RELATÓRIO DE ATIVIDADE | 2025

PROGRAMA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL - OEIRAS COMMUNITY VALLEY

OEIRAS VALLEY

Câmara Municipal de Oeiras

Documento elaborado por:

Beatriz Costa
Isabel Martins
Isabel Ranito

Julho, 2026

índice

0. Enquadramento e objetivos

1. Análise Geral 2025

2. Tipologia de apoio

3. Campanhas anuais

4. Network e conhecimento

6. Prémios e Distinções

7. Objetivos e Plano 2026



Oeiras Community Valley - Responsabilidade Social Corporativa

ENQUADRAMENTO E OBJETIVOS | 2025

OEIRAS COMMUNITY VALLEY

OEIRAS COMMUNITY VALLEY







Rede Colaborativa de Responsabilidade Social Corporativa

A Rede Colaborativa de Responsabilidade Social Corporativa (RSC) - Oeiras Community Valley (OCV) - constitui um pilar estratégico da atuação institucional do Município de Oeiras, orientando a definição e implementação de iniciativas que contribuem para o desenvolvimento sustentável e para a valorização da comunidade local.

O OCV enquanto Agente de Transformação Social

O OCV afirmou-se, em 2025, como um agente de transformação social, articulando de forma dinâmica a cooperação entre o Município, o setor privado e as organizações locais. Esta colaboração multissetorial visa a construção de um modelo de desenvolvimento inclusivo e resiliente, consolidando o OCV como uma referência de boas práticas no fortalecimento do tecido social do Concelho.

Modelo de Atuação

Ao longo do ano de 2025 as iniciativas de RSC desenvolvidas foram planeadas de forma estratégica, focadas na criação de impacto positivo, envolvendo colaboradores e parceiros, e alinhadas com os principais eixos de intervenção - social, ambiental, tecnológico, educação, saúde, juventude e emprego - promovendo práticas responsáveis nos respetivos domínios.

A presente infografia sistematiza os principais eixos de atuação, as atividades desenvolvidas e os resultados alcançados, proporcionando uma leitura clara e objetiva do contributo da RSC para o desenvolvimento de boas práticas nesta área, bem como para a afirmação do Município de Oeiras como território de referência.

Paralelamente, os processos de monitorização e avaliação das ações desenvolvidas permitiram identificar oportunidades de melhoria contínua e apoiar a definição e consolidação das iniciativas estratégicas a integrar o Plano de Ação 2026, afirmando a Responsabilidade Social como um elemento estruturante da ação anual do OCV.

OEIRAS COMMUNITY VALLEY

Objetivos estratégicos

Este trajeto de crescimento e impacto foi fruto do reposicionamento estratégico e da consolidação das ações da rede, orientados no ano relatado para os seguintes objetivos estratégicos:



IDENTIDADE E PROXIMIDADE

A estratégia de comunicação, foi desenvolvida através de um processo de consultoria com a Aurora Consulting, e focou-se na reestruturação e no fortalecimento da identidade do OCV, procurando garantir uma mensagem institucional de maturidade e de ambição.



REDES DE CONTINUIDADE E CONECTIVIDADE

A cooperação promovida pelo OCV, no decorrer da última década, tem sido centrada no desenvolvimento local e no cumprimento da Agenda 2030 (ODS). O OCV evoluiu em 2025 para um modelo de ações de maior continuidade, de maior vínculo e responsabilidade e, consequentemente, de maior impacto estrutural.



MEDIÇÃO DE IMPACTO: INTELIGÊNCIA E TRANSPARÊNCIA

A consciência de que a decisão deve ser apoiada em dados sólidos que traduzam uma efetiva ação transformadora, levou ao desenvolvimento do Modelo de Medição de Impacto, através de um processo de consultoria com a Social Data Lab, aprofundando os mecanismos de análise e perceção do estado atual e futuro da visão e posicionamento do Programa.



Oeiras Community Valley - Responsabilidade Social Corporativa

ANÁLISE GLOBAL | 2025

OEIRAS COMMUNITY VALLEY

RESUMO GERAL: INDICADORES GLOBAIS 2025

254 apoios mediados

ELEVADO NÚMERO DE APOIOS

O número de apoios registado em 2025 (254) reflete uma ligeira contração de 4,9% face ao ano de 2024 (267). No entanto, este volume substancial de atribuições continua a comprovar uma atividade operacional relevante, demonstrando que o Programa mantém uma capacidade de resposta semelhante a períodos anteriores.

213 voluntários corporativos envolvidos

MENOS PARTICIPAÇÃO MASSIVA, MAIS AÇÕES FRAGMENTADAS

Registou-se uma participação corporativa significativa, embora com menor intensidade média por apoio. A redução face a 2024 (750) indica uma menor mobilização massiva em 2025, o que pode refletir uma mudança para iniciativas de menor escala ou menos estruturadas, limitando o *engagement* das empresas. O contexto organizacional e a eficácia da comunicação são fatores que carecem de uma análise mais detalhada.

27 461,16 € valor associado

MODELO ASSENTE EM MOBILIZAÇÃO, NÃO EM FINANCIAMENTO DIRETO

Em 2025, o investimento financeiro totalizou 27.461,16€, indiciando um nível moderado e uma menor intensidade média por apoio, comparativamente com o ano de 2024 (32.930,92€). Este cenário reflete uma estratégia focada na distribuição alargada de recursos e no predomínio de apoios não financeiros. O desafio no apuramento dos custos estimados (ao nível das doações em género) manteve-se, reconhecendo-se que o valor global associado à atividade do OCV poderá estar subdimensionado.

RESUMO GERAL: INDICADORES GLOBAIS 2025

102 Entidades locais beneficiadas

CRESCIMENTO E DIVERSIFICAÇÃO DAS ENTIDADES COM ELEVADA DISTRIBUIÇÃO DE RECURSOS

Em 2025, o número de entidades apoiadas cresceu para 102 (face a 82 registadas em 2024), acompanhado por uma maior diversificação institucional que superou o foco exclusivo no setor social. No entanto, a média de 2,5 apoios por entidade confirma uma estratégia de elevada dispersão e distribuição dos recursos disponíveis.

82 Empresas mobilizadas (73,21%)
10 novas adesões

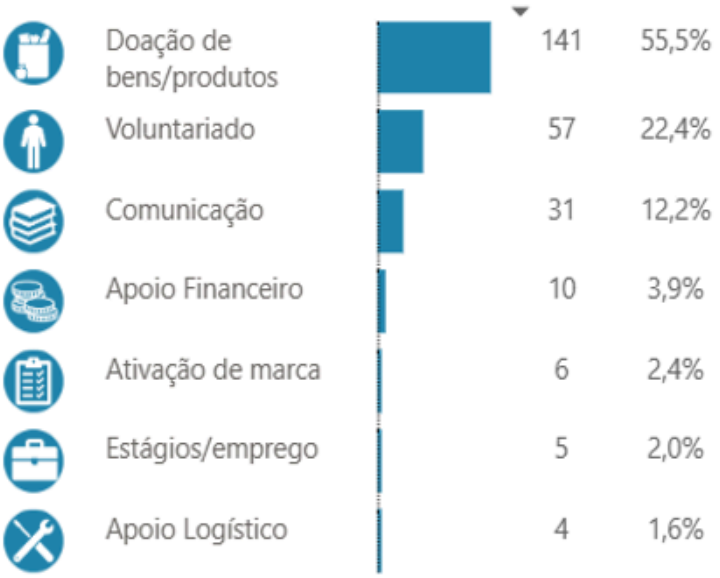
AMPLIAÇÃO DA REDE E RESULTADOS MAIS DISTRIBUÍDOS

A rede empresarial apresenta-se em crescimento (relativamente a 2024 regista-se um aumento de 9,3%, concretamente com o envolvimento de mais 7 empresas), demonstrando capacidade de mobilização. O registo do número de membros mais elevado dos últimos três anos (e após o processo de reposicionamento) indica um claro reforço das parcerias e um maior envolvimento do tecido empresarial. Com uma rede alargada de 112 empresas, o volume global de 254 apoios traduziu-se numa média de 2,3 apoios por empresa.

RESUMO GERAL: INDICADORES GLOBAIS 2025

DISTRIBUIÇÃO DOS APOIOS POR TIPOLOGIA

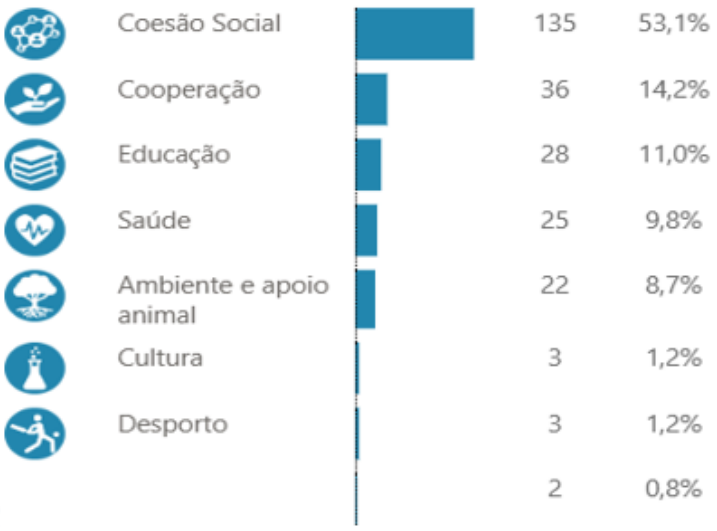
MODELO ASSENTE EM MOBILIZAÇÃO, NÃO EM FINANCIAMENTO



Predominam doações de bens/produtos (55,5%) e voluntariado (22,4%), evidenciando um modelo baseado na mobilização de recursos não financeiros.

DISTRIBUIÇÃO DOS APOIOS POR ÁREA DE INTERVENÇÃO

CLAREZA ESTRATÉGICA, COM RISCO DE CONCENTRAÇÃO TEMÁTICA



A **Coesão Social (53,1%) concentra a maioria dos apoios**, confirmando o foco estratégico nesta área.

RESUMO GERAL: INDICADORES GLOBAIS 2025

DISTRIBUIÇÃO POR OBJETIVO DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS)

GRANDE CONCENTRAÇÃO EM OBJETIVOS DE NATUREZA SOCIAL

Reduzir as desigualdades	63	24,8%
Parcerias para a implementação dos objetivos	60	23,6%
Educação de qualidade	44	17,3%
Produção e consumo sustentáveis	28	11,0%
Saúde de qualidade	25	9,8%
Proteger a vida terrestre	20	7,9%
Erradicar a pobreza	5	2,0%
Erradicar a fome	4	1,6%
Igualdade de género	2	0,8%
Energias renováveis e acessíveis	1	0,4%
Trabalho digno e crescimento económico	1	0,4%
Indústria, inovação e infraestruturas	1	0,4%
Total	**254**	**100,0%**

Os resultados obtidos revelam uma **clara prioridade nas dimensões social e ação colaborativa**. Destaca-se o forte empenho na **Redução das Desigualdades (24,8%) e no fortalecimento de Parcerias (23,6%).** As dimensões da Educação (ODS 4) e Sustentabilidade Ambiental (ODS 12) consolidam o impacto integrado das iniciativas desenvolvidas durante o ano de 2025.

RESUMO GERAL: ANÁLISE

FORÇAS

MOBILIZAÇÃO EMPRESARIAL
Elevada capacidade de atração e retenção de empresas parceiras
CRESCIMENTO DE APOIOS
Consistência no volume de apoios registados ao longo do tempo
ALINHAMENTO SOCIAL
Forte conexão prática das ações aos objetivos sociais do Concelho
FACILITAÇÃO DE REDE
Atuação ágil como canal direto de intermediação e conexão social

FRAGILIDADES

INTEGRIDADE DOS DADOS
Dificuldade contínua em garantir a total rastreabilidade dos apoios
ENGAGEMENT INTERNO
Necessidade de reforçar o envolvimento ativo dos colaboradores do ecossistema
VISIBILIDADE DE RESULTADOS
Baixa perceção pública e institucional das conquistas rápidas
DISPERSÃO DO IMPACTO
Risco potencial de dispersar esforços em demasiadas vertentes menores

DESAFIOS

Quantidade vs. Qualidade: Avaliar o equilíbrio entre o volume de apoios e o valor real de impacto gerado.

Mobilização vs. Sustentabilidade Financeira: Garantir que o forte envolvimento se traduz em solidez financeira a longo prazo.

Rede vs. Impacto Profundo: O desafio de crescer em número de parceiros sem perder a profundidade da intervenção.



Oeiras Community Valley - Responsabilidade Social Corporativa

TIPOLOGIA DE APOIO | 2025

OEIRAS COMMUNITY VALLEY

TOP 3 TIPOLOGIAS DE APOIOS

1) DOAÇÃO DE BENS E PRODUTOS



Integra doações e cedência de bens (p.ex. equipamento de escritório, mobiliário diverso, equipamento tecnológico, alimentos, material escolar, roupa, brinquedos, entre outros)

- **141 apoios (55,5%),** distribuídos por 45 empresas, concentrados na área da **Coesão Social (53,1%).**

2) VOLUNTARIADO



Integra ações de voluntariado social, ambiental, competências e de participação em redes e apoio comunitário.

- **57 apoios (22,4%),** distribuídos entre 29 entidades, **concentrados na área da Coesão Social (53,1%),**

3) COMUNICAÇÃO



Integra ações de divulgação de iniciativas sociais

- **31 apoios (12,2%),** distribuídos entre 27 empresas, **concentrados** na área da **Cooperação (58,1%).**

ANÁLISE COMPARATIVA

Bens e voluntariado garantem benefícios diretos na coesão social, enquanto a comunicação, centrada na cooperação, reforça parcerias e maximiza os efeitos globais das iniciativas.

TOP 3 TIPOLOGIAS DE APOIOS

INSIGHT GLOBAL

	FOCO DE INTERVENÇÃO	TIPO DE RESULTADOS	PAPEL NO MODELO GLOBAL
	**COESÃO SOCIAL** • resposta direta às necessidades • resultados no terreno	**EXTENSIVO** (ESCALA)	**GARANTIA DE RESPOSTA IMEDIATA**
	**COESÃO SOCIAL** • resposta direta às necessidades • resultados no terreno	**INTENSIVO** (PROXIMIDADE)	**REFORÇA QUALIDADE DA INTERVENÇÃO**
	**COOPERAÇÃO** • articulação institucional • construção de rede	**MULTIPLICADOR** (PARCERIAS E ALCANCE)	**AMPLIA E SUSTENTA O ECOSSISTEMA**

O modelo de intervenção evidencia complementaridade: a doação de bens e voluntariado concentram-se na resposta social direta (coesão social), enquanto a comunicação assume um papel estruturante na cooperação, funcionando como catalisador de parcerias e amplificador do resultado coletivo.



Oeiras Community Valley - Responsabilidade Social Corporativa

DOAÇÃO DE BENS | 2025

OEIRAS COMMUNITY VALLEY

INICIATIVAS DE DESTAQUE

TEAM BUILDING DO ISQ APOIA INSTITUIÇÕES LOCAIS



O OCV apoiou uma iniciativa de team building solidário promovida pelo ISQe, que mobilizou 75 colaboradores dos seus na montagem de oito bicicletas. Os equipamentos foram doados a quatro instituições sociais locais (Casa de São Bento, Associação BIPP Semear, Associação Laje em Movimento e Associação Moreira Team), com o objetivo de apoiar a mobilidade e o bem-estar de crianças e jovens que acompanham.

ENTREGA DE EQUIPAMENTO ESCOLAR DOADO PELA NAUTILUS S.A.

O OCV intermediou a doação de equipamento escolar pela empresa NAUTILUS S.A. a cinco entidades locais com intervenção na infância (Associação Moinho em Movimento, Associação Lage em Movimento, Casa de São Bento, Centro Social e Paroquial de Barcarena e Santa Casa da Misericórdia de Oeiras). A cerimónia oficial, realizada no Pátio das Araucárias do Palácio do Marquês de Pombal com a presença dos Vereadores Teresa Bacelar e Pedro Patacho, formalizou a entrega de 121 mesas e 90 cadeiras, num valor superior a 16 mil euros.

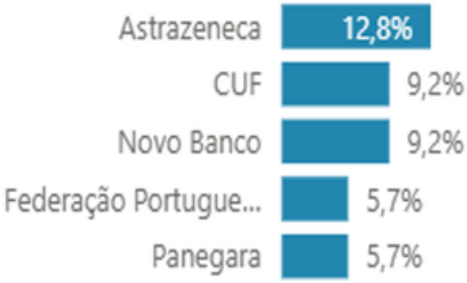


Este contributo material destina-se a reforçar salas de estudo e equipamentos infantis, apoiando diretamente a atividade diária e a capacidade de resposta destas instituições.

ANÁLISE TOP 3 DAS TIPOLOGIAS COM MAIS APOIOS

DOAÇÃO DE BENS

EMPRESAS APOIANTES: PADRÃO DE DISTRIBIÇÃO TOP 3



AstraZeneca (18 apoios), CUF (13 apoios), Novo Banco (13 apoios), Federação Portuguesa de Futebol (8 apoios) e Panegara (8 apoios) constituem o Top 3, liderando a tipologia de apoio doação de bens.

BASE ALARGADA, MAS POUCO ATIVADA

- Empresas com apenas 1 apoio (21 das 45 empresas - 47%)
- Média 3,1 apoios/empresa
- Participação pontual e de baixa intensidade
- Juntos constituem 42,6% mediados em 2025

POTENCIAL DE CRESCIMENTO NA MOBILIZAÇÃO DAS RESTANTES EMPRESAS

- Maioria das entidades com participação reduzida face ao Top3

DEPENDÊNCIA OPERACIONAL DE UM GRUPO RESTRITO

ENTIDADES BENEFICIÁRIAS: PADRÕES DE DISTRIBUIÇÃO TOP 3



Legenda:

1. **Munícipes residentes nos bairros municipais:** 10 apoios
2. **Centro Paroquial N. Sra. Porto Salvo**: 7 apoios, **SCMO**: 7 apoios
3. **Centro Nuno Belmar da Costa**: 6 apoios

ANÁLISE TOP 3 DAS TIPOLOGIAS COM MAIS APOIOS

APOIO AMPLAMENTE DISTRIBUÍDO, MAS POUCO INTENSIVO

- 141 apoios / 102 entidades = 1,38 apoios por entidade
- Predomínio de intervenções pontuais
- Elevado volume de apoios
- Elevada dispersão por entidades

OPORTUNIDADE PARA REFORÇAR PROFUNDIDADE DO IMPACTO

ÁREAS DE INTERVENÇÃO



Coesão Social, Saúde e Educação constituem o Top 3 de àreas de intervenção no universo das doações de bens, com larga predominância da primeira destacada.

FORTE CONCENTRAÇÃO TEMÁTICA NA ÀREA DA COESÃO SOCIAL

- 119 apoios (84,4%) em 141 destinados à Coesão Social
- Saúde e Educação com contributo complementar relevante, mas distante da área principal
- Outras áreas de intervenção com expressão residual
- Forte foco em necessidades sociais concretas

AMPLA COBERTURA, MAS CARACTERIZADA POR UMA BAIXA DIVERSIFICAÇÃO E INTENSIDADE

ALINHADO COM A DISPERSÃO POR ENTIDADES (1,38 APOIOS/ENTIDADE)

OPORTUNIDADE DE MAIOR EQUILÍBRIO ENTRE ÁREAS

ANÁLISE TOP 3 DAS TIPOLOGIAS COM MAIS APOIOS

OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Reduzir as desigualdades	54	38,3%
Produção e consumo sustentáveis	28	19,9%

Os **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) 10 - Redução das Desigualdades e 12 - Produção e Consumo Sustentáveis concentram 58,2% do total** das doações de bens mediadas pelo OCV em 2025.

ELEVADA CONCENTRAÇÃO TEMÁTICA E NOS ODS SOCIAIS

- Diretamente associado à Coesão Social (84,4%)
- foco no reforço das respostas sociais

SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL PRESENTE, MAS MENOS DOMINANTE

- Associado a iniciativas pontuais (ex: bens/produtos)
- Contributo indireto através da gestão de recursos
- Expressão relevante, mas secundária

POTENCIAL DE ALARGAMENTO DA AGENDA ESG E DIVERSIFICAÇÃO PARA OUTROS ODS

SÍNTESE

A tipologia de Doação de Bens/Produtos representa a maior fatia (55,5%) dos apoios mediados pelo OCV em 2025, revelando um **modelo de ampla cobertura, mas fortemente concentrado.** Embora envolva 45 empresas e 102 entidades, o sistema **depende de um grupo restrito de doadores, com o "Top 3" de empresas a concentrar 42,6% dos bens**. Esta realidade contrasta com uma "cauda longa" de apoio pontual no destino: **quase metade das entidades recebeu uma doação, resultando numa média reduzida de 1,4 apoios por beneficiário.**

No plano temático, regista-se uma **forte polarização na Coesão Social (84,4%)**, focada na resposta a **necessidades imediatas, pontuais e alinhada com o ODS 10 (Redução das Desigualdades).** O contributo para o ODS 12 (Produção e Consumo Sustentáveis) surge apenas de forma complementar, associado à natureza dos produtos doados, e provém, essencialmente, da disponibilização de bens por parte das empresas fruto de remodelações nas suas instalações ou escoamento de stock.

ANÁLISE TOP 3 DAS TIPOLOGIAS COM MAIS APOIOS

Globalmente, o modelo caracteriza-se por:

- Maior volume e cobertura da rede: maior fatia dos apoios mediados, conforme anos anteriores
- Forte dependência de um grupo restrito
- Ampla cobertura em termos de entidades abrangidas, mas com baixa intensidade por entidade
- Baixa diversificação temática e de ODS

Existe assim potencial estratégico para:

- Aumentar a intensidade de apoio por beneficiário
- Diversificar e ativar a base de empresas apoiantes
- Diversificar áreas de intervenção
- Alargar o impacto a outros ODS e à agenda ESG



Oeiras Community Valley - Responsabilidade Social Corporativa

VOLUNTARIADO | 2025

OEIRAS COMMUNITY VALLEY

INICIATIVAS DE DESTAQUE

VOLUNTARIADO AMBIENTAL - LIMPEZA DE PRAIAS



No âmbito da cidadania ambiental, 107 voluntários de 8 empresas parceiras (Auchan, Ayvens, Miniclip, Novartis, Panegara, SAP Portugal, Seda Ibérica e Social Innovation Sports) uniram-se para limpar as praias de Algés, Dafundo, Cruz Quebrada e Santo Amaro, recolhendo 20 sacos de resíduos. A ação aliou o impacto ecológico positivo a uma dinâmica de team building com propósito, fortalecendo o espírito de equipa e o compromisso social e ambiental dos participantes..

VOLUNTARIADO DE COMPETÊNCIAS - EMPRESAS OCV SÃO JÚRIS NA COP OEIRAS VALLEY 2026

Em outubro realizou-se a 2.ª edição da COP Oeiras Valley, que reuniu cerca de 150 alunos em simulações de negociação climática da ONU. O evento contou com o papel catalisador da rede OCV através de seis empresas parceiras (Auchan Retail Portugal, Dell Technologies, Cisco, SAP, Fun Languages e Novobanco), cujo envolvimento direto enquanto júri se traduziu numa valiosa ação de voluntariado de competências. Esta participação não só validou as propostas dos estudantes sobre transição energética, como reforçou o compromisso do setor corporativo com a capacitação das futuras gerações e a urgência climática global.

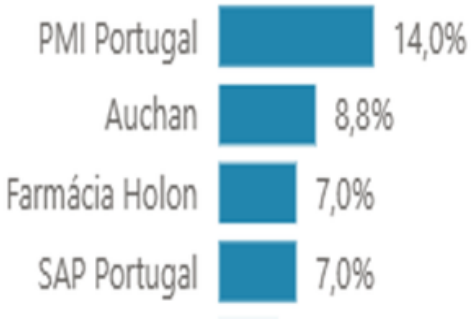




ANÁLISE TOP 3 DAS TIPOLOGIAS COM MAIS APOIOS

VOLUNTARIADO

EMPRESAS APOIANTES: PADRÃO DE DISTRIBIÇÃO TOP 3



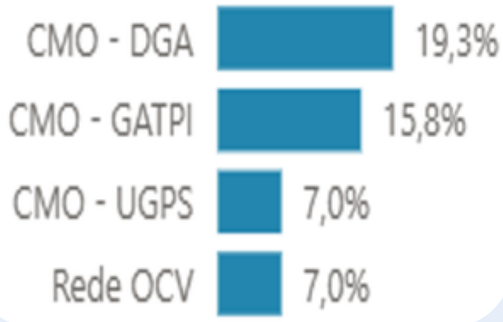
PMI Portugal (8 apoios), **Auchan** (5 apoios) **Farmácia Holon** (4 apoios) e **SAP Portugal** (4 apoios) constituem o Top 3, liderando a tipologia de voluntariado.

ESTRUTURA DESEQUILIBRADA: A MAIORIA PARTICIPA PONTUALMENTE

- 17 empresas em 29 (59%) com apenas 1 apoio
- Média de 2 apoios por empresa
- Maioria com baixa intensidade de envolvimento
- Predomínio de participação pontual

POTENCIAL PARA REFORÇAR CONTINUIDADE E FREQUÊNCIA DE APOIO

ENTIDADES BENEFICIÁRIAS: PADRÕES DE DISTRIBUIÇÃO TOP 3



Legenda:
1. CMO - DGA (Divisão de Gestão Ambiental): 11 apoios
2. CMO - GATPI Gabinete de Assessoria Técnica e Promoção do Investimento: 9 apoios
3. CMO - UGPS (Unidade de Gestão e Promoção da Saúde) e Rede OCV: 4 apoios

INTERVENÇÃO CENTRADA EM POUCAS ENTIDADES COM ELEVADA RECORRÊNCIA

- Média de 2 apoios por entidade
- Contributo regular, mas não homogéneo
- Influenciado pelas entidades com maior número de apoios

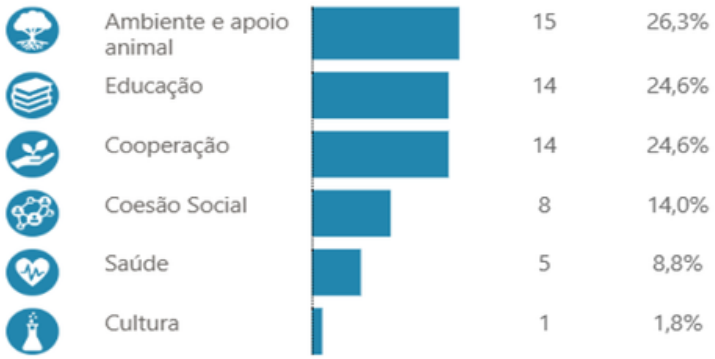
ANÁLISE TOP 3 DAS TIPOLOGIAS COM MAIS APOIOS

GRANDE MAIORIA COM ENVOLVIMENTO RESIDUAL

- 22 entidades (76%) com apenas 1 apoio
- Predomínio de participação pontual
- Estrutura altamente desigual

EVIDÊNCIA DE PROXIMIDADE SELETIVA, MAS BAIXA CONTINUIDADE ALARGADA

ÁREAS DE INTERVENÇÃO



Ambiente e apoio animal, Educação, Cooperação e Coesão Social constituem o Top 3 de àreas de intervenção no universo do voluntariado.

DISTRIBUIÇÃO INTERNA MAIS EQUILIBRADA E MAIOR DIVERSIFICAÇÃO FACE AO PADRÃO GLOBAL

- Forte concentração nas áreas do Ambiente, educação e cooperação, totalizando 75,5% dos apoios atribuídos por via do voluntariado
- Distribuição mais equilibrada do que no total global

FOCO CLARO E CONSISTENTE, COM POTENCIAL DE IMPACTO CRESCENTE, MAS EXIGE REEQUILÍBRIO PARA MAIOR RESILIÊNCIA

OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

15 LIFE ON LAND	Proteger a vida terrestre	15	26,3%
17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS	Parcerias para a implementação objetivos	16	28,1%

Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) 15 - Proteção da vida Terrestre e 17 - Parcerias para a Implementação dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável concentram 54,4 do total das ações de voluntariado mediadas pelo OCV em 2025.

ANÁLISE TOP 3 DAS TIPOLOGIAS COM MAIS APOIOS

ALINHAMENTO ESTRATÉGICO COM ÀREA DO AMBIENTE

OPORTUNIDADE DE REFORÇAR LIGAÇÃO COM DIMENSÃO SOCIAL

MAIOR DIVERSIFICAÇÃO DE IMPACTO - COMPLEMENTA O FOCO SOCIAL DAS RESTANTES TIPOLOGIAS

SÍNTESE

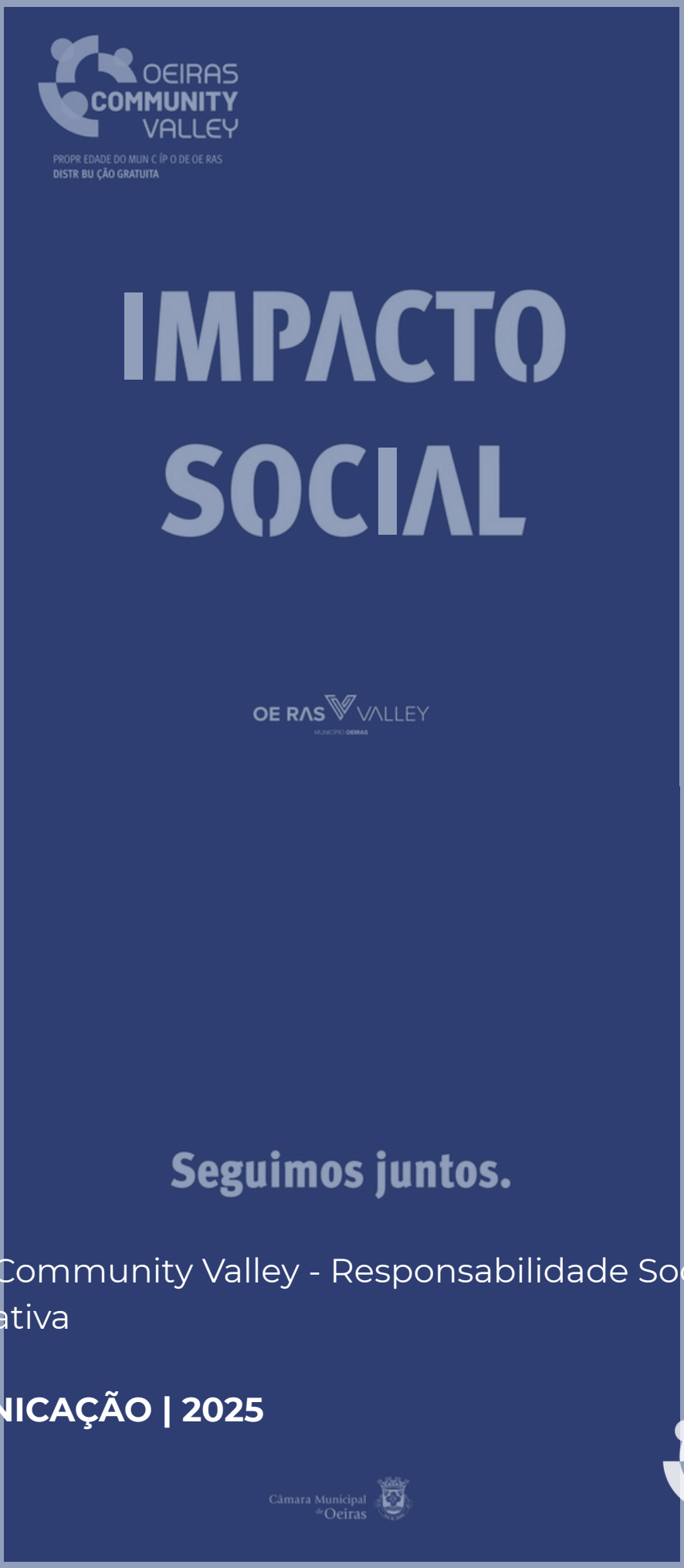
A tipologia de voluntariado evidencia uma mobilização marcadamente qualitativa por parte das empresas parceiras, traduzida num total de 57 apoios estrategicamente distribuídos por 29 entidades locais. Este cenário sugere uma clara preferência por uma intervenção mais concentrada e relacional, em que a partilha de competências e de tempo assumem cada vez mais protagonismo. Embora este modelo apresente uma escala quantitativa inferior quando comparado com a tipologia de doação de bens ou produtos, ele tende a gerar uma profundidade de impacto significativamente maior por cada organização apoiada. Ao privilegiar a proximidade e o contacto direto, estas ações não só colmatam necessidades específicas de forma mais duradoura, como também reforçam os laços de coesão social e criam uma ligação de forte cumplicidade com o território e com as comunidades envolventes.

Globalmente, o modelo caracteriza-se por:

- Boa distribuição temática com foco em Ambiente (26,3%), Educação (24,6%) e Cooperação (24,6%).
- Envolvimento de 29 empresas, mas com larga maioria a realizar apenas uma ação pontual.
- Concentração seletiva, deixando 76% das entidades com apoio residual.

existe assim potencial estratégico para:

- Fidelizar parceiros: Criar mecanismos para converter participações pontuais em compromissos de voluntariado contínuo.
- Descentralizar os beneficiários: Alargar a recorrência de ações a mais entidades locais, mitigando o peso institucional do município.
- Reequilibrar o foco: Manter as vertentes ambiental e educativa, reforçando a ligação com a dimensão social.



Oeiras Community Valley - Responsabilidade Social Corporativa

COMUNICAÇÃO | 2025

INICIATIVAS DE DESTAQUE

REVISTA OEIRAS COMMUNITY VALLEY – IMPACTO SOCIAL



Consulte a revista em: https://lnkd.in/gtT3rt5V

A primeira edição da Revista Oeiras Community Valley assinala mais de duas décadas de compromisso com a comunidade, sucedendo a três edições publicadas sob o Programa Oeiras Solidária (POS). Mais do que um balanço anual, este lançamento marca a transição de identidade para a assinatura OCV e a evolução de uma visão estratégica. A publicação honra assim um legado de 20 anos de sucesso, afirmando a responsabilidade social corporativa como o grande motor do desenvolvimento sustentável e da coesão territorial no concelho.

PARTICIPAÇÃO NA 20ª SEMANA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL - APEE

O Oeiras Community Valley (OCV) marcou presença na 20ª Semana da Responsabilidade Social, realizada nos dias 5 e 6 de novembro em Lisboa, onde apresentou o seu trabalho na promoção da cidadania empresarial.

Na ocasião, foram revelados os próximos passos estratégicos do programa, que incluem a criação de grupos temáticos por ODS e a capacitação de entidades locais. O evento ficou ainda marcado pela atribuição do Prémio Gold ao OCV (categoria ODS 17), que reconheceu o projeto como uma boa prática nacional e validou o seu modelo de parceria e impacto comunitário.



ANÁLISE TOP 3 DAS TIPOLOGIAS COM MAIS APOIOS

COMUNICAÇÃO

EMPRESAS APOIANTES: PADRÃO DE DISTRIBUIÇÃO TOP 3



UN Languages (3 apoios), Eurest (2 apoios) e Wellow Network (2 apoios) constituem o Top 3, liderando a tipologia de comunicação.

ALTA CONCENTRAÇÃO - TOP 3 DOMINAM APOIOS

BAIXA RETENÇÃO

- Com 24 das 27 empresas (cerca de 89%) a registar apenas 1 apoio
- Participações pontuais sem continuidade

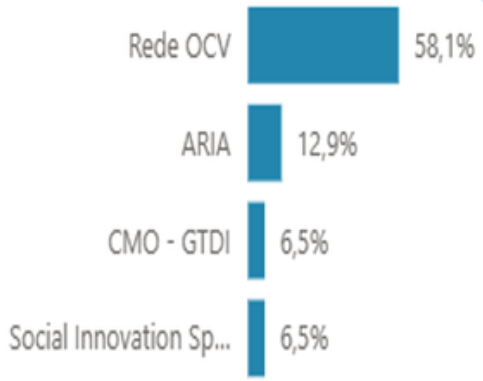
BAIXA PARTICIPAÇÃO DA REDE

- Esta tipologia de apoio agrega o envolvimento de apenas 24,1% da rede OCV

ÁREA DE ENORME POTENCIAL PARA AS EMPRESAS EM TERMOS REPUTACIONAIS

- Oportunidade de fidelizar e diversificar

ENTIDADES BENEFICIÁRIAS: PADRÕES DE DISTRIBUIÇÃO TOP 3



Legenda:

1. Rede OCV (no âmbito da elaboração da revista Impacto Social): 18 apoios
2. ARIA: 4 apoios
3. CMO - GTDI (Grupo de Trabalho da Deficiência e Incapacidade): 2 apoios / Social Innovation Sports: 2 apoios

ANÁLISE TOP 3 DAS TIPOLOGIAS COM MAIS APOIOS

ALTA CONCENTRAÇÃO - TOP 1 ABSORVE OS APOIOS

- Canalização Única
- 56% das entidades apoiadas contabilizam apenas 1 apoio
- Polarização e Isolamento da Base (Efeito Cauda Longa)

ÁREA DE ENORME POTENCIAL

- Oportunidade: Ligar comunicação a resultados concretos
- Sensibilizar e capacitar as entidades locais para a importância da comunicação

ÁREAS DE INTERVENÇÃO



Cooperação, Coesão Social e Saúde constituem o Top 3 de àreas de intervenção no universo do voluntariado, com forte incidência da primeira destacada.

ALTA CONCENTRAÇÃO - TOP 2 ABSORVE A MAIORIA OS APOIOS

- TOP 2 - Cooperação* e Coesão Social concentram 74,2% dos apoios ao nível da comunicação
- Polarização e Isolamento da Base (Efeito Cauda Longa)

OPORTUNIDADE

- Investimento na atratividade em àreas menos abrangidas no âmbito da comunicação, tais como o Desporto e a Educação

*refletem essencialmente as parcerias estabelecidas no processo de elaboração da 3ª edição da revista OCV

ANÁLISE TOP 3 DAS TIPOLOGIAS COM MAIS APOIOS

OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

	Saúde de qualidade	5	16,1%
	Igualdade de género	2	6,5%
	Energias renováveis e acessíveis	1	3,2%
	Reduzir as desigualdades	3	9,7%
	Proteger a vida terrestre	1	3,2%
	Parcerias para a implementação dos objetivos	19	61,3%
Total		**31**	**100,0%**

Predominância do ODS 17 - Implementação de Parcerias para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, no âmbito das comunicações mediadas pelo OCV durante 2025.

ALTA CONCENTRAÇÃO - TOP 1 ABSORVE OS APOIOS

- Canalização Única - Grande investimento na participação de empresas e entidades para a elaboração da revista do OCV - Impacto Social
- 61.3% das ações na vertente da Comunicação incidiram no ODS 17
- Polarização e Isolamento da Base (Efeito Cauda Longa)

OPORTUNIDADE

- Alargamento das temáticas ODS com o objetivo de alcançar uma maior distribuição
- Sensibilizar e capacitar as entidades locais para a importância de comunicar o seu impacto ao nível dos ODS

SÍNTESE

A tipologia de comunicação regista um total de 31 apoios, o que representa 12,2% do universo global de intervenções da rede. Estas ações concentram-se maioritariamente na área da cooperação, devido à edição da revista Impacto Social, evidenciando uma estratégia claramente orientada para a sensibilização social, a promoção da visibilidade pública e o reforço do impacto das iniciativas e partilha de boas práticas junto da comunidade envolvente. Ao atuar através de um impacto indireto, este modelo gera um forte efeito multiplicador que potencia os resultados das atividades desenvolvidas.

ANÁLISE TOP 3 DAS TIPOLOGIAS COM MAIS APOIOS

Paralelamente, a abordagem foca-se de forma muito clara no fortalecimento das parcerias e na melhoria da articulação institucional, posicionando a comunicação não apenas como uma ferramenta informativa, mas sim como um instrumento estratégico que conecta diferentes entidades e amplificar o impacto coletivo no território.

Globalmente, o modelo caracteriza-se por:

- Baixa ativação da rede empresarial: Mobilização de apenas 24,1% das empresas do OCV, com 89% a registar uma participação única.
- **Forte polarização na Rede OCV:** Canalização massiva de apoios (58,1%) para a própria rede devido à edição da revista Impacto Social.
- **Concentração temática e de ODS:** Domínio absoluto da área de Cooperação (58,1%) e do ODS 17 (61,3%).

Existe assim potencial estratégico para:

- **Ativar o valor reputacional**
- **Diversificar e descentralizar:** Distribuir as ações por mais entidades locais e alargar a comunicação a ODS e áreas temáticas menos expressivos (ex: Educação e Desporto).







Oeiras Community Valley - Responsabilidade Social Corporativa

CAMPANHAS ANUAIS | 2025

CAMPANHAS ANUAIS

CAMPANHA DE RECOLHA DE BENS ALIMENTARES

5 EMPRESAS ENVOLVIDAS

- AUCHAN, FUN Languages, Novobanco, Seda Ibérica e Wellow Network
- Representam **4,46% dos membros** da Rede (N 112)

4 MERCEARIAS LOCAIS APOIADAS

- Representam **44,4% das mercearias sociais identificadas** (N 9)
- União de Freguesias de Oeiras, São Julião da Barra, Paço de Arcos e Caxias e Freguesia de Porto Salvo abrangidas

VALOR ASSOCIADO DE 450€

- Viés de subvalorização



Dimensão: Atuação comunitária e de nicho devido ao baixo envolvimento das empresas parceiras.

Retorno: Angariação de 450€ evidencia baixo envolvimento e um esforço logístico desproporcional ao resultado.

Métricas: Necessidade de focar as próximas edições em indicadores de impacto social direto (ex: famílias apoiadas, quantidades de bens).

Sustentabilidade: Revisão do modelo de ativação de parceiros para aumentar o compromisso e evitar o risco operacional.

CAMPANHAS ANUAIS

CAMPANHA DE RECOLHA DE MATERIAL ESCOLAR

19 EMPRESAS ENVOLVIDAS

- Angelini Pharma, Astrazeneca, AUCHAN, Ayvens, BMW, CMO, Eurest, FUN Languages, FVC Group, GSK, LGE, McDonalds, Millennium BCP, Miniclip, Ocean Medical, Seda Ibérica, Soroptimist, Wellow Network e Worten
- Representam **16,96% dos membros da Rede** (N 112)

475 ESTUDANTES BENEFICIADOS

- 130 crianças que ingressaram no primeiro ano de escolaridade, pela primeira vez, residentes em empreendimentos municipais
- 322 crianças e jovens acompanhados por 8 salas de estudo
- 23 casos sociais identificados pelos serviços municipais



Mobilização: Sucesso na união de 19 empresas parceiras em prol do impacto comunitário. Outro indicador positivo do envolvimento dos parceiros é a presença de 12 empresas na cerimónia de entrega dos kits.

Alcance: Desempenho superou em +307,4% a meta inicial proposta.

Oportunidade: explorar apoios de maior continuidade, procurando responder a mais e diversas necessidades ao longo do processo escolar.

CAMPANHAS ANUAIS

CAMPANHA DE NATAL

21 EMPRESAS ENVOLVIDAS

- Angelini Pharma, Astellas, Auditiv, Cisco, Cuf, Fun Languages, Miniclip, Minisom, Mw, Netjets, Panegara, Pin - Partners in Neuroscience, Seda Ibérica, Soroptimist e Vetor Mais (extra campanha: Coca-Cola, Iqvia, Johnson and Johnson, Nestlé, Nhood e Wellow Network)
- Representam **18,75% dos membros da Rede** (N 112)

42 AGREGADOS FAMÍLIAS APOIADOS (98 pessoas)

- Resposta a todos o casos identificados pelas Juntas e Uniões de Freguesia
- Predominância da entrega de cabazes alimentares e de cartões/vouchers para compra de roupa ou atividade cultural

19 ENTIDADES SOCIAIS APOIADAS

- 73,07% dos pedidos de necessidade provenientes das entidades sociais (N 26) foram respondidos
- Foco nas áreas das crianças, jovens, idosos e famílias



Mobilização: Maior iniciativa do OCV em termos de participação, embora o envolvimento de parceiros se mantenha abaixo dos 20% da rede.

Público-alvo: Parceria com Juntas e Uniões de Freguesia garantiu resposta eficaz às carências emergentes dos agregados sinalizados. **Instituições:** Resposta alinhada com as exigências locais, colmatando lacunas pontuais mas vitais ao funcionamento das organizações.

Futuro: Evolução para um modelo de maior continuidade e sustentabilidade, transitando para uma lógica de apadrinhamento ao longo do ano.

CAMPANHAS ANUAIS

RESUMO DAS CAMPANHAS



Alcance e Resposta:
As campanhas anuais mobilizam 40,17% da rede colaborativa, destacando-se pela elevada capacidade de resposta a necessidades emergenciais de famílias e instituições.

Fidelização de Parceiros: A Fun Languages, a Seda Ibérica e a Wellow Network registam uma adesão plena (três campanhas); Angelini Pharma, Auchan, Miniclip e Soroptimist apresentam envolvimento consistente em duas iniciativas.

Fatores de Adesão: A participação empresarial cresce com pedidos específicos e concretos (listas escolares ou presentes pedidos de forma personalizada), potenciando o envolvimento dos colaboradores e a proximidade com os beneficiários.

Condicionantes: Por outro lado, a tipologia dos bens pode ser uma condicionante: na categoria alimentar, por exemplo, algumas empresas não participam por já terem parcerias estruturadas com organizações tradicionais, como o Banco Alimentar.



Desafios e Futuro:

O desafio estratégico reside em superar a barreira dos 20% de participação média por campanha. O caminho passa por evoluir para um modelo de apadrinhamento contínuo e investir na medição estatística de resultados e de impacto para sustentar o interesse corporativo.



Oeiras Community Valley - Responsabilidade Social Corporativa

NETWORK E CONHECIMENTO | 2025

OEIRAS COMMUNITY VALLEY

NETWORK E CONHECIMENTO

INICIATIVAS

ACOLHIMENTO DOS ESTUDANTES DE MESTRADO DA FUNDAÇÃO FGV (BRASIL)



37 PARTICIPANTES
5 ENTIDADES PARCEIRAS ENVOLVIDAS

Em janeiro, o Município de Oeiras acolheu estudantes de mestrado da fundação brasileira FGV-EBAPE, integrados num programa de imersão em parceria com o ISCSP-UL. A sessão focou-se na apresentação do programa de responsabilidade social Oeiras Community Valley, enriquecida com partilhas da Auchan e Seda Group. O encontro, que reforçou a importância da cooperação sustentável entre setores, culminou com uma visita cultural ao Palácio Marquês de Pombal e à Confraria do Vinho.

SESSÃO TEMÁTICA "A IA NO CONTEXTO EMPRESARIAL PARA O SUPORTE DE REDES COLABORATIVAS"

Em fevereiro, o programa municipal Oeiras Community Valley e o WYGroup organizaram uma sessão temática dedicada ao impacto da Inteligência Artificial (IA) no suporte a redes colaborativas empresariais e da economia social. O evento, que contou com a abertura da Vereadora Teresa Bacelar, debateu como a IA otimiza funções quotidianas, a gestão de dados e a tomada de decisões através das perspetivas de especialistas da CISCO e da PHC-Software. Esta iniciativa reforçou o papel da tecnologia como aliada na transformação digital e no desenvolvimento sustentável das organizações locais de Oeiras.



24 PARTICIPANTES

6,41

NETWORK E CONHECIMENTO

INICIATIVAS

CAPACITAÇÃO EM GESTÃO DE PROJETOS



INTEGRAÇÃO DE 6 ENTIDADES LOCAIS NO PROJETO - PMI COM AS OSFL

Em fevereiro, o programa Oeiras Community Valley e o PMI Portugal promoveram uma sessão de capacitação em gestão de projetos para as entidades locais integradas no projeto Empowerment Community. A iniciativa visa introduzir metodologias e ferramentas eficazes adaptadas ao setor social, incluindo o lançamento de um projeto-piloto de acompanhamento personalizado para seis organizações selecionadas através do voluntariado de competências. Esta colaboração expande a parceria estratégica iniciada em 2019, reforçando o compromisso de Oeiras com a inovação e o desenvolvimento local.

CERTIFICAÇÃO B CORP



7,88

No mês de maio, o programa municipal Oeiras Community Valley, em parceria com a Stone Soup, promoveu uma sessão no Auditório Municipal Maestro César Batalha dedicada à Certificação B Corp. O evento reuniu diversas organizações para debater um modelo de negócio mais ético e sustentável, alinhando lucro e propósito através da partilha de experiências de empresas como CrediBom e C-more.

34 PARTICIPANTES, 20 EMPRESAS REPRESENTADAS



Oeiras Community Valley - Responsabilidade Social Corporativa

PRÉMIOS E DISTINÇÕES | 2025

OEIRAS COMMUNITY VALLEY

PRÉMIOS E DISTINÇÕES

MÉRITO



Na **categoria Parcerias para a Implementação dos Objetivos (ODS 17)** o programa Oeiras Community Valley foi distinguido com o **Prémio Gold,** atribuído pela APEE



Prémio de Excelência Autárquica 2025, atribuído pela Cidade Social



Oeiras Community Valley - Responsabilidade Social Corporativa

OBJETIVOS E PLANO 2026

OEIRAS COMMUNITY VALLEY

BALANÇO 2025

ANÁLISE SWOT

Forças

- Credibilidade institucional
- Consistência Operacional
- Alinhamento Social
- Mobilização empresarial (ao nível da adesão)
- Trabalho em rede

Fraquezas

- Integridade e Rastreabilidade de Dados
- Recursos Humanos limitados e com rotatividade
- Baixo Engagement
- Concentração temática (ao nível do tipo de ações divulgadas)
- Visibilidade de Resultados
- Dispersão do impacto

Oportunidades

- Evolução para Modelo de Continuidade
- Diversificação da Agenda ESG
- Potencial Reputacional associado à RSC

Ameaças

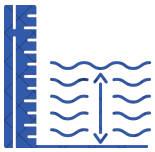
- Dependência de um Grupo restrito
- Risco de Concentração Temática (ao nível do interesse das empresas)
- Rotatividade dos interlocutores

PLANEAMENTO 2026

EIXOS ESTRATÉGICOS

A análise aos resultados de 2025 revela os seguintes objetivos estratégicos e operacionais cruciais para o Plano de Ação 2026:

1. Evolução do Modelo: De Intervenções Pontuais para o Impacto Profundo



- Transitar de uma lógica de resposta a necessidades imediatas e fragmentadas para intervenções mais estruturadas e sustentáveis.
- Em iniciativas como a Campanha de Natal ou a de bens alimentares, o objetivo explícito é evoluir para um modelo de apadrinhamento contínuo ao longo do ano, em vez de atuações meramente sazonais.
- No ano de 2025 o OCV consolidou a sua prática colaborativa investindo numa relação de maior proximidade com os seus stakeholders, diversificando o seus eixos estratégicos e metodologia de planeamento a longo prazo

2. Reforço do Engagement e Ativação da Rede Empresarial

Embora a rede conte com 112 empresas, a participação média nas campanhas anuais fica abaixo dos 20% e existe uma "cauda longa" de empresas com apenas uma participação pontual. Além disso, o Top 3 de empresas concentra mais de 42% das doações.



- Implementar o Modelo de Governança Partilhada
- Criar novas estratégias de comunicação interna, melhorar as dinâmicas de fidelização e reforçar o envolvimento ativo dos colaboradores do ecossistema das empresas parceiras.

3. Consolidação da Medição de Impacto e Integridade de Dados



- Aprimorar as ferramentas e mecanismos de análise de dados para mapear com precisão o estado atual e futuro do programa.
- Focar as métricas em indicadores sólidos, com potencial de comparação e investir na medição estatística para sustentar e comprovar o interesse e o retorno corporativo junto das empresas.

PLANEAMENTO 2026

EIXOS ESTRATÉGICOS

A análise aos resultados de 2025 revela os seguintes objetivos estratégicos e operacionais cruciais para o Plano de Ação 2026:

4. Diversificação Temática, de tipologia e maior Alinhamento com a Agenda ESG



- Impulsionar o papel do voluntariado corporativo (que já demonstrou ser mais equilibrado em áreas como o ODS 15 - Proteção da Vida Terrestre), aproveitando ainda o mote do Ano Internacional do Voluntariado para os Objetivos de Desenvolvimetno Sustentável, para atrair o investimento empresarial para outras dimensões menos abrangidas, como o Desporto, a Educação e a Sustentabilidade Ambiental e Governança (ESG).

5.Capacitação de Entidades Locais



- Capacitar as organizações locais em áreas estratégicas como a gestão, comunicação e reporte de dados, de forma a potenciar os seus recursos e torná-las mais aptas para parcerias corporativas de alto impacto.

PLANEAMENTO 2026

PLANO DE AÇÃO

Objetivo Estratégico	Objetivo Específico	Ação / Projeto Recomendado	Período de Concretização
1) Evolução do Modelo (maior continuidade)	**Campanhas**	Bens alimentares	abril 2026 - abril 2027
		Material escolar	junho - setembro
		Natal	novembro - dezembro
	Implementação de projeto na área do Desporto	Oeiras Valley Sport Impact	anual
	Apresentação de projetos na área da Cultura	Sessão de apresentação de Projetos de relevância cultural	maio
	Comemoração do Ano Internacional do Voluntariado para o Desenvolvimento Sustentável	Divulgação sistémica de ações de voluntariado	anual
2) Reforço do Engagement	**Implementação do Modelo de Governança Partilhada**	Composição do Conselho Estratégico	abril
	Implementação do Modelo de Governança Partilhada	Ativação do 2º encontro do Conselho Consultivo	maio
	Implementação do Modelo de Governança Partilhada	Implementação dos Grupos Temáticos por ODS	anual

PLANEAMENTO 2026

PLANO DE AÇÃO

Objetivo Estratégico	Objetivo Específico	Ação / Projeto Recomendado	Período de Concretização
3) Consolidação da Medição de Impacto e Integridade dos Dados	**Estabelecimento de novos indicadores de análise no plano de monitorização**	Renovação do Quadro de apoios para novos parâmetros (Inclusão de métricas de rastreabilidade completa)	anual
	Integração do OCV no site do Município	Elaboração de conteúdos e articulação com serviços	anual
	Amplificação das estratégias de recolha de informação	Aplicação contínua e renovada de ferramentas digitais de recolha de dados	anual
4) Diversidade	**Divulgação da oferta de voluntariado Social e de Competências**	Catálogo de voluntariado Social e de Competências	maio
	Divulgação da oferta de voluntariado Ambiental	Catálogo de oferta de voluntariado Ambiental	anual
	Amplificação das temáticas abrangidas	Reuniões com diversos serviços municipais e parceiros corporativos de Comunicação	anual
5) Capacitação das Entidades Locais	**Sensibilização das entidades locais sobre temas de gestão organizacional**	Plano de Capacitação OCV	março 2026 - fevereiro 2027
	Aprofundamento de conhecimentos na área da gestão de projetos	Dar continuidade ao Projeto PMI com as OSFL	anual
	Apresentação de projetos Sociais para captação de apoios	Pitch de Investimento Comunitário	março

OEIRAS VALLEY
MUNICÍPIO OEIRAS

Câmara Municipal de Oeiras