

# PORTUGAL MAIS FELIZ

Análise SROI

Fevereiro 2014 - Maio 2015



apoio



ABOVE & BEYOND

# Índice

## Sumário Executivo

1. Âmbito e Stakeholders
2. Recursos e Atividades
3. Teoria da Mudança
4. Provas e Valor
5. Impacto e Retorno do investimento
6. Conclusões e Recomendações
7. Referências
8. Mapa de Impacto (Anexo)

06

13

16

34

39

48

50

56



# Sumário Executivo

As atividades do projeto “Portugal Mais Feliz”, gerido pela Cruz Vermelha Portuguesa (CVP) de fevereiro de 2014 a maio de 2015, são o âmbito da presente análise. Trata-se de uma avaliação *ex-post* usando a grelha de análise SROI, para demonstrar a quantidade de impacto e de valor social criado pelo projeto durante aquele período e com projeção até maio de 2017.

O projeto “Portugal Mais Feliz” foi criado pela CVP em 2012 enquanto continuação de projetos focados no apoio a agregados familiares vulneráveis, em especial aqueles mais afetados pela recessão económica e a crise de emprego em Portugal (2008-2014).

O projeto baseia a sua intervenção na vida dos beneficiários em três eixos principais:

**1 •** Mentoria, *coaching* e aconselhamento para pessoas desempregadas ou com emprego precário, assim como apoio educacional, formação e aprendizagem ao longo da vida;

**2 •** Apoio financeiro para pagamento de bens básicos (como água, energia e saúde) e para lidar com sobreendividamento, assim como doações em género (comida, roupa, medicamentos)

**3 •** Assistência técnica e psicológica para a gestão de prestações sociais.

No período de fevereiro de 2014 a maio de 2015, os recursos investidos no projeto por todos os *stakeholders* ou parte interessadas foi estimado em 341.750,00€. O número total de resultados das atividades foi de 565 processos de apoio e 4 atividades principais de relações públicas, com um número estimado de beneficiários de 400 agregados familiares vulneráveis (1600 pessoas).

---

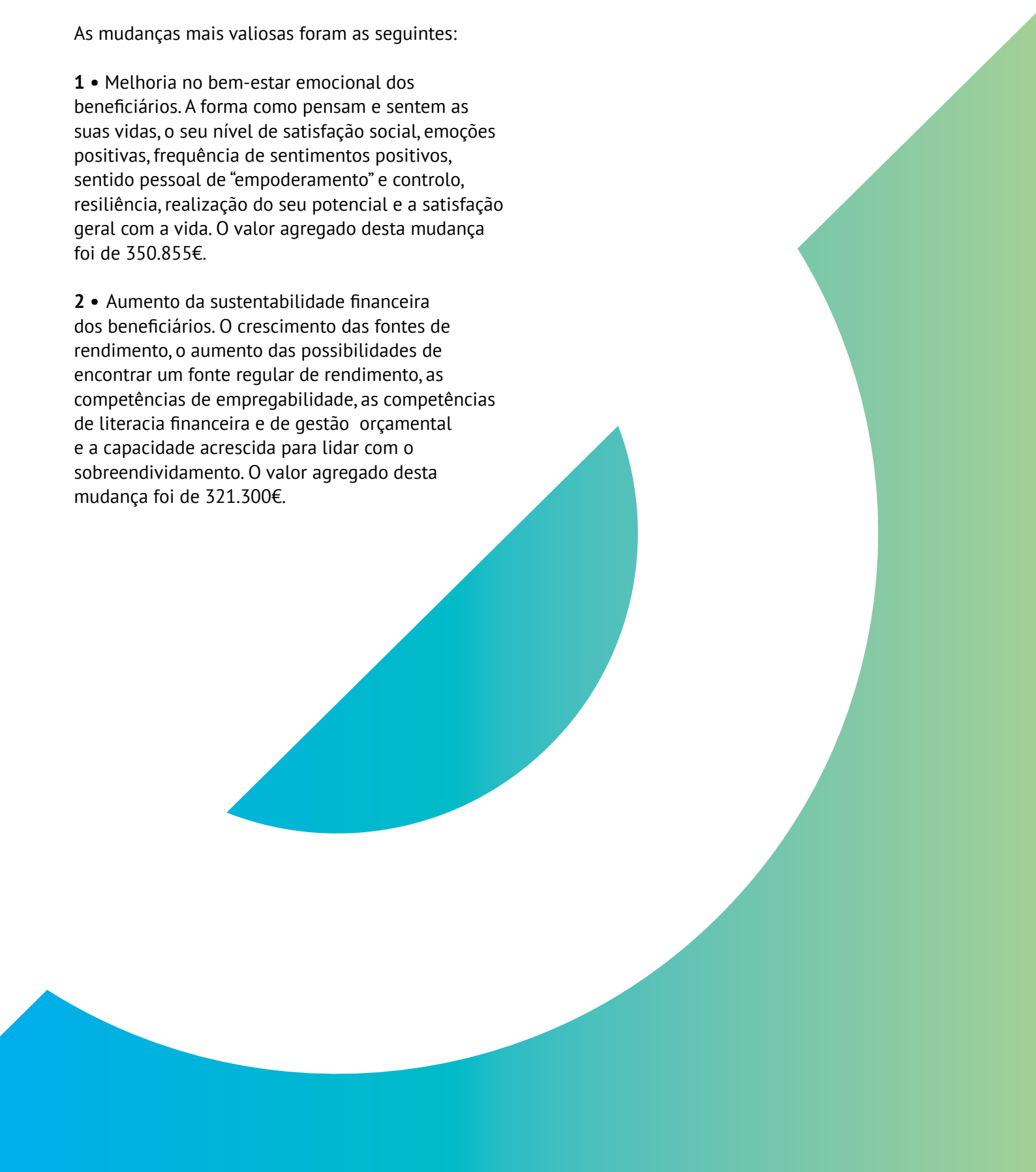
<sup>1</sup> Este relatório é uma tradução da versão original, em Inglês. Quer a versão original, quer o relatório técnico completo estão disponíveis mediante pedido à Cruz Vermelha Portuguesa.

O valor social agregado (em valor atual líquido) criado entre fevereiro de 2014 e maio de 2017 foi de 2.763.567,68€, implicando que por cada 1€ investido 8€ de valor social foi gerado, através da quantificação e da monetização de 19 mudanças experienciadas por 5 grupos de *stakeholders*.

As mudanças mais valiosas foram as seguintes:

**1 •** Melhoria no bem-estar emocional dos beneficiários. A forma como pensam e sentem as suas vidas, o seu nível de satisfação social, emoções positivas, frequência de sentimentos positivos, sentido pessoal de “empoderamento” e controlo, resiliência, realização do seu potencial e a satisfação geral com a vida. O valor agregado desta mudança foi de 350.855€.

**2 •** Aumento da sustentabilidade financeira dos beneficiários. O crescimento das fontes de rendimento, o aumento das possibilidades de encontrar um fonte regular de rendimento, as competências de empregabilidade, as competências de literacia financeira e de gestão orçamental e a capacidade acrescida para lidar com o sobreendividamento. O valor agregado desta mudança foi de 321.300€.



# 1.

# Âmbito e Stakeholders

## 1.1 Âmbito do relatório

### Contexto

A crise económica em Portugal, que atingiu o seu ponto crítico durante o período 2009-2013 com duas acentuadas recessões e elevado desemprego, deixou consequências duradouras em milhares de famílias. Segundo a Rede Europeia Anti-Pobreza, em 2014 25,3% da população estava em risco de pobreza e de exclusão social<sup>2</sup>. Em fevereiro de 2014, a taxa de desemprego era de 15,3%, fenómeno agravado na população jovem, cuja taxa excedia 30% e ainda mais junto de indivíduos e famílias com baixas qualificações.

O mercado de trabalho português, estruturalmente caracterizado pela predominância de uma força laboral de baixas qualificações<sup>3</sup>, tem evoluído para uma realidade mais fragmentada e complexa. Segundo um relatório de 2014 da Organização Internacional do Trabalho<sup>4</sup>, no período 2000-2008 a incidência de emprego precário estava em crescimento e com a chegada da crise cresceu o número de indivíduos que vive sem qualquer rendimento regular, experienciando grandes quebras no seu rendimento ou reentrando no mercado de trabalho num contexto de proliferação de trabalhos a tempo parcial, estágios (pagos abaixo do salário mínimo) e também indivíduos beneficiários de prestações sociais.

“Os grupos sociais mais vulneráveis foram os mais atingidos pelas medidas de austeridade implementadas em Portugal. O governo deveria intensificar os seus esforços para mitigar o impacto negativo da crise financeira, em particular nas crianças, idosos e Roma”<sup>5</sup>.

Desde 2011 – e no seguimento de políticas de redução do défice – milhares de pessoas estão a sofrer devido aos cortes sociais: 500 mil portugueses perderam o abono de família e 120 mil dependem de ajuda alimentar para escapar à fome. Segundo um relatório do Comissário Europeu dos Direitos Humanos após a sua visita a Portugal de 7 de maio a 9 de maio de 2012<sup>6</sup>, a pobreza infantil estava em crescimento e a combinação de elevadas taxas de desemprego, cortes salariais, aumento de impostos e redução de benefícios sociais resultou em redução dos rendimentos e aumento da vulnerabilidade dos agregados familiares.

Como consequência do exposto, segmentos crescentes da população portuguesa estão a ser atingidos por doenças e outras questões relacionadas com a pobreza, como: despejos, “pobreza energética”<sup>7</sup> ou doenças derivadas da incapacidade em manter as casas aquecidas, impossibilidade de pagar cuidados de saúde, depressão e doenças mentais, violência doméstica, isolamento e estigma social.

À medida que cada vez mais pessoas estão desprotegidas, as organizações da sociedade civil – em especial as IPSS – e as autoridades locais estão a tornar-se atores chave na mitigação do problema, dando respostas sociais efetivas.

Neste contexto, a Cruz Vermelha Portuguesa (CVP) desenvolveu o projeto “Portugal Mais Feliz”, no sentido de responder às necessidades das famílias mais vulneráveis e apresentar soluções em três eixos de intervenção principais:

- 1 •** Mentoria, *coaching* e aconselhamento para pessoas desempregadas ou com emprego precário, assim como apoio educacional, formação e aprendizagem ao longo da vida;
- 2 •** Apoio financeiro para pagamento de bens básicos (como água, energia e saúde) e para lidar com sobreendividamento, assim como doações em género (comida, roupa, medicamentos)
- 3 •** Assistência técnica e social para candidaturas e gestão de prestações sociais.

O projeto foi desenhado em 2010 com a designação de “Portugal Inclusivo - Cidadania Ativa” e a sua execução começou em 2012. Devido à dura situação económica, as famílias com situações de desemprego tornaram-se no principal grupo alvo da intervenção, desenvolvida com as delegações locais da CVP e em parceria com entidades locais. Consequentemente, grande parte do foco foi dirigido ao desenvolvimento de capacidade de trabalho e de empreendedorismo dos indivíduos, bem como à mudança de atitudes e comportamentos face à situação difícil que viviam – nomeadamente, melhorando as suas competências técnicas e sociais. Mais de 60 delegações da CVP forma envolvidas desde o início do projeto.

“Portugal Mais Feliz” é um projeto com um objetivo geral duplo: intervenção e transformação estruturais no contexto mais alargado do desenvolvimento social e territorial. Os principais beneficiários do projeto são os segmentos populacionais de baixo rendimento, mais concretamente: Idosos; Crianças; Mulheres vítimas de violência doméstica; Famílias afetadas por problemas de saúde geradores de incapacidades temporárias ou permanentes (com consequência negativa sobre os seus fontes de rendimento); Famílias com crianças e outros dependentes; Famílias com atividades económicas sem proteção social ou informais; Famílias monoparentais; Famílias numerosas (mais de 5 elementos) e pessoas sós.

---

<sup>2</sup> Cf. EAPN Portugal (2014) [http://www.eapn.pt/documentos\\_visualizar.php?ID=322](http://www.eapn.pt/documentos_visualizar.php?ID=322) .

<sup>3</sup> In 2008, “70% of Portuguese employed individuals held no more than lower secondary education”, according to the European Commission (c.f. [ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1080&langId=en&practicId=10](http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1080&langId=en&practicId=10)).

<sup>4</sup> C.f. ILO (2014). [ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/publication/wcms\\_228208.pdf](http://ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/publication/wcms_228208.pdf) .

<sup>5</sup> C.f. Report by Nils Muižnieks (2012), Council of Europe, page 4. <https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?id=1959473&Site=&BackColorInternet=B9BDEE&BackColorIntranet=FFCD4F&BackColorLogged=FFC679> .

<sup>6</sup> C.f. Report by Nils Muižnieks (2012).

<sup>7</sup> According to experts, “A fuel poor household is defined as one which needs to spend more than 10% of its income on all fuel use and to heat its home to an adequate standard of warmth.” c.f. <http://www.energy-uk.org.uk/policy/fuel-poverty.html> .

“Portugal Mais Feliz” recebeu apoio financeiro de várias empresas. Os principais patrocinadores foram os seguintes:



O principal patrocinador do projeto foi a Jaguar Land Rover (JLR), através de uma parceria com a Cruz Vermelha Portuguesa, no quadro da sua parceria global de cinco anos com a Federação Internacional das Sociedades Cruz Vermelha e Crescente Vermelho (IFRC), designada “Chegando a Pessoas Vulneráveis em Todo o Mundo”. O montante global do apoio da JLR entre 2014 e 2015 foi de 150.000€.

## A metodologia SROI



**Mapear a intervenção.** Começamos por definir os parâmetros da análise e envolver as partes interessadas (*stakeholders*), para definir que mudanças são relevantes. Os parâmetros são estabelecidos por um plano geral da análise, que contempla: o âmbito (o que vamos medir); os recursos necessários à condução da avaliação (equipa, capital e tempo) (monetários e não monetários) e o cronograma. Uma vez selecionados os *stakeholders*-chave, importa apurar quais são os seus objetivos relativamente à intervenção em causa – e portanto que mudanças são relevantes para a análise SROI.

Estamos agora em condições de desenhar os contornos a análise, desenvolvendo uma teoria da mudança: a narrativa do modo como uma organização utiliza recursos - investimento - para fazer o seu trabalho – atividades -, que produz resultados diretos e ainda mudanças resultados indiretos ou consolidados -, das quais só uma parte - impactos - se deve à intervenção da organização. Esses impactos são o valor social criado pela organização – valor esse, afinal, que a análise SROI pretende apurar.



**Identificar recursos e atividades.** Num segundo momento é tempo de definir qual é a dimensão do investimento da intervenção: os recursos monetizados (como recursos humanos, instalações e equipamento) dos recursos não monetizados em tempo (como o valor do trabalho voluntário) e em espécie (ex: valor de doações de alimentos, de equipamentos, cedência de instalações).

É também tempo de traduzir as atividades em números e definir os resultados imediatos da intervenção, respondendo às perguntas sobre o tipo e número de atividades e quantas pessoas as frequentaram.





**Demonstrar mudanças e valor.** Se no anterior processo de envolvimento dos *stakeholders* recolhemos dados para garantir que iremos medir as mudanças relevantes para a comunidade, agora recolhemos dados passíveis de demonstrar que a mudança ocorre - e qual o seu valor.

O primeiro passo é construir provas de mudança: os indicadores. É através dos indicadores que se definem as quantidades de mudança atingidas pelos *stakeholders* do projeto. Por exemplo, para a mudança “isolamento”, o indicador pode ser o grau de ansiedade do stakeholder.

Definida a quantidade de cada mudança, há que saber qual é o seu tempo previsto de duração e a importância/valor que essa mudança tem para os *stakeholders*. Para muitas mudanças, o seu valor monetário é facilmente observável (ex: poupança em gastos com o hospital). No entanto, a maioria das mudanças sociais tem um caráter intangível (ex: o tempo de lazer, a autoestima ou a qualidade do ar). Na análise SROI, todos os indicadores são monetizados, mesmo aqueles que não têm valor de mercado atribuído. Neste último caso, utilizam-se aproximações financeiras.

Entre as metodologias de aproximação, destacamos a das preferências declaradas: inquirir pela disponibilidade dos *stakeholders* para pagar – p.e. por um novo espaço verde - ou para aceitar compensação – p.e. pela poluição sonora – em relação a certa quantidade de mudança resultado. A valoração pode também fazer-se através de preferências reveladas: analisando dados sobre gastos em bens relacionados ou sobre custos de deslocação para aceder/ prescindir do resultado.

A subjetividade trazida pela utilização de aproximações ou estimativas é mitigada pela utilização de várias metodologias (ser transparente; ouvir os *stakeholders*; triangular fontes; sub-estimar) e pela realização final de um teste de sensibilidade aos pressupostos de cada valor aproximado.



**Apurar o impacto.** Tomando como ponto de partida o nosso conjunto de indicadores e respetiva valoração financeira, vamos agora calcular o valor dos benefícios gerados, ou seja: somamos o valor monetário atribuído aos resultados da intervenção e descontamos três fatores de compensação: atribuição, deslocação e redução.

Na análise SROI queremos apurar qual a parte dos benefícios para a comunidade que é efetivamente atribuível à organização/projeto, uma vez descontado o que foi provocado por outras pessoas ou organizações e o que aconteceria de qualquer forma (atribuição), as eventuais transferências inesperadas de mudança (deslocação) e do seu desgaste ao longo do tempo (redução).

Estamos agora em condições de calcular o valor do impacto, isto é, da mudança gerada pela intervenção. Para calcular o impacto de cada resultado multiplica-se o valor do substituto financeiro pela quantidade do indicador de resultado da mudança (com os fatores atribuição, deslocação e redução já descontados da quantidade total).

Ou seja:

**Quantidade do indicador de resultado – [Atribuição + Deslocação] x Aproximação Financeira**

Mas o valor destes benefícios ainda não é um valor líquido. Este só se obtém após duas séries de cálculos habituais na análise financeira do custo benefício: a taxa de desconto e o valor atual líquido (VAL).



**Calcular o SROI.** Podemos, enfim, calcular o SROI da intervenção. O SROI é o rácio entre o valor atual líquido dos benefícios e o valor atual líquido do investimento (compara o valor gerado com o valor do investimento). Por exemplo, um rácio de 3:1 indica que cada 1€ investido gera 3€ de valor social.

**SROI = VAL Benefícios / VAL Investimento**

Para validar os resultados, há que testar a sua sensibilidade. Vamos agora introduzir variações em vários fatores-chave para ver até que ponto o modelo de análise resiste. Esta análise diz-nos quais os dados que tiveram mais influência nos resultados finais e também o grau de robustez do modelo: tem que manter um SROI positivo (mínimo 1:1) perante variações elevadas nos fatores-chave.

Por fim, podemos calcular o período de retorno (payback). Diz-nos quando é que o valor dos benefícios gerados excede o do investimento. É um cálculo importante para muitos investidores pesarem o risco do investimento.



**Comunicar e Integrar.** O princípio da transparência deve ser levado até ao final de qualquer análise SROI: quando o processo e os resultados da análise - as evidências - são comunicados a partir de um relatório. A transparência implica ainda clareza na linguagem, para que as evidências e as lições aprendidas sejam disseminadas pelo maior número possível de *stakeholders*.

## 1.2. *Stakeholders* (partes interessadas)

Uma análise SROI é construída sobretudo sobre o envolvimento de stakeholders e considera o seu ponto de vista único. Os *stakeholders* são aquelas pessoas ou organizações que podem ser afetadas e ser afetadas, positiva ou negativamente, pelas atividades do “Portugal Mais Feliz” durante o período analisado. Nesta avaliação identificámos 5 *stakeholders* principais:

**1 • Beneficiários.** Famílias apoiadas pelo projeto. A partir da documentação fornecida pela equipa de gestão do projeto, considerou-se uma média de 4 pessoas por agregado familiar, incluindo crianças e idosos.

**2 • Delegações Locais da CVP (e seus quadros).** Mais de 60 delegações da CVP foram envolvidas no projeto, mas apenas 35 estiveram ativas durante o período em análise.

**3 • Serviços Centrais da CVP.** (em particular a equipa de gestão e suporte do “Portugal Mais Feliz”). Há uma equipa residente de 6 pessoas para gestão, suporte e trabalho de campo no projeto. A supervisão financeira, assim como outros custos indiretos, são assumidos pelo escritório central de Lisboa.

**4 • Voluntários.** Um total de 10 voluntários foi identificado entre as delegações da CVP.

**5 • Patrocinadores e Doadores.** Para além da Jaguar Land Rover, outras 3 entidades foram identificadas neste período de análise.

Todos os *stakeholders* foram envolvidos em diferentes momentos da análise, através de grupos focais, correio eletrónico, inquéritos e entrevistas.

# 2.

## Recursos e Atividades

### 2.1 Recursos

#### Total de recursos apurados

Os cálculos neste relatório são baseados num custo reportado de 341.750€ para o período de fevereiro de 2014 a maio de 2015. Dado que a análise SROI faz uma avaliação custo-benefício de todas as mudanças experienciadas por todos os *stakeholders* incluídos, tomou-se em consideração não só as contribuições financeiras e em género dos patrocinadores e doadores, mas também outras contribuições bem como os custos indiretos.

STAKEHOLDERS	RECURSOS	VALOR €
Beneficiários	Tempo	n/a
CVP (delegações locais)	Tempo, recursos humano e infraestrutura física • Custos indiretos RH (18.630 hora, aprox. 118.554,55€)	118.554,55
CVP (serviços centrais)	Tempo, recursos humano e infraestrutura física • Custos indiretos RH (3.645 horas, aprox. 23.195,45€)	23.195,45
Voluntários	Tempo • 810 horas	n/a
Patrocinadores e doadores	Investimento financeiro e doações em género • Jaguar Land Rover (150.000€) • Nestlé e outros (25.000€)	200.000,00

## 2.2 Resultados

Os resultados são o sumário quantitativo das atividades do “Portugal Mais Feliz”, recolhidos pela equipa de gestão do projeto a partir de uma grelha desenvolvida pela 4Change em 2014.

# DESCRIÇÃO DO RESULTADO

**Ações coletivas** - Atividades de grupo levadas a cabo pelas delegações da CVP para enfrentar um determinado problema, envolvendo várias famílias em simultâneo e considerando a relevância do problema e o nr. de beneficiários. Portanto aquelas ações diferem nos grupos alvo, metodologias usadas, duração e orçamento.

**Apoio social para famílias e apoio jurídico:** responsabilidade parental, reestruturação de dívidas, pedidos de regularização salarial, divórcios, heranças; renegociação de dívidas e de créditos; gestão do orçamento familiar (literacia financeira); reencaminhamento para entidades parceiras (sobretudo em temas de saúde, habitação, educação, emprego e direitos sociais).

**Apoio financeiro para necessidades específicas:** medicação, visitas de especialistas, tratamento e transporte (saúde); comida e higiene, água e energia (necessidades básicas); despesas de transporte (procura de emprego); equipamentos essenciais (fogão, esquentador, frigorífico); manuais escolares, papelaria, propinas (educação) e apoio a reparações domésticas.

**Apoio a formação profissional e pessoal (*soft skills*)**

**Atividades de relações públicas e comunicação (CVP):** O dossier de imprensa do projeto foi enviado a 60 jornalistas. Um comunicado de imprensa foi também enviado e 2 figuras públicas foram convidadas para serem embaixadores do projeto. Também foram iniciadas negociações para obter 1 media partner (SIC).

# RESULTADOS NO PERÍODO

# 565

PROCESSOS OU  
ATIVIDADES DE SUPORTE

**13** ações de suporte técnico (3 para prestações sociais e 10 para negociação de empréstimos e dívidas).

**54** ações de apoio financeiro (22 para bens e serviços de 1ª necessidade, 12 para serviços de saúde, 8 para equipamentos e 12 para educação e outras necessidades).

**249** ações de assistência social

**249** ações de apoio psicológico

**1 comunicado de imprensa** distribuído para 60 jornalistas (TV, rádio, imprensa e redes sociais).

**1 comunicado de imprensa.**

**1 convite** a 2 figuras públicas.

**1 processo negocial** com 1 media partner.

# 3.

## Teoria da Mudança

A perspetiva de cada stakeholder conta-nos uma história: a história de como acontecem as mudanças derivadas das atividades do projeto “Portugal Mais Feliz”. Também nos dá uma representação visual das relações entre as mudanças de curto, médio e longo prazos na vida de cada stakeholder, evidenciando aquelas mudanças que são mais importantes. Apenas essas serão quantificadas e depois monetizadas, para se obter o valor que representam. Na presente análise mapearam-se 19 mudanças materiais – relevantes e significativas – para os 5 *stakeholders*, medidas através de 116 indicadores.



### Beneficiários

A intervenção do “Portugal Mais Feliz” está focada, fundamentalmente, nos agregados familiares vulneráveis. Olhando para as mudanças nas suas vidas atribuíveis, em alguma medida, ao projeto, foram identificadas e mensuradas seis mudanças positivas e uma mudança negativa.



## Melhoria nas competências para a vida

Competências para a vida (*Life skills*, no original) são definidas como “capacidades psicossociais para comportamentos adaptativos e positivos que permitem aos indivíduos lidar eficazmente com as exigências da vida quotidiana” . Podem ser agrupadas em dimensões como: relacionamento com serviços públicos ou bancos; preparação de refeições, arrumação e limpeza; hábitos saudáveis; estado de espírito positivo e resiliente ou ainda boa comunicação e sociabilidade. Estas competências adquirem-se sobretudo por via não formal e constituem uma aprendizagem ao longo da vida.

Um dos principais objetivos do projeto “Portugal Mais Feliz” é mudar os comportamentos dos seus beneficiários, em especial promovendo o emprego e as competências empreendedoras junto de desempregados e outros excluídos e mudando as suas atitudes em relação às circunstâncias em que se encontram – melhorando competências, auto-estima, motivação, autonomia e eficácia pessoal.

Ilustrativo foi o apoio dado a 29 homens, jovens adultos da cidade da Trofa. Estavam excluídos de atividade extracurriculares e de estruturas públicas para jovens e por isso em risco de exclusão social e de desenvolver comportamentos anti-sociais. Com o apoio financeiro e técnico do “Portugal Mais Feliz”, criaram uma equipa de kickboxing e, em parceria com um ginásio e autoridades locais, conseguiram competir no campeonato nacional.

Como veremos, foram quantificadas mudanças significativas relacionadas com o desenvolvimentos de competências para a vida junto dos beneficiários. Não obstante, os resultados desta mudança são muito interessantes em indivíduos enquadrados numa família, por contrastar com aqueles que vivem sós (que sentem menos 71% de mudança).

---

<sup>8</sup> Cf. [http://www.unicef.org/lifeskills/index\\_7308.html](http://www.unicef.org/lifeskills/index_7308.html) ..

## Melhoria no bem-estar físico

A saúde subjetiva é um dos determinantes do bem-estar psicológico, em especial em populações mais velhas. Segundo Hoeymans<sup>9</sup>, a auto-perceção da saúde, baseada na interpretação do estado físico objetivo, é essencial para ter uma vida plena. Em acréscimo, a melhoria de hábitos alimentares pode ajudar na resolução de problemas de saúde relacionados com inclusão social, doenças cardiovasculares, depressão, distúrbios alimentares (com especial relação à obesidade) e até cancro.

Com base na amostra desta análise, 70% dos agregados familiares têm pelo menos um elemento com problemas de saúde e uma grande parte destes com pessoas dependentes a seu cargo (o que sublinha a importância deste eixo de intervenção). Decidiu-se medir a importância da melhoria no bem-estar físico colocando ênfase nas dimensões subjetivas da saúde (*stress*, vitalidade, energia, qualidade do sono, condições de higiene e alimentação), reportando a a escalas utilizadas a nível internacional, como a WHOQOL-bref e a BBC-SWB<sup>10</sup>.

Como veremos, a auto-perceção do estado de saúde é mais significativa quando o beneficiário tem pelo menos um dos membros no seu agregado familiar a frequentar algum tipo de nível de ensino: os indicadores mostraram uma diferença positiva de 11%. No outro lado do espectro, pessoas a viver sós reportam uma melhoria no seu bem-estar físico 69% menos do que a média.

## Melhoria no bem-estar emocional

Encorajar a auto-estima e a resiliência é instrumental para criar impacto social sustentável. O projeto “Portugal Mais Feliz” investe na mudança no modo como os beneficiários interagem com o seu contexto imediato para serem capazes de mudar as suas condições de vida.

O bem-estar emocional é uma mudança de importância crítica em termos de impacto social porque diz-nos que a pessoa percebe a sua vida de uma forma positiva; mede o que pensa e sente sobre a sua vida em aspetos como a qualidade das suas relações, emoções positivas, frequência de sentimentos positivos, sentido de autonomia e controlo pessoais, resiliência, realização de potencial e a satisfação geral com a vida. Muito frequentemente, o bem-estar emocional é medido com indicadores subjetivos (nesta análise escolheram-se indicadores declarados pelos *stakeholders* e inspirados na escala WHOQOL-bref)<sup>11</sup>.

Um dos impactos mais consistentes relevados pela análise foi, de facto, a mudança no bem-estar psicológico de beneficiários com dependentes a cargo e com familiares com problemas de saúde – mudança sentida em quantidade superior à reportada por beneficiários sem pessoas a cargo nem com familiares com problemas de saúde. Por exemplo, na resposta à pergunta “Sente-se mais capaz de proporcionar uma melhor qualidade de vida à sua família?”, a diferença entre aqueles dois subgrupos foi de 17% a favor do primeiro. Fica assim demonstrada a diferença que o projeto faz no alívio do fardo dos cuidadores.

<sup>9</sup> Cf. N. Hoeymans, E. J. M. Feskens, D. Kromhoup, and G. A. M. Van Den Bos (1997).

<sup>10</sup> Cf Pontin et al. (2013).

<sup>11</sup> Cf. WHOQOL-bref is a quality of life assessment tool developed by the World Health Organization since 1991, adapted to more than 160 countries, including Portugal. <http://bdigital.ufp.pt/bitstream/10284/4446/2/WHOQOL-Bref%20PORTUGAL.pdf>

## Melhoria no bem-estar social

O bem-estar social está relacionado com as relações de uma pessoa com os outros e como essa pessoa percebe os seus laços com a comunidade. Desempenha um papel central na saúde mental e no bem estar geral, pois existe uma íntima relação entre solidão e saúde mental e, também, porque sentimentos de confiança e de pertença são necessidades emocionais ligadas à felicidade<sup>12</sup>.

A análise evidenciou que o “Portugal Mais Feliz” cria impacto ao fazer os beneficiários mais “ligados” e “envolvidos” nas suas comunidades e, muito em especial, ao permitir às famílias reduzir fontes de *stress* e ter uma convivência mais equilibrada, ao construir confiança e laços entre familiares. Escolheu-se também nesta mudança recorrer a escalas WHOQOL-bref.

## Melhorias na educação e na aprendizagem ao longo da vida

As mudanças relacionadas com educação e aprendizagem ao longo da vida estão ligadas a dois subgrupos muito vulneráveis de beneficiários: as crianças e os desempregados de longa duração. Quase metade dos respondentes tem um nível de qualificações básico (ensino primário). O projeto reflete essa vulnerabilidade ao identificar como alvo prioritário pessoas com baixas qualificações e/ou sem possibilidade de pagar despesas relacionadas com educação<sup>13</sup>.

A maioria dos agregados familiares que recebe regularmente apoio financeiro do projeto possui um ou mais elementos a frequentar algum nível de ensino (65,7%).

---

<sup>12</sup> Cf. Helliwell, John F. et al. (2009).

<sup>13</sup> Na presente análise optou-se por considerar apenas 60% do universo de beneficiários, pois cerca de 40% não tinha crianças ou membros do agregado familiar a frequentar algum nível de ensino ou formação profissional. Sem prejuízo disso, cerca de 15% dos beneficiários pertence a unidades familiares com mais de 4 membros, o que sugere um elevado potencial de impacto no apoio a despesas relacionadas com educação.

## Aumento da sustentabilidade financeira

Entre os beneficiários do “Portugal Mais Feliz” encontram-se os agregados familiares sobreendividados. Durante o período em estudo, 14 foram apoiados por parceiros do projeto no sentido de renegociar dívidas com os bancos e outros credores. Segundo o CGAP (Consultative Group to Assist the Poor), um dos principais atores globais no setor da microfinança., o sobreendividamento é um conceito flexível e dependente do contexto cultural<sup>14</sup>.

### “ Apoio Caloroso

L.M. e J.M. são casados, com 55 e 49 anos e 8 filhos (dois vivem com eles, outros com a avó; o mais jovem, de 14 anos, está institucionalizado em Sintra desde os 7 anos de idade).

Ambos estão desempregados. L.M. foi motorista de táxi, mas desde que perdeu a carteira profissional e a licença de táxi, o seu contrato não foi renovado. Trabalhou algum tempo num call center. O rendimento do casal é de 251,78€ (do Rendimento Social de Inserção). Não conseguem pagar aquecimento e por isso usam um balneário público e os cuidados de saúde chegam através da Santa Casa da Misericórdia.

O “Portugal Mais Feliz” forneceu-lhes um esquentador e 522€ para L.M., que ingressou num curso de formação de condutores profissionais.

”

O sobreendividamento pode ser visto como “um saldo negativo prolongado entre receitas e despesas, no qual após deduzidos os custos de vida básicos o rendimento disponível não é suficiente para cobrir as obrigações de pagamento”<sup>15</sup>.

Isto significa que combater o sobreendividamento de famílias vulneráveis é a chave para atingir a sua sustentabilidade financeira. Em Portugal, a maioria dos despejos e das insolvências familiares deriva de dívidas de consumo - quase 6% das famílias não pagou as suas dívidas de cartão de crédito há pelo

menos três meses consecutivos, entrando numa espiral de dificuldades financeiras e de *stress* - e de problemas de saúde.

É pelo exposto que o projeto – para além do apoio na renegociação das dívidas – se foca na literacia financeira, ao melhorar as capacidades dos indivíduos na gestão do orçamento familiar e na poupança através de atividades de aconselhamento e de capacitação.

<sup>14</sup> Cf. <http://www.cgap.org/blog/over-indebtedness-and-impact>

<sup>15</sup> Cf. Civic Consulting (2013).

Esta mudança está também ligada a outras, tais como aprendizagem ao longo da vida e competências para a vida, pois influencia a empregabilidade e as capacidades necessárias para encontrar uma fonte regular de rendimento.

Segundo relatórios do projeto, durante o período em análise registaram-se dois casos em que um dos elementos do agregado familiar encontrou um emprego estável em resultado da sua participação no projeto.

Uma vez mais, registou-se um desempenho pior nesta mudança no caso de pessoas a viver sós: 45% menos quantidade de mudança do que os restantes subgrupos no stakeholder beneficiários.

## Desmotivação devido a expectativas excessivas

Esta foi a única mudança negativa identificada pela análise durante a auscultação inicial dos stakeholders. Alguns beneficiários manifestaram-se “frustrados” ou “desiludidos” porque esperavam maior impacto do projeto no seu rendimento mensal ou porque a sua situação financeira “ficou pior” após a intervenção. No entanto, esta mudança acabou por quase desaparecer no momento da sua quantificação através de questionários.

### “ A Luta de uma Mãe Solteira

S.F. tem 37 anos e está sozinha a cuidar das suas três crianças. Oriunda de uma família disfuncional, com problemas de alcoolismo e de prostituição, S.F.

Encontra-se desempregada e beneficia de alojamento social e de abono de família. Recebe ainda o Rendimento Social de Inserção, mas nenhum destes apoios lhe garante a subsistência.

Os dois filhos mais velhos têm bom rendimento escolar, mas um deles necessita de um aparelho ortodôntico, pelo que se candidatou ao “Portugal Mais Feliz” para obtê-lo.

”

<sup>9</sup> Cf. Civic Consulting (2013).

<sup>10</sup> Cf. [http://ec.europa.eu/consumers/financial\\_services/reference\\_studies\\_documents/docs/part\\_1\\_synthesis\\_of\\_findings\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/consumers/financial_services/reference_studies_documents/docs/part_1_synthesis_of_findings_en.pdf).



# BENEFICIÁRIOS

ADQUIREM MAIS SOFT SKILLS

TÊM MAIOR SENTIDO DE PROPÓSITO

TÊM MELHOR ACESSO A  
CONDIÇÕES DE VIDA ADEQUADAS

ALIMENTAM-SE MELHOR

TÊM MAIS VITALIDADE  
E ENERGIA

FICAM MAIS CONFIANTES  
E OTIMISTAS

SENTEM-SE MAIS RESILIENTES E CAPAZES  
DE DAR UMA VIDA MELHOR À SUA FAMÍLIA

TÊM MELHORES  
RELAÇÕES FAMILIARES

(MUDANÇA POSITIVA  
NAS RELAÇÕES SOCIAIS)

SENTEM-SE COM MAIS CONFIANÇA  
E INTEGRADOS NA COMUNIDADE

(MUDANÇA POSITIVA  
NAS RELAÇÕES FAMILIARES)

ADQUIREM MAIOR  
LITERACIA FINANCEIRA

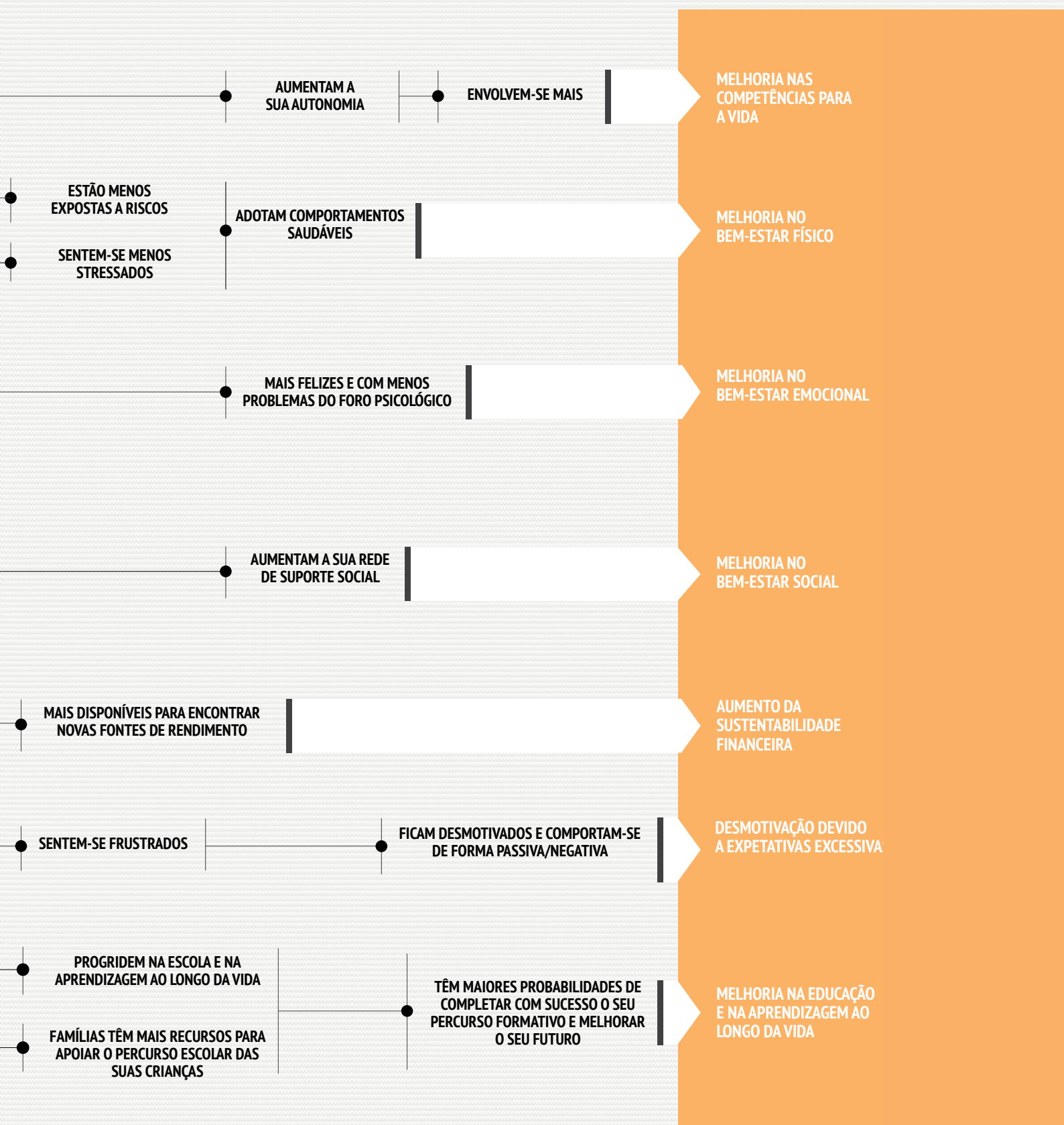
AUMENTAM RENDIMENTO E  
REDUZEM SOBREENDIVIDAMENTO

TÊM EXPECTATIVAS EXCESSIVAS  
EM RELAÇÃO AO PROJETO

JOVENS E IDOSOS EM RISCO DE  
EXCLUSÃO RETOMAM EDUCAÇÃO

APRENDEM NOVAS  
COMPETÊNCIAS

FAMILIES HAVE MORE MEANS AND RESOURCES  
TO SUPPORT THEIR CHILDREN'S SCHOOL PATH





## Delegações da Cruz Vermelha Portuguesa

As 60 delegações da Cruz Vermelha Portuguesa (CVP) desempenham um papel relevante na teoria da mudança do “Portugal Mais Feliz”. Com uma amostra de 22 delegações, identificaram-se e mediram-se mudanças para a equipa técnica e administrativa, bem como para a delegação em si, enquanto organização autónoma dentro da estrutura da CVP.

Por um lado, estar envolvido neste projeto teve impacto no bem-estar do staff e na sua satisfação profissional; por outro lado, a sua participação num projeto nacional teve impactos em termos de transformação organizacional – mais uniformização de procedimentos, mais transparência e partilha de objetivos e melhor capacidade de parceria – e de eficácia e de eficiência – melhor articulação com a sede em Lisboa, melhor nível de suporte (que foi de 95% durante o período em análise) e um melhor sentido percecionado de autonomia e de eficácia.



## Maior satisfação com o trabalho

O sentido de satisfação com o trabalho é um componente essencial do que se chama “qualidade da vida profissional”<sup>16</sup>. Podemos considerar o local de trabalho como um ambiente social e profissional onde os colaboradores devem interagir com uma série de pessoas e têm de trabalhar em coordenação entre si; e a vida profissional como as experiências de vida relacionadas com o local de trabalho (distintas dos conteúdos técnicos das suas tarefas diárias).

Para efeitos desta análise, foram escolhidos indicadores elaborados com base em informações dos *stakeholders*, assim como escalas subjetivas usadas habitualmente em inquéritos de satisfação no local de trabalho (para avaliar, por exemplo, o sentido pessoal de autonomia, auto-realização, desenvolvimento pessoal, sentimento de propósito, orgulho na organização, auto-estima profissional e o nível de satisfação face às relações sociais no local de trabalho).

## Melhoria no bem-estar emocional

Os impactos em termos de bem-estar emocional do staff nas delegações locais da CVP chegam sobretudo da perceção subjetiva de “fazer a diferença” na vida dos beneficiários, medida pela frequência de momentos felizes durante a semana de trabalho atribuíveis ao seu envolvimento no projeto. Esta mudança positiva foi quantificada considerando o impacto negativo de uma exposição prolongada a realidades sociais difíceis e o desgaste decorrente de uma grande carga horária.

---

<sup>16</sup> Cf. C.f. T.S. Nanjundeswaraswamy, Swamy D. R (2013).



## DELEGAÇÕES DA CRUZ VERMELHA PORTUGUESA

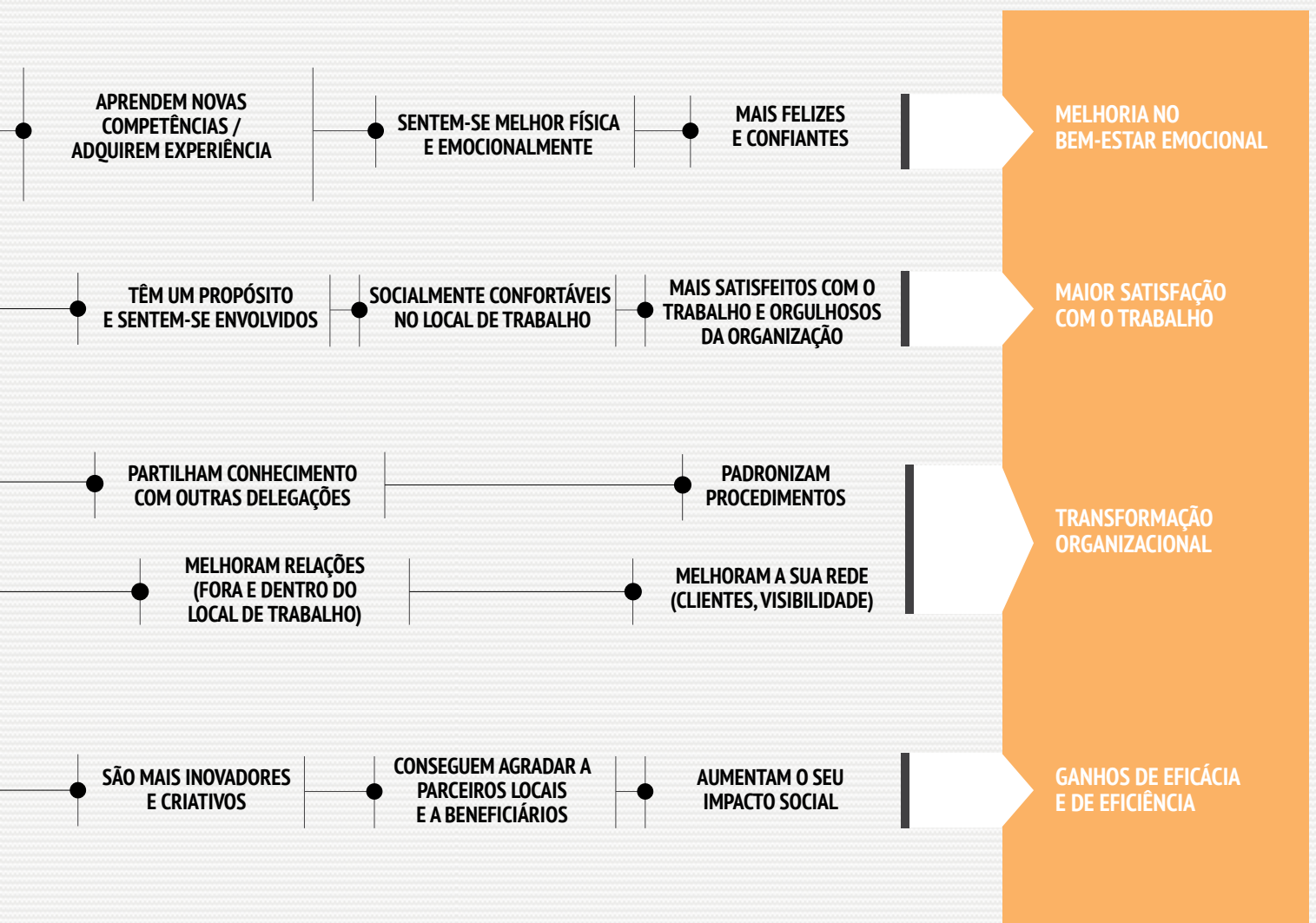
FAZEM MAIS TRABALHO  
DE CAMPO

CONTACTAM COM  
BENEFICIÁRIOS

ADQUIREM NOVAS  
COMPETÊNCIAS E  
EXPERIÊNCIAS

MAIS COMPETENTES  
E AUTÓNOMOS

REALIZAM TAREFAS MAIS  
RÁPIDO E MELHOR



## Serviços Centrais da CVP (Staff do projeto e Staff técnico)

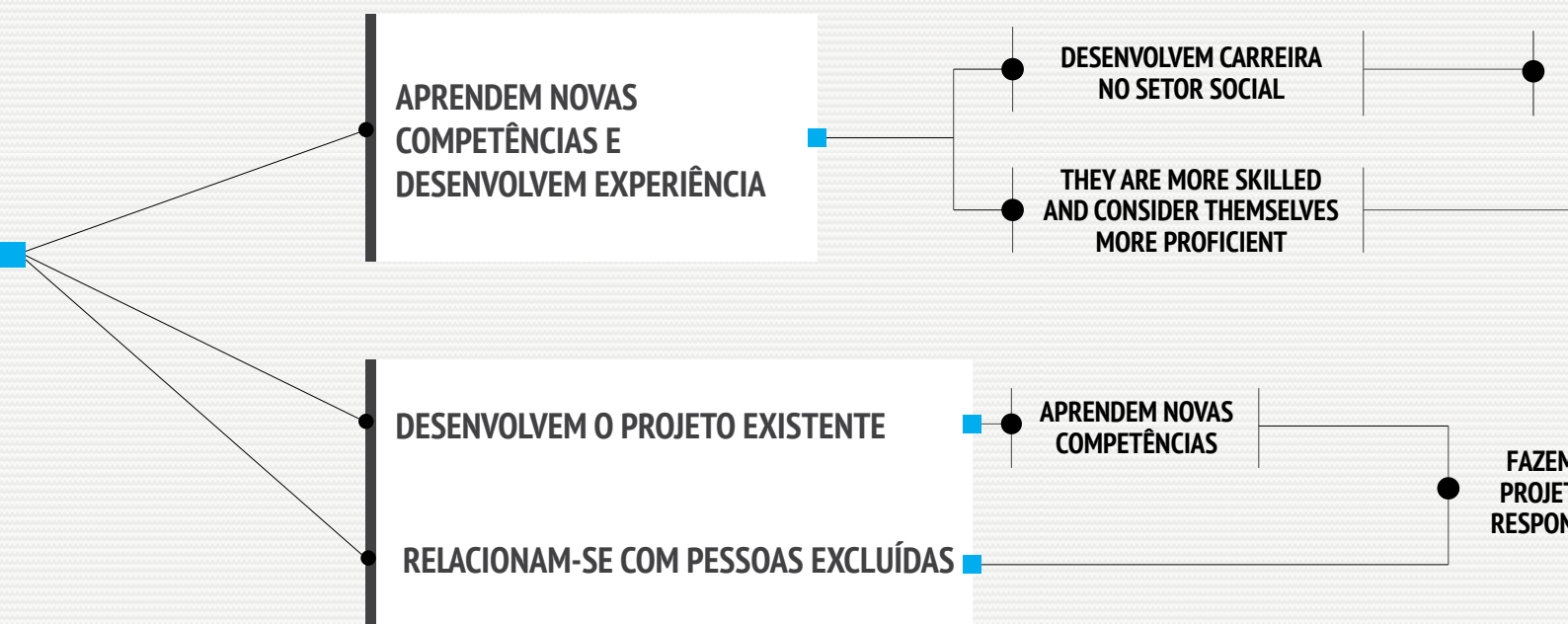
A equipa de gestão e de suporte do projeto no escritório nacional da CVP em Lisboa é composta por seis elementos, a maioria dos quais envolvida desde o início, que partilham um forte comprometimento pessoal e profissional com o projeto.

A teoria da mudança do staff do projeto revela uma grande mudança em termos de satisfação profissional, medida da mesma forma utilizada para as delegações, usando indicadores como o sentido pessoal de autonomia, auto-realização,

desenvolvimento pessoal, sentimento de propósito, orgulho na organização, auto-estima profissional e o nível de satisfação face às relações sociais no local de trabalho.

Em contraste, uma mudança negativa e inesperada emergiu: o sentimento de desgaste e de *stress* profissional, originário de uma excessiva carga horária e do confronto com as duras realidades de uma carreira no setor social.<sup>17</sup>

<sup>17</sup> Para uma introdução a esta realidade, cf. <http://www.naswpress.org/publications/profession/inside/burnout-self-care-foreword.html>





## SERVIÇOS CENTRAIS DA CVP

MAIS IDENTIFICADAS  
E ORGULHOSAS DE SI  
E DA ORGANIZAÇÃO

SOCIALMENTE  
INTEGRADAS NO  
LOCAL DE TRABALHO

DESENVOLVIMENTO  
PROFISSIONAL

CONSIDERAM-SE MAIS  
COMPETENTES  
E PROFICIENTES

MAIOR SATISFAÇÃO  
COM O TRABALHO

1 CRESCER O  
TO E AS SUAS  
NSABILIDADES

TRABALHAM HORAS  
EXTRA E SOB PRESSÃO

TÊM QUE RECUSAR  
CANDIDATURAS

LIDAM COM AS  
CONSEQUÊNCIAS SOCIAIS  
DAS RECUSAS DE  
CANDIDATURAS

CANSADAS E  
PROFISSIONALMENTE  
ESGOTADAS

EMOCIONALMENTE  
ESGOTADAS

STRESS E DESGASTE  
PROFISSIONAL

## Voluntários

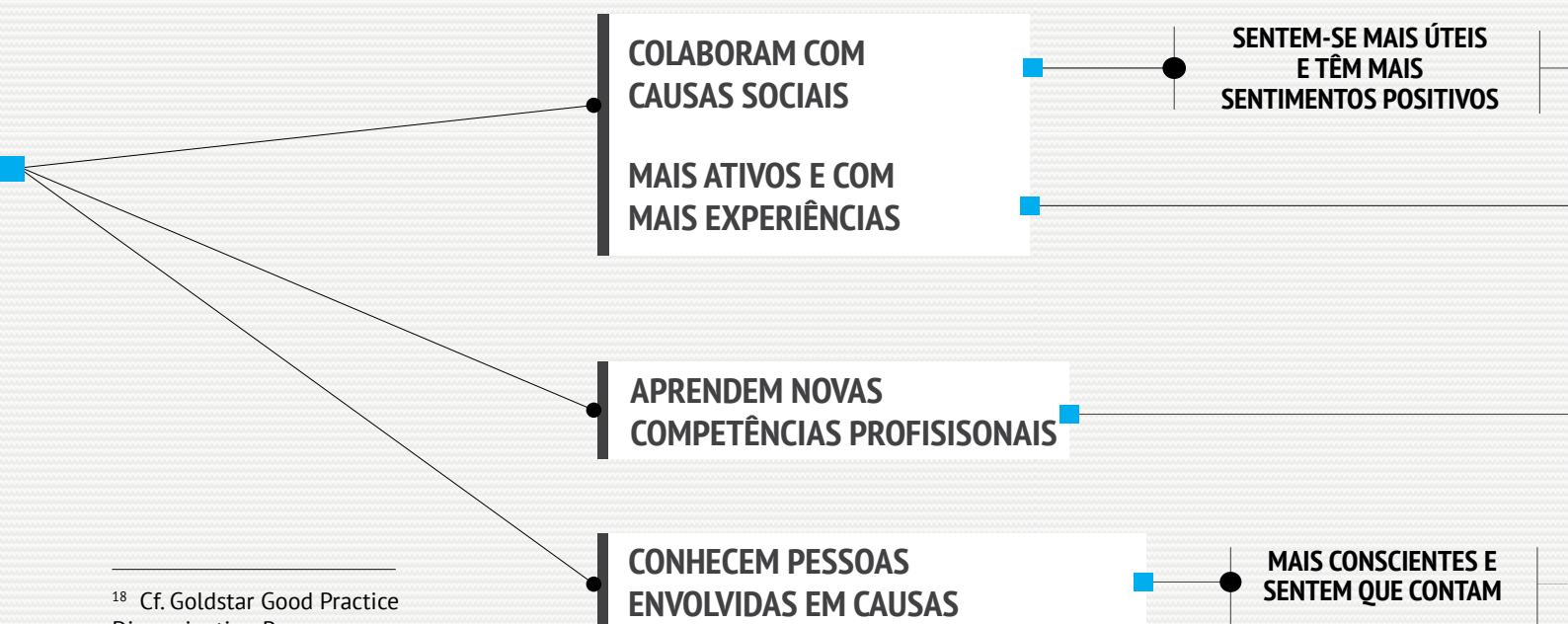
A teoria da mudança dos 10 voluntários envolvidos neste projeto durante o período em análise mostra três mudanças principais: melhoria no desenvolvimento profissional, melhoria no bem-estar emocional e um sentido mais profundo de rede de suporte social.

Segundo fontes secundárias<sup>18</sup>, o envolvimento de voluntários em projetos sociais – e muito em

especial tratando-se de pessoas jovens ou com muito pouca experiência profissional – tem fortes impactos na sua auto-estima, capacidades técnicas e experiência profissional, networking com outros jovens profissionais e contactos extra projeto. Adicionalmente, experienciam ganhos em termos de sentido de realização pessoal, envolvimento e integração na sua comunidade e, de forma mais geral, bem-estar.

## Melhoria no bem-estar emocional

Tal como o staff da CVP experiencia satisfação e realização através da percepção de “fazer a diferença” na vida dos beneficiários, o mesmo sucede com os voluntários e ainda um aumento na auto-estima (em especial os mais jovens). Acrescem mudanças positivas ao nível da seu sentido de responsabilidade, motivação, autoconsciência, autoconfiança e aspirações pessoais e profissionais. É ainda uma dimensão essencial desta mudança o facto de os voluntários adquirirem um “sentido de que contam” e de “sentir-se útil”.



<sup>18</sup> Cf. Goldstar Good Practice Dissemination Programme (2008/2009).



## Desenvolvimento profissional

Os voluntários ativam novas ideias, ajudam na implementação das atividades do projeto, cumprem tarefas, desenvolvem capacidades técnicas e aprendem com os profissionais. Incrementam ainda a sua empregabilidade na medida em que melhoram competências como gestão do tempo, pontualidade, comunicação, resolução de problemas e trabalho de equipa. Todos estes fatores conduzem a uma mudança positiva no seu potencial profissional, em particular para aqueles que têm a expectativa de desenvolver uma carreira em serviço social.

## Maior rede social e rede de suporte

Através da sua interação quotidiana com os beneficiários, o staff da CVP e com os parceiros, os voluntários alargam a sua rede de amizades e relações, o seu nível de participação em eventos sociais e as suas redes de suporte e de informação. Estas mudanças aumentam a probabilidade de encontrar um trabalho e/ou de se sentir mais satisfeito com a sua vida social. Mesmo os voluntários mais velhos reportam mudanças positivas como redução nos níveis de solidão, aumento da satisfação social e do sentido de “ser útil” novamente. Em geral, os voluntários sentem-se mais satisfeitos com as suas interações pessoais, assim como mais integrados e valorizados na sua comunidade.



## VOLUNTÁRIOS

CONSIDERAM-SE  
PESSOAS MELHORES

MAIS AUTO-ESTIMA

MELHORIA NO  
BEM-ESTAR EMOCIONAL

SENTEM-SE MAIS  
EMPREGÁVEIS

MAIORES PROBABILIDADES  
DE OBTER EMPREGO OU  
OPORTUNIDADE FORMATIVA

DESENVOLVIMENTO  
PROFISSIONAL

MAIS SOCIALMENTE  
INTEGRADOS E SATISFEITOS

MAIS ENVOLVIDOS  
NA COMUNIDADE

MAIOR REDE SOCIAL  
E DE SUPORTE

## Patrocinadores e Doadores

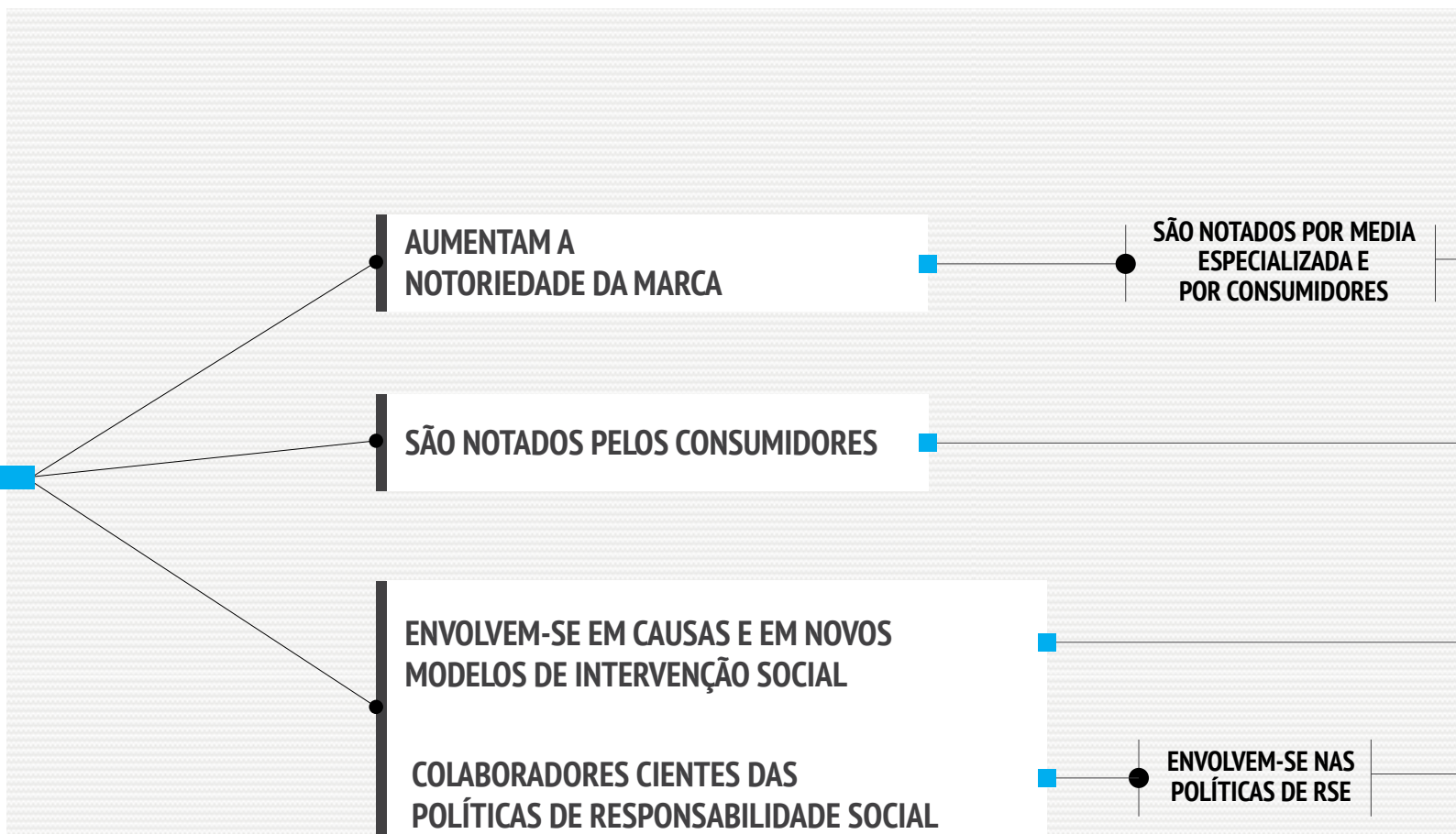
Segundo o padrão internacional de Responsabilidade Social Empresarial ISO 26000:201, para ser credível a RSE deve não só ser transparente, mas também abordar os “assuntos relevantes e significativos”<sup>19</sup> da organização, considerando o ponto de vista dos seus *stakeholders*.

Tal como no SROI, no ISO 26000 as noções de relevância e de significância relacionam-se à de materialidade: apenas podemos considerar um tema material em RSE se representa impactos económicos, sociais e ambientais significativos – ou se poderia influenciar substancialmente as avaliações e decisões dos *stakeholders* sobre a organização. Em outras palavras, não basta a empresa declarar as suas políticas de RSE como materiais, mas também os seus *stakeholders* têm de fazê-lo.

É sabido que um dos temas base do padrão ISO 26000:2010 é o envolvimento com a comunidade

e o desenvolvimento: todos os temas relacionados com saúde pública, educação e cultura, criação de emprego e desenvolvimento de competências, bem como riqueza e criação de rendimento são considerados, em princípio, como materiais<sup>20</sup>. A luta contra a discriminação, a proteção de públicos vulneráveis e a educação e sensibilização dos consumidores são igualmente considerados materiais. Nenhuma destas mudanças são meros retornos indiretos para a empresa: criam valor para além da empresa; respondem a expectativas dos *stakeholders* e são voluntárias.

A teoria da mudança dos patrocinadores e doadores deste projeto evidencia três mudanças relacionadas com o seu capital moral e reputação como investidores sociais. Estudos recentes mostraram que existe uma relação positiva entre adotar a norma ISO 26000:2010 e os seus temas materiais e melhoria da marca<sup>21</sup>. Ou seja, sabendo-se que





a notoriedade da marca desempenha um papel no processo de decisão de compra, se as políticas de RSE seguirem um adequado envolvimento de *stakeholders* e abordarem temas materiais, ligarão decisões de compra à ética empresarial.

As firmas com comportamentos éticos estão pois melhor posicionadas no mercado e geram um ativo adicional, de importância decisiva no impacto social: contribuem para a criação de valor social

incrementando interações entre empresas e o setor social. Estas interações alavancam novos modelos de intervenção social e de respostas para além do alcance do Governo, criam bem-estar e felicidade entre colaboradores e, por fim, alimentam laços emocionais entre as empresas e as comunidades no seio das quais operam.

<sup>19</sup> Cf. Global Reporting Initiative (2011)

<sup>20</sup> Cf. <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:en:sec:6>, point 6.8.6.

<sup>21</sup> Cf. Mattera, Marina; Baena, Verónica and Cerviño, Julio (2014).



## PATROCINADORES E DOADORES

MAIS PERCECIONADOS  
COMO INVESTIDORES  
SOCIAIS

INSPIRAM OUTRAS EMPRESAS  
A MUDAR DE ATITUDE

MELHORIA DA MARCA

CRIAM LAÇOS EMOCIONAIS  
COM POTENCIAIS CLIENTES

DESENVOLVEM A  
FIDELIDADE À MARCA

REFORÇO DOS LAÇOS  
COM A COMUNIDADE

REAFIRMAM VALORES DA EMPRESA

AUMENTAM RESPOSTAS  
POSITIVAS ÀS POLÍTICAS DE  
RESPONSABILIDADE SOCIAL

DESENVOLVIMENTO  
DOS VALORES BASE  
DA EMPRESA

ORGULHAM-SE DA  
ORGANIZAÇÃO E  
DE SI PRÓPRIOS

MAIS SATISFEITOS  
E ENVOLVIDOS

# 4.

## Provas e Valor

### 4.1 Quantidade (distância percorrida)

SROI é um método de avaliação baseado em mudanças. Muitas mudanças (outcomes, em Inglês) apenas ocorrem ou atingem pleno impacto no longo prazo. Para considerar mudanças intermédias – as que tendem a suceder durante o período habitual de uma análise SROI – utiliza-se a técnica da distância percorrida (DP). Trata-se da quantificação do progresso na mudança que determinado stakeholder experiencia durante o período analisado<sup>22</sup>.

No “Portugal Mais Feliz”, o stakeholder beneficiários reporta uma mudança significativa (73% de DP) em termos da mudança melhoria do bem-estar emocional, por contraste com melhorias na educação e na aprendizagem ao longo da vida (25%)<sup>23</sup>.

No tocante aos *stakeholders* da CVP, as delegações beneficiam sobretudo de transformação organizacional (64%), enquanto ganhos de eficiência e de eficácia progridem 38%. A equipa nos serviços centrais sente 67% de aumento no bem-estar emocional e 36% de DP no *stress* e desgaste emocional (considerando que esta última é uma mudança negativa, a sua baixa expressão é na prática uma boa notícia). Os voluntários expressam fundamentalmente melhorias no bem estar emocional (55% de DP).

Por fim, o stakeholder patrocinadores e doadores reporta 70% de DP, quer na melhoria da marca, quer no desenvolvimento dos valores base da empresa. O reforço de laços com a comunidade local situa-se nos 64%.

## 4.2. Duração

A maioria das mudanças dura para além do período de uma análise SROI (com projeção para os dois anos seguintes). A análise SROI considera como duração a quantidade de tempo que uma mudança dura (em anos), após a intervenção ou após a sua interrupção.

Nesta análise a definição dos valores de duração ocorreu tomando em consideração quer a percepção dos *stakeholders*, quer outros relatórios SROI com mudanças semelhantes e benchmarking de boas práticas. Definiram-se os seguintes valores<sup>25</sup>:

**0** quando o stakeholder cessa de experienciar uma dada mudança durante o primeiro ano ou ano analisado da intervenção (neste caso, de fevereiro de 2014 a maio de 2015);

**1** quando os efeitos de uma mudança desaparecem após o ano analisado da intervenção.

**2** quando aqueles efeitos duram até ao segundo ano após o ano analisado.

## 4.3. Valoração

Na análise SROI avaliam-se sobretudo mudanças intangíveis. Uma vez quantificadas todas as distâncias percorridas, estas são monetizadas para possibilitar o cálculo do retorno social do investimento – o rácio SROI. Na monetização de mudanças intangíveis e sempre que não é possível saber o seu valor exato de mercado, utiliza-se um instrumento denominado aproximação financeira (AF).

As AF são estimativas do valor financeiro dos efeitos de uma dada mudança. Para calculá-las é possível adotar vários métodos; nesta análise usou-se uma mistura de preferências declaradas pelos *stakeholders*, fontes secundárias, pesquisa de mercado, outros relatórios SROI com mudanças semelhantes e benchmarking de boas práticas<sup>26</sup>.

<sup>22</sup> Para um glossário de termos SROI, cf. <http://www.socialimpactscotland.org.uk/understanding-social-impact/methods-and-tools/sroi/glossary-of-sroi-terms/>.

<sup>23</sup> A listagem completa das quantidades de mudanças e respetivos indicadores pode ser consultada no mapa de impacto (Anexo).

<sup>24</sup> Cf. Social Value UK, Glossary, "Definition of duration".

<sup>25</sup> A listagem completa das quantidades de mudanças e respetivos indicadores pode ser consultada no mapa de impacto (Anexo).



## BENEFICIÁRIOS

BENEFICIÁRIOS			
Mudança	Aproximação financeira	Valor €	Racional
Melhoria nas competências para a vida	Formação intensiva de 1 dia em competências interpessoais	234,58 €	O valor foi adaptado de um estudo no Reino Unido(2012), considerando a paridade de poder de compra e a taxa média de inflação na Eurozona entre 2012 e 2014.
Melhoria no bem-estar físico	Implicações de longo prazo de uma dieta melhorada	141,74 €	A diferença na esperança de vida entre pessoas com diferentes níveis de rendimento é de 5 a 7,5 anos. O valor foi adaptado de um estudo no Reino Unido(2011), considerando a paridade de poder de compra e a taxa média de inflação na Eurozona entre 2011 e 2014. O total foi dividido pela esperança de vida à nascença em PT em 2014 e depois multiplicado por 3.
Melhoria no bem-estar emocional	Apoio psicológico	561,00 €	Valor médio de uma consulta mensal de psicologia em PT (2014) 51€ x 11 meses.
Melhoria no bem-estar social	Preço médio de um jantar num restaurante	72,00 €	12€ x 6meses (valor 2014)
Aumento da sustentabilidade financeira	Workshop de literacia financeira e gestão de dívida	750,00 €	75€ x 10 meses
Desmotivação devido a expetativas excessivas	Formação em empreendedorismo e motivação	430,50 €	
Melhoria na educação e aprendizagem ao longo da vida	Disponibilidade para pagar curso superior	1 040,04 €	O valor foi obtido pelas preferências declaradas (poupanças mensais) sobre custo de manter filhos em curso superior.



## DELEGAÇÕES LOCAIS DA CVP

DELEGAÇÕES LOCAIS DA CVP			
Mudança	Aproximação financeira	Valor €	Racional
Melhoria no bem-estar emocional (staff)	Apoio psicológico	561,00 €	Valor médio de uma consulta mensal de psicologia em PT (2014) 51€ x 11 meses.
Maior satisfação com o trabalho (staff)	Disponibilidade para pagar por uma vida profissional mais satisfatória no setor social	1 623,00 €	Assistente Social/Fisioterapeuta nível VIII em IPSS: 773€ X35%X6 meses. Rendimento anual do qual trabalhadores no setor social (IPSS) abdicariam para obter mais satisfação profissional. O valor é originário de um protótipo SROI realizado em 2015.
Transformação organizacional	Formação intensiva em comunicação e em transformação organizacional	300,00 €	Valor de mercado de duas sessão por ano (30h) de melhoria organizacional (ano 2014).
Maior eficácia e eficiência	Valor de 1h de maior eficiência por semana por trabalhador	887,03 €	Valor de libertar tempo devido a melhor desempenho do staff. O valor foi adaptado de um estudo SROI no Reino Unido(2013), considerando a paridade de poder de compra e a taxa média de inflação na Eurozona entre 2013 e 2014.



SERVIÇOS CENTRAIS DA CVP



VOLUNTÁRIOS

PATROCINADORES  
E DOADORES

## OUTROS STAKEHOLDERS: CVP LISBOA, VOLUNTÁRIOS, PATROCINADORES E DOADORES

Mudança	Aproximação financeira	Valor €	Racional
Maior satisfação com o trabalho (staff)	Disponibilidade para pagar por uma vida profissional mais satisfatória no setor social	12 652,50 €	Valoração originária do grupo focal, estimando-se o rendimento expectável no setor lucrativo versus o rendimento no setor social.
Stress e desgaste profissional	Perda de produtividade devida a absentismo	245,06 €	Valoração originária de um grupo focal em análise SROI efetuada em PT (2014).
Melhoria no bem-estar emocional (staff)	Apoio psicológico	561,00 €	Valor médio de uma consulta mensal de psicologia em PT (ano 2014) 51€ x 11 meses.
Desenvolvimento profissional	1 workshop de marketing pessoal	171,67 €	1 workshop de marketing pessoal (9h) em Lisboa.
Increased social network and support	Jantar de convívio em que conheçam pessoas novas (bimensal)	144,00 €	Considerando 12€ preço médio de jantar em Lisboa x 12 meses.
Melhoria na marca	Publicidade em jornais especializados	10.600,00 €	Anúncio em página ímpar, metade inferior da página.
Reforço dos laços com a comunidade	Campanha publicitária outdoor	43.582,00 €	Cartaz em rua principal nas 7 maiores cidades PT.
Desenvolvimento dos valores base da empresa	Formação para executivos sobre cultura organizacional	2.500,00 €	Formação de 50h numa escola de negócios (PT).

# 5.

## Impacto e Retorno do Investimento

Após estabelecer a quantidade total de mudanças e de modo a calcular o impacto de uma intervenção – a sua parte das mudanças totais –, a análise SROI utiliza vários instrumentos de desconto: a atribuição dos tipos I e II, o abandono e a deslocação.

### 5.1 Atribuição do tipo I

A atribuição do tipo I estima a proporção do total de mudanças que teria sido criada independentemente das atividades em análise.

Para calcular a atribuição I no projeto “Portugal Mais Feliz” consideram-se iguais as fontes de informação dos *stakeholders* (questionários e grupos focais) e as fontes secundárias (sobretudo outros relatórios SROI com mudanças similares<sup>27</sup>). Boas práticas em análise SROI recomendam para atribuição I taxas entre 10% e 20%.

### 5.2 Atribuição do tipo II

Após descontar o que teria acontecido independentemente do projeto, já se obtém uma imagem mais precisa do impacto do “Portugal Mais Feliz”. Não obstante, pretende-se ir mais longe e descontar a parte da mudança atribuível a terceiros (pessoas ou organizações) – em especial no caso dos beneficiários.

Os critérios de tratamento das fontes foram iguais aos seguidos para a atribuição I. Tal como pode ser conferido no Mapa de Impacto (Anexo), após estes dois tipos de desconto, o valor bruto das mudanças desce entre 35% e 53%.

<sup>27</sup> Cf. SIMPACT Strategy Group (2014) and Hoggett, J., Ahmad, Y., Frost, et al(2014).

## 5.3. Abandono

Sabemos que durante um ano de atividades cada stakeholder pode sentir uma determinada mudança em toda a sua intensidade ou que essa mudança pode perdurar por um período mais longo; de qualquer forma, esse stakeholder nunca sentirá a mudança com a mesma intensidade no ano da intervenção e nos dois anos seguintes. Para além de estabelecer os valores de duração, é pois necessário estabelecer uma taxa de deterioração para as mudanças – e seu valor – ao longo do tempo.

Os *stakeholders* foram consultados para informar a escolha de taxas de abandono apropriadas ao projeto “Portugal Mais Feliz”. Trata-se de um ponto relevante, devido à natureza deste projeto: na avaliação de projetos verifica-se uma correlação positiva entre intervenções humanitárias/de emergência e elevadas taxas de abandono (ou seja, as mudanças tendem a esgotar-se no momento da intervenção ou pouco depois). No entanto, as respostas dos *stakeholders* denotaram baixas taxas de abandono<sup>28</sup>. A metodologia de recolha de informação foi idêntica à seguida nos restantes descontos.

## 5.4. Deslocação

Na análise SROI, a deslocação é um método para verificar se as mudanças ocorridas têm um efeito de substituição sobre mudanças positivas em outro lugar e/ou se provocam acidentalmente mudanças negativas fora do âmbito da intervenção.

Embora a informação recolhida junto dos *stakeholders* não tenha mostrado deslocações significativas, decidiu-se – em linha com o que tem sido feito em outras análises SROI incidindo sobre intervenções nas áreas de saúde e inclusão social, com taxas entre 5% e 25%<sup>29</sup> – atribuir uma taxa prudencial de deslocação de 10% a todas as mudanças.

*Stakeholders* como os voluntários ou o staff podem, simultaneamente, fazer voluntariado ou desenvolver a sua carreira em outros locais. Também se considerou que existe uma deslocação elevada quando os patrocinadores ou doadores possuem um portfolio significativo de RSE, no qual a alocação de recursos escassos tem um claro custo de oportunidade: o investimento social no “Portugal Mais Feliz” pode deslocar mudanças positivas resultantes de outros investimentos que se decidiu não fazer para apostar neste projeto.

A taxa de deslocação foi ainda motivada pela falta de informação financeira sobre doadores privados, que pode implicar uma mudança negativa – uma despesa – para *stakeholders* não incluídos neste relatório.

---

<sup>28</sup> Este facto surpreendente foi testado e validado na análise de sensibilidade.

<sup>29</sup> Cf. Baker Tilly (2014).



## 5.5. Cálculo do SROI e Mapa de Impacto

Recolhidos e agregados todos os elementos e mensurações, o projeto “Portugal Mais Feliz” apresenta, para o período de fevereiro de 2014 a maio de 2015, um rácio de retorno social do investimento de 1:8, ou seja, por cada 1€ investido foram gerados 8€ de valor social.

Os valores são projetados até maio de 2017. Para o cálculo dos impactos projetados durante 2016 e 2017 foi atribuída uma taxa de desconto de 5,5%,<sup>30</sup> de modo a estabelecer uma taxa de juro usada para descontar os custos e os benefícios futuros para um valor atual.

Os resultados agregados são apresentados no mapa de impacto – um folha de cálculo utilizada para apuramento do rácio SROI uma vez completada toda a quantificação, monetização e descontos.

Para facilidade de leitura, apresenta-se em seguida o mapa de impacto por stakeholder. A versão de uma só página pode ser consultada como anexo.

---

<sup>30</sup> A taxa de desconto é uma taxa de juro recomendada pelo bancos centrais, para atualizar custos e benefícios futuros. No Reino Unido a taxa recomendada no HM Treasury Green Book para o setor social é de 3,5%. Para Portugal, a taxa indicativa seria de 3,25%. Optou-se nesta análise pela taxa de 5,5% para tornar a projeção de impacto em 2016 e 2017 mais conservadora e considerando as recomendações para países como Espanha (4-6%) França (4%) e Itália (5%), c.f. NEF (2014).



## BENEFICIÁRIOS

Recursos		Resultados	Mudanças	
O que investem?	Valor €		Descrição	Indicadores
				Como medimos as mudanças?
Tempo	n/a	<b>1)</b> <b>565 processos ou atividades de suporte.</b>  13 ações de suporte técnico (3 para prestações sociais e 10 para negociação de empréstimos e dívidas).  54 ações de apoio financeiro (22 para bens e serviços de 1ª necessidade, 12 para serviços de saúde, 8 para equipamentos e 12 para educação e outras necessidades).  249 ações de assistência social.  249 ações de apoio psicológico.  <b>2)</b> 1 comunicado de imprensa distribuído para 60 jornalistas (TV, rádio, imprensa e redes sociais).  1 comunicado de imprensa.  1 convite a 2 figuras públicas.  1 processo negocial com 1 media partner.	Melhoria nas capacidades para a vida	<ul style="list-style-type: none"><li>• Perceção de conseguir usar as suas competência e capacidades</li><li>• Nível de autonomia auto-percecionado</li><li>• Perceção de que "a vida vale a pena"</li><li>• Perceção de que o seu esforço é reconhecido</li></ul>
			Melhoria no bem-estar físico	<ul style="list-style-type: none"><li>• Nível de vitalidade e energia auto-percecionado</li><li>• Nível de stress auto-percecionado</li><li>• Nível de saúde geral auto-percecionado</li><li>• Nível de acesso a condições de higiene adequadas auto-percecionado</li><li>• Nível de qualidade na alimentação auto-percecionado</li></ul>
			Melhoria no bem-estar emocional	<ul style="list-style-type: none"><li>• Perceção da capacidade em "sentir-se bem consigo"</li><li>• Perceção da capacidade em "proporcionar uma melhor qualidade de vida à sua família"</li></ul>
			Melhoria no bem-estar social	<ul style="list-style-type: none"><li>• Perceção da qualidade do tempo passado com familiares e parentes</li><li>• Nível de união familiar auto-percecionado</li><li>• Perceção de acesso a pessoas com quem discutir assuntos pessoais</li><li>• Nível de solidão auto-percecionado</li><li>• Perceção de acesso a uma rede social de suporte</li><li>• Perceção de ser tratado com respeito</li><li>• Perceção de poder confiar</li><li>• Perceção de "ter com quem contar"</li><li>• Número de vezes/mês que teve com quem desabafar</li><li>• Perceção de pertencer à sua comunidade</li></ul>
			Maior sustentabilidade financeira	<ul style="list-style-type: none"><li>• Nível de empregabilidade auto-percecionado</li><li>• Tempo semanal disponível para procura de emprego</li><li>• Tempo semanal despendido na procura de emprego</li><li>• Número de opções profissionais</li><li>• Número de dívidas contraídas</li><li>• Capacidade para pagar dívidas auto-percecionada</li><li>• Perceção de ser capaz de gerir um orçamento doméstico</li><li>• Perceção de "ser capaz de negociar"</li></ul>
			Desmotivação devido a expetativas excessivas	<ul style="list-style-type: none"><li>• Perceção de que "as minha expetativas sobre o projeto não foram cumpridas"</li><li>• Perceção de que "houve uma redução no meu rendimento durante o projeto"</li></ul>
			Melhoria na educação e na aprendizagem ao longo da vida	<ul style="list-style-type: none"><li>• Idade e nível de escolaridade dos membros dependentes da família</li><li>• Número de membros da família que regressaram à escola</li><li>• Perceção do nível de escolaridade a atingir</li><li>• Número de membros da família sem retenção escolar</li><li>• Número de membros da família com retenção escolar</li><li>• Tempo passado a estudar</li><li>• Nível de motivação para estudar auto-percecionado</li></ul>

\* AT1: Atribuição do tipo I | DL: Deslocação | AT2: Atribuição do tipo II | AB: Abandono.

Quantidade (QT)	Duração (anos)	Aproximação Financeira (AF)	Valor	Descontos *				Impacto (ano zero)	Ano 0+1	Ano 0+2
				AT1	DL	AT2	AB	QT x AF - DC		
928	1	Formação intensiva de 1 dia em competências interpessoais	234,58 €	15%	10%	30%	20%	116 573,12 €	93 258,50 €	0,00 €
1008	1	Implicações de longo prazo de uma dieta melhorada	141,74 €	15%	10%	30%	10%	76 508,98 €	68 858,09 €	0,00 €
1168	2	Apoio psicológico	561,00 €	15%	10%	30%	10%	350 885,30 €	315 796,77 €	284 217,10 €
928	2	Preço médio de um jantar num restaurante	72,00 €	15%	10%	30%	30%	35 779,97 €	25 045,98 €	17 532,18 €
800	2	Workshop de literacia financeira e gestão de dívida	750,00 €	15%	10%	30%	20%	321 300,00 €	257 040,00 €	205 632,00 €
0	1	Formação em empreendedorismo e motivação	430,50 €	23%	10%	30%	30%	0,00 €	0,00 €	0,00 €
240	2	Disponibilidade para pagar curso superior	1 040,04 €	15%	10%	30%	15%	133 665,94 €	113 616,05 €	96 573,64 €
TOTAL								1 103 204,78 €	928 408,56 €	603 954,92 €



Recursos		Resultados	Mudanças	
O que investem?	Valor €		Descrição	Indicadores
				Como medimos as mudanças?
Tempo, recursos humanos e infra-estruturas físicas	118 554,55 €	<b>1)</b> <b>565 processos ou atividades de suporte.</b>  13 ações de suporte técnico (3 para prestações sociais e 10 para negociação de empréstimos e dívidas).  54 ações de apoio financeiro (22 para bens e serviços de 1ª necessidade, 12 para serviços de saúde, 8 para equipamentos e 12 para educação e outras necessidades).  249 ações de assistência social.  249 ações de apoio psicológico.  <b>2)</b> 1 comunicado de imprensa distribuído para 60 jornalistas (TV, rádio, imprensa e redes sociais).  1 comunicado de imprensa.  1 convite a 2 figuras públicas.  1 processo negocial com 1 media partner.	Melhoria no bem-estar do staff	<ul style="list-style-type: none"><li>• Número de momentos felizes durante uma semana</li><li>• Número de momentos infelizes durante uma semana</li><li>• Frequência de sentir-se desgastado</li><li>• Nível de energia auto-percecionado</li></ul>
			Maior satisfação com o trabalho do staff	<ul style="list-style-type: none"><li>• Nível geral de satisfação com o trabalho auto-percecionado</li><li>• Probabilidade de “arranjar um novo emprego nos próximos 12 meses” auto-percecionada</li><li>• Perceção de ser pago de forma justa</li><li>• Perceção de “sentir-se bem consigo”</li><li>• Nível de competências de resolução de problemas auto-percecionado</li><li>• Perceção de conseguir usar as suas capacidades e competências</li><li>• Perceção de que “o que faço tem valor”</li><li>• Número de famílias que lhe transmitem “sentimentos positivos”</li><li>• Perceção de que os seus esforços são reconhecidos pelos outros</li><li>• Número de vezes por mês que sentem que os seus esforços são reconhecidos pelos outros</li><li>• Perceção de ter relações de confiança e de benefício mútuo com colegas de trabalho</li><li>• Perceção de pertença e de lealdade à organização</li></ul>
			Transformação organizacional	<ul style="list-style-type: none"><li>• Nível de uniformização de procedimentos auto-percecionado</li><li>• Nível de partilha de objetivos auto-percecionado</li><li>• Nível de assistencialismo auto-percecionado</li><li>• Nível de parcerias de qualidade auto-percecionado</li><li>• Número de parcerias</li></ul>
			Ganhos de eficácia e de eficiência	<ul style="list-style-type: none"><li>• Número de vezes que pediram ajuda e apoio a colegas de trabalho</li><li>• Número de “experiências partilhadas” delegações e serviços centrais CVP</li><li>• Qualidade da relação com serviços centrais CVP auto-percecionada</li><li>• Número de famílias que manifestou “estar satisfeito”</li><li>• Número de parceiros locais que manifestou “estar satisfeito”</li><li>• Perceção de “ser capaz de resolver problemas” com autonomia</li><li>• Número de casos resolvidos</li><li>• Taxa de apoio (candidaturas/apoios)</li><li>• Qualidade do apoio prestado auto-percecionada</li><li>• Número de recorrências por famílias vulneráveis durante o período</li><li>• Velocidade de resposta auto-percecionada</li><li>• Nível de procedimentos inovadores auto-percecionado</li><li>• Número de novas modalidades e métodos de apoio</li></ul>

\* AT1: Atribuição do tipo I | DL: Deslocação | AT2: Atribuição do tipo II | AB: Abandono.

Quantidade (QT)	Duração (anos)	Aproximação Financeira (AF)	Valor	Descontos *				Impacto (ano zero)	Ano 0+1	Ano 0+2
				AT1	DL	AT2	AB	QT x AF - DC		
21,6	2	Apoio psicológico	561,00 €	15%	10%	20%	20%	7 415,97 €	5 932,78 €	4 746,22 €
36	2	Disponibilidade para pagar por uma vida profissional mais satisfatória no setor social	1 623,30 €	15%	10%	20%	20%	35 764,55 €	28 611,64 €	22 889,31 €
38,4	2	Formação intensiva em comunicação e em transformação organizacional	300,00 €	15%	10%	20%	20%	7 050,24 €	5 640,19 €	4 512,15 €
22,8	2	Valor de 1h de maior eficiência por semana por trabalhador	887,03 €	15%	10%	20%	20%	12 377,26 €	9 901,81 €	7 921,45 €
				TOTAL				1 103 204,78 €	928 408,56 €	603 954,92 €



Recursos		Resultados	Mudanças	
O que investem?	Valor €		Descrição	Indicadores
				Como medimos as mudanças?
Tempo, recursos humanos e infra-estruturas físicas	23 195,45 €	<b>1)</b> <b>565 processos ou atividades de suporte.</b>  13 ações de suporte técnico (3 para prestações sociais e 10 para negociação de empréstimos e dívidas).  54 ações de apoio financeiro (22 para bens e serviços de 1ª necessidade, 12 para serviços de saúde, 8 para equipamentos e 12 para educação e outras necessidades).  249 ações de assistência social.  249 ações de apoio psicológico.	Bem-estar profissional	<ul style="list-style-type: none"><li>• Nível de autoconfiança auto-percecionado</li><li>• Capacidade auto-percecionada de cumprir as suas tarefas</li><li>• Desempenho auto-percecionado</li><li>• Perceção de “ser capaz de resolver problemas” com autonomia</li><li>• Capacidade auto-percecionada de crescer profissionalmente e de aprender novas competências</li><li>• Frequência de sentimentos positivos e relação ao percurso profissional</li><li>• Nível auto-percecionado de motivação e de liderança</li><li>• Perceção de orgulho e de pertença à organização</li><li>• Nível auto-percecionado de satisfação por desenvolver “atividades com forte impacto social”</li><li>• Nível auto-percecionado de integração no local de trabalho</li><li>• Nível auto-percecionado de ajuda e apoio por colegas de trabalho e gestores</li></ul>
		<b>2)</b> 1 comunicado de imprensa distribuído para 60 jornalistas (TV, rádio, imprensa e redes sociais).  1 comunicado de imprensa.  1 convite a 2 figuras públicas.  1 processo negocial com 1 media partner.	Stress e esgotamento profissional	<ul style="list-style-type: none"><li>• Frequência de “sentir-se esgotado”</li><li>• Nível de energia e vitalidade auto-percecionado</li><li>• Nível de stress auto-percecionado</li><li>• Nível de stress auto-percecionado dos colegas e dos gestores</li><li>• Nível auto-percecionado de desgaste emocional devido ao contexto da intervenção</li><li>• Nível de frustração auto-percecionado</li><li>• Frequência de sentimentos negativos</li><li>• Nível auto-percecionado de receio de perder o emprego</li></ul>

\* AT1: Atribuição do tipo I | DL: Deslocação | AT2: Atribuição do tipo II | AB: Abandono.

Quantidade (QT)	Duração (anos)	Aproximação Financeira (AF)	Valor	Descontos *				Impacto (ano zero)	Ano 0+1	Ano 0+2
				AT1	DL	AT2	AB	QT x AF - DC		
4,02	2	Disponibilidade para pagar por uma vida profissional mais satisfatória no setor social	12 652,50 €	15%	10%	20%	20%	31 128,19 €	24 902,55 €	19 922,04 €
2,16	1	Perda de produtividade devida a absentismo	245,06 €	15%	10%	20%	20%	-323,95 €	-259,16 €	0,00 €



## VOLUNTÁRIOS

Recursos		Resultados	Mudanças	
O que investem?	Valor €		Descrição	Indicadores
				Como medimos as mudanças?
Tempo	n/a	<b>565 processos ou atividades de suporte.</b>  13 ações de suporte técnico (3 para prestações sociais e 10 para negociação de empréstimos e dívidas).	Melhoria no bem-estar emocional	<ul style="list-style-type: none"><li>• Capacidade auto-percecionada de resolver problemas profissionais e pessoais</li><li>• Capacidade auto-percecionada de realizar tarefas atempadamente</li><li>• Perceção de ter mais sentimentos positivos por ajudar outros</li><li>• Nível de envolvimento auto-percecionado</li><li>• Perceção de “contribuir para um mundo melhor”</li><li>• Nível de auto-estima auto-percecionado</li></ul>
		54 ações de apoio financeiro (22 para bens e serviços de 1ª necessidade, 12 para serviços de saúde, 8 para equipamentos e 12 para educação e outras necessidades).	Desenvolvimeto profissional	<ul style="list-style-type: none"><li>• Capacidade de encontrar um emprego auto-percecionada</li><li>• Capacidade auto-percecionada de realizar tarefas com mais responsabilidade</li><li>• Capacidade auto-percecionada de lidar com pessoas excluídas</li><li>• Melhoria auto-percecionada nas competências de criatividade</li><li>• Melhoria auto-percecionada nas competências de comunicação</li></ul>
		249 ações de assistência social.  249 ações de apoio psicológico.	Maior rede social e de suporte	<ul style="list-style-type: none"><li>• Nível de solidão auto-percecionado</li><li>• Nível de apoio pela família e pela comunidade auto-percecionado</li><li>• Nível de satisfação com interações sociais auto-percecionado</li></ul>



## PATROCINADORES E DOADORES

Recursos		Resultados	Mudanças	
O que investem?	Valor €		Descrição	Indicadores
				Como medimos as mudanças?
Money and in-kind donations	200 000,00 €	1 comunicado de imprensa distribuído para 60 jornalistas (TV, rádio, imprensa e redes sociais).  1 comunicado de imprensa.  1 convite a 2 figuras públicas.  1 processo negocial com 1 media partner.	Melhoria da marca	<ul style="list-style-type: none"><li>• Escala subjetiva do impacto na marca (reconhecimento externo)</li><li>• Escala subjetiva do impacto na marca (posicionamento)</li></ul>
			Reforço dos laços com comunidades locais	<ul style="list-style-type: none"><li>• Escala subjetiva do impacto na marca (clientes potenciais)</li><li>• Escala subjetiva do impacto na marca (lealdade e confiabilidade)</li><li>• Escala subjetiva do impacto na marca (reputação)</li></ul>
			Desenvolvimento de valores base da empresa	<ul style="list-style-type: none"><li>• Níveis de satisfação dos colaboradores, felicidade no local de trabalho e motivação</li><li>• Escala subjetiva da reafirmação dos valores base da empresa</li><li>• Escala subjetiva da reafirmação das políticas de RSE</li></ul>



Quantidade (QT)	Duração (anos)	Aproximação Financeira (AF)	Valor	Descontos *				Impacto (ano zero)	Ano 0+1	Ano 0+2
				AT1	DL	AT2	AB	QT x AF - DC		
5,5	2	Apoio psicológico	2 244,00 €	15%	10%	20%	20%	7 553,30 €	6 042,64 €	4 834,11 €
4,9	2	1 workshop de marketing pessoal	171,67 €	15%	10%	20%	20%	514,80 €	411,84 €	329,47 €
4,9	1	Jantar de convívio em que conheçam pessoas novas (bimensal)	144,00 €	15%	10%	20%	20%	431,83 €	345,46 €	0,00 €

\* AT1: Atribuição do tipo I | DL: Deslocação | AT2: Atribuição do tipo II | AB: Abandono.

Quantidade (QT)	Duração (anos)	Aproximação Financeira (AF)	Valor	Descontos *				Impacto (ano zero)	Ano 0+1	Ano 0+2
				AT1	DL	AT2	AB	QT x AF - DC		
2,8	1	Publicidade em jornais especializados	10 600,00 €	23%	25%	20%	20%	13 712,16 €	10 969,73 €	0,00 €
2,56	1	Campanha publicitária outdoor	43 582,00 €	23%	25%	20%	20%	51 545,30 €	41 236,24 €	0,00 €
2,56	1	Formação para executivos sobre cultura organizacional	2 500,00 €	23%	25%	20%	20%	2 956,80 €	2 587,20 €	0,00 €

\* AT1: Atribuição do tipo I | DL: Deslocação | AT2: Atribuição do tipo II | AB: Abandono.

## 6.

# Conclusões e recomendações

## 6.1. Conclusões

A presente análise mostra que a maioria dos impactos do projeto “Portugal Mais Feliz” recai sobre os beneficiários (no total, 1.034.731€) e muito especial aqueles relacionados com a melhoria do bem-estar emocional (350.855€) e o aumento da sua sustentabilidade financeira (321.300€). A teoria da mudança mostrou que aquelas mudanças estão relacionadas: em conjunto com a melhoria de competências para a vida promovem a auto-estima e a autonomia dos beneficiários, que são mudanças sustentáveis e duráveis.

Outras mudanças ou impactos importantes na perspetiva do valor e para a Crruz Vervelha Portuguesa (CVP) são a satisfação com o trabalho e o bem-estar, quer ao nível das delegações locais, quer dos serviços centrais. O sentimento de orgulho e de pertença em relação à CVP, assim como o sentido pessoal de “fazer a diferença” na vida dos beneficiários é um ativo importante. No total, as mudanças relacionadas com a satisfação com o trabalho somam 66.893€.

Outras mudanças importantes são o reforço de laços com a comunidade, experienciado pelo stakeholder

investidores e doadores (51.545€), assim como mudanças na educação e aprendizagem ao longo da vida para os beneficiários – com ligação próxima ao aumento da sustentabilidade financeira e à melhoria do bem-estar emocional –, somando 133.666€.

Verificou-se que alguns impactos variam de forma acentuada nos beneficiários entre subgrupos da amostra: pessoas a viver sós revelam impactos menores na sustentabilidade financeira, nas capacidades para a vida e no bem-estar físico; agregados familiares com mais do que um elemento a estudar mostram melhores resultados na melhoria da saúde física e, de forma semelhante, agregados com pessoas dependentes ou com elementos doentes evidenciam melhores resultados em termos de melhoria no bem-estar emocional.

É ainda digno de nota que, no decorrer da análise de sensibilidade desenhada para testar a robustez do modelo de análise, o rácio SROI se manteve positivo num cenário pessimista em que se alteraram parâmetros críticos.

Na seção seguinte iremos fazer algumas recomendações para a equipa de gestão do “Portugal Mais Feliz”, no sentido da otimização de impactos e da criação de valor social.

## 6.2. Recomendações

### FACTOS DA ANÁLISE

Informação de má qualidade por vezes gera desconfiança entre as delegações e os serviços centrais da CVP.

Dados e reporte sobre impactos não são completamente precisos, devido à falta de informação atualizada e ao uso incorreto da matriz de reporte disponível.

A maioria dos beneficiários tem nos medicamentos e nos cuidados de saúde a maior fatia das suas despesas (independentemente do nível educacional ou de rendimentos).

Muitos beneficiários expressam necessidade de maior apoio psicológico na escola para as suas crianças ou familiares. 10% dos voluntários do projeto apontaram a necessidade de alargar a intervenção do projeto nesse sentido.

### RECOMENDAÇÕES

**R1:** Atualizar e implementar os instrumentos de monitorização e avaliação disponíveis desde 2014 (“Registo Mensal de Resultados”).

**R2:** Reforçar controlo interno e coordenação entre delegações locais e serviços centrais da CVP.

**R3:** Promover formações internas e boas práticas no âmbito de monitorização, reporte e controlo interno.

**R4:** Iniciar novas parcerias com as unidades locais de serviços de saúde.

**R5:** Iniciar novas parcerias com farmácias, Segurança Social e empresas farmacêuticas.

**R6:** Iniciar novas parcerias com psicólogos de crianças e/ou assistentes sociais.

**R7:** Iniciar novas parcerias com universidades, para ter em estágio mais estudantes da área da psicologia.

## FACTOS DA ANÁLISE

---

Muitos beneficiários dão importância considerável a formação profissional, em detrimento de formação convencional (ensino secundário e universitário).

Uma fonte importante de despesa para os beneficiários é a educação (manuais, materiais, roupa, mensalidades).

Pessoas a viver sós experienciam menos quantidade de mudança do que outros beneficiários, em especial no bem-estar físico e nas competências para a vida.

Algumas delegações da CVP têm uma perceção muito mais positiva do seu desempenho do que outras.

As atividades mais valorizadas pelos beneficiários são as seguintes:

- Apoio psicológico.
- Possibilidade de envolver-se como voluntário/a em atividades da CVP.
- Formação sobre literacia financeira e finanças domésticas.

## RECOMENDAÇÕES

---

**R8:** Iniciar novas parcerias com centros de formação profissional e Ministério da Educação.

**R9:** Promover e aumentar atividades relacionadas com aconselhamento vocacional/profissional.

**R10:** Iniciar novas parcerias com fornecedores de material escolar e editoras.

**R11:** Criar uma nova resposta baseada na ideia de “cabaz escolar”, em paralelo com o “cabaz alimentar”.

**R12:** Iniciar novas parcerias com atores locais que já trabalham com pessoas a viver sós (em especial idosos e pessoas de famílias disfuncionais).

**R13:** Promover a partilha interna de objetivos e de casos de sucesso.

**R14:** Encorajar e apoiar as atividades mais valorizadas pelos beneficiários, no sentido de garantir elevados níveis de satisfação.

# 7.

## Referências

4Change (2014) Relatório SROI “Mais proximidade, melhor vida” 2012-2013, Lisboa.

4Change (2015) “Relatório Impacto Social 2015”, Programa Impacto Social 2015, Lisboa.

4Change (2015) Relatório SROI “Casas Acreditar” 2014, Lisboa.

Baker Tilly (2014) Horder Healthcare SROI - Social Impact Evaluation (for 2013), United Kingdom.

Bowens, Rebecca (2011) UNDERSTANDING THE ISO 26000 SOCIAL RESPONSIBILITY STANDARD AND HOW IT RELATES TO AND CAN BE ASSESSED ALONGSIDE OTHER STANDARDS, A discussion about social responsibility issues and how they can be managed within a business for the benefit of society today and in the future, SGS, United Kingdom. [http://www.sgsgroup.fr/~media/Global/Documents/White%20Papers/SGS\\_ISO%2026000\\_White%20Paper\\_February%202011.pdf](http://www.sgsgroup.fr/~media/Global/Documents/White%20Papers/SGS_ISO%2026000_White%20Paper_February%202011.pdf)

Carrick, Karen (2014) Social Return on Investment Analysis, Clyde Muirshiel Park Authority for the year 2013.

Casey Life Skills (2013) Casey life skills. Practice guide and Guidebook, [http://www.casey.org/media/CLS\\_project\\_PracticeGuide.pdf](http://www.casey.org/media/CLS_project_PracticeGuide.pdf)

Civic Consulting (2013) The over-indebtedness of European households: updated mapping of the situation, nature and cause, effects and initiatives for alleviating its impact. European Commission. [http://ec.europa.eu/consumers/financial\\_services/reference\\_studies\\_documents/docs/part\\_1\\_synthesis\\_of\\_findings\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/consumers/financial_services/reference_studies_documents/docs/part_1_synthesis_of_findings_en.pdf)

EAPN Portugal (2014) Relatório “Indicadores para a pobreza” [http://www.eapn.pt/documentos\\_visualizar.php?ID=322](http://www.eapn.pt/documentos_visualizar.php?ID=322)

Everis (2015) Relatório de Avaliação de Impacto Social -Metodologia SROI - “Equipas de Rua. Comunidade Vida e Paz” 2014, Lisboa.

Forbes Funds, The (2008) Social Return on Investment Case Study Analysis: Community Human Services In-Home Services/Homemaker Program The Union Project Youth Barista Program, [https://forbesfunds.org/sites/default/files/resource-files/Final\\_SROI\\_for\\_distribution.pdf](https://forbesfunds.org/sites/default/files/resource-files/Final_SROI_for_distribution.pdf)

Global Reporting Initiative (2011) GRI and ISO 26000: How to use the GRI Guidelines in conjunction with ISO 26000, ISBN: 978-90-8866-041-2.

Goldstar Good Practice Dissemination Programme (2008/2009) A Guide to impact assessment within volunteer involving organisations, Action Research Program, Final Report.

Helliwell, John F. et al. (2009) International Evidence on the Social Context of Well-Being, NBER Working Paper No. 14720. <http://www.nber.org/papers/w14720.pdf>

Hoggett, J., Ahmad, Y., Frost, et al. (2014) The troubled families programme: A process, impact and social return on investment analysis. Project Report for the Bristol City Council. University of the West of England. <http://eprints.uwe.ac.uk/24678/>

ILO (2014) "Tackling the job crisis in Portugal", Studies on Growth with Equity. [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/publication/wcms\\_228208.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/publication/wcms_228208.pdf)

Mattera, Marina; Baena, Verónica and Cerviño, Julio (2014) "Investing time wisely: enhancing brand awareness through stakeholder engagement in the service sector", International Journal of Management Practice, Vol.7, No.2, pp.126 - 143. Madrid, Spain.

N. Hoeymans, E. J. M. Feskens, D. Kromhoup, and G. A. M. Van Den Bos (1997) "Ageing and the relationship between functional status and self-rated health in elderly men," Social Science and Medicine, vol. 45, no. 10, pp. 1527–1536.

NEF (2014) "Discounting and time preferences", Economics in policy-making, London. [http://www.neweconomics.org/page/-/publications/Economics\\_in\\_policymaking\\_Briefing\\_5.pdf](http://www.neweconomics.org/page/-/publications/Economics_in_policymaking_Briefing_5.pdf)

Pontin et al. (2013) Health and Quality of Life Outcomes 2013, 11:150, <http://www.hqlo.com/content/11/1/150>

SIMPACT Strategy Group (2014) First Steps Housing Project Inc. Final SROI and Evaluation Report: Telling the Story of Social Value at First Steps,

[http://www.firststepshousing.com/uploads/2/8/1/0/2810291/final\\_report\\_full\\_english.pdf](http://www.firststepshousing.com/uploads/2/8/1/0/2810291/final_report_full_english.pdf)

Social Value UK (formerly The SROI Network) (2012) A guide to Social Return On Investment 2012, London, United Kingdom.

T.S. Nanjundeswaraswamy, Swamy D. R (2013) "Quality of worklife of employees in private technical institutions". International Journal for Quality Research 7 (3): 3–14. ISSN 1800-6450

Vaz Serra, Adriano (2014) WHOQOL-bref for Portugal. World Health Organization and University of Coimbra. <http://bdigital.ufp.pt/bitstream/10284/4446/2/WHOQOL-Bref%20PORTUGAL.pdf>

Durante este relatório , fizemos uso de documentos legais ("acordos coletivos", por exemplo , para o cálculo dos custos indirectos estimados) , jornais e outras fontes de informação ( em notas de rodapé, quando referidas no texto ) .



---

[www.4change.org](http://www.4change.org)

---

**Javier Girón** (Analista Principal)

**Vítor Simões** (Coordenação)

**Maria Joana Andrade** (Analista de estatística)

Outubro de 2015

*design por* Nuvem K

MAPA DE IMPACTO

MAPA DE IMPACTO	Recursos		Resultados	DESCRIÇÃO
	O QUE INVESTEM?	VALOR €		
Beneficiários (1,600 aprox.)	Tempo	n/a	<div>1)</div> <div>565 processos ou atividades de suporte.</div> <div>13 ações de suporte técnico (3 para prestações sociais e 10 para negociação de empréstimos e dívidas).</div> <div>54 ações de apoio financeiro (22 para bens e serviços de 1ª necessidade, 12 para serviços de saúde, 8 para equipamentos e 12 para educação e outras necessidades).</div> <div>249 ações de assistência social.</div> <div>249 ações de apoio psicológico.</div> <div>2)</div> <div>1 comunicado de imprensa distribuído para 60 jornalistas (TV, rádio, imprensa e redes sociais).</div> <div>1 comunicado de imprensa.</div> <div>1 convite a 2 figuras públicas.</div> <div>1 processo negocial com 1 media partner.</div>	Melhoria nas capacidades para a vida
				Melhoria no bem-estar físico
				Melhoria no bem-estar emocional
				Melhoria no bem-estar social
				Maior sustentabilidade financeira
				Desmotivação devido a expetativas excessivas
				Melhoria na educação e na aprendizagem ao longo da vida
				Melhoria no bem-estar do staff
				Maior satisfação com o trabalho do staff
				Transformação organizacional
				Ganhos de eficácia e de eficiência
				Bem-estar profissional
				Stress e esgotamento profissional
				Melhoria no bem-estar emocional
				Desenvolvimeto profissional
				Maior rede social e de suporte
				Melhoria da marca
				Reforço dos laços com comunidades locais
				Desenvolvimento de valores base da empresa
TOTAL		341 750,00 €		



Mudanças					Descontos*				Impacto	Cálculo do Retorno Social			
	INDICADORES	QUANTI-DADE (QT)	DURAÇÃO (ANOS)	APROXIMAÇÃO FINANCEIRA (AF)	VALOR	AT1	DL	AT2	AB	QT x AF - D	Taxa de Desconto		5,5%
	Como medimos as mudanças?										ANO 0	ANO 0+1	ANO 0+2
	• Perceção de conseguir usar as suas competência e capacidades • Nível de autonomia auto-percecionado • Perceção de que "a vida vale a pena" • Perceção de que o seu esforço é reconhecido	928	1	Formação intensiva de 1 dia em competências interpessoais	234,58 €	15%	10%	30%	20%	116 573,12 €	116 573,12 €	93 258,50 €	0,00 €
	• Nível de vitalidade e energia auto-percecionado • Nível de stress auto-percecionado • Nível de saúde geral auto-percecionado • Nível de acesso a condições de higiene adequadas auto-percecionado • Nível de qualidade na alimentação auto-percecionado	1008	1	Implicações de longo prazo de uma dieta melhorada	141,74 €	15%	10%	30%	10%	76 508,98 €	76 508,98 €	68 858,09 €	0,00 €
	• Perceção da capacidade em "sentir-se bem consigo" • Perceção da capacidade em "proporcionar uma melhor qualidade de vida à sua família"	1168	2	Apoio psicológico	561,00 €	15%	10%	30%	10%	350 885,30 €	350 885,30 €	315 796,77 €	284 217,10 €
	• Perceção da qualidade do tempo passado com familiares e parentes • Nível de união familiar auto-percecionado • Perceção de acesso a pessoas com quem discutir assuntos pessoais • Nível de solidão auto-percecionado • Perceção de acesso a uma rede social de suporte • Perceção de ser tratado com respeito • Perceção de poder confiar • Perceção de "ter com quem contar" • Número de vezes/mês que teve com quem desabafar • Perceção de pertencer à sua comunidade	928	2	Preço médio de um jantar num restaurante	72,00 €	15%	10%	30%	30%	35 779,97 €	35 779,97 €	25 045,98 €	17 532,18 €
	• Nível de empregabilidade auto-percecionado • Tempo semanal disponível para procura de emprego • Tempo semanal despendido na procura de emprego • Número de opções profissionais • Número de dívidas contraídas • Capacidade para pagar dívidas auto-percecionada • Perceção de ser capaz de gerir um orçamento doméstico • Perceção de "ser capaz de negociar"	800	2	Workshop de literacia financeira e gestão de dívida	750,00 €	15%	10%	30%	20%	321 300,00 €	321 300,00 €	257 040,00 €	205 632,00 €
	• Perceção de que "as minha expetativas sobre o projeto não foram cumpridas" • Perceção de que "houve uma redução no meu rendimento durante o projeto"	0	1	Formação em empreendedorismo e motivação	430,50 €	23%	10%	30%	30%	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
	• Idade e nível de escolaridade dos membros dependentes da família • Número de membros da família que regressaram à escola • Perceção do nível de escolaridade a atingir • Número de membros da família sem retenção escolar • Número de membros da família com retenção escolar • Tempo passado a estudar • Nível de motivação para estudar auto-percecionado	240	2	Disponibilidade para pagar curso superior	1 040,04 €	15%	10%	30%	15%	133 665,94 €	133 665,94 €	113 616,05 €	96 573,64 €
	• Número de momentos felizes durante uma semana • Número de momentos infelizes durante uma semana • Frequência de sentir-se desgastado • Nível de energia auto-percecionado	21,6	2	Apoio psicológico	561,00 €	15%	10%	20%	20%	7 415,97 €	7 415,97 €	5 932,78 €	4 746,22 €
	• Nível geral de satisfação com o trabalho auto-percecionado • Probabilidade de "arranjar um novo emprego nos próximos 12 meses" auto-percecionada • Perceção de ser pago de forma justa • Perceção de "sentir-se bem consigo" • Nível de competências de resolução de problemas auto-percecionado • Perceção de conseguir usar as suas capacidades e competências • Perceção de que "o que faço tem valor" • Número de famílias que lhe transmitem "sentimentos positivos" • Perceção de que os seus esforços são reconhecidos pelos outros • Número de vezes por mês que sentem que os seus esforços são reconhecidos pelos outros • Perceção de ter relações de confiança e de benefício mútuo com colegas de trabalho • Perceção de pertença e de lealdade à organização	36	2	Disponibilidade para pagar por uma vida profissional mais satisfatória no setor social	1 623,30 €	15%	10%	20%	20%	35 764,55 €	35 764,55 €	28 611,64 €	22 889,31 €
	• Nível de uniformização de procedimentos auto-percecionado • Nível de partilha de objetivos auto-percecionado • Nível de assistencialismo auto-percecionado • Nível de parcerias de qualidade auto-percecionado • Número de parcerias	38,4	2	Formação intensiva em comunicação e em trasnformação organizacional	300,00 €	15%	10%	20%	20%	7 050,24 €	7 050,24 €	5 640,19 €	4 512,15 €
	• Número de vezes que pediram ajuda e apoio a colegas de trabalho • Número de "experiências partilhadas" delegações e serviços centrais CVP • Qualidade da relação com serviços centrais CVP auto-percecionada • Número de famílias que manifestou "estar satisfeito" • Número de parceiros locais que manifestou "estar satisfeito" • Perceção de "ser capaz de resolver problemas" com autonomia • Número de casos resolvidos • Taxa de apoio (candidaturas/apoios) • Qualidade do apoio prestado auto-percecionada • Número de recorrências por famílias vulneráveis durante o período • Velocidade de resposta auto-percecionada • Nível de procedimentos inovadores auto-percecionado • Número de novas modalidades e métodos de apoio	22,8	2	Valor de 1h de maior eficiência por semana por trabalhador	887,03 €	15%	10%	20%	20%	12 377,26 €	12 377,26 €	9 901,81 €	7 921,45 €
	• Nível de autoconfiança auto-percecionado • Capacidade auto-percecionada de cumprir as suas tarefas • Desempenho auto-percecionado • Perceção de "ser capaz de resolver problemas" com autonomia • Capacidade auto-percecionada de crescer profissionalmente e de aprender novas competências • Frequência de sentimentos positivos e relação ao percurso profissional • Nível auto-percecionado de motivação e de liderança • Perceção de orgulho e de pertença à organização • Nível auto-percecionado de satisfaçãopor desenvolver "atividades com forte impacto social" • Nível auto-percecionado de integração no local de trabalho • Nível auto-percecionado de ajuda e apoio por colegas de trabalho e gestores	4,02	2	Disponibilidade para pagar por uma vida profissional mais satisfatória no setor social	12 652,50 €	15%	10%	20%	20%	31 128,19 €	31 128,19 €	24 902,55 €	19 922,04 €
	• Frequência de "sentir-se esgotado" • Nível de energia e vitalidade auto-percecionado • Nível de stress auto-percecionado • Nível de stress auto-percecionado dos colegas e dos gestores • Nível auto-percecionado de desgaste emocional devido ao contexto da intervenção • Nível de frustração auto-percecionado • Frequência de sentimentos negativos • Nível auto-percecionado de receio de perder o emprego	2,16	1	Perda de produtividade devida a absentismo	245,06 €	15%	10%	20%	20%	-323,95 €	-323,95 €	-259,16 €	0,00 €
	• Capacidade auto-percecionada de resolver problemas profissionais e pessoais • Capacidade auto-percecionada de realizar tarefas atempadamente • Perceção de ter mais sentimentos positivos por ajudar outros • Nível de envolvimento auto-percecionado • Perceção de "contribuir para um mundo melhor" • Nível de auto-estima auto-percecionado	5,5	2	Apoio psicológico	2 244,00 €	15%	10%	20%	20%	7 553,30 €	7 553,30 €	6 042,64 €	4 834,11 €
	• Capacidade de encontrar um emprego auto-percecionada • Capacidade auto-percecionada de realizar tarefas com mais responsabilidade • Capacidade auto-percecionada de lidar com pessoas excluídas • Melhoria auto-percecionada nas competências de criatividade • Melhoria auto-percecionada nas competências de comunicação	4,9	2	1 workshop de marketing pessoal	171,67 €	15%	10%	20%	20%	514,80 €	514,80 €	411,84 €	329,47 €
	• Nível de solidão auto-percecionado • Nível de apoio pela família e pela comunidade auto-percecionado • Nível de satisfação com interações sociais auto-percecionado	4,9	1	Jantar de convívio em que conheçam pessoas novas (bimensal)	144,00 €	15%	10%	20%	20%	431,83 €	431,83 €	345,46 €	0,00 €
	• Escala subjetiva do impacto na marca (reconhecimento externo) • Escala subjetiva do impacto na marca (posicionamento)	2,8	1	Publicidade em jornais especilizados	10 600,00 €	23%	25%	20%	20%	13 712,16 €	13 712,16 €	10 969,73 €	0,00 €
	• Escala subjetiva do impacto na marca (clientes potenciais) • Escala subjetiva do impacto na marca (lealdade e confiabilidade) • Escala subjetiva do impacto na marca (reputação)	2,56	1	Campanha publicitária outdoor	43 582,00 €	23%	25%	20%	20%	51 545,30 €	51 545,30 €	41 236,24 €	0,00 €
	• Níveis de satisfação dos colaboradores, felicidade no local de trabalho e motivação • Escala subjetiva da reafirmação dos valores base da empresa • Escala subjetiva da reafirmação das políticas de RSE	2,8	1	Formação para executivos sobre cultura organizacional	2 500,00 €	23%	25%	20%	20%	3 234,00 €	3 234,00 €	2 587,20 €	0,00 €

TOTAL	1 205 116,97 €	1 205 116,97 €	1 009 938,31 €	669 109,68 €
-------	----------------	----------------	----------------	--------------

Valor presente de cada ano	1 205 116,97 €	957 287,50 €	601 163,21 €
Valor Presente total (VP)			2 763 567,68 €
Valor presente líquido (VP menos o investimento)			2 421 817,68 €
Retorno Social € por € investido (VP / investimento)			8,09 €

\* AT1: Atribuição do tipo I | DL: Deslocação | AT2: Atribuição do tipo II | AB: Abandono.

