Instituto Superior
de Ciências Sociais e Políticas
UNIVERSIDADE DE LISBOA

Licenciatura em Ciências da Comunicação

Unidade Curricular: Publicidade e Relações Públicas

Docente: Sónia Sebastião

Voluntariado Empresarial

Comparação entre as empresas *Portugal Telecom* e *Mota-Engil*

Trabalho elaborado por:

Ana Isabel Gonçalves nº214530

Ana Margarida Pena nº214546

Ana Rita Inácio nº214521

Ricardo Brito nº214527

Ano Lectivo 2014/2015

28 De Abril de 2015

Índice

Introdução **3**

1. Responsabilidade Social Organizacional **3**

2. Voluntariado Empresarial **5**

2.1. *Fundação PT* 7

2.2. *Fundação Manuel António da Mota* 10

2.3 Comparação entre as Empresas 14

2.4. Como se comunica o VE 16

2.5. Limitações do VE 17

3. Campanha de Comunicação **18**

3.1. *Copy Strategy* 18

3.2. Conceito Criativo 18

3.3. Logótipo 18

3.4. Vídeo Promocional 19

3.5. *Storyboard* 19

3.6. Cartazes 21

3.7. Folheto 21

3.8. *Website* 22

Conclusão **22**

Referências Bibliográficas **23**

Apêndices **24**

Índice de Figuras

Figura 1 - Exemplos de acções de VE 7

Figura 2 - Explicação das características dos cartazes utilizados na campanha 22

Introdução

O presente trabalho prende-se com a Responsabilidade Social Organizacional, mais precisamente com as práticas do voluntariado empresarial, tendo como estudo de caso a *Fundação PT*, pertencente à *Portugal Telecom*, e a *Fundação Manuel António da Mota* (FMAM), referente ao Grupo *Mota-Engil*. Proceder-se-á a uma comparação entre a organização das acções de voluntariado empresarial das duas empresas, não esquecendo o *Grupo de Reflexão e Apoio à Cidadania Empresarial* (*GRACE*), importante agente desta temática.

Para tal foram realizadas três entrevistas, uma via *e-mail* a Célia Morais, Técnica de Gestão de Projectos Sociais e Controlo Orçamental da *FMAM*, e duas presenciais à Directora da *Fundação PT*, Graça Rebôcho e a uma colaboradora voluntária Lilliana Castilho que se encontram nos Apêndices 1, 2 e 3 respectivamente.

A componente prática do trabalho consistiu na realização de um vídeo promocional, incentivando o voluntariado empresarial, tal como a elaboração de três cartazes e um folheto tendo como público-alvo os colaboradores. Todo o trabalho está disponível numa plataforma digital: http://voluntariadoempresarial.weebly.com.

1. Responsabilidade Social Organizacional (RSO)

As preocupações empresariais de carácter social não são uma novidade. A RSO surgiu nos E.U.A., nos anos 50, com a obra de referência *Responsabilities of the Businessman* de Howard Bowen (Monteiro, 2005, p. 150). Assistiram-se a alguns fenómenos sociais nas décadas consequentes como a luta pela igualdade de género, contra a discriminização racial e a contestação por novos valores e atitudes vieram enraizar novas práticas no que respeita ao relacionamento entre empresas e organizações com a sociedade e o meio ambiente. Neste contexto, passou a difundir-se informação acerca das acções empresariais nos domínios ambiental e social.

A globalização das economias por meio das multinacionais veio agilizar e despertar todo o processo associado à definição de RSO. Desde então, diversos estudos e

investigações sobre os efeitos e os impactos das políticas de responsabilidade social, praticadas pelas empresas e organizações, têm sido levados a cabo (Moreno, 2004, p. 151). O empenho e impacto social das empresas constituem um dos aspectos da actuação organizacional a que os gestores mais se têm dedicado. É aceite que as empresas e organizações devem adoptar e prestigiar comportamentos socialmente responsáveis, sem fugir ao seu fim último, o lucro. Contudo, cada vez menos se considera que o lucro deva beneficiar apenas investidores, mas também que cumpra interesses colectivos (AECA, 2004, p. 150). É neste contexto que emerge a noção de empresa socialmente responsável. As crescentes políticas e condutas de responsabilidade social, o interesse, empenho e acção de organismos regionais e internacionais, como a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE), traduzem a gradual consciencialização da importância da inclusão das questões sociais e ambientais nos negócios das empresas e organizações. Segundo a União Europeia (UE), o investimento socialmente responsável (ISR) tem conhecido um aumento significativo junto dos principais investidores.

A relação que se estabelece entre a empresa/organização e a comunidade reforça e consolida a sua imagem e constrói a sua reputação. Existe mesmo uma relação directa entre a prática de políticas socialmente responsáveis e o valor de mercado das empresas e organizações, dado que muitos investidores vêem na responsabilidade social um importante factor que merece ser incluído no modelo de negócio das empresas e organizações (Moreno, 2004, p. 153). A gestão das empresas não deve nortear-se apenas para a satisfação dos interesses dos seus proprietários, mas sim para todos os públicos, privilegiando o bem comum, em detrimento da exclusiva procura e obtenção de lucro. A Responsabilidade Social é um comportamento empresarial ético e responsável, como estabelece o Livro Verde da Comissão Europeia (2001), o conceito de RSO preconiza uma decisão voluntária, por parte das empresas, em cooperar para uma sociedade mais justa e um meio ambiente mais limpo. Outra das características da RSO é a sua postura estratégica que traz retorno positivo às empresas e organizações, que pode ser a produção de riqueza, mas também e, principalmente, a sua à comunidade, e que devolve um *feedback* positivo pelas acções empresariais socialmente responsáveis.

Este conceito de RSO pode ser entendido em dois níveis, o interno, que concerne aos diferentes públicos da empresa ou organização e que pode influir na obtenção e sucesso dos seus resultados, e o externo, que engloba o impacto e as consequências do comportamento e acção da empresa ou organização para os públicos exteriores - meio ambiente e comunidade em geral. Desta forma, a empresa ou organização que deseje assumir uma postura social e ambientalmente responsável deve criar diversas iniciativas para os seus diferentes públicos:

Tendo em conta o **público interno** encoraja-se, por exemplo, a contratação de pessoas com dificuldade de inserção no mercado de trabalho, a promoção de formação contínua para o colaborador ou a oferta de incentivos aos colaboradores para que aperfeiçoem as suas capacidades. Já no que concerne ao **ambiente**, destacam-se práticas como o estabelecimento de princípios ambientais, a motivação e encorajamento para práticas ecológicas e criação de normas de reciclagem entre outras. Por fim, quanto ao desenvolvimento da **comunidade** existem programas como a utilização de produtos e serviços provenientes do comércio/organizações locais e atribuição de donativos a instituições solidárias entre outras.

O *Grupo de Reflexão e Apoio à Cidadania Empresarial* (*GRACE*), criado a 25 de Fevereiro de 2000, é uma associação sem fins lucrativos cuja missão reside na reflexão, promoção e desenvolvimento de iniciativas ligadas à responsabilidade social corporativa. O *GRACE* estimula a participação das empresas no contexto social envolvente, através de parcerias. O número de empresas pertencentes ao grupo tem vindo a aumentar, de ano para ano, sendo que de momento o grupo conta com um total de 118 empresas - 54 grandes empresas, 54 pequenas/médias empresas e dez microempresas.

2. Voluntariado Empresarial

Enquanto acto de Responsabilidade Social nas empresas, o voluntariado empresarial (VE) é uma opção eficaz para as empresas reinventarem e estabelecerem novas formas de interagir com a comunidade, com vínculos mais estreitos, integradores e activos (ISEG, 2005, p. 3). As empresas têm de enfrentar as crescentes expectativas dos governos, dos *media* e

da sociedade em geral, e por isso estas iniciativas contribuem positivamente para tal, com a vantagem de melhorarem o bem-estar da comunidade (Pajo & Lee, 2011, p. 468). O VE é então um instrumento que permite mais coesão e confiança, com benefícios múltiplos para os voluntários, empresas e organizações envolvidas (ISEG, 2005, p. 5). Segundo o *GRACE* (2006, p. 5) ''o voluntário pode ser entendido 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''. Assim, no voluntariado empresarial é o colaborador que decide envolver-se em projectos de RSO da empresa.

Figura 1 - Exemplos de acções de VE

Algumas das principais acções de voluntariado
Apoio técnico em diversas áreas como informática, contabilidade, saúde, segurança no trabalho, gestão ambiental e empreendedorismo;
Estabelecimento de parcerias com entidades que representem os interesses da comunidade e apoio ao desenvolvimento do comércio local;
Realização de palestras sobre temas genéricos (meio ambiente, combate às drogas) ou específicos (desenvolvimento infantil, apoio à terceira idade) e /ou realização de acções de formação profissional, oferta de estágios, explicadores para os jovens;
Incentivar os donativos monetários e não monetários - comida, roupas usadas, entre outros;
Proporcionar acompanhamento gratuito a crianças nas áreas da saúde dental, nutrição, entre outras;
Organizar campanhas e eventos que promovam programas comunitários ou de RSO;
Realizar actividades educativas e/ou de entretenimento para crianças, idosos, doentes;
Apoiar uma organização a desenvolver o seu plano estratégico, conceber um projecto integrado, preparar o relatório de actividades assim como apoiar programas de formação;
Ajudar na reforma das instalações de uma entidade social;
Ceder espaço, logística, recursos e estrutura de apoio à operacionalização destas e outras acções.

Informação reunida de: (GRACE, 2004) e (ISEG, 2005)

É importante que a empresa consiga desenvolver acções que se aproximem da sua missão, dessa forma os seus colaboradores podem identificar-se e estar mais conectados e propensos à sua participação e envolvimento nelas. Estudos nesta área enfatizam a perspectiva dos colaboradores centrando-se nas suas motivações para se tornarem participantes no voluntariado empresarial. Por exemplo, Pajo & Lee (2011, pp. 468-471) consideraram que dentro dos diferentes motivos que levam os indivíduos a fazer VE, o

primeiro foi o desejo de contribuir para a comunidade e expressar valores importantes, o segundo as oportunidades de aprendizagem e a aplicação de competências e habilidades e, finalmente, o terceiro factor motivacional mais votado, foi o crescimento pessoal e a melhoria da sua auto-estima. Por essa razão, na hora de escolher onde trabalhar os indivíduos preferem empresas que tenham estas iniciativas, considerando-as mais atractivas - *''want to work for a company that is a good corporate citizen''* (Pajo & Lee, 2011, p. 468).

É igualmente importante, para a sua motivação que a empresa disponibilize toda a informação necessária sobre as acções de voluntariado a decorrer assim como tempo para a sua realização, isto sem que os funcionários se vejam prejudicados, muito pelo contrário o reconhecimento deve tornar-se um hábito. Todos os membros devem ser encorajados incluindo funcionários das hierarquias superiores, que devem ser desafiados a dar o exemplo e a colaborar em tarefas onde possam aplicar os seus conhecimentos e funções (GRACE, 2004, pp. 36-38).

Dentro da variedade de acções que se podem desenvolver são múltiplos os benefícios que nelas se podem encontrar. Desse modo, a comunidade pode usufruir de técnicas e conhecimentos da empresa para melhorar a sua qualidade de vida. Há mais tolerância, coesão, solidariedade e o ambiente torna-se mais saudável (Samuel, Wolf, & Schilling, 2013, p. 174; ISEG, 2005, pp. 28-29). Por sua vez, os colaboradores alargam as suas *skills* e melhoram a sua auto-estima, tornam-se mais motivados e mais satisfeitos com as tarefas que desenvolvem e com a empresa no geral, desenvolvem um sentido de pertença a um grupo/comunidade e estabelecem novas e mais fortes relações sociais. Quanto à empresa, esta vê-se envolvida num sentimento de orgulho e motivação, pautado pelas boas relações no trabalho e pelo trabalho de equipa; a sua imagem, reputação e notoriedade crescem junto dos seus *stakeholder*s e, por fim, pode rever os objectivos de negócio e potenciá-los para obter maior produtividade (ISEG, 2005, pp. 28-29; Plewa , Conduit, Quester, & Johnson, 2014, p. 655).

Em Portugal, o VE ainda está numa fase inicial, mas as grandes empresas já o praticam: empresas organizadas que têm poder económico e social para tal, no fundo

empresas que sentem que podem ocupar um lugar maior e fazer mais pela comunidade onde estão inseridas (ISEG, 2005, p. 16). Empresas como as apresentadas de seguida.

2.1. Fundação PT

A *Portugal Telecom* (PT) é uma empresa portuguesa de telecomunicação a operar no país, no Brasil, em África e na Ásia e cujos sectores de actuação são as comunicações fixas e móveis, o multimédia e dados e soluções empresariais.

A empresa acredita que o seu papel enquanto agente social de relevância lhe atribui certas responsabilidades e assim criou a *Fundação PT*, uma instituição não-lucrativa, responsável por concretizar o compromisso da *PT* de intervenção social e apoio ao desenvolvimento. Um dos seus objectivos estratégicos é a sustentabilidade ambiental, económica e social. A nível da sustentabilidade social, directamente relacionada com o voluntariado empresarial, a *Fundação PT* possui quatro áreas prioritárias de actuação: a Educação, Saúde, Acesso às Comunicações e o Voluntariado.

O que acontece, como explica Graça Rebôcho (Apêndice 2, pergunta 2), é que sendo a *Portugal Telecom* uma empresa ligada à tecnologia das comunicações, não se pode desviar da sua natureza, ou seja, as instituições que apoia e as acções que realiza têm de estar directa ou indirectamente relacionadas com a tecnologia e a comunicação "nós não vamos a tudo, nem uma empresa deve ir a tudo o que aparece e responder favoravelmente porque os pedidos têm que ser dirigidos." (Graça Rebôcho – Apêndice 2, pergunta 2).

A *Fundação PT* é um dos maiores exemplos de RSO do país, sobretudo no que respeita ao voluntariado empresarial, não fossem dois dos seus valores a solidariedade e a partilha. Prova disso é que a empresa preocupa-se em envolver, mobilizar e organizar a participação dos seus colaboradores – no ativo e/ou ao serviço das empresas da *PT* (em regime de *outsourcing*, trabalho temporário, entre outros) - nos mais diversos projectos de voluntariado até seis dias por ano, durante o horário de trabalho, sem problemas na assiduidade ou reduções na sua remuneração. Para além disso, apesar destes projectos de desenvolvimento social constituírem iniciativas da *Fundação PT*, os colaboradores estão à vontade para propor novas acções de RSO, sendo as suas propostas analisadas com a

máxima atenção. Em diversos projectos são mesmo os colaboradores que seleccionam as instituições a ajudar, Graça Rebôcho (Apêndice 2 – pergunta 7) explica que "a forma de colaborarem é serem eles a escolher". É uma forma de os incentivar a participar no voluntariado e de os envolver em todo o processo até porque os indivíduos sentem-se mais motivados a ajudar causas que conheçam bem, que sejam da sua área de residência.

Existem dois tipos de voluntariado na *Fundação PT*: o voluntariado empresarial e o voluntariado em família. Ao passo de que o primeiro, como já referido, acontece durante o período normal de trabalho, o **voluntariado em família** é organizado em horário pós-laboral, a partir das 18 horas e aos fins-de-semana, e tem como intuito envolver não só os colaboradores nas iniciativas de solidariedade social mas também os seus familiares, amigos, ex-colaboradores da *PT*, estudantes e a comunidade em geral. Nas férias escolares são lançados projectos para os filhos dos colaboradores. Algumas das actividades realizadas são a participação no Banco Alimentar, a distribuição de refeições aos sem-abrigo e o atendimento em *call-centres* nas galas televisivas solidárias, geralmente ao sábado (por exemplo: programa "Toca a Todos", na RTP1); nesta acção misturam-se jovens estudantes com colaboradores e reformados da *PT*.

Já no que respeita ao **voluntariado empresarial**, alguns dos projectos são:

a) Ajude quem Ajuda

Criado em 2011 apoia diversas instituições portuguesas, escolhidas pelos próprios colaboradores (saúde, educação e emergência social). Exemplos: reabilitação e organização das instalações, organização de visitas de estudo e angariação de fundos. Em 2012, o programa contou com o apoio de 424 voluntários num total de 1.100 horas.

b) *ENGAGE* – Projecto Mentores

Iniciativa realizada pelo GRACE em parceria com o ACIDI (Alto Comissariado para a Imigração e Diálogo Intercultural) que apoia o imigrante residente em Portugal e a sua integração social na comunidade através de mentores (colaboradores voluntários das várias empresas associadas, como a *Fundação PT*).

c) Está lá! Está bem?

A *Fundação PT* é parceira do Projecto Mais Proximidade, Melhor Vida (MPMV) – gerido por uma equipa técnica especializada do Centro Social Paroquial de S. Nicolau e do Centro Paroquial do Campo Grande – que actua junto da população idosa tendo em vista o combate à solidão e/ou isolamento físico, melhoria do ambiente familiar e acesso à informação. A *Fundação PT* permite e incentiva que os seus colaboradores telefonem, a partir do seu local de trabalho, uma vez por semana, durante 15/20 minutos, para o idoso. "É um acompanhamento por telefone. Eles (idosos) adoram!", refere Graça Rebôcho (Apêndice 2, pergunta 5).

d) Mão-na-Mão

Movimento de VE, coordenado pela *Fundação PT*, pioneiro em Portugal uma vez que a Fundação se junta a outras empresas para fazer voluntariado. Tem como finalidade contribuir para a consolidação de uma cultura de solidariedade e responsabilidade social nas empresas. São promovidas diversas iniciativas que incidem sobre a inclusão de grupos socialmente excluídos como pessoas com deficiência, crianças e jovens em risco, idosos, sem-abrigo e reclusos, e proporciona-lhes diferentes actividades como visitas a museus e teatros, aulas de ginástica e fotografia, jogos tradicionais, entre outros. Até à data, o programa Mão-na-Mão já envolveu 5.130 colaboradores voluntários em cerca de 90 ações.

e) Preparar o Futuro

A *Fundação PT* em parceria com a *Associação VITAE* (acolhe cerca de 50 utentes sem-abrigo com algum tipo de dependência para reintegrá-los na sociedade, ajudando-os a criar um projecto de vida) criaram o "Preparar o Futuro" que é um programa de voluntariado de competências: pretende dotar os utentes de ensinamentos de actividades socioculturais como a fotografia, a pintura e a dança e de conhecimentos básicos das TIC.

f) Voluntariado em Equipa

"Quando as empresas não têm dinheiro, cortam na formação e cortam nas acções de *teambuilding*, então nós encapotámos aqui uma forma de voluntariado em equipa"

(Graça Rebôcho, Apêndice 2, pergunta 5)

Para o voluntariado em equipa, é escolhida uma chefia que selecciona dentro de um conjunto de acções, o que quer fazer e que motiva a equipa a realizá-las. Por exemplo, no ano de 2013, a *Operação Nariz Vermelho* (ONV) recebeu a cooperação dos colaboradores e ex-colaboradores da *PT* para o empacotamento de narizes de palhaço, posteriormente vendidos para angariação de fundos. A *Fundação PT* dividiu os colaboradores em grupos a fim de criar competição entre si, ver quem fazia mais e melhor tendo como objectivo a criação de laços e o desenvolvimento do espírito de equipa, a comunicação e a liderança.

2.2. Fundação Manuel António da Mota

A *Fundação Manuel António da Mota* – FMAM (2009) constitui o resultado da visão, dos objectivos e da tradição filantrópica do Grupo *Mota-Engil*, homenageando o seu fundador Manuel António da Mota. Para uma empresa como o Grupo *Mota-Engil*, líder de mercado em Portugal no sector da construção civil e obras públicas, a Fundação é um importante instrumento de Responsabilidade Social. Como avançou Célia Morais, a *Fundação Manuel António da Mota* é essencial "enquanto expressão organizada e sistematizada de uma gestão ética e socialmente comprometida, em nome de uma cidadania empresarial activa e participativa" (Apêndice 1, pergunta 3).

Apresentar Responsabilidade Social, na óptica do Grupo *Mota-Engil*, mostra que uma empresa não tem como único objectivo o lucro, mas também a preocupação em contribuir com boas práticas para o meio envolvente e tal implica colaborar, "voluntariamente, para uma sociedade mais justa e para um ambiente mais limpo" (Apêndice 1, pergunta 1) pois, integrar eficazmente a comunidade onde opera faz com que uma empresa cresça e seja bem-sucedida. Segundo Célia Morais (Apêndice 1, pergunta 1), estas práticas são cada vez mais valorizadas pela comunidade e pelos diversos *stakeholders*, aumentando desta forma a preocupação das empresas para a solidariedade social.

Como refere Célia Morais (Apêndice 1, pergunta 3), procurando não se demarcar da "visão estratégica e geradora de valor a longo prazo" presente no Grupo, a Fundação tem por fins a promoção, desenvolvimento e apoio a iniciativas no domínio do Desenvolvimento

Social, Cultura, Educação, Saúde, Ambiente, exercendo a sua actividade em Portugal e nos restantes países, como Angola, onde o Grupo *Mota-Engil* actua.

O grande objectivo da Fundação é o Desenvolvimento Social, tanto que a *FMAM* visa cooperar para "o fortalecimento e a sustentabilidade do terceiro sector" (Apêndice 1, pergunta 5) apoiando projectos com alguma visibilidade e valor social. A Fundação destaca ainda o trabalho em rede e as parcerias com outras instituições, pois "através da articulação e concertação de esforços numa lógica de complementaridade" (Apêndice 1, pergunta 5) é possível uma intervenção em zonas onde os sectores públicos e privados não cobrem. Em adição, a *Fundação Manuel António da Mota* apoia os colaboradores e incentiva o voluntariado valorizando "o capital humano da comunidade *Mota-Engil*" e "promovendo uma cidadania activa e participativa da contribuição livre e desinteressada em acções de voluntariado" (Apêndice 1, pergunta 5).

A *Mota-Engil* também oferece apoio social e familiar aos colaboradores do Grupo, nomeadamente, atribui bolsas de estudo aos filhos dos colaboradores que tenham menores recursos e um bom aproveitamento escolar. Existe também o Consultório Financeiro que apoia os colaboradores em situação de risco financeiro.

Em termos de VE a Fundação promove anualmente um conjunto de iniciativas:

a) Porto Futuro

Resulta de uma parceria entre várias empresas da zona do Porto, a Câmara Municipal do Porto, a Direcção Regional de Educação do Norte e vários Agrupamentos de Escolas do Porto. Visa a conjugação de esforços do sistema educativo e da comunidade empresarial através da adopção, pelas escolas, de boas práticas do modelo de gestão do meio empresarial. No âmbito deste projecto, os colaboradores do Grupo *Mota-Engil* têm participado de forma voluntária em iniciativas tais como a *Junior Achievement Portugal* com os programas "A Família", "A Comunidade", "Economia para o Sucesso" entre outros.

b) *Habitat for Humanity International*

A Fundação realizou um protocolo com a Associação Humanitária *Habitat for Humanity Portugal*, uma ONG que tem como princípio reunir esforços e promover iniciativas no

âmbito da solidariedade habitacional e apoiar famílias carenciadas na obtenção de habitações através da sua construção ou recuperação. Através deste protocolo, a *FMAM* tem como objectivo viabilizar a construção ou recuperação de casas de famílias carenciadas, em especial no concelho de Amarante, território a que a *Mota-Engil* se encontra ligada por laços simbólicos e institucionais. Este desafio obtém todos os anos um grande envolvimento.

c) Campanha "Consumo consciente, Respeita o Ambiente"

Em 2012, a Fundação promoveu esta campanha desenvolvida pela *Eurest*, que se estendeu a todos os utilizadores de refeitórios do Grupo *Mota-Engil* em Linda-a-Velha e no Porto. Esta iniciativa tenta incentivar a luta contra o desperdício alimentar e diminuir a produção de resíduos. Aos utilizadores de refeitório foi pedido que se abastecessem apenas da quantidade de alimentos indispensável à satisfação das suas necessidades nutricionais. No final da refeição, por cada prato entregue sem sobras alimentares, o consumidor recebia uma ficha equivalente a dez gramas de alimentos não deterioráveis que eram depositados numa tômbola, convertendo-se depois o valor obtido no seu equivalente em alimentos. Os alimentos reverteram a favor de diferentes instituições.

d) Campanha Natal 1+1

Em 2012, na Festa de Natal da empresa, foi entregue a cada colaborador um novelo de lã e lançado o desafio de tecer um pequeno quadrado de malha ou crochet. No final, todos os quadrados foram unidos, transformando-os em mantas entregues à "Terra dos Homens" (associação em Amarante que que acolhe crianças e jovens em risco).

e) Saúde Mais – Por um futuro melhor

Esta iniciativa passa pelo rastreio de doenças infecto-contagiosas em Lândana (Angola), o encaminhamento dos casos detectados para a unidade hospitalar de referência e a entrega de medicação necessária. Em adição, foi realizada uma acção de sensibilização em higiene oral e distribuídos *kits* de higiene dentária às crianças. O protocolo, financiado pela *Mota-Engil* Angola e *Fundação Manuel António da Mota*, visa a assistência médica gratuita às populações mais carenciadas de Angola. Nesta iniciativa, além dos profissionais de saúde, também participaram os colaboradores da *Mota-Engil* Angola como voluntários.

f) Programação cultural

No que respeita à área da Cultura, a *FMAM* criou, em 2012, o programa **ARTES** cujo principal objectivo é estabelecer um diálogo entre a comunidade e os artistas, nacionais e estrangeiros, de modo a facilitar o acesso às artes visuais para todos. Dentro deste programa, constituiu-se o Coro Sénior composto por idosos dos Centros de Dia e de Convívio da cidade do Porto, por ex-colaboradores e por familiares de colaboradores da *Mota-Engil*.

Além de todas estas acções a Fundação do Grupo *Mota-Engil* conta ainda com o **Prémio Manuel António da Mota**, que distingue todos os anos organizações e personalidades que se destaquem nos vários domínios de actividade da Fundação. É uma iniciativa de grande impacto e que tem contribuído para reforçar a visibilidade e o prestígio da Fundação junto dos seus principais *stakeholders*. A 6ª edição, em 2015, terá como tema "Portugal Inovação Social".

Para a *Mota-Engil* as vantagens do voluntariado empresarial são compreendidas segundo três perspectivas: **perspectiva empresarial** (o VE faz com que haja um fortalecimento da imagem do Grupo, reputação e notoriedade dos seus produtos e/ou serviços, uma maior coesão interna e melhoria do clima organizacional e a construção de um ambiente familiar e trabalho de equipa entre departamentos); **perspectiva do colaborador** (maior integração na empresa como o aumento da auto-estima, motivação, iniciativa, construção de relações sociais no local de trabalho); **perspectiva da comunidade** (há com o usufruto do conhecimento e da experiência da empresa e dos seus funcionários, a redução de diversos problemas comunitários e melhorias na qualidade de vida dos beneficiados).

2.3. Comparação entre as duas empresas

A *Portugal Telecom* e a *Mota-Engil* são grandes empresas portuguesas que apostam na Responsabilidade Social e, por isso, ambas criaram fundações que se ocupam desta temática – *Fundação PT* e *Fundação Manuel Antónia da Mota*. As duas empresas pretendem contribuir para a melhoria das condições de vida da população nas mais diversas áreas. Tanto a *Fundação PT* como a *FMAM* escolheram dar enfoque a certas áreas prioritárias de actuação: Saúde, Educação e Desenvolvimento Social. A *Fundação PT*, dado o facto de se

enquadrar no sector das tecnologias da comunicação, procura também apoiar sobretudo a área de Acessibilidade Digital. Já a *FMAM*, atribui destaque à Cultura.

Estas empresas referem que a Responsabilidade Social contribui para a valorização da sua imagem junto dos clientes, colaboradores e comunidade em geral para transmitir a ideia de que não visam apenas o lucro mas que têm um lado mais humano, como afirma Célia Morais.

Associaram-se ao *GRACE* mas em momentos distintos, a *Fundação PT* desde o início, acerca de 15 anos atrás, e a *FMAM* mais recentemente, no ano de 2013, sendo que integra desde 2014 a Direcção do grupo. A parceria do *GRACE* com a *Fundação PT* está muito relacionada com o projecto **GIRO** - GRACE, Intervir, Recuperar, Organizar - que constitui a iniciativa de voluntariado corporativo com maior dimensão do país. Até à data, com nove edições, o GIRO já contou com mais de 5000 voluntários e 19000 beneficiários. O projecto desafia as empresas associadas a realizarem um dia de voluntariado, cujas principais áreas de intervenção são: a requalificação de espaços e apoio a comunidades em risco; preservação ambiental; inclusão de pessoas com deficiência; defesa dos animais e o voluntariado de competências. Dados referentes a 2014 contabilizam 43 empresas associadas, 949 voluntários e sete intervenções. Já a associação da *FMAM* ao *GRACE* é conhecida pelo evento "Responsabilidade Social Empresarial de Sucesso", no Porto. Em Março do ano passado, organizaram uma mostra de Responsabilidade Social das empresas, nos espaços do Mercado do Bom Sucesso e no auditório da Fundação, onde se debateu a importância das boas práticas empresariais e da sua ligação com a sociedade que as rodeia. Para este ano, manteve-se a estrutura do evento, culminando com a conferência "Inovação Social e o papel da Responsabilidade Social".

Há que frisar que ambas as empresas cedem o seu espaço para a realização de eventos do *GRACE*. Em relação ao *GRACE* as duas empresas acham-no importante pois acreditam que "na área da Responsabilidade Social ninguém deve trabalhar sozinho, deve-se trabalhar em rede" (Apêndice 2, pergunta 4). A *Fundação PT* tem uma relação mais próxima com o *GRACE* e defende que este é um grupo de partilha que tem feito um óptimo trabalho, ao

qual se devem associar empresas que não tenham meios nem tempo para despender com a Responsabilidade Social.

No que concerne a Responsabilidade Social, as Fundações realizam acções de voluntariado empresarial. A *Fundação PT* e a *FMAM* têm alguns projectos em comum ou similares, entre os quais o ***Junior Achievement*** uma associação mundial com mais de 100 anos, que promove o empreendedorismo nos jovens. Os seus programas educativos, como "A Família", "A Comunidade", "Economia para o Sucesso" e "É o Meu Negócio" são dados pelos voluntários, com o apoio dos professores, nas escolas. Dentro do *Junior Achievement* ainda existe o programa "Braço Direito" no qual um jovem acompanha um profissional durante um dia no seu local de trabalho. A *Fundação PT* recebeu o prémio da empresa com mais voluntários "braços direitos".

Outro projecto igual com designação diferente nas empresas é o "Reparar Vidas" da *Fundação PT* e o "REPARAR" da *FMAM*, que consistem na reparação de habitações de idosos. A *FMAM* tem ainda dois projectos bastante parecidos – o "Porto Amigo" e o ''*Habitat for Humanity International*". No que respeita a alimentação as duas organizaram campanhas como "Consumo consciente, Respeita o Ambiente" contra o desperdício alimentar da *FMAM*. Por sua vez, a *Fundação PT* participa frequentemente em acções de recolha de alimentos.

A *Fundação PT* e a *FMAM* preocupam-se em receber o *feedback* dos colaboradores face aos projectos de voluntariado empresarial em que participam. Deste modo, a *FMAM* no fim de cada iniciativa faz um registo de satisfação dos participantes enquanto a *Fundação PT* realiza inquéritos de satisfação do colaborador, mas cujo tópico melhor avaliado é sempre o da Responsabilidade Social. A maioria dos colaboradores das duas organizações mostram-se interessados no voluntariado e têm respondido positivamente às acções propostas.

Para além do voluntariado empresarial, durante o horário de trabalho, as duas Fundações preocupam-se em criar iniciativas de voluntariado que envolvam os familiares e amigos dos colaboradores, como é o caso do atendimento em *call-centers* da *Fundação PT* e o Coro Solidário, do programa ARTES, da *FMAM*.

Em suma, a *Fundação PT* está associada ao *GRACE* e tem mais programas de VE do que a *Fundação Manuel António da Mota*. Porém, ambas são duas das empresas portuguesas a apostar mais no voluntariado empresarial e cujos eixos de actuação são semelhantes, as duas apostam na Educação e Cultura.

> "Está provado que o voluntariado ajuda tanto ao espírito de equipa como a uma melhor comunicação e motivação" (Graça Rebôcho, Apêndice 2, pergunta 6).

2.4. Como se comunica o VE

As empresas comunicam a sua Responsabilidade Social de duas formas: internamente, dado que o público-alvo do voluntariado empresarial são os colaboradores e externamente, para a comunidade. A nível interno, as duas empresas possuem *intranet*, a *FMAM* tem também televisão corporativa e a *Fundação PT* possui uma agenda semanal que mensalmente é partilhada com a comissão executiva do grupo. A nível externo, a comunicação é feita através dos *websites* das fundações e na revista "Sinergia" da *Fundação Manuel António da Mota*.

Graça Rebôcho (Apêndice 2, pergunta 5) referiu algo bastante interessante visto que segundo ela "a comunicação em algumas áreas tem que ser directa, não pode ser em massa" como é o caso da comunicação empresarial da RSO. Assim, a *Fundação PT* não comunica tudo o que faz, apenas algumas das principais acções, até porque existem colaboradores que não se interessam pela temática. Graça afirma que o contacto directo não só com os colaboradores mas com as chefias é muito importante. Anteriormente, só enviava *e-mail* a informar sobre o voluntariado para os colaboradores mas desde o ano passado que adoptou uma nova estratégia: envia em seguida, o mesmo *e-mail* para todos os directores dos vários departamentos "a partir do momento que eu comecei a enviar os e-*mails* as respostas passaram de cinco para 50" (Apêndice 2, pergunta 5). Uma das colaboradoras, Lilliana Castilho, confirma a eficácia da comunicação interna, dos vários projectos de VE, da *Fundação PT* afirmando que quando apresenta as iniciativas da Fundação já os seus colegas têm conhecimento do assunto "a divulgação é muito boa e às

vezes ainda não foi divulgado e já as pessoas estão a perguntar «Não vão fazer isto? Não vão fazer aquilo?», já há um burburinho" (Apêndice 3, pergunta 5).

2.5. Limitações do VE

Na entrevista à *Fundação PT*, foram referidos algumas limitações e obstáculos da prática do voluntariado empresarial. As instituições que pedem e necessitam de ajuda, muitas vezes são pouco organizadas, o que dificulta as acções de voluntariado por parte da empresa, chegando mesmo a desmotivar os colaboradores. Este foi o caso da realização da iniciativa "*Study Buddy*", que consiste em levar crianças para as instalações da empresa e dar-lhes explicações grátis e que "este ano não correu bem porque a instituição que escolhemos é muito desorganizada, os miúdos não aparecem e quando aparecem não trazem os livros. Foi muito desmotivante para os voluntários, este ano", explica Graça Rebôcho (Apêndice 2, pergunta 5).

Outra questão a frisar é a de que o voluntariado empresarial, não sendo obrigatório e interferindo directamente no horário de trabalho, nem sempre é aceite pelas chefias dos diferentes departamentos da empresa. As empresas dão determinado número de dias por ano para a realização do voluntariado empresarial, contudo, as chefias têm de autorizar a participação dos colaboradores nas actividades solidárias. No caso da *Fundação PT*, esta dá seis dias de trabalho, por ano, para o voluntariado empresarial mas a maioria das empresas diz não haver limite e depois concede apenas um, o que não é muito.

3. Campanha de Comunicação

3.1. Copy Strategy

- ***Claim*:** apostar no Voluntariado Empresarial;
- **Alvo:** público interno das empresas – chefias e colaboradores;
- **Promessa:** realização pessoal e aumento de auto-estima;
- **Provas:** demonstração no vídeo promocional;
- **Tom/Personalização**: no início do vídeo assume um tom dramático e do meio ao final assume-se mais jovem e alegre. Transmite uma personalidade moderna.

- **Limitações**: uso de cores claras e jovens e limitações temporais (apenas 30 segundos de vídeo promocional).

3.2. Conceito Criativo

"Aposta no Voluntariado Empresarial" é o nome da campanha que seria criada (hipoteticamente) pelo GRACE cuja finalidade é incentivar os colaboradores das empresas *PT* e *Mota-Engil* ao VE. A elaboração do vídeo promocional prende-se com o facto de ser um formato atractivo/dinâmico (transmissível nas televisões das empresas - como no caso da *FMAM* que tem uma televisão corporativa) e nos seus *websites*. Já os cartazes podem ser afixados pelas empresas e os *flyers* distribuídos facilmente na organização.

3.3. Logótipo

O logótipo da campanha de comunicação "Aposta Voluntariado Empresarial" é constituído por dois elementos-chave: duas mãos (colaboradores enquanto árvore que dará frutos como o desenvolvimento da comunidade, a motivação e auto-estima) e estrelas (que compõem a árvore e que são os indivíduos e instituições ajudadas por este tipo de voluntariado).

3.4. Vídeo Promocional

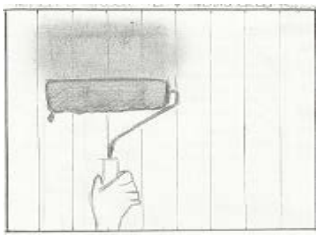
Em conjunto com a mensagem "Aposta no Voluntariado Empresarial", o conceito criativo desenvolvido ("Trabalhe para a comunidade!") faz uso das expressões "trabalho" (remete para a empresa) e "comunidade" para incitar o alvo ao VE. Desta forma, é transmitida a ideia de que a função do colaborador, no seio da empresa, vai para além do trabalho empresarial e do nível individual, e que é possível dar-lhe um sentido maior ao contribuir para a sociedade onde está inserida, e que ao fazê-lo contribui também para o seu bem-estar. É apresentada uma mensagem conotativa com significados e emoção que contrapõe a desmotivação de um dia de trabalho comum com a motivação e alegria do dar e do participar activamente nas acções de VE, que tornam a empresa especial: é utilizada uma estratégia de abordagem de ressonância que foca a experiência que é proporcionada ao sujeito pela acção de voluntariado ("Se fizer voluntariado vai ser feliz"). É apresentada ao público uma personagem desconhecida, do género feminino, jovem, que representa o

estereótipo de um funcionário comum, aborrecido com a sua vida e com o seu trabalho (cenas do quotidiano) que experimenta a acção (função de utilização do produto) e recebe benefício emocional (Apêndice 4). Evidencia-se a tendência para a formação integral e auto-realização.

3.5. Storyboard

IMAGEM	DRAFT	SOM/TEXTO
Personagem feminina e jovem no seu local de trabalho (computador, secretaria, canetas e pastas) desmotivada com o seu emprego (e vida).		**Tempo:** 4 segundos; **Texto:** *Sinto-me desmotivada…;* **Som**: não tem.
Email (Hotmail) a contactar os colaboradores da empresa para os informar das acções de voluntariado a decorrerem.		**Tempo:** 3 segundos; **Texto:** *(…) Voluntariado Empresarial (…) Informamo-vos que irão decorrer (…) acções de voluntariado empresarial (…): colaboração e apoio na angariação de produtos de higiene e roupa (…); colaboração na reabilitação do espaço da Associação Sociocultural dos Deficientes de Trás-Os-Montes (…).* **Som:** onomatopeia a assinalar a recepção de email.
Personagem feminina e jovem no seu local de trabalho (computador, secretária, canetas e pastas) tem a ideia de se inscrever nestas acções de voluntariado.		**Tempo**: 3 segundos; **Texto**: não tem; **Som:** Inicio música com tom jovial e alegre.
Personagem feminina e jovem no seu local de trabalho a inscrever-se numa folha no placar das informações para o voluntariado empresarial.		**Tempo:** 3 segundos; **Texto:** *Inscrições;* **Som:** música com tom jovial e alegre.

Personagem (feminina e jovem) a pintar uma parede de uma organização em reabilitação.



Tempo: 3 segundos

Texto: Não tem.

Som: música com tom jovial e alegre

Personagem feminina e jovem no seu local de trabalho visivelmente mais feliz e motivada.

as doações e a outra a doar.

Tempo: 6 segundos;

Texto: não tem;

Som: música com tom jovial e alegre.

Som: música com tom jovial e alegre.

Mensagem publicitária e outras informações;

Logótipo da campanha;

Logótipo do Grace.

Tempo: 5 segundos;

Texto: Aposta no Voluntariado Empresarial, Trabalha para a comunidade! Saiba mais em: www.voluntariadoempresarial.weebly.com;

Som: música com tom jovial e alegre

3.6. Cartazes

Criados com o objectivo de serem afixados nas empresas para estimular os trabalhadores ao VE, possuem algumas características explicadas na figura que se segue.

Figura 2- Explicação das características dos cartazes utilizados na campanha

Cartazes	Cores Fundo	Cores Imagens	Imagens/Símbolos		Texto	Objectivos
Cartaz 1 **(Apêndice 5)**	**Cinzento** (associado ao sucesso e à sobriedade dos ambientes empresariais)	**Verde** (esperança num mundo melhor; equilíbrio entre empresa e a comunidade; associada à preservação da natureza; boas energias) **Azul** (cor ideal para vitalidade; ambientes formais como empresa; harmonia)	**Planeta Terra** (contribuir para um mundo melhor)	**Logótipo do GRACE** **Logótipo da campanha** a incentivar o voluntariado empresarial (remetem ambos para o voluntariado empresarial/ identificam o tema)	**Mensagem** Aposta no Voluntariado Empresarial **Outras mensagens de incentivo ao voluntariado** **Slogan** *Trabalha para a comunidade!* **Link do Website**	**Incentivar os colaboradores à prática do voluntariado** Os cartazes seriam impressos e dispostos nas paredes das empresas
Cartaz 2 **(Apêndice 6)**	**Branco** (harmonia – entre equipas, entre a comunidade - e a virtude presente neste tipo de acções)		**Exemplos de acções de voluntariado empresarial**			
Cartaz 3 **(Apêndice 7)**	**Cinzento**					

Elaboração Própria

3.7. Folheto

Tem o objectivo de informar os trabalhadores da organização sobre o que é o VE e as principais razões para o praticar e as informações da campanha (apresentada na parte exterior). Esta estimula a curiosidade e a procura de mais informação acerca da "Aposta no Voluntariado Empresarial''. Na parte interior encontra-se um incentivo, com seis boas razões para os trabalhadores praticarem VE, as próximas acções de voluntariado a realizar pela empresa e fotografias de iniciativas passadas, contando com o *slogan* e indicação do *website* (Apêndice 8).

3.8. Website

Alojando todo o trabalho e a campanha, tem como suporte a plataforma *weebly* e conta com quatro páginas principais – "Voluntariado Empresarial" onde se encontra a explicação/caracterização deste tipo de voluntariado e, depois, três sub-páginas: sobre o "GRACE" (agente de RSO), a "*Fundação PT*" e a "*Fundação Manuel António da Mota*". Cada

empresa apresenta um outro separador designado “Acções”, que vem discriminar alguns exemplos de actividades de VE por si praticadas. Em seguida, surge o separador “Como Comunicar VE” elucidativo das práticas de comunicação internas/externas do VE das duas empresas. Temos ainda a página “Campanha de Comunicação” onde está toda a parte prática do trabalho: vídeo promocional, três cartazes e um folheto informativo. Por fim, um separador com os contactos, onde se refere a natureza académica do *website* e os seus criativos.

Conclusão

O voluntariado empresarial assume um papel de extrema importância na política de RS das empresas e organizações, na medida em que o sentido de solidariedade para com a comunidade surge dentro das próprias instituições, envolvendo todo o grupo empresarial desde os colaboradores, os diversos departamentos, até às hierarquias mais altas. As empresas parecem já reconhecer a sua relevância enquanto factor de motivação para os colaboradores e de coesão, através do fomento do trabalho de equipa. Mais interessante ainda é o facto de as empresas não só incentivarem os colaboradores a aderir a projectos sociais mas também às suas famílias e amigos. Existe ainda um longo caminho a percorrer no que respeita ao voluntariado empresarial, pois muitos indivíduos ainda desconhecem o fenómeno e os chefes ainda não estão plenamente convencidos, receando que o trabalho seja prejudicado. Assim, há que estudar a questão, nomeadamente, inquirindo os colaboradores e promovendo eventos que esclareçam as chefias das suas vantagens.

Referências Bibliográficas

Fundação PT (s/d). Voluntariado. Consulta a 5 de Maio de 2015 em: www.telecom.pt/InternetResource/PTSite/PT/Canais/Sustentabilidade/

Fundação Manuel António da Mota (s/d). Desenvolvimento Social. Consulta a 5 de Maio de 2015 em: www.fmam.pt/desenvolvimento-social/introdução

GRACE. (2004). *Primeiros Passos – Guia para a Responsabilidade Social das Empresas.* Lisboa: Instituto Ethos.

GRACE. (2006). *Como Implementar Projectos de Voluntariado Empresarial.* Lisboa: Instituto Ethos.

ISEG. (2005). *ABC do Voluntariado.* Lisboa: RSE Portugal.

Marques, M., & Teixeira, C. (6 de Outubro de 2008). A Responsabilidade Social das Empresas e o Desempenho Organizacional. *A Responsabilidade Social das Empresas e o Desenvolvimento Organizacional*, pp. 149-164.

Mota-Engil (s/d). Sustentabilidade. Consulta a 5 de Maio de 2015 em: http://www.mota-engil.pt/Sustentabilidade

Pajo , K., & Lee, L. (2011). Corporate-Sponsored Volunteering: A Work Design Perspective. *Journal of Business Ethics*, 467–482.

Plewa , C., Conduit, J., Quester, P. G., & Johnson, C. (2014). The Impact of Corporate Volunteering on CSR Image: A Consumer Perspective. *Journal Business Ethics*, 643-659.

Samuel, O., Wolf, P., & Schilling, A. (2013). Corporate Volunteering Benefits and Challenges for Nonprofits. *Nonprofit Management & Leadership*, 163-178.

Portugal Telecom (s/d). Sustentabilidade. Consulta a 5 de Maio de 2015 em: www.fundacao.telecom.pt/Home/Voluntariado/VoluntariadoEmpresarial

APÊNDICES

Apêndice 1

Entrevista a Célia Morais, Técnica de Gestão de Projectos Sociais e Controlo Orçamental da *FMAM*

1. **Qual pensa ser a importância das empresas praticarem Responsabilidade Social?**

A responsabilidade social implica a noção de que uma empresa não tem como único objectivo fazer lucro e trazer benefícios financeiros aos seus colaboradores, mas deve também contribuir socialmente para o seu meio envolvente. Tal implica contribuir, voluntariamente, para uma sociedade mais justa e para um ambiente mais limpo. Esta contribuição tem sido cada vez mais valorizada pela sociedade e consequentemente pelos diversos *stakeholders* de qualquer empresa, aumentando progressivamente a preocupação das empresas com a sua efectiva contribuição nos diversos mercados geográficos onde operam.

2. **Que vantagens existem para uma empresa que pratique Responsabilidade Social?**

Uma empresa para ser bem-sucedida precisa de se integrar eficazmente na (s) comunidade (s) onde opera. Na realidade, é nela que irá encontrar empregados, clientes e fornecedores. O exercício da responsabilidade social consciente permite incorporar na cultura da empresa a permanente procura do bem-estar da sociedade, associado ao crescimento da própria organização. Com a prática da responsabilidade social e a sua evidenciação, as empresas contribuem para a valorização da sua imagem, gerando benefícios tanto para ela como para a sociedade.

3. **Como é que o Grupo *Mota-Engil* comunica a sua Responsabilidade Social?**

A *Fundação Manuel António da Mota* é um importante instrumento da política de responsabilidade social do Grupo *Mota-Engil*, enquanto expressão organizada e sistematizada de uma gestão ética e socialmente comprometida, em nome de uma

cidadania empresarial activa e participativa. Presente no panorama empresarial desde 1946, o Grupo *Mota-Engil* é líder de mercado em Portugal no sector da construção civil e obras públicas.

Instituída pelo Grupo *Mota-Engil* e pela família Mota, sua accionista de referência, a Fundação, atenta a sua matriz empresarial, procura ir ao encontro de uma visão estratégica geradora de valor a longo prazo, assente nos princípios mais amplos do desenvolvimento sustentável concretizados através de uma política de responsabilidade social coerente e estruturada de que a Fundação é veículo privilegiado.

A Fundação, sediada na cidade do Porto, tem por fins a promoção, desenvolvimento e apoio a iniciativas de natureza social nos domínios da beneficência e solidariedade social, e de natureza cultural nos domínios da educação, saúde, ambiente, organização e apoio à actividade artística, exercendo a sua actividade em todo o território nacional e nos países onde o Grupo *Mota-Engil* marca presença. Institui ainda anualmente o "Prémio Manuel António da Mota".

Os projectos e as iniciativas de responsabilidade social do Grupo *Mota-Engil*, implementadas pela Fundação, são divulgadas interna e externamente através dos seus meios de comunicação: portal interno, TV corporativa, revista "Sinergia" e *websites* (www.mota-engil.pt e www.fmam.pt).

4. Como se associou à GRACE?

Sendo o GRACE uma associação sem fins lucrativos, exclusivamente dedicada à promoção da responsabilidade social corporativa, a Fundação tornou-se seu membro em 2013 e integra, desde 2014, os órgãos sociais da instituição estando representada na sua Direcção.

As duas instituições têm realizado no Porto, em parceria, o evento "Responsabilidade Social Empresarial de Sucesso", que vai na sua 2ª edição. Em Março de 2014, realizou-se nos espaços do Mercado do Bom Sucesso e no auditório da

Fundação, uma mostra de responsabilidade social das empresas. Durante a manhã, um conjunto de empresas portuguesas, instaladas em bancas montadas no Mercado do Bom Sucesso, apresentou ao público em geral os seus projectos e materiais promocionais no domínio da responsabilidade social. Da parte da tarde, decorreu uma mesa redonda de apresentação de exemplos de boas práticas de responsabilidade social por parte das empresas convidadas. Em 2015 manteve-se a estrutura do evento, tendo culminado com uma conferência sobre Inovação Social e o papel da responsabilidade social das empresas.

5. Quais as iniciativas que o Grupo *Mota-Engil* promove de responsabilidade social? E de voluntariado empresarial, mais concretamente?

A Fundação, enquanto veículo privilegiado do exercício da política de responsabilidade social do Grupo *Mota-Engil*, procura contribuir para o desenvolvimento social das comunidades nacionais e internacionais onde a *Mota-Engil* exerce a sua actividade.

O desenvolvimento social constitui o pilar fundamental da actividade da Fundação e o seu principal objectivo estratégico. Através dos apoios nas áreas da solidariedade social, deficiência, saúde, habitação, desporto, entre outras, a Fundação visa assim contribuir para o fortalecimento e a sustentabilidade do terceiro sector apoiando projectos de reconhecida relevância e impacto sociais (informação mais detalhada sobre apoios concedidos no nosso site www.fmam.pt)

A Fundação confere ainda particular ênfase ao trabalho em rede e às parcerias com outras instituições. Esta abordagem metodológica afigura-se crucial para dar uma resposta mais eficiente aos problemas, através da articulação e concertação de esforços numa lógica de complementaridade e estrategicamente orientada para intervir em áreas onde o sector público ou privado apresentam maiores dificuldades de cobertura.

Fiel à sua génese empresarial, a Fundação está igualmente ciente da sua responsabilidade perante o universo dos colaboradores da *Mota-Engil*. O apoio social e familiar aos colaboradores e a promoção do voluntariado estão por isso na primeira linha das preocupações da Fundação que procura assim valorizar o capital humano da comunidade *Mota-Engil*, dando resposta aos seus problemas e voz às suas aspirações, e promovendo uma cidadania activa e participativa através da contribuição livre e desinteressada em acções de voluntariado.

A solidariedade além-fronteiras exprime igualmente a vontade da Fundação em marcar presença nas múltiplas geografias onde a *Mota-Engil* desenvolve a sua actividade. No âmbito da sua responsabilidade social, para além dos inúmeros apoios concedidos, a Fundação promove ainda diversos projectos, dos quais destacamos:

- Mobilidade Integrada

Protocolo de colaboração entre a *Fundação Manuel António da Mota*, *Fundação Montepio* e a empresa *Mobilidade Positiva*, especialista na concepção e estudo de soluções para pessoas com deficiência e mobilidade condicionada, pretende-se dar resposta aos pedidos de apoio de cidadãos deficientes ou com incapacidade temporária e em situação de carência económica, ajudando a financiar parcial ou integralmente a aquisição de ajudas técnicas/produtos de apoio, incluindo a intervenção na esfera habitacional dos beneficiários para garantir as indispensáveis condições de mobilidade.

- Porto Amigo

Visando a coesão social urbana e a promoção de condições habitacionais condignas a favor dos mais idosos, a *Fundação Manuel António da Mota*, a *Fundação Porto Social*, da Câmara Municipal do Porto e o Grupo de Acção Social do Porto (G.A.S. Porto) celebraram um protocolo denominado "Porto Amigo" que estabelece formas de colaboração na realização de obras de adaptação e de melhoria das condições de habitabilidade da população sénior dependente da cidade do Porto, em situação de pobreza e que resida em habitação própria ou arrendada. O *G.A.S. Porto*, através de acções de voluntariado, tem assumido um acompanhamento continuado dos

beneficiários do projecto, prestando-lhes apoio no domínio psicossocial em complemento da intervenção na esfera habitacional.

Desde o início desta parceria, foram já efectuadas intervenções em vinte e duas habitações de idosos que contribuíram para melhorar as suas condições de vida e devolver dignidade ao seu espaço habitacional.

- Protocolo *Fundação Manuel António da Mota*/Liga Portuguesa Contra o Cancro – Núcleo Regional do Norte/Instituto Português de Oncologia do Porto

No âmbito do protocolo celebrado em 2011 entre a Fundação, o Instituto Português de Oncologia do Porto e o Núcleo Regional do Norte da Liga Portuguesa Contra o Cancro foi criado um serviço de apoio social aos doentes oncológicos internados na sua unidade de cuidados paliativos e suas famílias.

Este protocolo permite ao serviço de cuidados paliativos do IPO do Porto, que assiste mais de mil doentes por ano, continuar a contar com uma subvenção financeira da Fundação prestando apoio em diversas modalidades aos doentes e suas famílias que se encontrem em grave situação de carência económica e financeira e/ou psicossocial, susceptíveis de prejudicar o seu bem-estar e qualidade de vida, colocar em risco a eficiência do acompanhamento clínico prestado ou contribuir directa ou indirectamente para o seu isolamento ou exclusão social.

- Bolsas de Estudo

O Programa de Bolsas de Estudo foi instituído pela primeira vez no ano lectivo de 2006-2007 no âmbito da *Mota-Engil*, transitando a sua gestão para a Fundação no ano de 2011. Este programa visa favorecer uma política de igualdade de oportunidades, que contribua para elevar os patamares de qualificação dos jovens e sirva de estímulo ao seu desempenho académico.

As bolsas, no valor de 3000 euros por ano e por beneficiário, são atribuídas aos estudantes do ensino superior, filhos de colaboradores do Grupo com menores recursos económicos e que tenham obtido bom aproveitamento escolar. Foram apoiados até à data mais de duas centenas de estudantes.

- Consultório Financeiro

O programa Consultório Financeiro é um serviço disponibilizado pela Fundação aos colaboradores do Grupo *Mota-Engil*, em colaboração com uma empresa especializada em assuntos de endividamento pessoal e familiar.

Este programa tem por objectivo prestar apoio a pessoas em situação de sobreendividamento ou em risco de desequilíbrio financeiro, especialmente as que se encontrem em situação de iminente incumprimento das suas responsabilidades financeiras, através de um diagnóstico financeiro ou apoio na recuperação financeira.

Este serviço disponibilizado pela Fundação é totalmente gratuito para os colaboradores, seja qual for o seu grau de complexidade e duração, não incluindo no entanto o patrocínio judiciário.

- Fundo de Apoio Social

A Fundação instituiu um Fundo de Apoio Social que visa ser um instrumento de carácter permanente de apoio económico aos colaboradores do Grupo *Mota-Engil* e membros do seu agregado familiar.

O Fundo destina-se especialmente a acorrer a eventualidades verificadas na esfera pessoal ou familiar dos colaboradores de que possa resultar a privação inesperada de rendimentos ou acréscimo de despesas susceptíveis de colocarem em risco a segurança e estabilidade económica do colaborador ou da sua família.

- Prémio Manuel António da Mota

A instituição anual do Prémio Manuel António da Mota constitui um imperativo estatutário da Fundação. O Prémio procura honrar e homenagear a memória do fundador da *Mota-Engil*, distinguindo todos os anos organizações e personalidades que se destaquem nos vários domínios de actividade da Fundação. É uma iniciativa de grande impacto e que muito tem contribuído para reforçar a visibilidade e o prestígio da Fundação junto dos seus principais stakeholders, realizando-se a cerimónia pública de entrega do Prémio no Palácio da Bolsa (Porto), em Dezembro.

Realizaram-se cinco edições que tiveram por tema:

- 1ª edição (2010): *Portugal Solidário* - Ano Europeu de Luta Contra a Pobreza e Exclusão Social
- 2ª edição (2011): *Portugal Voluntário* - Ano Europeu do Voluntariado
- 3ª edição (2012): *Portugal Activo* - Ano Europeu do Envelhecimento Activo e da Solidariedade entre Gerações
- 4ª edição (2013): *Portugal Cidadão* - Ano Europeu dos Cidadãos
- 5ª edição (2014): *Portugal Família* - 20º Aniversário do Ano Internacional da Família

A 6ª edição, em 2015, terá como tema *Portugal Inovação Social.*

Em termos de voluntariado empresarial, a Fundação promove anualmente um conjunto de iniciativas, junto dos colaboradores do Grupo *Mota-Engil*, permitindo desta forma a contribuição de cada um para a sociedade onde se integra. Destacam-se dois dos projectos que têm contado com a participação voluntária de colaboradores do Grupo *Mota-Engil*: o Projecto Porto de Futuro e o Projecto *Habitat*.

- Projecto Porto de Futuro

O projecto Porto de Futuro resulta de uma parceria estabelecida entre várias empresas de referência da área metropolitana do Porto, a Câmara Municipal do Porto, a Direcção Regional de Educação do Norte e vários Agrupamentos de Escolas do Porto. Esta parceria visa a conjugação de esforços e interesses comuns do sistema educativo e da comunidade empresarial através da adopção, pelas escolas, de boas práticas do modelo de gestão do meio empresarial.

No âmbito deste projecto, os colaboradores do Grupo *Mota-Engil* têm participado de forma voluntária nas seguintes iniciativas:

- Programas da *Junior Achievement* Portugal

Desde 2007, colaboradores do Grupo *Mota-Engil* tem participado de forma voluntária na implementação dos programas *A Família, A Comunidade, Economia para o Sucesso, É o Meu Negócio* nas escolas do Agrupamento Vertical de Escolas Manoel de

Oliveira, instituição parceira da *Fundação Manuel António da Mota* neste projecto. Estes programas são implementados nas escolas, durante o período lectivo, pelos voluntários com o apoio dos professores. O voluntário transmite aos alunos a sua experiência de vida profissional e pessoal através de um método próprio. O objectivo é o de consciencializar os jovens para a importância de "Aprender a Empreender", uma atitude enriquecedora a perseguir permanentemente ao longo da vida, abordando dimensões/áreas como a cidadania, consciência activa, ética, literacia financeira e desenvolvimento da vida profissional.

- Consultoria de Gestão "In2excellence"

Esta iniciativa, promovida pela Porto *Business School*, consiste na realização de sessões de debate direccionadas aos directores e responsáveis dos Agrupamentos de Escolas envolvidos nesta parceria, cujos temas são apresentados por voluntários das empresas parceiras.

- Braço Direito

Trata-se de uma iniciativa em que um aluno acompanha um profissional durante um dia no seu ambiente de trabalho. Ao longo deste dia, um profissional partilha experiências e conhecimentos com um aluno que o acompanha, permitindo-lhe o contacto e participação nas actividades quotidianas daquele voluntário. Através desta experiência pretende-se que os jovens conheçam a estrutura organizacional de uma empresa, a cultura, a ética de trabalho e as várias opções de carreira disponíveis e descubram as exigências e oportunidades ligadas a uma área profissional específica.

- Projecto *Habitat for Humanity International*

A Associação Humanitária *Habitat for Humanity* Portugal, fundada em Maio de 1996, é uma ONG que tem como princípio fundamental congregar esforços e promover iniciativas no âmbito da solidariedade social, visando especialmente contribuir para eliminar a degradação habitacional e apoiar famílias carenciadas na obtenção de habitações adequadas e condignas, através da sua construção ou recuperação.

A Fundação, através de um protocolo celebrado com esta Associação, procura associar-se ao seu trabalho, tendo em vista viabilizar a construção ou recuperação de habitações para famílias carenciadas, em especial no concelho de Amarante, território a que a *Mota-Engil* se encontra ligada por fortes laços simbólicos e institucionais.

No âmbito deste protocolo, a Fundação tem lançado todos os anos o desafio junto dos colaboradores da *Mota-Engil* para se envolverem neste projecto. Contando com a participação de colaboradores provenientes das várias empresas do Grupo e de equipas de voluntários internacionais, foram recuperadas onze habitações desde o início desta parceria.

Para além da participação nestes projectos, os colaboradores da *Mota-Engil* têm ainda colaborado em acções de voluntariado pontuais, como por exemplo a acção REPARAR. Esta acção foi promovida, em 2013, pela Santa Casa da Misericórdia de Lisboa com o objectivo de estimular o voluntariado empresarial junto de pessoas idosas da cidade de Lisboa económica e socialmente carenciadas e a que se associam, em muitos casos, situações de degradação habitacional e de dificuldade no capítulo da mobilidade e plena fruição do espaço doméstico.

A Fundação associou-se a este esforço, apoiando financeiramente e com a mobilização de voluntários da *Mota-Engil*, a reparação da casa de uma idosa da freguesia dos Olivais, muito dependente fisicamente e que, graças a essa intervenção, pode agora desfrutar de maior conforto e ver substancialmente melhorada a sua qualidade de vida.

6. Porque é que o *Grupo Mota-Engil* decidiu apostar no voluntariado empresarial?

O voluntariado empresarial é um importante instrumento de ampliação do impacto da Mota-Engil na sociedade, contribuindo igualmente para que esta, possa melhorar ou ampliar os serviços prestados junto da comunidade em situações de carência concretas. Desta forma, o Grupo resolve ou minimiza estas situações, fortifica as suas relações com alguns dos seus stakeholders e possibilita um maior envolvimento e motivação dos colaboradores e orgulho destes para com a empresa.

7. **Qual a mais-valia do voluntariado empresarial?**

As vantagens do voluntariado empresarial podem ser compreendidas em três perspectivas:

- Na perspectiva da empresa: fortalecimento da sua imagem, reputação e notoriedade dos seus produtos e/ou serviços; maior coesão interna e melhoria do clima organizacional; construção de um ambiente familiar e trabalho de equipa entre departamentos;
- Na perspectiva do colaborador: maior integração na empresa; aumento da auto-estima, motivação, iniciativa; construção de amizades e relações sociais no local de trabalho;
- Na perspectiva da comunidade: usufruto do conhecimento e da experiência da empresa e dos seus funcionários; redução ou atenuação de diversos problemas que afligem a comunidade; melhorias concretas na qualidade de vida dos beneficiados.

8. **Os vossos colaboradores mostram-se interessados nas iniciativas de voluntariado empresarial?**

Sim, os colaboradores do Grupo *Mota-Engil* têm respondido positivamente aos desafios lançados, envolvendo-se nas iniciativas de voluntariado promovidas pela Fundação. No final fica o registo de satisfação por parte dos intervenientes por se terem envolvido em acções de voluntariado tão humanamente ricas e gratificantes, reiterando a vontade de voltarem a participar em novas acções.

Apêndice 2

Entrevista a Graça Rebôcho, Directora da *Fundação PT*

1. Qual pensa ser a importância das empresas praticarem Responsabilidade Social?

A imagem da empresa para os seus *stakeholders* – clientes, colaboradores, fornecedores e comunidade em geral, mas para além da imagem que é importante porque estamos a falar de uma empresa com fins lucrativos e não há almoços grátis, é assim para ser directa e para vocês entenderem isso. Estamos também a fazer o bem à comunidade e estamos a acrescentar alguma coisa e a contribuir para a melhoria das condições de vida das pessoas. No caso concreto da *Fundação PT*, nós somos o braço da Responsabilidade Social da *Portugal Telecom*. É por isso que existe a Fundação. Todas as acções de cidadania empresarial da *Portugal Telecom* são concretizadas através da Fundação.

2. Que vantagens existem para uma empresa que pratique Responsabilidade Social?

Está um bocadinho ligada com a pergunta anterior ou muito ligada com a pergunta anterior. Os nossos objectivos, com o desenvolvimento das acções e dos projectos de Responsabilidade Social, prendem-se essencialmente com o fazer bem e com o apoiar a comunidade e nós temos áreas prioritárias de actuação. Nós não vamos a tudo, nem uma empresa deve ir a tudo o que aparece e responder favoravelmente porque os pedidos têm que ser dirigidos. No caso concreto da *Fundação PT*, nós temos quatro áreas prioritárias de actuação: a Educação, a Saúde, a Acessibilidade Digital – o que é que é a Acessibilidade Digital? Soluções tecnológicas para pessoas com necessidades especiais, pessoas com problemas auditivos, cegos… e depois, o voluntariado e a intervenção social. Estas são as áreas prioritárias. Como nos vêem pedidos tipo… apoiar a equitação de meninos que têm paralisia cerebral, nós não apoiamos porque não tem nada a ver com tecnologia; é muito importante, tem a ver com a saúde mas não tem a ver com tecnologia. Sendo nós uma Fundação ligada à *Portugal Telecom*, e portanto tem

a ver com a tecnologia das comunicações, nós não apoiamos, geralmente, pedidos que caiam fora das tecnologias excepto um projecto que se chama "Ajude quem Ajuda", que tem três anos, em que nós apoiamos uma instituição por mês seleccionada pelos colaboradores. Aí sim é uma instituição pedida. Nós vamos à instituição e dizemos "o que é que vocês precisam?", peçam tudo menos dinheiro. Claro que o apoio depois traduz-se financeiramente em euros. Mas não damos donativo financeiro. Portanto, pedem-nos computadores, obras de reabilitação de espaço, muitas vezes nos infantários pedem-nos máquinas de lavar roupa, máquinas de secar, televisões, o apoio nas comunicações – pedem-nos para pagar as facturas do *MEO*, das internet's e por ai fora. São tipos de pedidos que nos fazem. E aqui, uma vez por mês, nós apoiamos uma instituição fora da tecnologia.

3. Como é que a *PT* comunica a sua Responsabilidade Social?

Nós comunicamos de duas formas: internamente, para os colaboradores, e para fora, para a comunidade. Internamente nós temos a nossa intranet, que se chama E-PT, em que divulgamos muitas das coisas que nós fazemos, não todas porque senão enchíamos a caixa e os colaboradores nem todos estão sensibilizados para matérias de responsabilidade social, portanto nem toda a gente quer estar a ver a toda a hora o que é que a Fundação anda a fazer. Isto tem que ser doseado. A comunicação tem que ser doseada portanto metemos os nossos principais projectos, as nossas principais actividades, divulgamos no E-PT. Temos a nossa internet, temos o site da *Fundação PT*, em que nós divulgamos as nossas actividades. Depois temos uma agenda semanal que comunicamos aqui entre todos, o que é que todos andamos a fazer e mensalmente essa agenda vai para a *PT* Portugal, para a comissão executiva ter conhecimento de outras acções que não aparecem na internet nem na intranet.

4. Como é que se associaram ao GRACE?

Nós somos dos primeiros parceiros do GRACE, fazemos parte do seu capítulo inicial. Este grupo de reflexão tem 15 anos neste momento, nós fomos das primeiras empresas que nos associámos, e porque é que nos associámos? Porque na área da Responsabilidade Social ninguém deve trabalhar sozinho, deve-se trabalhar em rede. Infelizmente há muitas instituições que não pensam assim e há muitas pessoas que gostam de dizer que são presidentes e por ai fora, e então volta e meia lá nasce mais um cogumelo chamado instituição para fazer uma coisa que mais dez ou 20 já fazem. Pronto, esta é a verdade. O GRACE é um grupo que trabalha muito bem, tem tido pessoas à sua frente criativas, organizadas e portanto porque é que faz sentido as empresas associarem-se? Porque é um grupo de partilha! Todos os meses há seminários sobre temáticas em que os parceiros são convidados a assistir e alguns a participar e isto é uma forma de rede. De todos saberem o que é que se faz, qual é o estado da arte ao nível da Responsabilidade Social. Têm acções de voluntariado muito abrangentes como o GIRO – fazem actividades, acho que é duas vezes por ano, em que convidam voluntários das várias empresas para participar nas acções que eles desenvolvem. Portanto, nós em relação ao GRACE participamos, vamos às reuniões, cedemos espaço aqui para fazer as próprias reuniões do GRACE e acho que é um grupo estruturado, que as empresas, que não tenham muito tempo para despender com estas matérias corporativas, se deviam associar porque é uma forma de estarem dentro da Responsabilidade Social.

5. Quais as iniciativas que a *PT* promove de voluntariado empresarial?

- "***Khan Academy***", nós vamos precisar de voluntários e tivemos até aberto para a comunidade para nos ajudarem a traduzir os vídeos; é uma plataforma, nós estamos autorizados em Portugal, somos a única organização autorizada, a traduzir os vídeos da Khan Academy, portanto, quem quiser ver vídeos em português entra pelo site da Fundação, ou pelo *SAPO* ou pelo *MEO*. Nós pagamos a tradutores, a locutores, a revisores para garantir que está tudo de acordo com o nosso plano de estudos

português e são vídeos desde o primeiro ano até ao 12º. Isto ajuda muito os jovens a estudar Matemática, Física e Química.

- "**Comunicar em Segurança"**, é um programa todo desenvolvido por voluntários, os voluntários têm formação e vamos às escolas para alertar a comunidade educativa que são os pais, os professores e são essencialmente os alunos, para o uso correcto das tecnologias de informação, que é tipo "atenção ao que metem no *Facebook*", "cuidado com as *passwords* que vocês criam", por ai fora. *Bullying, cyber bullying*... As sessões são dadas por voluntários, agora temos uma parceria com a PSP, 2015/16 vamos ter a PSP a ajudar-nos, porquê? Porque nós não temos voluntários para aqueles sítios mais recônditos do país e então vamos ter a parceria importante da PSP. E já tivemos a GNR também.

- Já fizemos peça de teatro, vídeos muito pequenininhos sobre comunicar em segurança no *SAPO* e um passatempo que lançamos às escolas sobre comunicar em segurança. Isto é tudo feito com voluntários. Mais de 500 voluntários.

- "***Junior Achievement*"** – é também um programa desenvolvido por voluntários mas não é nosso, nós associámo-nos à *Junior Achievement* de Portugal, mas a Junior Achievement é uma associação mundial com mais de 100 anos, que promove o empreendedorismo nos jovens. Estes programas são dados pelos voluntários nas escolas e estão adaptados às idades das crianças, 6-7 anos é a família, 7-8 é a comunidade por ai fora, excepto o "Braço Direito". O "Braço Direito" é um programa que ocorre nos locais de trabalho, em que o aluno diz "onde é que eu gostava de passar o dia porque no futuro penso ser algo de comunicação e gostava de ver o que é que vocês fazem a nível comunicação". Somos a empresa que tem mais voluntários no *Junior Achievement*, ganhámos também um prémio, o prémio da empresa com mais voluntários; fomos a empresa que teve mais Braços Direitos porquê? Isto tem tudo a ver com comunicação. Antigamente nós mandávamos um e-mail "quem quiser inscreve-se", desde o ano passado o que é que eu fiz, eu venho dos recursos humanos, estive 19 anos nos recursos humanos eu conheço os directores todos, então eu envio um e-mail directamente para todos os directores. Depois daquele envio em cima, a incentivar. E

mais. Peço sempre ao presidente que dê uma palavrinha para incentivar e o próprio presidente este ano teve Braço Direito, um rapaz que disse que queria ser CEO de uma grande empresa. E eu já fiz Braço Direito com várias meninas. Este ano tive cá duas de Comunicação e tiveram sorte porque nós estávamos a organizar um evento e portanto pedimos a elas para colaborarem no evento, foi giro. Nós, a partir do momento que eu comecei a enviar os e-mails as respostas passaram de cinco para 50. E depois eu falo directamente com as pessoas, começámos a ter os vídeos e a enviar para as chefias "tu já viste o quanto é importante partilhares o que é que fazes para…", pronto. E depois na Junior Achievement eu partilhei com eles, "tu consegues arranjar tanta gente para o "Braço Direito"?". Pelo e-mail directo para os directores! Há o e-mail geral mas no e-mail geral há muita gente que dizia "voluntariado?" delete. Nós somos 11 mil, desses 1500 participam em voluntariado o resto está-se nas tintas. Então, como é que nós chegamos lá? Tem que ser directo. A comunicação em algumas áreas tem que ser directa, não pode ser em massa. Há comunicação para todos e há comunicação dirigida para populações mais curtas.

- "***Study Buddy*"**. Este ano não correu bem, o ano passado muito bem. Nós trazemos miúdos de instituições carenciados e maus alunos, que não têm hipótese de pagar explicações e damos explicações nas nossas salas. Este ano não correu bem porque a instituição que escolhemos é muito desorganizada, os miúdos não aparecem e quando aparecem não trazem os livros. Foi muito desmotivante para os voluntários, este ano. Em Porto Salvo correu muito bem porque a Câmara de Oeiras ia buscar os miúdos à instituição, levava-os na carrinha e ficava à espera. Acabava a explicação e levava-os.

- O tal programa **"Ajude quem Ajuda"** em que nós fazemos reabilitação de espaços, levamos miúdos a visitas de estudo, mas também fazemos voluntariado por exemplo a pintar paredes reabilitar jardins.

- Há muitas acções em que nós fazemos voluntariado sobretudo em equipa! Quando as empresas não têm dinheiro cortam na formação e cortam nas acções de *teambuilding,* então nós encapotámos aqui uma forma de *teambuilding*/**voluntariado em equipa**. O que é que acontece, o GRACE não gosta que eu diga isto, diz que isto não

é voluntariado em equipa, e eu digo sempre a mesma coisa "não se chama voluntariado em equipa, chamam-se acções de intervenção social, chamam-se acções de cidadania" está tudo bem! O nome é o que menos importa. Porque é que eles não gostam que eu diga isto? O que eu refiro é que o nome é o que é, a verdade é que em vez de andarem com o tiro ao arco ou com o andarem de canoa, vão apanhar laranjas, vão tratar da casa de pessoas que precisam, vão empacotar narizes… Fazem em grupo, desenvolvem a comunicação, desenvolvem o espírito de equipa, desenvolvem a liderança e acrescentam alguma coisa à comunidade. Fazemos um *workshop* inicial para desenvolver competências. A chefia (da equipa) é que escolhe, dentro de um conjunto de actividades, o que é que quer fazer. E depois tem que motivar a sua equipa para entrar na acção. Já fizemos almoços na AMI, já fizemos plantação de árvores. O objectivo é motivar os colaboradores, para que criem laços uns com os outros e criar um bom ambiente no trabalho. Na *Operação Nariz Vermelho* fizemos um *workshop* mas nós ao fazermos esse workshop já estamos a entrar com dinheiro para essa causa. Agora entramos na fase do voluntariado que era embalar narizes que depois foram vendidos a dois euros. Dividimos as equipas para criar aqui um bocadinho de competição, ver quem é que faz mais e melhor. Sim, que alguns aldrabam. Portanto, o voluntariado em equipa acho que é interessante de se falar.

- Agora, temos outro tipo de voluntariado muito interessante que é relativamente recente, tem um ano e meio, dá para equipa mas também para quem se quer inscrever a título individual que é o **atendimento em *call centres***. O que é que nós fazemos? Galas televisivas, estão na moda, não sei se viram o ano passado, em Dezembro, o programa "Toca a Todos?" na *RTP1*. Quem atendia os telefonemas eram 50 voluntários. Temos uma parceria com uma escola já e com algumas universidades, em que vem voluntários das escolas e das universidades; têm uma formação de duas horas e depois misturam-se connosco, são colaboradores, estudantes universitários e alunos de uma escola profissional técnica, com mais de 18 anos. E estão a atender as chamadas e é a forma de contribuí porque o que é que fazem? Atendem chamadas e recebem a intenção do donativo das pessoas que queiram colaborar. Na Maratona da Saúde também, foi há pouco tempo para ai há três semanas ou coisa parecida; já fizemos o ano passado e

espero fazer outra vez, em Dezembro, o "Toca a Todos". O ano passado foi a luta contra a fome, a emergência infantil; este ano vai ser a violência doméstica.

- **"Preparar o Futuro"** é outro tipo de voluntariado mais por competências em que nós vamos à instituição Vitae, que acolhe 50 utentes sem-abrigo com algum problema de adição (70% são toxicodependentes, o resto são alcoólicos; desses 70%, 50 são seropositivos) e nós todos os dias temos uma actividade da parte da tarde: informática, fomos nós que demos os computadores e o projector e temos colegas que vão lá e ensinam eles a entrar a internet, a fazer o currículo em Word, algumas coisinhas em *Excel*, o *Facebook*, Inglês, cabeleireiro, eu também corto o cabelo a eles; pintura, gestão de tempo, aprender com as palavras e com a poesia, puxar um bocadinho pela criatividade deles mas para aprenderem também a falar correctamente; música, culinária. Temos várias actividades.

- **"Está lá, Está bem"**, associamo-nos a instituições que apoiam idosos. O que é que fazem os voluntários? Telefonam do seu local de trabalho, a uma determinada hora combinada, uma vez por semana um quarto de hora/20 minutos, ao idoso. "Como é que está? Está-se a sentir bem? O que é que tem feito?". É um acompanhamento por telefone. Eles adoram! Tivemos mais um pedido hoje, isto cada vez está mais a aumentar. O objectivo é o combate à solidão. Tivemos ontem um pedido da Liga dos Amigos do Hospital do Barreiro que apoia 70 e tal idosos e ainda por cima doentes oncológicos e então está a pedir também para entrar neste programa. Cada vez há mais idosos.

- **"Reparar Vidas"** é um programa com a Santa Casa da Misericórdia e o objectivo é fazer obras. Primeiro vão lá os empreiteiros porque nós não somos carpinteiros, nem pedreiros, nem ladrilhadores portanto vamos terminar as obras com as pinturas, limpar, arrumar, pronto. E a Santa Casa da Misericórdia escolhe as casas, são casas de idosos que vivem naqueles terceiros e quartos andares sem elevador, muito velhas, às vezes dizem "o idoso está quase a morrer e nós estamos aqui a apoiar". Nós já sabemos que a obra é quase para o senhorio mas são rendas tão baratas que o senhorio não tem hipótese de fazer essas obras então vamos apoiar! Isto é duas vezes por ano.

- **“Mão-na-Mão”** é um movimento de voluntariado, coordenado por nós, em que nós temos parcerias com várias empresas com fins lucrativos; isto é um movimento pioneiro no fundo porque nós juntámo-nos a empresas para fazer voluntariado também com equipas dessas empresas. Isto é diferente do voluntariado em equipa porque nós aqui levamos voluntários de todas as empresas, é um bocadinho como o GIRO do GRACE só que uma coisa mais pequena. Só que fazemos muitas mais acções que o GIRO, sete ou oito acções mais pequenas, mais dirigidas. Temos uma acção que já tem muitos anos, tem 11 anos também, e que os voluntários adoram! É levar os miúdos à praia, durante 15 dias, e são miúdos com problemas, quase todos têm problemas e é quase preciso dois voluntários para cada miúdo e se não for assim eles não vão à praia porque não há técnicos suficientes para levar estes meninos à praia. Muitos são de Alcoitão. É um programa que corre muito bem. Em Aveiro nós temos um veleiro e levamos os miúdos para passar o dia no veleiro, almoçam connosco, levamos os miúdos ao Oceanário, à floresta, por ai fora.

- **Voluntariado em Família**. É assim, nós temos dois tipos de voluntariado. O voluntariado corporativo, que é realizado no período normal de trabalho. Tudo o que eu vos falei é realizado no período normal de trabalho e temos o voluntariado em família que é organizado fora das horas de trabalho, a partir das 18h e fins-de-semana. Qual é o objectivo do voluntariado em família? Conforme o nome indica é envolver os colaboradores mas também os seus familiares e amigos, e estudantes. Os *call centres* por exemplo, é quase sempre ao sábado e nós envolvemos reformados da *PT*, etc. Algumas acções como a “Dar as Mãos Sem Idade” são para os filhos dos colaboradores, nas férias desenhamos acções para os filhos dos colaboradores serem os voluntários. Depois temos acções à noite, como a Volta Solidária com a Legião da Boa Vontade que damos as refeições aos sem-abrigo; a Casa Solidária também à noite para a população sem-abrigo; participamos no Banco Alimentar, nos dois bancos alimentares por ano, com mais de 300 voluntários em cada (aqui participam bastante) e também somos parceiros da Refood, todos os dias vamos buscar a comida aos restaurantes e depois entregamos da parte da tarde. Depois, temos recolhas de bens e recolha de sangue, bom há quem diga que isto aqui não é voluntariado é doação tudo bem, mas nós

incluímos aqui como uma acção de cidadania. Recolhas de bens fazemos recolhas de roupa, livros, alimentos, produtos de higiene e brinquedos. Todos os anos. Definimos quais são as instituições, muitas vezes mais uma vez são os colaboradores que indicam instituições porquê? Nós temos edifícios espalhados por todo o país portanto são os colaboradores de cada zona, temos uns enviados especiais que é a figura da pessoa que nos ajuda, nestas áreas, em cada edifício.

6. O voluntariado empresarial ajuda a fomentar o bom ambiente dentro da organização?

Está provado que o voluntariado ajuda tanto ao espírito de equipa como a uma melhor comunicação e motivação, vestir a camisola. Sentir que a empresa tem um lado social. Quando nós fazemos aqui inquéritos de satisfação do colaborador o item melhor avaliado é a Responsabilidade Social, sempre. Já de há uns anos para cá, é o item melhor avaliado. Por isso tem sido aqui, de certa forma, uma aposta nossa. No voluntariado corporativo. Esta empresa dá seis dias de trabalho por ano para os colaboradores fazerem voluntariado, é bastante. Vocês podem fazer estas entrevistas noutras empresas que dizem que não há limite mas se espremerem um bocadinho vêem que o limite é um dia. Quando dizem que não há limite é "então e se pedir dois dá?", "bem… quer dizer". Eu sei porque eu já orientei uma tese de uma colaboradora daqui e ela fez n entrevistas que eu lhe arranjei em instituições e empresas e isto é verdade. "Ah… não há limite" e depois vais a ver e dois dias "ah dois dias é muito". Nós damos seis dias. É claro que tem aqui o reverso. Os colaboradores gostam de participar, nem todos, participam aqueles que participam, há os que repetem sempre, há os que fazem uma vez e acabou. A chefia tem que dar autorização para as participações nas horas de serviço e às vezes não dão. Alguns colaboradores: "ah nós gostávamos mas a chefia não deixa porque diz que interfere no trabalho e não sei quê" e nós não podemos obrigar a chefia a autorizar. Efectivamente nós damos os seis dias, há muitas chefias que concordam até porque as pessoas muitas vezes compensam o trabalho "não fiz naquele momento, vou fazer no

dia a seguir e vou fazer à noite, vou fazer à hora de almoço" e por ai fora. Mas de facto só se a chefia permitir.

7. Os vossos colaboradores mostram-se interessados nas iniciativas de voluntariado empresarial? É importante a sua participação na selecção das instituições a ajudar?

Mostram e muitas vezes são eles, como referi, que dão indicações de instituições mas também de acções de voluntariado para fazer. A forma de colaborarem é serem eles a escolher. Algumas acções nasceram de ideias deles e isso é muito importante. É dar oportunidade também aos colaboradores de participarem e de darem ideias porque é uma forma de os envolver. Aqui obviamente nada é imposto na área da Responsabilidade Social mas se os colaboradores se sentirem envolvidos… Eu não vou pedir a um colaborador de Coimbra que participe numa acção de voluntariado em Lisboa. Eu vou criar uma acção de voluntariado em Coimbra para os colaboradores de Coimbra sentirem que estão a ajudar a sua terra. É muito por aqui. Há um bocadinho de bairrismo aqui. Por isso damos esta oportunidade aos colaboradores de seleccionarem.

8. Considera que os consumidores/clientes se interessam pelo facto de as empresas realizarem Responsabilidade Social?

Eu acho que sim. Não é o ponto que principal de um consumidor escolher a marca A, B ou C mas acho que ajuda e que influencia alguma coisa. Nós temos um programa de pontos em que nós já demos mais de um milhão. Os clientes vão às lojas e podem trocar os pontos por apoios a instituições. Na realidade, nós dizemos "mas são os clientes que estão a dar". Quer dizer, os clientes sim prescindem de ter um telemóvel e dizem que é para a instituição mas na realidade a *PT* tem que entrar com dinheiro e é bastante. Já passou de um milhão há muito tempo. Isto é uma forma de também envolver os clientes, isto é como o "Ajude Quem Ajuda". Nós temos uma lista de instituições e é o cliente que escolhe a instituição que quer ajudar. Isto é bom porque o cliente vê "bem esta empresa podia não ter isto, não ter estes pontos" mas é uma forma de envolvermos também os clientes na comunidade e nos tipos de instituições que quer

apoiar. Eu acho que é importante sim, para os clientes também e para a nossa imagem como entidade socialmente responsável. Claro que não é o factor preponderante para escolher a marca *MEO* até porque nós temos muito mais Responsabilidade Social e muitas mais acções do que a *NOS* e não é isso que faz um cliente dizer "olha quero a *MEO* em fez da *NOS*". Agora se tiver duas propostas iguais de duas empresas mas uma faz Responsabilidade Social e outra não, eu escolho ou o cliente escolhe a que também desenvolve acções de Responsabilidade Social. Mas primeiro vai ver o produto!

Apêndice 3

Entrevista a Lilliana Castilho, colaboradora voluntária da *Fundação PT*

1. **Porque decidiu participar nos projectos de voluntariado propostos pela *Fundação PT*?**

Eu participo em projectos de voluntariado… só estou na *Fundação PT* vai fazer dois anos, e antes disso eu sempre participei, portanto, quando comecei a trabalhar na Fundação mais se justificou. E portanto, segui essa linha porque sempre gostei de ajudar e sempre gostei e participar; sinto-me como peixe dentro de água. Antes de estar na Fundação eu participava agora não, muitas vezes eu própria estou dentro do projecto e a participar o que é mais gratificante.

2. **Em que projectos já participou como colaboradora voluntária?**

Tenho o Inglês, à terça-feira, na Vitae de Alcântara, é uma hora das 15h às 16h, acabei de organizar a biblioteca da Vitae do Beato e vou participando em acções de projectos das minhas colegas: pintura de casas, de associações que necessitam de serem pintadas; "Conchinhas do Mar", por exemplo, para ir para as praias, isto é mais na Primavera-Verão; ajudar a limpar as praias; já participei também numa outra iniciativa que foi partilhar um dia com crianças de Alcoitão, com necessidades específicas, portanto tem sido assim variado. Agora há duas semanas o Apoio à Vida, porque a Fundação com outras empresas tem o projecto "Mão-na-Mão" e então convidaram três voluntárias, eu pela Fundação e mais duas voluntárias por outras empresas, para darmos testemunhos da nossa vida mas dentro de temas que lhes interessava que era a assertividade, a empatia, o respeito pelos outros, para adolescentes e mães novas que tenham necessidades e eu então fui dar o meu testemunho, esta foi a minha última participação.

3. **Considera importante que as grandes empresas, como a *PT*, envolvam os colaboradores neste tipo de acções de Responsabilidade Social?**

Claro, cada vez mais. Convém, e cada vez mais, que o colaborador para além de fazer o seu trabalho no dia-a-dia, também tenha a outra faceta que é ajudar os outros, há vida para além do trabalho, não é? Há sempre quem necessite e, portanto, é bom que o colaborador tenha esta visão de ajudar. Não é só sair do trabalho e ir para casa mas saber que pode tirar um pouco do seu tempo também para ajudar quem precisa.

4. **O voluntariado empresarial ajuda a criar um bom ambiente no local de trabalho, dentro da empresa, junto dos colegas?**

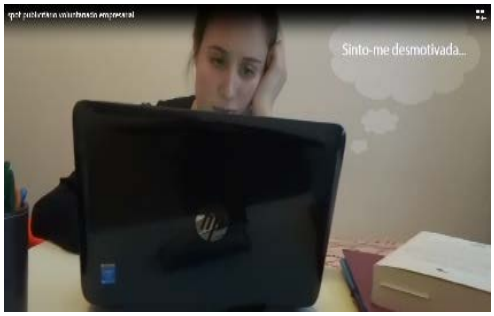
Sim… Tem que ser, ou seja, temos que desenvolver este espírito porque estamos aqui oito a nove horas, não é? E portanto, durante esse tempo temos que estar motivados e também entre nós motivar. Por exemplo, eu tenho colegas minhas que às vezes vão almoçar, dos recursos humanos onde eu estou, e muitas vezes estamos a conversar e eu digo "olha agora vamos ter esta iniciativa, vamos ter aquela etc.", "então pronto quando chegar a altura nós inscrevemo-nos". Tem que ser, temos de ter esse espírito.

5. **A comunicação interna dos projectos de voluntariado empresarial da *Fundação PT* é eficaz?**

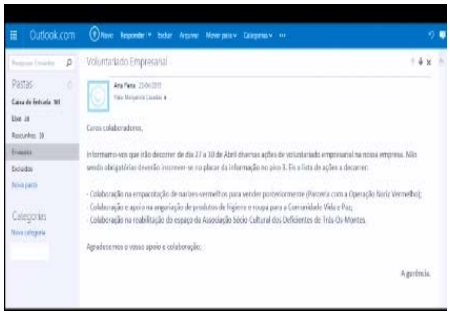
Sim! Por exemplo, quando eu vou a formações e tenho que fazer algumas apresentações de iniciativas os meus colegas nunca nenhum me disse "olha não sabia" portanto, a divulgação é muito boa e às vezes ainda não foi divulgado e já as pessoas estão a perguntar "não vão fazer isto? Não vão fazer aquilo?", já há um burburinho e portanto acho que sim.

Apêndice 4

Vídeo Promocional



Primeiro *Frame*



Segundo *Frame*

Terceiro *Frame*

Quarto *Frame*

Quinto *Frame*

Sexto *Frame*

Sétimo *Frame*

Oitavo *Frame*

Nono *Frame*

Apêndice 5

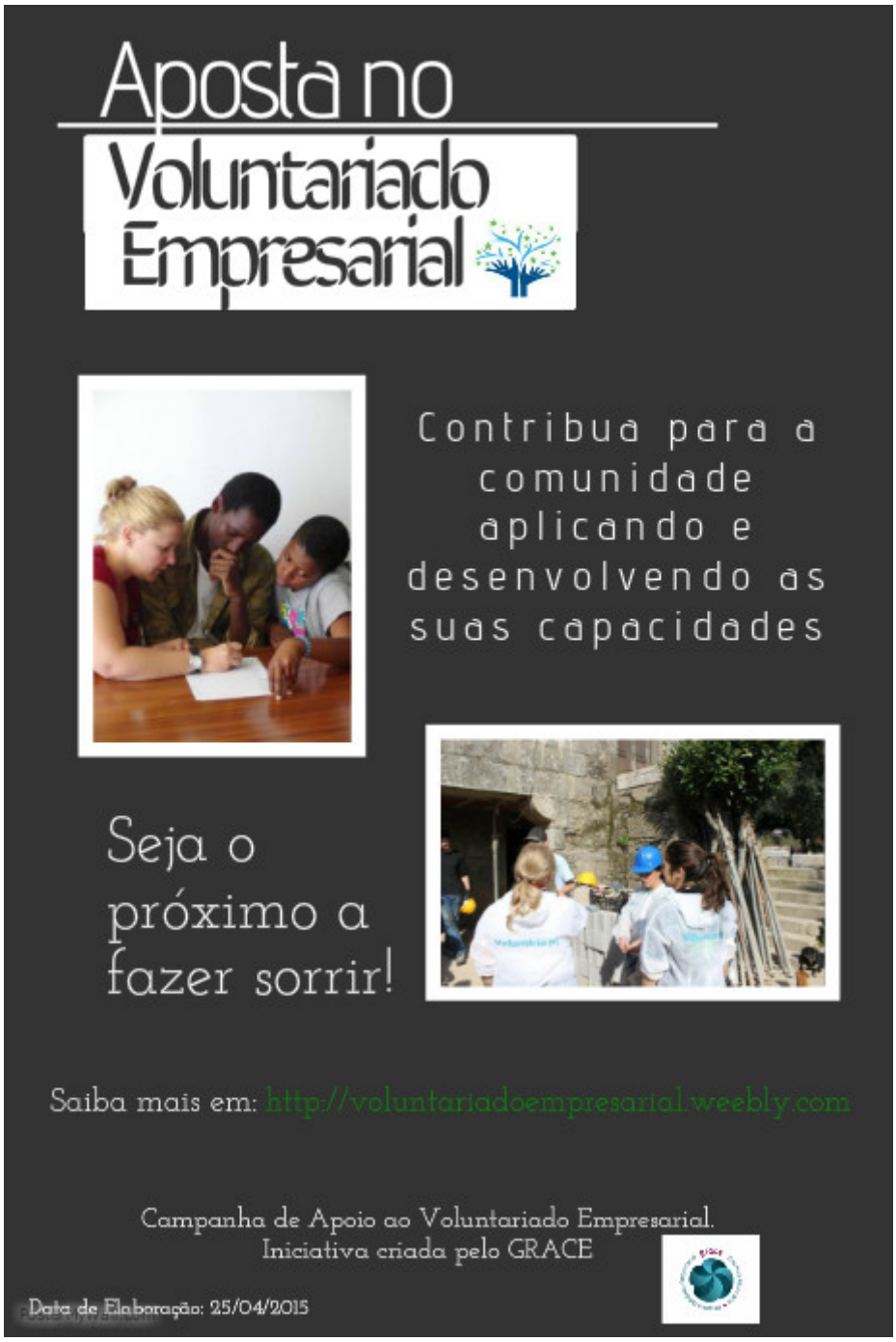
Cartaz 1

Apêndice 6

Cartaz 2

Apêndice 7

Cartaz 3



Apêndice 8

Folheto

Sobre a Campanha

"Aposta no Voluntariado Empresarial" é uma campanha que visa a participação dos colaboradores das empresas no desenvolvimento da sociedade, com acções de apoio aos mais carenciados.

Página inicial do website da campanha "Aposta no Voluntariado Empresarial"

saiba mais em:
http://voluntariadoempresarial.weebly.com

Aposta no Voluntariado Empresarial

saiba mais em:
http://voluntariadoempresarial.weebly.com

Aposta no Voluntariado Empresarial

Trabalhe para a Comunidade

Uma iniciativa criada pelo GRACE

Parte Exterior do Folheto

Porque devo participar no Voluntariado Empresarial?

1º. Contribui para a comunidade;

2º. Pode ensinar valores importantes;

3º. Será uma boa oportunidade para aumentar os seus conhecimentos;

4º. Aplicará competências e habilidades importantes;

5º. Proporciona-lhe um crescimento pessoal;

6º. Melhora a auto-estima.

Acções a realizar no mês de Maio

6 de Maio - Recuperação de habitações de idosos na zona do Príncipe Real;

18 de Maio - Visita ao CCB com os utentes da Associação Vitae de Alcântara;

25 de Maio - "Loja Solidária". Recolha de roupas, brinquedos, calçado e livros para famílias carenciadas (doação em qualquer loja Crevide).

Empacotamento de narizes

Trabalhe para a Comunidade!

Recuperação de casas em Lisboa

Aposta no Voluntariado Empresarial

saiba mais em:
http://voluntariadoempresarial.weebly.com

Parte Interior do Folheto

Apêndice 9

Autorização de Graça Rebôcho, Directora da Fundação PT, e da sua colaboradora Lilliana Castilho

Instituto Superior
de Ciências Sociais e Políticas
UNIVERSIDADE DE LISBOA

Autorização para gravação, uso de imagem, voz, nome, informação pessoal ou obra própria disponibilizada pelo próprio

Declaro que autorizo a gravação, uso de imagem, voz, nome, informação pessoal ou a utilização de trabalhos de minha autoria (música, arte gráfica e afins) disponibilizada por mim (e apenas estes) para efeitos de trabalhos académicos, coordenados pela Professora Doutora Sónia Pedro Sebastião e desenvolvidos nas unidades curriculares de Publicidade e Relações Públicas e Comunicação Integrada, do 3º ano de Ciências da Comunicação, no Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, da Universidade de Lisboa.

As imagens e os trabalhos próprios destinam-se a fins académicos e formativos, sendo divulgadas nos canais oficiais do ISCSP (website, playbyiscsp do youtube e canal "Film and Classroom" do sapo).

Compreendo que as imagens podem ser editadas, copiadas, exibidas, publicadas ou distribuídas e renuncio ao direito de inspeccionar ou aprovar o produto final em que minha imagem, voz, informações ou trabalhos aparecem. Além disso, renuncio a quaisquer direitos de imagem ou outras compensações decorrentes ou relacionadas com o uso da minha imagem, gravação ou obra própria.

Ao assinar este documento dou permissão a que as gravações fotográficas ou fílmicas onde estou sejam exibidas electronicamente através da Internet ou no serviço público de educação.

Vou ser consultado sobre o uso das fotografias, gravação de vídeo ou obra própria para qualquer outro fim que não os listados acima.

Não há limite de tempo para a validade desta autorização nem há qualquer limitação geográfica para a distribuição destes materiais.

Ao assinar esta autorização reconheço ter lido, compreendido e aceite completamente o estipulado. Pelo presente instrumento renuncio a qualquer reclamação contra qualquer pessoa ou organização, que utilize este material para fins educacionais.

Data: 23 de abril de 2015

Assinatura legível: Graça Carvalho

Autorização de Graça Rebôcho

Instituto Superior
de Ciências Sociais e Políticas
UNIVERSIDADE DE LISBOA

Autorização para gravação, uso de imagem, voz, nome, informação pessoal ou obra própria disponibilizada pelo próprio

Declaro que autorizo a gravação, uso de imagem, voz, nome, informação pessoal ou a utilização de trabalhos de minha autoria (música, arte gráfica e afins) disponibilizada por mim (e apenas estes) para efeitos de trabalhos académicos, coordenados pela Professora Doutora Sónia Pedro Sebastião e desenvolvidos nas unidades curriculares de Publicidade e Relações Públicas e Comunicação Integrada, do 3º ano de Ciências da Comunicação, no Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, da Universidade de Lisboa.

As imagens e os trabalhos próprios destinam-se a fins académicos e formativos, sendo divulgadas nos canais oficiais do ISCSP (website, playbyiscsp do youtube e canal "Film and Classroom" do sapo).

Compreendo que as imagens podem ser editadas, copiadas, exibidas, publicadas ou distribuídas e renuncio ao direito de inspeccionar ou aprovar o produto final em que minha imagem, voz, informações ou trabalhos aparecem. Além disso, renuncio a quaisquer direitos de imagem ou outras compensações decorrentes ou relacionadas com o uso da minha imagem, gravação ou obra própria.

Ao assinar este documento dou permissão a que as gravações fotográficas ou fílmicas onde estou sejam exibidas electronicamente através da Internet ou no serviço público de educação.

Vou ser consultado sobre o uso das fotografias, gravação de vídeo ou obra própria para qualquer outro fim que não os listados acima.

Não há limite de tempo para a validade desta autorização nem há qualquer limitação geográfica para a distribuição destes materiais.

Ao assinar esta autorização reconheço ter lido, compreendido e aceite completamente o estipulado. Pelo presente instrumento renuncio a qualquer reclamação contra qualquer pessoa ou organização, que utilize este material para fins educacionais.

Data: Lisboa, 24 de Abril de 2015

Assinatura legível: Lilliana Castilho

Autorização de Lilliana Castilho