



UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR  
Ciências Sociais e Humanas

# Voluntariado Empresarial: Motivações e Práticas

Ana Cláudia Pinto Nave

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em  
**Marketing**  
(2º ciclo de estudos)

Orientadora: Prof. Doutora Arminda Maria Finisterra do Paço

Covilhã, Junho de 2012

## **Agradecimentos**

Para a realização da presente investigação foi necessário muito esforço e dedicação, a qual só foi possível concretizar devido ao envolvimento de várias pessoas, às quais não posso deixar de apresentar o meu sincero reconhecimento e agradecimento.

Agradeço à minha orientadora, Professora Doutora Arminda do Paço, pelo constante acompanhamento do trabalho e por toda a disponibilidade demonstrada, pelas sugestões, críticas e auxílio bem como pelo apoio e motivação que sempre me transmitiu.

Agradeço ao Eng.º Rui Mendes da Costa, por toda a colaboração e disponibilidade demonstrada, que sempre me apoiou em tudo o que necessitei.

Agradeço aos colaboradores do grupo Galp Energia, que gentilmente colaboraram no preenchimento dos questionários.

Agradeço aos meus pais pelo apoio, compreensão, carinho e ajuda que sempre me deram em todos os momentos.

Agradeço aos meus amigos, aqueles que me deram coragem e motivação nos momentos mais difíceis.

A todos o meu sincero obrigado!

## Resumo

A sociedade vive tempos críticos devido ao facto de grande parte da humanidade ter esquecido ou desvalorizado determinados valores sociais e humanitários (Martinelli, 1992). Contudo, tem-se verificado uma gradual preocupação no que respeita à responsabilidade social e ao espírito de entreaajuda na sociedade civil e no mundo empresarial.

O presente estudo tem como principal objetivo a descoberta e entendimento das motivações e de outros fatores como a satisfação, felicidade e bem-estar, que levam à participação e desenvolvimento de ações de voluntariado no âmbito empresarial. Para alcançar o objetivo proposto, a presente investigação contou com a colaboração do grupo Galp Energia para o desenvolvimento do estudo de caso sobre o seu programa de voluntariado 'Galp Voluntária' e para a recolha dos dados, através da aplicação de um questionário aos funcionários que colaboram no programa de voluntariado da empresa. O questionário foi elaborado em versão digital e colocado na intranet da empresa desde o mês de novembro de 2011 até janeiro de 2012.

As motivações e o grau de satisfação e felicidade dos inquiridos do estudo foram mensurados através de várias escalas: a primeira foi desenvolvida por Clary *et al.* (1998), a escala VFI (*Volunteer Functions Inventory*); a segunda, a escala SHRM (*Satisfaction with Human Resource Management*), foi adaptada de Jiménez, Fuertes e Abad (2009) e de Silverberg, Marshall e Ellis (2001); por último, foi usada a SHS (*Subjective Happiness Scale*) desenvolvida por Lyubomirsky e Lepper (1997).

Para alcançar o objetivo definido procedeu-se a uma extensa revisão da literatura de modo a tomar conhecimento da situação real do voluntariado empresarial no contexto nacional e com base na revisão de literatura, procedeu-se ao desenvolvimento do método de recolha de dados e à elaboração de um conjunto de hipóteses que foram posteriormente testadas.

Com base nos resultados obtidos no questionário, concluiu-se que existem diferenças estatisticamente significativas nos fatores motivacionais Compreensão e Proteção para os voluntários do género feminino e masculino; da mesma forma, quando comparadas as motivações dos voluntários mais jovens em relação aos mais maduros, os fatores motivacionais Compreensão e Proteção, também apresentaram diferenças estatisticamente significativas. Concluiu-se, ainda, que a experiência de voluntariado se revelou satisfatória em todos os aspetos para os voluntários e, por último, não se verificou que a satisfação com o programa de voluntariado estivesse positivamente relacionada com o sentimento de felicidade dos voluntários.

**PALAVRAS-CHAVE:** Galp Voluntária, Voluntariado Empresarial, Motivações, Voluntário, Satisfação, Felicidade.

## Abstract

The society lives critical times due to the fact that most of humanity have forgotten or undervalued certain social and humanitarian values (Martinelli, 1992). However, there has been a gradual concern regarding social responsibility and the spirit of mutual assistance in civil society and the business world.

This study has as main purpose the discovery and understanding of the motivations and other factors such as satisfaction, happiness and well-being, leading to participation and development of voluntary work in the companies. To achieve the proposed objective, this research had the collaboration of the company Galp Energia to develop the case study about the volunteering programme 'Galp Voluntary', and for the collection of data through a questionnaire to employees who collaborated in the company's volunteer programme. The questionnaire was prepared in a digital format and placed on the company intranet from November 2011 until January 2012.

The motivations and the degree of satisfaction and happiness of respondents in the study were measured using several scales: the first was developed by Clary *et al.* (1998), scale VFI (*Volunteer Functions Inventory*), the second scale SHRM (*Satisfaction with Human Resource Management*), was adapted from Jiménez, Fuertes and Abad (2009) and Silverberg, Marshall and Ellis (2001), and finally, we have used the SHS (*Subjective Happiness Scale*) developed by Lyubomirsky and Lepper (1997).

To achieve the goal set it was necessary to proceed to an extensive literature review in order to better know the current situation of corporate volunteering in the national context and, based on literature review, to develop the method of data collection and the hypotheses to be subsequently tested.

Based on the results obtained from the questionnaire, it was concluded that there are significant differences in the motivational factors 'understanding' and 'protection' for female and male volunteers; likewise, when compared the importance of the motivations given by younger in relation to the more mature individuals, the factors 'understanding' and 'protection' also showed statistically significant differences. Additionally it was concluded that the volunteer's experience was satisfactory in all aspects, and, finally, that the satisfaction with the volunteer programme was positively related to feelings of happiness of volunteers.

**KEYWORDS:** Galp Voluntary, Corporate Volunteering, Motivations, Volunteer, Satisfaction, Happiness.

## Índice

Agradecimentos .....	II
Resumo .....	III
Abstract.....	IV
Índice .....	V
Lista de Figuras.....	VII
Lista de Tabelas.....	VIII
PARTE I .....	1
1. Introdução .....	1
PARTE II.....	3
2. Revisão da Literatura .....	3
2.1. Voluntariado: conceito e evolução .....	3
2.2. Voluntário .....	5
2.2.1. Características e motivações .....	5
2.2.2. Satisfação, bem-estar e felicidade com as atividades de Voluntariado .....	9
2.3. Voluntariado Empresarial.....	12
2.3.1. Responsabilidade Social Empresarial.....	12
2.3.2. Definição e evolução do conceito Voluntariado Empresarial .....	13
2.3.3. Benefícios do Voluntariado Empresarial .....	16
2.3.4. Análise à realidade do Voluntariado Empresarial Português.....	17
2.3.4.1. Estudo de Caso do Grupo Galp Energia.....	20
PARTE III .....	25
3. Metodologia.....	25
3.1. Objetivos, Questões e Hipóteses de Investigação.....	25
3.2. Definição da amostra do estudo .....	26
3.3. Método de recolha de dados .....	26
3.4. Variáveis.....	27
4. Resultados.....	29
4.1. Caracterização da amostra.....	29
4.2. Análise descritiva do Questionário.....	30
4.3. Teste das Hipóteses de Investigação .....	35
4.3.1. Hipótese 1 .....	36
4.3.2. Hipótese 2 .....	41
4.3.3. Hipótese 3 .....	42
4.3.4. Síntese dos Resultados das Hipóteses de Investigação.....	44
5. Conclusão .....	45
6. Limitações e Futuras Linhas de Investigação .....	48
7. Bibliografia.....	50
ANEXOS .....	58

ANEXO 1 - Entrevista .....	59
ANEXO 2 - Ficha de Avaliação aos Colaboradores Voluntários - Galp Voluntária .....	60
ANEXO 3- Questionário .....	61
ANEXO 4- Escalas de Medição .....	64

## **Lista de Figuras**

Figura 1 - Domínios de Intervenção de Voluntariado Empresarial .....	18
Figura 2 - Áreas de intervenção do Voluntariado Empresarial.....	18
Figura 3 - Público-Alvo do Voluntariado Empresarial .....	18
Figura 4 - Logótipo do Programa Galp Voluntária.....	21
Figura 5 - Promoção do Projeto “REPARAR” .....	23
Figura 6 - Promoção do Projeto “Movimento um euro” .....	23

## **Listas de Tabelas**

Tabela 1 - Benefícios do Voluntariado Empresarial para a comunidade, colaboradores e empresa .....	17
Tabela 2 - Objetivos, questões e hipóteses da investigação empírica .....	25
Tabela 3 - Caracterização da amostra-variáveis sociodemográficas.....	29
Tabela 4 - Caracterização da amostra-variáveis relacionadas com a prática de voluntariado	30
Tabela 5 - Estatísticas descritivas dos fatores motivacionais .....	32
Tabela 6 - Estatísticas descritivas das variáveis de satisfação.....	34
Tabela 7 - Estatísticas descritivas das variáveis de felicidade.....	35
Tabela 8 - Análise cruzada dos fatores motivacionais com o género .....	37
Tabela 9 - Análise cruzada dos fatores motivacionais com as faixas etárias .....	39
Tabela 10 - Análise estatística das variáveis de satisfação.....	42
Tabela 11 - Resultados obtidos no cruzamento da variável global da felicidade com a variável satisfação adquirida pela participação no programa Galp Voluntária .....	43
Tabela 12 - Síntese das Hipóteses de Investigação testadas .....	44

# PARTE I

## 1. Introdução

A sociedade vive tempos críticos, violentos e desesperados e isso acontece devido ao facto de grande parte da humanidade ter esquecido ou desvalorizado determinados valores (Martinelli, 1992). Mas, em simultâneo, verifica-se uma crescente preocupação por parte das pessoas singulares e coletivas, no que respeita à responsabilidade social e ao espírito de entreatajuda na sociedade civil, agravada pela atual conjuntura social e económico-financeira desfavorável.

Assim, devido à crescente preocupação da sociedade civil em passar a ter um comportamento cívico mais ativo e uma maior responsabilidade social, tem-se verificado inúmeros exemplos de mobilização, quer de pessoas singulares, quer de pessoas coletivas, na participação em causas sociais, apoio com donativos monetários, materiais ou humanos em situações de carência originadas por catástrofes naturais e/ou problemas sociais.

Neste sentido, dadas as dificuldades da sociedade atual em responder a todos estes problemas, tem-se verificado um aumento no número de indivíduos envolvidos na participação de ações de voluntariado, sejam estas promovidas por Organizações Não Governamentais (ONG), por Instituições Particulares de Solidariedade Social (IPSS), pelo Setor Público ou por empresas (no contexto da sua política de responsabilidade social empresarial).

Torna-se então evidente que não são apenas as pessoas singulares que, por iniciativa própria, se associam a alguma entidade para doar o seu tempo e o seu contributo em prol dos que mais necessitam, mas são também cada vez mais as organizações empresariais que fomentam estes valores nos seus colaboradores e os incentivam para a prática do voluntariado.

Deste modo, parece relevante o desenvolvimento de um trabalho acerca da temática de Voluntariado Empresarial dada a diminuta existência de estudos deste âmbito realizados em Portugal. Também, a literatura e investigação empírica acerca do tópico é algo escassa. Assim, torna-se necessário e útil para a investigação a realização de um estudo aprofundado acerca das motivações subjacentes às práticas de voluntariado desenvolvidas de dentro para fora, por parte das organizações, analisando como fomentam e incutem nos seus colaboradores os valores da solidariedade social, comportamento cívico, de entreatajuda para com a sociedade e incentivam as práticas de voluntariado.

Devido ao facto de existirem poucos estudos realizados sobre as motivações dos voluntários no âmbito do voluntariado empresarial, verifica-se então uma oportunidade de estudar esta

temática a nível nacional. Assim, este trabalho vai de encontro à necessidade de se explorar as motivações subjacentes às práticas de voluntariado num contexto empresarial.

Neste sentido, com o presente trabalho pretende conhecer-se de forma mais pormenorizada os motivos que levam as empresas a desenvolverem programas no âmbito do voluntariado e a promovê-los junto dos seus colaboradores e entender quais são as motivações que levam a que os colaboradores aceitem e participem em ações de voluntariado empresarial promovidas pela sua empresa, bem como o seu nível de satisfação e bem-estar geral/felicidade com a atividade de voluntariado.

Deste modo, a estrutura do trabalho apresenta-se da seguinte forma: a primeira parte consiste numa componente teórica, onde se realiza uma revisão da literatura acerca da temática a analisar, focando-se aspetos como o conceito e evolução do voluntariado, as características e motivações dos voluntários e o voluntariado empresarial. De seguida, a segunda parte é composta pela metodologia do trabalho com apresentação do objetivo de trabalho, questões e hipóteses de investigação, recolha de dados, análise e interpretação dos resultados e, por último, na terceira parte serão apresentadas as conclusões do estudo, as suas limitações e futuras linhas de investigação.

## PARTE II

### 2. Revisão da Literatura

#### 2.1. Voluntariado: conceito e evolução

Segundo a Lei Portuguesa, o voluntariado pode ser definido como: *“O conjunto de ações de interesse social e comunitário, realizadas de forma desinteressada por pessoas, no âmbito de projetos, programas e outras formas de intervenção ao serviço dos indivíduos, das famílias e da comunidade, desenvolvidos sem fins lucrativos por entidades públicas ou privadas”* (art.º 2.º da Lei n.º 71/98, de 3 de Novembro).

Wilson (2000) define voluntariado como a realização de qualquer atividade na qual a pessoa (voluntário) oferece, livremente, o seu tempo em benefício de outra pessoa, grupo, organização ou causa sem retribuição financeira ou material, podendo ser expressado na forma individual ou coletiva (The National Centre for Volunteering, 2002).

Santos (2005) afirma que o voluntariado envolve a pessoa que, motivada por valores de participação e de ajuda a uma causa, doa o seu tempo de maneira espontânea e não remunerada para a procura de soluções que levam à construção de uma sociedade mais humana e justa. Passa pelo desenvolvimento das capacidades coletivas nas entidades sociais para que as mesmas obtenham resultados mais efetivos nas suas ações, ou seja, é uma forma de comportamento de ajuda que normalmente resulta do aumento de níveis de envolvimento de pessoas que doam o seu tempo e energia para as organizações (Hartenian e Lilly, 2009).

Em consonância, Lima (2004) refere que o voluntariado é um instrumento de formação e ampliação do capital social sendo capaz de contribuir para que as organizações e os projetos sociais possam melhorar os seus serviços prestados a quem mais precisa.

Segundo Parboteeah, Cullen e Lim (2004), o voluntariado pode ser dividido em voluntariado informal e formal. O voluntariado informal inclui comportamentos como por exemplo ajudar os vizinhos ou idosos. O voluntariado formal caracteriza-se por comportamentos semelhantes, mas que se enquadram no âmbito de uma organização, ou seja, implica a existência de uma estrutura organizada. Dentro desta tipologia convém distinguir voluntariado dirigente e voluntariado não dirigente, o qual está relacionado com o facto de o voluntário exercer, ou não, funções de gestão na organização (Ferreira, Proença e Proença, 2008).

Por sua vez, o voluntariado ocasional ou pontual pode ser definido como aquele que implica o envolvimento do indivíduo num curto espaço de tempo, ou que visa tarefas específicas e pontuais, pelo que a instituição deve estar preparada para aproveitar a disponibilidade do voluntário no momento (Rocha, 2011).

Se se recuar no tempo, o voluntariado sempre existiu ao longo da história: de maneira difusa em alguns casos e organizada noutros (Catarino, 2004). Da mesma forma, Silva citado em Souza (2007) defende que o trabalho voluntário é um produto histórico que se vem desenvolvendo ao longo do tempo e está em contínua evolução.

Martins, citado em Ortiz (2007), afirma que o voluntariado surgiu na Idade Média com a distinção entre o trabalho profissional e o trabalho religioso: o trabalho religioso é o serviço prestado à comunidade com base nas crenças em Deus, que corresponde a uma vocação divina, pelo qual o Homem esperaria uma retribuição extraterrena e o trabalho profissional consiste no exercício de uma profissão que corresponde a uma retribuição monetária - honorários e/ou salários.

Por seu turno, Catarino (2004) afirma que o voluntariado em Portugal pode ser analisado tendo em conta quatro períodos:

- A idade média está fortemente associada ao desenvolvimento do trabalho voluntário, tanto a nível individual como coletivo, informal ou organizado. A difusão do imperativo da caridade, a ausência de direitos e de instituições com resposta aos problemas sociais originou, em parte, o aumento do voluntariado medieval;

- O século XIX é marcado por uma mudança muito forte no voluntariado, surgindo novas formas de voluntariado: voluntariado sindical, cooperativo, mutualista, político e associativo em geral. Esta mudança é marcada pelo carácter laico e pela base democrática na consagração de direitos (meramente associativos);

- A fase do Estado Novo é marcada por ambiguidades e contradições no âmbito do voluntariado. O voluntariado laico e democrático do século XIX foi objeto de repressão, enquanto o voluntariado medieval passou a ser beneficiado; deu-se o aumento do trabalho social remunerado e a miragem da onipotência do estado para a solução dos problemas sociais.

- A fase pós 25 de Abril está associada a ininterruptas tendências de voluntariado. A renovação e substituição parcial do voluntariado teve lugar a partir dos anos 80, sobretudo com o impulso dado às Instituições Particulares de Solidariedade Social (IPSS), pelo que a substituição parcial do voluntariado tradicional foi-se traduzindo no aumento da profissionalização remunerada nessas mesmas instituições. O aparecimento de novos domínios do voluntariado ganhou destaque em relação aos direitos humanos, cooperação para o desenvolvimento, desenvolvimento local, ambiente, defesa do património e defesa da natureza. Em simultâneo, continuaram a desenvolver-se os domínios mais antigos: social, educativo, saúde, proteção civil, sindicalismo, política, religião, desporto e recreio, coletividades locais e associativismo.

Ao longo dos anos foram surgindo vários organismos internacionais e nacionais que apoiam causas diversas resultantes quer de carências económicas e sociais, quer de catástrofes ambientais e naturais. A título de exemplo, tem-se a Cruz Vermelha, Médicos Sem Fronteiras e AMI (Assistência Médica Internacional), como organizações internacionais e a APAV (Associação Portuguesa Apoio à Vítima) e EntrAjuda, como organizações nacionais.

Assim, inevitavelmente associado ao conceito de voluntariado encontra-se o Terceiro Setor. Segundo Quintão (2004), o Terceiro Setor é o termo utilizado para designar um conjunto de organizações muito diversificadas entre si, que representam formas de organização de atividades de produção e distribuição de bens e prestação de serviços, distintas dos dois agentes económicos dominantes - setor público e empresas privadas com fins lucrativos.

Os exemplos mais frequentemente entendidos dentro deste conjunto de organizações, no contexto ocidental, são as associações, cooperativas, mutualidades, fundações, sindicatos, clubes recreativos e organizações religiosas (Quintão, 2004).

Apesar da colagem frequente do Voluntariado ao Terceiro Setor, cada vez mais entidades fora do âmbito da Economia Social levam a cabo ações de voluntariado, nomeadamente as empresas privadas, e é precisamente neste âmbito que se insere a presente investigação.

## 2.2. Voluntário

### 2.2.1. Características e motivações

Segundo a Lei Portuguesa, o voluntário é definido como: *“O indivíduo que de forma livre, desinteressada e responsável se compromete, de acordo com as suas aptidões próprias e no seu tempo livre, a realizar ações de voluntariado no âmbito de uma organização promotora. A qualidade de voluntário não pode, de qualquer forma, decorrer da relação de trabalho subordinado ou autónomo ou de qualquer relação de conteúdo patrimonial com a organização promotora, sem prejuízo de regimes especiais constantes da Lei”* (art.º 3.º da Lei n.º 71/98, de 3 de Novembro).

Shin e Kleiner (2003) definem voluntário como sendo um indivíduo que oferece o seu serviço a uma determinada organização, sem esperar uma compensação monetária.

Santos (2005) acrescenta que o voluntário é alguém que deseja ver a sua comunidade crescer, a sociedade desenvolver-se, procurando contribuir e participar ativamente.

Apesar de existir menos informação acerca dos indivíduos envolvidos especificamente no voluntariado empresarial, é possível identificar quais são as motivações e o perfil do voluntário em geral. A motivação é um processo psicológico complexo que resulta de uma interação entre o indivíduo e o ambiente que o rodeia (Latham e Pinder, 2005). Alguns autores defendem que existem motivações subjacentes ao desenvolvimento de ações de voluntariado que se podem dividir em diversas categorias. Por exemplo, Morrow-Howell e Mui (1989) identificaram três grandes categorias de motivações dos voluntários: material, altruísta e social. Já para Fisher e Cole (1993), as motivações que levam ao voluntariado devem ser consideradas em termos de necessidades psicológicas, motivos conscientes e benefícios percebidos.

Corrullón (1997) afirma que ao analisar os motivos que mobilizam em direção ao trabalho voluntário, se descobrem dois elementos fundamentais: o do cunho pessoal (a doação de tempo e esforço como resposta a uma inquietação interior que é levada à prática) e social (a tomada de consciência dos problemas ao enfrentar-se com a realidade, o que leva à luta por um ideal ou ao comprometimento com uma causa).

Já para Roca (1994), as motivações para a prática do voluntariado podem ser de três tipos: expressivas (relacionadas com a realização pessoal do indivíduo), instrumentais (quando as tarefas desempenhadas giram em torno da atividade profissional) e altruístas (quando a ação voluntária é praticada para responder a necessidades da sociedade e para ajudar os outros).

Há ainda quem defenda que as motivações que levam à prática do voluntariado têm apenas duas classificações. Bendapudi, Singh e Bendapudi (1996) afirmam que as motivações se dividem em duas categorias: altruísta e egoísta, em que na categoria altruísta os benefícios são para os outros e na categoria egoísta os benefícios são maioritariamente para o indivíduo, tal como o preconizado por Riecken *et al.*, citados em Dolnicar e Randle (2004), que afirmam que relativamente às motivações, os indivíduos voluntários doam o seu tempo para receber benefícios individuais.

Por sua vez, Clary *et al.* (1998) fundamentam a sua pesquisa na abordagem funcional ressaltando que os indivíduos participam em ações de voluntariado por motivos distintos, de forma a satisfazer as suas necessidades. Assim, através da escala VFI (*Volunteer Functions Inventory*) foram identificadas seis categorias de motivações para os indivíduos se voluntariarem:

1. Valores - preocupações altruístas e humanitárias para com os outros;
2. Compreensão - aquisição de conhecimentos, capacidades e competências;
3. Reforço - crescimento pessoal/autoestima e desenvolvimento psicológico;
4. Social - fortalecimento das relações com os outros;
5. Proteção - redução de sentimentos negativos e resolução de problemas;
6. Carreira - experiência profissional.

Dolnicar e Randle (2004) ao estudarem as características comportamentais e sociodemográficas dos indivíduos perceberam que determinadas variáveis estão fortemente relacionadas com o perfil do voluntário típico. O elevado nível de educação é considerado como o indicador mais consistente comum nos vários estudos (McPherson e Rotolo, 1996). A situação de emprego, as atitudes altruístas como o sentido de dever cívico e a preocupação com o bem comum, são outras variáveis normalmente associadas aos voluntários. Para Fischer, Mueller e Cooper (1991), a religião, o espírito de coesão comunitária e a responsabilidade pelo próximo estão estritamente relacionados com a adesão ao voluntariado.

Dolnicar, Grun e Randle (2007) referem que os indivíduos do género masculino estão mais predispostos a desenvolverem ações de voluntariado na área desportiva ou recreativa, enquanto os indivíduos do género feminino estão mais predispostos a desenvolver ações sociais na comunidade.

Do mesmo modo, Curado e Menegon (2009) declaram que o trabalho social é maioritariamente desenvolvido por indivíduos do género feminino, assim como Selli e Garrafa (2005) afirmam que a atividade voluntária é uma atividade eminentemente feminina. De igual forma, Chambre citado em Zweigenhaft *et al.* (1996) indica que em geral os indivíduos mais suscetíveis ao voluntariado são mulheres, pelo que o trabalho voluntário feminino tem um impacto maior que o dos homens. Os vários estudos tendem a comprovar que a grande maioria de pessoas que se oferece para participar em ações de voluntariado são mulheres. Este facto pode ser explicado por diversos motivos: maior disponibilidade de tempo, maior sensibilidade, mais disposição para ajudar os outros (Velazquez e Albert, 1999), vontade de vincular os sentimentos de amor ao próximo (Dal Rio citado em Souza, 2007), remetendo, assim, para o papel de “cuidador” tradicionalmente atribuído à mulher (Zweigenhaft *et al.*, 1996).

Rocha *et al.* (2006) afirmam com base no seu estudo, que para muitos jovens as motivações para esta atividade estão associadas a uma forte vontade de adquirir experiência de modo a melhorar competências pessoais. Do mesmo modo, Briggs *et al* (2010) constataram que a diferença de idades influencia as razões pelas quais os indivíduos se voluntariam - por exemplo, os adultos jovens são mais suscetíveis de serem motivados por razões centradas em si mesmos (motivações pessoais) mas os adultos mais velhos têm maior probabilidade de serem motivados por outras razões e valores.

Assim, os adultos mais jovens participam em atividades de voluntariado essencialmente por causa da pressão dos pares, da autoimagem e da necessidade de desenvolvimento pessoal enquanto os adultos mais velhos estão dispostos a participar em atividades de voluntariado por causa da responsabilidade para com a comunidade local, de algumas causas sociais mais meritórias e porque podem contribuir para o bem-estar de outras pessoas. Por norma ajudar

os outros e a comunidade traz mais prazer e satisfação emocional para estes voluntários (Wei, Donthu e Bernhardt, 2011).

Na sua investigação Dolnicar, Grun e Randle (2007) concluíram que as motivações podem dar origem a seis segmentos: segmento 1- voluntários clássicos; segmento 2 - voluntários dedicados; segmento 3 - voluntários que procuram envolvimento pessoal; segmento 4 - voluntários que procuram satisfação pessoal; segmento 5 - voluntários de nicho; segmento 6 - voluntários altruístas. Para os autores, as razões que poderiam justificar a prática do voluntariado, em que os indivíduos doam o seu tempo e prestam o seu contributo à comunidade são: contacto social, satisfação, envolvimento pessoal, crenças religiosas, ser ativo, adquirir novas competências, fazer algo de útil, para ajudar os outros, para ganhar experiência de trabalho, por em prática a sua experiência e capacidade, obrigação e/ou apenas porque aconteceu.

Já Ferreira, Proença e Proença (2008), no estudo que realizaram com voluntários em hospitais, concluíram que os quatro principais tipos de motivações do voluntariado são: altruísmo (ajudar os outros), pertença (desenvolvimento de contactos sociais e criar laços), ego e reconhecimento social (crescimento de sentimentos de autoestima, confiança, satisfação e respeito), aprendizagem e desenvolvimento (ganhar experiência e enriquecimento pessoal).

Por sua vez, Teodósio (2001) afirma que os indivíduos buscam no voluntariado um espaço de convivência social mais saudável, fugindo da competitividade e *stress* que caracterizam o trabalho no seu local de trabalho.

Uma vez que o voluntário lida com as expectativas das pessoas e das instituições onde atua, é necessário que ao decidir atuar como voluntário perceba que a sua contribuição será direcionada para o próximo, ou seja, essa deve ser a sua motivação principal (Lima, 2004).

Em suma, os indivíduos que participam em ações de voluntariado são orientados por uma diversidade de motivações intrínsecas e extrínsecas, que resultam num conjunto de benefícios para si, para os outros e para a comunidade em geral.

## 2.2.2. Satisfação, bem-estar e felicidade com as atividades de voluntariado

As práticas de voluntariado contribuem para uma sociedade mais justa e equilibrada, sendo importante não só para os beneficiários desta atividade, mas também para os indivíduos que doam o seu tempo e capacidades com vista a contribuir para uma maior igualdade na sociedade. Da mesma forma que a pessoa singular beneficia com a prática das atividades de voluntariado, a pessoa coletiva, também beneficia com estas práticas porque verifica-se uma correlação entre a satisfação no trabalho voluntariado e o volume de negócios (Watson e Abzug, 2005).

Diversos autores argumentam que as atividades de voluntariado estão positivamente associadas com a satisfação e o bem-estar do indivíduo. Por exemplo, Morrow-Howell *et al.* (2003), Greenfield e Marks (2004) e Wu, Tang e Yang (2005) referem que o trabalho voluntário está diretamente associado à maior satisfação com a vida e ao bem-estar e que um maior envolvimento (em termos de tempo dedicado) com o voluntariado também está relacionado com esses sentimentos.

Por sua vez, Lima (2004) afirma que a participação ativa em atividades de voluntariado traz diversos ganhos para o voluntário: satisfação pessoal, elevação da autoestima, desenvolvimento pessoal e profissional, conquista de novas amizades e aquisição de estabilidade emocional, entre outros. Adicionalmente, Domeneghetti (2001) defende que o indivíduo através do trabalho voluntário adquire um grau de satisfação pessoal mais elevado que dificilmente o valor monetário superaria.

Apesar do conceito de satisfação ser complexo de analisar, pois existe uma grande diversidade de interpretações (Jiménez, Fuertes e Abad, 2009), tem-se vindo a observar a manifestação do sentimento de satisfação dos voluntários participantes em atividades inseridas na sua comunidade (Lima, 2004).

Mas afinal o que é que se entende por satisfação com as atividades de voluntariado? Andrade (2001) define o conceito de satisfação como sendo um prazer que resulta da realização do que se espera e do que se deseja. Porém, a satisfação sentida pelos voluntários pode ser explicada em grande medida pelo uso de recompensas simbólicas e atividades de reconhecimento (Farrell, Johnson e Twynam, 1998). Por sua vez, Ferreira, Proença e Proença, (2011b) defendem que o recrutamento e treino também podem influenciar a satisfação dos voluntários.

De acordo com Ferreira, Proença e Proença (2011b) acrescentam ainda que a satisfação é um fator chave na retenção de voluntários. Neste sentido, surge a necessidade de em primeiro lugar desenvolver processos de recrutamento e treino/formação para que a qualidade do

trabalho voluntário seja verificada. Esclarece-se que o recrutamento é uma missão seletiva para localizar e atrair cidadãos (Ferreira, Proença e Proença, 2011b) e o treino/formação é o processo de instruir o voluntário em aspetos específicos relacionados com as aptidões e comportamentos que necessitam para realizar o seu trabalho voluntário (McCurley citado em Ferreira, Proença e Proença, 2011b).

Do mesmo modo, Silverberg *et al.* citados em Ferreira, Proença e Proença (2011b) consideram útil a avaliação da satisfação dos voluntários e a obtenção de medidas de satisfação dos voluntários com o objetivo de se perceber se as necessidades dos mesmos estão a ser atendidas.

Assim, muitos voluntários valorizam as recompensas (Hsieh, Curtis e Smith, 2007), querendo que o seu trabalho seja apreciado (Kotler, 1975) e alguns voluntários apreciam inclusive um reconhecimento mais formal por parte da organização (Brudney citado em Ferreira, Proença e Proença, 2011b). Deste modo, o facto de o voluntário ser reconhecido é algo muito importante (Holmberg e Söderlung, 2005), tal como o recrutamento, treino e recompensa que são fatores relevantes e que podem influenciar o seu desempenho na organização (Ferreira, Proença e Proença, 2009).

Devido ao facto de diversos autores afirmarem que o conceito de satisfação é relevante para o trabalho voluntário, Ferreira, Proença e Proença (2011b) decidiram investigar o tema no panorama nacional. Utilizando uma amostra de 76 voluntários hospitalares, pertencentes a quatro organizações sem fins lucrativos, procuram analisar a satisfação dos voluntários com os órgãos de gestão de recursos humanos. Para a realização do estudo foi usada a escala SHRM (*Satisfaction with Human Resource Management*).

Com este estudo foi possível concluir que as práticas da gestão de recursos humanos - recrutamento, treino e reconhecimento/recompensa - podem influenciar a satisfação dos voluntários; neste caso em concreto, o treino/formação é apontado como o fator com mais relevância para a satisfação do voluntário (Ferreira, Proença e Proença, 2011b).

As atividades de voluntariado estão associadas não só à satisfação, mas também ao bem-estar e à felicidade dos voluntários. A felicidade pode ser definida como uma emoção básica caracterizada por um estado emocional positivo, com sentimento de bem-estar e prazer, com uma perceção de sucesso associado à compreensão lúcida do mundo (Ferraz, Tavares e Zilberman, 2007). Por sua vez, Mogilner, Aaker e Kamvar (2011) argumentam que a felicidade é maleável, deslocando-se tanto de momento a momento como ao longo da vida. Para, Gilbert (2006), a felicidade é muito subjetiva e tem significados diferentes para cada indivíduo, mas a maioria dos indivíduos são capazes de classificar os seus níveis de felicidade e satisfação com a sua vida (Lyubomirsky e Lepper, 1997).

Lybomirsky e Lepper (1997) estudaram a capacidade de classificação dos níveis de felicidade dos indivíduos, através da escala de felicidade subjetiva (*Subjective Happiness Scale - SHS*). Esta escala foi testada e validada no seu estudo permitindo avaliar de forma subjetiva e global os níveis de felicidade. A escala da felicidade subjetiva possui quatro itens com a função de medirem os níveis de felicidade avaliando a parte afetiva e cognitiva do indivíduo. Como conclusões do estudo, os autores referem que dita escala, aplicada a uma amostra superior a 2.000 participantes, apresenta uma boa consistência demonstrando a sua validade para o estudo da felicidade e classificação dos seus níveis felicidade com a vida.

Relativamente, à correspondência do voluntariado com a felicidade, satisfação e bem-estar, Musick e Wilson citados em Plagnol e Huppert (2009), defendem que o voluntariado pode aumentar a autoconfiança e dotar os voluntários de recursos psicológicos para lidarem com o *stress*, melhorando a sua integração social, estando também esta, associada ao bem-estar.

Do mesmo modo, Thoits e Hewitt (2001) afirmam que o voluntariado pode contribuir para a diminuição do *stress* psicológico e para atenuar as suas consequências negativas. Tal circunstância aumenta a satisfação com a vida, a vontade de viver, autorrespeito e reduz os sintomas de depressão e ansiedade. A este propósito, Mostyn citado em Wei *et al.* (2011), afirma inclusive que o voluntariado poderá ajudar a minorar a solidão, a depressão e outras formas de privação emocional.

O voluntariado está associado a um maior bem-estar (Plagnol e Huppert, 2009), existindo uma correlação positiva entre o voluntariado e a saúde, satisfação com a vida e esperança (Haski-Leventhal, 2009), como comprova o estudo realizado por Souza (2007), no qual a alegria, felicidade, amizade, qualidade de vida e saúde podem ser benefícios advindos da realização de atividades de voluntariado.

Em síntese, o voluntariado é uma ação que acarreta diversos benefícios, não só para as instituições e organizações que são apoiadas e ajudadas mas também para as pessoas que prestam um trabalho voluntário em favor dos outros contribuindo para uma sociedade mais justa e solidária, tal como a Organização das Nações Unidas (ONU)<sup>1</sup> defende que o voluntariado traz benefícios tanto para a sociedade em geral como para o indivíduo que realiza tarefas voluntárias, ajuda a promover a autoestima e confiança, assim, como influencia a responsabilidade social e pessoal (Rodrigues, 2010) e tem impacto positivo na aprendizagem, enriquecimento e alargamento dos horizontes dos voluntários (Trogdon, 2005).

---

<sup>1</sup> <http://www.un.org/es/globalissues/volunteerism/index.shtml>. Acedido em 31/11/2011.

## 2.3. Voluntariado Empresarial

### 2.3.1. Responsabilidade Social Empresarial

A Responsabilidade Social é um conceito que atrai cada vez mais atenção por parte das empresas, verificando-se uma aproximação dos interesses das organizações com os interesses da sociedade, “no qual as empresas decidem sobre base voluntária, contribuir para uma sociedade mais justa e para um ambiente mais limpo” (Comissão das Comunidades Europeias, 2001:4).

Porter e Kramer (2006) afirmam que a responsabilidade social empresarial surgiu como uma prioridade inevitável para as empresas, desafiando-as a aplicarem os seus recursos e conhecimentos em atividades que beneficiem a sociedade.

A responsabilidade social foca a cadeia de negócios da empresa e engloba preocupações com um público mais alargado (acionistas, funcionários, prestadores de serviço, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio ambiente) (Florentino, Amaral e Orsi, 2005), sendo uma forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais se relaciona, visa o estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade preservando recursos ambientais e culturais, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais (Azevedo, 2007).

Oliveira citado em Florentino *et al.* (2005), define responsabilidade social como sendo a capacidade da empresa colaborar com a sociedade, considerando os seus valores, normas e expectativas para alcançar os seus objetivos.

Uma empresa é considerada socialmente responsável quando oferece aos seus funcionários um ambiente saudável proporcionando estabilidade para que possam trabalhar tranquilos e também quando procura junto com a comunidade formas de melhorar a qualidade de vida das pessoas que moram nas proximidades das suas instalações, realizando um esforço para tornar mais fácil e saudável a vida da comunidade (Florentino *et al.*, 2005).

Kunsch e Kunsch (2007) defendem que a responsabilidade social empresarial deve ser vista como parte da cultura, da visão e dos valores da empresa, requerendo uma filosofia e um compromisso articulado na afirmação da missão, manual dos funcionários, marketing e comunicação entre todos.

Kotler e Lee (2005) apontam seis áreas estratégicas nas quais se pode trabalhar a responsabilidade social empresarial: marketing social empresarial, marketing de causas sociais, patrocínio, filantropia empresarial, voluntariado empresarial e ações sociais

Responsáveis. Acrescentam, ainda, que a adoção de estratégias de Responsabilidade Social Empresarial é capaz de mobilizar clientes, colaboradores e comunidade a participarem em ações em prol do desenvolvimento social e ambiental.

Algumas empresas têm desenvolvido ou estão a criar setores específicos para gerir os assuntos ligados à área da responsabilidade social, na qual se podem inserir as atividades de voluntariado empresarial (GRACE, 2006).

Luz *et al.* (2004) afirmam que, no seguimento do conceito responsabilidade social, a empresa passa a realizar ações de apoio à comunidade, visando o seu desenvolvimento e o do país, devendo empenhar-se ativamente, não só na criação de resultados económicos mas também na criação de resultados sociais (Porter e Kramer, 2002). Assim, cada vez mais empresas optam pela implementação de programas de voluntariado como forma de participar mais ativamente no desenvolvimento da sociedade (Béu, 2010).

Do mesmo modo, Fischer (2002) aponta para a relação entre o voluntariado empresarial e a responsabilidade social, argumentando que o voluntariado empresarial é um derivado da responsabilidade social empresarial e uma atividade estratégica de responsabilidade social corporativa (Basil *et al.*, 2009).

Assim, o voluntariado empresarial é um dos instrumentos que as empresas mais utilizam no exercício da sua responsabilidade social empresarial para contribuir para um desenvolvimento global mais equitativo e sustentável (Santos e Bittencourt, 2008), por isso, estas organizações passaram a reconhecer cada vez mais a importância e o valor do voluntariado empresarial (Peloza *et al.*, 2009).

Sendo que esta investigação foca especificamente a vertente do voluntariado empresarial, de seguida, será elaborada uma revisão da literatura sobre o voluntariado, tendo em conta quer a perspectiva da organização, quer a perspectiva do indivíduo/colaborador.

### **2.3.2. Definição e evolução do conceito Voluntariado Empresarial**

Dias e Palassi (2007) defendem que o contexto económico e social contemporâneo implica novas configurações no fenómeno do voluntariado. Deste modo, o voluntariado empresarial tem ganho um maior destaque e atenção por parte das organizações com fins lucrativos, que passaram a contribuir para causas e para instituições sem fins lucrativos, ajudando a dar resposta a alguns problemas existentes na sociedade.

Segundo Goldberg (2001), o voluntariado empresarial designa os programas de apoio à ação voluntária dentro das empresas. Trata-se de organizar a disposição para o trabalho voluntário entre empregados e dirigentes, às vezes incorporando os seus familiares, ex-empregados que se aposentaram, fornecedores, distribuidores, prestadores de serviços, clientes, parceiros de negócios e mobilizar as pessoas de forma espontânea, não compulsória, estimulando o envolvimento em causas de interesse coletivo. Educa para a cidadania, revelando o que cada um tem de melhor (Goldberg, 2001).

Por sua vez, The National Centre for Volunteering (2002) define voluntariado empresarial como a forma mais recente de organização de grupos voluntários, onde se une o mundo dos negócios com a participação, compromisso e responsabilidade social.

Complementarmente, Lukka *et al.* citados em Santos (2005) afirmam que o voluntariado empresarial se refere às práticas e ações que uma empresa pode adotar para incentivar, apoiar e aplicar ao trabalho social que é realizado voluntariamente pelos seus empregados, sendo assim uma estratégia em que a empresa motiva os seus colaboradores e parceiros a doarem o seu tempo para apoiar as causas da comunidade local (Kotler e Lee, 2005).

Para Santos (2005), os programas de voluntariado empresarial contemplam a elaboração de um plano em concordância com a entidade promotora e o indivíduo voluntário, onde se poderá encontrar diversas informações, como por exemplo: definição do âmbito do trabalho voluntário, critérios de participação nas atividades promovidas pela organização promotora, condições de acesso aos locais onde deverá ser desenvolvido o trabalho voluntário, realização de ações de formação e modo de resolução de conflitos entre a organização promotora e o voluntário.

As atividades que as empresas podem exercer no âmbito do voluntariado empresarial podem passar por dar apoio técnico especializado, palestras sobre temas genéricos ou específicos, apoiar uma organização, promover eventos de angariação de fundos, dar apoio emocional a pessoas hospitalizadas, realizar atividades de entretenimento para idosos, organização de campanhas, entre outros (Santos, 2005).

O voluntariado empresarial era uma prática relativamente comum e tradicional nos Estados Unidos da América nos anos 70 e princípios dos anos 80 (Santos, 2005). Decorrente de uma crescente consciência social, as empresas multinacionais norte-americanas têm vindo a contribuir para difundi-la para outros países (Barbosa, 2005).

No entanto, outras fontes reportam a origem do voluntariado empresarial ao próprio movimento de voluntariado desenvolvido e institucionalizado depois da II Guerra Mundial. Decorrente da necessidade de se organizar o trabalho disponível em função da ajuda requerida, foram criados diversos escritórios ligados aos órgãos de defesa civil com o objetivo de recrutar voluntários para ajudar doentes, feridos e comunidades atingidas (Santos e Bittencourt, 2008).

No caso europeu, por exemplo, no Reino Unido foram identificadas diversas formas de voluntariado empresarial nos anos 70 (Santos 2005). Em 1981, a Comunidade Europeia promulgou os estatutos da Volunteurope, que tem como objetivo estimular a colaboração de ações não remuneradas (Santos e Bittencourt, 2008).

Em Portugal, segundo Santos (2005), o voluntariado empresarial começou a evidenciar-se de forma mais organizada no final da década de 90, embora ainda esteja numa fase embrionária em termos da sua amplitude e estruturação. Como acrescentam Santos e Bittencourt (2008), o voluntariado empresarial em Portugal é ainda residual e assume um carácter marcadamente assistencialista; só um reduzido número de empresas é que desenvolve de facto ações de voluntariado empresarial, havendo uma forte orientação para ações de apoio social. Assim, já possível encontrar programas de voluntariado empresarial, nomeadamente em empresas de maior dimensão e com políticas organizadas de responsabilidade social empresarial (ex. grupo Galp Energia, PT - Portugal Telecom, EDP - Energias de Portugal, Delta Cafés, etc.).

Em síntese, o voluntariado empresarial é uma força global dinâmica, impulsionada por empresas que querem fazer a diferença contribuindo para atenuar os graves problemas globais e locais (IAVE<sup>2</sup>, 2011) e é um modo de entrosamento da empresa com a comunidade. Abre espaço para o relacionamento ético com os demais públicos do ambiente empresarial incorporando valores de cidadania e responsabilidade social, e contribuindo para o desenvolvimento da sociedade.

---

<sup>2</sup> IAVE - International Association for Volunteer Effort (Associação Internacional para os Esforços Voluntários).

### 2.3.3. Benefícios do Voluntariado Empresarial

O voluntariado empresarial promove múltiplos benefícios com mais-valias para a sociedade em geral, para o voluntário, para as organizações sociais que intervêm localmente e ainda para as próprias empresas. Assim, o voluntariado empresarial produz importantes contribuições no âmbito da esfera económica bem como na esfera social, contribuindo para uma sociedade mais coesa (Santos, 2005), através da construção da confiança e da reciprocidade entre as pessoas (Santos e Bittencourt, 2008).

Allen (2003) argumenta que o voluntariado empresarial traz novas fontes de talento e energia para resolver os problemas da comunidade. Acrescenta, ainda, que o voluntariado empresarial pode ajudar na conquista de objetivos estratégicos, fortalecendo relacionamentos e a imagem pública das corporações. Cada vez mais é visto como um fator importante para o desenvolvimento dos recursos humanos, pois pode contribuir para a construção de competências individuais e de conhecimento (Allen, 2003).

Sob outra perspetiva, Corullón e Medeiros (2002) afirmam que os programas de voluntariado fortalecem a imagem da empresa particularmente junto da imprensa e dos formadores de opinião, acabando por atingir segmentos que influenciam a opinião pública em geral. Do mesmo modo, Basil *et al.* (2009) defendem que o voluntariado empresarial, como iniciativa estratégica de responsabilidade social empresarial, permite às empresas um melhoramento da sua imagem pública, ao mesmo tempo que proporciona benefícios sociais à comunidade, podendo também gerar mais valor a partir das suas iniciativas humanitárias (Smith, 1996).

Por sua vez, Ellen *et al.* (2000) referem que as empresas que desenvolvem programas de voluntariado beneficiam a sua imagem, aumentando as perceções positivas dos consumidores em resposta a um maior compromisso com uma causa humanitária; do mesmo modo, os restantes *stakeholders* respondem de forma positiva a empresas socialmente responsáveis (Basil *et al.*, 2009).

Os colaboradores voluntários trazem para as ações de voluntariado empresarial as suas habilidades profissionais e pessoais, a sua capacidade de organizar e gerir projetos, o seu conhecimento sobre como estabelecer metas de trabalho, além das suas paixões e dos seus compromissos pessoais com certas causas (IAVE, 2011). Assim, o voluntariado empresarial é passível de gerar um aumento na produtividade e no desenvolvimento de habilidades comportamentais (Caldana e Figueiredo, S/D).

Santos (2005) afirma que as vantagens do voluntariado empresarial não são apenas visíveis para as empresas, refletindo-se obviamente na comunidade de intervenção e nos seus destinatários finais.

Em síntese, na tabela 1 estão apresentados alguns dos benefícios mais significativos do voluntariado empresarial para a comunidade, colaboradores e empresa.

Tabela 1: Benefícios do Voluntariado Empresarial para a comunidade, colaboradores e empresa.

Comunidade	Colaboradores	Empresa
Redução/atenuação dos problemas da comunidade	Alargamento do leque de competências	Maior envolvimento e motivação dos colaboradores
Cimentar normas sociais e condutas de atuação	Aumento da autoestima, autoconfiança, motivação e iniciativa	Fortalecimento da sua imagem, reputação e notoriedade
Melhorias concretas na qualidade de vida dos beneficiários	Maior integração na empresa e maior satisfação com as tarefas desenvolvidas	Cooperação e relações mais fortalecidas com <i>stakeholders</i>
Sociedade mais saudável e solidária	Oportunidade de aprendizagem e desenvolvimento profissional	Maior coesão interna, melhor clima organizacional e maior produtividade

Fonte: Santos (2005:29)

Assim, é expectável que o voluntariado empresarial quando devidamente implementado traga benefícios para os vários públicos envolvidos no processo, nomeadamente para a sociedade (resolução de problemas sociais e melhoria da qualidade de vida), colaboradores (satisfação, aprendizagem, motivação) e empresa (reputação, imagem, notoriedade).

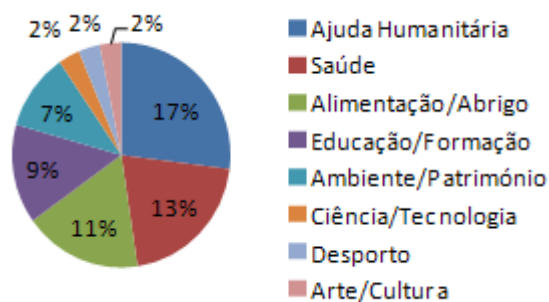
#### 2.3.4. Análise à realidade do Voluntariado Empresarial Português

Em Portugal, por norma são as empresas de maior dimensão e com políticas de responsabilidade social mais coesas que mais desenvolvem programas de voluntariado empresarial promovendo junto dos seus colaboradores a participação ativa nessas ações.

Santos e Bittencourt (2008) apresentaram os resultados do seu estudo que teve como objetivo de conhecer a implementação do voluntariado empresarial português. Assim, foram selecionadas 169 empresas nacionais com base na elevada probabilidade de desenvolvimento de programas de voluntariado recorrendo a várias fontes de informações: Organizações Não Governamentais, Fundações, Bancos Locais de Voluntariado, entre outros. Das 169 empresas selecionadas apenas 44 participaram no estudo, respondendo a um inquérito. Os resultados são apresentados de seguida.

Pela observação da figura 1 o maior domínio de intervenção de voluntariado empresarial é na área da ajuda humanitária (17%), denotando-se menor intervenção na ciência/ tecnologia, arte/ cultura e desporto (2%).

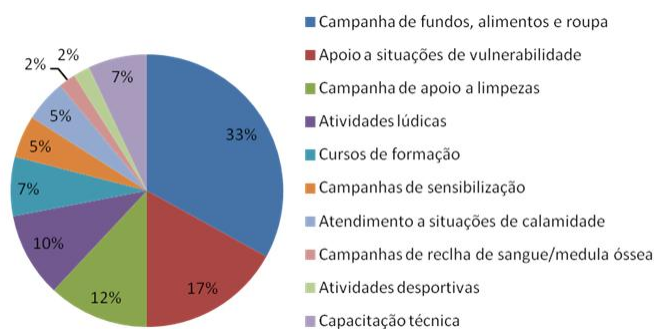
Figura 1. Domínios de Intervenção de Voluntariado Empresarial



Fonte: elaboração própria, com base em Santos e Bittencourt (2008)

Através da observação da figura 2, verifica-se que as ações de intervenção do voluntariado empresarial mais frequentes são campanhas de fundos, alimentos e roupas (33%) e as menos importantes são as campanhas de recolha de sangue/ medula óssea e atividades desportivas (2%).

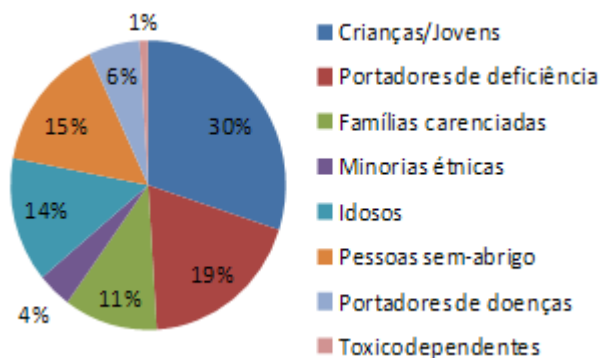
Figura 2. Áreas de intervenção do voluntariado empresarial



Fonte: elaboração própria, com base em Santos e Bittencourt (2008)

Na figura 3 é possível observar que o público-alvo mais relevante nas ações de voluntariado empresarial são as crianças/jovens (30%) e o menos significativo são as minorias étnicas (4%) e toxicodependentes (1%), como demonstrou um estudo desenvolvido em parceria com diversas entidades: RSE Portugal, ACEP, AIP e SOCIUS (Santos, 2005).

Figura 3. Público-Alvo do Voluntariado Empresarial



Fonte: elaboração própria, com base em Santos (2005)

Assim, as empresas preocupam-se cada vez mais com a responsabilidade social e têm vindo a promover programas de voluntariado empresarial, estimulando os seus colaboradores associarem-se a causas sociais (Lima, 2004).

A título de exemplo, apresenta-se a empresa portuguesa grupo Galp Energia, de onde saiu a unidade de análise do presente estudo - o voluntário empresarial, cujo caso foi selecionado para apresentar nesta secção e cujo estudo mais aprofundado sob a perspetiva do voluntário poderá ser analisado na secção dos resultados.

### 2.3.4.1. Estudo de caso do Grupo Galp Energia<sup>3</sup>

O grupo Galp Energia, constituído em Abril de 1999, é uma holding responsável pela reestruturação do sector energético em Portugal, detém 100% da Petrogal (empresa com atividade na produção e exploração de petróleo) e 100% da GDP - Gás de Portugal (empresa com atividade na importação e transmissão de gás natural).

Atualmente é o único grupo integrado de produtos petrolíferos, gás natural e eletricidade a operar em Portugal. O grupo Galp Energia apresenta como atividade: exploração e produção de petróleo e gás natural, refinação e distribuição de produtos petrolíferos, distribuição e venda de gás natural, geração e distribuição de energia elétrica.

As atividades do grupo Galp Energia estão em forte expansão à escala global, tendo o grupo Galp Energia uma presença ativa no Mundo, predominantemente em Portugal, Espanha, Brasil, Angola, Venezuela, Moçambique, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Suazilândia, Gâmbia, Timor-Leste, Uruguai e Guiné-Equatorial.

A empresa tem demonstrado a sua preocupação com a comunidade envolvente através do desenvolvimento de diversas atividades com a colaboração das Unidades de Negócios e com as Direções Corporativas. O desenvolvimento de ações enquadráveis no Estatuto de Mecenato, através do estabelecimento de parcerias estáveis com entidades representativas dos interesses da Comunidade, reforça, deste modo, os valores e a visão do grupo Galp Energia enquadrados na criação de valor para clientes, colaboradores, acionistas promovendo o respeito pelos princípios da ética e sustentabilidade.

O grupo Galp Energia integra na sua cultura, na sua estratégia e nas suas atividades os princípios e *“temas fundamentais da responsabilidade social no plano ético, social, económico e ambiental, quer na relação com os seus colaboradores, fornecedores, clientes e acionistas, quer na relação com todos aqueles que, direta ou indiretamente, são afetados pelas atividades da organização ou dela dependem em maior ou menor grau”*<sup>4</sup>, pretendendo construir um mundo melhor, permitindo que as gerações futuras possam desenvolver-se de forma mais sustentável.

Assim, estão contempladas diversas áreas no âmbito da responsabilidade social empresarial: o código de ética do grupo Galp Energia, a sustentabilidade ambiental, económica e a segurança, a academia grupo Galp Energia, os planos de comunicação interna, as parcerias

---

<sup>3</sup> Informação recolhida com base no website da empresa ([www.galpenergia.com](http://www.galpenergia.com)); na análise documental (dados fornecidos pela Direção de Assuntos Institucionais, Comunicação e Desenvolvimento Interno e Social); Relatório de Sustentabilidade e entrevista (Anexo 1) realizada ao responsável pela Direção de Assuntos Institucionais, Comunicação e Desenvolvimento Interno e Social do grupo Galp Energia.

<sup>4</sup> [www.galpenergia.com](http://www.galpenergia.com). Acedido em 20/10/2011.

com entidades de solidariedade social, a afiliação como membro do grupo de reflexão e apoio à cidadania portuguesa (GRACE), a cooperação internacional e o voluntariado empresarial.

Relativamente ao projeto de voluntariado empresarial desenvolvido pelo grupo Galp Energia, em março de 2011 (figura 4), foi implementado o programa Galp Voluntária inserido no âmbito de Responsabilidade Social Empresarial da empresa. Para a empresa a responsabilidade social é definida *“por integrar e gerir as preocupações da Organização e na interação com todas as partes interessadas, promovendo e implementando boas práticas e princípios de ética e transparência, boa segurança, diálogo com os stakeholders e projetos de Responsabilidade Social, criando valor para o grupo ao nível da sua reputação e imagem, gerando impactos económicos e sociais positivos e promovem igualmente o envolvimento efetivo de todos os colaboradores”*<sup>5</sup>.

Figura 4. Logótipo do Programa Galp Voluntária



Fonte: Relatórios internos do grupo Galp Energia

Assim, a Galp Voluntária é um programa que depende do contributo dos colaboradores da empresa que manifestam o seu interesse para serem Voluntários em ações, iniciativas e atividades desenvolvidas pela Empresa ou em parceria com outras organizações.

O programa Galp Voluntária visa o compromisso da empresa para com a comunidade apelando à colaboração ativa do seu Capital Humano no voluntariado; como missão, a Galp Voluntária compromete-se a promover uma intervenção dos seus agentes quer na comunidade em geral, quer nos eixos em que a empresa se insere e opera através de ações de voluntariado nas áreas de:

- (i) educação;
- (ii) ambiente e eficiência energética;
- (iii) prevenção e segurança rodoviária e
- (iv) saúde e bem-estar.

Deste modo, o envolvimento dos colaboradores com a comunidade pode abarcar os seguintes vetores: voluntariado de equipa, voluntariado de competências, atividade *on-jobs* e orientação e *coaching*.

---

<sup>5</sup> [www.galpenenergia.com](http://www.galpenenergia.com). Acedido em 20/10/2011.

A empresa desenvolve os seus projetos de voluntariado com base em quatro etapas:

- (1) Diagnóstico: pesquisa de potenciais voluntários, parcerias e beneficiários;
- (2) Estratégia de plano de ação: desenvolvimento da metodologia, atividades, cronograma, recursos e política de valorização;
- (3) Programa/banco de voluntariado: implementação, avaliação e monitorização do projeto;
- (4) Comunicação: apresentação da visibilidade do projeto.

A origem do programa Galp Voluntária advém de um conjunto de motivações internas e externas. As motivações internas foram apuradas através de um questionário de responsabilidade social e voluntariado aplicado pela empresa aos seus colaboradores em que os resultados obtidos demonstraram que mais de 600 colaboradores teriam interesse em colocar de forma ativa as suas capacidades, valores e espírito solidário ao serviço do desenvolvimento económico e social das comunidades em que a empresa opera. Quanto às motivações externas, a pressão da sociedade, normas, certificações, *stakeholders*, reconhecimento e património de marca foram fatores influenciadores na tomada de decisão para a criação de um programa de voluntariado empresarial.

Complementarmente, Rui Mendes da Costa<sup>6</sup>, afirma que *“os programas de voluntariado empresarial acarretam uma multiplicidade de impactos tanto para a empresa, colaboradores e comunidade. No caso da empresa, ocorrem melhorias de reputação, aumento dos colaboradores e retenção de talento. No caso da comunidade verificam-se benefícios associados ao bem-estar, segurança e melhoria da qualidade de vida. Por último, no caso dos colaboradores é possível observar sentimentos positivos, desenvolvimento de competências, espírito de equipa, confiança, empatia, criatividade e inovação”*.

A Galp Voluntária estabeleceu parcerias com diferentes entidades promotoras de voluntariado: Santa Casa da Misericórdia de Lisboa, Legião da Boa Vontade, Empresários pela Inclusão Social (EPIS), ENTRAJUDA, Associação de Pais e Amigos do Cidadão com Deficiência Mental (APPACDM), Fundação *Make a Wish*, Fundação do Gil, Grupo de Reflexão e Apoio à Cidadania Empresarial (GRACE) e Fundação Liga através das quais são desenvolvidos diversos projetos. A título de exemplo, seguem as seguintes ações:

- Em parceria com a Fundação *Make a Wish* realizou os sonhos a cinco crianças que se encontravam em situação terminal ou com doenças crónicas;
- Em parceria com a Santa Casa da Misericórdia foram reparadas 10 casas de idosos com a colaboração de 150 elementos da Galp Voluntária (figura 5);
- Desenvolvimento de um programa para vendas de agendas para o ano 2012 com frases e conselhos para uma vida mais positiva, sendo que os lucros destas vendas seriam utilizados

---

<sup>6</sup> Rui Mendes da Costa - Direção de Assuntos Institucionais, Comunicação e Desenvolvimento Interno e Social do grupo Galp Energia.

para o desenvolvimento de um projeto com a Fundação Liga, para o apoio à deficiência e à comunidade.

Figura 5. Promoção do Projecto “REPARAR”



Fonte: Relatórios internos do grupo Galp Energia

Outras ações desenvolvidas internamente no âmbito da política de responsabilidade social foram a distribuição de 2500 cabazes de natal, em detrimento do jantar de natal da empresa e o “movimento um euro” (figura 6) que consistiu no desconto de 1€ no vencimento mensal do mês de novembro dos colaboradores com fim a angariar fundos para projetos de solidariedade. Num futuro próximo, a empresa pretende desenvolver pelo menos um projeto de voluntariado por mês.

Figura 6. Promoção do Projeto “Movimento um euro”



Fonte: Relatórios internos do grupo Galp Energia

O programa de voluntariado empresarial e respetivos projetos foram comunicados aos colaboradores da empresa através de *newsletters* semanais, revistas, apresentações presenciais frequentes, e a intranet (plataforma *mygalp*), como suporte principal. No que diz respeito à comunicação externa, a empresa contacta os meios de comunicação social utilizando *press releases*.

A participação no programa Galp Voluntária exige o cumprimento de diversos pressupostos estabelecidos pela empresa, nomeadamente: a responsabilidade interna, livre adesão, livre renúncia, sigilo e confidencialidade, ações de inscrição, escolha dos voluntários para as iniciativas programadas, tempo de voluntariado, monitorização e avaliação.

Como método para avaliação das ações de voluntariado desenvolvidas, a empresa desenvolveu um questionário solicitando aos colaboradores intervenientes no programa, que o preencham classificando a atividade conforme o seu grau de concordância com as diversas afirmações (Anexo 2). Assim, as primeiras avaliações permitiram observar que os colaboradores envolvidos em ações de voluntariado ampliaram as competências de comunicação, aptidão para ajudar os outros, adaptação, negociação, liderança, vontade de

melhoria contínua, planeamento e organização e resolução de problemas. Ainda foi possível observar sentimentos positivos associados à realização do bem comum, assim como aspetos como o espírito de equipa, a confiança e empatia, a criatividade e a inovação.

Desde a sua criação, a Galp Voluntária conta com 800 inscritos, 389 colaboradores participantes ativos em ações de voluntariado, 19 projetos executados, 2.752 horas aplicadas em ações de voluntariado e mais de 900 inscritos no seu banco de voluntariado. No ano de 2011, os objetivos definidos pela Galp Voluntária foram alcançados com sucesso. Assim, as perspetivas são otimistas e o trabalho de excelência irá ter continuidade cumprindo os seus objetivos.

Em suma, o grupo Galp Energia orgulha-se do seu projeto de voluntariado empresarial e das atividades já realizadas, reconhecendo o bom desempenho da Galp Voluntária nas ações desenvolvidas.

## PARTE III

### 3. Metodologia

#### 3.1. Objetivos, Questões e Hipóteses de Investigação

Mediante a problemática apresentada, objetivou-se compreender o porquê das organizações com fins lucrativos e seus colaboradores disponibilizarem o seu tempo e capacidades em ações de voluntariado.

Dada a presente conjuntura económica, financeira e social, as empresas passaram a demonstrar uma maior sensibilidade e preocupação face às dificuldades da sociedade. Assim, também as organizações com fins lucrativos podem aplicar os seus valores de cidadania e responsabilidade social em prol do bem-estar da comunidade envolvente. O voluntariado empresarial é um exemplo prático que ilustra uma das formas que as organizações utilizam para ajudar as comunidades onde se inserem. Este fenómeno tem vindo a crescer e a despertar cada vez mais interesse por parte do tecido empresarial português.

Deste modo, o principal objetivo deste estudo está relacionado com a descoberta e entendimento das motivações e de outros fatores como a satisfação, felicidade e bem-estar, que levam à participação e desenvolvimento de ações de voluntariado no âmbito empresarial.

Mais detalhadamente, o presente trabalho pretende cumprir os objetivos, responder às questões e testar as hipóteses que se encontram descritas na tabela 2.

Tabela 2. Objetivos, questões hipóteses da investigação empírica

Objetivos	Questões de investigação	Hipóteses
Identificar quais são as categorias de motivações mais relevantes para os voluntários.	1. Quais são as categorias de motivações (carreira, social, reforço, proteção, valores e compreensão) mais relevantes para os voluntários?	<b>H1.</b> Existem diferenças significativas na importância atribuída às diferentes motivações para o voluntariado. <b>H1.1.</b> Existem diferenças motivacionais significativas entre os voluntários do género masculino e feminino do programa Galp Voluntária. <b>H1.2.</b> Existem diferenças motivacionais significativas entre os voluntários mais jovens e mais maduros do programa Galp Voluntária.
Averiguar se os voluntários estão satisfeitos com o programa de voluntariado.	2. Estarão os voluntários satisfeitos com a experiência de voluntariado?	<b>H2.</b> A experiência de voluntariado revela-se satisfatória em todos os aspetos para os voluntários.
Verificar se existe uma relação entre a satisfação com a prática de voluntariado e a felicidade e bem-estar dos voluntários.	3. Será que as atividades de voluntariado contribuem para a felicidade dos voluntários?	<b>H3.</b> A satisfação com o programa de voluntariado está positivamente relacionada com o sentimento de felicidade dos voluntários.

Fonte: elaboração própria

Espera-se que os resultados deste estudo possam contribuir para uma melhor compreensão das motivações associadas ao voluntariado no contexto empresarial, pelo que se pretende analisar de forma mais aprofundada esta temática no âmbito da realidade empresarial portuguesa.

### 3.2. Definição da amostra do estudo

A escolha dos participantes para o presente estudo teve como base a recolha de informação disponível sobre empresas que para além de seguirem uma política de Responsabilidade Social Empresarial, organizassem programas de voluntariado tendo como protagonistas os seus próprios trabalhadores. De seguida estabeleceu-se uma listagem de entidades que cumpriam estes requisitos e passou-se à fase dos contactos (via telefone e email) com diversas empresas como o grupo Galp Energia, EDP - Energias de Portugal, Delta Cafés, Fundação PT - Portugal Telecom, CGD - Caixa Geral de Depósitos, Pfizer, Nestlé e Vodafone, entre outras. A empresa que se mostrou imediatamente disponível para colaborar no estudo foi o grupo Galp Energia, pelo que foi sobre esta que incidu a amostra.

Deste modo, a população para o estudo em análise é constituída pelos colaboradores do grupo Galp Energia que colaboram no programa Galp Voluntária. A amostra final abarcou 222 participantes.

### 3.3. Método de recolha de dados

Na presente investigação o método de recolha de dados escolhido foi o inquérito através de questionário (Anexo 3<sup>7</sup>), pelo que a metodologia utilizada será marcadamente quantitativa. O questionário foi construído na plataforma Web através do suporte informático do *Google Docs*. O *link* foi enviado e disponibilizado aos colaboradores do grupo Galp Energia que eram simultaneamente voluntários, com o auxílio, ao nível da sua disseminação, da Direção de Assuntos Institucionais, Comunicação e Desenvolvimento Interno e Social do grupo Galp Energia. Esteve *online* na sua intranet de novembro de 2011 a janeiro de 2012.

O inquérito por questionário, composto por duas partes, foi então aplicado com o propósito obter informações relacionadas com as motivações subjacentes às práticas de voluntariado empresarial (carreira, reforço, social, proteção, compreensão e valores); a satisfação com o voluntariado; a felicidade e bem-estar. Foram também incluídas variáveis sociodemográficas

---

<sup>7</sup> Note-se que o questionário que se apresenta se encontra em formato word (em vez de html) para facilitar a visualização.

(sexo, idade, rendimento, habilitações, entre outras) e questões relacionadas com a prática de voluntariado (tempo, número de ações em que participaram, outros projetos de voluntariado em que participam) de forma a facilitar a caracterização do indivíduo.

A primeira parte do questionário contém três secções (abarcando as motivações, satisfação e um grupo de questões sobre felicidade) com um total de quarenta e uma questões fechadas. Denominam-se questões fechadas, às questões cujas modalidades de resposta são impostas (Grangé e Lebart, 1994) e o indivíduo terá que escolher entre um número reduzido de respostas possíveis (Lindon *et al.*, 2008).

Aos indivíduos foi solicitado que respondessem de acordo com a sua opinião tendo em conta maioritariamente escalas de 5 pontos. Para a medição da motivação, os indivíduos foram solicitados a classificar as afirmações consoante a sua importância (1= ‘nada importante’ e 5 = ‘muito importante’); no que diz respeito às questões relativas à satisfação obtida com as experiências de voluntariado, foi usada uma escala de *Likert* em que 1= ‘discordo completamente’ e 5= ‘concordo completamente’. Para avaliar a felicidade e bem-estar foi solicitado aos respondentes que indicassem o seu grau de felicidade em duas questões (1= ‘muito infeliz’ e 5= ‘muito feliz’), e noutras duas questões, que assinalassem o seu nível de concordância (1= ‘discordo completamente’ e 5= ‘concordo completamente’).

A segunda parte do questionário é composta por cinco questões de ordem sociodemográfica fechadas, e por quatro questões caracterizadoras das atividades de voluntariado. Estas últimas são questões abertas, em que o indivíduo “*tem toda a liberdade quanto à forma e à extensão da resposta*” (Lindon *et al.*, 2008:72).

### 3.4. Variáveis

Para a elaboração do questionário foram utilizadas três escalas encontradas na literatura, cujos autores foram já anteriormente referenciados. Ditas escalas podem ser observadas no Anexo 4 e correspondem respetivamente às partes A, B e C do questionário.

Em primeiro lugar utilizou-se a escala VFI (*Volunteer Functions Inventory*) de Clary *et al.* (1998), em que se apresentam seis categorias motivacionais para o indivíduo praticar ações de voluntariado: carreira, reforço, social, proteção, compreensão e valores. Esta escala já foi testada e validada para Portugal primeiramente por Ferreira, Proença e Proença (2011a), que sugerem a adaptação de duas variáveis (item 17 e 23) e posteriormente por Agostinho (2011).

A VFI é uma escala desenvolvida para a medição de categorias com base na suposição de que as motivações subjacentes à atividade de voluntariado podem ser verificadas com um certo grau de precisão. Para o desenvolvimento desta escala foi criado um conjunto de itens para refletir as categorias psicológicas e sociais do voluntário (Clary *et al.*, 1998). Estes itens são constituídos por 30 razões para o indivíduo se voluntariar com base numa escala de Likert em que os inquiridos classificam as afirmações consoante o seu grau de importância, deste modo, avalia-se cada um dos 6 fatores através de 5 itens. Clary *et al.* (1998) concluíram, ao analisar a validade da escala, que esta é um instrumento válido pois aparenta validade de critérios e construção.

Em segundo lugar, similarmente a Ferreira, Proença e Proença (2011b), usou-se a escala SHRM (*Satisfaction with Human Resource Management*) que permite avaliar a satisfação dos voluntários relativamente aos órgãos de gestão de recursos humanos. Dita escala composta por sete questões, foi adaptada do trabalho de Jiménez, Fuertes e Abad (2009) e de Silverberg, Marshall e Ellis (2001) e é composta pelos seguintes itens:

- (1) “Sinto que recebo o reconhecimento justo pelo trabalho de voluntariado que faço”,
- (2) “Recebo o reconhecimento que deveria receber por parte da minha organização”,
- (3) “Estou satisfeito(a) com o processo de recrutamento/angariação de voluntários”,
- (4) “Estou satisfeito(a) com o interesse da organização no conjunto das minhas preferências para as funções de voluntariado disponíveis”,
- (5) “Estou satisfeito(a) com o treino/formação oferecidos para melhorar o meu trabalho como voluntário”,
- (6) “Estou satisfeito(a) com as capacidades que adquiro com este programa” e
- (7) “A participação neste programa de voluntariado deixou-me satisfeito(a)”.

Em terceiro e último lugar, foi usada a *Subjective Happiness Scale* (SHS) com o objetivo de solicitar aos inquiridos a sua auto-classificação relativamente ao seu nível de felicidade e julgarem a sua qualidade de vida em geral (Lyubomirsky e Lepper, 1997). Os itens que compõem a escala são:

- (1) “Em geral considero-me uma pessoa: muito infeliz/ infeliz/ nem feliz nem infeliz/ feliz/ muito feliz”,
- (2) “Comparando-me com as pessoas que me rodeiam, considero-me uma pessoa: muito menos feliz/ menos feliz/ nem mais nem menos feliz/ muito mais feliz”,
- (3) “ ‘Algumas pessoas são geralmente muito felizes. Apreciam a vida independentemente do que lhes acontece, aproveitando tudo ao máximo’. Concorda que esta frase o(a) caracterize a si?” e, por último,
- (4) “ ‘Algumas pessoas não são geralmente muito felizes. Embora não estejam deprimidas, nunca parecem tão felizes como poderiam ser’. Concorda que esta frase o(a) caracterize a si?”

## 4. Resultados

### 4.1. Caracterização da amostra

No presente estudo, a amostra é constituída por 222 voluntários pertencentes à Galp Voluntária. No que respeita à distribuição em função do género, verifica-se que responderam ao inquérito ligeiramente mais mulheres (52,3%) do que homens; quanto à idade, a maioria dos voluntários encontra-se na faixa etária dos 31 aos 40 anos (34,7%); no que diz respeito ao nível de instrução, 77,9% apresenta o grau universitário; verifica-se, também, que 68,9% dos inquiridos têm filhos; quanto ao nível de rendimento a maioria da amostra apresenta-se no escalão “mais de 2.000€” com 41,9% (Tabela 3).

Tabela 3. Caracterização da amostra - variáveis sociodemográficas

Variável	Categoria	N	%
Género	Feminino	116	52,3%
	Masculino	106	47,7%
Idade	20 a 30 anos	53	23,9%
	31 a 40 anos	77	34,7%
	41 a 50 anos	47	21,1%
	51 a 60 anos	42	18,9%
	Mais de 60 anos	3	1,4%
Instrução	Universitário	173	77,9%
	12º ano	45	20,3%
	9º ano	3	1,4%
	Primária	1	0,5%
Rendimento	Menos de 500€	5	2,3%
	501€ a 1000€	17	7,7%
	1001€ a 1500€	55	24,8%
	1501€ a 2000€	52	23,4%
	Mais de 2000€	93	41,9%
Filhos	Sim	153	68,9%
	Não	69	31,1%
<b>Total</b>		<b>222</b>	<b>100%</b>

Em relação ao número de ações de voluntariado desenvolvidas ao abrigo do programa Galp Voluntária, até ao momento da aplicação dos questionários, a maior parte dos inquiridos (90,6%) apontou como realizadas “1 a 3 ações”; relativamente ao número de horas a desempenhar ações de voluntariado, 66,1% referiu “1 a 10 horas”, 57,2% dos inquiridos afirma que não colabora com outros projetos de voluntariado fora do âmbito do voluntariado realizado através da empresa e, por último, 54,1% dos inquiridos é maioritariamente voluntária no intervalo de tempo “1 a 5 anos” (Tabela 4).

Tabela 4. Caracterização da amostra - variáveis relacionadas com a prática de voluntariado

Variável	Categoria	N	%
Número de ações	0	1	0,50%
	1 a 3	201	90,40%
	4 a 6	9	4,10%
	Não Especificado	11	5,00%
Horas de Voluntariado	1 a 10 horas	147	66,10%
	11 a 20 horas	13	5,90%
	21 a 30 horas	6	2,70%
	Mais de 30 horas	1	0,50%
	Não Especificado	55	24,80%
Tempo de Voluntariado	Inferior a 1 ano	56	25,20%
	1 a 5 anos	120	54,10%
	Mais de 5 anos	25	11,30%
	Não Especificado	21	9,50%
Voluntários noutros projetos de voluntariado	Sim	95	42,80%
	Não	127	57,20%
Total		222	100%

## 4.2. Análise Descritiva do Questionário

De acordo com os autores da escala de motivações original (Clary *et al.*, 1998) agruparam-se as 30 variáveis em 6 fatores ou dimensões, de forma a facilitar a compreensão dos motivos subjacentes ao voluntariado.

O fator Valores é constituído pelas variáveis “Estou preocupado(a) com aqueles que são menos afortunados do que eu”; “Estou genuinamente preocupado(a) com o programa Galp Voluntária”; “Sinto compaixão pelos mais necessitados”; “Sinto que é importante ajudar os outros” e “Posso fazer algo por uma causa que é importante para mim”.

O fator Compreensão é constituído pelas variáveis “Posso aprender mais sobre a causa à qual me dedico”, “O voluntariado permite-me obter uma nova perspetiva das coisas”, “O voluntariado permite-me aprender coisas através de experiência direta”, “Posso aprender a lidar com uma grande variedade de pessoas” e “Posso conhecer melhor as minhas forças”.

O fator Reforço é constituído pelas variáveis “O voluntariado faz-me sentir importante”, “O voluntariado aumenta a minha autoestima”, “O voluntariado faz-me sentir melhor comigo mesmo”, “O voluntariado é uma forma de fazer novos amigos” e “O voluntariado faz-me sentir necessário(a)/útil”.

O fator Social é constituído pelas variáveis “Os meus amigos também são voluntários”, “As pessoas que me são próximas querem que me voluntarie”, “As pessoas que conheço partilham o interesse pelo serviço à comunidade”, “O voluntariado permite-me conhecer outras pessoas” e “O voluntariado permite-me ter mais amigos”.

O fator Proteção é constituído pelas variáveis “Por muito mal que me sinta, o voluntariado ajuda-me a esquecer”, “Com o voluntariado sinto-me menos só”, “Fazer voluntariado faz-me sentir melhor por ser mais afortunado(a) que os outros”, “O voluntariado ajuda-me a ultrapassar os meus problemas pessoais” e “O voluntariado é uma boa forma de fugir aos meus próprios problemas”.

O fator Carreira é constituído pelas variáveis “O voluntariado pode ajudar-me a arranjar emprego”, “Posso fazer novos contactos que podem ajudar o meu negócio ou carreira”, “O voluntariado permite-me explorar diferentes opções de carreira”, “O voluntariado vai ajudar-me a ter êxito na minha profissão” e “A experiência de voluntariado vai melhorar o meu currículo”.

De seguida apresenta-se uma tabela (Tabela 5) com as estatísticas descritivas de cada variável agrupada por cada fator motivacional.

Tabela 5. Estatísticas descritivas dos fatores motivacionais

Variável	Média	Mediana	Moda	Desvio padrão
<b>VALORES</b>				
Estou preocupado(a) com aqueles que são menos afortunados do que eu	4,50	5,00	5	0,600
Estou genuinamente preocupado(a) com o programa Galp Voluntária	3,68	4,00	4	0,878
Sinto compaixão pelos mais necessitados	3,82	4,00	4	0,967
Sinto que é importante ajudar os outros	4,67	5,00	5	0,650
Posso fazer algo por uma causa que é importante para mim	4,10	4,00	4	0,845
<b>COMPREENSÃO</b>				
Posso aprender mais sobre a causa à qual me dedico	3,98	4,00	4	0,920
O voluntariado permite-me obter uma nova perspetiva das coisas	4,32	4,00	4	0,653
O voluntariado permite-me aprender coisas através de experiência direta	4,25	4,00	4	0,703
Posso aprender a lidar com uma grande variedade de pessoas	3,76	4,00	4	1,047
Posso conhecer melhor as minhas forças	3,75	4,00	4	0,964
<b>REFORÇO</b>				
O voluntariado faz-me sentir importante	2,63	3,00	1	1,276
O voluntariado aumenta a minha autoestima	3,45	4,00	4	1,099
O voluntariado faz-me sentir melhor comigo mesmo	3,94	4,00	4	0,930
O voluntariado é uma forma de fazer novos amigos	2,73	3,00	3	1,137
O voluntariado faz-me sentir necessário(a)/útil	4,01	4,00	4	1,000
<b>SOCIAL</b>				
Os meus amigos também são voluntários	2,21	2,00	1	1,158
As pessoas que me são próximas querem que me voluntarie	1,95	2,00	1	1,050
As pessoas que conheço partilham o interesse pelo serviço à comunidade	3,08	3,00	4	1,050
O voluntariado permite-me conhecer outras pessoas	3,54	4,00	4	1,032
O voluntariado permite-me ter mais amigos	2,63	3,00	3	1,203
<b>PROTEÇÃO</b>				
Por muito mal que me sinta, o voluntariado ajuda-me a esquecer	2,82	3,00	4	1,263
Com o voluntariado sinto-me menos só	2,40	2,00	1	1,235
Fazer voluntariado faz-me sentir melhor por ser mais afortunado(a) que os outros	2,57	3,00	1	1,356
O voluntariado ajuda-me a ultrapassar os meus problemas pessoais	2,22	2,00	1	1,118
O voluntariado é uma boa forma de fugir aos meus próprios problemas	1,75	1,00	1	0,965
<b>CARREIRA</b>				
O voluntariado pode ajudar-me a arranjar emprego	1,82	1,00	1	1,057
Posso fazer novos contactos que podem ajudar o meu negócio ou carreira	1,87	1,00	1	1,039
O voluntariado permite-me explorar diferentes opções de carreira	2,18	2,00	1	1,095
O voluntariado vai ajudar-me a ter êxito na minha profissão	1,92	1,00	1	1,098
A experiência de voluntariado vai melhorar o meu currículo	2,18	2,00	1	1,122

No fator **Valores**, observa-se a variável “Sinto que é importante ajudar os outros” com o valor médio mais alto (4.67) e a variável “Estou genuinamente preocupado(a) com o programa Galp Voluntária” com valor médio mais baixo (3.68). Relativamente aos valores correspondentes ao desvio padrão, a variável “Estou preocupado(a) com aqueles que são menos afortunados do que eu” apresenta o valor o valor mais baixo (0,600), indicando uma menor dispersão nas respostas, enquanto, pelo contrário a variável “Sinto compaixão pelos mais necessitados” apresenta o valor mais alto (0,967). As respostas mais vezes assinaladas oscilaram entre o ‘importante’ e o ‘muito importante’ (moda = 4 e 5).

No fator **Compreensão**, a variável com o valor médio mais alto é “O voluntariado permite-me obter uma nova perspectiva das coisas” (4.32) e a variável com o valor médio mais baixo é “Posso conhecer melhor as minhas forças” (3.75). A variável com o valor do desvio padrão mais baixo é “O voluntariado permite-me obter uma nova perspectiva das coisas” (0,653), indicando uma menor dispersão nas respostas, enquanto, pelo contrário, a variável “Posso aprender a lidar com uma grande variedade de pessoas” (1,047) indica uma maior dispersão nas respostas. As respostas mais vezes assinaladas foram o ‘importante’ (moda = 4).

No fator **Reforço**, a variável com o valor médio mais alto é “O voluntariado faz-me sentir necessário(a)/útil” (4.01) e a variável com o valor médio mais baixo é “O voluntariado faz-me sentir importante” (2.63). A variável com o valor do desvio padrão mais alto é “O voluntariado faz-me sentir importante” (1,276), indicando uma maior dispersão nas respostas, enquanto, pelo contrário a variável com o valor mais baixo é “O voluntariado faz-me sentir melhor comigo mesmo” (0,930). As respostas mais vezes assinaladas foram o ‘importante’, mas apenas para três das cinco variáveis (moda = 4).

No fator **Social**, a variável “O voluntariado permite-me conhecer outras pessoas” apresenta o valor médio mais alto (3.54) e a variável “As pessoas que me são próximas querem que me voluntarie” apresenta o valor médio mais baixo (1.95). A variável com valor de desvio padrão mais baixo é “O voluntariado permite-me conhecer outras pessoas” (1,032) e a variável com o valor mais alto é “O voluntariado permite-me ter mais amigos” (1,203), existindo, portanto nesta variável uma maior dispersão das respostas. As respostas mais vezes assinaladas foram o ‘nada importante’ e o ‘importante’ (moda = 1 e 4).

No fator **Proteção**, a variável com valor médio mais alto é “Por muito mal que me sinta, o voluntariado ajuda-me a esquecer” (2.82) e a variável com o valor médio mais baixo é “O voluntariado é uma boa forma de fugir aos meus próprios problemas” (1.75). A variável com o valor de desvio padrão mais alto, e portanto onde existe maior disparidade nas respostas, é “Fazer voluntariado faz-me sentir melhor por ser mais afortunado(a) que os outros” (1,356) e a variável “O voluntariado é uma boa forma de fugir aos meus próprios problemas” apresenta o valor de desvio padrão mais baixo (0,945). As respostas mais vezes assinaladas foram o ‘nada importante’ (moda = 1).

No fator **Carreira** apresentam-se duas variáveis “O voluntariado permite-me explorar diferentes opções de carreira” e “A experiência de voluntariado vai melhorar o meu currículo” com os valores médios mais altos (2.18); com o valor médio mais baixo apresenta-se a variável “O voluntariado pode ajudar-me a arranjar emprego” (1.82). A variável com o valor de desvio padrão mais alto é “A experiência de voluntariado vai melhorar o meu currículo” (1,122) e a variável com o valor mais baixo é “Posso fazer novos contactos que podem ajudar o meu negócio ou carreira” (1,039), onde há menos dispersão dos dados. As respostas mais vezes assinaladas foram o ‘nada importante’ (moda = 1).

Para além destes fatores, outras variáveis como a satisfação com o programa de voluntariado e o grau de felicidade dos voluntários, foram também analisadas. Assim, de seguida, apresentam-se as respetivas tabelas (Tabela 6 e 7) com as estatísticas descritivas de cada item.

Tabela 6. Estatísticas descritivas das variáveis de satisfação

Variável	Média	Mediana	Moda	Desvio padrão
Sinto que recebo o reconhecimento justo pelo trabalho de voluntariado que faço	3,68	4,00	3	0,814
Recebo o reconhecimento que deveria receber por parte da minha organização	3,75	4,00	4	0,778
Estou satisfeito(a) com o processo de recrutamento/angariação de voluntários	3,73	4,00	4	0,765
Estou satisfeito(a) com o interesse da organização no conjunto das minhas preferências para as funções de voluntariado disponíveis	3,76	4,00	4	0,738
Estou satisfeito(a) com o treino/formação oferecidos para melhorar o meu trabalho como voluntário	3,15	3,00	3	0,826
Estou satisfeito(a) com as capacidades que adquiero com este programa	3,71	4,00	4	0,717
A participação neste programa de voluntariado deixou-me satisfeito(a)	4,24	4,00	4	0,662

Pela observação do Tabela 6, verifica-se que a variável com o valor médio mais alto é a “A participação neste programa de voluntariado deixou-me satisfeito(a)” (4,24), enquanto a variável “Estou satisfeito(a) com o treino/formação oferecidos para melhorar o meu trabalho como voluntário” apresenta o valor médio mais baixo (3.15); contudo esta é também a variável com o valor de desvio padrão mais alto (0,826), indicando uma maior variabilidade nas respostas dadas, enquanto a variável “A participação neste programa de voluntariado deixou-me satisfeito(a)” apresenta o valor mais baixo (0,662). Para a maioria das variáveis, a resposta mais vezes assinalada refere-se à opção ‘concordo’ (moda= 4).

Tabela 7 - Estatísticas descritivas das variáveis de felicidade

Variável	Média	Mediana	Moda	Desvio padrão
Em geral, considero-me uma pessoa: muito infeliz/ infeliz/ nem feliz nem infeliz/ feliz/ muito feliz	4,00	4,00	4	0,721
Comparando-me com as pessoas que me rodeiam, considero-me uma pessoa: muito menos feliz/ menos feliz/ nem mais nem menos feliz/ mais feliz/ muito mais feliz	3,62	4,00	4	0,660
“Algumas pessoas são geralmente muito felizes. Apreciam a vida independentemente do que lhes acontece, aproveitando tudo ao máximo”. Concorda que esta frase o(a) caracterize a si?	3,63	4,00	4	0,881
“Algumas pessoas não são geralmente muito felizes. Embora não estejam deprimidas, nunca parecem tão felizes como poderiam ser”. Concorda que esta frase o(a) caracterize a si?	2,56	2,00	2	1,159

Pela observação da tabela 7, verifica-se que a variável com o valor médio mais alto é a “Em geral, considero-me uma pessoa: muito infeliz/ infeliz/ nem feliz nem infeliz/ feliz/ muito feliz” (4,00), remetendo para a categoria “feliz”, enquanto a variável “ ‘Algumas pessoas não são geralmente muito felizes. Embora não estejam deprimidas, nunca parecem tão felizes como poderiam ser’. Concorda que esta frase o(a) caracterize a si?’ ” apresenta o valor médio mais baixo (2,56); contudo esta é também a variável com o valor de desvio padrão mais alto (1,159), indicando uma maior variabilidade nas respostas dadas, enquanto a variável “ ‘Comparando-me com as pessoas que me rodeiam, considero-me uma pessoa: muito menos feliz/ menos feliz/ nem mais nem menos feliz/ mais feliz/ muito mais feliz’ ” apresenta o valor mais baixo (0,660). Para a maioria das variáveis, a resposta mais vezes assinalada refere-se à opção ‘concordo’ (moda= 4).

### 4.3. Teste das Hipóteses de Investigação

Para testar as hipóteses inicialmente formuladas, foram efetuadas várias tabulações cruzadas, assim como outras análises estatísticas: análise de correlação Ró de Spearman, teste Kappa de Cohen, comparação de médias entre variáveis (teste t *Student* e ANOVA) e o teste qui-quadrado.

A correlação Ró de Spearman é usada como variáveis ordinais (Lira, 2004), medindo a intensidade da relação entre duas variáveis; utiliza os valores de ordem das observações em vez do seu valor observado. Deste modo, este coeficiente não é sensível a assimetrias de distribuição, nem à presença de *outliers* (observações anormais que podem existir numa distribuição de frequências) e não exige que os dados provenham de duas populações normais (Pestana e Gageiro, 2005).

O teste t *Student* compara a média de uma amostra com a média conhecida de uma população; com este teste pretende-se verificar se se pode considerar que a média de determinada variável em análise é igual à média da população geral (Pocinho e Figueiredo, S/D). Este teste é aplicado quando se desconhece a variância populacional e quando se pretende testar se a média da população assume um determinado valor (Pestana e Gageiro, 2005).

Por seu lado, o teste de comparação de médias - 'one-way-ANOVA' - ou a análise da variância é uma extensão ao teste t, permitindo verificar qual o efeito de uma variável independente, de natureza qualitativa, numa variável dependente ou de resposta quantitativa (Pestana e Gageiro, 2005). O teste estatístico ANOVA é uma técnica “*para examinar diferenças entre duas ou mais médias*” (Malhotra *et al.*, 2005:353).

Segundo Pestana e Gageiro (2005) o teste Kappa de Cohen é uma medida de concordância ou de semelhança entre categorias homólogas de duas variáveis e compara as frequências observadas com as esperadas. O teste Kappa atinge o seu valor máximo de 1 quando só existe informação concordante.

Por fim, a estatística do qui-quadrado é usada para testar a significância da associação observada na tabulação cruzada, este teste consiste em determinar a existência de uma associação sistemática entre duas variáveis (Malhotra *et al.*, 2005) e informa sobre a independência entre variáveis (Pestana e Gageiro, 2005).

#### **4.3.1. Hipótese 1: *Existem diferenças significativas na importância atribuída às diferentes motivações para o voluntariado.***

A hipótese 1 prevê a existência de diferenças estatisticamente significativas na importância atribuída aos diferentes fatores motivacionais para o voluntariado; para responder a esta hipótese de forma coesa, optou-se por subdividi-la em duas hipóteses.

Na hipótese 1.1 cruzaram-se os fatores motivacionais e a variável demográfica 'género' e na hipótese 1.2, de igual modo, cruzam-se os fatores motivacionais com a variável demográfica 'idade'. Foram escolhidas apenas estas duas variáveis demográficas devido às evidências encontradas na revisão de literatura acerca da sua relevância e consistência para a caracterização do perfil do voluntário.

A hipótese 1.1, 'Existem diferenças motivacionais significativas entre os voluntários do género masculino e feminino do programa Galp Voluntária', visa testar se existem diferenças motivacionais estatisticamente significativas entre os voluntários do género feminino e masculino do programa Galp Voluntária. Para testar esta hipótese foi realizado o teste estatístico qui-quadrado.

A tabela 8 apresenta os resultados das análises estatísticas relacionando a variável demográfica 'género' com os fatores motivacionais.

Tabela 8. Análise cruzada dos fatores motivacionais com o género

Género	N	Média	Desvio padrão	Teste Estatístico Qui-Quadrado	
<b>VALORES</b>					
Feminino	116 (52,3%)	4,21	0,384	Valor: 18,906	Sig.: 0,169
Masculino	106 (47,7%)	4,07	0,602		
<b>COMPREENSÃO</b>					
Feminino	116 (52,3%)	4,14	0,627	Valor: 37,862	Sig.: 0,002
Masculino	106 (47,7%)	3,86	0,675		
<b>REFORÇO</b>					
Feminino	116 (52,3%)	3,47	0,618	Valor: 15,236	Sig.: 0,708
Masculino	106 (47,7%)	3,21	0,803		
<b>SOCIAL</b>					
Feminino	116 (52,3%)	2,65	0,773	Valor: 8,732	Sig.: 0,948
Masculino	106 (47,7%)	2,70	0,784		
<b>PROTEÇÃO</b>					
Feminino	116 (52,3%)	2,46	0,885	Valor: 33,136	Sig.: 0,016
Masculino	106 (47,7%)	2,23	0,886		
<b>CARREIRA</b>					
Feminino	116 (52,3%)	1,98	0,875	Valor: 9,511	Sig.: 0,891
Masculino	106 (47,7%)	2,01	0,922		

Através dos resultados obtidos na tabela 8, é possível verificar que os valores médios dos fatores motivacionais se encontram próximos entre os inquiridos do género masculino e feminino, e o fator motivacional Carreira apresenta os valores de desvio padrão mais altos, e que o fator motivacional Valores apresenta os valores mais baixos, existindo portanto menos dispersão das respostas neste último caso.

Analisando o teste estatístico qui-quadrado, verifica-se que os fatores motivacionais Compreensão e Proteção apresentam diferenças estatisticamente significativas entre os inquiridos do género feminino e masculino, pois apresentam valores inferiores a 0,05 (nível de significância de 95%, em que o valor de  $\alpha$  é igual a 0,05).

Assim, quando se cruzam os fatores motivacionais com a variável 'género' verifica-se que em algumas relações existe significância estatística (Compreensão e Proteção) e que noutras tal não acontece (Valores, Social, Reforço e Carreira) com um valor de  $p$  superior a 0.05. Sendo assim apenas se pode confirmar parcialmente a hipótese inicialmente apresentada.

Este resultado contraria, em parte, Chambre citado em Zweigenhaft *et al* (1996) que afirma que em geral os indivíduos mais suscetíveis ao voluntariado são mulheres, afirmando que o trabalho voluntário feminino tem um impacto maior que o dos homens. Na presente investigação, os valores médios dos fatores também indicam uma maior valorização de quase todos os motivos por parte das mulheres, contudo quando comparados com os homens, as diferenças não são significativas. Por sua vez, Dolnicar, Grun e Randle (2007) apresentam a argumentação de que os indivíduos do género masculino estão mais predispostos a desenvolverem ações de voluntariado na área desportiva ou recreativa, enquanto os indivíduos do género feminino estão mais predispostos a desenvolver ações sociais na comunidade. Também Curado e Menegon (2009) afirmam que o trabalho social é maioritariamente desenvolvido por indivíduos do género feminino, pelo que a presença feminina é uma constante em associações de voluntariado (Selli e Garrafa, 2005).

Por sua vez, a hipótese 1.2, 'Existem diferenças motivacionais estatisticamente significativas entre os voluntários mais jovens e mais maduros do programa Galp Voluntária visa testar se efetivamente existem diferenças significativas nos motivos para o voluntariado entre os voluntários mais jovens e os voluntários mais maduros do programa Galp Voluntária.

A tabela 9 apresenta os resultados do teste estatístico ANOVA, relacionando a variável demográfica 'idade' e os fatores motivacionais.

Tabela 9. Análise cruzada dos fatores motivacionais com as faixas etárias

Faixas Etárias	N	Média	Desvio padrão	Teste Estatístico ANOVA	
<b>VALORES</b>					
20 a 30 anos	52 (23,4%)	4,12	0,482	Valor de F: 0,869	Sig.: 0,484
31 a 40 anos	78 (35,1%)	4,23	0,484		
41 a 50 anos	46 (20,7%)	4,11	0,467		
51 a 60 anos	42 (18,9%)	4,08	0,593		
Mais de 60 anos	4 (1,8%)	4,00	0,600		
<b>COMPREENSÃO</b>					
20 a 30 anos	52 (23,4%)	4,23	0,514	Valor de F: 4,773	Sig.: 0,001
31 a 40 anos	78 (35,1%)	4,11	0,499		
41 a 50 anos	46 (20,7%)	3,79	0,796		
51 a 60 anos	42 (18,9%)	3,78	0,829		
Mais de 60 anos	4 (1,8%)	4,15	0,300		
<b>REFORÇO</b>					
20 a 30 anos	52 (23,4%)	3,33	0,744	Valor de F: 0,621	Sig.: 0,648
31 a 40 anos	78 (35,1%)	3,42	0,685		
41 a 50 anos	46 (20,7%)	3,30	0,742		
51 a 60 anos	42 (18,9%)	3,28	0,776		
Mais de 60 anos	4 (1,8%)	3,75	0,341		
<b>SOCIAL</b>					
20 a 30 anos	52 (23,4%)	2,83	0,658	Valor de F: 1,170	Sig.: 0,325
31 a 40 anos	78 (35,1%)	2,63	0,805		
41 a 50 anos	46 (20,7%)	2,57	0,763		
51 a 60 anos	42 (18,9%)	2,67	0,871		
Mais de 60 anos	4 (1,8%)	3,15	0,661		

Tabela 9. Análise cruzada dos fatores motivacionais com as faixas etárias (cont.)

Faixas Etárias	N	Média	Desvio padrão	Teste Estatístico ANOVA	
<b>PROTEÇÃO</b>					
20 a 30 anos	52 (23,4%)	2,14	0,729	Valor de F: 2,669	Sig.: 0,033
31 a 40 anos	78 (35,1%)	2,39	0,937		
41 a 50 anos	46 (20,7%)	2,23	0,869		
51 a 60 anos	42 (18,9%)	2,58	0,965		
Mais de 60 anos	4 (1,8%)	3,20	0,163		
<b>CARREIRA</b>					
20 a 30 anos	52 (23,4%)	2,24	0,874	Valor de F: 2,414	Sig.: 0,050
31 a 40 anos	78 (35,1%)	2,06	0,959		
41 a 50 anos	46 (20,7%)	1,74	0,738		
51 a 60 anos	42 (18,9%)	1,87	0,914		
Mais de 60 anos	4 (1,8%)	1,60	0,632		

Pela observação da tabela acima (Tabela 9) verifica-se que no fator motivacional Valores, a faixa etária com o valor médio mais elevado (4.23) pertence aos inquiridos com as idades entre os 31 e os 40 anos; no fator motivacional Compreensão a faixa etária que mais se destaca é a faixa etária entre os 20 e os 30 anos; nos fatores motivacionais Reforço, Social e Proteção, os inquiridos com mais de 60 anos apresentam os valores médios mais altos (3.75/3.15/3.20) e no fator motivacional Carreira, a faixa etária dos 20 aos 30 anos apresenta o valor médio mais alto (2.24), também, é possível verificar que o fator motivacional Carreira apresenta os valores de desvio padrão mais altos sendo, portanto onde existe maior dispersão de respostas enquanto o fator motivacional Valores apresenta os valores mais baixos.

Analisando o teste estatístico ANOVA, para os fatores motivacionais Compreensão e Proteção tem-se um valor de significância inferior a 0.05, enquanto os restantes fatores motivacionais (Reforço, Social, Valores e Carreira), os valores de significância obtidos são superiores ao valor de alfa.

Assim, quando se cruzam os fatores motivacionais com a variável demográfica 'idade' verifica-se que em algumas relações existe significância estatística (Compreensão e Proteção) e que noutras tal não acontece. Sendo assim, apenas se pode confirmar parcialmente a hipótese inicialmente apresentada.

Rocha *et al.* (2006) afirmam que para muitos jovens, as motivações para a atividade de voluntariado estão associadas a uma forte vontade de adquirir experiência de modo a melhorar competências pessoais. Do mesmo modo, Briggs *et al.* (2010), que constataram que a diferença de idades influencia as razões pelas quais os indivíduos se voluntariam descobriram, por exemplo, que os adultos jovens são mais suscetíveis de serem motivados por razões centradas em si mesmos (motivações pessoais), mas os adultos mais velhos têm maior probabilidade de serem motivados por outras razões e valores. Wei, Donthu e Bernhardt (2011) acrescentam que os adultos mais jovens participam em atividades de voluntariado essencialmente por causa da pressão dos pares, da autoimagem e da necessidade de desenvolvimento pessoal enquanto os adultos mais velhos estão dispostos a participar em atividades de voluntariado por causa da responsabilidade para com a comunidade local, de algumas causas sociais mais meritórias e porque podem contribuir para o bem-estar de outras pessoas.

Os resultados do presente estudo vão ao encontro da generalidade destas conclusões. Os respondentes mais jovens tendem a valorizar mais o motivo Compreensão (que é uma variável significativa para distinguir os inquiridos) e Carreira, enquanto os voluntários mais velhos atribuem maior importância à Reforço e Proteção.

#### ***4.3.2. Hipótese 2: A experiência de voluntariado revela-se satisfatória em todos os aspetos para os voluntários.***

A hipótese 2, ‘A experiência de voluntariado revela-se satisfatória em todos os aspetos para os voluntários’ visa testar se a experiência de voluntariado se revela satisfatória em todos os aspetos para os voluntários.

A tabela 10 apresenta os resultados das estatísticas descritivas, no que respeita aos resultados obtidos em relação à satisfação dos voluntários com a experiência de voluntariado.

Tabela 10. Análise estatística das variáveis de satisfação

Variável	Teste Estatístico t <i>Student</i>	
Sinto que recebo o reconhecimento justo pelo trabalho de voluntariado que faço	Valor: 12,456	Sig.: 0,000
Recebo o reconhecimento que deveria receber por parte da minha organização	Valor: 14,315	Sig.: 0,000
Estou satisfeito(a) com o processo de recrutamento/angariação de voluntários	Valor: 14,301	Sig.: 0,000
Estou satisfeito(a) com o interesse da organização no conjunto das minhas preferências para as funções de voluntariado disponíveis	Valor: 15,371	Sig.: 0,000
Estou satisfeito(a) com o treino/ formação oferecidos para melhorar o meu trabalho como voluntário	Valor: 2,763	Sig.: 0,000
Estou satisfeito(a) com as capacidades que adquiro com este programa	Valor: 14,794	Sig.: 0,000
A participação neste programa de voluntariado deixou-me satisfeito(a)	Valor: 27,980	Sig.: 0,000

Relativamente ao teste de significância, efetuado aquando da realização do teste t *Student*, os valores obtidos para todos os casos são estatisticamente significativos, o que pressupõe que não existem diferenças significativas entre as variáveis em análise. Assim, não se rejeita a hipótese e conclui-se que a experiência de voluntariado se revela satisfatória em todos os aspetos para os voluntários.

Assim, esta conclusão verifica as argumentações dos autores Morrow-Howell *et al.* (2003), Greenfield e Marks (2004) e Wu, Tang e Yang (2005) que referem que o trabalho voluntário está diretamente associado à maior satisfação com a vida e ao bem-estar e ainda, verifica as argumentações de Domeneghetti (2001) que defende que o indivíduo através do trabalho voluntário adquire um grau de satisfação pessoal mais elevado que dificilmente o valor monetário superaria e que, por norma, ajudar os outros e a comunidade traz mais prazer e satisfação emocional para estes voluntários (Wei, Donthu e Bernhardt, 2011).

#### 4.3.3. Hipótese 3: *A satisfação com o programa de voluntariado está positivamente relacionada com o sentimento de felicidade dos voluntários.*

A hipótese 3, ‘A satisfação com o programa de voluntariado está positivamente relacionada com o sentimento de felicidade dos voluntários’ visa testar se a satisfação com o programa de voluntariado está positivamente relacionada com o sentimento de felicidade dos voluntários.

A tabela 11 apresenta os resultados das análises de correlação de Ró de Spearman e o teste de Kappa de Cohen, com os quais se pretendeu relacionar a variável de satisfação global ‘A participação neste programa de voluntariado deixou-me satisfeito(a)’ e a variável de felicidade global ‘Em geral considero-me uma pessoa: muito infeliz/ infeliz/ nem feliz nem infeliz/ feliz/ muito feliz’.

Tabela 11. Resultados obtidos no cruzamento da variável global da felicidade com a variável satisfação adquirida pela participação no programa Galp Voluntária

A participação neste programa de voluntariado deixou-me satisfeito(a)	Em geral considero-me uma pessoa:... (Frequências)					Total	Testes Estatísticos	
	Muito infeliz	Infeliz	Nem feliz nem infeliz	Feliz	Muito feliz		Teste Kappa de Cohen	Correlação Ró de Spearman
Discordo completamente	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (0,45%)	1 (0,45)	2 (0,9%)	Valor: 0,050 Sig.: 0,299	Valor: -0,007 Sig.: 0,923
Discordo	0 (0%)	0 (0%)	1 (0,45%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (0,45%)		
Não concordo nem discordo	1 (0,45%)	0 (0%)	0 (0%)	10 (4,5%)	2 (0,9%)	13 (5,9%)		
Concordo	2 (0,9%)	0 (0%)	9 (4,1%)	101 (45,5%)	19 (8,6%)	131 (59%)		
Concordo completamente	4 (1,8%)	0 (0%)	6 (2,7%)	51 (23%)	14 (6,3%)	75 (33,8%)		

Analisando os resultados estatísticos da tabela 11, quando se cruza a variável de satisfação global com a variável de felicidade global, verifica-se que as frequências mais elevadas resultam dos cruzamentos de considero-me uma pessoa feliz/muito feliz como opção concordo/concordo completamente que a participação no programa gerou satisfação. Também Plagnol e Hupper (2009) afirmam que o voluntariado está associado a um maior bem-estar e que a alegria, felicidade, amizade, qualidade de vida e saúde podem ser benefícios advindos da realização de atividades de voluntariado Souza (2007).

Contudo, verifica-se que não existe significância estatística pois o valor de significância apresentado é superior ao valor de alfa (0.05). Assim sendo, não se pode confirmar a hipótese inicialmente apresentada.

#### 4.3.4. Síntese dos Resultados do Teste das Hipóteses de Investigação

De forma a facilitar a compreensão e análise dos resultados das hipóteses de investigação testadas construiu-se a seguinte tabela:

Tabela 12. Síntese das Hipóteses de Investigação testadas

	Hipóteses	Resultado
H <sub>1</sub>	Existem diferenças significativas na importância atribuída às diferentes motivações para o voluntariado H <sub>1.1</sub> - Existem diferenças motivacionais estatisticamente significativas entre os voluntários do género masculino e feminino do programa Galp Voluntária H <sub>1.2</sub> - Existem diferenças motivacionais estatisticamente significativas entre os voluntários mais jovens e mais maduros do programa Galp Voluntária	Confirmada parcialmente em ambos os casos
H <sub>2</sub>	A experiência de voluntariado revela-se satisfatória em todos os aspetos para os voluntários	Confirmada
H <sub>3</sub>	A satisfação com o programa de voluntariado está positivamente relacionada com o sentimento de felicidade dos voluntários	Rejeitada

Como se pode observar na tabela 12, a hipótese 1 ‘Existem diferenças significativas na importância atribuída às diferentes motivações para o voluntariado’ que se subdivide por duas hipóteses, explicado anteriormente, foi parcialmente confirmada; a hipótese 2 ‘A experiência de voluntariado revela-se satisfatória em todos os aspetos para os voluntários’ foi confirmada e, por último, a hipótese 3 ‘A satisfação com o programa de voluntariado está positivamente relacionada com o sentimento de felicidade dos voluntários’ foi rejeitada.

## 5. Conclusão

A presente investigação pretendeu identificar quais as motivações e práticas existentes no âmbito do voluntariado empresarial, objetivando, assim a compreensão do motivo das organizações com fins lucrativos e seus colaboradores disponibilizarem tempo e capacidades para ações de voluntariado, em benefício dos outros.

Inicialmente apresentaram-se os conceitos de voluntariado, voluntário, responsabilidade social empresarial e voluntariado empresarial segundo a perspectiva de diferentes autores, procedendo-se assim a uma concisa revisão da literatura que contemplou a evolução e o enquadramentos dos conceitos de voluntariado e de voluntariado empresarial, a caracterização motivacional do voluntário e a caracterização do voluntariado quer no contexto geral, como no contexto empresarial e, por último, desenvolveu-se um estudo de caso com o objetivo de conhecer as práticas de voluntariado empresarial que o grupo Galp Energia implementou no âmbito da sua estratégia de responsabilidade social empresarial.

As quatro hipóteses de investigação foram definidas com base na revisão da literatura, que permitiram atingir os objetivos propostos. As hipóteses de investigação foram testadas com base nas análises estatísticas do Qui-quadrado, teste t *Student*, teste ANOVA, teste Kappa de Cohen e, por último, correlação Ró de Spearman.

A hipótese 1.1, ‘Existem diferenças motivacionais estatisticamente significativas entre os voluntários do género masculino e feminino do programa Galp Voluntária foi parcialmente verificada, tendo-se concluído que apenas os fatores motivacionais Compreensão e Proteção são estatisticamente significativos para distinguir os inquiridos do género feminino e masculino, no que aos fatores motivacionais diz respeito.

A hipótese 1.2., ‘Existem diferenças motivacionais estatisticamente significativas entre os voluntários mais jovens e mais maduros do programa Galp Voluntária foi parcialmente verificada, concluindo que os fatores Compreensão e Proteção apresentam valores estatisticamente significativos.

Marta e Pozzi (2008:36) referem que os adultos jovens são uma fonte relevante de potenciais voluntários e “o compromisso voluntário pode assumir significados e características específicas, para este período da vida que está em causa”. Estes indivíduos demonstram uma tendência para atitudes e comportamentos pro-sociais. (Marta, Guglielmetti e Pozzi, 2006).

Os indivíduos jovens, com elevados níveis de idealismo e energia, parecem possuir o perfil necessário e adequado para se tornarem voluntários de excelência (Burns *et al.*, 2006), pelo que as empresas lhe devem dedicar especial atenção.

A hipótese 2, ‘A experiência de voluntariado revela-se satisfatória em todos os aspetos para os voluntários’ foi verificada pois o teste de significância, efetuado aquando da realização do teste de t *Student*, apresenta valores estatisticamente significativos para todos os casos.

Uma grande parte dos indivíduos que decide pertencer a um grupo de voluntários, quer seja no âmbito do voluntariado tradicional, quer seja no âmbito do voluntariado empresarial, fá-lo por causa de fatores externos e circunstanciais. A decisão vai depender das expectativas, motivações e valores dos voluntários. No final, a sua satisfação estará relacionada com a medida em que essas expectativas e motivações forem atendidas dentro da organização (Clary *et al.*, 1998). Os voluntários que relatam níveis mais elevados de satisfação, também tendem a apresentar níveis mais elevados de compromisso em relação à organização, apresentando um melhor comportamento cívico e um melhor relacionamento com os seus colegas (Paço e Agostinho, 2012).

Na hipótese 3, ‘A satisfação com o programa de voluntariado está positivamente relacionada com o sentimento de felicidade dos voluntários’ não foi verificada pois ao analisar os resultados obtidos nos testes estatísticos efetuados, estes não apresentam valores estatisticamente significativos.

Uma outra conclusão pertinente e relevante do estudo é o facto da variável “Estou satisfeito(a) com o treino/formação oferecidos para melhorar o meu trabalho como voluntário” apresenta o valor médio mais baixo de entre todas as variáveis relacionadas com a satisfação. Este resultado faz questionar o método de treino/formação aplicado pelo grupo Galp Energia aos seus colaboradores do programa Galp Voluntária. Ferreira, Proença e Proença (2011b) focam a importância desta questão e defendem que o recrutamento e treino podem influenciar a satisfação dos voluntários e que a satisfação é um fator chave na retenção dos mesmos.

Assim, uma recomendação para o grupo Galp Energia poderá passar pela reestruturação do plano de treino/formação de forma a adequá-la às necessidades dos seus colaboradores, ou seja, fazer o levantamento das necessidades dos colaboradores do programa Galp Voluntária e desenvolver processos de recrutamento e treino/formação para que a qualidade do trabalho voluntário seja verificada (Ferreira, Proença e Proença, 2011b), fazendo do recrutamento uma missão seletiva para localizar e atrair voluntários (Ferreira, Proença e Proença, 2011b) e do treino/formação um processo de instruir o voluntário em aspetos específicos relacionados com as aptidões e comportamentos que necessitam para realizar o seu trabalho voluntário (McCurley citado em Ferreira, Proença e Proença, 2011b).

Um outro aspeto a referir é a forma como o grupo Galp Energia tem estruturada a sua política de responsabilidade social empresarial, tendo como base a estreita colaboração entre as Unidades de Negócio e as Direções Corporativas para o desenvolvimento e concretização dos projetos e ações de voluntariado. Assim, este facto remete-nos para o bom ambiente existente no grupo Galp Energia e o espírito de união e camaradagem entre todos os colaboradores das Unidades de Negócio e Direções Corporativas. Tal política deve continuar a ser cultivada e promovida/divulgada junto de outros agentes.

Um outro facto a abordar são os resultados apurados pela empresa após a primeira avaliação ao programa Galp Voluntária, os quais foram resultados muito positivos e satisfatórios. No caso dos colaboradores, verificou-se que a participação em ações de voluntariado permitiu que ampliassem as suas competências de comunicação, aptidão para ajudar os outros, adaptação, negociação, trabalho em equipa, confiança, criatividade, liderança, vontade de melhoria contínua, planeamento, organização e resolução de problemas. No caso do grupo Galp Energia verificaram-se melhorias de reputação, aumento dos colaboradores e retenção de talentos. Os resultados desta avaliação confirmam a argumentação de Allen (2003) que defende que o voluntariado empresarial pode ajudar na conquista de objetivos estratégicos, fortalecendo relacionamentos e a imagem pública das corporações.

Da mesma forma, estes resultados confirmam a argumentação de Santos (2005) que afirma que para a empresa os benefícios do voluntariado empresarial são: um maior envolvimento e motivação dos colaboradores, fortalecimento da sua imagem, reputação e notoriedade, cooperação e relações mais fortificadas com os *stakeholders*, maior coesão interna, melhor clima organizacional e maior produtividade; enquanto para os colaboradores os benefícios do voluntariado empresarial são: o alargamento do leque de competências, aumento da autoestima e autoconfiança, motivação e iniciativa, maior integração na empresa, maior satisfação com as tarefas desenvolvidas, oportunidade de aprendizagem e desenvolvimento profissional.

Sintetizando, as práticas desenvolvidas no âmbito da responsabilidade social empresarial têm um elevado impacto na imagem institucional das empresas pois os clientes valorizam as ações e projetos que visam ajudar as comunidades envolvidas. Assim, os clientes ao tomarem conhecimento de que as empresas são socialmente responsáveis criam sentimentos de empatia para com elas e, deste modo, as empresas conseguem aumentar a sua reputação, reconhecimento e notoriedade.

## **6. Limitações e Futuras Linhas de Investigação**

Neste último ponto apresenta-se uma reflexão acerca das dificuldades encontradas na elaboração do presente trabalho e definem-se novas perspetivas e desenvolvimento de futuros temas que sigam o enquadramento da temática em estudo.

Uma limitação do estudo é a dimensão da amostra, devido ao facto de apenas uma empresa ter-se mostrado disponível para colaborar no trabalho de investigação. Seria útil ter-se também amostras de voluntários de outras empresas de diferentes setores de atividade, o que permitiria fazer comparações entre empresas que contemplem na sua política de responsabilidade social empresarial projetos de voluntariado. Assim, fica por averiguar se o facto de os respondentes trabalharem numa empresa do ramo petrolífero, com grande impacto na vida das pessoas e do ambiente, poderá ter condicionado as respostas dos seus funcionários.

Uma outra limitação que é pertinente referir é o facto de existirem poucos estudos ou trabalhos realizados sobre a temática do voluntariado empresarial no contexto nacional e até mesmo internacional. Cada vez mais se verifica uma gradual preocupação no desenvolvimento de políticas de responsabilidade social empresarial, mas no que respeita a bibliografia sobre a temática poucos estudos estão desenvolvidos e disponíveis para consulta.

Apesar das limitações encontradas e apresentadas anteriormente, a realização deste estudo permitiu identificar algumas futuras linhas de investigação relevantes.

A primeira seria a aplicação do questionário, utilizando as mesmas escalas de medição, noutras empresas (do mesmo setor ou de setores diferentes do da empresa em questão) que contemplem na sua estratégia o desenvolvimento de planos de responsabilidade social empresarial que visem ações no âmbito do voluntariado empresarial, de modo a conhecer as motivações de mais empresas e dos seus colaboradores. Assim, seria possível a realização de um estudo comparativo com o objetivo de se traçar um padrão motivacional das empresas e seus colaboradores para o voluntariado empresarial, por setor de atividade ou num contexto mais generalizado sobre esta temática a nível nacional.

Uma outra futura linha de investigação seria elaborar um estudo com as mesmas escalas de medição e aplicá-lo noutras filiais nos diversos países onde o grupo Galp Energia esteja presente com o objetivo de identificar se existem diferenças ao nível dos fatores motivacionais, satisfação e felicidade, verificando por exemplo, se existem diferenças entre os colaboradores voluntários brasileiros e portugueses, e se essas diferenças podem ser explicadas pelos aspetos culturais e socioeconómicos de cada país.

A terceira futura linha de investigação seria analisar o impacto do voluntariado empresarial, de modo mais aprofundado, nas instituições e entidades que recebem voluntários ou desenvolvem parcerias com o tecido empresarial, de modo a definir-se melhor esta realidade, captar mais voluntários, desenvolver mais projetos no âmbito da responsabilidade social empresarial, motivar e incentivar outras empresas a contemplarem estas ações na sua estratégia de responsabilidade social empresarial.

Por último, uma outra futura linha de investigação seria a elaboração de um estudo comparativo entre o voluntariado “convencional” e o voluntariado empresarial com o objetivo de se determinar até que ponto as motivações de ambos os tipos de voluntariado diferem e que tipo de diferenças são encontradas.

## 7. Bibliografia

Agostinho, D. A. R. (2011) “Voluntariado: uma abordagem às motivações dos voluntários do Banco Alimentar”. Dissertação de Mestrado. Universidade da Beira interior. Faculdade de Ciências Sociais Humanas.

Allen, K. (2003) “The social case of corporate volunteering”. *Australian Journal on volunteering*, vol. 8, nº1.

Andrade, L. M. C. (2001) “A satisfação profissional nos enfermeiros de pediatria”. Dissertação de Mestrado. Universidade do Porto. Faculdade de Medicina.

Azevedo, D. (2007) “Voluntariado Corporativo - Motivações para o trabalho voluntário”. Artigo selecionado - XXVII Encontro Nacional de Engenharia de Produção. Brasil.

Barbosa, M. N. L. (2005) “Voluntariado Empresarial: aspectos jurídicos”. *Revista Integração*, n. 55. São Paulo. Disponível em <http://integracao.fgvsp.br/index.htm>. Acedido em 26/11/2011.

Basil, D. Z.; Runte, M. S.; Easwaramoorthy, M.; Barr, C. (2009) “Company Support for Employee Volunteering: A National Survey of Companies in Canada”. *Journal of Business Ethics*, vol. 85, 387-398.

Bendapudi, N.; Singh, S. N.; Bendapudi, U. (1996) “Enhancing Helping Behavior: an integrative framework for promotion planning”. *Journal of Marketing*, vol.60, 33-49

Béu, N. B. (2010) “Motivações para o Voluntariado Empresarial: Desenvolvimento de um instrumento de medida”. Dissertação de Mestrado. Universidade Brasília. Instituto Psicologia.

Briggs E., Peterson M., Gregory G. (2010) “Toward a better understanding of volunteering for nonprofit organizations: explaining volunteers; pro-social attitudes”. *Journal of Macromarketing*, vol. 30, nº 1, 61-76

Burns, D., Reid, J., Toncar, M., Fawcett, J., Anderson, C. (2006). “Motivations to volunteer: the role of altruism”. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, vol. 3, 79-91.

Caldana, A. C. F.; Figueiredo, M. A. C. (S/D) “Responsabilidade social corporativa e voluntariado: fonte de produtividade, desenvolvimento de habilidade e ética nas organizações”. Disponível em <http://legacy.unifacef.com.br/quartocbs/arquivos/27.pdf>. Acedido em 30/11/2011.

Catarino, A. (2004) “Voluntariado - Uma leitura da experiência”. Revista Sociedade e Trabalho, nº 19/20, vol.1, 9-15.

Clary, E. G.; Snyder, M.; Ridge, R.; Copeland, J. (1998) “Understanding and assessing the motivations of volunteers: A functional approach”. *Journal of personality and social psychology*, vol. 74, 1516-1530.

Comissão das Comunidades Europeia (2001) “Livro Verde - Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresa”. Disponível em [http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/pt/com/2001/com2001\\_0366pt01.pdf](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/pt/com/2001/com2001_0366pt01.pdf). Acedido em 30/11/2012.

Corrullón, M. (1997) “Trabalho Voluntário”. Programa Voluntariado Conselho Comunidade Solidária. Brasília.

Corrullón, M. B. G.; Medeiros F. B. (2002) “Voluntariado na Empresa. Gestão Eficiente e Participação Cidadã”, São Paulo, Periópolis.

Curado, J. C.; Menegon, V. S. M. (2009) “Gênero e os sentidos do Trabalho Social”. *Psicologia e Sociedade*, nº 3, vol 21, 431-441.

Dias, R. A. M.; Palassi, M. P. (2007) “Produção científica sobre Voluntariado: uma análise a partir dos artigos publicados nos principais eventos e revistas nacionais. VI Conferência Regional de ISTR para América Latina y el Caribe, 1-16.

Dolnicar, S.; Grun, B.; Randle, M. (2007) “Segmenting the Volunteer Market: Learnings from an Australian Study”. Faculty of Commerce - Paper. University of Wollongong.

Dolnicar, S.; Randle, M. (2004) “What Moves Which Volunteers to Donate Their Time? An Investigation of Psychographic Heterogeneity Among Volunteers in Australia”. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 18:135-155. DOI 10.1007/s11266-007-9037-5.

Domeneghetti, A. M. M. (2001) “Voluntariado Gestão do trabalho voluntário em organizações sem fins lucrativos”. Editora Esfera. São Paulo.

Ellen, P.; Mohr, L.; Webb D. (2000) "Charitable Programs and the Retailer: Do they Mix?" *Journal of Retailing*, vol. 76, 393-406.

Farrell, J. M.; Johnston, M. E.; Twynam, G. D. (1998) "Volunteer Motivation, Satisfaction, and Management at an Elit Sporting Competition". *Journal of Sport Management*, vol. 12, 288-300.

Ferraz, R.B., Tavares, H.; Zilberman, M. L. (2007) "Felicidade: uma revisão". *Revista Psiquiátria Clínica*, nº 5, vol. 34, 234-242.

Ferreira, M. R.; Proença, J.F.; Proença, T. (2008) "As Motivações no Trabalho Voluntário". *Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão*, vol. 7, 43-53.

Ferreira M. R.; Proença J. F.; Proença T. (2009) "Volunteers and management factors in nonprofit organisations: a brief literature review". Iberoamerican Academy of Management, Buenos Aires—Argentina.

Ferreira, M. R.; Proença, T.; Proença, J. F. (2011a) "An empirical analysis about motivations among hospital volunteers". Faculdade de Economia da Universidade do Porto. Working Papers, nº 418.

Ferreira, M. R.; Proença, T.; Proença, J. F. (2011b) "Organisational influence on volunteer satisfaction and attitudes towards HRM practices: the case of hospital volunteers". *International Review on Public and Nonprofit Marketing*. DOI 10.1007/s12208-011-0071-z.

Fischer, R. M. (2002) "A Responsabilidade da Cidadania Organizacional". Editora Gente. São Paulo.

Fisher, J. C.; Cole, K. M. (1993) "Leadership and Management of Volunteer Programs: A Guide for Volunteer Administrators". First Edition. Jossey-Bass Inc.

Fischer, L. R.; Muller, D. P.; Cooper, P. W. (1991) "Older volunteers: a discussion of the Minnesota senior study". *The Gerontological Society of America*, nº 2, vol. 31, 183-194.

Florentino, C. A. L.; Amaral, D. P.; Orsi, A. (2005) "Voluntariado Empresarial - Benefícios agregados às empresas e seus empregados". Artigo apresentado no VIII Seminários em Administração - Universidade de São Paulo.

GRACE (2006) "Como Implementar projetos de Voluntariado Empresarial". Edição Instituto Ethos. Lisboa.

- Grangé, D.; Lebart, L. (1994) “Traitements Statistiques des Ênquetes”, Edições Dunod, Paris.
- Gilbert, D. T. (2006) “Stumbling on Happiness”. Knopf. New York.
- Goldberg, R. (2001) “Como as empresas podem implementar programas de voluntariado”. Edição Instituto Ethos. São Paulo.
- Greenfield, E. A.; Marks, N. F. (2004) “Formal Volunteering as a protective factor of older adult’s psychological well-being”. *Journal of Gerontology*, nº 5, vol. 59 B, 5258 - 8264.
- Hartenian, L. S.; Lilly, B. (2009) “Egoism and commitment: a multidimensional approach to understanding sustained volunteering”. *Journal of Managerial Issues*, nº1, vol. 21, 97-118.
- Haski-Leventhal, D. (2009) “Eldery Volunteering and well-being: a cross-european comparasion based on SHARE Data”. *International Society for third-sector research and the Johns Hopkins University*, vol.20, 385 - 404.
- Hsieh, J.; Curtis, K. P.; Smith, A. W. (2007) “Implications of stakeolder concept and market orientation in the US nonprofit arts context”. *International Review on Public Marketing*, vol.5, 1-13.
- Holmberg, E.; Söderlund, K.; (2005) “Work for free? Motivational of voluntary workers in the red cross”. Jönköping International Business School.
- IAVE (2011) “O Estado da Arte do Voluntariado Empresarial”. Disponível em [http://www.gcvcresearch.org/v1/images/folder\\_port.pdf](http://www.gcvcresearch.org/v1/images/folder_port.pdf). Acedido em 30/11/2011.
- Jeménez, M. L. V.; Fuertes F. C.; Abad, M. J. S. (2009) “Satisfación en el voluntariado: estructura interna y relación com la permanencia en las organizaciones”. *Psicothema*, nº1, vol.21, 112-117.
- Kotler, P. (1975) “Marketing for Non-Profit Organizations”. Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Kotler, P.; Lee, N. (2005) “Corporate Social Responsibility: doing the most good for your company and your cause”. United States: John Wiley e Sons Inc.
- Kunsch, M. M. K.; Kunsch, W. L. (2007) “Relações Públicas Comunitárias: A comunicação em uma perspetiva dialógica e transformadora”. São Paulo: Summus.

Latham, G. P.; Pinder, C. C. (2005) "Work Motivational Theory and Research at the dawn of the twenty-first century". *Annual Review Psychology*, nº 5, 485 - 516.

Lima, T. S. L. (2004) "Voluntariado: Impacto na construção de uma sociedade melhor". Trabalho de conclusão do curso e especialização em Gestão Solidária para Organizações Solidárias. Universidade Católica de Pernambuco.

Lindon, D.; Lendrevie, J.; Lévy, J.; Dionísio, P.; Rodrigues, J. V. (2008) "Mercator XXI - Teoria e Prática do Marketing". 11ª Edição. Publicações Dom Quixote. Lisboa.

Lira, S. A. (2004) "Análise de Correlação: abordagem teórica e de construção dos coeficientes com aplicações" Dissertação Curso Pós-Graduação Métodos Numéricos. Universidade Federal do Panamá.

Lyubomirsky, S.; Lepper, H. S. (1997) "A measure of subjective happiness: preliminary reliability and construct validation". *Social Indicators Research*, vol. 46, 137 - 155.

Luz, A. A. C.; Neves, A. L. C.; Fernandes, E.; Oliveira, N.; Otani, T. M. (2004) "Voluntariado empresarial como ferramenta de gestão de pessoas". Trabalho de conclusão de curso de Administração para organização do Terceiro Sector.

Malhotra, N. K.; Rocha, I.; Laudisio, M. C.; Altheman, E.; Borges, F. M. (2005) "Introdução à pesquisa de Marketing". 1ª Edição. Pearson Prentice Hall. São Paulo.

Marta, E.; Guglielmetti, C.; Pozzi, M. (2006) "Volunteerism during young adulthood: an Italian investigation into motivational patterns". *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, vol. 17, 221-232.

Marta, E.; Pozzi, M. (2008) "Young people and volunteerism: a model of sustained volunteerism during the transition to adulthood". *Journal of Adult Development*, vol.15, 35-46.

Martinelli, M. (1992) "Aulas de transformação: o programa de educação em valores humanos". São Paulo. Peirópolis.

McPherson, J. M.; Rotolo, T. (1996) "Testing a dynamic model of social composition: Diversity and change in voluntary groups". *American Sociological Review*, nº 2, vol. 61.

Mogilner, C.; Aaker, J.; Kamvar, S. (2011) "How happiness impacts choices". *Journal of Consumer Research*. Research Paper, nº 2084.

Morrow-Howell, N.; Hinterlong, J.; Rozario, P. A.; Tang, F. (2003) “Effects of Volunteering on the well-being of older adults”. *Journal of Gerontology*, vol. 58 B, nº 3, S137-S145.

Morrow-Howell, N.; Mui, A. (1989) “Elderly volunteers: Reasons for initiating and terminating service”. *Journal of Gerontological Social Work*, nº 3/4, vol. 13, 21-34.

Ortiz, M. C. M. (2007) “Voluntariado em Hospitais: Uma análise Institucional da Subjectividade”. Tese de Doutoramento em Psicologia. Instituto de Psicologia da Universidade de São Paulo.

Paço, A.; Agostinho, D. (2012) “Does the kind of bond matter? The case of food bank volunteer”. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, DOI 10.1007/s12208-012-0081-5.

Parboteeah, K. P.; Cullen, J. B.; Lim, L. (2004) “Formal Volunteering: a cross national test”. *Journal of Word Business*, vol.39, 431 - 441.

Peloza, J.; Hudson, S.; Hassay, D. N. (2009) “The Marketing of Employee Volunteerism”. *Journal of Business Ethics*, vol. 85, 371-386.

Pestana, M. H.; Gageiro, J. N. (2005) “Análise de dados para Ciências Sociais. A complementaridade do SPSS”. 4ª edição. Edições Sílabo. Lisboa.

Plagnol, A. C.; Huppert, F. A. (2009) “Happy to help? Exploring the factors associated with variations in rates of volunteering cross Europe”. *Social Indicators Research*, vol. 97, 157 - 176.

Pocinho, M.; Figueiredo, J. P. (S/D) “SPSS: Uma ferramenta para análise de dados”. Disponível em [http://docentes.ismt.pt/~m\\_pocinho/manual\\_SPSS.pdf](http://docentes.ismt.pt/~m_pocinho/manual_SPSS.pdf). Acedido em 10/04/2012.

Porter, M.; Kramer, M. (2002) “The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy”. *Harvard Business Review*, nº 12, vol. 80, 57-68.

Porter, M.; Kramer, M. (2006) “Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility”, *Harvard Business Review*, nº 12, vol. 84 ,78-92.

Quintão, C. (2004) “Terceiro Sector - elementos para referenciação teórica e conceptual”. V Congresso Português de Sociologia. Universidade do Minho.

- Roca; J. G., (1994) “Solidaridad y voluntariado”. Editorial Sal Terrae Santander. Bilbao.
- Rocha, M. (2011) “Motivações, Envolvimento Prévio, Satisfação e Intenção de Repetir a Experiência no Voluntariado Ocasional - O Caso do Banco Alimentar Contra a Fome”. Dissertação de Mestrado. Faculdade de Economia. Universidade do Porto.
- Rocha, E.; Machado, I.; Rocha, S.; (2006) “Voluntariado na cidade do Porto”. Departamento Municipal de Estudos, Câmara Municipal do Porto.
- Rodrigues, S. Y. C. (2010) “Forças de carácter em jovens voluntários do projeto SolSai”. Dissertação de Mestrado integrado em Psicologia. Faculdade de Psicologia e de Ciências de Educação da Universidade de Lisboa.
- Santos, M. J. N. (2005) “ABC Voluntariado Empresarial”. Disponível em <http://pascal.iseg.utl.pt/~socius/publicacoes/wp/RSEeABCVoluntariadoEmpresarialSOCIUS.pdf>. Acedido em 22/11/2011.
- Santos, M. J. N; Bittencourt, B. (2008) “Exercício de Responsabilidade Social e de Desenvolvimento Sustentável: o caso do Voluntariado Empresarial em Portugal”. Disponível em <http://pt.scribd.com/doc/55189751/A-Psc-1809>. Acedido em 04/12/2011.
- Selli, V.; Garrafa, L. (2005) “Presença feminina na atividade voluntária: uma leitura a partir da bioética”. *Revista Brasileira de Bioética*, vol 1, 80-90.
- Silverberg, K. E.; Marshall, E. K.; Ellis, G. D. (2001). “Measuring job satisfaction of 79 volunteers in public parks and recreation”. *Journal of Park and Recreation Administration*, nº 1, vol. 19, 79-92.
- Shin, S.; Kleiner, B. H. (2003) “How to manage unpaid volunteers in organizations”. *Management Research Review*, vol. 26, 63 - 71.
- Smith, C. (1996) “Desperately Seeking Data: Why Research is Crucial to the New Corporate Philanthropy”, D Burlingame and D. Young, (eds.). *Corporate Philanthropy at the Crossroads* (Indiana University Press, Indianapolis) pp. 1-6.
- Souza, L. M.; (2007) “Trabalho voluntário, saúde e qualidade de vida em idosos”. Dissertação do curso Pós-Graduação em Enfermagem. Escola de Enfermagem da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

The National Centre for Volunteering (2002) “Get it right from the start. Volunteer policies - The key to diverse volunteer involvement”, London, United Kingdom.

Teodósio, A. S. S. (2001) “Programas de incentivo ao voluntariado: novos desafios para a ética gerencial”. In: Memorias del IV Congreso Latinoamericano de Ética, Negocios y Economía - la ética en la gestión pública y privada: fortalezas y debilidades. Buenos Aires: Associação Latinoamericana de Ética, Negócios e Economia / Universidade Argentina de la Empresa, 26-27 de julho de 2001, pp. 17-27.

Thoits, P. A.; Hewitt, L. N. (2001) “Volunteer work and well-being”. *Journal of Health and Social Behavior*, vol. 42, 115 - 131.

Trogdon, S. E. (2005) “A study of parks and recreations citizen board members in North Carolina and their motivations for participation”. A thesis submitted to the Graduate Faculty of North Carolina State University in partial fulfillment of the requirements for the Degree of Master of Science. Parks, Recreation and Tourism Management.

Velázquez, N. T.; Albert, I. G. (1999) “Genero y Voluntariado”. Comisión del Voluntariado del Instituto Político para América Latina. Estudios de Juventud, nº 45, 143 - 150.

Watson M. R., Abzug R. (2005) “Finding the ones you want, keeping the ones you find”. The Jossey-Bass handbook of nonprofit leadership & management. San Francisco.

Wei, Y.; Donthu, N.; Bernhardt, K. L. (2011) “Volunteerism of older adults in the United States”. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*. DOI 10.1007/s12208-011-0069-6.

Wilson, J. (2000) “Volunteering”. *Annual Reviews of Sociology*, vol. 26 215-240.

Wu, A. M. S.; Tang, C. S. K.; Yan, E. C. W. (2005) “Post - retirement voluntary work and psychological functioning among older Chinese in Hong Kong”. *Journal of cross - cultural Gerontology*, vol. 20, 27 - 45.

Zweigenhaft, R. L.; Armstrong, J.; Quintis, F.; Riddick, A. (1996) “The motivational and effectiveness of Hospital Volunteers”. *The Journal of Social Psychology*, vol. 136, nr1, 25 - 34.

## **ANEXOS**

## Anexo 1

O presente guião destina-se a uma pesquisa académica sobre a temática “Voluntariado Empresarial - motivações e práticas”.

Agradecemos desde já toda a sua disponibilidade e colaboração para responder às nossas questões.

1. Qual o principal objetivo do programa *Galp Voluntária*?
2. Em que sentido o V/ programa de voluntariado *Galp Voluntária* está alinhado com os valores e missão da empresa?
3. Que motivações estiveram na origem da criação do V/ programa de voluntariado?
4. Quais as principais vantagens de um programa de voluntariado para a V/ empresa?
5. A *Galp Voluntária* definiu quatro eixos estratégicos do voluntariado: educação, segurança e prevenção rodoviária, saúde, ambiente e eficiência energética. Porquê a definição destes quatro eixos, e não outros?
6. Que ações foram já desenvolvidas e em que eixos se inserem? Que balanço faz destes projetos? E num futuro próximo, o que preveem realizar?
7. Os projetos de voluntariado surgem a partir de ideias da V/ empresa? Seguem sugestões dos voluntários? Ou têm origem em pedidos de ajuda por parte de instituições?
8. Como é que a V/ empresa deu a conhecer o programa de voluntariado e os projetos de voluntariado aos seus colaboradores? Que meios e suportes foram utilizados?
9. E em termos de comunicação externa? Preocupam-se com a sua divulgação? Se sim, que meios e suportes são utilizados?
10. Porque foi desenvolvida a plataforma *mygalp*? Qual o seu papel na promoção do voluntariado?

## Anexo 2



### FICHA DE AVALIAÇÃO COLABORADORES VOLUNTÁRIOS

Caro Colaborador Voluntário,

Para a Galp Voluntária é muito importante receber o retorno e conhecer a opinião dos Colaboradores que participam nas várias ações / projetos, para que possamos adequar, cada vez mais, as ações às expectativas dos mesmos.

Pelo exposto, agrademos e pedimos-lhe que nas questões que se seguem, numa escala de 1 a 5, assinale o número que melhor corresponde à sua opinião, em que 1 corresponde ao discordo totalmente e 5 ao concordo totalmente.

<b>Nome do Voluntário:</b>	
<b>Identificação da Acção / Projecto:</b>	
<b>Entidade Envolvida:</b>	
<b>Local e Data:</b>	
<b>Tarefa Desempenhada:</b>	

Questões	Discordo Totalmente	Discordo	Sem Opinião	Concordo	Concordo Totalmente
A escolha da entidade beneficiária / parceira foi pertinente	1	2	3	4	5
Face ao grupo de voluntários, o conteúdo da acção foi adequado	1	2	3	4	5
A formação que recebi foi suficiente	1	2	3	4	5
Os objectivos iniciais da acção foram atingidos	1	2	3	4	5
O apoio dado pela Entidade beneficiária / parceira foi ajustado	1	2	3	4	5
O apoio dado pela Galp Voluntária foi ajustado	1	2	3	4	5
O tempo cedido para a acção foi adequado	1	2	3	4	5
A experiência como Voluntário(a) foi gratificante	1	2	3	4	5
Senti que a minha acção foi útil e que teve impacto	1	2	3	4	5
Gostaria de repetir novamente a experiência	1	2	3	4	5

**Comentários / Sugestões / Observações: ...**

A Equipa da Galp Voluntária agradece a sua colaboração!  
Contamos consigo para levar a nossa Energia mais longe...

## Anexo 3

## INQUÉRITO AOS COLABORADORES VOLUNTÁRIOS DO PROGRAMA 'GALP VOLUNTÁRIA'

O presente questionário destina-se a uma pesquisa académica. Por favor preencha-o seguindo as instruções. As suas respostas são totalmente confidenciais e serão usadas apenas para fins estatísticos. Agradece-se desde já toda a sua disponibilidade e colaboração.

PARTE I

A. Indique o grau de importância dos motivos abaixo indicados na decisão de colaborar no programa de voluntariado, sendo que: 1= **Nada importante** e 5= **Muito importante**.

	1	2	3	4	5
1 O voluntariado pode ajudar-me a arranjar emprego	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 Os meus amigos também são voluntários	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 Estou preocupado(a) com aqueles que são menos afortunados do que eu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 As pessoas que me são próximas querem que me voluntarie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5 O voluntariado faz-me sentir importante	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6 As pessoas que conheço partilham o interesse pelo serviço à comunidade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7 Por muito mal que me sinta, o voluntariado ajuda-me a esquecer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8 Estou genuinamente preocupado(a) com o programa <i>Galp Voluntária</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9 Com o voluntariado sinto-me menos só	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10 Posso fazer novos contactos que podem ajudar o meu negócio ou carreira	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11 Fazer voluntariado faz-me sentir melhor por ser mais afortunado(a) que os outros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12 Posso aprender mais sobre a causa à qual me dedico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13 O voluntariado aumenta a minha autoestima	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14 O voluntariado permite-me obter uma nova perspetiva das coisas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15 O voluntariado permite-me explorar diferentes opções de carreira	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16 Sinto compaixão pelos mais necessitados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17 O voluntariado permite-me conhecer outras pessoas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18 O voluntariado permite-me aprender coisas através de experiência direta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19 Sinto que é importante ajudar os outros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20 O voluntariado ajuda-me a ultrapassar os meus problemas pessoais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21 O voluntariado vai ajudar-me a ter êxito na minha profissão	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22 Posso fazer algo por uma causa que é importante para mim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23 O voluntariado permite-me ter mais amigos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24 O voluntariado é uma boa forma de fugir aos meus próprios problemas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4	5
25 Posso aprender a lidar com uma grande variedade de pessoas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26 O voluntariado faz-me sentir melhor comigo mesmo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27 O voluntariado é uma forma de fazer novos amigos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28 Posso conhecer melhor as minhas forças	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29 A experiência de voluntariado vai melhorar o meu currículo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30 O voluntariado faz-me sentir necessário(a)/útil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**B.** As afirmações que se seguem dizem respeito à sua satisfação com esta experiência de voluntariado. Indique o seu nível de concordância, sendo que: 1= **Discordo completamente** e 5= **Concordo completamente**

	1	2	3	4	5
31 Sinto que recebo o reconhecimento justo pelo trabalho de voluntariado que faço	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32 Recebo o reconhecimento que deveria receber por parte da minha organização	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
33 Estou satisfeito(a) com o processo de recrutamento/angariação de voluntários	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34 Estou satisfeito(a) com o interesse da organização no conjunto das minhas preferências para as funções de voluntariado disponíveis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
35 Estou satisfeito(a) com o treino/formação oferecidos para melhorar o meu trabalho como voluntário	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
36 Estou satisfeito(a) com as capacidades que adquiro com este programa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
37 A participação neste programa de voluntariado deixou-me satisfeito(a)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**C.** Em relação às frases que se seguem, indique como se sente.

38 Em geral considero-me uma pessoa:	Muito infeliz <input type="checkbox"/>	Infeliz <input type="checkbox"/>	Nem feliz, nem infeliz <input type="checkbox"/>	Feliz <input type="checkbox"/>	Muito feliz <input type="checkbox"/>
39 Comparando-me com as pessoas que me rodeiam, considero-me uma pessoa:	Muito menos feliz <input type="checkbox"/>	Menos feliz <input type="checkbox"/>	Nem mais, nem menos feliz <input type="checkbox"/>	Mais feliz <input type="checkbox"/>	Muito mais feliz <input type="checkbox"/>
40 “Algumas pessoas são geralmente muito felizes. Apreciam a vida independentemente do que lhes acontece, aproveitando tudo ao máximo”. Concorda que esta frase o(a) caracterize a si?	Discordo completamente <input type="checkbox"/>	Discordo <input type="checkbox"/>	Não concordo, nem discordo <input type="checkbox"/>	Concordo <input type="checkbox"/>	Concordo completamente <input type="checkbox"/>
41 “Algumas pessoas não são geralmente muito felizes. Embora não estejam deprimidas, nunca parecem tão felizes como poderiam ser”. Concorda que esta frase o(a) caracterize a si?	Discordo completamente <input type="checkbox"/>	Discordo <input type="checkbox"/>	Não concordo, nem discordo <input type="checkbox"/>	Concordo <input type="checkbox"/>	Concordo completamente <input type="checkbox"/>

**PARTE II**

**Sexo:** Masculino  Feminino  **Idade:** \_\_\_\_\_

**Tem filhos?** Sim  Não

**Grau de instrução:**

Universitário  12º Ano  9º Ano  6º Ano  Primária

**Rendimento:**

Até 500€  501€ a 1000€  1001€ a 1500€  1501€ a 2000€  Mais de 2000€

Há **quanto tempo** é voluntário(a)? \_\_\_\_\_

Por ano, em **quantas ações** de voluntariado promovidas pela empresa, participa? \_\_\_\_\_

**Quanto tempo** do(s) dia(s) dedica a essas ações? \_\_\_\_\_

É voluntário(a) noutros projetos? Sim  Não

## Anexo 4 - Escalas de Medição

### A. Scale VFI (*Volunteer Functions Inventory*) - Versão Original

#### Values

- 3.I am concerned about those less fortunate than myself.
- 8.I am genuinely concerned about the particular group I am serving.
- 16.I feel compassion toward people in need.
- 19.I feel it is important to help others.
- 22.I can do something for a cause that is important to me.

#### Understanding

- 12.I can learn more about the cause for which I am working.
- 14.Volunteering allows me to gain a new perspective on things.
- 18.Volunteering lets me learn things through direct, hands on experience.
- 25.I can learn how to deal with a variety of people.
- 28.I can explore my own strengths.

#### Enhancement

- 5.Volunteering makes me feel important.
- 13.Volunteering increases my self-esteem.
- 26.Volunteering makes me feel better about myself.
- 27.Volunteering is a way to make new friends.
- 30.Volunteering makes me feel needed.

#### Social

- 2.My friends volunteer.
- 4.People I'm close to want me to volunteer.
- 6.People I know share an interest in community service.
- 17.Volunteering is an important activity to the people I know best.
- 23.Others with whom I am close place a high value on community service.

#### Protective

- 7.No matter how bad I've been feeling, volunteering helps me to forget about it.
- 9.By volunteering I feel less lonely.
- 11.Doing volunteer work relieves me of some of the guilt over being more fortunate than others.
- 20.Volunteering helps me work through by own personal problems.
- 24.Volunteering is a good escape from my own troubles.

### Career

- 1. Volunteering can help me to get my foot in the door at a place where I would like to work.
- 10. I can make new contacts that might help my business or career.
- 15. Volunteering allows me to explore different career options.
- 21. Volunteering will help me to succeed in my chosen profession.
- 29. Volunteering experience will look good on my resume.

### Escala VFI (*Volunteer Functions Inventory*) - Versão Traduzida

#### Valores

- 3. Estou preocupado(a) com aqueles que são menos afortunados do que eu.
- 8. Estou genuinamente preocupado(a) com o programa Galp Voluntária.
- 16. Sinto compaixão pelos mais necessitados.
- 19. Sinto que é importante ajudar os outros.
- 22. Posso fazer algo por uma causa que é importante para mim.

#### Compreensão

- 12. Posso aprender mais sobre a causa à qual me dedico.
- 14. O voluntariado permite-me obter uma nova perspectiva das coisas.
- 18. O voluntariado permite-me aprender coisas através de experiência direta.
- 25. Posso aprender a lidar com uma grande variedade de pessoas.
- 28. Posso conhecer melhor as minhas forças.

#### Reforço

- 5. O voluntariado faz-me sentir importante.
- 13. O voluntariado aumenta a minha autoestima.
- 26. O voluntariado faz-me sentir melhor comigo mesmo.
- 27. O voluntariado é uma forma de fazer novos amigos.
- 30. O voluntariado faz-me sentir necessário(a)/útil.

#### Social

- 2. Os meus amigos também são voluntários.
- 4. As pessoas que me são próximas querem que me voluntarie.
- 6. As pessoas que conheço partilham o interesse pelo serviço à comunidade.
- 17. O voluntariado permite-me conhecer outras pessoas.
- 23. O voluntariado permite-me ter mais amigos.

**Proteção**

- 7. Por muito mal que me sinta, o voluntariado ajuda-me a esquecer.
- 9. Com o voluntariado sinto-me menos só.
- 11. Fazer voluntariado faz-me sentir melhor por ser mais afortunado(a) que os outros.
- 20. O voluntariado ajuda-me a ultrapassar os meus problemas pessoais.
- 24. O voluntariado é uma boa forma de fugir aos meus próprios problemas.

**Carreira**

- 1. O voluntariado pode ajudar-me a arranjar emprego.
- 10. Posso fazer novos contactos que podem ajudar o meu negócio ou carreira.
- 15. O voluntariado permite-me explorar diferentes opções de carreira.
- 21. O voluntariado vai ajudar-me a ter êxito na minha profissão.
- 29. A experiência de voluntariado vai melhorar o meu currículo.

B. Scale SRHM (*Satisfaction with Human Resource Management*) - Versão Original

1. I feel I receive a fair amount of recognition for the volunteer work I do.
2. I receive the recognition that I should receive from my organization.
3. I'm satisfied with the recruitment process.
4. I'm satisfied with the interest of the organisation in set my preferences to available functions.
5. I'm satisfied with the training offered in order to improve my work as volunteer.
6. I'm satisfied with the skills I get.
7. Participation in this voluntary program has left me satisfied.

Escala SRHM (*Satisfaction with Resource Management*) - Versão Traduzida

1. Sinto que recebo o reconhecimento justo pelo trabalho de voluntariado que faço.
2. Recebo o reconhecimento que deveria receber por parte da minha organização.
3. Estou satisfeito(a) com o processo de recrutamento/angariação de voluntários.
4. Estou satisfeito(a) com o interesse da organização no conjunto das minhas preferências para as funções de voluntariado disponíveis.
5. Estou satisfeito(a) com o treino/formação oferecidos para melhorar o meu trabalho como voluntário.
6. Estou satisfeito(a) com as capacidades que adquiero com este programa.
7. A participação neste programa de voluntariado deixou-me satisfeito(a).

### C. Scale SHS (*Subjective Happiness Scale*) - Versão Original

1. In general, I consider myself:

1	2	3	4	5
not a very				a very happy
happy person				person

2. Compared to most of my peers, I consider myself:

1	2	3	4	5
less	more			happy happy

3. Some people are generally very happy. They enjoy life regardless of what is going on, getting the most out of everything. To what extent does this characterization describe you?

1	2	3	4	5
not at a great				all deal

4. Some people are generally not very happy. Although they are not depressed, they never seem as happy as they might be. To what extent does this characterization describe you?

1	2	3	4	5
not at a great				all deal

### Escala SHS (*Subjective Happiness Scale*) - Versão Traduzida

1. “Em geral considero-me uma pessoa: muito infeliz/ infeliz/ nem feliz, nem infeliz/ feliz/ muito feliz.

2. “Comparando-me com as pessoas que me rodeiam, considero-me uma pessoa: muito menos feliz/ menos feliz/ nem mais nem menos feliz/ muito mais feliz”,

3. “ ‘Algumas pessoas são geralmente muito felizes. Apreciam a vida independentemente do que lhes acontece, aproveitando tudo ao máximo’. Concorda que esta frase o(a) caracterize a si?”,

4. “ ‘Algumas pessoas não são geralmente muito felizes. Embora não estejam deprimidas, nunca parecem tão felizes como poderiam ser’. Concorda que esta frase o(a) caracterize a si?”