OEIRAS COMMUNITY VALLEY

Relatório de Medição do Impacto Social

2024

Novembro 2025

SOCIAL DATA LAB

Instituição de Proteção à Infância - Centro de Acolhimento

Dia do convívio de Natal

"Os meninos estavam histéricos porque iam receber presentes. Alguns deles nunca tinham recebido um presente na sua vida.

Chega o momento da troca de presentes. Este ano, conseguimos que cada menino recebesse mais do que um presente. Eu estava a assistir a este momento com o meu filho, que trouxe comigo para este dia. Claro que o meu filho não ia receber nenhum presente. Não era suposto.

Todos os meninos receberam o seu primeiro presente. Na altura em que iam começar a receber o segundo, um deles pegou no seu segundo presente e, sem o desembrulhar - não sabendo o que estava lá dentro, provavelmente até um presente melhor do que o primeiro - veio entregar ao meu filho. "Toma o meu presente, tu ainda não recebeste nada".

Isto é lindo."

***Auxiliar da* Instituição**

"No Natal, época especialmente sensível, as famílias beneficiárias mostraram-se bastante gratas e sensibilizadas com a entrega de bens, que fizeram diferença face ao estado de necessidade em que se encontram. Para os serviços também foi bastante gratificante perceber que fazem a diferença na vida das pessoas."

"Os jovens que foram ver o jogo de futebol pela primeira vez, adoraram! Foi sem dúvida o melhor presente de natal. A beneficiária que recebeu uma ida ao cabeleireiro ficou tão feliz! Marcou toda a diferença."

"Muito gratificante compreender a vontade e empenho de voluntários em se organizarem em prol de ajudarem pessoas desconhecidas, que tanto precisavam da sua ajuda."

"Aumento de propósito de vida!"

"Agradeço a vossa organização e empenho em prol da sociedade e dos menos favorecidos."

"Foi um trabalho fantástico, perceber a realidade das pessoas que iríamos impactar."

"Com estas ações e preocupação com o outro, conseguimos aumentar mais o nosso impacto positivo na sociedade e conhecer com mais proximidade a situação real das associações do município."

"Participar no OCV tem sido uma jornada incrível."

"Muito fácil comunicação e proximidade com todos os elementos da Câmara Municipal de Oeiras e super prestáveis sempre que necessitamos de algo."

"Belíssimo trabalho!"

"A ação permitiu que as empresas conhecessem de perto a realidade das comunidades, uma realidade que lhes é ainda afastada, por ainda se confinar à sua bolha."

"Um muito obrigado."

ÍNDICE

1 Introdução metodológica 7

1.1. Objetivo do projeto 7

1.2. Características fundamentais do conceito de Impacto Social 8

1. Impacto Social (IS) e Responsabilidade Social (RS) 8

2. Impacto estrutural e Impacto conjuntural 9

3. Filantropia 9

4. Impacto social direto e indireto 10

5. O impacto incide sobre as pessoas 10

6. Tipos de impacto 11

1.3. Modelo de avaliação 11

A. Indicadores e definições 11

B. Profundidade teórica e Perenidade – um estudo feito à população portuguesa e a especialistas 13

C. Metodologia 15

D. Output – resultados do medidor 16

E. Recolha de dados 17

F. Dashboard 18

2. Caracterização da amostra 19

2.1. Beneficiários 19

2.2. Restantes stakeholders 22

2.3. Cobertura geográfica das ações - dinâmicas entre empresas e comunidade local 23

3. Análise global 25

3.1. Beneficiários 25

3.1.1. Análise resumo 25

3.1.2. Análise descritiva 27

3.1.3. Impacto 34

3.2. Colaboradores das organizações 39

3.2.1. Análise-resumo 39

3.2.2. Análise descritiva 40

3.2.3. Impacto 46

3.3. Voluntários corporativos 48

3.3.1. Análise-resumo 48

3.3.2. Análise descritiva 49

..... 54

3.4. Estratégia e sustentabilidade 57
3.4.1. Serviços Municipais 58
3.4.2. Empresas 64
3.5. Infografia com principais destaques 72
3.6. Eixos de evolução identificados pela avaliação de impacto 73
4. Bibliografia principal 74
5. Anexos 76
5.1. Questionários 76
5.2. Declaração de consentimento (inquérito aos beneficiários) 77
5.3. Propriedade intelectual 78
5.4. Glossário 78

1 Introdução metodológica

1.1. Objetivo do projeto

O projeto em curso tem como objetivo a construção de um modelo de avaliação do impacto social do **Oeiras Community Valley** (OCV). Para teste do referido modelo, realizado em Março de 2025, foi escolhida a **Campanha de Natal 2024**, promovida pelo **Oeiras Community Valley**. O presente relatório diz respeito à totalidade das iniciativas promovidas pelo OCV, em 2024.

O modelo foi criado de forma a medir o impacto em **3 tipos** de stakeholders:



Estes *stakeholders* responderam sobre o **impacto das iniciativas promovidas pelo OCV**, em 2024, em si próprios e/ou nos beneficiários diretos. A seguinte matriz ilustra os *stakeholders* envolvidos e sobre quem eles avaliaram o impacto:

	… respondem sobre:	
	Próprios	**Beneficiários**
Beneficiários	X	
Colaboradores das organizações sociais	X	X
Colaboradores das empresas (voluntários)	X	
Serviços Municipais		X

As autarquias e os líderes comunitários participaram no estudo-piloto relativo à campanha de Natal. Contudo, por decisão da **Câmara Municipal de Oeiras**, não foram incluídos na presente avaliação alargada.

O modelo criado foi adaptado do medidor **SLI2 – Social data Lab Impact Index®**, desenvolvido pela **Social Data Lab**, cujas definições e princípios se apresentam de seguida.

1.2. Características fundamentais do conceito de Impacto Social

Teoria da Mudança: Na sequência da atividade normal de uma organização (**activities**) e de ações (**actions**) específicas junto de determinados públicos-alvo, é possível identificar e medir a concretização (**outputs**) desse comportamento organizacional global. As diversas concretizações deste comportamento global produzem efeitos de mudança, junto de pessoas ou do meio-ambiente (**outcomes**). Estes efeitos podem ser de curto prazo, ou de longo prazo. É a esta dimensão **perene** (de longo prazo) do efeito que chamamos impacto (**impact**).

Impacto Social

*O Impacto Social é o conjunto dos efeitos de mudança, de **médio-longo prazo** (junto de pessoas ou do meio-ambiente), que resultam da atividade, do funcionamento, de uma organização.*

Social Data Lab

1. <u>Impacto Social (IS) e Responsabilidade Social (RS)</u>

Por **Impacto Social (IS)** entende-se o **efeito total** resultante da atividade de uma organização, ou seja, o valor total criado junto dos seus *stakeholders*, **estruturais ou conjunturais**. Este valor inclui o eventual efeito conjuntural originado pelos Programas ou ações de solidariedade social, de responsabilidade social, de filantropia ou similares desenvolvidos por essa organização.

Esta definição, e a diferença conceptual que ela implica relativamente à RS, tem implicações práticas que interessa relevar. Assim, identifica-se a **Responsabilidade Social (RS)** como ações voluntárias, e por vezes conjunturais, que uma organização desenvolve, ações essas que devem estar para além do que é obrigatório por lei. Este princípio pretende, assim, ilustrar que o Impacto Social (IS) existe

independentemente de eventuais ações desenvolvidas em RS, ou seja, não pretende apenas ser um avaliador dessas ações. Pode inclusivamente acontecer que determinada organização possa ter um IS extremamente positivo sem nunca se ter preocupado em criar um modelo específico de RS.

2. Impacto estrutural e Impacto conjuntural

Impacto Social (IS) é, portanto, o somatório do impacto **estrutural** (natural) da organização (mesmo que ela não tenha ações de RS) e do impacto **conjuntural** produzido pelas ações de RS.

Impacto Social (IS) = impacto estrutural + impacto conjuntural

Foi sobre esta segunda vertente (**conjuntural**) que a medição incidiu, medindo o impacto junto dos **beneficiários** e **colaboradores/ voluntários**.

3. Filantropia

A filantropia apresenta a dificuldade de este tipo de ações (a oferta de dinheiro, ou bens, de subsistência) não corresponderem à definição de IS. Com efeito, não existem efeitos de médio-longo prazo. Deve, assim, ser excluída do conceito de IS.

Ficam, no entanto, incluídas no conceito de impacto social as ações pontuais de apoio em situação de emergência social que permitam aos destinatários ultrapassar conjunturas de risco de rutura física, social ou mental. Entende-se que, sem este apoio – que deve ser limitado no tempo e acompanhado de medidas reparadoras (para que o risco desapareça) –, não existe hipótese de criação de um qualquer impacto social posterior (quaisquer efeitos duradouros) junto destes indivíduos.

4. Impacto social direto e indireto

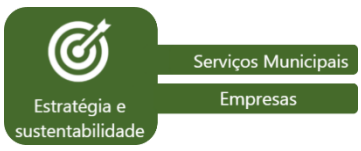
Entende-se como **impacto social direto** toda a mudança perene gerada por uma organização por via da sua responsabilidade e ação direta no terreno.

Entende-se como **impacto social indireto** toda a mudança perene gerada por uma organização por via do seu apoio a uma outra organização. Por exemplo, a organização A dá um donativo à organização B. Se B tiver impacto social, esse impacto é da sua própria responsabilidade e não pode ser atribuído diretamente a A, mas sim a B. Logo, existe impacto de A, mas indireto.

No caso deste modelo, trata-se de **impacto direto**, fruto da ação do OCV diretamente junto dos beneficiários.

5. O impacto incide sobre as pessoas

O **SLI2®** não considera qualquer impacto sobre organizações. O objetivo da estimativa é medir o IS das organizações sobre os indivíduos. A razão é simples: a definição de impacto implica uma ideia de mudança perene. Ora, perante a enorme circulação de pessoas nas organizações, os **efeitos do impacto poderão facilmente transitar** de organização para organização, o que impede a assunção de perenidade em qualquer organização (mesmo que certas regras sejam introduzidas, pois podem sempre ser abandonadas e substituídas por outras).



A pedido da equipa do **OCV**, foi introduzido um elemento **complementar** ao **SLI2®**, de forma a ser possível conhecer o impacto do trabalho do **OCV** nas **empresas** e **serviços municipais** e, ao nível da mudança na sua estratégia e sustentabilidade.

6. Tipos de impacto

As ações incluem frequentemente mais de um tipo de impacto. Foi estabelecida uma **classificação-base** de tipos de impacto possíveis (excluindo os que dizem respeito ao ambiente), cuja definição resulta da experiência da **Social Data Lab** neste domínio e da **consulta bibliográfica** tida como referência (ver capítulo Bibliografia do presente documento).

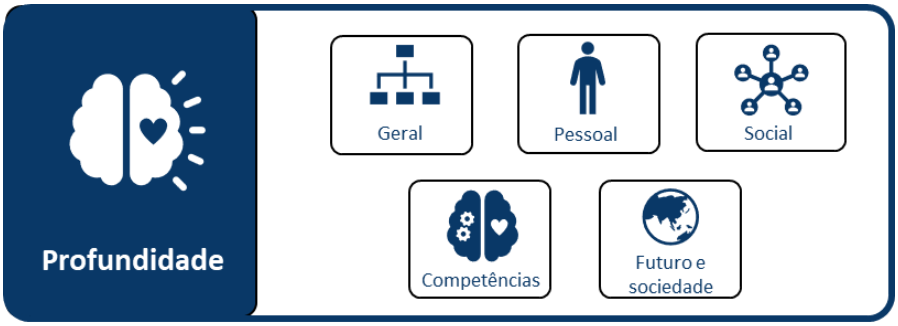
A classificação proposta contempla **7 tipos de impacto** diferentes, e é a seguinte:



1.3. Modelo de avaliação

A. Indicadores e definições

- **Profundidade**: grau com que a ação afeta a vida dos beneficiários, dimensão ou importância da **mudança** estimada em cada um dos beneficiários, na sua vida. A profundidade é dada em **percentagem** de intensidade (0% a 100%). Os indicadores dentro da dimensão **Profundidade** variam conforme o projeto em causa. As restantes dimensões do **SLI2®** **mantém-se** constantes, conferindo a **universalidade** e **comparabilidade**, características do **SLI2®**. Assim, a profundidade, no caso do **OCV**, foi dividida em **5 componentes**:



Princípio de Insuficiência de Razão: Este conhecido princípio do Cálculo de Probabilidades é aqui retomado com o intuito de explicar uma decisão subjacente a este modelo. O princípio diz o seguinte: «Quando não temos qualquer razão válida para atribuir probabilidade diferente a diversos acontecimentos, devemos atribuir-lhes igual probabilidade».

No caso do presente modelo, o princípio foi aplicado quando se calculou uma **média aritmética** das respostas dadas às perguntas relativas à profundidade.

Todos os indicadores apresentados na avaliação da **profundidade** foram observados através da mesma escala: de 0 a 10. Nos resultados, são evidenciadas as **médias** e os resultados obtidos nas **Top Three Boxes** (avaliações somadas nas categorias 8, 9 e 10).

- **Perenidade**: durabilidade do impacto, tempo estimado que se espera que o beneficiário poderá usufruir do benefício recebido.

- **Peculiaridade**: escala de unicidade da ação, tendo em conta a probabilidade de o beneficiário encontrar, ou não, um outro Programa que possa fornecer um benefício semelhante, em condições semelhantes. A peculiaridade é definida em função das características da ação numa escala de 3 categorias: **único/muito raro**; **raro**; **não raro** ou, de forma semelhante, **impossível**, **difícil** e **fácil** (em termos da probabilidade de se encontrar um Programa semelhante). Para cada uma destas categorias, o **SLI2®** tem associado valores específicos, os **ponderadores**.

- **Grau de vulnerabilidade** dos beneficiários. Classifica-se o grau de gravidade/ vulnerabilidade numa escala de 3 categorias: **muito grave/vulnerável**; **grave/vulnerável**; **não grave/vulnerável**. Para cada uma destas categorias, o **SLI2®** tem associado valores específicos, os **ponderadores**.

- **Deve e haver**: saber se, depois de tudo, a pessoa acha que ficou, ou não, com a sensação de elevada ou reduzida dívida para com a ação. Este indicador envolve uma escala de 3 categorias: o beneficiário acha que **deu mais** do que recebeu; **menos** do que recebeu; **tanto** quanto recebeu. Para cada uma destas categorias, o **SLI2®** tem associado valores específicos, os **ponderadores**.

A **Peculiaridade** e a **Perenidade** são mais fruto das características e da estrutura da ação, enquanto a **Profundidade** resulta essencialmente do modo como a ação decorreu e foi aplicada.

> Em suma, o Medidor **SLI2®** baseia-se na seguinte ideia: o elemento principal é a **Profundidade** (%), que afere relativamente à mudança gerada. Sobre este elemento atuam os restantes indicadores sob forma de **ponderadores** (no fundo, o seu papel é o de corrigir ligeiramente o valor da Profundidade).
> O valor de cada indicador corresponderá à **média dos valores dos respondentes**.

B. Profundidade teórica e Perenidade – um estudo feito à população portuguesa e a especialistas

Com base na classificação dos tipos de impacto, apresentada anteriormente, foi realizada (pela **SDL**, aquando da criação do medidor **SLI2®**) uma **investigação** com vista a determinar uma **intensidade teórica** para estes dois conceitos **Profundidade** e **Perenidade**.

Em primeiro lugar, foram criados **exemplos concretos** para os diversos tipos de impacto, constantes na classificação. Tal foi feito, recorrendo a narrativas relativas a pessoas em situação de dificuldade. Vejamos um exemplo, relativo ao tipo de impacto *Educação profissional*.

Educação profissional, desenvolvimento de capacidades, autossuficiência, autonomia

A **pessoa A** não estudou e tem muita dificuldade em arranjar um trabalho bem pago.

A organização X dá-lhe uma bolsa para viver e estudar durante 2 anos de modo à **pessoa A** passar a ter as competências necessárias para arranjar um trabalho bem pago.

Diversas "histórias" como esta, envolvendo pessoas fictícias com problemas diversos e abrangendo a totalidade dos tipos de impacto considerados, foram objeto de apreciação, por via de inquéritos, de dois Universos:

- **população portuguesa** – 1 000 indivíduos representativos da população portuguesa de 18 a 64 anos
- bolsa de **especialistas** do setor social - 30 especialistas nacionais

Ambas as amostras foram confrontadas com os exemplos anteriormente referidos, tendo-lhes sido pedida uma avaliação da **intensidade da profundidade** (quais os impactos que representam mais benefício) e uma avaliação da **intensidade da perenidade** (quais os impactos que representam um benefício mais duradouro).

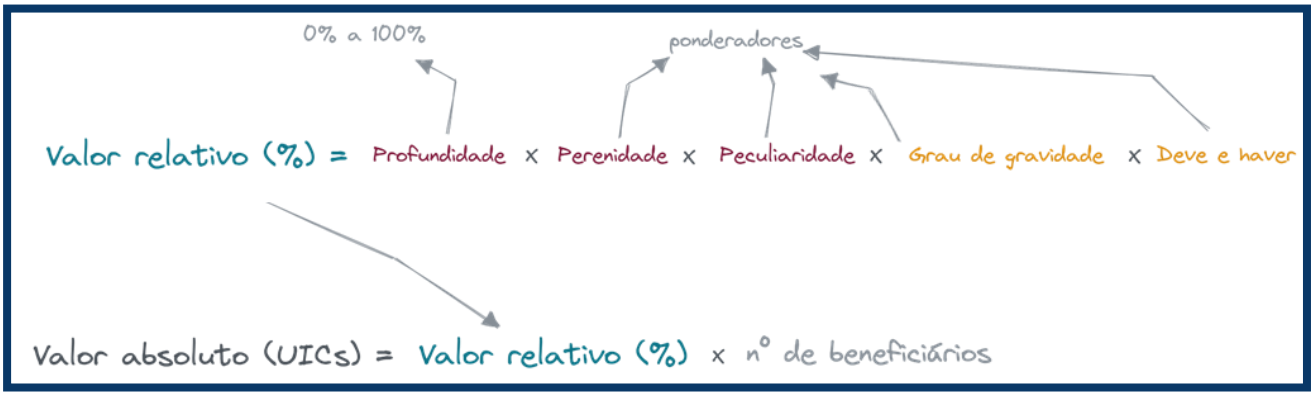
Com base nas respostas das duas amostras, foram elaborados **valores-padrão** (quer de profundidade, quer de perenidade) para cada tipo de impacto. Pode acontecer que existam beneficiários com mais do que um tipo de impacto. Nestes casos, os valores da **profundidade** e **perenidade** serão os correspondentes ao tipo de impacto com valor **mais elevado**.

C. Metodologia

Indicadores



Fórmula



Decisões metodológicas para determinados indicadores:

1- Gravidade: a gravidade/ situação de vulnerabilidade de partida foi considerada como "**não grave**" para o caso dos **colaboradores** e **voluntários** e questionada no inquérito para o caso dos **beneficiários**.

2- Deve e haver: no caso dos **colaboradores** e **voluntários**, este indicador foi obtido através das **respostas que os mesmos deram**, pois considera-se que estes estão em melhor posição para identificar a balança entre o benefício e o investimento. Contudo, no caso dos **beneficiários**, foi considerado que os mesmos **deram sempre menos do que receberam** visto que o seu envolvimento foi em prol do próprio e os mesmos não pagaram nada pela ação.

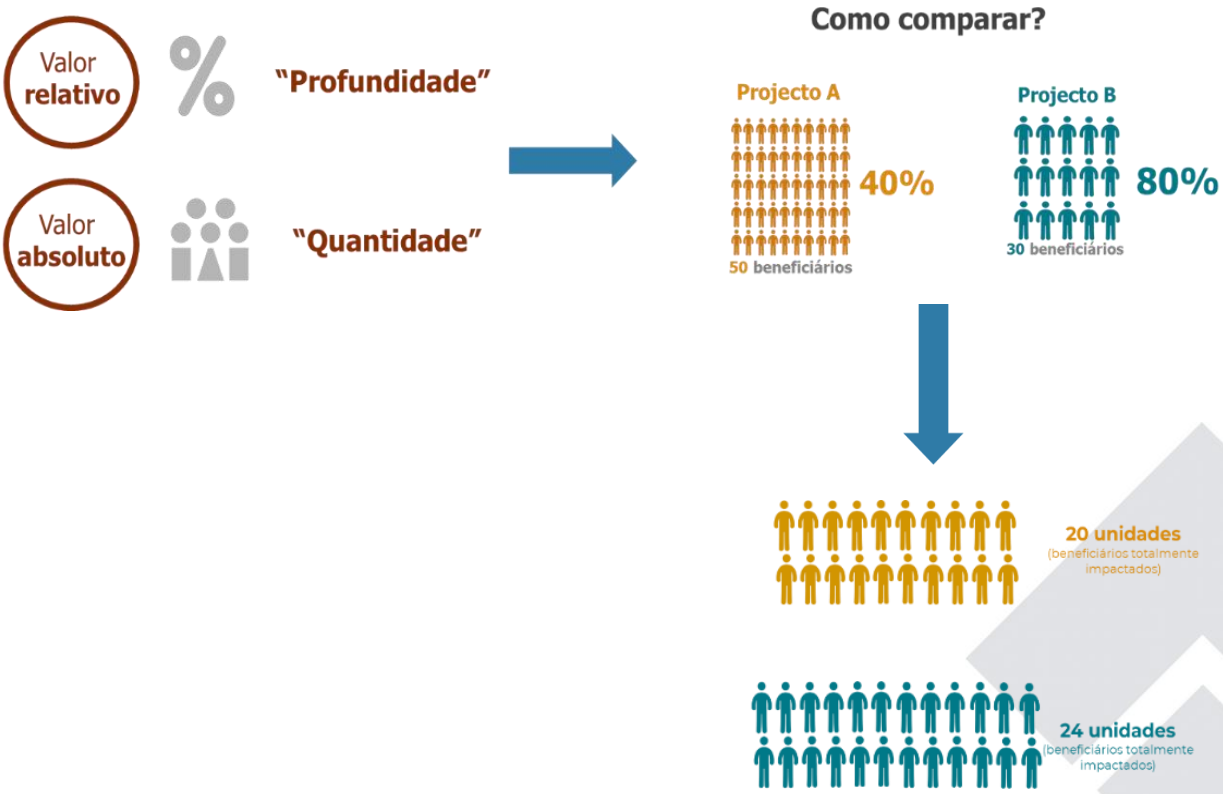
3- **Perenidade e Profundidade**: estes indicadores foram obtidos através das perguntas diretas realizadas aos *stakeholders*. Adicionaram-se mais dois valores (Profundidade e Perenidade): que se obtiveram pela correspondência entre o **Tipo de Impacto** e o seu **valor-padrão**, conforme descrito na secção anterior.

4- **Peculiaridade**: este indicador foi obtido através das respostas que os *stakeholders* deram.

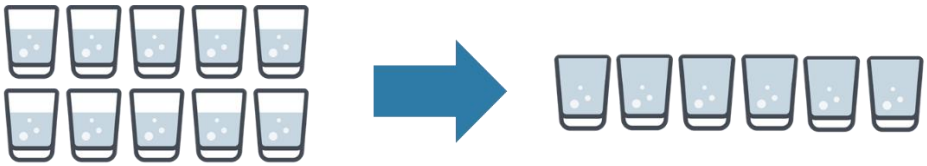
D. Output – resultados do medidor

O **valor relativo** oscila entre **0% e 100%**. Este valor relativo traduz a **percentagem** em que a pessoa foi impactada na sua vida.

O valor relativo transforma-se num **valor absoluto** quando multiplicado pelo número de *stakeholders*. O valor absoluto constitui um elemento que permite comparabilidade entre programas ou com as médias do *benchmark*. O resultado final do cálculo, ou seja, o valor absoluto estimado, é medido em "Unidades de Impacto Completo" (UIC), ou seja, **número de stakeholders impactados na sua totalidade**. Dois programas podem, assim, comparar facilmente os seus UIC.



Um breve paralelismo com copos de água



Supondo que temos **10** copos de água cheios a **60%**. Se entornássemos esta água de uns copos para os outros de forma a encher totalmente copos, teríamos 10 x 0.6 = 6 copos de água cheios. O **impacto social** nos **beneficiários** é aqui representado por **água** em **copos**. Assim, se conseguíssemos colocar o impacto social todo em pessoas impactadas na sua totalidade, teríamos então um número de referência para o número de pessoas "totalmente impactadas" (Unidades de Impacto Completo).

E. Recolha de dados

A seguinte matriz ilustra os *stakeholders* envolvidos e sobre quem/o quê eles avaliaram o impacto:

	… respondem sobre:		
	Próprios	**Beneficiários**	**Estratégia**
Beneficiários		X	
Colaboradores das organizações sociais	X	X	
Colaboradores das empresas (voluntários)	X		
Serviços Municipais		X	X
Empresas			X

No caso de todos os *stakeholders* (exceto os beneficiários), aplicou-se um **questionário escrito**, por auto-preenchimento, através da **Internet** (**CAWI** – Computer Assisted Web Interviewing). O questionário foi aplicado e respondido através de um link (questionário criado em Google Forms) igual para todos os respondentes (do mesmo grupo), garantindo-se, assim, a confidencialidade das respostas. A decisão de aplicação do **CAWI** a estes *stakeholders* prendeu-se com o facto de ser um método que exige pouco investimento de recursos, em que os respondentes em causa não apresentariam dificuldade na sua colaboração.

Respondentes via CAWI:

1. Colaboradores empresas
2. Colaboradores organizações
3. Serviços Municipais
4. Responsáveis de empresas parceiras

No caso dos **beneficiários**, foram realizadas entrevistas **semi-dirigidas** na organização da qual fazem parte ou, quando tal não foi possível, via **telefone**.

F. Dashboard

Foi criado um *dashboard*, em Power BI, para melhor e mais interativa exploração dos resultados. O *dashboard* está alojado numa conta da **Social Data Lab**.



2. Caracterização da amostra

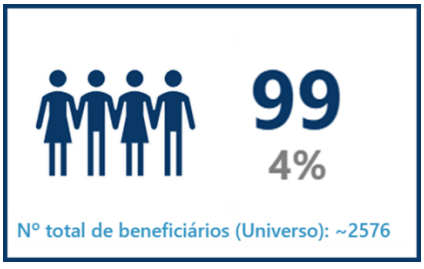
2.1. Beneficiários

Para o inquérito aos beneficiários, foram identificadas **quatro iniciativas** que integraram o conjunto de ações desenvolvidas pelo OCV.

1. Campanha de Material Escolar
2. Redes de Centros CIAO!
3. Semana do Impacto – Ação de Voluntariado
4. Semana do Impacto – Conferência/Formação
5. Campanha de Natal

Iniciativas selecionadas

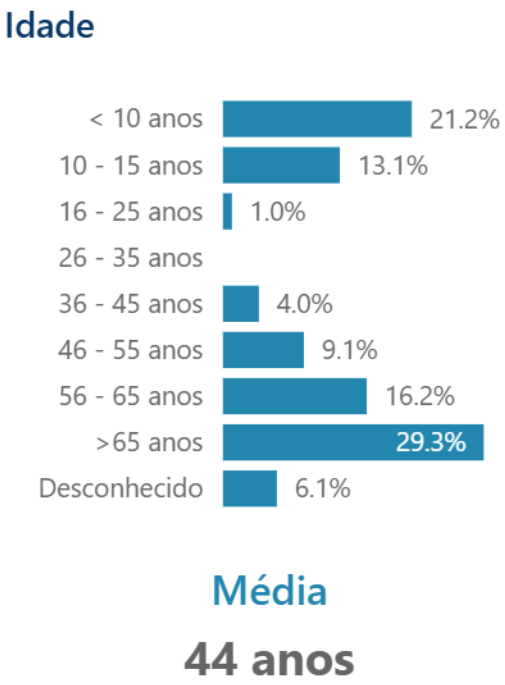
	Nº de beneficiários inquiridos
Campanha de Material Escolar	20
Redes de Centros CIAO!	6
Semana do Impacto – Ação de Voluntariado	5
Semana do Impacto – Conferência/Formação	18
Campanha de Natal	50
Total	**99**



Chegou-se, assim, a uma amostra constituída por **99 beneficiários**, correspondendo a **4%** do total do universo (composto por, aproximadamente, **2576 beneficiários**).

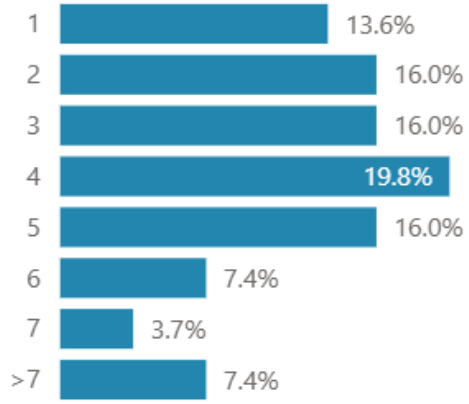
Antes de dar início ao inquérito, foi solicitado que os respondentes assinassem um documento que continha **informação sobre a sua participação na investigação** e respetiva **declaração de consentimento** (ver anexo). Os jovens menores não foram solicitados a assinar, visto dependerem da autorização dos seus encarregados de educação, autorização esta que lhes foi solicitada pelas organizações às quais pertencem. Aos beneficiários com dificuldade ou incapacidade de ler o documento, foi-lhes lido o mesmo e solicitado o seu consentimento verbal.

No caso da iniciativa **Campanha de Material Escolar**, por impossibilidade de se inquirirem as crianças e jovens beneficiários, foram os seus encarregados de educação que responderam sobre o impacto da ação nos mesmos.



Cerca de **35%** dos beneficiários tem uma idade jovem (até aos **25 anos**) ou recai no limite superior (**29%** têm **mais de 65 anos**). Os restantes têm entre **36 e 65 anos**. A idade média é de **44 anos**.

Nº Pessoas que coabitam



Média

4 pessoas

Percentagem relativa aos beneficiários não institucionalizados (n= 81)

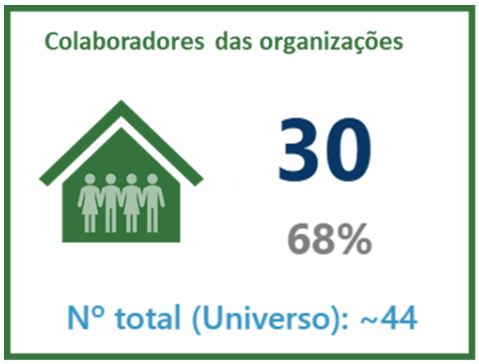
Vivem em agregados que têm em **média 4 pessoas**, mas **14%** vivem sozinhos. **7%** vive em agregados com **mais de 7 pessoas**.

O que foi oferecido?

Os artigos oferecidos foram bastante variados, com a **alimentação** (**28%**) e o **Material Escolar** em destaque (**20%**), seguidos da **Formação em Literacia Financeira** (com cerca de **18%**). De notar que o total é superior a 100%, pois foram oferecidos, frequentemente, mais do que um produto.



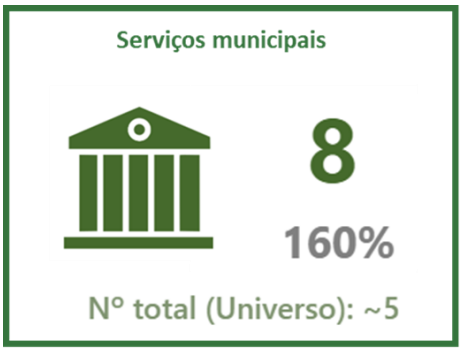
2.2. Restantes stakeholders

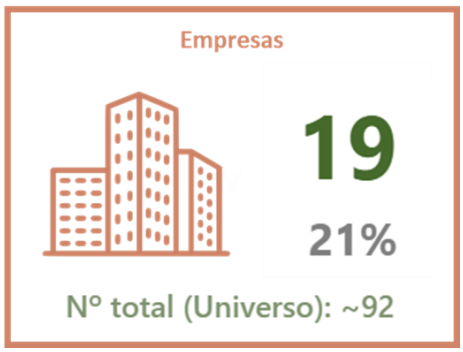




A amostra foi constituída por **30 colaboradores das organizações**, correspondendo a **68%** do total do universo (composto por aproximadamente **44 colaboradores**).

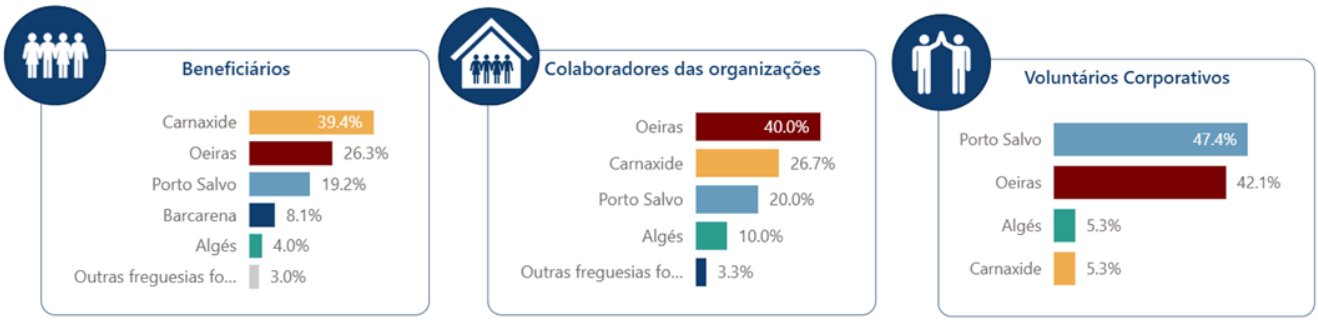
A amostra foi constituída por **19 voluntários corporativos**, correspondendo a **4%** do total do universo (composto por aproximadamente **505 voluntários**).





A amostra foi ainda constituída por **8 colaboradores dos serviços municipais** (sendo **5** o número de serviços municipais) e por **19 empresas**, correspondendo a **21%** do total do universo (composto por aproximadamente **92 empresas**).

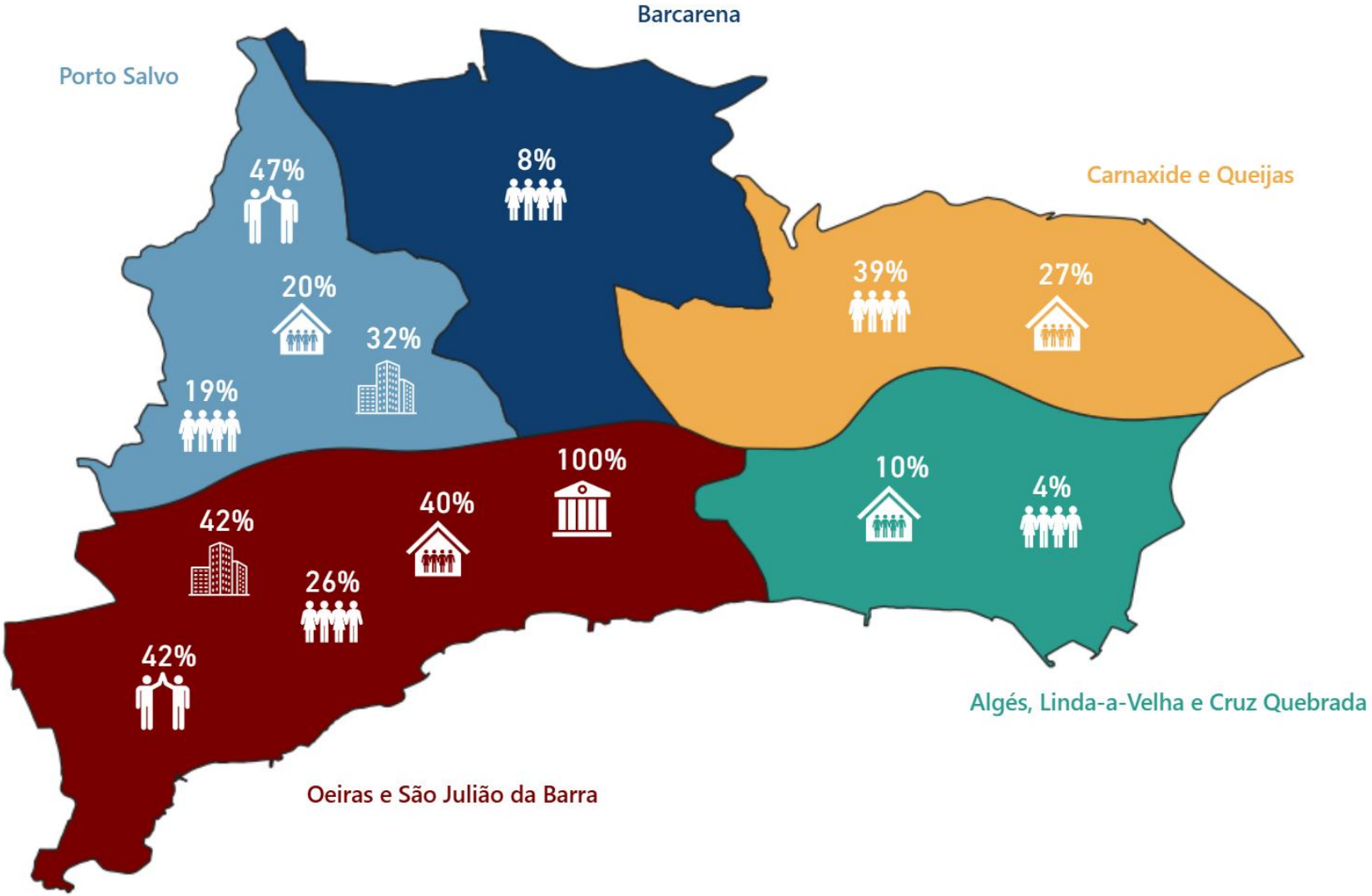
2.3. Cobertura geográfica das ações - dinâmicas entre empresas e comunidade local



Os **beneficiários** distribuem-se pelas 5 freguesias do Município de Oeiras, vivendo a sua maioria (**65%**) na **União das freguesias de Carnaxide e Queijas** e na **União das freguesias de Oeiras e São Julião da Barra, Paço de Arcos e Caxias** (**39%** e **26%**, respetivamente). A freguesia menos comum é a **União das freguesias de Algés, Linda-a-Velha e Cruz Quebrada-Dafundo**, com apenas **4%** dos beneficiários a residirem nesta freguesia.

As **organizações sociais** da amostra estão maioritariamente sediadas na **União das freguesias de Oeiras e São Julião da Barra, Paço de Arcos e Caxias** (**40%**), seguindo-se a freguesia de **União das freguesias de Carnaxide e Queijas** (**27%**).

Os **voluntários corporativos** estão sediados maioritariamente na freguesia de **Porto Salvo** (**47%**), seguindo-se a **União das freguesias de Oeiras e São Julião da Barra, Paço de Arcos e Caxias** (**42%**).


Barcarena
Porto Salvo
47%
8%
Carnaxide e Queijas
39%
27%
20%
32%
19%
100%
10%
40%
4%
42%
26%
42%
Algés, Linda-a-Velha e Cruz Quebrada
Oeiras e São Julião da Barra

3. Análise global

Os resultados apresentados serão de dois tipos:

- descrição detalhada das **médias** e **percentagens** obtidas em todos os itens das perguntas aplicadas. Trata-se de uma análise de todos os elementos que podem ajudar a uma **melhor compreensão das realidades** sentidas por cada um dos universos;
- apresentação sucinta das **medidas de Impacto Social** obtidas. Tratam-se de medidas-resumo destinadas a uma **comparação entre universos** e, eventualmente, com outros públicos e outros programas.

Será realizada uma **análise** destes resultados, com algumas **explicações de foro metodológico**, acentuando-se os elementos mais e menos positivos, assim como **ensaios explicativos dos pontos mais relevantes**.

3.1. Beneficiários

3.1.1. Análise resumo

Existe uma grande diferença de resultados, consoante se trate da autoavaliação dos beneficiários ou da avaliação (também relativa aos beneficiários) dos restantes *stakeholders*.

No primeiro cenário, os resultados apresentam valores significativamente baixos, incluindo médias praticamente nulas e um número muito reduzido de médias **positivas** (3 em 20). No segundo cenário, os valores obtidos são substancialmente mais elevados, registando-se algumas médias superiores a 7 e um número **limitado de médias negativas** (3 em 50).

Nestas circunstâncias, no caso da autoavaliação, observa-se um impacto final muito reduzido, correspondente a apenas **11%** em termos relativos.

Observa-se ainda uma **reduzida consciência da perenidade** do impacto por parte dos beneficiários.

Esta diferença de perceções merece reflexão. Identificam-se dois possíveis fatores que poderão contribuir para este facto:

(1) Do ponto de vista dos **beneficiários**, os efeitos podem ter sido inferiores ao expectável. Inicialmente, a sua atenção poderá ter incidido sobretudo no valor material da oferta e na sua reduzida **durabilidade** e **frequência**, refletindo apenas numa fase posterior sobre outras dimensões, como a confiança interpessoal ou a valorização de atos altruístas por parte de desconhecidos. Durante as entrevistas, foi evidente a situação de extrema vulnerabilidade em que estes se encontram, bem como a perceção de que a oferta recebida, embora geradora de gratidão, não altera substancialmente a sua condição de vida.

(2) Do ponto de vista dos **restantes stakeholders**, poderá ter ocorrido um efeito de 'contágio' do seu próprio entusiasmo, o que, como se demonstrará adiante, se traduziu em avaliações particularmente positivas.

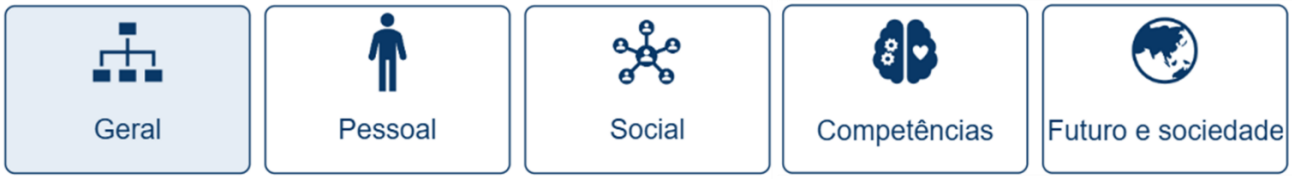
Ainda assim, após reflexão, decidiu-se que o valor final de impacto para os beneficiários deveria resultar da média aritmética entre a sua autoavaliação e as avaliações realizadas pelos colaboradores das organizações, optando-se, por isso, por não considerar os resultados apresentados pelos Serviços Municipais. Esta opção deveu-se ao entendimento de que os Serviços Municipais, pela natureza mais indireta da sua intervenção, poderiam não dispor da mesma perceção sobre o impacto efetivamente sentido pelos beneficiários. Esta decisão levou a que o impacto final observado para os beneficiários se mantivesse relativamente baixo, situando-se nos **35%** em termos relativos.

3.1.2. Análise descritiva

Profundidade

Os beneficiários foram objeto de um questionário que envolveu perguntas acerca do **impacto das iniciativas promovidas pelo OCV n**a sua vida, em 5 dimensões fundamentais:

1. a **mudança em geral**
2. a **mudança na vida pessoal**
3. a **mudança** na **vida social** (familiares e amigos) e no relacionamento com os outros
4. o **aumento das competências ou capacidades profissionais ou escolares**
5. a **mudança** na **perceção relativa ao futuro**



Em paralelo, existiu também uma avaliação de impacto, realizada por outros *stakeholders* (**colaboradores das organizações sociais** e **colaboradores** dos **serviços municipais** envolvidos) a respeito da sua opinião sobre o impacto **estimado sobre os beneficiários**. Nesta avaliação, o impacto é pensado no que diz respeito à globalidade dos beneficiários do programa, em abstrato, e não especificamente em relação aos beneficiários incluídos no presente estudo (amostra).

De seguida, apresentam-se os resultados obtidos para as diversas perguntas, juntamente com comentários interpretativos.

Apresentar-se-ão as avaliações feitas pelos beneficiários em relação a si próprios (**autoavaliações**) e as **avaliações dos outros stakeholders**, separadas por subdimensão, de modo a permitir uma observação mais clara das diferenças que possam existir.

Como anteriormente referido, os resultados dispõem de duas métricas:

- a **média** de avaliação obtida (de 0 a 10, sendo o valor médio 5)
- as **Top 3 Boxes** (avaliações somadas nas categorias 8, 9 e 10).

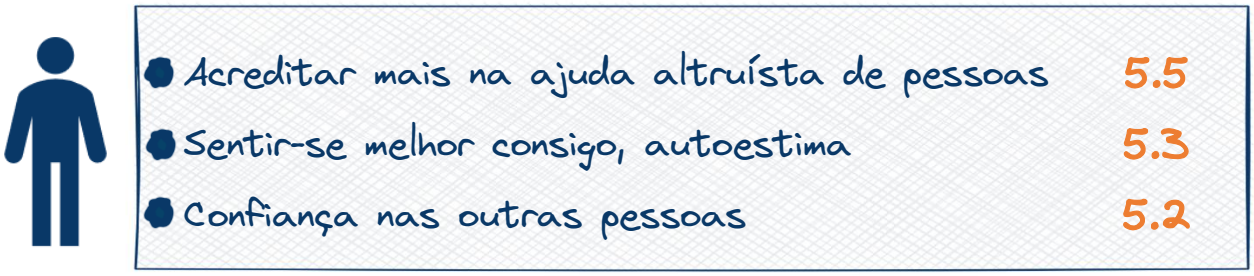
Quanto é que as iniciativas desenvolvidas pelo Oeiras Community Valley ajudaram os beneficiários, a nível de:

Subdimensão	Indicador	Beneficiários (autoavaliação)		Colaboradores organizações		Serviços Municipais	
		T2B	Média	T3B	Média	T3B	Média
Geral	Mudança em geral	2.0%	1.9	80.0%	8.4	62.5%	7.8
	Condição de vida (em geral)	2.0%	1.8	43.3%	7.1	12.5%	6.0
	Conforto e vivência habitacional	1.0%	1.8	50.0%	7.1	25.0%	5.8
	Higiene	3.0%	1.5	36.7%	6.3	25.0%	4.5
	Saúde	1.0%	0.8	40.0%	6.7	25.0%	5.3
Pessoal	Autonomia	0.0%	0.8	30.0%	6.3	12.5%	5.4
	Capacidade para se adaptar a situações difíceis	1.0%	1.1	33.3%	6.4	12.5%	5.6
	Sentir melhor consigo, autoestima	18.2%	5.3	26.7%	6.5	25.0%	6.4
	Útil e que a vida faz mais sentido	1.0%	1.7	33.3%	6.7	12.5%	6.0
	Vontade de fazer coisas	7.1%	3.6	26.7%	6.1	12.5%	5.5
Social	Capacidade de resolução de conflitos	0.0%	0.8	30.0%	5.9	12.5%	5.1
	Confiança nas outras pessoas	19.2%	5.2	43.3%	6.5	12.5%	5.6
	Participação na comunidade	4.0%	3.4	36.7%	6.8	12.5%	6.3
	Relação com pessoas próximas	6.1%	3.0	30.0%	6.1	12.5%	5.3
	Vontade em estar com as pessoas	1.0%	3.5	30.0%	6.6	12.5%	5.1
Competências	Autonomia financeira			33.3%	5.5	12.5%	5.3
	Conhecimentos para a vida profissional ou de estudo		*	26.7%	5.5	12.5%	5.4
	Motivação e confiança no trabalho			26.7%	5.9	12.5%	5.4
	Oportunidades para trabalhar ou estudar			26.7%	5.4	12.5%	4.9
	Outros conhecimentos			36.7%	6.4	25.0%	5.6
Futuro e sociedade	Acreditar mais na ajuda altruísta de pessoas	25.3%	5.5	33.3%	6.3	37.5%	6.3
	Acreditar que a sua vida vai ser melhor	3.0%	2.3	36.7%	6.3	25.0%	5.4
	Objetivos de vida mais definidos e claros	0.0%	0.8	26.7%	5.8	12.5%	4.9
	Preocupação com o meio-ambiente	0.0%	0.1	30.0%	5.7	25.0%	5.8
	Vontade em ajudar os outros	9.1%	4.1	33.3%	6.4	37.5%	6.1

* Os beneficiários não avaliaram o impacto que receberam em matéria de competências, uma vez que nenhum dos beneficiários inquiridos se encontrava a trabalhar. No entanto, foi pedido aos outros *stakeholders* que se pronunciassem sobre esta questão, ou seja, a respeito do impacto junto do universo dos beneficiários que trabalham (mesmo não figurando na amostra).

Da análise dos resultados relativos à profundidade do impacto, verifica-se uma diferença significativa entre as avaliações, dependendo de se tratar ou não de autoavaliação. De facto, os resultados da autoavaliação revelam valores extremamente reduzidos, incluindo algumas médias praticamente nulas e um número muito reduzido de médias positivas (apenas 3 em 20).

Os valores **mais elevados** (avaliações feitas pelos beneficiários em relação a si próprios - **autoavaliações**) foram os seguintes:



Em contrapartida, os mais baixos distribuíram-se por todas as subdimensões, mesmo a relativa à avaliação geral. É interessante observar que o indicador *mudança em geral* obteve uma média de **1.9** na autoavaliação (numa escala de 0 a 10), quando é, simultaneamente aquele que obteve médias mais elevadas nos dois outros *stakeholders* (**8.4** no caso dos colaboradores das organizações e **7.8** no caso dos serviços municipais). No que diz respeito aos resultados da avaliação desses *stakeholders*, podemos constatar que são elevados, havendo inclusivamente algumas médias superiores a 7 e poucas médias negativas (apenas 3 em 50).

Sub-Dimensão	Indicador	Beneficiários (autoavaliação)	Colaboradores organizações	Serviços Municipais
		Média	Média	Média
	Mudança em geral	1.9	8.4	7.8
	Condição de vida (em geral)	1.8	7.1	6
	Conforto e vivência habitacional	1.8	7.1	5.8
	Higiene	1.5	6.3	4.5
	Saúde	0.8	6.7	5.3
	Autonomia	0.8	6.3	5.4
	Capacidade para se adaptar a situações difíceis	1.1	6.4	5.6
	Sentir melhor consigo, autoestima	5.3	6.5	6.4
	Útil e que a vida faz mais sentido	1.7	6.7	6
	Vontade de fazer coisas	3.6	6.1	5.5
	Capacidade de resolução de conflitos	0.8	5.9	5.1
	Confiança nas outras pessoas	5.2	6.5	5.6
	Participação na comunidade	3.4	6.8	6.3
	Relação com pessoas próximas	3	6.1	5.3
	Vontade em estar com as pessoas	3.5	6.6	5.1
	Autonomia financeira	*	5.5	5.3
	Conhecimentos para a vida profissional ou de estudo		5.5	5.4
	Motivação e confiança no trabalho		5.9	5.4
	Oportunidades para trabalhar ou estudar		5.4	4.9
	Outros conhecimentos		6.4	5.6
	Acreditar mais na ajuda altruísta de pessoas	5.5	6.3	6.3
	Acreditar que a sua vida vai ser melhor	2.3	6.3	5.4
	Objetivos de vida mais definidos e claros	0.8	5.8	4.9
	Preocupação com o meio-ambiente	0.1	5.7	5.8
	Vontade em ajudar os outros	4.1	6.4	6.1

De qualquer modo, as avaliações revelam uma relativa homogeneidade, embora apresentem valores ligeiramente **superiores no caso dos colaboradores das organizações**, situando-se, na generalidade, entre 5 e 7.

As avaliações mais elevadas, em ambos os grupos, concentraram-se nas subdimensões 'geral'—particularmente na **mudança em geral**, conforme já referido—e 'pessoal'.

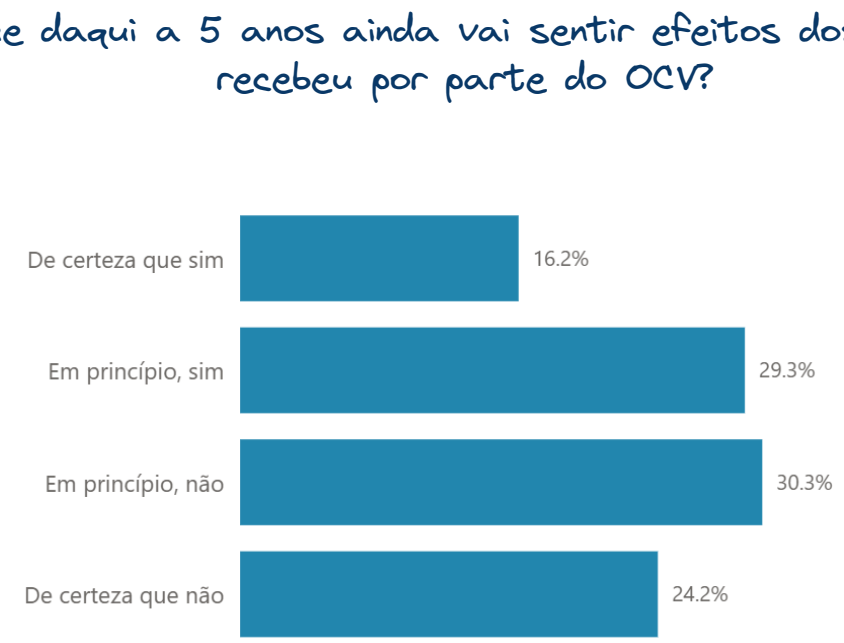
Entre os **colaboradores das organizações**, verificou-se igualmente uma valorização expressiva da dimensão social, sobretudo no que respeita à **participação na comunidade**. Já no caso dos **Serviços Municipais**, observou-se uma ênfase mais acentuada na dimensão '**futuro**', especialmente no acreditar mais na **ajuda altruísta de outras pessoas**.

Importa ainda notar que, dentro da subdimensão pessoal, as valorizações atribuídas diferem entre os *stakeholders*: para os **colaboradores das organizações**, destacaram-se o sentir-se **útil** e a perceção de que a **vida ganha mais sentido**; para os **Serviços Municipais**, a tónica recaiu no sentir-se melhor **consigo próprio**, associado a aspetos de **autoestima**.

Em síntese, estes resultados sugerem que estes respondentes demonstraram uma maior perceção do impacto sentido pelos beneficiários ou, alternativamente, que poderão ter sido influenciados pelo entusiasmo decorrente do impacto elevado que afirmam ter experienciado (como será aprofundado adiante).

Vejamos então o resultado de mais algumas dimensões.

Perenidade



Esta pergunta é muito importante, na medida em que um dos elementos mais relevantes na avaliação do Impacto Social (IS), em geral e no âmbito do medidor da SDL em particular, é a perenidade. Esta faz parte do **Triplo P** que constitui o **elemento central** do medidor **SLI2®**:

perenidade, **peculiaridade** e **profundidade**. Com efeito, o Impacto Social é o fruto destes elementos agindo em interação, quer dizer que é necessário que os três atuem em simultâneo. No caso presente, trata-se de um conceito essencial para a teoria da mudança, porque esta tem de perdurar o máximo de tempo possível.

Esta pergunta dirigida aos beneficiários representa um ensaio para estimar a perenidade junto deste universo. Os resultados revelaram-se pouco favoráveis, dado que apenas cerca de **46%** das respostas são positivas, o que permite concluir que o valor obtido é reduzido, retomando-se a questão da consciência, por parte dos beneficiários, quanto à **importância** e à **durabilidade do impacto** recebido.

Já quando esta questão é dirigida aos **colaboradores das organizações** (no que respeita à perenidade do impacto nos beneficiários), verifica-se que **93%** das respostas são positivas, evidenciando a diferença substancial entre os valores obtidos.

Vulnerabilidade

No que diz respeito à vulnerabilidade, observa-se uma tendência idêntica, embora claramente superior.

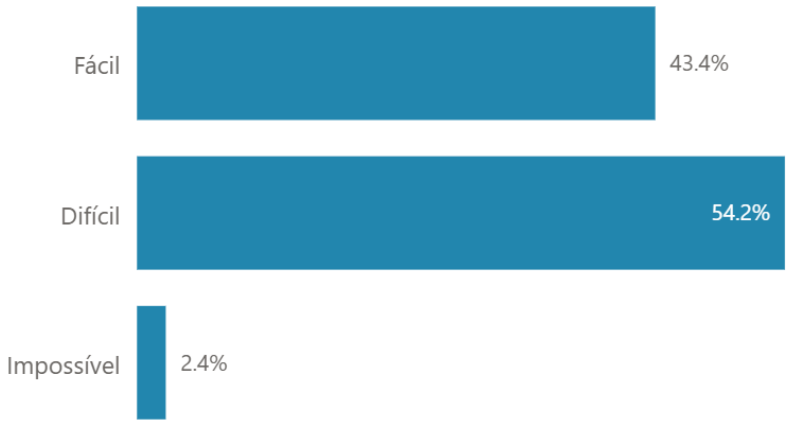


Como se pode observar, os resultados são positivos, pois embora tenhamos **35%** de respostas que apontam para uma **menor necessidade** em relação aos apoios recebidos, existe uma maioria clara que atribui **maior importância: 65%**.

Já quando esta pergunta é dirigida aos colaboradores das organizações (a respeito dos beneficiários), existem **97% de respostas positivas**, o que confirma o referido anteriormente.

Peculiaridade

Se não tivesse participado nesta ação, acha que seria fácil ou difícil encontrar quem lhe desse este tipo de ajuda?



Embora **43%** considerem que seria fácil, a maioria tem opinião contrária: **57% consideram difícil** ou **impossível**.

Já quando esta pergunta é dirigida aos colaboradores das organizações (a respeito dos beneficiários), só **7%** consideram que seria **fácil**, o que corrobora com o discutido anteriormente.

3.1.3. Impacto



Já foi anteriormente referido que o **SLI2 – Social data Lab Impact Index®** se baseia no **Triplo P**, que reúne um conjunto de conceitos: a **profundidade** (intensidade do impacto junto dos beneficiários), a **perenidade** (duração estimada do impacto na vida dos beneficiários) e a **peculiaridade** (dificuldade ou impossibilidade de o beneficiário encontrar um apoio semelhante noutra instituição).

Enquanto que a **perenidade** está relacionada com as **características** e **estrutura** da ação, a **profundidade** resulta essencialmente do **modo como a ação decorreu** e foi aplicada. A título de exemplo, uma ação na área da saúde (um tratamento muito intrusivo e delicado, por exemplo) terá certamente uma perenidade grande. No entanto, a qualidade do tratamento fará toda a diferença. É por esta razão (pelo facto de a profundidade depender muito da qualidade de aplicação das ações), que os questionários têm **diversas perguntas**, absolutamente necessárias, para medir a **profundidade**, e apenas **uma pergunta** para medir a **peculiaridade** e outra para medir a **perenidade**.

Como referido anteriormente, e após reflexão sobre o tema, foi decidido que os **valores finais de impacto dos beneficiários** deveriam corresponder às **médias aritméticas** da **autoavaliação dos beneficiários** e da correspondente **perceção dos colaboradores das organizações**. Esta opção deveu-se ao entendimento de que os Serviços Municipais, pela natureza mais indireta da sua intervenção, poderiam não dispor da mesma perceção sobre o impacto efetivamente sentido pelos beneficiários.

Os resultados foram os seguintes (com uma curta explicação em relação à interpretação destes valores):

Profundidade

Apresentam-se os resultados das medições da **profundidade**, considerando o **valor total** (utilizado para calcular o **impacto**, juntamente com a **peculiaridade**, a **perenidade** e a **gravidade/vulnerabilidade** de partida) e as **diversas componentes**.

		Respondente		
		Beneficiários	Colab. Organizações	Total
Profundidade 	**Geral**	16%	72%	**44%**
	Pessoal	25%	64%	**45%**
	Social	32%	64%	**48%**
	Competências	*	57%	**57%**
	Futuro e sociedade	26%	61%	**44%**
	Final	**25%**	**64%**	**45%**

* Os beneficiários não avaliaram o impacto que receberam em matéria de competências, uma vez que nenhum dos beneficiários inquiridos se encontrava a trabalhar. No entanto, foi pedido aos outros stakeholders que se pronunciassem sobre esta questão, ou seja, a respeito do impacto junto do universo dos beneficiários que trabalham (mesmo não figurando na amostra).

Confirma-se o que foi referido anteriormente: a **profundidade** atingida pelos beneficiários é **baixa**, de **25%**. Porém, o resultado obtido através das respostas dos **colaboradores das organizações** é totalmente diferente, significando que eles estimam um impacto **bastante** elevado junto dos beneficiários (profundidade de **64%**). No entanto, após a decisão acerca dos valores finais de impacto dos beneficiários (médias aritméticas dos valores da autoavaliação e dos valores dos colaboradores das organizações), acabou por observar-se, nos beneficiários, um **impacto final um pouco mais elevado**, de **45%** em termos relativos.

A **profundidade** tem uma interpretação direta muito semelhante àquela que iremos aplicar ao resultado final (relativo) da medição de impacto. Na realidade, trata-se da intensidade, medida em percentagem, com que o beneficiário estima o efeito da mudança.

Profundidade por clusters

Profundidade		Beneficiários
	<10 anos	30%
	10-25 anos	15%
	Habitam sozinhos	21%
	Oferta de alimentação	19%
	Total	**25%**

O impacto global identificado é de **25%**, mas a análise por grupos revela variações importantes que ajudam a compreender melhor este resultado. No caso dos beneficiários entre os **10 e os 25 anos**, o impacto situa-se nos **15%**, valor que poderá refletir uma menor capacidade de percecionar plenamente os efeitos das iniciativas ou de avaliar mudanças de carácter mais estrutural. Em contraste, no grupo etário dos mais jovens (**menores de 10 anos**), o impacto revela-se superior à média global (**30%**), provavelmente porque a avaliação foi realizada pelos respetivos encarregados de educação, *stakeholders* que tendem a possuir uma perceção mais ampla e consciente das mudanças ocorridas.

Entre os beneficiários que **habitam sozinhos**, o impacto atinge os **21%**, sugerindo que esta população, frequentemente marcada por situações de maior fragilidade social ou emocional, poderá não ver a sua condição substancialmente alterada com este tipo de apoio, o que limita a perceção de mudança.

Já no grupo que recebeu **apoio alimentar**, o impacto verificado é de **19%**, o que poderá indicar que, embora a ajuda alimentar seja necessária, a sua natureza pontual ou circunscrita não é suficiente para gerar efeitos duradouros ou mais abrangentes.

Assim, apesar do impacto global de **25%**, a leitura desagregada evidencia que diferentes perfis de beneficiários experienciam o impacto de forma distinta, revelando áreas onde a intervenção poderá necessitar de maior profundidade ou complementaridade.

Peculiaridade, Perenidade e Grau de vulnerabilidade

Peculiaridade	Perenidade	Vulnerabilidade
0.98	0.76	0.91

(considerando **autoavaliação** e valores dos **colaboradores das organizações**)

A **Peculiaridade** **varia entre 0.9 e 1.1**. Sendo, neste caso, de **0.96** na autoavaliação, tal significa que o projeto foi considerado, pelos beneficiários, de **relativa unicidade**. No entanto, após o cálculo da média aritmética, e como o valor dos colaboradores das organizações é superior, de **1.00**, acabou por observar-se, nos beneficiários, uma **peculiaridade** final de **0.98**.

A **Perenidade** corresponde a um corretor final do valor obtido pela profundidade. O valor **varia entre 0 e 1**, significando o primeiro que a perenidade não é nenhuma e o segundo que ela durará para sempre (toda a vida do beneficiário). Após o cálculo da média aritmética, e, mais uma vez, como o valor dos colaboradores das organizações é elevado, acabou por observar-se, nos beneficiários, uma **perenidade** final relativamente elevada, de **0.76**.

Existe ainda outro corretor no medidor **SLI2®**: **gravidade/ vulnerabilidade** em que se encontravam os beneficiários antes de a ação se ter realizado. Varia entre **0.2** e **1.1**. Após o cálculo da média aritmética, e, mais uma vez, como o valor dos colaboradores das organizações é elevado, acabou por observar-se, nos beneficiários, uma **vulnerabilidade** final elevada, de **0.91**.

Resultado final

A modelização de todos os elementos anteriores conduziu-nos a um resultado final, que pode ser lido de duas maneiras diferentes:



O **Impacto relativo** tem uma interpretação muito semelhante à da profundidade. Depois do cálculo das médias aritméticas, chegamos a um valor de **35%**, que corresponde à parte da vida (medida em percentagem) dos beneficiários que, em média, se estima que mudou devido às iniciativas promovidas pelo OCV. Este valor é relativamente reduzido.

O objetivo do **Impacto absoluto** é apresentar um valor que possa ser **comparável** com outros projetos, de outras instituições (neste caso, o valor é de **902**).

Suponhamos que outra instituição tem um impacto relativo de apenas 5%, mas tem muito mais beneficiários. Isso significará que a sua intervenção, qualquer que ela seja, é muito menos eficiente para cada beneficiário. Mas tendo muito mais beneficiários, o impacto social total será porventura maior. Assim, as UICs são Unidades de Impacto Completo, ou seja, quantos indivíduos seriam impactados na sua totalidade (a 100%). Assim, uma intervenção de 30% em 1000 beneficiários tem 300 UICs, mais impacto social total do que 60% junto de 200 beneficiários (apenas 120 UICs).

Quando não há necessidade de comparação com outros projetos, devemo-nos concentrar no **impacto relativo**.

3.2. Colaboradores das organizações

3.2.1. Análise-resumo

Observa-se um impacto bastante elevado nos **colaboradores das organizações**, conforme evidenciado pelos resultados das medições da profundidade, em particular na dimensão global.

Estes *stakeholders* apresentam **valor final de impacto (relativo) elevado:** de **47%**. O valor significa que, em média, cerca de 47% da vida de cada colaborador foi afetada por esta ação.

No que diz respeito à avaliação dos indicadores específicos na dimensão **profundidade**, os valores **mais elevados** foram os seguintes:



Mudança em geral	8.2
Vontade em contribuir para a sociedade	7.4
Empatia perante situações de vulnerabilidade	7.2

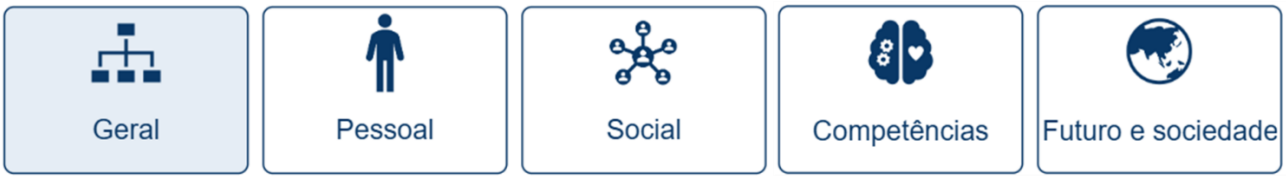
Em contrapartida, os mais baixos estiveram sobretudo ligados à área social.



Melhoria do seu currículo	6.0
Relação com pessoas próximas	6.1
Vontade de estar com as pessoas	6.2

3.2.2. Análise descritiva

Os colaboradores das organizações foram objeto de um questionário que envolveu perguntas acerca do **impacto das iniciativas promovidas pelo OCV n**a sua vida, em 5 dimensões fundamentais:



1. a **mudança em geral**
2. a **mudança na vida pessoal**
3. a **mudança** na **vida social** e no relacionamento com os outros
4. o **aumento das competências ou capacidades profissionais**
5. a **mudança** na **perceção relativa ao futuro**

Como anteriormente referido, os resultados dispõem de duas métricas: a **média** de avaliação obtida (de 0 a 10, sendo o valor médio 5) e as **Top 3 Boxes** (avaliações somadas nas categorias 8, 9 e 10).

Quanto é que as iniciativas desenvolvidas pelo Oeiras Community Valley contribuíram para:

SubDimensão	Indicador	% T3B	Média
Geral	Mudança em geral	**73.3%**	**8.2**
Pessoal	Bem-estar, sentir melhor consigo	**36.7%**	**6.4**
	Autoestima e confiança em si	**30.0%**	**6.6**
	Motivação perante a vida	**36.7%**	**6.5**
	Realização pessoal	**36.7%**	**6.4**
	Capacidade de resolução de problemas / resiliência	**30.0%**	**6.6**
Social	Relação com pessoas próximas	**36.7%**	**6.1**
	Vontade em estar com as pessoas	**30.0%**	**6.2**
	Capacidade de trabalhar com outros	**33.3%**	**6.8**
	Empatia perante situações de vulnerabilidade	**50.0%**	**7.2**
	Sentir mais ligado à comunidade	**43.3%**	**7.1**
Competências	Motivação para trabalhar e realização profissional	**33.3%**	**6.8**
	Conhecimentos e competências técnicas	**33.3%**	**6.6**
	Soft skills	**33.3%**	**6.6**
	Melhoria do seu currículo	**33.3%**	**6.0**
	Conhecimentos em geral	**36.7%**	**6.8**
Futuro e sociedade	Acreditar que a sua vida vai ser melhor	**36.7%**	**6.5**
	Vontade em contribuir para a sociedade	**40.0%**	**7.4**
	Conhecimento sobre o Setor Social	**33.3%**	**6.7**
	Preocupação com o meio-ambiente	**26.7%**	**6.4**
	Adoção de hábitos diários mais responsáveis	**30.0%**	**6.4**

No que diz respeito à análise da **profundidade**, os resultados são **muito positivos**, a *mudança em geral* apresentando um valor de **média superior a 8** e **nenhum valor inferior a 6**.

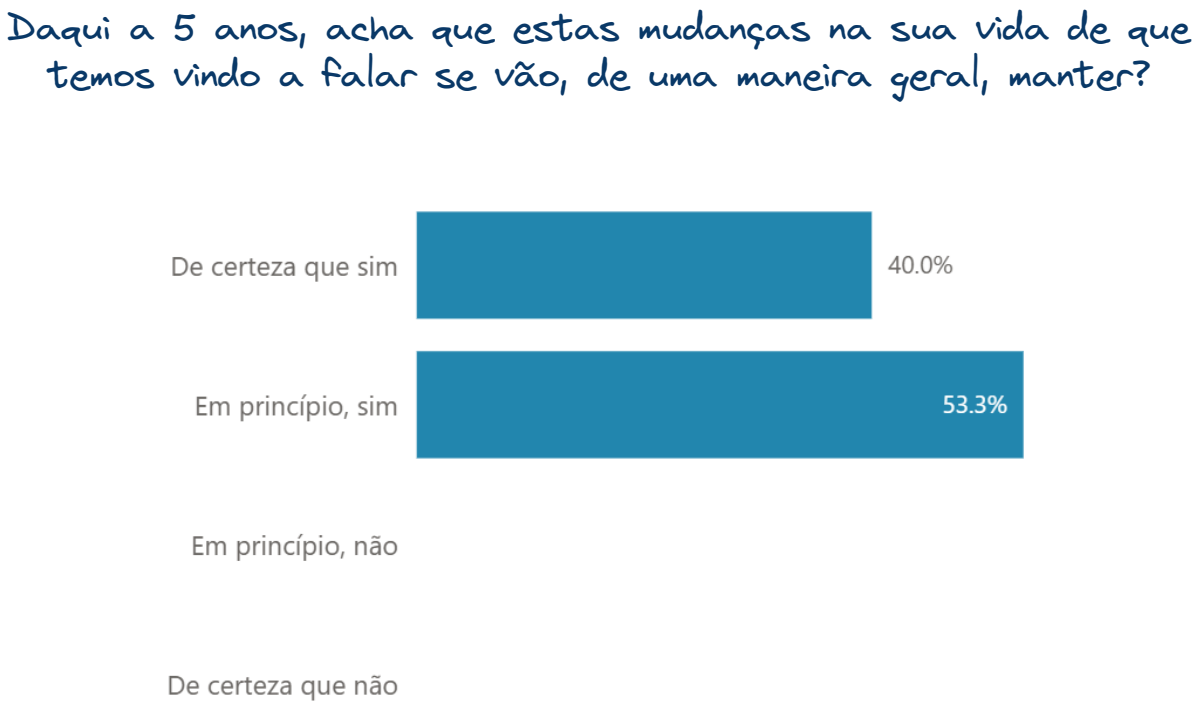
As avaliações mais elevadas incidiram nas subdimensões **geral**, sobretudo o ***mudança em geral***, como já foi referido, e **social**. De notar que, curiosamente, é nesta subdimensão que existe mais heterogeneidade, pois aí encontramos alguns dos valores mais elevados (***empatia perante situações de vulnerabilidade*** e ***sentir-se mais ligado à comunidade***), mas também encontramos alguns dos valores mais reduzido (***relação com pessoas próximas*** e ***vontade de estar com as pessoas***).

As subdimensões que, no geral, apresentam valores mais elevados são a **social** e a relativa ao **futuro**, ambas com resultados bastante similares. No entanto, esta constatação não deve ser interpretada como sinal de heterogeneidade, uma vez que as subdimensões revelam valores globais muito próximos entre si.

Tal como foi referido anteriormente, verifica-se, por parte destes respondentes, um elevado **impacto sentido**.

Vejamos o resultado de mais algumas dimensões.

Perenidade

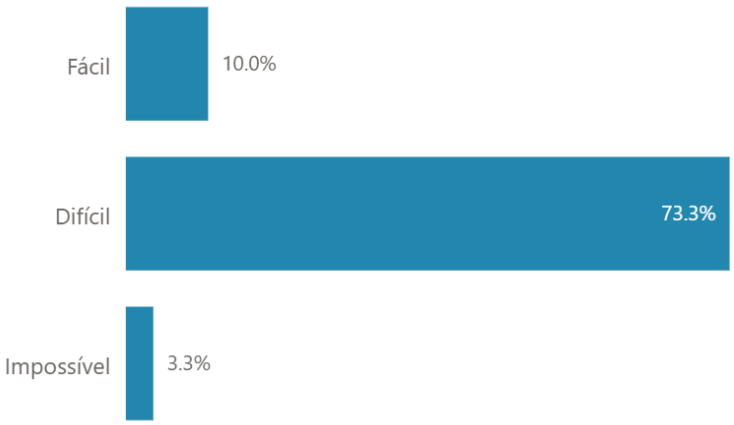


Esta pergunta, muito importante, diz respeito à *perenidade*. Apesar de existirem **53%** de respostas positivas de média intensidade (*em princípio, sim*), pode concluir-se que o resultado final é **muito elevado**, uma vez que as **respostas positivas somam 93%** (os restantes afirmam não saber responder, pelo que não há respostas negativas).

Peculiaridade

No que diz respeito à **peculiaridade**, também se observa um valor **muito positivo**.

Se esta ação não tivesse existido, teria sido fácil ou difícil para si encontrar outra semelhante?

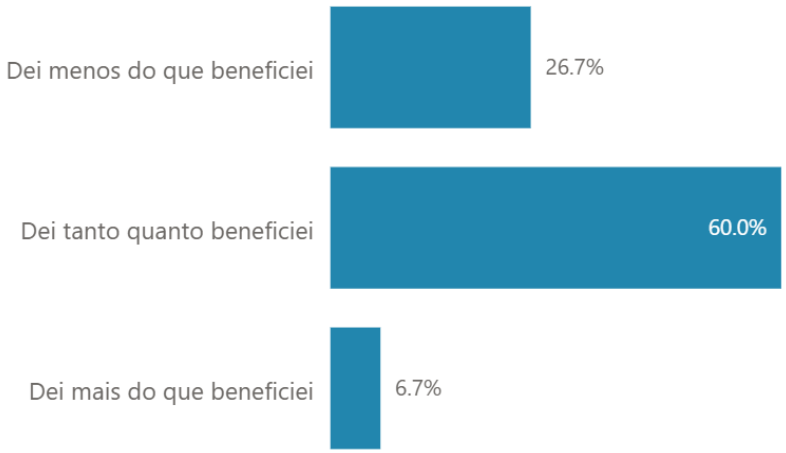


Como se pode constatar, os resultados são **muito positivos**, pois embora tenhamos **10%** de respostas que consideram que seria **fácil** encontrar outra ação semelhante, a esmagadora maioria tem opinião contrária: **77% consideram que seria difícil** ou **impossível** (os restantes afirmam não saber responder). Este resultado contribui para um **valor elevado no que respeita à peculiaridade**.

Deve e haver

Este elemento é muito importante no medidor da SDL, mas não foi considerado no caso dos beneficiários, uma vez que estes são o foco da ação e em que se pretende que estes apenas usufruam do impacto. O seu envolvimento foi em prol do próprio e os mesmos não pagaram nada pela ação. Mas normalmente é considerada a perceção, por parte do recetor da ação, sobre se deu (por exemplo, em termos de tempo dedicado) mais ou menos (ou o mesmo) do que aquilo que beneficiou (se entende que deu mais do que aquilo que beneficiou, o impacto não será atribuído de forma tão intensa ao promotor da ação).

Pensando na sua participação nesta ação, e tendo em conta tudo o que se passou, tudo o que deu (por exemplo, em termos de tempo dedicado) e tudo o que beneficiou, acha que globalmente deu menos do que beneficiou, deu tanto quanto beneficiou ou deu mais do que beneficiou?



Os resultados mostram que os colaboradores incidem mais as suas respostas nas afirmações **mais positivas**: no *beneficiou tanto quanto deu* e no *deu menos do que aquilo que beneficiou*. Apenas **7%** consideraram que **deram mais** do que aquilo que beneficiaram.

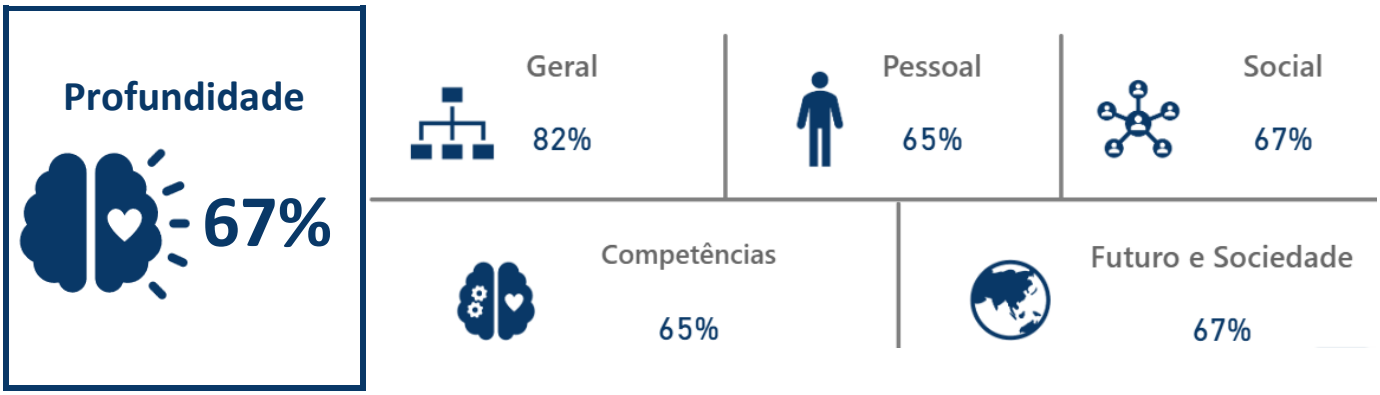
Este resultado contribui para um valor final muito mediano atribuído ao *deve e haver*.

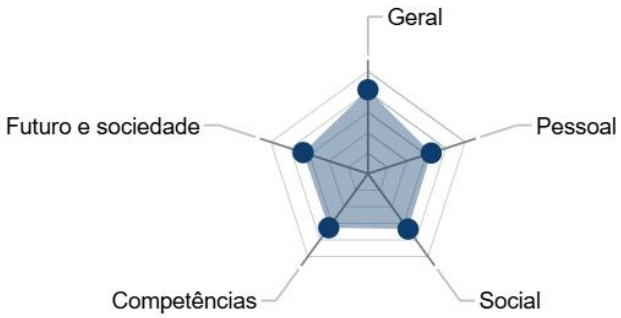
3.2.3. Impacto

Os resultados foram os seguintes:

Profundidade

Confirma-se o que foi dito anteriormente: o impacto foi **bastante elevado** junto dos colaboradores das organizações (**67%** de **Profundidade**).





A dimensão que apresenta impacto mais elevado é a **Geral** (**82%**), seguindo-se a **Social** e **Futuro e Sociedade** (ambas com **67%**).

Peculiaridade, Perenidade e Deve e Haver

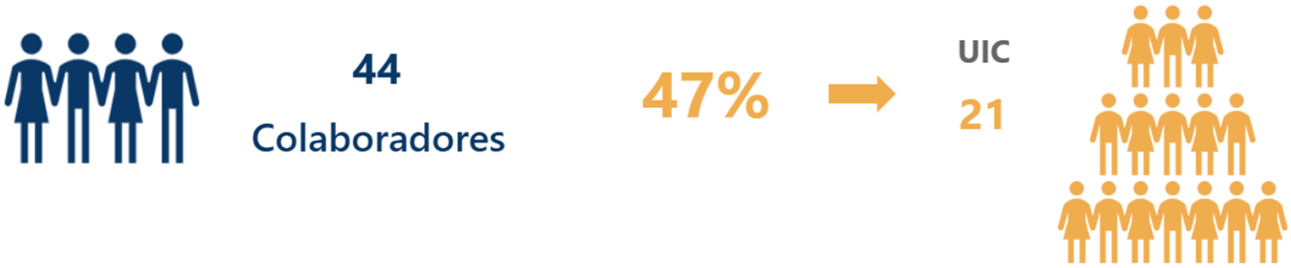
Peculiaridade	Perenidade	Deve e Haver
0.99	0.94	0.84

A **Peculiaridade** **varia entre 0.9 e 1.1**. Sendo, neste caso, **0.99**, tal significa que o projeto foi considerado de **relativa unicidade**.

A **Perenidade** corresponde a um corretor final do valor obtido pela profundidade. O valor **varia entre 0 e 1**, significando o primeiro que a perenidade não é nenhuma e o segundo que ela durará para sempre (toda a vida do beneficiário). Neste caso, o valor é muito elevado (**0.94**).

Por outro lado, existe ainda outro corretor no medidor **SLI2®**: **Deve e Haver**. Neste caso, e como se disse, o valor é positivo mas relativamente reduzido.

Resultado final



O valor é elevado e significa que, em média, cerca de **47% da vida de cada colaborador foi afetada por esta ação**. Este valor relativo pretende medir a **parte de cada** beneficiário **que foi mudada** devido ao **impacto da ação**.

3.3. Voluntários corporativos

3.3.1. Análise-resumo

Observa-se um **impacto bastante** elevado nos **colaboradores das empresas**, no que diz respeito aos resultados das medições da **profundidade**, sobretudo na dimensão **global**. Os valores são, inclusivamente, **superiores** aos apresentados pelos **colaboradores das organizações**.

Estes *stakeholders* apresentam um **valor final de impacto (relativo) elevado:** de **50%**. O valor significa que, em média, **50%** da vida de cada colaborador foi afetada por esta ação.

No que diz respeito à análise da **profundidade**, e perante os resultados da avaliação dos indicadores específicos, observamos que os valores **mais elevados** foram os seguintes:



Mudança em geral	8.3
Vontade em contribuir para a sociedade	7.9
Sentir-se mais ligado à comunidade & Conhecimento sobre o Setor Social	7.8

Em contrapartida, os mais baixos estiveram sobretudo ligados à área das **competências**.



Melhoria do seu currículo	6.2
Relação com pessoas próximas	6.4
Conhecimentos e competências técnicas	6.5

3.3.2. Análise descritiva

Os **voluntários corporativos** foram objeto de um questionário que envolveu perguntas acerca do **impacto das iniciativas promovidas pelo OCV n**a sua vida, em 5 dimensões fundamentais:



6. a **mudança em geral**
7. a **mudança na vida pessoal**
8. a **mudança** na **vida social** e no relacionamento com os outros
9. o **aumento das competências ou capacidades profissionais**
10. a **mudança** na **perceção relativa ao futuro**

Como anteriormente referido, os resultados dispõem de duas métricas: a **média** de avaliação obtida (de 0 a 10, sendo o valor médio 5) e as **Top 3 Boxes** (avaliações somadas nas categorias 8, 9 e 10).

No que diz respeito à análise da **profundidade**, os resultados são **muito positivos**, a *mudança em geral* apresentando um valor de **média superior a 8** e **nenhum valor inferior a 6**.

Quanto é que as iniciativas desenvolvidas pelo Oeiras Community Valley contribuíram para:

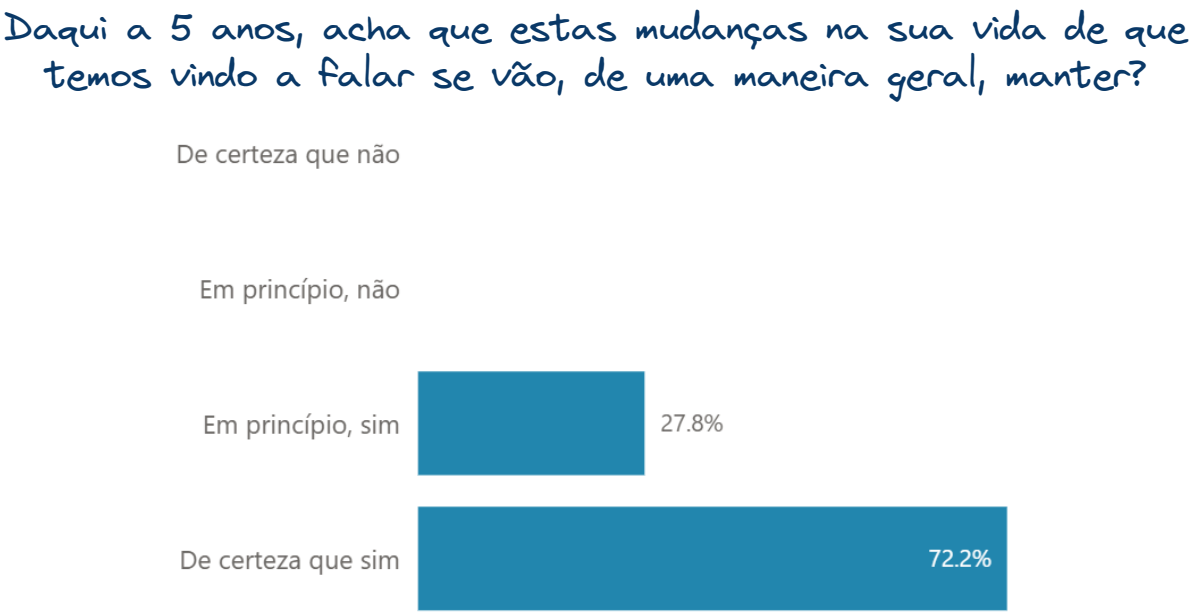
Subdimensão	Indicador	% T3B	Média
Geral	Mudança em geral	73.7%	**8.3**
Pessoal	Bem-estar, sentir melhor consigo	57.9%	7.6
	Autoestima e confiança em si	36.8%	6.8
	Motivação perante a vida	57.9%	7.5
	Realização pessoal	52.6%	7.5
	Capacidade de resolução de problemas / resiliência	42.1%	7.1
Social	Relação com pessoas próximas	42.1%	**6.4**
	Vontade em estar com as pessoas	47.4%	6.7
	Capacidade de trabalhar com outros	57.9%	7.3
	Empatia perante situações de vulnerabilidade	68.4%	7.6
	Sentir mais ligado à comunidade	63.2%	7.8
Competências	Motivação para trabalhar e realização profissional	52.6%	7.1
	Conhecimentos e competências técnicas	47.4%	**6.5**
	Soft skills	52.6%	6.9
	Melhoria do seu currículo	47.4%	**6.2**
	Conhecimentos em geral	47.4%	6.8
Futuro e sociedade	Acreditar que a sua vida vai ser melhor	42.1%	6.9
	Vontade em contribuir para a sociedade	68.4%	7.9
	Conhecimento sobre o Setor Social	73.7%	7.8
	Preocupação com o meio-ambiente	52.6%	6.8
	Adoção de hábitos diários mais responsáveis	52.6%	6.6

As avaliações mais elevadas incidiram nas subdimensões **geral**, sobretudo o indicador *mudança em geral*, como já foi referido, e **pessoal**. Aliás, é necessário esclarecer que, neste universo, existe um pouco mais heterogeneidade do que no anterior. Não tanto pelas subdimensões com resultados mais elevados, praticamente equivalentes, mas pela subdimensão que evidencia valores ligeiramente mais baixos: a das competências.

Tal como foi referido anteriormente, verifica-se, por parte destes respondentes, um elevado **impacto**, mesmo superior ao do universo anterior.

Vejamos o resultado de mais algumas dimensões.

Perenidade



Esta pergunta, muito importante, diz respeito à *perenidade*. Podemos observar que existe uma percentagem reduzida (**28%**) de respostas positivas de média intensidade (*em princípio, sim*), podendo concluir-se que o resultado final é **muitíssimo elevado**, não só porque a **totalidade das respostas são positivas**, mas sobretudo porque a categoria de **intensidade mais elevada** obtém uma percentagem de **72%**.

Peculiaridade

No que diz respeito à **peculiaridade**, o valor obtido é bastante **menos positivo**.

Se esta ação não tivesse existido, teria sido fácil ou difícil para si encontrar outra semelhante?



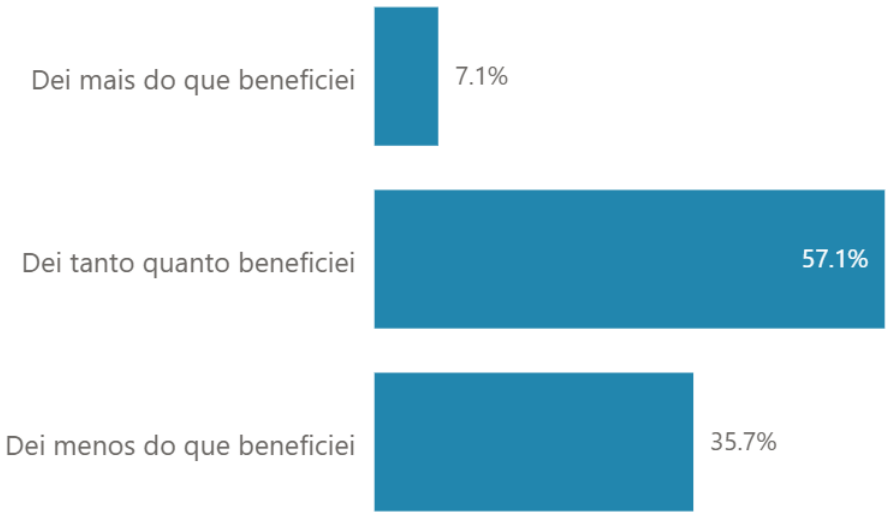
Como se pode constatar, observa-se uma maioria de **57%** de respondentes que consideram que seria **fácil** encontrar outra ação semelhante, e só **43%** consideram que seria **difícil** (nenhum voluntário corporativo considerou impossível).

Este resultado contribui para um **valor mais reduzido** no que respeita a **peculiaridade**.

Deve e haver

Também neste universo se abordou este importante elemento do medidor da SDL.

Pensando na sua participação nesta ação, e tendo em conta tudo o que se passou, tudo o que deu (por exemplo, em termos de tempo dedicado) e tudo o que beneficiou, acha que globalmente deu menos do que beneficiou, deu tanto quanto beneficiou ou deu mais do que beneficiou?



Os resultados mostram que os colaboradores das empresas apresentaram um resultado muito semelhante aos das organizações.

Os resultados mostram que os voluntários corporativos incidem mais as suas respostas nas afirmações **mais positivas**: no *beneficiou tanto quanto deu* e no *deu menos do que aquilo que beneficiou*. Apenas **7%** consideraram que deram **mais** do que aquilo que beneficiaram.

Este resultado contribui para um valor final muito mediano atribuído ao *deve e haver*, tal como no caso dos colaboradores das organizações.

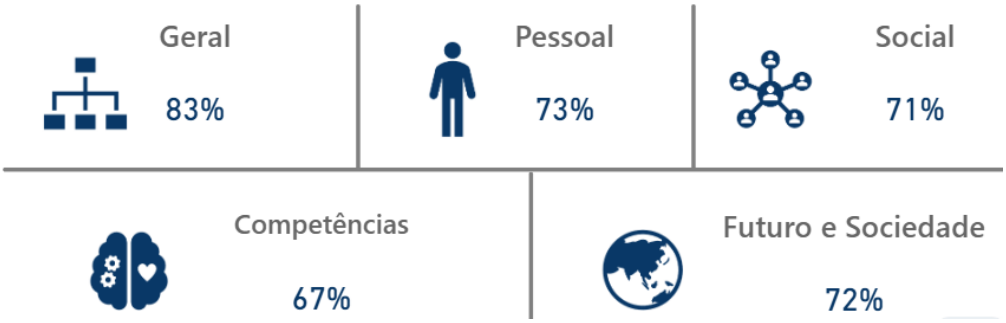
3.3.3. Impacto

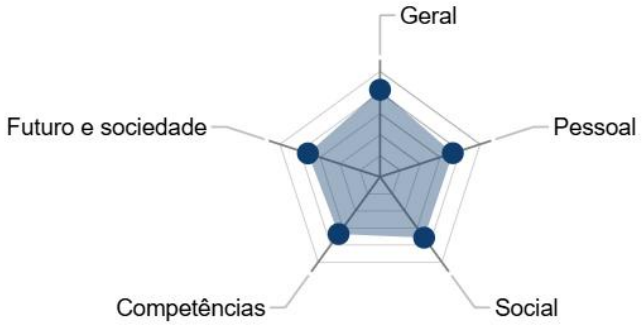
Os resultados foram os seguintes:

Profundidade

Confirma-se o que foi referido anteriormente: o impacto foi **bastante elevado** junto dos voluntários corporativos (**71%** de **Profundidade**).







A dimensão que apresenta impacto mais elevado é a **Geral** (**83%**), seguindo-se a **Pessoal** (**73%**) e as restantes, com valores semelhantes e **superiores a 70%**, exceto a relativa às **Competências**, com um valor um pouco mais reduzido(**67%**).

Peculiaridade, Perenidade e Deve e Haver

Peculiaridade	Perenidade	Deve e Haver
0.94	0.97	0.85

A **Peculiaridade** **varia entre 0.9 e 1.1**. Sendo, neste caso, **0.94**, tal significa que o projeto foi considerado de **reduzida unicidade**.

A **Perenidade** corresponde a um corretor final do valor obtido pela profundidade. O valor **varia entre 0 e 1**, significando o primeiro que a perenidade não é nenhuma e o segundo que ela durará para sempre (toda a vida do beneficiário). Neste caso, o valor é muito elevado (**0.97**).

Por outro lado, existe ainda outro corretor no medidor **SLI2®**: **Deve e Haver**. Neste caso, e como se disse, o valor é positivo mas **relativamente baixo**.

Resultado final



Assim, chegamos a um **valor final de impacto** (relativo) de **50%**.

O valor é elevado e significa que, em média, cerca de **50%** da vida de cada voluntário foi afetada por esta ação. Este valor relativo pretende medir a parte de cada voluntário que foi mudada devido ao impacto da ação.

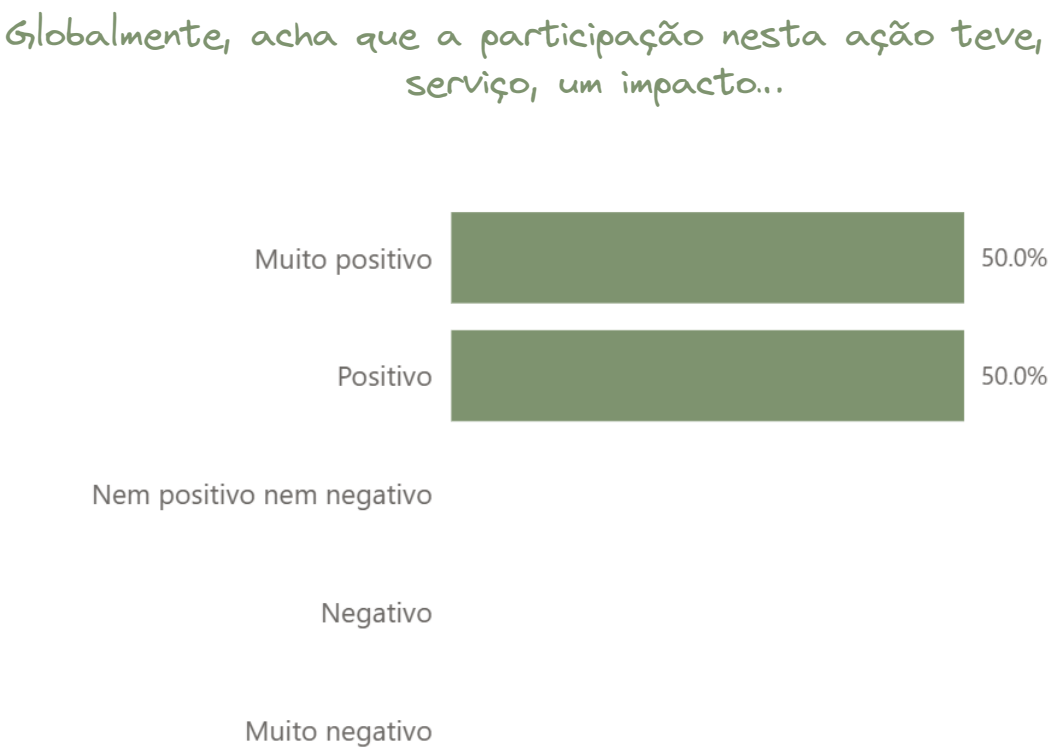
3.4. Estratégia e sustentabilidade

Neste capítulo, apresenta-se o impacto relativo a duas entidades coletivas:



As métricas apresentadas serão as mesmas das dos capítulos anteriores: **médias** e **percentagens** (de **Top 3 Boxes**, uma vez que as escalas de avaliação aplicadas a estes universos variaram de 0 a 10) obtidas em todos os itens das perguntas aplicadas. Como foi referido anteriormente (ver notas sobre "*O impacto incide sobre as pessoas"*), não serão apresentadas quaisquer medidas de Impacto Social, uma vez que os beneficiários, nestes casos, são entidades coletivas.

3.4.1. Serviços Municipais



Como se pode observar, as respostas a esta pergunta globalizante não apresentam o máximo de satisfação, embora o resultado seja **muito positivo**.

Até que ponto acha que a participação nesta ação contribuiu para...

Subdimensão	Indicador	% T3B	Média
Geral	Qualidade do desempenho	62.5%	7.1
Colaboradores 	Competência dos colaboradores	25.0%	5.1
	Comunicação e entreajuda dos colaboradores	37.5%	5.9
	Empenho dos colaboradores	25.0%	6.0
	Ambiente de trabalho	37.5%	6.0
Qualidade 	Alinhada com os objetivos	62.5%	7.1
	Prestígio perante a comunidade	50.0%	**7.3**
	Qualidade e eficiência	37.5%	7.1
Impacto 	Proximidade com a comunidade em geral	50.0%	7.1
	Proximidade com os munícipes e instituições	50.0%	7.1
	Impacto social	50.0%	**7.3**

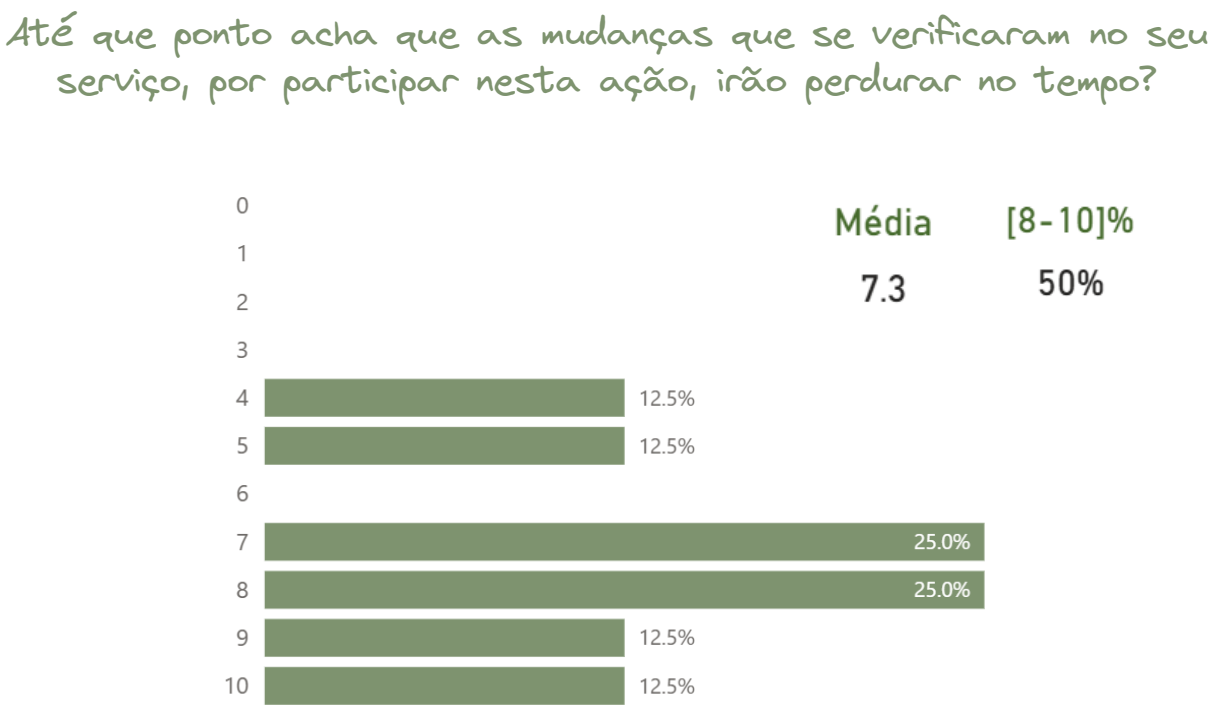
Relativamente ao impacto na **qualidade do desempenho** do serviço, a média obtida foi de **7.1**, o que é muito positivo.

No que diz respeito às restantes subdimensões, como é possível constatar, as **médias são relativamente elevadas**, à exceção da subdimensão **Colaboradores**, na qual as médias oscilam entre **5.1** e **6.0**. Nos restantes indicadores (das duas outras subdimensões), as médias são **mais elevadas** (sempre acima de **7.0**) e todas muito semelhantes. As médias mais elevadas foram:

Prestígio perante a comunidade

Impacto social

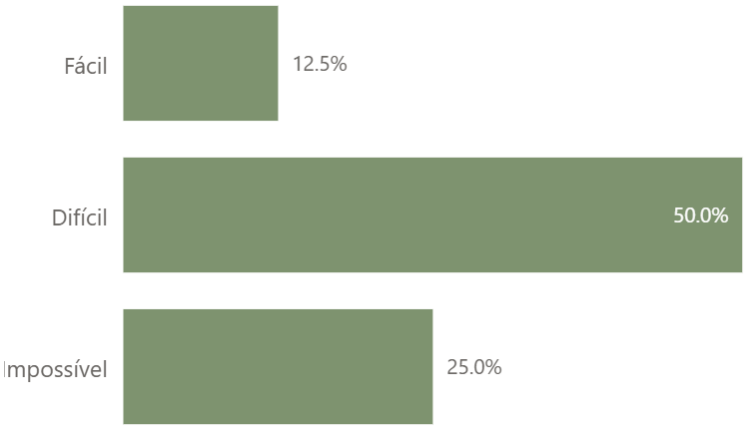
Perenidade



Esta pergunta diz respeito à *perenidade* e obtém uma média claramente **positiva** (de **7.3**). Assim, é possível destacar uma **per ceção elevada de perenidade**.

Peculiaridade

Se esta ação não tivesse existido, teria sido fácil ou difícil para o seu serviço encontrar outra alternativa semelhante?

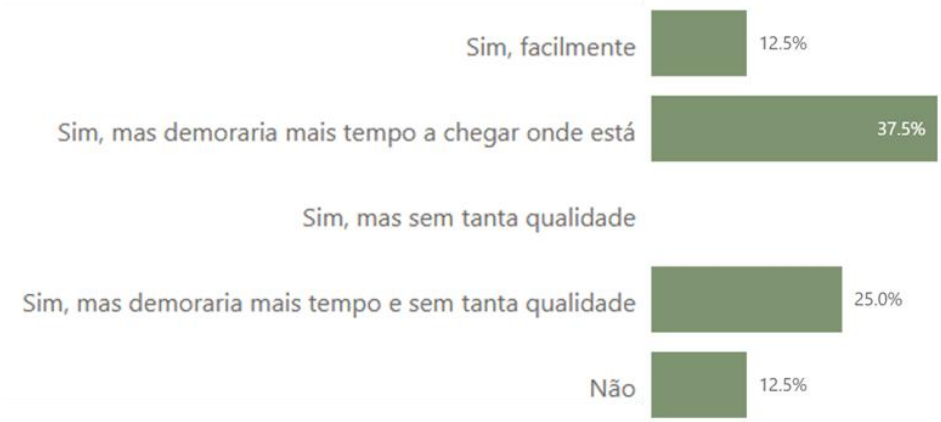


Neste caso, relativamente a este indicador que avalia a peculiaridade da ação, volta a observar-se um **valor elevado**, mas **não máximo**, uma vez que existiram respostas "**fácil**" (**13%**).

Outras dimensões

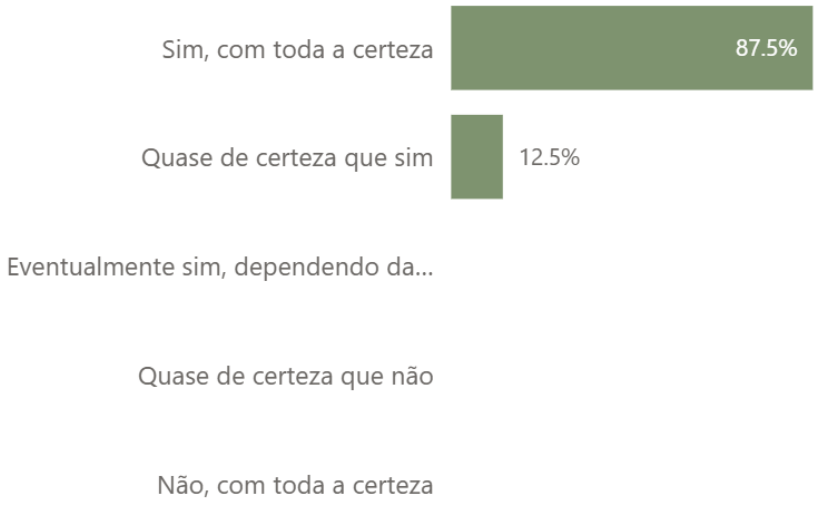
Foram realizadas outras perguntas, um pouco diferentes das aplicadas aos universos anteriores, mas que nos ajudam a compreender melhor o impacto nestes dois universos (que não vão ter, por razões já explicadas, o capítulo da medição de impacto relativa ao **SLI2 – Social data Lab Impact Index®**).

Em termos de contributo social para a sociedade, até que ponto acha que o seu serviço teria encontrado maneira de realizar outra ação com efeitos semelhantes?

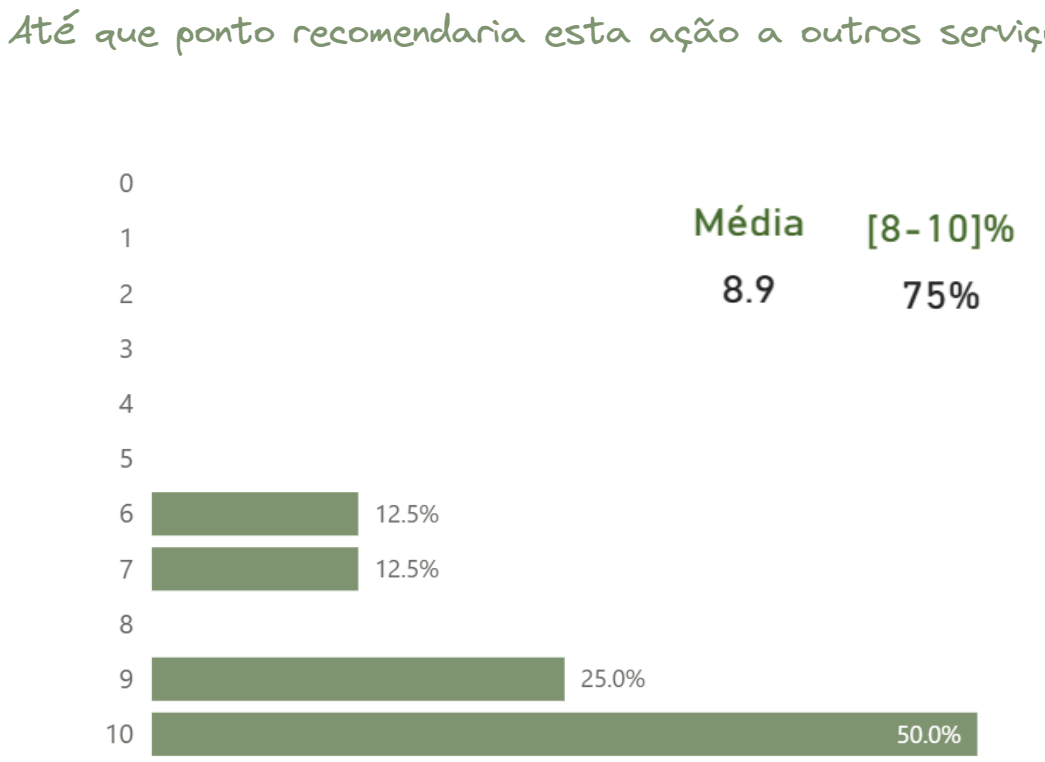


Esta outra forma de abordar a *peculiaridade* mostra a **viabilidade de realizar a ação por meios próprios** do serviço. Assim, apresenta uma perceção pouco favorável da peculiaridade, uma vez que apenas **13%** dos inquiridos responderam que **não seria possível**.

Se voltasse atrás, sabendo o que sabe hoje, acha que o seu serviço participaria novamente nesta ação?



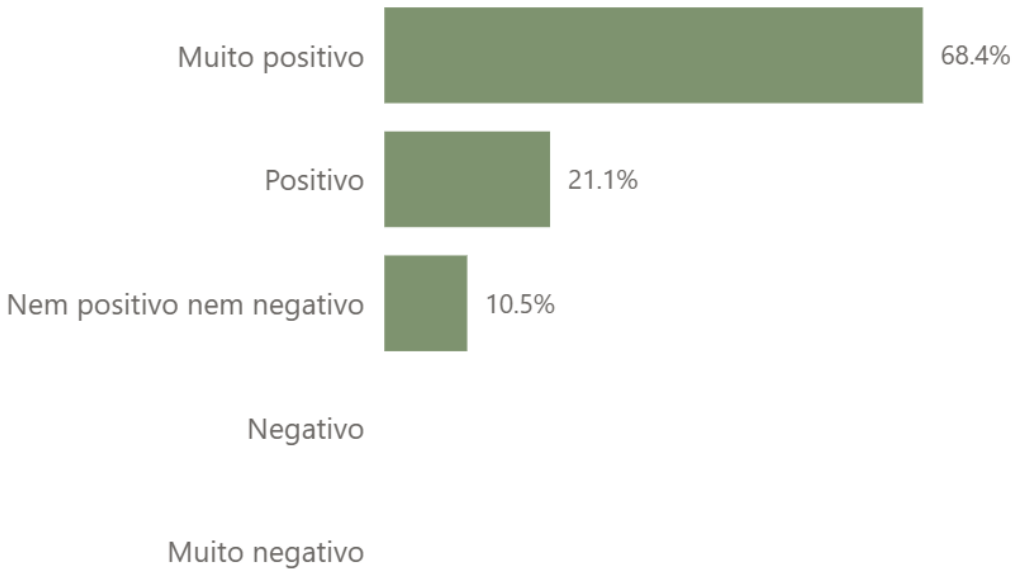
Como se pode observar, as respostas a esta pergunta revelam um nível de satisfação muito próximo do máximo (a totalidade das respostas positivas e apenas **13%** afirmou *quase de certeza que sim*).



Esta pergunta de recomendação obtém uma média **muito elevada**, de **8.9** e permite calcular uma métrica muito utilizada nas grandes empresas. O valor de **NPS** (Net Promoter Score) é muito elevado: **atinge os 62.5%** (isto porque aos **75%** de inquiridos que deram uma avaliação de 9 ou 10, o que os coloca no grupo analítico dos "promotores", devemos subtrair os **12.5%** de indivíduos que responderam 6 e que os coloca no grupo analítico dos "detratores").

3.4.2. Empresas

Globalmente, acha que a participação nesta ação teve, na sua empresa, um impacto...



Como podemos observar, as respostas são **muito positivas**, pois **68%** dos inquiridos dão a resposta melhor possível.

Até que ponto acha que a participação nesta ação contribuiu para...

Subdimensão	Indicador	% T3B	Média
Geral	Qualidade do desempenho	68.4%	**8.2**
Financeiro	Economizar custos	42.1%	7.4
	Economizar recursos	47.4%	6.8
	Vendas no futuro	36.8%	6.3
	Acesso a parcerias e financiamentos externos	31.6%	6.1
	Mitigação de riscos legais ou regulatórios	42.1%	6.6
Diferenciação	Visão e objetivos	52.6%	7.5
	Estratégia e tomada de decisão futura	42.1%	6.5
	Prestígio/reputação na comunidade	52.6%	7.7
	Prestígio/reputação junto de clientes	52.6%	7.2
	Vantagem competitiva e diferenciação	47.4%	6.6
Impacto	Retenção e lealdade dos clientes	31.6%	**5.8**
	Satisfação e retenção dos colaboradores	42.1%	7.2
	Atração e recrutamento de talento	36.8%	6.4
	Proximidade com a comunidade em geral	68.4%	**8.3**
	Desempenho em sustentabilidade e impacto social	68.4%	**8.4**

Relativamente ao impacto do OCV na **qualidade do desempenho** da empresa, a média é muito elevada (de **8.2**).

No que diz respeito às restantes dimensões, como é possível constatar, as **médias são elevadas**, e são-no na **generalidade das dimensões**. As médias mais elevadas foram:

Desempenho em sustentabilidade e impacto social

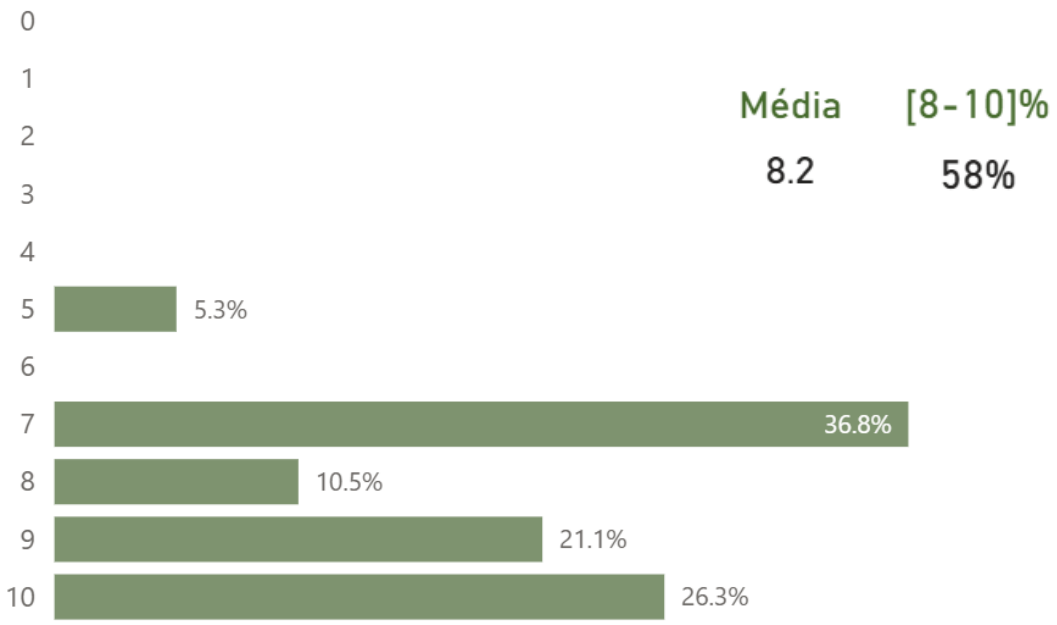
Proximidade com a comunidade em geral

Qualidade do desempenho

De notar que a subdimensão do **Impacto** apresenta bastante heterogeneidade, com os indicadores mais fortes (*Desempenho em sustentabilidade* – 8.4 – e *Proximidade com a comunidade* – 8.3), mas também com os indicadores mais fracos (sobretudo a *Retenção e lealdade dos clientes* – 5.8).

Perenidade

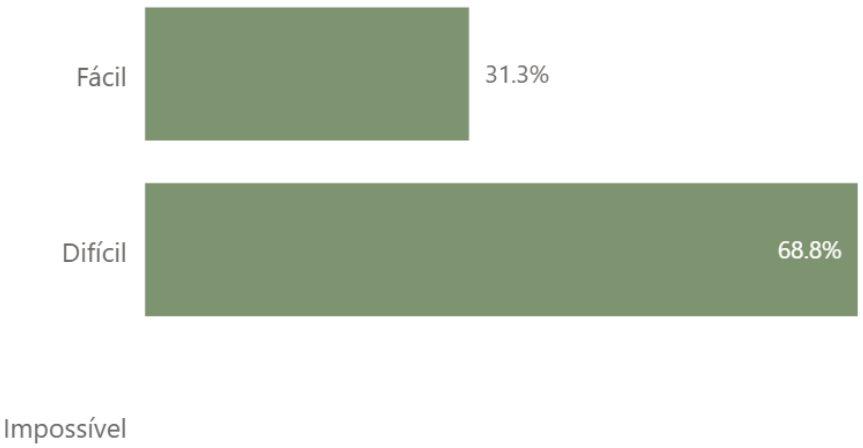
E, na mesma escala, até que ponto acha que as mudanças que se verificaram na sua empresa, por participar nesta ação, irão perdurar no tempo?



Esta pergunta diz respeito à *perenidade* e obtém uma **média elevada** (de **8.2**). Assim, podemos apontar uma **perceção elevada de perenidade**.

Peculiaridade

Se esta ação não tivesse existido, teria sido fácil ou difícil para a sua empresa encontrar outra alternativa semelhante?

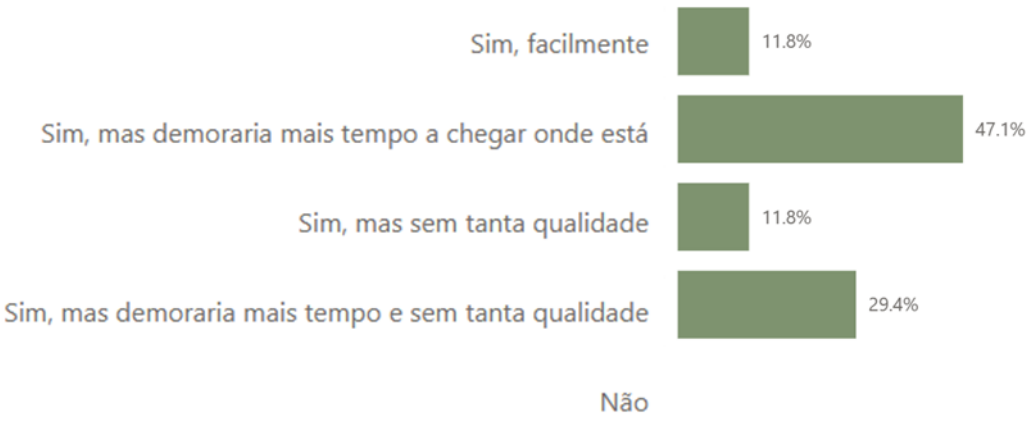


No caso da *peculiaridade*, também observamos respostas **bastante positivas**, pois a maioria (**69%**) acha que seria **difícil**.

Outras dimensões

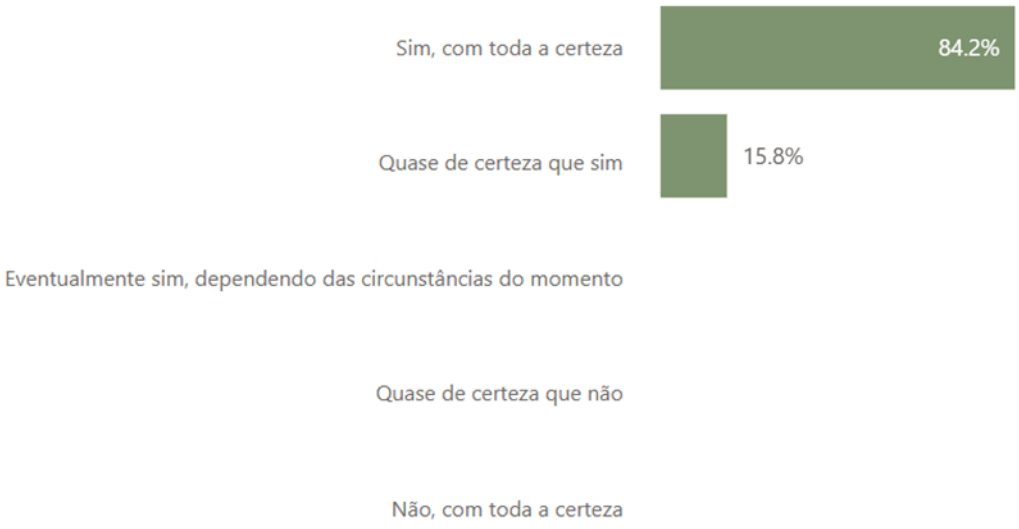
Também neste caso foram realizadas outras perguntas, um pouco diferentes das aplicadas aos universos anteriores, mas que nos ajudam a compreender melhor o impacto nestes dois universos (que não vão ter, por razões já explicadas, o capítulo da medição de impacto relativa ao **SLI2 – Social data Lab Impact Index®**).

Em termos de contributo social para a sociedade, até que ponto acha que a sua empresa teria encontrado maneira de realizar outra ação com efeitos semelhantes?



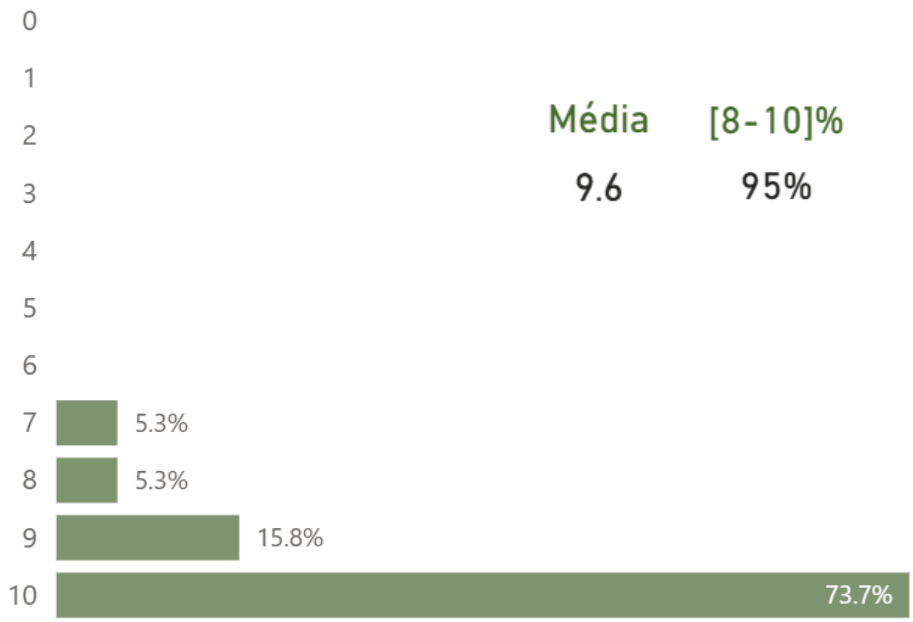
Nesta outra forma de abordar a *peculiaridade*, isto é, através da hipótese de se realizar a ação por meios próprios da empresa, os resultados apresentam-se mais frágeis que os da pergunta anterior, tal como aconteceu no universo dos Serviços Municipais: pois **nenhum** respondente afirmou **conseguir chegar até onde chegou sem o contributo do OCV**.

Se voltasse atrás, sabendo o que sabe hoje, acha que a sua empresa participaria novamente nesta ação?

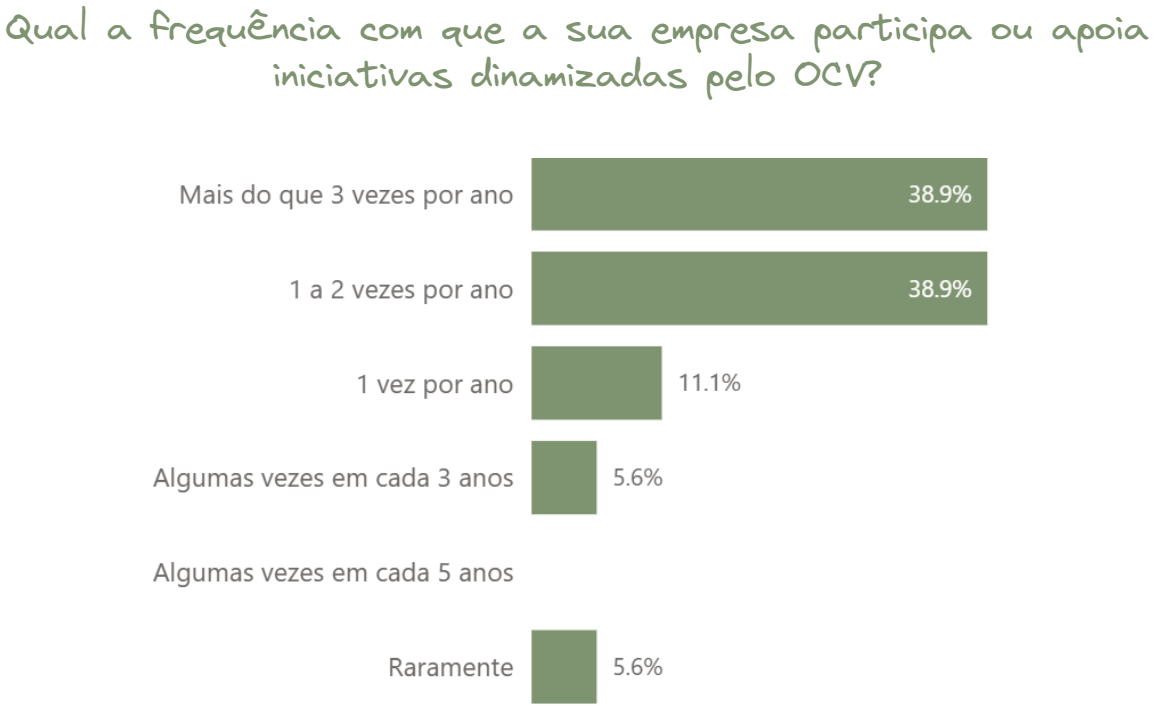


Como se pode observar, as respostas, nesta pergunta, voltam a atingir um nível **muito elevado de satisfação**.

Até que ponto recomendaria esta ação a outras empresas?

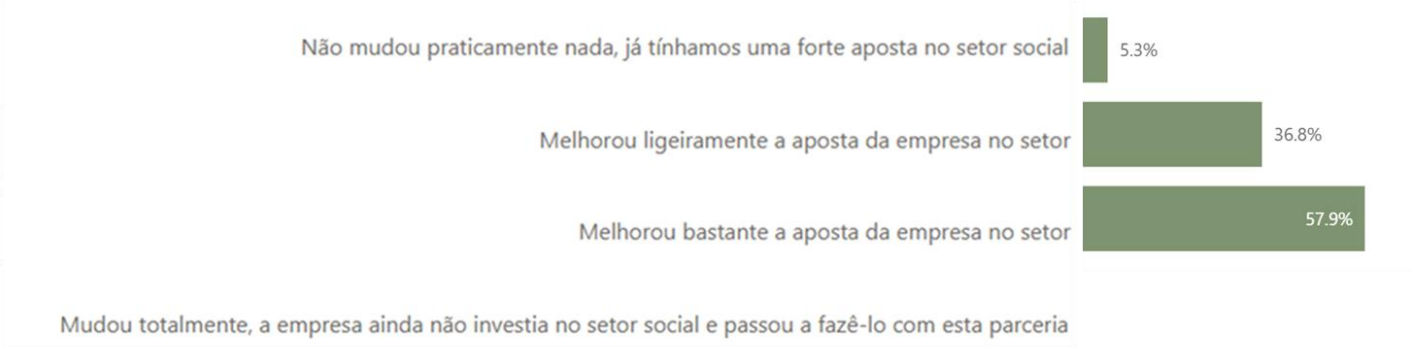


Esta pergunta obtém uma média **muito elevada**, com o **NPS** (Net Promoter Score) superior ao do universo anterior, de **90%** (percentagem dos inquiridos que deram uma avaliação de 9 ou 10, o que os coloca no grupo analítico dos "promotores", não existindo casos de "detratores", ou seja, de avaliações entre 0 e 6).



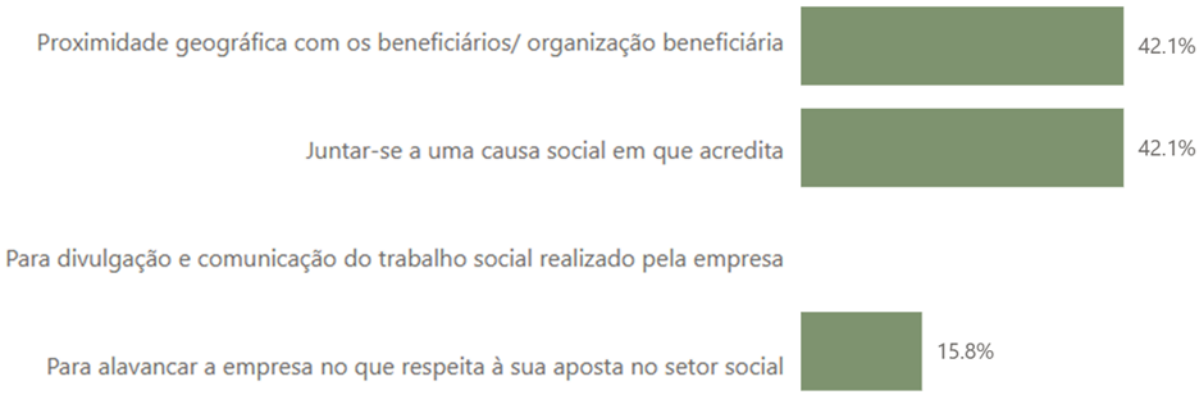
As respostas a esta pergunta revelam que uma **maioria forte** (**78%**) identificou uma **frequência superior a 1 vez por ano**.

De que forma a parceria do OCV veio alavancar o investimento da sua empresa em ações de RS?



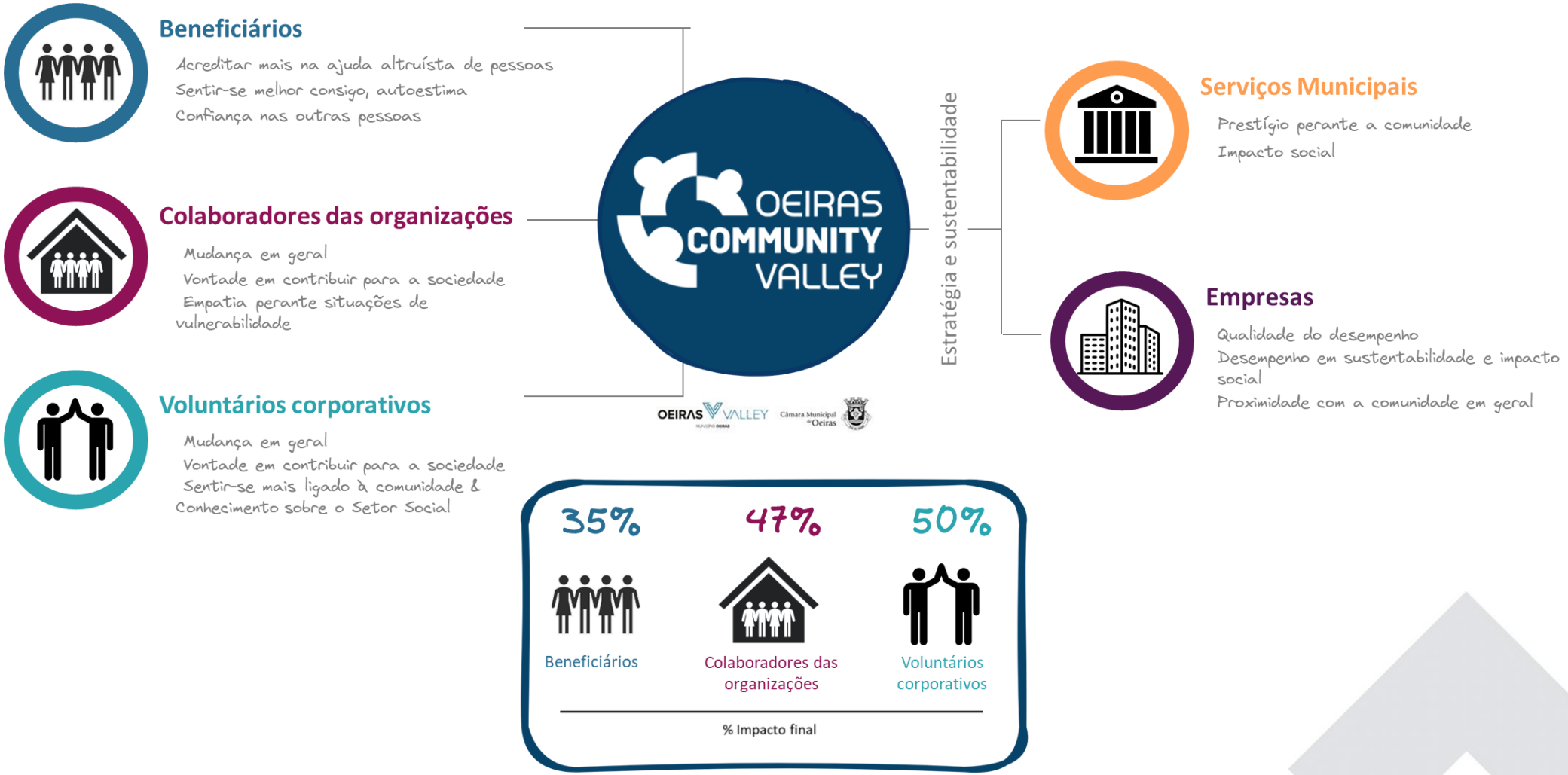
Pode-se considerar que as respostas a esta pergunta **são positivas**, uma vez que a ação **aproximou as empresas do setor social**, com **58%** a referir que **melhorou bastante** a aposta da empresa no setor.

Qual a motivação da sua empresa para colaborar com o OCV nesta contribuição para o setor social?



As respostas são algo **variadas**, mas concentram-se na **proximidade geográfica** e na intenção de **juntar-se a uma causa social em que acredita** (**42.1%**).

3.5. Infografia com principais destaques



3.6. Eixos de evolução identificados pela avaliação de impacto

A análise qualitativa realizada permitiu identificar um conjunto de reflexões estruturantes sobre o papel da doação, os limites das respostas de carácter pontual e, sobretudo, a necessidade de promover relações mais duradouras entre empresas e instituições do setor social. Tornou-se claro que a doação não deve ser encarada como um fim em si mesma; pelo contrário, apenas adquire significado pleno quando contribui para a geração de um **impacto social efetivo e sustentável ao longo do tempo**. Este entendimento conduz a uma distinção essencial entre **ajuda imediata** e **impacto duradouro**. A simples oferta de bens disponíveis nas empresas, ou provenientes de excedentes ocasionais, não garante, por si só, uma contribuição relevante para a missão das organizações parceiras. Para que uma iniciativa tenha verdadeiro alcance social, é necessário que responda a **necessidades reais** da comunidade, que os recursos disponibilizados sejam **úteis** e adequados aos beneficiários e que gerem **efeitos que perdurem** para além do momento da entrega.

Neste contexto, torna-se evidente a importância de repensar e, em alguns casos, redefinir determinadas características da atuação do OCV, de modo a assegurar que o modelo de intervenção promove impacto sustentado. Este é um ponto que exige reflexão cuidada e profunda, sobretudo à luz dos resultados da fase quantitativa, que revelam níveis de impacto relativamente reduzidos em várias dimensões. Estes resultados corroboram as conclusões da análise qualitativa e reforçam a necessidade de consolidar uma abordagem **mais estratégica**, orientada para a **continuidade das relações**, para a **adequação** das respostas e para a **criação de valor social a longo prazo**.

Importa recordar que a medição de impacto cumpre precisamente este propósito: identificar **eixos de atuação prioritários**, revelar **oportunidades de melhoria contínua** e apoiar a **tomada de decisão** informada. Os resultados agora obtidos sinalizam com clareza o caminho a seguir, evidenciando que a evolução do trabalho do OCV passa, inevitavelmente, por fortalecer práticas que assegurem **impacto profundo**, **relevante** e **duradouro** nas comunidades onde atua.

4. Bibliografia principal

1. Ainsaar M. (2008). Support of the society, trust, health and income as factors of life satisfaction for children and parents in 13 countries in Europe. In: Estonia in European Comparison, Tallinn: Ministry of Social Affairs, the Republic of Estonia

2. Bericat E. (2013). The Socioemotional Well-Being Index (SEWBI): Theoretical Framework and Empirical Operationalisation

3. Bill and Melinda Gates Foundation (2008). Measuring and/or estimating social value creation: Insights Into Eight Integrated Cost Approaches

4. Boye K. (2011). Work and Well-being in a Comparative Perspective – The Role of Family Policy. European Sociological Review, 27

5. Crane, A., McWilliams, A., Matten, D., Moon, J., Stegel, D. (2008). The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility. Oxford University Press

6. Epstein, M. J., Roy, M-J. (2001). Sustainability in Action: Identifying and Measuring the Key Performance Drivers. ELSEVIER

7. European Commission (2014). Proposed Approaches to Social Impact Measurement in European Commission legislation and in practice relating to: EuSEFs and the EaSI

8. Habisch, A., Jonker, J., Wegner, M., Schmidpeter, R. (2005). Corporate Social Responsibility across Europe. Springer

9. Henriques, A. (2010). Corporate Impact: measuring and managing your social footprint. Earthscan

10. Kaasa A., Kaldaru H. (2009). Subjective and objective indicators of well-being. In: Estonian Human Development Report 2008, Tallinn: Eesti Koostöökogu

11. Nações Unidas (2015). Guia sobre Desenvolvimento Sustentável

12. New Economics Foundation (NEF) e The All Party Parliamentary Group on Wellbeing Economics (2014). Wellbeing in four policy areas: Report by the All-Party Parliamentary Group on Wellbeing Economics

13. New Economics Foundation (NEF) (2015). People, planet, power: Towards a new social settlement

14. New Economics Foundation (NEF), Univeristy of Cambridge e City University London (2016). Looking through the wellbeing kaleidoscope

15. New Philanthropy Capital (NPC) (2012). Theory of Change: The beginning of making a difference

16. OCDE. Better Life Index, Disponível em: http://www.oecdbetterlifeindex.org/#/11111111111

17. OECD (2008). Handbook on constructing composite indicators: methodology and user guide

18. Plataforma para o Crescimento Sustentável (2012). Relatório para o crescimento sustentável

19. United Nations Development Programme (UNDP), Selecting Indicators for Impact Evaluation

20. Valente Rosa, M., Bacelar-Nicolau, L., & Ferreiro, M. de F. (2025). Social responsibility and its impact: A methodological proposal. *Methodological Innovations*. https://doi.org/10.1177/20597991251383745

21. Vollono, R. (2010). Doing well by doing good: the empirical relationship between corporate social responsibility and financial performance. ProQuest

5. Anexos

5.1. Questionários

A seguinte matriz ilustra os *stakeholders* envolvidos e sobre quem/o quê eles avaliaram o impacto:

	… respondem sobre:		
	Próprios	**Beneficiários**	**Estratégia**
Beneficiários		X	
Colaboradores das organizações sociais	X	X	
Colaboradores das empresas (voluntários)	X		
Serviços Municipais		X	X
Empresas			X

Links para aceder aos questionários:

Questionário aplicado em papel, presencialmente:

- Beneficiários

Questionários aplicados online:

- https://socialdatalab.pt/questionario/OCV_colaboradores_empresas.html
- https://socialdatalab.pt/questionario/OCV_colaboradores_organizacoes.html
- https://socialdatalab.pt/questionario/OCV_servicos_municipais.html
- https://socialdatalab.pt/questionario/OCV_Empresas.html

5.2. Declaração de consentimento (inquérito aos beneficiários)

PARTICIPAÇÃO NA INVESTIGAÇÃO

A CMO, através do Oeiras Community Valley, tem em curso uma consultoria com a Social Data Lab para construção de um modelo de avaliação de impacto social. O objetivo é elaborar uma estratégia que permita **ultrapassar alguns obstáculos** e **melhorar alguns aspetos** para que o Oeiras Community Valley possa prestar um melhor apoio à sua comunidade, no futuro.

Neste contexto, foi escolhida para projeto piloto do referido modelo, a **Campanha de Natal** (promovida pelo Oeiras Community Valley), através da qual o(a) senhor(a) foi beneficiário(a). **Todas as perguntas dizem respeito a esta ação específica.** Vamos fazer-lhe um conjunto de perguntas para perceber até que ponto a Campanha de Natal o(a) ajudou na sua vida, ou seja, até que ponto contribuiu para a sua vida ser melhor.

Este estudo será realizado pela Social Data Lab, uma empresa independente, por forma a garantir completa isenção e anonimato da informação. As entrevistas serão moderadas por uma pessoa da Social Data Lab, especializada em estudos de mercado.

A Social Data Lab garante que, à equipa do Oeiras Community Valley, serão reportadas única e exclusivamente informações agregadas, ou seja, não serão partilhadas informações individualizadas de cada beneficiário. A Social Data Lab compromete-se a utilizar a informação a que tiver acesso única e exclusivamente para os fins deste estudo e a não divulgar, em nenhuma circunstância, resultados individuais dos beneficiários.

A Social Data Lab compromete-se a aplicar as regras relativas à proteção das pessoas singulares no que diz respeito ao tratamento e circulação de dados, previstas no Regulamento (EU) 2016/679 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 27 de abril de 2016 (Regulamento Geral de Proteção de Dados).

A SUA OPINIÃO É FUNDAMENTAL. OBRIGADO PELA SUA COLABORAÇÃO.

DECLARAÇÃO DE CONSENTIMENTO

Eu, abaixo-assinado, (nome completo do participante) _____

_____, compreendi a explicação que me foi fornecida acerca da minha participação na investigação que se pretende realizar.

Foi-me dada oportunidade de fazer as perguntas que julguei necessárias e de todas obtive resposta totalmente satisfatória. Foi-me afirmado que tenho o direito de recusar a todo o momento a minha participação no estudo, sem que isso possa ter como efeito qualquer prejuízo pessoal ou profissional.

Data: _____

Assinatura do participante: _____

5.3. Propriedade intelectual

A **propriedade intelectual** do modelo pertence à **Social Data Lab** e decorre diretamente do seu estimador **SLI2®**, nomeadamente da componente **Comunidade Específica**. O modelo usa conceitos e processos que são propriedade da **Social Data Lab**, nomeadamente o **SDL Triplo P**. Neste sentido, o **Câmara Municipal de Oeiras** deverá referenciar o nome da **Social Data Lab** cada vez que o modelo seja publicamente referido ou apresentado.

5.4. Glossário

Deve e haver (indicador)	Indica se, depois de tudo, a pessoa acha que ficou, ou não, em sensação de dívida para com a ação.
Grau de vulnerabilidade (indicador)	Severidade da situação do beneficiário, no momento em que este iniciou a ação.
Impacto social	Conjunto dos efeitos de médio-longo prazo (junto de pessoas ou do ambiente) que resultam da atividade, do funcionamento, de uma organização.
Impacto social direto	Toda a mudança perene gerada por uma organização – por via da sua responsabilidade e ação direta no terreno.
Impacto social indireto	Toda a mudança perene gerada por uma organização por via do seu apoio a uma outra organização.
Peculiaridade (indicador)	Escala de unicidade da ação, tendo em conta a probabilidade teórica de o beneficiário encontrar, ou não, uma outra organização que possa fornecer um benefício semelhante, em condições semelhantes.
Perenidade (indicador)	Durabilidade do impacto, tempo estimado em que o beneficiário poderá usufruir do benefício recebido.
Profundidade (indicador)	Grau com que a ação afeta a vida dos beneficiários, dimensão ou importância da mudança estimada em cada um dos beneficiários, na sua vida.

Responsabilidade social	Ações voluntárias, e por vezes conjunturais, que uma organização desenvolve, ações essas que devem estar para além do que é obrigatório por lei.
SDL Triplo P	Índice constituinte do modelo de avaliação, que integra os indicadores **Profundidade**, **Perenidade** e **Peculiaridade**.
Stakeholders	Partes interessadas afetadas pela atividade de uma organização.
Tipo de impacto	Área a que os projetos/ações sociais pertencem (as ações pertencem frequentemente a mais de uma área). A **Social Data Lab** contempla **7 tipos de impacto** diferentes: **1.** Usufruto de bens de primeira necessidade (limitado no tempo e associado a medidas corretivas) **2.** Bem-estar e desenvolvimento pessoal, autoestima, força, confiança em si **3.** Bem-estar social, integração social, prevenção contra comportamentos de risco **4.** Saúde **5.** Educação profissional, desenvolvimento de capacidades, autossuficiência, autonomia **6.** Desenvolvimento económico (ter um trabalho; ganhar mais) **7.** Arte e cultura, conhecimento, saber.
UICs	**U**nidades de **I**mpacto **C**ompleto, ou seja, **número de stakeholders impactados na sua totalidade**.
Valor absoluto	Valor de intensidade de impacto medido em UICs. Este tipo de valor permite a comparabilidade entre organizações e/ou projetos.
Valor relativo	Valor de intensidade de impacto, que oscila entre 0% e 100%, e que permite uma apreciação absoluta da própria organização.