etc...); as empresas, preferencialmente, com o espírito de cidadania ativa e da preocupação social; e, o mundo da sociedade civil (organizado ou individual) ... enquanto não nos empenharmos todos e não atuarmos em sinergia, em cooperação e não em confrontação, no sentido de procurarmos melhorar e dar resposta a desafios muito grandes que temos hoje pela frente, na área social, na área ambiental, na área da sustentabilidade económica, etc, etc., dos conflitos... enquanto essas 3 componentes da sociedade humana não

		estiverem em sinergia e não se entenderem é muito, muito difícil, para não dizer impossível, dar resposta a tamanhos problemas.
	BA	<ul style="list-style-type: none"> • Existe um tipo de intervenção que incumbe ao Estado na garantia de direitos básicos e outro que pode ser desempenhado pela sociedade civil, por cada um de nós.
	Caritas	<ul style="list-style-type: none"> • ...uma das questões com a qual nós temos que nos confrontar é que a maior parte das pessoas querem ser voluntários porque têm, de facto, algo a dar aos outros mas quando nós estamos em certas atividades é preciso ter um perfil para uma determinada ação de voluntariado, ou seja, temos que saber muito bem a que público é que o voluntário se destina, ao que é que o voluntário vem e se de facto a instituição tem ou não tem uma área de intervenção para um determinado perfil de voluntário. • Portanto, o que nós entendemos é que de facto tem que se ter sempre em consideração qual é o fim último para que o voluntário vem, qual a atividade que o voluntário vai desenvolver (...) Isso é a regra comum, adequar o perfil da pessoa à necessidade.
	CNPV	<ul style="list-style-type: none"> • O Voluntariado é um recurso ativo a favor das populações e em prol do desenvolvimento e potencia maior qualidade nas respostas sociais. Mas para além de se assumir como um recurso deve ser entendido como um direito e, simultaneamente, um dever de todos contribuindo para uma cidadania ativa.
	CVP	<ul style="list-style-type: none"> • acho que todos nós podemos dar um bocadinho do nosso tempo. Se calhar alguns de nós têm mais perfil para trabalhar na área dos sem-abrigo, outros com crianças, outros com animais... Mas acho que todos nós podemos contribuir de alguma maneira e até há pessoas que sabem, ou que pela sua forma de ser ou de estar, que não conseguem contribuir com o seu tempo e, muitas vezes, preferem contribuir a nível de géneros ou a nível de roupa. Portanto, acho que cada um pode dar o seu contributo tendo em conta aquilo que sente que pode dar para a sociedade. • E a intervenção social é uma área cada vez mais valorizada, principalmente, pelas empresas. Primeiro, o voluntariado está na moda. E com o Ano Europeu do Voluntariado houve muita coisa que passou na comunicação social... Acho que as próprias empresas, até porque nós temos muitas empresas em Portugal que não são portuguesas e lá fora já existe muito essa dinâmica do voluntariado e da responsabilidade social, estão a trazer essas dinâmicas para cá. E, todos os anos nós acrescentamos o número de empresas que trabalham connosco a nível de voluntariado e de responsabilidade social. E, da comunidade em geral também. Posso dar-lhe o exemplo do ano passado (...) Foi um dos melhores anos porque eu acho que como qualquer um de nós conhece alguém que está desempregado e tem um amigo ou um vizinho ou ouviu uma história, então todos nós conhecemos essa realidade e acabamos, portanto, por estar mais sensíveis para ajudar os outros. Acho que a crise acabou por trazer isso de bom e acho que nós somos um povo solidário. Eu pelo menos tenho essa experiência aqui.
	BNP	<ul style="list-style-type: none"> • Podemos contribuir para a resolução de problemas sociais ao ajudar as instituições, através de voluntariado ou de financiamento de projetos.
	GRACE	<ul style="list-style-type: none"> • Eu acho que é necessário que as empresas tenham atitude. As empresas são grupos, são conjuntos de pessoas. E se as empresas forem exigentes consigo próprias, com os seus modelos operacionais, e com a forma como querem intervir no terreno e junto dos seus diversos stakeholders, elas têm a atitude que as leva a quererem devolver às comunidades parte do que delas recebem, no âmbito da sua atividade essencial. • Portanto, as empresas, sendo pessoas, terão um rendimento tão maior quanto maior for o nível de satisfação das pessoas. E as pessoas, no dia-a-dia, movem-se nas comunidades, movem-se no sítio onde estão (onde dormem, onde acordam, onde têm os seus filhos a irem à escola, onde têm os seus idosos no pós vida ativa, onde têm as crianças a brincarem nos parques...) e, portanto, se as empresas contribuírem no âmbito da sua atividade para poderem devolver à comunidade parte do que elas recebem por mão dos cidadãos que aí vivem conseguem, seguramente, muito maior atratividade para o desempenho da sua atividade essencial.
	Delta	<ul style="list-style-type: none"> • Os problemas sociais requerem o envolvimento de todos os

		parceiros interessados, caso contrário não são estruturalmente resolvidos, pois a diversidade desde que gerida de forma objetiva e construtiva faz a diferença.
	PT	<ul style="list-style-type: none"> • Em primeiro lugar deverá ser o Estado a ter a responsabilidade de resolução mas todos temos um contributo direto ou indireto para a sociedade, logo, devemos também ter um papel interventivo na sua resolução. • Diria que a educação é um fator importante para a sensibilização do indivíduo para os problemas sociais no geral. A solidariedade pode ensinar-se e inculcar-se e é o ponto-chave do perfil do voluntário. • No fundo, acho que todos podem contribuir, seja com passagem de conhecimento, com mão-de-obra ou, simplesmente, com doação de bens.

Como define voluntariado e voluntariado empresarial?

Categoria	Instituição/ Empresa	Exemplos
Voluntariado		
Motivações pessoais	AMI	<ul style="list-style-type: none"> • O voluntariado tem de partir de uma motivação.
	Caritas	<ul style="list-style-type: none"> • O voluntariado individual pode ser feito de duas maneiras... É um indivíduo que de modo próprio ou de sua própria e livre vontade, ou a solicitação, ou por diversas vias faz o desempenho do seu trabalho, independentemente de até poder vir a ser a mesma pessoa que também faz voluntariado através da empresa. Mas são coisas diferentes, quando há voluntariado individual não tem absolutamente ligação nenhuma com a empresa, é a pessoa que dá do seu tempo para o bem comum.
	CNPV	As Nações Unidas, procurando uma definição necessariamente abrangente que se identificasse como denominador comum da diversidade de situações que o Voluntariado pode assumir em todo o mundo, estabelecem três parâmetros na definição: "É uma ação empreendida de livre vontade, sem remuneração e em benefício de terceiros".
	CVP	<ul style="list-style-type: none"> • ...temos 590 voluntários efetivos, nossos a nível individual, que colaboram connosco, e aí é uma vontade que a pessoa tem e que procurou várias instituições ou que procurou a Comunidade Vida e Paz e teve algum contacto connosco específico. Mas acho que a vontade acaba por ser a mesma. Só a forma de chegar aqui é que é diferente (...) porque quem acaba por ficar, acaba por ser pelos mesmos objetivos, querer ajudar este tipo de população.
	BNP	<ul style="list-style-type: none"> • Voluntariado é o ato de uma pessoa despende livremente do seu tempo em prol de outrem (da sociedade, da comunidade), com vista a ajudar uma causa maior, sem qualquer contrapartida.
	GRACE	<ul style="list-style-type: none"> • O voluntariado, numa definição muito pessoal, é uma manifestação do altruísmo que cada ser humano encerra e que o leva a pensar nos outros mais do que em si próprio, no dia-a-dia, pensando também de uma forma egoísta no seu bem-estar.
	Delta	<ul style="list-style-type: none"> • ...o espírito e a forma de entrega deve ser o mesmo, pois ambos querem resolver as mesmas coisas...
	Xerox	<ul style="list-style-type: none"> • O voluntariado pode ser visto numa perspetiva individual, da pessoa como pessoa. E como pessoa quer participar em ações de voluntariado, de apoio à comunidade, de apoio a causas sociais.
Benefícios para as partes envolvidas	BA	<ul style="list-style-type: none"> • Eu quero participar num mundo melhor porque o mundo fica melhor e eu ganho também com isso. Não tem uma lógica assistencialista. Sendo voluntário eu também ganho com isso. O mundo fica melhor, os outros ficam melhores mas eu também fico melhor.
	GRACE	Pensar que o meu bem-estar depende do bem-estar dos outros que estão à minha volta, com quem eu posso partilhar capacidades que tenho, de desenvolver iniciativas que possam contribuir para o bem-estar dos outros através do meu bem-estar ou para o meu bem-estar através do bem-estar dos outros.
	PT	<ul style="list-style-type: none"> • ...é a ação de ajudar a resolver determinadas situações e problemas sociais, de livre e espontânea vontade, sem esperar nenhum lucro, sem ter um contrato, sem ter um horário, sem ter uma remuneração, e que possa contribuir para amenizar determinadas situações...
Direitos e	AMI	<ul style="list-style-type: none"> • Tem que depois haver alguma informação, para não dizer formação

deveres		(por parte das instituições) mas, por outro lado, da parte do voluntário, também tem que haver empenho, compromisso e respeito pelo que se comprometeu. Só assim é que podemos dar a certos voluntários tarefas do mais alto nível., exceto uma delegação (que é uma tarefa muito importante). <ul style="list-style-type: none"> Só para voluntários de eleição, de perseverança, persistentes, resistentes, resilientes é que são confiadas tarefas da maior complexidade. Por isso, se é preciso uma entrega também depois, da parte da instituição tem que haver acompanhamento, formação, enquadramento. Mas da parte do voluntário também tem que haver compromisso porque senão não podemos contar com eles e não se lhes pode dar tarefas diferenciadas.
	BA	<ul style="list-style-type: none"> ...é compromisso, comprometimento e intervenção de cidadania ativa
Desenvolvido por uma entidade	CNPV	<ul style="list-style-type: none"> Em Portugal, resultante da Lei n.º 71/98, de 3 de Novembro (bases do enquadramento jurídico do voluntariado – lei esta regulamentada com o decreto-lei n.º 389/99, de 30 de setembro) é estabelecida a seguinte definição de Voluntariado: O Voluntariado é entendido como: “conjunto de ações de interesse social e comunitário realizadas de forma desinteressada por pessoas, no âmbito de projetos, programas e outras formas de intervenção ao serviço dos indivíduos, das famílias e da comunidade desenvolvidas sem fins lucrativos por entidades públicas e privadas”.

Voluntariado empresarial

Parceria	AMI	<ul style="list-style-type: none"> Mas quando a empresa motiva um voluntariado, em geral, é sempre um grupo para tarefas acordadas connosco (muito específicas, cirúrgicas e que são essenciais).
	Delta	<ul style="list-style-type: none"> ...pela sua vertente de gestão têm formas diferentes de gerir os projectos, mas isso não devia ser um problema se ambos os processos atingissem os objetivos definidos nos timings acordados.
Partilha de boas práticas	BA	<ul style="list-style-type: none"> ...é uma forma de promover e facilitar o voluntariado individual.
	CVP	<ul style="list-style-type: none"> ...na Comunidade colaboramos com muitas empresas a nível de voluntariado empresarial e a experiência que eu tenho tido aqui é muito gratificante porque as empresas, quando nós colaboramos, também não obrigam a que o voluntário faça voluntariado empresarial, ou seja, se calhar há empresas que obrigam que a pessoa naquela tarde vá para uma instituição fazer um tipo de atividade mas aqui não, são empresas que são nossas parceiras e que divulgam a Comunidade Vida e Paz como uma ação de voluntariado que os seus colaboradores podem fazer. Portanto, acho que aqui o papel do voluntariado empresarial é porque há muita gente que quer, muitas vezes, fazer voluntariado e que não sabe como nem onde se deve dirigir e as empresas acabam por ter um papel muito relevante servindo de mediador entre a instituição e os seus colaboradores que querem ajudar.
Cedência de pessoas	AMI	<ul style="list-style-type: none"> Da parte empresarial, as atividades possíveis são muitas. Enquadram-se aí mais em trabalhos de grupo. Já não é a título individual, embora alguém que esteja numa empresa possa ser voluntário individual da instituição.
	GRACE	<ul style="list-style-type: none"> ...é o cumular dos voluntariados pessoais e a capacidade de levar a exercício, num espírito muito mais abrangente, aquilo que individualmente podia fazer. Portanto, voluntariado empresarial é uma conjugação de empenhos pessoais que acontecem no seio de uma empresa onde não existe fronteira entre o eu pessoa, o eu profissional ou o eu parte importante de uma estrutura institucional. E, portanto, o voluntariado empresarial, é de certa forma, a manifestação coletiva de empenhos e decisões de pessoas que percebem que é na dádiva de tempo empresarial que pode resultar o maior sucesso da empresa e da sua implantação no mercado.
	Caritas	<ul style="list-style-type: none"> ...e mesmo o voluntariado empresarial pode ser encarado de duas maneiras. A empresa ao dizer «Nós temos pessoas com estas capacidades, que vocês estão carentes. Nós podemos dispensar estas pessoas, 2 ou 3 horas por semana, e vão trabalhar para a vossa instituição.» (...) Neste caso é a empresa que está a ceder voluntários, está a ceder uma atividade de voluntariado em relação à instituição Caritas Portuguesa.
	CNPV	<ul style="list-style-type: none"> A Responsabilidade Social das Organizações pode ser desenvolvida através de várias vertentes: mecenato e ações de voluntariado, entre outras formas. Os colaboradores das Empresas realizam ações de voluntariado, na qualidade de pessoas empregadas, não deixando de

		estar sujeitas a um vínculo contratual com a própria Empresa.
	BNP	<ul style="list-style-type: none"> • Voluntariado empresarial é fazê-lo enquadrado no horário de trabalho, em nome da empresa.
	PT	<ul style="list-style-type: none"> • ...é feito nas horas de serviço em que a empresa disponibiliza o colaborador (voluntário), não lhe reduzindo qualquer remuneração, nem obrigando o trabalhador a fazer horas extraordinárias ou trabalho suplementar para colmatar as horas que dá de voluntariado.
	Xerox	<ul style="list-style-type: none"> • ...é a própria empresa na sua cultura ter práticas de apoio à comunidade. Agora isso só se faz com as pessoas que fazem parte da empresa. Portanto, de alguma forma vamos sempre ter às próprias pessoas.
Cedência de serviços	Caritas	<ul style="list-style-type: none"> • Fundamentalmente o que nós dizemos é «Quando as empresas fazem voluntariado empresarial estão a fornecer gratuitamente os seus serviços à Caritas Portuguesa, ou à Caritas.» Portanto, o voluntariado empresarial é quando as empresas fornecem bens ou serviços, de acordo com as capacidades da sua organização, a título voluntário e gratuito à Caritas Portuguesa. • Também há muito voluntariado empresarial em relação à Caritas Portuguesa que muitas vezes se confunde com mecenato. Está a fazer voluntariado mas também está com o estatuto de mecenato. Portanto, é uma área que não é tao líquida assim mas com a qual nós contemplamos muito, ou seja, muito trabalho, tudo o que é oferecido à Caritas por diversas empresas, que é a sua área de intervenção, é voluntariado empresarial na nossa perspetiva, independentemente se houver pessoas envolvidas. Pode não haver pessoas envolvidas se só houver bens porque as pessoas envolvidas têm a ver com a empresa e podemos nem conhecer as pessoas que na empresa estão envolvidas na dádiva que está a fazer voluntariamente.

Quando foi a primeira vez que participou numa ação de voluntariado? Como foi essa experiência? (onde foi, quanto tempo durou e o que fez)

Categoria	Instituição	Exemplos
1ª experiência		
Em criança	Caritas	<ul style="list-style-type: none"> • No ano passado foi o Ano Europeu do Voluntariado, participei em muitas reuniões e as pessoas diziam assim «O primeiro contacto que eu tive do que era ser voluntário foi com os bombeiros voluntários.» E eu disse «Por acaso eu não, a primeira conceção que eu tive com o voluntariado era miúdo pequenino e foi para ir para a baliza porque todos perguntam quem é que quer ir para a baliza.»
	GRACE	<ul style="list-style-type: none"> • Eu costumo dizer que a minha primeira experiência de voluntariado remonta aos meus primeiros anos de vida. (...) Nós eramos 5 irmãos e, desde muito pequeninos, nós acompanhávamos o meu pai nas intervenções que ele fazia, muito no âmbito da sua responsabilidade autárquica mas que fazia porque tinha características pessoais para o fazer. Portanto, as idas às inaugurações da água, da luz, visitar as prisões, os idosos, as crianças, era qualquer coisa que nós fazíamos... • O acompanhar a minha mãe, também na altura, no (...) Movimento Nacional Feminino que reunia objetos de apoiantes de famílias carenciadas ou para enviar para os jovens que estavam em combate no ultramar... E era frequente nós irmos também com a minha mãe ajudar a separar géneros, alimentos e roupas. Portanto, desde muito pequenininhos que nós nos habituámos que havia outros, mais do que nós havia outros.
	PT	<ul style="list-style-type: none"> • A atitude de ajuda foi-me inculcada a nível familiar, desde que me lembro, e de uma forma mais ou menos organizada sempre fui reunindo roupa que já não usava para os mais desfavorecidos. Por norma, entregava numa igreja próxima ou enviava para Moçambique, numa altura em que um colega do meu pai servia de “ponte” para lá. Nasci e cresci num bairro e, tendencialmente, as pessoas ajudam-se uma às outras.
Enquanto jovem	BA	<ul style="list-style-type: none"> • ...desde os 12 anos que sou voluntária e nunca deixei de o ser, porque quando se é voluntário percebe-se que se ganha muito mais do que se recebe. Percebemos que podemos, de alguma forma, ter uma intervenção ativa na vida de alguém que fica mais feliz. E quando os outros ficam mais felizes, nós próprios também ficamos mais felizes.

	CNPV	<ul style="list-style-type: none"> Quando estava no Liceu em Bragança, teria os meus 14 anos, e pela mão da minha professora de Físico-Química que era da Conferência de S. Vicente de Paulo, tive a minha 1ª experiência de voluntariado a qual decorreu com periodicidade regular até ao fim do ano letivo, conjuntamente com algumas colegas de turma. A atividade resumia-se a acompanhar as visitas semanais da nossa professora a famílias em situação de carência múltipla, que residiam no bairro conhecido por "vila" dentro das muralhas do Castelo de Bragança: íamos em grupos de duas ou três e levávamos alguns bens alimentares e de primeira necessidade que a Conferência de S. Vicente de Paulo procurava angariar para distribuir aos mais carenciados. E a nossa professora procurava sensibilizar-nos para as necessidades dos outros e a nossa responsabilidade para com eles, uma vez que a nossa vida quotidiana era bem mais facilitada: e que em todas as visitas deveríamos estar com boa disposição para sermos uma presença agradável.
	CVP	<ul style="list-style-type: none"> Desde muito nova que pratico voluntariado. A primeira vez devia ter 13 ou 14 anos e foi como monitora num campo de férias. Na altura a minha mãe era assistente social, trabalhava com muitos grupos de jovens. Apareceu a oportunidade e eu acabei por ir dinamizar um grupo de miúdos mais pequeninos, em termos de atividades de Verão...
Já adulto	AMI	<ul style="list-style-type: none"> Eu comecei com 20 anos, mais ou menos, ainda era estudante na Bélgica, a trabalhar como voluntário numa instituição para crianças autistas.
	BNP	<ul style="list-style-type: none"> Já participei em ações de voluntariado, tendo sido a primeira vez em 2012. Participei numa ação com a associação Elo Social, chamada Jogos da Primavera, cujo objetivo era arbitrar e prestar apoio aos participantes nos jogos. O tema era "Jogos Olímpicos". Esta ação durou um dia.
	Xerox	<ul style="list-style-type: none"> Foi quando trabalhava ainda numa outra empresa, na área de serviços em que, para além da angariação de bens (e aí a participação era uma participação passiva mas do ponto de vista mais ativo onde eu já estive) fizemos uma ação com crianças com problemas sociais. (...) e na altura foi pedido determinado tipo de pessoas. Houve uma seleção também um pouco por perfil porque nem todas as pessoas têm aquele perfil para estar com crianças com problemas sociais...

Participação posterior

Em simultâneo com outras atividades	AMI	<ul style="list-style-type: none"> Depois, jovem médico, atuei na Delegação Médica da Amnistia Internacional, em Bruxelas. Depois integrei os Médicos Sem Fronteiras e acabei esse percurso há 28 anos criando a AMI. Mas desde que criei a AMI isso não me impede de estar ativo em outras operações de solidariedade, cidadania e de democracia, que eu acho que é importante que estejamos todos atentos.
	Caritas	<ul style="list-style-type: none"> Geralmente é voluntário quem acha que pode dispor do seu tempo pessoal em função e em benefício dos outros (...) No fundo, ser voluntário é dispor daquele tempo que eu teria para usufruto pessoal e partilhá-lo com os outros, em benefício dos outros.
	CVP	<ul style="list-style-type: none"> ...e depois fui dinamizando até entrar para a faculdade. Portanto, era sempre numa altura do ano, normalmente era nas férias que eu tinha disponível para ajudar, e acabou por ser uma constante na minha vida. (...) Neste momento faço parte dos quadros da instituição e não pratico voluntariado porque não tenho tempo. (...) os meus horários não são fixos o que dificulta um bocadinho.
	GRACE	<ul style="list-style-type: none"> Lembro-me de ser muito miúda e de acompanhar o meu pai. Lembro-me de estar agarrada ao braço dele enquanto ele estava a conversar com as pessoas ou a fazer aquelas coisas e depois, continuei ao longo da vida, continuei na faculdade e depois na empresa.
	Delta	<ul style="list-style-type: none"> Já participei por diversas vezes em projetos curtos.
	PT	<ul style="list-style-type: none"> Recordo-me de incentivar dois ou três amigos a procurar um curso, quando pretendiam deixar de estudar, e fui inclusivamente com eles às escolas providenciar a inscrição. Não sei se é voluntariado, mas é, com certeza, um ato de cidadania, de forma voluntária e despretensiosa. A nível empresarial a primeira vez em que fui voluntária numa experiência organizada, participei nas "Conchinhas do mar". Durante uma semana a Fundação PT, (...) promove a partilha de momentos na praia entre crianças mais desfavorecidas, que se encontram em tratamento no Hospital de Alcoitão. (...) Foi uma experiência gratificante. Recebi muitos sorrisos.
	Xerox	<ul style="list-style-type: none"> ...e foi a partir daí que eu me comecei também a interessar mais por esta área. E pelas empresas pelas quais fui passando, fui também tendo a sorte de serem empresas que tinham essa vertente, e onde eu própria também consigo de alguma forma entrar nas ações e participar.

Dedicação exclusiva	AMI	<ul style="list-style-type: none"> E, desde há uns 10 anos, quando eu fiz 50 (estou com 61 feitos) deixei de exercer a minha profissão de médico. E tinha a minha atividade clínica própria mas entendi que era difícil ter essa atividade de, até 300 km daqui (no Algarve) e a minha liderança nesta casa. Mas pronto foi uma opção de vida profunda que tomei no sentido de me dedicar em exclusivo a esta causa. Agora posso lhe dizer que esta causa, que é uma missão, entendo-a assim, não tem horários para mim, não tem fins de semana, não são dias de 8 horas, nem 5 dias por semana. É permanentemente que eu estou, não só a atuar pouquíssimo durante a noite porque a qualquer momento pode surgir uma emergência... é um trabalho que não se compadece com horários fixos.
	BA	<ul style="list-style-type: none"> ...quando acabei o curso de economia na Universidade Católica fui trabalhar para Bruxelas e quando voltei quis ficar em casa um tempo para ajudar os meus 3 filhos mais velhos a integrarem-se no ensino português e vim oferecer-me ao Banco Alimentar. Desde 1993 que sou voluntária em full time, trabalho muitas horas, mas a minha opção foi ser voluntária, ou seja, eu dou à comunidade todo o meu tempo e todo o meu saber há 20 anos.
	GRACE	<ul style="list-style-type: none"> Agora, o voluntariado empresarial de forma assumida, e assim como parte importante do meu dia-a-dia profissional, remonta talvez ao início dos anos 90. Aí eu comecei a fazer voluntariado empresarial mas muito inspirado pelas razões pessoais para as quais eu sentia um chamamento e, portanto, comecei inclusivamente a levar a exercício um voluntariado empresarial, em que eu fazia questão de acompanhar e de ser acompanhada por um crescente número de colegas. E depois, continuei sempre até sair, sendo que uma das grandes razões que me moveu para trocar de uma atividade remunerada, e bem remunerada (que eu era a administração da empresa) para uma situação de pré-reforma, e de trabalho em pro bono, residiu numa experiência de voluntariado internacional que eu tive na IBM, de 5 meses de trabalho... Portanto, essa foi a experiência de vida de voluntariado que me fez agulhar para uma nova fase da minha vida, que foi trocar a atividade remunerada e diária por uma atividade diária também, não remunerada (...) e não necessariamente a desenvolver atividade, que gostava também, mas que me levava a um desempenho com uma menor liberdade para intervenção na comunidade.

Quais serão as motivações tanto dos voluntários como das empresas?

Categoria	Instituição	Exemplos
Voluntário		
Altruísmo	AMI	<ul style="list-style-type: none"> É aquela vontade de servir, de estar à disposição do outro e de se prestar uma ação que se valoriza e na qual se acredita. É preciso acreditar para se ser voluntário, para se vestir a camisola e para se sentir que se está a ser útil para a sociedade, para a comunidade, para o seu país e, porque não dizer, para o mundo.
	BA	<ul style="list-style-type: none"> As motivações são muito variáveis, desde (...) altruístas...
	CNPV	<ul style="list-style-type: none"> As motivações podem ser várias: altruístas...
	CVP	<ul style="list-style-type: none"> Acho que toda a gente quer é ajudar o outro de alguma forma e sentir-se útil. Nós quando estamos a ajudar alguém na rua acabamos também por sentir que fizemos diferença de alguma maneira e acho que é muito gratificante a gente saber que está a ajudar aquela pessoa ou aquelas pessoas de alguma forma. Portanto, acho que o objetivo comum ou acima de todos, é querer ajudar quem mais precisa, neste caso as pessoas sem-abrigo.
	GRACE	<ul style="list-style-type: none"> As motivações têm um bocadinho a ver com o eu sentir que com um dia de trabalho diferente posso contribuir de forma definitiva e muito conseqüente para a melhoria de qualidade de vida do outro.
Atitude religiosa	BA	<ul style="list-style-type: none"> As motivações são muito variáveis, desde espirituais a religiosas...
	Caritas	<ul style="list-style-type: none"> A entrega ao próximo e a vontade de partilhar a sua humanidade com os outros. Penso que é mesmo o querer dar aos outros aquilo que acham que podem dar. Acho que é um ato benévolo. (...) No fundo, há aqui também uma vontade de dádiva, ou seja, o voluntário é sempre alguém que tem para dar e quer dar.
	CNPV	<ul style="list-style-type: none"> As motivações podem ser várias: (...) religiosas...

Interesses pessoais	BA	<ul style="list-style-type: none"> • As motivações são muito variáveis, desde (...) ou egoístas
	CNPV	<ul style="list-style-type: none"> • As motivações podem ser várias: (...) de bem-fazer, (...) de inter-relacionamento e convívio, participação social, entre muitas outras, sem esperar qualquer retribuição em troca.
	CVP	<ul style="list-style-type: none"> • Temos pessoas aqui que ficaram desempregadas e que necessitam de ocupar o seu tempo porque estão em casa sozinhas... Temos pessoas que sempre foi uma coisa que desde pequeninos teve na vida deles e, portanto, é uma coisa que eles já fazem habitualmente. • Há pessoas que tiveram familiares toxicodependentes ou que passaram por esta área e que a Comunidade os ajudou e acabam por querer dar também o seu contributo. Temos alguns sem-abrigo também que depois de fazerem o seu tratamento querem ajudar quem está na rua.
Empresa		
Reforço da cultura de entre ajuda	AMI	<ul style="list-style-type: none"> • As empresas são feitas de pessoas... E por isso, parte muita vez da sensibilidade de cada um. Se nós tivermos numa empresa um diretor geral ou um diretor de marca ou um diretor comercial que é uma pessoa com uma outra abordagem e uma outra sensibilidade é uma porta aberta. Muitas vezes são eles até que têm a iniciativa porque estão a sentir-se também como parte ativa de um processo humano que está em curso por toda a parte e também entre nós.
	BA	<ul style="list-style-type: none"> • Cada voluntário tem as suas e o importante é conseguir fazer evoluir as expetativas do voluntário, levando-o a dar o melhor de si por uma causa com a qual se identifica.
	CVP	<ul style="list-style-type: none"> • ...usar isso um bocadinho como motivação dos colaboradores (...) Acho que isso ajuda, também, a manter a coesão e as empresas usam muitas vezes o voluntariado para fazer os team building porque sai muito mais barato do que contratar uma empresa para organizar aquilo que eles fazem. E, muitas vezes, fazem ações de voluntariado connosco... Portanto, em vez de usarem aquele dinheiro para pagarem a uma empresa para fazer uma ação de trabalho em grupo, daquele grupo de trabalho, usam esse dinheiro para ajudar uma instituição e, ao mesmo tempo, fazem o mesmo trabalho com os nossos colaboradores.
	GRACE	<ul style="list-style-type: none"> • É eu sentir que a minha empresa é, de facto, a melhor empresa onde eu podia trabalhar. • Agora, para as pessoas, o estarem numa empresa que valoriza a responsabilidade social e que valoriza as boas práticas de responsabilidade social, designadamente ao nível do voluntariado, dá-me um sentido de orgulho... Agora, eu poder ter tempo de trabalho, que não tenho que ir tirar às férias, para poder fazer voluntariado como quero, onde quero e porque quero (com a infraestrutura toda suportada pela minha empresa) isto é um estado de graça de todo o tamanho. • ...são o estarem mais satisfeitas, são o terem sentido de orgulho, são o terem gozo em trabalhar, seja no dia-a-dia profissional, seja em voluntariado...
Imagem junto dos clientes, consumidores e parceiros	AMI	<ul style="list-style-type: none"> • ...a empresa em si, vai procurar prestar um serviço mas também ganhar em notoriedade, ganhar em visibilidade, ganhar em reconhecimento, ganhar na aceitação. Para não ter aquela imagem pura e dura de empresa que só pensa em negócio mas também pensa nas pessoas e pensa naqueles que estão à volta de si ou estão muito longe, numa catástrofe, por exemplo. • ...ato generoso, tanto individual como coletivo, de estar disposto a desenvolver projetos em comum e a dar de si e a ceder qualquer coisa em contra partida. • ...dedicar a qualquer coisa em prol de comunidades próximas ou longínquas mais carentes, embora sabendo à partida que está também a valorizar a sua identidade, a sua visibilidade, a sua marca, a sua aceitação no mercado.
Responsabilidade Social	Caritas	<ul style="list-style-type: none"> • ...as próprias empresas também começaram a pensar que têm obrigações sociais e é nesse espírito dessas obrigações sociais que começou a surgir a ideia de voluntariado empresarial. E há certos e determinados fins para os quais elas próprias não devem estar a olhar para lá com uns meros óculos do lucro. Portanto, acho que as empresas também têm uma responsabilidade de se inserir e de responder aos outros que as leva a praticar voluntariado empresarial, ou seja, dispor dos seus meios em benefício de outros sem nenhuma retribuição.

	CNPV	<ul style="list-style-type: none"> • Praticar o bem a favor do Outro, o compromisso de honra, a proximidade fraterna, devem estar subjacentes a qualquer motivação, tanto dos voluntários, das Empresas ou das Instituições.
	CVP	<ul style="list-style-type: none"> • ...as motivações de cada um são um bocadinho mais pessoais mas acho que o que é comum a todos é que as pessoas sentem que querem sentir-se útil e, muitas vezes, as pessoas que têm trabalhos em que lidam com números e dinheiro querem, no fim do dia, sentir que fizeram alguma coisa útil ou que estão a fazer alguma coisa útil pela sociedade. E o voluntariado acaba por ser uma boa forma de nós contribuirmos para a comunidade em que vivemos. • Eu acho que a maior parte das empresas com que nós trabalhamos (...), a parte da responsabilidade social acaba por ser um objetivo como outro qualquer que eles têm na empresa. E acho que o objetivo aí acaba por ser dar um contributo à comunidade onde vivem. Há empresas que só dão na cidade ou na localidade onde estão inseridas exatamente por isso, porque sentem que devem melhorar é a comunidade onde estão inseridas.

Quais as vantagens do voluntariado, para os voluntários, para as instituições e para as empresas?

Categoria	Instituição/ Empresa	Exemplos
Voluntário		
Conhecimento da realidade	AMI	<ul style="list-style-type: none"> • ...permite, seja em que instituição for, tomar o pulso de situações concretas, das pessoas e do país. Quem faz voluntariado, seja em que causa for, tem uma apreensão da temática em que está envolvido que não poderia adquirir de outra maneira. Não é por conhecimento nos livros, é por experiência prática de vivência permanente.
	Delta	<ul style="list-style-type: none"> • Devemos começar pela sociedade para não nos perdermos. Esta é que deve melhorar e quando acontece todos nós crescemos. Depois deste assunto claro podemos encontrar diversas vantagens para todas as partes interessadas mas isso dependerá de muitos fatores. Cada projeto deveria ter objetivos e planos de ação bem como a avaliação de resultados para podermos falar de vantagens.
Desenvolvimento de competências e capacidades pessoais	AMI	<ul style="list-style-type: none"> • Por isso, para as pessoas é uma aprendizagem, quanto a mim, insubstituível sobre temas concretos... Quem se empenha nessas causas, ser voluntário nessas causas (como doenças do foro mental) é evidente que tem um outro conhecimento.
	Caritas	<ul style="list-style-type: none"> • ...há muito trabalho voluntário que é exercido e que também faz desenvolver skills profissionais. Há pessoas que não tem capacidade de fazer estágio de outra maneira, mas ao entrar em contacto com certas atividades por via do ato do voluntariado poderão vir a fazê-lo. Portanto, também poderá ter benefícios de inserção em realidades que desconheça, ou seja, também há a partir daí um certo enriquecimento pessoal por essas atividades.
	CNPV	<ul style="list-style-type: none"> • ... são inúmeras além de poderem corresponder às motivações dos próprios, o Voluntariado é um ato de aprendizagem, de partilha e de solidariedade, que permite a aquisição de experiência de vida, de competências, de espírito cívico e de transmissão de conhecimentos.
	CVP	<ul style="list-style-type: none"> • Eu acho que todos temos a aprender uns com os outros. As empresas (neste caso são as pessoas, portanto, os próprios colaboradores) acabam por aprender com as populações que fazem voluntariado. Nós aprendemos imenso com as pessoas, neste caso, com as pessoas sem-abrigo (com as pessoas que estão na rua). (...) Todos nós aprendemos muito com a equipa onde estamos inseridos e podemos levar muitas vezes pequenas coisas que aprendemos na rua para o nosso local de trabalho e vice-versa. Acho que isso acaba por ser uma aprendizagem para todos e, todos nós, aprendemos na nossa troca de experiências diárias.
	GRACE	<ul style="list-style-type: none"> • ...muita capacidade de aprender em trabalho de voluntariado, conhecimentos e competências que se transportam depois para o dia-a-dia profissional. • Tem impacto social ao nível do desenvolvimento pessoal e profissional das pessoas que o levam a exercício, melhora auto-estimas, melhora capacidades de motivação, melhora também a

		autodisciplina (nós ao estarmos a fazer voluntariado, a representar uma empresa, temos muita preocupação de que há aquele trabalho para fazer e é para fazer num x números de horas. Portanto isto não é um on going. O simples facto de sentirmos que o sítio onde vamos fazer voluntariado não tem culpa nenhuma de que nós só podemos fazer um dia leva-nos a muito mais autodisciplina e muito mais foco face aos resultados e dá-nos níveis de confiança brutais.)
Participação ativa	BA	<ul style="list-style-type: none"> ...para a própria pessoa o sentido de se fazer parte de um todo sai reforçado, porque se eu faço parte de um todo, e com o meu trabalho ou com o meu tempo ou com a minha intervenção posso tornar esse todo melhor, porque eu participei nele, então eu próprio saio reforçado e a comunidade como um todo sai reforçada.
	BNP	<ul style="list-style-type: none"> ...sentem que podem ativamente ajudar terceiros com necessidades.
	PT	<ul style="list-style-type: none"> ...a vantagem é sentirem-se bem, sentirem-se confortadas, sentirem que fizeram alguma coisa pelos outros, sentirem que são úteis na sociedade.
	Xerox	<ul style="list-style-type: none"> As pessoas per si gostam do sentimento de ajudar o outro. Como humanos que somos temos este carisma de ajudar o próximo, de ajudar quem mais precisa de nós. E em Portugal, o nosso povo é um povo muito solidário que por norma, e historicamente, apoia muito causas. Gosta de ajudar quem está mais próximo e isso vê-se no mercado... cada vez que há uma ação que é muito promovida, toda a gente ajuda e participa, toda a gente vai e se une. Isso tem muito a ver com a nossa cultura...
Satisfação pessoal e reconhecimento	Caritas	<ul style="list-style-type: none"> ...há uma coisa que é fundamental para o voluntário, é ele próprio sentir-se realizado com o ato que está a praticar. E depois uma coisa curiosa é, de facto, também ele perceber que há um reconhecimento da sua atividade. Esse reconhecimento não tem que ser monetário, é social. É no fundo a própria instituição tratá-lo condignamente e de certa maneira fazer realçar a importância desse trabalho, ou seja, um voluntário saber e sentir que o seu trabalho está a ser útil, é das melhores gratificações.
	GRACE	<ul style="list-style-type: none"> ...muita satisfação pessoal, muito sentido de pertença face às organizações... ...contribui para empenhos, para auto-satisfações, para construções de sociedades que são o resultado benéfico de empenhos que quiseram trocar um dia de trabalho no escritório por um dia de trabalho no terreno...
	PT	<ul style="list-style-type: none"> ...uma retribuição. Não é verdade que não queiramos nada em troca quando damos. Considero uma mentira quando alguém afirma «Eu dou sem esperar nada em troca». Eu quero uma coisa em troca, é sentir-me bem. Fico triste se alguém a quem falo não retribui com um simples sorriso ou um agradecimento porque é isso que eu espero. Com certeza que não é uma retribuição material, é antes uma retribuição espiritual. É uma retribuição não palpável mas antes um reconhecimento que pode não ser perante os outros mas apenas interior, consigo mesmo.
	Xerox	<ul style="list-style-type: none"> É uma forma de motivação essencialmente para as pessoas. (...) e portanto as vantagens, acima de tudo, é o sentimento de realização pessoal. Portanto, é aquele sentimento de dever cumprido naquela altura mas ainda posso fazer mais.

Empresas

Imagem junto dos clientes, consumidores e parceiros	AMI	<ul style="list-style-type: none"> Para as empresas é fundamental, mais uma vez, porque permite sair das redomas tradicionais e essas redomas estão um pouco gastas e as pessoas também estão um pouco desgastadas com essas redomas. E permite transmitir para a opinião pública uma outra imagem, que será necessariamente sempre muito mais positiva e, que terá também retorno nos seus negócios.
	Caritas	<ul style="list-style-type: none"> ...é um pouco o reconhecimento no âmbito da Responsabilidade Social das Empresas. Muitas não só fazem mecenato e depois dizem «Apoiámos a Caritas, ou apoiámos a Cruz Vermelha, ou nós apoiamos...» Portanto, também vem um pouco do reconhecimento de que não são empresas que estão só a olhar para o lucro mas que também querem mostrar aos outros que são empresas com alguma

		sensibilidade social.
	PT	<ul style="list-style-type: none"> As empresas que patrocinam o voluntariado tornam-se empresas socialmente responsáveis e perante a sociedade/stakeholders são empresas melhor vistas. Se eu tiver duas empresas a vender o mesmo produto, escolho a que for socialmente responsável. Portanto, as empresas esperam esse retorno social.
Gestão estratégica de recursos	BA	<ul style="list-style-type: none"> ...é muito importante poderem promover programas de voluntariado que eu defendo muito que tenham a ver com o próprio core da empresa, porque há um alinhamento entre aquilo que é a missão da empresa e aquilo que são os recursos mais excelentes que a empresa afeta à sua área de negócio e que pode, com menos custos, afetar a projetos de voluntariado.
Desenvolvimento da cultura empresarial	BA	<ul style="list-style-type: none"> Muitas vezes até as empresas quando organizam programas de voluntariado é bastante mais eficiente e sobretudo tem mais sentido do que as ações de teambuilding que reforçam as equipas. Portanto, acho que um projeto de voluntariado tem também essa componente de poder ajudar a reforçar o espírito de equipa porque as pessoas trabalham em algo que é um pouco diferente daquilo que é o seu dia-a-dia habitual, mas onde estão unidas por uma causa em comum. E querem ser boas, fazer bem, ser melhores e acho que é sempre bom.
	BNP	<ul style="list-style-type: none"> ...motivar os nossos colaboradores e desenvolvermo-nos como uma empresa socialmente responsável.
	GRACE	<ul style="list-style-type: none"> ...muito sentido de orgulho na organização e convicção de que está na melhor empresa para trabalhar, muita motivação... Confere qualidade de vida depois às organizações, permite-nos desenvolver competências, permite-nos desenvolvermo-nos e trabalhar inclusão e sorrisos. Isto tem tudo impacto económico, claro que tem, e a sociedade também beneficia.
	Xerox	<ul style="list-style-type: none"> ...acaba por ser uma forma de motivar os colaboradores porque se as pessoas como pessoas gostam de ter este sentimento de realização pessoal, e se a empresa proporciona essas ações no tempo de trabalho, o que é que nós estamos a dar às nossas pessoas? Motivação, tão simples quanto isso.
Colaboradores mais produtivos	CNPV	<ul style="list-style-type: none"> ...contribuindo assim, para a harmonia da sociedade, para um maior bem-estar e felicidade das comunidades, dada a sua contribuição como reforço do tecido social.
	CVP	<ul style="list-style-type: none"> Acho que os colaboradores sentem-se bem se trabalharem numa empresa onde a própria empresa tem essa motivação, ou seja, que tem a preocupação pela área da responsabilidade social. Pelo menos do contacto que tenho tido com as pessoas, de empresas que têm isso muito forte... Com a crise, com muitos despedimentos em praticamente todas as empresas e com a diminuição de recursos, o próprio contacto dos colaboradores com esta realidade, muitas vezes, acaba por valorizar aquilo que eles têm no seu dia-a-dia e desvalorizarem também alguns problemas...
	GRACE	<ul style="list-style-type: none"> ...muitas maiores capacidades de produtividade por parte de colaboradores, que estando mais satisfeitos ficam mais orientados para a produtividade...
Instituições		
Cumprimento de deveres cívicos	AMI	<ul style="list-style-type: none"> Por isso, são cidadãos que se transformam, que são muito mais ativos, interventivos, exigentes e isso vai no sentido do desenvolvimento e da democratização porque as sociedades mais desenvolvidas e mais democráticas são aquelas que têm maior empenho dos seus cidadãos em ações de voluntariado. Há estudos sobre isso nos EUA, nos países nórdicos... quanto menos há empenhamento em causas, em voluntariado ativo, menos os países são desenvolvidos e menos são democráticos.
	Caritas	<ul style="list-style-type: none"> E o que é que as instituições lucram... No caso da Caritas Portuguesa não é mensurável, ou seja, se falarmos em termos humanos, é a sua própria função. A Caritas na sua estrutura íntegra, na sua estrutura basilar, nem é para lucrar ou deixar de lucrar. Eu costumo dizer «Ela não tem voluntários, não é dona de voluntários. A Caritas é aquele sítio onde os voluntários podem agir.» Portanto, é uma instituição de voluntários. Lucra aquilo que o voluntário individualmente lucra e a sociedade em geral. Não tem como fim o

		lucro para ela própria. O ganho desse ato vê-se sempre nas ações que acaba por promover. Portanto, não é a instituição que engorda ou que emagrece, ou que fica maior. A instituição é ela própria um ninho de voluntariado, ou seja, onde o voluntariado se exerce.
	PT	<ul style="list-style-type: none"> Do ponto de vista de quem recebe o apoio, se for uma pessoa que está sem comida, tira-lhe a fome; se for uma pessoa que está com falta de roupa, dar-lhe uma roupa aquece-a; se for plantar uma árvore, a ecologia agradece, a sustentabilidade agradece. Portanto o voluntariado faz bem à sociedade, à comunidade, seja por apoio a pessoas ou à área ambiental.
	Xerox	<ul style="list-style-type: none"> ...possibilidade de estarmos perto das comunidades. Aqui não é tanto o sentimento de realização profissional mas é (...) dentro da minha cultura, o que é que eu posso fazer pela comunidade, pela que me está mais próxima ou por aquela que está mais a jusante.
Resolução de problemas sociais	AMI	<ul style="list-style-type: none"> ...há empresas que nos contactam para uns projetos também tentando fazer algo com instituições credíveis, que possam potenciar a sua própria marca. E, por outro lado, as instituições em si. Esta em particular também toma a iniciativa.
	CNPV	<ul style="list-style-type: none"> ...pode contribuir para a resolução de problemas que ainda não encontraram respostas, antecipa e prolonga a ação dos poderes públicos e satisfaz algumas das necessidades a que o Estado não consegue responder...
	GRACE	<ul style="list-style-type: none"> a multiplicação de intervenção que lhes surge de forma natural, em resultado de uma associação de empenhos pessoais associados a empenhos institucionais. Beneficiam da conjugação de empenhos é enorme e tem um impacto no cidadão comum, nós.
Gestão de recursos	AMI	<ul style="list-style-type: none"> E os voluntários com competências e qualificações que podem mobilizar outros profissionais e captar meios e recursos são um valor inestimável para as instituições que lidam com muitas dificuldades.
	Caritas	<ul style="list-style-type: none"> ...sempre que sejam necessárias capacidades técnicas bem desenvolvidas é evidente que se tiver voluntários capacitados a ação da instituição é melhor produzida e atinge melhor os fins para os quais estava proposto, do que se tivesse pessoas sem skills e sem capacidades técnicas para resolver esses problemas ou até para dar. Mais uma vez, a instituição lucra pela sua capacidade de saber acolher as pessoas mais capazes para os fins onde vai exercer o voluntariado... ...no que toca à credibilidade, e no que toca à honorabilidade da instituição, só lucra em ter voluntários com competências.
	CVP	<ul style="list-style-type: none"> Apesar de ser uma instituição que tem 110 funcionários, conta com a colaboração de 590 voluntários e, portanto, se não fossem os voluntários não o conseguiríamos. Por exemplo, as equipas de rua é uma área da Comunidade que é feita 100% por voluntários. A festa de Natal dos sem-abrigo é também outra área da Comunidade Vida e Paz que depende 100% do voluntariado.
	BNP	<ul style="list-style-type: none"> ...recebem uma ajuda (em trabalho, em espécie ou financeira) que para eles é muito preciosa.

E existem desvantagens?

Categoria	Instituição/ Empresa	Exemplos
Voluntário		
Cansaço	AMI	<ul style="list-style-type: none"> A título individual é evidente que ser-se voluntário empenhado e ativo pode provocar algum desgaste físico e até emocional porque acaba sempre por não ter horas e fins-de-semana.
	PT	<ul style="list-style-type: none"> ...poderá haver algum desfoque dos colaboradores que se dediquem sistematicamente ao voluntariado. Por exemplo, se um colaborador fizer muito voluntariado nas rondas nocturnas, que terminam por volta da 1h/2h, de manhã está com sono. É bonito fazer mas depois não vai ter a mesma produtividade no dia seguinte.
Acompanhamento nas instituições	BA	<ul style="list-style-type: none"> Não vejo grandes desvantagens para os voluntários desde que sejam bem acolhidos e integrados pelas organizações.

	<p>Caritas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ...muitas vezes as instituições também têm que ter a capacidade de recusar pessoas ou recusar potenciais voluntários. É por isso que na estratégia de recursos para a integração de voluntários se exige um certo período de adaptação porque a pessoa pode estar com muito boa vontade de fazer o ato de voluntariado mas depois perceber que não estava disposta... não se encaixava bem com o seu perfil. • Uma pessoa que não estava com vontade de fazer o que estava a fazer, estava a ser mau para o próprio voluntário, que estava a fazer um ato que também não se sentia bem onde estava, e portanto, criavam-se aqui conflitos de equipa e conflitos de interesse (...). Portanto, daí ser muito importante todo este equilíbrio.
	<p>CVP</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Já tivemos algumas, não vou dizer que não, com alguns voluntários, que não correu bem a integração para as pessoas que vieram ao nível da empresa. E depois não correu bem no terreno mas tivemos a sorte que dessas empresas temos recebido muita gente. • Às vezes também temos aqui que baixar um bocadinho as expectativas porque a instituição tem regras e acima de tudo não vamos prejudicar o trabalho com as pessoas que estão na rua. Mas temos essa noção de que há ações que correm mal, que nem chegam a correr e que muitas vezes a pessoa desmotiva. Já tivemos que cancelar ações porque se avariou uma carrinha, porque tivemos uma vitória à última da hora e não estávamos à espera...
<p>Número de vagas versus tempo de espera na instituição</p>	<p>CVP</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nós, Comunidade Vida e Paz, a nível de voluntariado temos outra coisa que desmotiva imenso as pessoas que é: temos uma lista de espera que chega, às vezes, a ultrapassar um ano, para as equipas de rua. A pessoa vem aqui, quer ser voluntária, nós fazemos uma entrevista, estamos com a pessoa e a pessoa pensa que vai no dia seguinte para a rua. Mas não vai e, muitas vezes, já só telefonamos ao fim de um ano, ano e meio ou dois, depende da disponibilidade que a pessoa dê. E eu sei que isso cria uma má imagem da Comunidade mas não podemos criar outra Comunidade para satisfazer essas vontades. Se houvesse outra instituição que eu pudesse encaminhar, encaminhava estas pessoas com toda a vontade porque há pessoas que querem mesmo trabalhar com os sem-abrigo e é mesmo essa área que querem ajudar mas há outras que não, querem ajudar e tanto faz se são crianças, ou sem abrigo, como toxicodependentes... mas a Comunidade Vida e Paz foi a única que lhes abriu a porta e, portanto, se calhar se essas pessoas soubessem de outra instituição que está a precisar muito, a pessoa ia ajudar. Mas sei que o tempo de espera leva muito à desmotivação das pessoas, como é óbvio «Queremos ajudar e é agora, não é daqui a um ano.» • Depois acho que há muitas instituições que continuam a não responder às pessoas. As pessoas mandam uma candidatura de voluntariado, e isso também existe ao nível de recursos humanos. Mas não custa nada mandar um mail tipo... É uma coisa que demora um segundo e as pessoas, muitas vezes, chegam aqui já muito desmotivadas e eu pergunto «A Comunidade Vida e Paz, por que é que quer fazer voluntariado aqui?» e respondem «Foi a única que me respondeu. Eu mandei 50 e-mails e foi a única que me respondeu.» E se calhar nem era aquilo que a pessoa queria e não era esta a população que a pessoa queria ajudar mas precisavam e respondi e a pessoa está cá. E depois... nós, Comunidade Vida e Paz, por acaso temos a sorte de não ter falta de voluntários, até temos uma lista de espera, mas se calhar há outras instituições que eu até poderia encaminhar os voluntários que tenho a mais em lista de espera, se soubesse de uma instituição que precisa. Acho que falta aqui alguma coordenação de vontades porque a pessoa depois tenta fazer voluntariado e tem uma má experiência e dificilmente vai tornar a fazê-lo ou vai demorar alguns anos até voltar a fazê-lo.
Empresas		
<p>Gestão do voluntariado</p>	<p>AMI</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Para as empresas eu não vejo. Se os projetos dinamizados forem adequados e forem bem estudados e bem implementados só vejo ganhos, não vejo perca nenhuma. Antes pelo contrário, no quadro da equipa da empresa vão criar um espírito de grupo e de motivação muito, muito superior.
	<p>CVP</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nós tentamos que todas as nossas experiências com quem vem de

		<p>fora sejam boas mas com uma empresa ainda mais perigosa ela se torna. Uma má experiência pode fechar-nos a porta definitivamente com essa empresa. E temos aqui essa noção. Mas é sempre um risco muito grande quando nós abrimos as portas a uma empresa e aquela ação de voluntariado com os colaboradores corre mal. Muitas vezes nós andamos aqui na conjugação de datas e depois não se consegue fazer. E nós, Comunidade Vida e Paz, recebemos muitos pedidos e às vezes temos dificuldade das coisas correrem bem com toda a gente. Às vezes, em alturas como o Natal, tenho a plena noção que não damos, por exemplo, a receção adequada a toda a gente porque os pedidos chovem aqui... É uma coisa mesmo enorme e, muitas vezes, há empresas que nos pedem para fazer voluntariado nessa altura e nós não temos onde pôr as pessoas. Dizemos que está cheio e que não dá. E depois há empresas que nos telefonam uma semana antes...</p> <ul style="list-style-type: none"> • Não é como as pessoas querem... <p>E depois também depende muito da pessoa que está na empresa, do outro lado a comunicar com os colaboradores que vão participar. Se a pessoa do outro lado conseguir informar (...) ou se a pessoa entrar aqui em conflito também não chegamos a lado nenhum. Mas claro que uma má imagem é muito difícil de torná-la boa. Acima de tudo gerir recursos humanos de voluntariado é mais difícil do que gerir recursos humanos assalariados. (...) Temos que gerir muito bem as vontades das pessoas que têm vontade em ajudar, com também as necessidades que a casa tem e com as pessoas que nós ajudamos, que é para isso que nós aqui estamos.</p>
	GRACE	<ul style="list-style-type: none"> • ...nós estamos numa fase da vida e de evolução da sociedade em que não podemos brincar (em tempo de guerra não se limpam armas), e por outro lado, à medida que vamos fazendo e vamos fazendo com maior consciência, a sociedade perdoa-nos menos as incúrias e as negligências. Portanto, hoje em dia ninguém se permite correr o risco de não ter um programa bem organizado. E é nessa vertente que o GRACE ou organizações como o GRACE podem desenvolver um papel fulcral porque nós temos cada vez mais o know-how que nos permite retirar pedras do caminho às organizações que não têm o conhecimento nessa matéria (...) Portanto, nós articulamos com as empresas no sentido de garantir que, para elas, aquela iniciativa não defrauda expectativas, que o trabalho que fizeram no terreno é um trabalho com retorno em matéria de investimento e que a ação foi produtiva e geradora de motivações para mais ações. • Portanto, hoje em dia as empresas não brincam em serviço e não se põem “a deitar pérolas a porcos”. O voluntariado é uma pérola e é uma pérola demasiado preciosa para que corramos o risco de lhe retirar o brilho e, portanto, quanto mais conhecedores e mais conscientes nós estamos menos riscos corremos de sermos mal-sucedidos. Até porque na vida quanto mais as coisas são mensuráveis mais valor têm e a cada ação de voluntariado que nós fazemos (seja individual, do ponto de vista de uma só empresa; ou coletiva, do ponto de vista da conjugação de empenhos de várias empresas) nós exigimos fazer questionários para inquirir a opinião dos colaboradores (...) um desgosto não pode provocar o insucesso de uma ação, um desgosto tem de provocar a motivação para que a próxima ação seja, necessariamente, melhor e para que toda a gente ache que o resultado foi construtivo.
	Delta	<ul style="list-style-type: none"> • Depende de muitos fatores. Tem que ser analisado caso a caso e projeto a projeto.
	Xerox	<ul style="list-style-type: none"> • ...se os programas não forem bem comunicados e se isto não estiver no ADN da empresa. Ou seja, se forem ações que são lançadas só, por exemplo, do ponto de vista da RH porque é supostamente o departamento que está mais sensível a estas ações, e não houver da parte da direção da companhia o engagement para esses temas. Portanto, se houver aqui um desfazamento entre o que é solidariedade e o que é a cultura da empresa, isso de certeza que não vai ter sucesso.
Horário e periodicidade das ações	BA	<ul style="list-style-type: none"> • ...a imperiosidade de libertar os colaboradores em função das necessidades das instituições, com horários a cumprir, pode representar uma dificuldade.

	PT	<ul style="list-style-type: none"> E, algumas chefias que não praticam voluntariado nem são sensíveis ao tema. Consideram que as ações de voluntariado praticadas nas horas de serviço são uma “fuga” às tarefas para as quais o trabalhador é pago.
Instituições		
Novos problemas sociais	BA	<ul style="list-style-type: none"> ...o não comprometimento e a vontade permanente de imprimir mudanças pode ser um ônus.
	BNP	<ul style="list-style-type: none"> A desvantagem inerente a atividades de voluntariado é o facto de não conseguirmos ajudar todas as instituições que requerem o nosso apoio.
Atuação inadequada	Caritas	<ul style="list-style-type: none"> Insistir-se, ou seja, não deixar que as pessoas se adaptem e se sintam bem naquilo que estão a fazer seria um grande prejuízo para a instituição porque estava a prestar um mau serviço. Um mau ato de voluntariado, independentemente do voluntário que o pratique pode ser prejudicial para a imagem da instituição e até para os serviços que a instituição está a fazer. (...) Portanto, tudo isso tem que ser medido. Ou seja, é uma área de intervenção em que os fins a quem se destina o ato são sempre pessoas e há uma dignidade do outro lado que é preciso respeitar.
	GRACE	<ul style="list-style-type: none"> Se o voluntariado não for bem feito pode ser pernicioso, se o voluntariado for feito de forma negligente e não for feito com o melhor do profissionalismo que nós conseguimos levar a exercício no nosso dia-a-dia pode deixar um sentido de amargo, quer no voluntário, quer na organização onde ele fez intervenção. Portanto, eu acredito que um mau voluntariado pode levar os potenciais beneficiários a considerar... E, portanto, se o voluntariado não for bem feito pode ser prejudicial. Agora, o VOLUNTARIADO, na verdadeira aceção da palavra (feito com muito brio, muito profissionalismo, muita garra e muita consciência), só pode ser benéfico para quem o pratica e para quem é beneficiário da prática.
Direitos e deveres do voluntário	CVP	<ul style="list-style-type: none"> Acho que a grande desvantagem neste momento passa um bocado pela educação da nossa população, daquilo que é voluntariado e que nós ainda não chegamos a esse patamar, que é: muita gente não percebe que o voluntariado é um compromisso que temos com aquela instituição e para com aquelas pessoas. Tal como temos com o nosso local de trabalho (que é remunerado) mas fizemos aquele compromisso com a instituição e com a empresa e temos que o cumprir. (...) cabe às instituições que trabalham com os voluntários fazer passar esta mensagem: o voluntariado é um compromisso que fazemos com aquelas pessoas e se não vamos estar, aquelas pessoas vão estar à nossa espera. Estão a contar connosco e estamos a falhar, tal como falhamos se faltarmos ao nosso local de trabalho. Portanto, acho que aí ainda não estamos num nível muito avançado. Há muito esta noção da nossa população em geral, em termos de voluntariado, o que faz muitas vezes com que as instituições se fechem aos voluntários. Porque às vezes dá mais trabalho do que benefício porque tenho que andar a telefonar para as pessoas e depois elas não vêm. É incerto quando existem pessoas que fazem isso mas nós aqui damos formação e tentamos passar muito essa imagem da ideia do compromisso que os voluntários estão a fazer (com a Comunidade e sobretudo com as pessoas que estão à espera deles). Se eles não vierem, possivelmente não poderemos dar jantar àquelas pessoas que estão à espera e tentamos passar muito essa mensagem. Mas às vezes não é totalmente fácil porque as pessoas têm muito essa ideia e depois damos formação... ...as pessoas têm muito a ideia de que como estão a dar não vão pedir mais. Acho que é uma coisa em que ainda temos que evoluir, o que faz com que muitas vezes as instituições se fechem ao voluntariado. Aí acho que é a parte negativa mas cabe às pessoas mudarem um bocadinho e acho que as próprias escolas têm sido um bom veículo para criar a filosofia do voluntariado nos miúdos. Há escolas com programas de voluntariado muito engraçados e que acabam por incutir em populações mais jovens já este hábito do compromisso e do voluntariado que acho que é muito importante.
Gestão de recursos	PT	<ul style="list-style-type: none"> ...algumas instituições “abusam” do voluntariado como mão-de-obra. Passaram a usar voluntários em vez de se recorrerem a

		<p>trabalhadores e existem determinadas necessidades que só podem ser colmatadas por pessoas competentes em determinadas matérias. Por outro lado, isso pode originar algum desemprego em pessoas que poderiam estar a trabalhar nas instituições.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Não têm dinheiro mas algumas instituições recebem apoios precisamente para dar emprego a determinado tipo de população. Portanto, no recurso ao voluntariado, convém não cair no exagero de usar o voluntário para tudo e mais alguma coisa. Por exemplo, fui abordada por instituições que nos vieram pedir voluntários para trabalho de hospedeiras promotoras em congressos. Cobram o mesmo valor aos participantes nos congressos e deixam de pagar às promotoras. (...) De uma forma geral as pessoas gostam de ajudar mas depois há sempre quem se aproveite.
--	--	--

Quais as áreas em que considera que as empresas devem apostar ao nível de responsabilidade social? Devem direcionar a ação de acordo com o seu *core business*?

Categoria	Instituição	Exemplos
Localização		
Projetos próximos	AMI	<ul style="list-style-type: none"> • É mais fácil para uma empresa apoiar um projeto social na área da sua implantação no país porque é evidente, também, que quanto melhor for a aceitação na comunidade, maior o retorno que a própria empresa também vai ter. É o melhor reconhecimento, com mais-valia e com maior aceitação junto do mercado, do que ir apoiar um projeto longínquo na Papua. • Há empresas que felizmente continuam sensíveis aos nossos projetos internacionais. Mas a tendência é evidentemente a focalizar-se na situação de emergência social em que Portugal vive. É normal que elas se focalizem mais em Portugal e também não é por acaso que a AMI, em 2012 e 2013, continuámos este ano no plano do ano como sendo um ano de emergência nacional. E, nesse sentido, é evidente que sensibilizámos os nossos parceiros, as empresas, a apoiarem-nos nessa luta, numa luta positiva, construtiva mas que não deixa de ser uma luta para tentarmos alargar as nossas respostas.
	BA	<ul style="list-style-type: none"> • ...ao tratarmos da nossa comunidade estamos até a potenciar mais clientes. As empresas devem ter como objetivo serem eficientes, mas porque trabalham para clientes (vendem um produto, vendem um serviço). Se tratarem mais da sua comunidade até alargam o seu leque de potenciais clientes. Acho que esta responsabilidade é win-win. Por um lado, estão a ajudar as pessoas a viver melhor ou a terem meios de vida mais dignos mas, por outro lado, estão também a tratar do próprio negócio e isso é importante.
Tipo de ações		
Selecionadas estrategicamente	AMI	<ul style="list-style-type: none"> • Se temos, por exemplo, parcerias com distribuidoras como Pingo Doce, Continente, E.Leclerc, Auchan, Staples, El corte Ingles... Enfim, todas elas, na medida do possível, tendem a prestar parceria lá onde elas se sentem mais capazes. Uma empresa de informática tenderá mais a fazer uma ação de solidariedade social que abranja o seu ramo. Uma FNAC, outra parceria importante para nós, atuará no sentido de sensibilizar os seus frequentadores e os seus clientes para uma proposta social mas utilizando o seu core business. Isso é normal e pode ser uma mais-valia para as instituições. Eu costumo dizer que uma parceria só é válida se ela for vantajosa para ambas as partes. E temos de ser realistas e pragmáticos embora sempre trabalhando na sensibilização sobre os temas que nos são muito sensíveis e muito caros. Há inúmeras parcerias possíveis e a maioria delas vai no sentido do core business da empresa.
	BA	<ul style="list-style-type: none"> • Eu acho que devem porque poupam recursos, são mais eficientes. Então, devemos aproximar aquilo que é o core da empresa com aquilo que é a intervenção da empresa porque poupam-se recursos e, ao poupar recursos, pode-se distribuir mais.
	Caritas	<ul style="list-style-type: none"> • ...se é voluntariado empresarial é evidente que só podem dar aquilo que sabem. (...) Outra coisa é envolverem-se também em outros atos de solidariedade. Se uma empresa diz «Ok, nós vamos fazer aqui

		<p>um pedido ou fazemos aqui uma ação para ajudar.» Bom, isso é uma ação que pode ser desenvolvida naquela empresa ou noutra qualquer. Isso é um ato de solidariedade de uma empresa em relação a qualquer coisa.</p> <ul style="list-style-type: none"> Quando uma empresa está a oferecer serviços do âmbito do voluntariado acho que deve ser no seu core business, ou seja, deve ser naquilo que sabe fazer, porque senão são as pessoas que estão a ser envolvidas e não a empresa.
Escolha aleatória	CNPV	<ul style="list-style-type: none"> Não necessariamente. A sua ação pode ser desenvolvida nas mais diversas áreas como seja: ação social, saúde, educação, cultura, ambiente, defesa dos direitos humanos, desenvolvimento local, proteção civil, cooperação para o desenvolvimento, ou outras, que se mostrem pertinentes e que se enquadrem nos objetivos a alcançar.
	CVP	<ul style="list-style-type: none"> Eu acho que é mais correto, e se calhar conseguem um efeito maior, a empresa ajudar 2 ou 3 instituições e acompanhar essa ajuda, do que ajudar mil. Porque aquele bolo que tem para ajudar, se calhar naquelas três vai fazer a diferença e se for espalhado por mil é capaz de não ter um impacto tão grande. Há empresas que se preocupam mais com a área das crianças e põem isso na sua responsabilidade social, há outras que se preocupam mais com a área da oncologia, outras têm uma política em que não apoiam a mesma instituição mais do que um ano. Portanto, tentam variar os seus apoios. Tem muito a ver com políticas internas da própria empresa.
	GRACE	<ul style="list-style-type: none"> Todas, também e não só. Portanto, uma empresa independentemente da sua dimensão abarca um conjunto muito alargado de perfis humanos (...) se calhar os seus gostos, as suas motivações e as minhas motivações e os meus gostos podem ter um fio condutor comum mas depois têm expressões distintas. Não há razão de maior para que a sua empresa, que ainda por cima articula com fornecedores, parceiros, clientes (com todo um conjunto de stakeholders que se movem em diversos círculos) e tem milhares de pessoas com perfis distintos, por que é que a Célia tem que estar a fazer voluntariado só no domínio das comunicações e não pode fazer no ambiente e não pode fazer no apoio a crianças e não pode fazer no apoio a jovens... Portanto, eu acho que as empresas podem e devem fazer voluntariado no âmbito da sua atividade essencial. Podem e devem fazer voluntariado em tantas áreas quantas a génese humana permite.

Qual é a sua opinião sobre a forma como as empresas devem divulgar as ações de voluntariado?

Categoria	Instituição	Exemplos
Comunicação interna	CNPV	<ul style="list-style-type: none"> As Empresas devem fazer a divulgação das suas atividades de voluntariado usando, por exemplo, os canais internos da própria Empresa ao seu dispor para o efeito. Podem também recorrer a outras formas de divulgação que se mostrem disponíveis e adequadas.
	GRACE	<ul style="list-style-type: none"> ...processos de comunicação de gestão top-down, e estas coisas têm que ser mesmo top-down. Se a Célia quer que a PT tenha um bom programa de voluntariado e boas práticas de responsabilidade social, elas têm que ser praticada desde o topo da hierarquia até à base e têm que ser comunicadas do topo da hierarquia até à base. O topo da hierarquia tem que dizer «Eu estou lá, eu estive lá, eu estarei lá.» e é a única forma de conseguir que as populações estejam também. Portanto, têm que ser comunicadas com as mesmas ferramentas com que se comunicam as decisões importantes da empresa (intranet, comunicados, reuniões de colaboradores, programas de avaliação de desempenho). Têm que ser comunicadas dentro de portas para que depois também seja possível fazer o trabalho que cabe aos embaixadores. Se eu comunicar dentro de portas e tiver os meus colaboradores conscientes e convictos de que estão numa empresa que os trata bem enquanto indivíduos, também pela forma como lhes

		proporciona programas muito válidos e que lhes permita crescer enquanto pessoas e enquanto agentes profissionais, eu estou a criar todo um sem número de embaixadores...
Comunicação externa	GRACE	<ul style="list-style-type: none"> No início de tudo isto eu era muito púdica e, enquanto IBM, achava que tinha que ter boas práticas mas que não tinha nada que as partilhar com ninguém. (...) Depois, há medida que se ia avançando e que fui tendo a possibilidade de partilhar entre pares, colegas, a riqueza de um dia de voluntariado, eu fui percebendo que havia outros colegas que gostavam de ouvir aquela história. E a certa altura fomos extrapolando para outros eixos de intervenção a partilha que tínhamos dentro de casa. Se eu gostava de partilhar com outros colegas o que tinha feito num dia de voluntariado, eu chegava a casa e partilhava com o marido, com as filhas, com os irmãos e com os pais e eles também gostavam de ouvir. (...) E, portanto, comecei a perceber que quanto mais nós partilhávamos, mais aderentes nós tínhamos, mais trabalho de evangelização nós podíamos fazer. Depois começamos a perceber, dentro da minha empresa mas também dentro do nível de empresas que levava a existência de boas práticas de responsabilidade social, que a partilha das boas práticas era ela própria uma boa prática de responsabilidade social e era uma obrigação que cabia ao bom praticante de responsabilidade social. (...) Portanto, eu tenho a obrigação de comunicar boas práticas de responsabilidade social para evangelizar, induzir outros a praticarem-nas também, acrescentar o movimento de responsabilidade social e trabalhar para uma sociedade que faça mais sentido. E aí sim, eu tenho a obrigação de comunicar. E, portanto, esta comunicação para fora, que começa cá dentro, acaba depois por ter o efeito círculo virtuoso. Começa cá dentro, vai para fora e vem de fora para dentro e vai fazendo crescer o movimento da responsabilidade social que, verdadeiramente, assenta na compreensão humana: no Eu pessoa, Eu profissional, Eu família, Eu parte da comunidade onde estou integrada, Eu parte da família da minha empresa, Eu parte da minha família pessoal... E tudo isto cresce de forma harmoniosa de maneira a que, ao longo dos anos, vamos acreditando que conseguimos combater aspetos que são perniciosos para o desenvolvimento humano. E para isso é preciso comunicar e é preciso comunicar cá dentro e lá fora.

Como é que as empresas devem medir a eficácia dessas ações?

Categoria	Instituição	Exemplos
Cuprimento de objetivos	CNPV	<ul style="list-style-type: none"> Através da satisfação dos próprios voluntários que realizaram essas ações, bem como das Instituições apoiadas e ou/intervencionadas, tendo em conta os objetivos definidos para essas ações.
Impacto interno e externo	GRACE	<ul style="list-style-type: none"> Têm que as medir porque este tipo de coisas não pode parar na subjetividade. Este tipo de coisas tem que, cada vez mais, ser inquirida e eu tenho que ter capacidade de desenvolver ferramentas. Portanto eu tenho, sobretudo inquéritos de opinião, e tenho que depois de cada iniciativa perguntar aos meus colaboradores a real importância que aquela iniciativa teve para si enquanto pessoa e enquanto profissional. E antes mesmo da iniciativa seguinte, partilhar com eles o impacto da ação. Fazê-lo individualmente na minha empresa e fazê-lo coletivamente em associativismo. Eu tenho que avaliar os resultados e o impacto da ação que levei a efeito, sim, para identificar melhorias. Eu só posso melhorar se souber em que é que estive bem ou em que é que não estive bem.

E na relação entre empresas e instituições devem ser as empresas a procurar as instituições que necessitam dos voluntários ou o contrário?

Categoria	Instituição/ Empresa	Exemplos
Procura pelas instituições	PT	<ul style="list-style-type: none"> • Eu diria que deviam ser as instituições a procurar as empresas mas da minha experiência, a PT procura também instituições. Não me choca que uma empresa procure uma instituição em que conheça as necessidades a nível de voluntariado. Seja como for, diria que, tendencialmente, devem ser as instituições a procurar as empresas. Na gíria popular costuma-se dizer que «Quem lhe dói o dente é que vai ao dentista».
Procura tanto das instituições como das empresas	AMI	<ul style="list-style-type: none"> • Bem, no duplo sentido. É evidente que quando uma instituição já tem notoriedade, tem uma marca de credibilidade muito forte, há empresas que vão aproximar-se. É evidente que sim e nós agradecemos muito. Agora, nada nos impede também de darmos o passo. Por isso, é nos 2 sentidos. Se formos contactados por empresas, nós próprios vamos contactar empresas, vamos sensibilizar, vamos falar do que fazemos, do que precisamos, do que estamos a pedir e pronto, no caso concreto desta fundação, o departamento de marketing trabalha muito nesse duplo sentido com empresas, a receber propostas e a fazer propostas. • Enfim, são inúmeras as possibilidades. É preciso é ser criativo. Elas, as empresas e nós. Temos de ser permanentemente criativos.
	BA	<ul style="list-style-type: none"> • Acho que os dois fatores são positivos. Aliás, foi nessa ótica que criámos a bolsa do voluntariado em que há um encontro online entre a procura e a oferta de trabalho voluntário. As instituições criam oportunidades (foi assim que chamámos) para as pessoas serem voluntárias e as pessoas podem dar o seu tempo nessas instituições. Mas também uma empresa que quer propor um programa de voluntariado ou uma pessoa que quer ser voluntária pode ir procurar, por zona de residência, por área de atividade... E assim há uma maior possibilidade de articular ou de “casar” online as várias necessidades com as disponibilidades.
	Caritas	<ul style="list-style-type: none"> • Eu posso dizer-lhe, enquanto uma organização que pode vir a precisar e queira procurar ajuda numa empresa, numa determinada área... enquanto empresa de destino de um ato de voluntariado empresarial. Ou seja, estou a precisar de qualquer coisa, tenho que dizer e decidir qual a área que estou a precisar de intervenção, fazer o levantamento das empresas que têm essa intervenção e mandar uma cartinha... Outra coisa é também as empresas, elas próprias dirigirem-se às instituições... • Devem ser ambas porque as instituições não têm que ter a obrigação de conhecer as empresas todas e as empresas também não têm a obrigação de conhecer as instituições todas. Por isso mesmo, muitas vezes, uma carta de uma instituição a pedir ajuda a uma empresa, se calhar a empresa ficou a conhecer uma instituição que não conhecia e o contrário também é válido. (...) Por isso é que não se deve desperdiçar nenhuma das hipóteses.
	CNPV	<ul style="list-style-type: none"> • Ambas as maneiras são possíveis. No entanto, de acordo com o conhecimento que o CNPV tem em relação às Empresas, é mais frequente serem as próprias a procurarem e a selecionarem as Instituições que necessitam do apoio de voluntários.
	CVP	<ul style="list-style-type: none"> • Eu acho que pode ser feito das duas formas. Eu posso chegar ao pé de uma empresa e pedir... Como pode ser, muitas vezes, e para nós até é a própria empresa a fazer o movimento ao contrário, a vir ter connosco... • Portanto, na maior parte das vezes a empresa vem ter connosco mas eu acho que pode ser feito das duas formas. Até porque há empresas que neste momento estão a criar bases de dados de pessoas de voluntariado técnico. Por exemplo, a EDP está a criar uma base de dados em que tem voluntários da EDP mas que têm uma formação específica (...) em que eu, enquanto instituição, posso aceder a essa base de dados. Imaginando que eu preciso de um arquiteto para me fazer uma coisa pontual, é tentar contactar essa pessoa para me ajudar nesse projeto. Portanto, acho que aqui o movimento pode ser dos dois lados.
BNP	<ul style="list-style-type: none"> • Ambas abordagens são positivas. Quando abordamos uma instituição, procuramos ajudar uma instituição sugerida pelos nossos 	

		colaboradores. O facto de sermos abordados por instituições também é muito interessante, no sentido em que poderão ser instituições com mais necessidades, que ainda não tínhamos conhecimento.
	GRACE	<ul style="list-style-type: none"> • Eu acho que cada vez mais o voluntariado e a forma como a empresa e o terceiro setor se articulam tem que cumprir as mesmas leis da oferta e da procura. Tem que haver oferta e tem que haver procura, tem que haver conjugação de empenhos para que o ponto de convergência se situe no ponto comum de interesses para ambas as partes. Eu tenho que saber que há instituições que carecem do esforço do voluntariado das empresas e eu tenho que saber que há empresas dispostas a suprir carências de instituições. • Portanto, eu tenho que ter bases de dados de instituições que precisam de intervenção mas eu tenho que ter as instituições também a candidatarem-se ao trabalho que pode ser facultado pelo voluntariado das empresas (...) Mas de nada serve ter muitos voluntários se eles chegarem a uma instituição que não esteja verdadeiramente a carecer daquele tipo de trabalho. E de nada serve ter muito trabalho para fazer se não tiver voluntários conscientes de que há um projeto ou objetivo a cumprir num espaço determinado. Portanto, tem que haver oferta, haver procura e haver uma capacidade de gestão muito grande para que a oferta e a procura convirjam no ponto da construção e não da disrupção.
	Delta	<ul style="list-style-type: none"> • Seja quem seja que detete uma necessidade deve tentar mobilizar os parceiros interessados para conseguir atingir os objetivos e a respetiva transformação social. Não se devem fazer projetos sem objetivos.
	Xerox	<ul style="list-style-type: none"> • É um misto, depende. (...) No nosso caso são mais as instituições que vêm ter connosco. Se calhar porque o brand Xerox é muito conhecido, mas no âmbito da solidariedade social não tanto porque nós não fazemos questão de promover a nossa empresa, só pelo facto de fazermos ações de solidariedade social. Nós fazemo-las porque faz parte de nós e da nossa cultura. Não para promover a marca. São situações diferentes. • Também fazemos parte do Grace e do Mão-na-Mão e só isso nos trás algumas instituições a procurar-nos. (...) A verdade é que a maioria das instituições, através destas associações é que nos procuram a nós. Por exemplo, no ano passado juntámo-nos à Operação Nariz Vermelho, ao MSV... (...) Juntamo-nos àquelas com as quais sabemos que temos possibilidades e meios para apoiar. Portanto, não vamos a todas porque não vale a pena eu estar a juntar-me a uma causa que sei à partida que não vou conseguir ajudar. Portanto aí, nós somos muito seletivos.

Será o voluntariado uma área maioritariamente necessária para as instituições ou haverá outras formas de apoio?

Categoria	Instituição/ Empresa	Exemplos
Sim	BA	<ul style="list-style-type: none"> • Eu acho que é. Sobretudo porque os voluntários muitas vezes têm competências que as instituições não podem pagar. As instituições têm recursos financeiros muito limitados e, portanto, o facto de poderem dispor de recursos humanos qualificados gratuitamente faz com que poupem recursos financeiros, mas sobretudo com que ganhem competências e, portanto, é muito importante. • O voluntariado é muito importante para as instituições de solidariedade social. O Banco Alimentar tem dois tipos de voluntariado, o voluntariado permanente e o voluntariado mais pontual, das campanhas de recolha. No voluntariado permanente, que é o dia-a-dia da instituição, aquilo que temos é uma base de voluntários que querem individualmente dar o seu tempo e temos voluntários mais qualificados que são os do escritório ou voluntários menos qualificados que são os dos armazéns... Nas campanhas temos outro tipo de voluntários, são voluntários que querem trabalhar apenas no fim-de-semana, e duas vezes por ano, e temos muitos grupos, de muitas empresas, que propõem aos seus colaboradores um turno ou um tempo ficando à frente de um

		<p>supermercado ou trabalhando no armazém. É um pouco diferente. Muitas vezes nas campanhas de recolha temos voluntários que começam o seu turno integrados numa ação voluntariado-empresa e depois continuam a colaboração a título individual. E seis meses depois lideram equipas e organizam eles próprios, ou propõem, uma ação semelhante.</p>
	Caritas	<ul style="list-style-type: none"> • Se é voluntariado empresarial nós respondemos ao estatuto de voluntariado empresarial, se é pessoal nós temos que ter um seguro para essas pessoas. Portanto, são problemas que se levantam e que têm que ser muitas vezes bem pensados. • Aqui na Caritas Portuguesa, não significa que nas Caritas Diocesanas (em todo o país) não haja voluntários de empresas (...), fundamentalmente o que há é muito voluntariado empresarial na prestação de serviços, seja na área de marketing ou na área da comunicação (...), seja no pagamento de uma publicação, no apoio de uma publicação, seja no apoio de uma atividade, etc., costuma haver muito voluntariado empresarial.
	GRACE	<ul style="list-style-type: none"> • Nós defendemos mais o voluntariado do que o donativo. O donativo está muito ligado à filantropia, está muito ligado ao patrocínio, está muito ligado ao assistencialismo. O voluntariado, seja ele de força braçal, de conhecimento ou de competências (e cada vez mais nós tendemos a trabalhar os diversos eixos do voluntariado, também o da partilha do conhecimento e de competências dos nossos colaboradores) é muito mais consequente, até do ponto de vista da sustentabilidade e do compromisso por parte de quem o faz, do que o dinheiro. O dinheiro é sempre curto e fica sempre aquém das nossas expectativas. • Nós percebemos que há algumas instituições que precisam de dinheiro... e isso é o princípio da cana e do peixe. Mais do que dar o peixe eu tenho que saber ensinar a pescar e, eventualmente, saber ensinar a construir a cana de pesca. Portanto, se eu conseguir conferir às instituições know how e capacidades para serem elas a fazer, se calhar consigo “terciá-las”. Consigo pô-las a desenvolverem serviços que possam vender e que as possam levar a rentabilizarem e a tornarem-se sustentáveis de uma forma autónoma e não assistencial. • Portanto, cada vez mais, nós advogamos apoios ao terceiro setor numa perspetiva de bens e esses bens podem ter cada vez mais a forma de conhecimento e de competências, do que o dinheiro, porque o dinheiro tem sempre o efeito perverso diametral.
Não	AMI	<ul style="list-style-type: none"> • Há inúmeras atividades, desde voluntariado das pessoas, desde financiamento e parcerias em projetos, desde dinamizar operações que revertam a favor de instituições... Desde a participação em conferências e seminários que permitam que pessoas da sociedade civil possam ir expôr as suas preocupações e as suas sensibilidades e, transmitir bem a ideia que temos de trabalhar em sinergia e cooperação e não em confronto. • É evidente que eu aceito o donativo, e precisamos do donativo particular e institucional, mas valorizo muito parcerias com empresas onde eu sei à partida que elas também vão ter a sua margem beneficiária, reduzida porque abdicam de uma parte para um projecto social, especificando uma ação concreta que possamos fazer. É evidente que vem no sentido de elas, também no momento da crise em que ainda estamos mergulhados, têm tendência a atuar para reforçar a sua componente prática do dia-a-dia. Isso é normal, desde o momento em que, e repito, uma ação de parceria e cooperação é válida se ela trazer mais-valia às duas partes. Pode ser uma parceria em que as empresas, quando fazemos o nosso pedido, nos abrem o espaço para que os nossos voluntários possam lá estar. • Felizmente temos muitos voluntários que atuam no âmbito do voluntariado empresarial. Enfim, são inúmeras as atividades em que as empresas aderem voluntariamente, em sintonia também com a vontade dos seus trabalhadores, e disponibilizam alguns desses trabalhadores para causas. Isso é uma forma de voluntariado empresarial que para nós é muito importante (...) Agora, a cidadania empresarial passa por aí mas vai mais além financiando depois muitas vezes projetos concretos de proximidade e até longínquos. Temos empresas que exercem essa ação de solidariedade tanto para Portugal como para a área internacional...

		<ul style="list-style-type: none"> As empresas têm mostrado uma grande disponibilidade... É portanto importante esta relação entre instituições e empresas. No fundo, o fundamental para mim, e repito, como eu disse há pouco «Não há que trabalhar em confrontação. Há que trabalhar em cooperação, em sinergia e entendermos que cada um de nós, antes de ser profissionalmente o que é, é um ser humano.». E se nós soubermos apreender essa verdade insofismável, enfim indesmentível, talvez possamos entender o que é preciso fazer. E, felizmente, cada vez mais nas outras vertentes das atividades humanas em sociedade, nomeadamente na área empresarial e da banca, há cada vez mais líderes a entenderem essa mensagem.
	CNPV	<ul style="list-style-type: none"> ...ambas as formas de Responsabilidade Social, seja através do voluntariado ou do mecenato, são importantes. Não podemos dizer qual a mais necessária, isso caberá a cada Instituição decidir.
	CVP	<ul style="list-style-type: none"> O que nós fazemos muito com as empresas que colaboram connosco é convidá-los a vir cá. A ver o nosso trabalho, a participarem no nosso trabalho, a virem fazer uma equipa de rua, a perceber para o que é que estão a dar dinheiro. É muito importante que a empresa perceba para o que é que está a dar dinheiro. Não é passar um cheque. Tudo bem que para nós o cheque é importantíssimo mas é importante que a empresa também sinta que aquele dinheiro que está a dar à Comunidade Vida e Paz vai afetar aquele número de pessoas que nós acompanhamos diariamente. E acho que isso é uma forma que as instituições acabam por ter para fidelizar as empresas connosco. Conhecer a realidade é muito importante e se nós no ano seguinte formos pedir àquela empresa... Já não é uma coisa assim abstracta. Já é uma coisa no concreto. Eu acho que as instituições têm que passar muito por aí, por abrir as portas às empresas porque acho que cada vez mais as instituições vão ter que arranjar forma de se financiarem e não vai ser o Estado. Portanto, vão ter que ser criativas dessa forma, vão ter que arranjar formas de se subsidiarem, alternativas aos subsídios que têm. E as empresas é uma boa alternativa, elas estão abertas para... mas também não querem dar um cheque em branco, também querem saber para o que é que estão a contribuir. E eu sei que há instituições que, muitas vezes, estão renitentes em abrir as portas e em mostrar o seu trabalho mas acho que não temos nada a esconder e acho que isso é uma mais-valia. A maior parte, 80% dos nossos voluntários vêm sozinhos. Portanto, não vêm através de nenhuma empresa mas acho que é importante para as instituições terem nas empresas várias pessoas que reconhecem a instituição. Nós, muitas vezes, quando vamos pedir ao departamento de Marketing e apresentamos uma candidatura em que precisamos de um tipo de ajuda, é importante que aquela empresa nos conheça. E as ações de voluntariado são uma boa forma das empresas nos conhecerem. Acho que aí é uma mais-valia para a instituição. Nem é tanto os recursos humanos que acabam por ficar cá mas sim a empresa conhecer a instituição. Nós fazemos voluntariado com algumas empresas em que acabamos por receber 200 colaboradores deles. São 200 pessoas daquela empresa que conhecem a Comunidade Vida e Paz e que conhecem o nosso trabalho. Se nós amanhã formos lá bater à porta, aquela pessoa já esteve cá, já nos conheceu, já viu o nosso trabalho e está muito mais atenta para nos ouvir do que se não nos conhecer. Acho que aí é que pode ser a grande mais-valia, não tanto ao nível de recursos humanos imediatos mas sim do conhecimento da instituição e de uma possível parceria até ao nível financeiro. Nós acabamos por ter muitas parcerias que vêm do voluntariado, ou seja, a empresa começou por nos contactar a nível de voluntariado empresarial, os funcionários tiveram uma experiência muito positiva e a empresa acaba por querer colaborar connosco ao longo do ano, quer financeiramente, quer ao nível de recursos.
	BNP	<ul style="list-style-type: none"> Claramente o financiamento é uma forma alternativa de apoio. No entanto, no BNP Paribas Securities Services damos primazia ao envolvimento dos nossos colaboradores com as instituições, através de ações de voluntariado.
	Delta	<ul style="list-style-type: none"> Seja quem seja que detete uma necessidade deve tentar mobilizar os parceiros interessados para conseguir atingir os objetivos e a

		respetiva transformação social. Não se devem fazer projetos sem objetivos.
	PT	<ul style="list-style-type: none"> • Pode haver outro tipo de apoios e, consoante a empresa, eu acho que os apoios podem ter a ver com o negócio dessas empresas. (...) há muitas instituições que não pedem voluntários, nem precisam. Podem ter voluntários que não têm a ver com voluntariado empresarial, porque há pessoas que fazem da sua vida só voluntariado. • As instituições têm outras necessidades e requerem outros apoios, normalmente financeiros, mas nem sempre as empresas estão disponíveis para donativos financeiros. Nestes casos, as empresas podem apoiar através dos seus produtos e serviços.
	Xerox	<ul style="list-style-type: none"> • Pode ser da mais variada possível, porque veja, eu tenho instituições que chegam até mim e que necessariamente o que querem é dinheiro porque querem comprar... (...) Ora, se querem mesmo dinheiro, e eu não posso dar, e não querem outro tipo de apoio que nós possamos dar, enquanto empresa ou enquanto pessoas, então eu tenho que dizer que não. • Agora, tudo vai depender das instituições. Há instituições que são extremamente flexíveis, que se calhar dá-lhes muito mais jeito o dinheiro... (...) mas por norma, aquelas que vêm até nós e que sabem à partida que nós não podemos dar dinheiro aceitam o resto do suporte que nós temos para oferecer.

Considera suficiente o tempo que as empresas disponibilizam aos seus colaboradores para participarem em ações de voluntariado?

Categoria	Instituição	Exemplos
Sim	BA	<ul style="list-style-type: none"> • Depende do tipo de ação: se é pontual ou mais regular.
	CVP	<ul style="list-style-type: none"> • Há umas que sim, há outras que não. Há empresas que neste momento estão a dar uma tarde por mês. Não são todas, é verdade mas já há bastantes. A mim parece-me um tempo razoável, uma tarde por mês para a pessoa fazer voluntariado. • A maior parte das empresas não dão tempo, ou seja, dão tempo uma vez por ano. Fazem uma ação de voluntariado uma vez por ano e aí acaba por ser aquele dia que é dedicado ao voluntariado. Mas depois o que a empresa quer é que as pessoas façam voluntariado fora do seu horário laboral. • Nós temos muitos voluntários aqui à tarde e alguns vêm através de empresas que dão uma tarde por mês, dentro do horário laboral. Há empresas que só dão isso uma vez por ano. (...) Há outras que não dão tempo nenhum e que se for a empresa a organizar a ação de voluntariado dão esse tempo. Se for a pessoa a querer ir por si, já não dão.
	GRACE	<ul style="list-style-type: none"> • Nós temos empresas que disponibilizam, em média, 1 dia por ano, por empregado. Temos empresas como a PT que dá 5 ou 6 dias de trabalho. Tivemos hoje a visitar uma empresa, que vai em princípio aderir, que não dá em função de empregado mas desenvolve iniciativas que lhes permitiu, no ano passado, dedicarem 700 e tal horas a voluntariado. Portanto, temos uma disparidade muito grande de horas de voluntariado ou de dotação de tempo, muito em função da estrutura das empresas, da sazonalidade de intervenção que têm e do estado de evolução em que estão. • No meu caso, eu quando estive um mês no Vietname a fazer voluntariado, num ano tive 30 e tal dias. Portanto, eu acho que as empresas tendem a dar tempo de voluntariado aos seus colaboradores também um pouco em função do compromisso que eles têm e da forma como respondem e da oportunidade ou desafio que têm em determinada circunstância. Agora, é crescente o número de empresas que cada vez mais confere mais tempo para o voluntariado, também como forma de ter as pessoas mais satisfeitas e também como forma de ter as pessoas a desenvolverem conhecimentos e competências que depois contribuem para o seu maior nível de produtividade. Mas difere de organização para organização.

<p>Não</p>	<p>AMI</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ...nesta casa há cerca de 250 funcionários mas considero que são depois muitas as centenas de voluntários. Numa casa como esta, descentralizada como é, com uma sede nacional que é esta, com delegações já grandes no Porto, em Coimbra, no Funchal, em Ponta Delgada, em Angra do Heroísmo, e com os centros sociais distribuídos pelo país à qual se vem juntar depois todo o voluntariado, nomeadamente o voluntariado empresarial, é evidente que queremos sempre ter mais. • Os desafios são grandes, são múltiplos, são permanentes e o voluntariado que temos nunca é suficiente, inclusive vamos ver se este ano somos capazes de desenvolver muito mais, seja nas ações de peditório, seja nas ações de distribuição de folhetos, seja na sensibilização sobre temáticas que nos interessam, seja presença em eventos e feiras pelo país. • E, por isso, queremos sempre mais, também para fazer mais. Mas eu acredito que está em marcha um movimento que não existia há alguns anos, a tal cidadania empresarial. As pessoas aperceberam-se que hoje, perante a instabilidade laboral, os que têm hoje trabalho, amanhã podem deixar de o ter e amanhã podem precisar também. Eu acho que as pessoas entenderam que hoje já não há garantias absolutas, já não vai haver nunca mais. E, por isso, há que estar no terreno, há que estar disponível. Talvez estejamos a dar hoje e amanhã talvez estejamos a receber.
	<p>Caritas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ...o único ato verdadeiro pungente que há nessa área é como sabe o voluntariado dos bombeiros. As empresas dispensam os trabalhadores mal toca a sirene e as pessoas vão e podem estar o dia inteiro e 2 ou 3 dias conforme as dispensas da empresa. Portanto, nós sabemos o que ouvimos os empregadores dizer sobre o que isso custa às empresas e muitas vezes até nos esquecemos de agradecer porque quem está a pagar aos bombeiros voluntários acabam por ser as empresas quando eles estão nos dias de trabalho. É evidente que nunca é suficiente mas as empresas, também nós sabemos, têm como fim a sua sustentabilidade. Em Pequenas e Médias Empresas ou em micro empresas se calhar não é sustentável. É, se calhar, mais expectável que ofereçam serviços (...) do que estar a destacar trabalhadores para trabalhar nas outras organizações. A não ser uma coisa muito eventual ou sazonal. • Se me perguntar se acho que é pouco, claro que é sempre pouco. Quanto mais melhor, desde que haja necessidade porque também só dizer que estamos a fazer voluntariado mas ninguém nos quer... Muitas vezes é preciso induzir e saber captar, saber que há, ou seja, eu tenho uma atividade para fazer ou até nem tinha nenhuma atividade para fazer (que eu pensasse que era necessária) mas se me surgem 20 ou 30 voluntários... <p>Também pode, pela oferta de voluntariado, surgir espontaneamente a prestação de um serviço que não estava sequer imaginado, não estava contemplado porque nunca tinha passado pela expectativa. Isso também pode ser importante mas sim, nunca são os necessários, quantos mais melhor. Assim haja atividades. E as próprias atividades também podem ser criadas nas próprias organizações, que é uma das características que nós dizemos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • O voluntariado cristão tem uma característica fundamental que é o princípio da subsidiariedade, ou seja, eu primeiro tenho que ver se quem está ao meu lado precisa de mim e com certeza, muitas vezes, as próprias empresas podem elas próprias organizar esquemas de voluntariado interno. (...) Estou a fazer um ato de voluntariado dentro da própria empresa. Portanto, há muitas maneiras de fazer isso. A primeira atividade é do que está à minha volta e mais próximo, os que estão a precisar. Não precisam, então agora estou disponível. Mas também tenho a obrigação de perscrutar as necessidades do meu vizinho, e nas empresas isso é fundamental. Essas são as nossas primeiras obrigações. Aí está uma maneira de organizar voluntariado dentro da empresa que não é voluntariado empresarial mas as próprias pessoas que estão disponíveis para fazer voluntariado.

O tipo de voluntariado (regular ou ocasional) deve depender da área de intervenção da instituição? Qual será a importância do voluntariado regular face ao ocasional?

Categoria	Instituição/ Empresa	Exemplos
Ocasional	AMI	<ul style="list-style-type: none"> ...em geral, é para um objetivo muito específico que é uma operação cirúrgica, de x dias ou de uma tarde ou de uma manhã. Ao nível de empresas, em geral, vêm por grupos que atuam para um objetivo muito específico. Vêm 50 para plantar árvores no projeto Eco-ética Ambiental da AMI ou vêm 50 para ajudar no armazém, a fazer certos trabalhos específicos ou vêm 30 para pintar o exterior de um centro social. Agora, alguns desses depois transformam-se em voluntários individuais. A saber, quando nós precisamos de voluntários para os peditórios da AMI, quando precisamos para “n” eventos onde somos solicitados a estar presentes, como no mercado de Natal (ainda no Natal passado, no Campo Pequeno).
	BA	<ul style="list-style-type: none"> O voluntariado ocasional é one shot, faz-se uma ação e faz-se um trabalho concreto, por exemplo, pintar uma escola ou ajardinar um terreno que pode servir para fazer um parque de jogos para crianças de uma creche de crianças carenciadas ou mobiliar uma sala de uns idosos...
	Caritas	<ul style="list-style-type: none"> Há atividades que são para um dia, há atividades que são para um fim-de-semana, há atividades que são de uma semana, há atividades que são contínuas para a vida toda (mas muitas vezes o voluntário não tem que estar lá a vida toda). Portanto é importante saber constituir equipas e inserir também nas pessoas que fazem parte das equipas a co-responsabilidade pelo trabalho que estão a desenvolver.
	CNPV	<ul style="list-style-type: none"> ...encontra-se mais associado a atividades pontuais (ações do Banco Alimentar contra a Fome, peditórios de rua da Cáritas Portuguesa, da Liga Portuguesa contra o Cancro)...
	CVP	<ul style="list-style-type: none"> Depende da área de intervenção porque, para o Banco Alimentar, o ocasional é muito importante... Portanto, acho que aí também depende de cada instituição. Se calhar há instituições que só precisam de voluntários uma vez por mês quando fazem triagem de roupa ou se calhar não precisam de uma coisa tão regular.
	BNP	<ul style="list-style-type: none"> ...quando participamos numa atividade organizada pela Fundação PT, no âmbito do projeto Mão-na-Mão, costumam ser relações pontuais.
	GRACE	<ul style="list-style-type: none"> Eu acho que o voluntariado ocasional dá sempre um bocadinho a sensação de copo meio cheio. Portanto, eu acho que o voluntariado ocasional (circunstancial) é um voluntariado que corre o risco de não nos dar a entender todo o potencial que o voluntariado regular pode consistir, em termos da nossa compleição humana, da nossa satisfação pessoal.
	Delta	<ul style="list-style-type: none"> O voluntariado ocasional poderá fazer parte do projeto face às características do mesmo e respetivos objetivos. Poderão ser complementares ou ser incompatíveis.
Regular	AMI	<ul style="list-style-type: none"> é para estar disponível e ser solicitado pela instituição sempre que ela carece de voluntariado. ...as pessoas estão a ser os nossos voluntários, permanentemente solicitados. Embora, como eu lhe disse há pouco, esta casa já tem um esqueleto próprio, mesmo assim não chega para as encomendas. Por outro lado, todos os nossos núcleos distribuídos pelo país, núcleos concelhios e até, às vezes, a união junto da Junta de Freguesia funcionam exclusivamente na área do voluntariado. Inclusive temos chefes de delegação (estou a pensar em Coimbra, em Ponta Delgada e em Angra de Heroísmo) que são voluntários.
	BA	<ul style="list-style-type: none"> Pode-se ter um voluntariado de um dia mas há também o voluntariado regular que é muito importante e, por exemplo, os Bancos Alimentares Contra a Fome têm visitantes que são pessoas que andam a visitar e a estabelecer laços de confiança com as instituições, que são todos voluntários. Sem esses visitantes nós nunca teríamos capacidade para fazer as visitas e as visitas são essenciais.

		<ul style="list-style-type: none"> Também o trabalho dos escritórios e do armazém é todo assegurado por voluntários. Nós nunca teríamos capacidade financeira para pagar, por exemplo, aos voluntários (e nos 20 Bancos Alimentares são 600 pessoas) que todos os dias permitem distribuir as 120 toneladas que os Bancos Alimentares distribuem em conjunto por dia. E temos uma equipa de técnicos assalariados que é tão reduzida quanto possível para manter a estrutura aberta mas sem os voluntários não teríamos recursos financeiros...
	Caritas	<ul style="list-style-type: none"> ...garante estabilidade das instituições. Por isso é que o contrato de voluntariado, de certa maneira, obriga a que as pessoas se auto responsabilizem um pouco pela atividade que estão a desenvolver. Para as empresas, a aposta no voluntariado regular depende sempre da instituição. Para muitas instituições, se calhar, é muito mais importante contar com a empresa X. Quando a instituição Y tem lá sempre alguém, ou seja, é estar à disponibilidade. Portanto, é preferível nós sabermos que para a atividade x, y ou z é aquela empresa com a qual se pode contar. Normalmente a vida das empresas é sempre diferente da vida das pessoas ou até dos cargos e é sempre bom saber que com a empresa x, y ou z se pode contar naquela matéria.
	CNPV	<ul style="list-style-type: none"> ...está mais presente em Instituições (IPSS, Misericórdias, Mutualidades, entre outras) que necessitam de complementar e reforçar as suas atividades por um período mais alargado e de forma mais regular, com o apoio de voluntários.
	CVP	<ul style="list-style-type: none"> ...para nós, é o voluntariado regular, sem dúvida. Os nossos voluntários fazem o compromisso de um dia por semana ou um dia de 15 em 15 dias mas tem a ver com a nossa forma de trabalho.
	BNP	<ul style="list-style-type: none"> O BNP Paribas Securities Services procura construir relações de continuidade com as instituições às quais nos associamos diretamente. Construir relações de continuidade é, para nós, muito importante porque estabelecemos laços mais fortes com a instituição em causa e podemos desenvolver iniciativas de continuidade que permitem conjugar os nossos recursos com as necessidades da instituição.
	GRACE	<ul style="list-style-type: none"> ...eu acho que qualquer voluntariado que se preze, qualquer voluntariado de “v” bem maiúsculo – Voluntariado - requer continuidade. Agora, as empresas não têm que entregar a uma só pessoa ou a um conjunto de 10 pessoas ou 20 ou 30 ou de 40 o sucesso do projeto. Têm que assumir o sucesso daquela iniciativa... Portanto, se as empresas tiverem programas instituídos, hoje é uma pessoa, amanhã é outra, noutro dia é outra, noutro dia é outra e noutro dia pode ser a mesma. Portanto, essa empresa que permite que os colaboradores tenham intervenções distintas, e em diversas intervenções, tem seguramente o espírito de continuidade das intervenções, disponibilizada aos seus voluntários, independentemente de ser a mesma pessoa ou de serem outras pessoas. Acima de tudo o que interessa é que a empresa tenha o espírito de colaboração e esteja comprometida a dar do seu tempo aos seus colaboradores para que eles possam fazer intervenção continuada num determinado sitio. Até porque aí há que garantir que a atividade rotineira não é prejudicada. Eu ao fazer voluntariado na minha empresa tenho que garantir que o meu cliente a quem eu dou assistência não é prejudicado pelo facto de eu estar a fazer voluntariado. Portanto, o voluntariado cumpre o mesmo princípio de compromisso em relação às organizações do terceiro setor e que eu tenho em relação ao meu cliente. Se eu de repente tiver o meu colaborador doente, não é ele que vai ao cliente, há-de ser outro qualquer que esteja preparado para isso e é nesta mesma ótica que o voluntariado empresarial tem de ser cumprido face às instituições onde faz intervenção. Cada vez mais há várias empresas que fazem aquilo que a minha empresa faz. Por exemplo, eu ao estar a fazer voluntariado no GRACE, e eu estou a fazê-lo durante as horas de trabalho ou fora das horas de trabalho (...), eu converto o meu trabalho (...) E a empresa converte as horas de voluntariado que eu faço em montante ou em género e, em meu nome, dá à organização onde eu fiz voluntariado o correspondente às minhas horas de voluntariado. ...moral da história, as empresas incentivam a atitude pessoal a par e passo com a atitude profissional e, portanto, acima de tudo incentivam a

		que as pessoas sejam, se sintam e se façam melhores pessoas, independentemente de ser em tempo pessoal ou em tempo profissional, e não raras vezes até facultam ferramentas que permitem que a pessoa se desenvolva em determinada área de intervenção para poder fazer trabalho de voluntariado, que é o caso da minha empresa.(...) Portanto, cada vez mais, o tempo de voluntariado pode ser e é profissional, pode ser e é pessoal também. O ser humano não tem um computador que lhe dá para até às 5 horas dizer que eu sou só profissional e a partir das 5 horas eu dizer que sou pessoa só. No fundo, somos um contínuo de ser humano que pode capitalizar no emprego ou no trabalho a sua mais-valia pessoal e pode capitalizar na sua pessoa a mais-valia profissional.
	PT	<ul style="list-style-type: none"> • O voluntariado regular traz resultados muito mais positivos que o voluntariado ocasional porque é mais estruturado. Obriga a um programa e a uma gestão que, pela experiência e pelo treino, tem resultados mais positivos do que um voluntariado ocasional. • Em muitos casos o voluntariado regular é mais adequado para as instituições e não é compatível com o voluntariado que uma empresa pode oferecer, que por norma é mais ocasional. No entanto, há ações de voluntariado ocasional que são precisas e que fazem sentido.

Considera que pode existir influência entre a prática individual de voluntariado e o voluntariado empresarial e vice-versa? (Isto é, o facto de uma pessoa que trabalha numa empresa na qual se promovem ações de voluntariado pode influenciar a sua prática individual de voluntariado ou que o facto de uma pessoa que trabalha numa empresa e que já praticou voluntariado a título individual pode influenciar a sua participação em ações de voluntariado desenvolvidas pela empresa?)

Categoria	Instituição/ Empresa	Exemplos
Influencia positiva		
Influência do voluntariado individual na prática empresarial	AMI	<ul style="list-style-type: none"> • O que a nossa humanidade precisa é de cada vez mais seres humanos sensibilizados, despertos e aptos para se virarem para o outro, como eu digo, também seu irmão.
	BA	<ul style="list-style-type: none"> • Uma pessoa que trabalha numa empresa e que já praticou voluntariado fora desta, penso que estará mais preparada para as exigências e condicionantes do trabalho voluntário a ser desenvolvido pela empresa.
	Caritas	<ul style="list-style-type: none"> • Eu acho que sim e internacionalmente já há empresas que no departamento de recursos humanos, quando querem fazer seleção de pessoas, valorizam seriamente quem já praticou voluntariado. Isso só significa que o ato de voluntariado é um ato de entrega e há muitas empresas que valorizam a entrega das pessoas às causas. Portanto, um ato de voluntariado significa que uma pessoa está muito mais disponível para os outros e até para a própria empresa. Hoje é evidente e é reconhecido internacionalmente que os atos de voluntariado influenciam diretamente o desempenho das pessoas na empresa e valorizam também a pessoa que faz voluntariado. • ...pessoas que também fizeram voluntariado individual acabam por trazer as empresas onde trabalham pelo trabalho individual que aqui desempenharam.
	CVP	<ul style="list-style-type: none"> • Temos também muitos voluntários que vêm sozinhos, são voluntários só nossos, e que depois organizam e dinamizam ações de voluntariado nas empresas em que estão a trabalhar porque querem ajudar a instituição em que são voluntários. Acho que aqui o importante é mesmo dar-nos a conhecer o mais possível às empresas. Portanto, acho que são as nossas grandes parceiras para o futuro.
	BNP	<ul style="list-style-type: none"> • ...muitos colaboradores envolvidos em instituições se interessam pelas nossas atividades ou procuram mesmo o nosso apoio.
	GRACE	<ul style="list-style-type: none"> • Pode influenciar, sim. Eu costumo dizer que em voluntariado quem lá vai vem diferente. Em voluntariado quem o faz em consciência e de forma conseqüente quer fazer no dia a seguir ou no mês a seguir ou no ano a seguir. E quem encetou vai arranjar forma de continuar a

		<p>fazer. Eu encetei na minha empresa. Bem sei que eu trazia a génese pessoal, eu trazia uma base pessoal que me levou a conseguir potenciar na empresa programas de voluntariado mas que a própria empresa já tinha...</p> <ul style="list-style-type: none"> • ...eu acho que o voluntariado individual influencia o voluntariado empresarial • O voluntariado pessoal influencia o voluntariado empresarial...
	Delta	<ul style="list-style-type: none"> • Vai depender (...) do projeto, (...) e do próprio indivíduo.
	PT	<ul style="list-style-type: none"> • As pessoas que praticam voluntariado começam a praticá-lo a partir do momento que em qualquer circunstância, seja por sua iniciativa ou dentro da empresa, houver alguma iniciativa que a atraia. (...) temos colegas nossas da PT-SI que são voluntárias assíduas, regulares, na Comunidade Vida e Paz e quando sai alguma ação organizada pela empresa também se querem inscrever, por já conhecerem e por gostarem de mostrar a outros voluntários que já fazem parte do grupo de voluntariado daquela instituição. (...) Acho que isso é muito positivo e acaba por estar interligado.
	Xerox	<ul style="list-style-type: none"> • ...uma empresa é composta por pessoas. Isto é o famoso cliché que a área de recursos humanos diz sempre. Mas não é um cliché, é a verdade. Não há e não existe uma empresa sem ter as suas pessoas. Quer queiramos, quer não, as pessoas que lá trabalham é que fazem essa empresa. Portanto, as pessoas, as suas crenças, a sua forma de atuação e a sua atitude é que influenciam os colegas, os chefes... • Portanto, se nós temos dentro desta companhia ou de outra qualquer, pessoas que estão muito ligadas à comunidade, que estão muito ligadas ao voluntariado, mesmo numa perspetiva pessoal e vão para uma empresa onde se calhar essas práticas não existem ou existem muito pouco, de alguma forma podem começar a contagiar os colegas. E se se contagia um, contagiam-se dois, e quando se dá conta aquilo torna-se... Foi assim que começou a Xerox. Esta ideia do voluntariado não surgiu, com certeza, da Xerox como Xerox. Aconteceu há 45 anos em Portugal. Foi alguém que fazia parte desta brilhante casa que se lembrou. Começou a influenciar e neste momento eu posso dizer que faz parte da nossa cultura.
Influência do voluntariado empresarial na prática individual	AMI	<ul style="list-style-type: none"> • É impressionante ver que a maioria das pessoas que nunca tinha feito nada desse género, nunca tinha feito ações de voluntariado, uma vez que o fez e, repito, que tomou conhecimento da realidade da instituição, da temática em causa, do porquê de estarem ali, não só isso reforça a coesão do grupo que lá esteve a prestar voluntariado como desperta causas individuais. Depois daí há pessoas, e não são poucas, que se transformam em voluntários individuais porque gostaram da experiência. • É muito interessante ver isso. Quando se abordou certas temáticas e se as viveu de perto e se tomou consciência da realidade e de factos, as pessoas estão motivadas para avançarem depois com voluntariado mais individual, já não enquadrado numa parceria, empresa ou instituição. E isso para nós é muito motivador. De repente as pessoas tomam consciência que até elas podem também desenvolver ações, terem iniciativas e proporem ações. Eu acho que isso é formidável. Eu acho que as pessoas de repente descobrem que elas próprias têm potencialidades e despertam. Porque não, também eu, dar um contributo mais sustentável, mais consistente. E umas até ousam dar o pulo para criar qualquer coisa e isso é positivo. • ...quem nunca participou pode vir a praticar o voluntariado através da empresa e participar também a título individual ou até um dia criar a sua própria associação porque tomou conta que há uma realidade que não há resposta cabal para todas as situações nessa temática. Vou dar um suplemento e vou dar uma achega e vou junto da minha comunidade fazer também uma instituição, que não será de âmbito nacional nem internacional mas que vai atuar naquela freguesia ou naquele concelho. Coisas concretas.
	BA	<ul style="list-style-type: none"> • Eu não acredito muito no voluntariado empresarial enquanto conceito. Acredito mais que o voluntariado empresarial pode funcionar no âmbito de programas de voluntariado de empresa que facilitem o exercício do voluntariado individual.
	Caritas	<ul style="list-style-type: none"> • Muitas empresas apesar de terem pessoas que nunca praticaram

		<p>voluntariado, elas próprias incentivam o voluntariado por causa do espírito de equipa que se pode estabelecer e do espírito de se perceber que há atos e há dádivas que não são mercantilizáveis, que não são vendáveis, não têm preço, ou seja, o preço é de reconhecimento humano e não pode ser pago através de umas alvíssaras. (...) eu posso identificar que o que muitas vezes acontece é que pessoas que se aproximaram da Caritas por via do voluntariado empresarial se calhar depois acabam por fazer voluntariado individual...</p>
	CVP	<ul style="list-style-type: none"> • Sim, isso acontece imenso, há muito essa influência positiva. Por exemplo, os colaboradores da Nestlé que após a ação de voluntariado no Natal ficaram voluntários na Comunidade Vida e Paz. Quando nós fazemos ações de voluntariado eles perguntam sempre... Portanto, temos muitos voluntários que sim, que acabam por vir muitas vezes pela empresa e que são simultaneamente nossos voluntários.
	BNP	<ul style="list-style-type: none"> • Outros colaboradores passam a ser mais envolvidos com as instituições que apoiamos depois de um primeiro contacto proporcionado pelo BNP Paribas Securities Services.
	GRACE	<ul style="list-style-type: none"> • ...eu depois de fazer uma ação de voluntariado empresarial era impensável não continuar a fazer voluntariado. E depois de eu ter feito uma ação de voluntariado empresarial “à grande” na minha empresa, o continuar o voluntariado em fase de reforma era mais ou menos condição sine qua non. • ...o voluntariado empresarial influencia o voluntariado individual. Também nesta perspetiva o círculo não vicioso mas virtuoso se confirma. Quem tem a possibilidade de fazer voluntariado empresarial, não raras vezes degenera (no sentido positivo) em voluntariado individual porque se tem tempo profissional para o fazer, profissionalmente faz, mas a seguir continua a fazer pessoalmente. Eu tenho vários colegas da IBM que estão hoje em dia a fazer voluntariado individual, e até às vezes coletivamente, mas em nome próprio em instituições porque tiveram possibilidade de o fazer em termos empresariais (em termos institucionais). • ...o voluntariado empresarial influencia o voluntariado pessoal, sem dúvida
	Delta	<ul style="list-style-type: none"> • Vai depender da organização, da liderança do projeto, (...) dos resultados atingidos...
	PT	<ul style="list-style-type: none"> • As pessoas que aderem ao voluntariado empresarial, por vezes, acabam também por aderir ao voluntariado individual. A nível pessoal, não tinha muita prática de voluntariado e quando comecei a trabalhar na Fundação PT, surgiu uma iniciativa da Comunidade Vida e Paz, onde acabei por ficar a conhecer o trabalho desta organização. Mais tarde, inscrevi-me para ser voluntária fora da empresa para uma outra iniciativa de âmbito diferente. Se eu não tivesse conhecido a Comunidade Vida e Paz através do voluntariado da empresa, eu não me tinha inscrito.
	Xerox	<ul style="list-style-type: none"> • ...uma coisa influencia a outra. E também para quem nunca participou e começa a fazê-lo através da empresa porque é um primeiro contacto. É muito curioso porque às vezes as pessoas, depois de irem a primeira vez, (...) muitos até vêm a chorar porque uma coisa é vermos as coisas na televisão ou sabermos das coisas através de pessoas, outra coisa é ver as situações de carência e de problemas sociais que nós temos no nosso país e vivê-las ao pé das pessoas. Isso toca muito, quer queiramos quer não. • O feedback que nós temos das pessoas depois de irem uma primeira vez é que, por norma, vão querer ir todas as outras vezes.(...) O sentimento de realização pessoal e o sentimento do que é que eu posso dar ao outro. E o eu dar ao outro não tem que ser dinheiro, às vezes basta um carinho, basta um abraço, basta estar presente. Só o estar presente, sem dúvida nenhuma.
Influencia negativa		
Gestão do voluntariado	AMI	<ul style="list-style-type: none"> • ...quando se recebem os voluntários há que lhes explicar o porquê da sua importância, o porquê deles estarem ali, o que é que se espera deles, qual é o objetivo, por que é que temos aquela ação ali... Porque é muito fácil falar dos sem-abrigo e da pobreza mas depois é preciso é conviver com ela e vê-la. Não chega despejar sacos e entregar sacos,

		é preciso ir falar com as pessoas e isso quando elas participam numa operação dessas, quando participam na feitura dos cabazes, por exemplo, escolares (...) depois estiveram presentes na entrega e vêem os meninos a receber (...) e depois quando se contacta com a realidade a visão altera-se e, para mim, para melhor.
	BA	<ul style="list-style-type: none"> Mas o voluntariado é algo que não se pede, dá-se e é algo que é de uma própria pessoa. Uma empresa não pode obrigar os seus colaboradores a serem voluntários numa determinada instituição ou a favor de uma determinada causa, porque eles podem não se identificar com essa instituição ou com essa causa. Aquilo que as empresas podem, efectivamente, fazer é propor alguns programas ou algumas ações de voluntariado para os seus colaboradores exercerem (ou darem horas, ou darem competências, ou darem tempo, ou darem saber) porque o voluntariado, para mim, é muito mais do que trabalhar de graça, o voluntariado é uma intervenção de cidadania ativa em que eu quero colaborar à minha volta porque acredito que faço a diferença.
	CNPV	<ul style="list-style-type: none"> Poderá existir alguma influência entre ambos e até pode ser benéfica. Contudo, essa influência não deverá ser decisiva para a realização e participação em ações de voluntariado.

Nesta empresa existe uma estratégia para o voluntariado? Com que objetivos?

Categoria	Empresa	Exemplos
Áreas de intervenção		
Educação	BNP	<ul style="list-style-type: none"> Existe uma política de Responsabilidade Social da Empresa (RSE) global, a nível do Grupo BNP Paribas, que inclui o voluntariado como um ponto estratégico. No BNP Paribas Securities Services escolhemos focar-nos este ano na Educação. É, de facto, um ponto estratégico para nós, visto que as pessoas, e intrinsecamente as suas competências, são a nossa maior mais-valia.
Sustentabilidade	Delta	<ul style="list-style-type: none"> ...têm uma estratégia de desenvolvimento assente na integração dos pilares económico, social e ambiental. Face ao levantamento efetuado pelos parceiros interessados pode ser necessário desenvolver projetos que agreguem componentes de voluntariado. Quando acontece temos que garantir um apoio do desenvolvimento do eixo de voluntariado de forma sustentável para garantir o cumprimento dos objetivos.
	PT	<ul style="list-style-type: none"> Existem programas e instituições que são definidos anualmente. Existe uma área específica na Fundação PT que centraliza e trata de todas as ações de voluntariado. Há um plano de iniciativas e projetos, há um orçamento, há um plano de comunicação para angariação de voluntários e há um inquérito no final de cada ação para saber o que correu bem e o que se pode melhorar, tanto para os voluntários responderem como para as instituições.
	Xerox	<ul style="list-style-type: none"> Os objectivos, acima de tudo, são garantir que aquelas ações com as quais nós temos um compromisso assumido são feitas de ano para ano e, garantir que todas as outras ações pontuais que nos chegam são segmentadas de uma forma muito objetiva. Porque se eu digo que não a uma determinada instituição por este motivo e, entretanto, tenho outras a pedirem-me o mesmo, eu tenho que ser objetiva e coerente na decisão de dizer não ou de dizer sim. Portanto, é muito importante do ponto de vista da organização, e a Xerox é um brand extremamente conhecido, que sejamos conhecidos no mercado como uma empresa justa e uma empresa de voluntariado, sim mas com critérios que são objetivos. Não dizemos não só porque não nos apetece ou não dizemos não só porque não temos tempo. Dizemos não com base em determinado tipo de critérios e dizemos que sim a tudo aquilo que conseguimos efetivamente fazer. Portanto, os objetivos é fazerem parte da nossa cultura.

É do interesse da empresa apostar nesta área? Qual/quais as expectativas em desenvolvê-la?

Categoria	Empresa	Exemplos
Reforço da cultura empresarial	BNP	<ul style="list-style-type: none"> Desenvolver atividades de voluntariado é muito importante para o BNP Paribas Securities Services, na medida em que aumenta a motivação dos nossos colaboradores, assim como o sentimento de pertença a uma organização socialmente responsável.
	PT	<ul style="list-style-type: none"> ...incentivar a prática de voluntariado pode fomentar a produtividade através da motivação dos colaboradores.
	Xerox	<ul style="list-style-type: none"> Acima de tudo, estar muito perto da comunidade e ter os colaboradores envolvidos na comunidade. E isso vai levar a uma maior motivação. Maior motivação, maior produtividade e, produtividade, igual a resultados. Portanto, também não sejamos aqui todos beneméritos e pensamos que a companhia não quer ganhar nada com isso, do ponto de vista financeiro, porque claro que quer. Agora, nós é que sabemos que colaboradores envolvidos e colaboradores motivados vão produzir mais, produzir mais implica vender mais, fazer melhor as coisas, sermos mais eficazes, mais eficientes, logo ter bons resultados. Que é isso que nos faz estar aqui todos os dias.
Cumprimento de deveres cívicos	BNP	<ul style="list-style-type: none"> Além disso, a RSE responde a alguns dos valores da empresa, tais como: Respeito, Espírito de Equipa e Diversão (Respect, Team Spirit, Fun).
	Delta	<ul style="list-style-type: none"> A Delta desde sempre, há mais de 50 anos, teve fortes motivações sociais resultando numa forte cumplicidade dos colaboradores da comunidade e da administração na dimensão pessoal, familiar e profissional.
	PT	<ul style="list-style-type: none"> Esta é uma área estruturada e em que a empresa aposta e incentiva os colaboradores, tanto que existe uma bolsa de voluntariado para os colaboradores se inscreverem. (...) a empresa espera um reconhecimento externo da comunidade, dos clientes (atuais e potenciais), dos stakeholders, dos colaboradores.
	Xerox	<ul style="list-style-type: none"> A empresa espera estar perto da comunidade.

Em que áreas de intervenção a empresa desenvolve ações de voluntariado? A forma como intervém nas instituições está relacionada com o seu *core business*?

Categoria	Empresa	Exemplos
Relacionada com core business	Delta	<ul style="list-style-type: none"> ...podem estar ou não.
	PT	<ul style="list-style-type: none"> Quando nós damos formação em informática, a uma determinada instituição, e usamos voluntários que têm essa competência estamos a relacionar o voluntariado com o core business. (...) Porque somos uma empresa na área da informática, temos a PT SI com sistemas de informação e, usamos o know how das pessoas para as ações.
	Xerox	<ul style="list-style-type: none"> A maior parte das ações realizada, em termos de PRS (que é o Programa de Responsabilidade Social), estão relacionadas com o nosso core business. Portanto, estamos associados a uma série de coisas que são recorrentes e depois também temos instituições, como é o caso, por exemplo, do MSV que tem depois agrupadas diversas ações (...). Portanto, as áreas de atuação são imensas. A única coisa que nós não fazemos é dar dinheiro, dinheiro em dinheiro mesmo, cheques, transferências e dinheiro vivo não fazemos. Agora doar as instalações, por exemplo, (e nós temos umas excelentes instalações) fazemos. (...) Para nós estas ações são extremamente regulares. Depois existem outras mais pontuais (...) Depende daquilo que vai surgindo da parte das instituições e que nós depois segmentamos para saber quais são aquelas que conseguimos apoiar.
Não relacionada com core business	BNP	<ul style="list-style-type: none"> O BNP Paribas Securities Services desenvolve atividades de voluntariado em três grandes áreas: <ul style="list-style-type: none"> - Responsabilidade cívica, com instituições de solidariedade social - Responsabilidade ambiental, tentando reduzir a nossa pegada no ambiente - Internamente, procurando contribuir para o bem-estar dos nossos colaboradores

	Delta	<ul style="list-style-type: none"> • ...podem estar ou não.
	PT	<ul style="list-style-type: none"> • De uma forma geral, com todas as áreas exceto com animais. Mas a maior parte das nossas ações está virada para crianças, idosos, sem-abrigo, pessoas com necessidades especiais... • Mas nem todas têm relação com o negócio. Nós não fazemos obras. No entanto, recorremo-nos da PT PRO, que tem conhecimento nessa matéria e tem parceiros, que nos ajudam nas áreas técnicas. Os voluntários ajudam nas pinturas sob supervisão desses técnicos. Eu diria que a maior parte das vezes não têm relação com o negócio da empresa.

Que tipo de relação de parceria/formas de ajuda são estabelecidas com as instituições? Essa escolha tem em consideração a opinião dos colaboradores?

Categoria	Empresa	Exemplos
Voluntariado por iniciativa dos colaboradores	BNP	<ul style="list-style-type: none"> • As instituições às quais estamos associados são, usualmente, sugeridas pelos nossos colaboradores. Normalmente, quando os nossos colaboradores sugerem que ajudemos alguma instituição, também nos explicam em que é que a nossa ajuda seria necessária, propondo por exemplo atividades de voluntariado.
	Delta	<ul style="list-style-type: none"> • Sim.
	PT	<ul style="list-style-type: none"> • Nós temos uma bolsa de voluntariado em que, na bolsa, o colaborador pode selecionar o tipo de população com quem gostaria de trabalhar e em que área. É também com base neste input que desenhamos as ações. Porém, temos algum público-alvo que por estratégia e decisão da empresa não abrangemos, como é o exemplo dos animais. E a nível ambiental é raro. Nós estamos mais virados para a comunidade, para as pessoas. Temos, no entanto, vários voluntários inscritos que demonstraram este interesse e o que pretendemos fazer é utilizar o voluntariado fora das horas de serviço e promover uma ação com animais, como limpeza de canis, passear os animais ou angariar alimentos. • Por outro lado, temos um programa de voluntariado, o Ajude Quem Ajude, em que as instituições a apoiar foram selecionadas pelos colaboradores, de entre uma lista pré selecionada que disponibilizámos na intranet. Portanto, temos em conta a opinião dos colaboradores, tanto no que respeita a ações de voluntariado como até na escolha das próprias instituições, porque tendo em conta a opinião deles, eles sentem-se mais envolvidos.
	Xerox	<ul style="list-style-type: none"> • E os colaboradores podem sugerir... • ...os colaboradores podem influenciar as ações. E as ações não são necessariamente em Lisboa. Nós temos uma filial no Porto e também pedimos ajuda aos colegas do Porto. Às vezes fazemos para o Porto, fazemos para Beja, para o Algarve... É aquilo que nos pedirem e pode ser para qualquer ponto do país.
voluntariado por iniciativa da empresa	BNP	<ul style="list-style-type: none"> • ...temos relações pontuais nas quais estabelecemos algum contacto com instituições através de ações de voluntariado como as que são organizadas pela Fundação PT. • Por outro lado, estabelecemos também relações de continuidade com algumas instituições, tais como a Elo Social ou a AFID, através de ações de voluntariado regulares ou de contratos estabelecidos com a instituição, no abrigo do Emprego Protegido.
	Xerox	<ul style="list-style-type: none"> • ...através do voluntariado, ou seja, através dos nossos colaboradores, em que damos tempo de trabalho para que os colaboradores possam participar numa ação de solidariedade que nós tenhamos a decorrer. Portanto é o voluntariado, a força das próprias pessoas.
Apoio em géneros	BNP	<ul style="list-style-type: none"> • No BNP Paribas Securities Services temos dois tipos de relação estabelecidas com instituições em que se verificam três tipos de forma de ajuda: voluntariado, doações em espécie e doações monetárias.
	PT	<ul style="list-style-type: none"> • Na PT damos computadores, fizemos obras de recuperação e até demos carros. (...) Porque temos parceiros. É bom para as empresas e é bom para as instituições.

	Xerox	<ul style="list-style-type: none"> • ...recolha de bens alimentícios, roupas, brinquedos... e aí somos nós que também pedimos aos colaboradores, mais uma vez, de uma forma voluntária, para trazerem aquilo que quiserem trazer. Tudo isto é gerido pelo nosso clube. (...) Portanto, os nossos colaboradores sabem que a qualquer momento podem dar durante o ano todo. Mas há depois campanhas específicas em que nós pedimos outras coisas... • É bens alimentícios, ou então, nós nunca doamos dinheiro. Isso é contra a política da Xerox corporation. Portanto, dinheiro não doamos de maneira absolutamente nenhuma. Podemos é doar, por exemplo, papel, oferecer impressões... o que tem a ver com os nossos produtos e com o nosso core business. Aquilo que nós pudermos ajudar por aí com os nossos produtos, nós fazemos.
Apoio financeiro	BNP	<ul style="list-style-type: none"> • O BNP Paribas Securities Services desenvolveu atividades para os colaboradores, quer da empresa, quer do grupo BNP Paribas, como a Corrida de Santo António, em 2012, uma corrida organizada durante as Festas de Lisboa cuja parte dos fundos angariados reverteram a favor do C.A.S.A. (Centro de Apoio ao Sem-Abrigo).
	PT	<ul style="list-style-type: none"> • Este ano a PT rejeitou os donativos monetários. Em vez disso, e para instituições credíveis, avaliamos quanto gastam em comunicações por ano e pagamos esse valor. (...) Porque esse é o nosso negócio. Não vejo isto como um custo, vejo um não ganho para a PT mas um benefício bom para as instituições. Por outro lado, os apoios podem passar por outro tipo de sinergias e donativos que não sejam do core da empresa.

Quanto tempo disponibilizam por ano aos colaboradores?

Categoria	Empresa	Exemplos
Não limitado	BNP	<ul style="list-style-type: none"> • O tempo disponibilizado por ano aos colaboradores do BNP Paribas Securities Services não está estabelecido nem limitado. As atividades de voluntariado têm, por norma, duração de um dia de trabalho.
	Delta	<ul style="list-style-type: none"> • Depende dos compromissos e objetivos.
	Xerox	<ul style="list-style-type: none"> • Não limitamos, ou seja, depende. (...) Nós só recusamos essas ações quando calham em alturas do mês, que do ponto de vista de negócio eu não posso tirar as pessoas do negócio. Que é, por exemplo, no início do mês e no final do mês. Porque no início do mês estamos a arrancar com o novo ciclo de vendas e no final do mês porque eu preciso de ter as pessoas focadas a vender para me fecharem o mês e trazerem resultados para a companhia. As ações que calharem no meio do mês, por norma não. • Agora, eu não tenho um limite de tempo para dar aos colaboradores. Para as ações que houver, vão os voluntários que houver. Portanto, eu não limito isso, é aberto ao colaborador. (...) o número de ações e sua duração podem variar de um ano para o outro.
Limitado	PT	<ul style="list-style-type: none"> • O tempo que disponibilizamos, por ano, são 5 dias mais 1. São 5 dias para as ações de voluntariado PT, mais um para o projeto Mão na Mão... Portanto, ao todo damos 6 dias para voluntariado.

Sumariamente descreva os principais projetos de voluntariado da empresa (nome, instituição apoiada, duração em horas, número de voluntários e periodicidade).

Categoria	Empresa	Exemplos
Organizadas por entidades externas	BNP	<ul style="list-style-type: none"> • Temos 5 atividades de voluntariado organizadas pela Fundação PT: <ol style="list-style-type: none"> 1) A nossa Cidade – reabilitação de espaços verdes em Lisboa (Espaço Monsanto), com duração de um dia e participação de 7 voluntários do BNP Paribas Securities Services. 2) Aprender – Transmissão de conhecimentos sobre a importância da

		<p>água e da Reciclagem, em parceria com a Associação Futuro Autônomo, no Jardim Botânico, com duração de um dia e participação de 3 voluntários do BNP Paribas Securities Services.</p> <p>3) Conchinhas do Mar – Momento de lazer em atividades de praia e do campo com crianças com deficiência ou carenciadas.</p> <p>4) Conhecer – Transmissão de conhecimentos sobre Cidadania, com crianças em idade escolar.</p> <p>5) Geração D’Arte – Dinamização de atividades de trabalho em equipa de idosos com vista ao combate à solidão, junto de idosos sozinhos ou institucionalizados.</p>
	Delta	<ul style="list-style-type: none"> Na vertente de voluntariado empresarial contamos com o Programa Tempo Para Dar e com movimentos como o Mão-Na-Mão ou GRACE. Neste tipo de voluntariado foram disponibilizadas 2765 horas
	PT	<ul style="list-style-type: none"> O projeto Voluntariado em Família permite ao colaborador trazer um familiar e/ou amigo em ações fora de horário laboral (noturno ou fim de semana). Em Lisboa e Porto fazemos entrega de alimentos quentes na noite, com parceria da Comunidade Vida e Paz e Legião da Boa Vontade. (...) Desde a sua implementação, em 2009, contamos com mais de 1500 voluntários.
	Xerox	<ul style="list-style-type: none"> Projeto Mão na Mão Ação na cedema – reabilitação de espaços Ação “conchinhas do mar” – ida à praia com crianças e contacto com a natureza Projeto Grace GIRO – apoio na produção e venda de embalagens para a Operação Nariz Vermelho.
Organizadas pela empresa mas em parceria exclusiva com instituições	BNP	<ul style="list-style-type: none"> Finalmente, organizamos mais 1 atividade exclusiva aos colaboradores do BNP Paribas Securities Services: Education Knows no Differences – Atividade organizada com a Elo Social, na qual daremos formação ao pessoal administrativo e a utentes da instituição, com o objetivo de desenvolver capacidades de gestão do pessoal administrativo e de facultar formações úteis para os utentes, na perspetiva de encontrar um novo emprego.
	PT	<ul style="list-style-type: none"> O Comunicar em Segurança é um projeto ligado à educação. (...) No fundo é um projeto que está interligado com o nosso negócio: telecomunicações. Desde o seu início em 2009 já participaram mais de 500 voluntários. Cada voluntário pode fazer uma ou mais sessões. O projeto Preparar o Futuro, surgiu como piloto no final de 2012 e é também um voluntariado ligado à Educação, mais numa vertente de incentivo e promoção de bem estar. Este projeto tem apoiado a Vitae de Alcântara, que alberga pessoas sem abrigo e com alguma dependência. Consiste em partilhar conhecimento sobre diversas matérias para que os utentes possam utilizar num futuro. (...) Este projeto já contou (até final de 2012) com 29 voluntários (66 horas) e várias horas dedicadas por voluntários de parcerias como a Escola de Finanças, por exemplo. Temos ainda um projeto com várias parcerias e que coordenamos, o Mão na Mão, criado em 2001 e que contou, até 2012, com 5.130 voluntário (+ de 37.300 horas).
	Xerox	<ul style="list-style-type: none"> Programa de Responsabilidade Social: <ul style="list-style-type: none"> Kelly Services & AML – campanha para apoiar famílias carenciadas portuguesas (recolha de bens alimentares e de higiene) Make a Wish e Operação nariz Vermelho: trabalhos de impressão Outras instituições: entrega de brinquedos e roupa de cama e de criança
Organizadas pela empresa mas sem parceria exclusiva com instituições	BNP	<ul style="list-style-type: none"> Temos também 3 atividades de voluntariado organizadas para o Grupo BNP Paribas: <ol style="list-style-type: none"> Distribuição de comida aos sem-abrigo de Lisboa e do Porto, com a instituição C.A.S.A., durante 10 terças-feiras à noite, de Abril a Junho. Participação de 20 voluntários do Grupo BNP Paribas. Jogos da Primavera – Atividade organizada com a Elo Social na qual prestamos apoio na coordenação e arbitragem de Jogos alusivos à importância da Água e Educação sobre Cidadania. Participação prevista de 25 voluntários do Grupo BNP Paribas. Jantar de Natal dos Sem-Abrigo – Em parceria com o C.A.S.A., esta

Potencialidades e Limitações do Voluntariado Empresarial

		atividade visa ajudar na organização do jantar de Natal proporcionado a pessoas Sem-Abrigo.
	Delta	<ul style="list-style-type: none"> O voluntariado individual é vocacional e estão incluídas ações pontuais e visitas a instituições como lares e hospitais. Neste voluntariado, para o ano de 2011/2012, foram incluídas 2759 horas.
	PT	<ul style="list-style-type: none"> O Ajude quem Ajuda é um projeto ligado à intervenção. Consiste no apoio a uma instituição por mês, a qual é escolhida por votação, anualmente, pelos colaboradores. Este apoio traduz-se, essencialmente, em donativos de bens, recolhidos nos vários edifícios, em obras de recuperação de espaços nas instituições ou em serviços PT. Teve início no ano de 2012 e contou com 424 voluntários correspondendo a 1.100 horas.

Prevêem manter, aumentar ou diminuir o número de ações e a sua duração?

Categoria	Empresa	Exemplos
Número de ações	BNP	<ul style="list-style-type: none"> De momento temos planeadas 9 ações de voluntariado para 2013, em comparação a 7 atividades efetuadas em 2012.
	Delta	<ul style="list-style-type: none"> No nosso caso vamos aumentar.
	PT	<ul style="list-style-type: none"> As ações são diversas. (...) A maior parte delas são feitas durante a semana e têm uma duração muito variada. (...) Não prevemos mudar...
	Xerox	<ul style="list-style-type: none"> A maioria das ações de 2012 irão manter-se em 2013...
Duração	BNP	<ul style="list-style-type: none"> As atividades de voluntariado têm, por norma, duração de um dia de trabalho.
	Delta	<ul style="list-style-type: none"> No nosso caso vamos aumentar.
	PT	<ul style="list-style-type: none"> As ações são diversas. (...) A maior parte delas são feitas durante a semana e têm uma duração muito variada. (...) Não prevemos mudar a duração...

Através de que meios são comunicadas aos colaboradores as ações de voluntariado? É importante utilizar as redes sociais para apoiar a ação voluntária?

Categoria	Empresa	Exemplos
Internos	BNP	<ul style="list-style-type: none"> As atividades de voluntariado são comunicadas aos colaboradores através da nossa intranet, de televisões disponíveis nas nossas cantinas e de uma Newsletter semanal.
	Delta	<ul style="list-style-type: none"> Depende do projeto.
	PT	<ul style="list-style-type: none"> Mail e intranet para os internos.
	Xerox	<ul style="list-style-type: none"> Essencialmente por mail, intranet e posters (colocados estrategicamente pelo edifício da companhia). Mas acima de tudo, é por intranet. É o nosso meio privilegiado de comunicação.
Externos	BNP	<ul style="list-style-type: none"> O BNP Paribas Securities Services não está presente nas redes sociais. O nosso site externo refere, no entanto, a importância da Responsabilidade Social Empresarial para nós.
	Delta	<ul style="list-style-type: none"> Depende do projeto.
	PT	<ul style="list-style-type: none"> ...enviamos uma carta aos colaboradores em situação de pré-reforma e suspensão para aderirem à bolsa e às nossas iniciativas (...) E, através das redes sociais, do site da Fundação e do "passa a palavra" trazemos também vários familiares e amigos. ...através do telefone e também das redes sociais chega-se aos familiares e amigos, pessoas já reformadas e desempregados. A nossa rede de voluntariado é grande e tem vindo a alargar.
	Xerox	<ul style="list-style-type: none"> O que fazemos nas redes sociais, muitas vezes, é do ponto de vista institucional. Mostramos aquelas campanhas em que estamos a participar ou que já participámos. (...) Portanto, no facebook o que nós usamos (e a xerox está no facebook), muitas vezes, é mais para mostrar as causas que por norma até já acabaram... (...) Portanto, fazemo-lo mas mais regradamente em termos de redes sociais.

Através de que instrumentos/mecanismos medem a eficácia das ações realizadas? Qual o impacto que a prática de voluntariado empresarial tem na sua empresa? (resultados de negócio obtidos e benefícios para a comunidade e para os funcionários)

Categoria	Empresa	Exemplos
Feedback	BNP	<ul style="list-style-type: none"> • A eficácia das atividades realizadas é medida através de um inquérito de satisfação qualitativo e quantitativo, de um pedido de feedback da ação a um colaborador.
	Delta	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizamos indicadores desenhados e construídos para averiguar a eficácia da transformação do projeto na sociedade.
	PT	<ul style="list-style-type: none"> • Questionários feitos às instituições e aos voluntários para aferir o grau de satisfação. E, vamos começar com questionários aos próprios beneficiários da ação de voluntariado, apenas em algumas ações. Por exemplo, na Vitae, depois das ações que vamos dar queremos passar um questionário aos utentes para saber se gostaram, se correspondeu às expectativas e que outras ações gostavam de fazer. • Também no inquérito de satisfação anual feito a todos os colaboradores há perguntas que têm a ver com responsabilidade social, não só interna mas externa e, portanto, também se consegue medir o grau de satisfação dos colaboradores quanto à responsabilidade social da empresa.
Resultados para o Colaborador	BNP	<ul style="list-style-type: none"> • Eu não lhe vou mentir e dizer que faço grandes estatísticas porque não faço. Aquilo que faço são booklets, ou seja, é importante para mim saber que para uma determinada causa em que o objetivo era angariar, por exemplo, 20 latas de atum, eu quero saber se consegui efetivamente angariar as 20 latas ou se só fiquei nas 18. E isso fica ali escrito, ou seja, pelas quantidades, porque quando temos um pedido nós sabemos quantas são. A única coisa que eu gosto sempre de saber é se atingi o objetivo do que aquela instituição me pediu. Agora não faço grandes estatísticas com isso. • E as instituições acabam sempre por nos dar feedback, nem que seja informal. Um obrigado ou mandam (...) emails de agradecimento...
	Xerox	<ul style="list-style-type: none"> • ...aumento da motivação e sentimento de pertença à empresa. Os nossos colaboradores sentem-se orgulhosos por fazer parte de uma empresa preocupada com a comunidade. • E tiramos fotografias para mostrar na intranet o resultado das nossas Campanhas. Mas acima de tudo, compilar e mostrar às pessoas internamente (até àquelas que não participam) o que é que fizemos. É bom e é importante, para nós, termos uma ideia e termos consolidado tudo aquilo que fizemos, de ano para ano. ...divulgamos pelos colaboradores a dizer «Muito obrigado. Recebemos este email da instituição X a dizer que deixámos feliz esta e estas situações.» Mas muito no sentido de divulgar, até para ajudar a promover cada vez mais, não necessariamente para fazer estatísticas. • Não fazemos grandes estatísticas com isso, pelo menos, não temos necessidade de o fazer. E, também, nunca fizemos um estudo para avaliar as possíveis alterações ao nível da motivação dos colaboradores envolvidos no voluntariado.
Resultados para a Empresa	PT	<ul style="list-style-type: none"> • No que se refere aos resultados obtidos com as ações, nós somos uma empresa cotada na Bolsa e temos que escrever tudo o que fazemos sobre voluntariado e responsabilidade social, no nosso relatório de sustentabilidade. Isso tem-se traduzido na nossa manutenção em determinados parâmetros de sustentabilidade em que as empresas estão cotadas. Somos uma das 4 empresas que estão no índice de Down Jones. A área de voluntariado tem um papel importante para este facto e somos auditados, anualmente, sobre as horas de voluntariado, ações, etc.

A empresa possui algum reconhecimento das suas ações (certificados/distinções)?

Categoria	Empresa	Exemplos
Sim	Delta	<ul style="list-style-type: none"> • Sim.
	PT	<ul style="list-style-type: none"> • Além de várias cartas de agradecimento a empresa tem ganho alguns prémios, como o prémio do voluntariado de 2012, de um dos nossos programas. • E, o facto de estarmos cotados e de pertencermos ao índice DJ é também um reconhecimento pela nossa responsabilidade social.
	Xerox	<ul style="list-style-type: none"> • Temos tanta coisa... Já ganhámos o prémio da Empresa mais familiarmente responsável. E isto tem a ver muito com o pack benefícios que damos aos nossos colaboradores mas também tem muito a ver com todas as ações de responsabilidade social que fazemos. (...) na minha perspetiva, a responsabilidade social subdivide-se muito em duas áreas. Uma do ponto de vista de comunidade, (...) E, por outro lado, responsabilidade social, do ponto de vista da empresa para com os seus colaboradores (quando eu falo dos seus colaboradores, falo da sua família). E nós no Clube temos inúmeras ações em que trazemos a família dos colaboradores para dentro da companhia. (...) Isto para nós também é responsabilidade social, do ponto de vista da empresa, porque é a parte pessoal dos colaboradores, que é importante também sentirem-se motivados e sentirem que a empresa dá de si financeiramente, de tempo, de vontade de apoiar a família do colaborador... Este prémio que ganhámos da Empresa mais familiarmente responsável é exatamente a perspetiva da responsabilidade social do ponto de vista de comunidade e do ponto de vista social interno da companhia para com as suas famílias. • E isso também está presente nos prémios que ganhámos da melhor empresa para se trabalhar. Ganhámos o ano passado o 1º prémio e este ano ficamos em 2º lugar. Já tínhamos ganho em anos anteriores também mas nós não concorremos todos os anos. • Já ganhámos o prémio de Igualdade e Qualidade que tem a ver com as nossas políticas de diversidade. Portanto, o facto de não fazermos discriminação entre homens e mulheres. E isso obviamente que também se reflete na área da responsabilidade social. Para nós é igual se for uma senhora. Muito pelo contrário até tentamos é puxar mais os homens para a área da responsabilidade social mas as mulheres são mais sensíveis para estas coisas. Nós somos, maioritariamente, uma empresa com muitíssimos mais homens. 80% da companhia são homens e, portanto, na responsabilidade social é muito interessante porque tentamos puxar os senhores. (...) Há uns 5 anos atrás era mais difícil. Só tínhamos senhoras mas agora já não, já conseguimos ter um misto (fifty-fifty de homens e mulheres).
Não	BNP	<ul style="list-style-type: none"> • Não, não faz parte da nossa política.