

DESAFIOS E ESTRATÉGIAS PARA A GESTÃO DE UM PROGRAMA DE VOLUNTARIADO EMPRESARIAL

Marco Flávio Fiche de Carvalho

RESUMO

Inovação e Sustentabilidade se transformaram em palavras cujas definições estão relacionadas com a Responsabilidade Socioambiental e o desenvolvimento da sociedade, da economia e da política, de um modo geral. O Voluntariado Corporativo se insere nestes conceitos, na dinâmica dos processos empresariais, influenciando os resultados mercadológicos e afetando direta ou indiretamente todos os stakeholders. A partir de uma releitura dos tópicos sobre o tema citados por Goldberg, Coutinho e a Points of Light Foundation entre 1999 e 2006, foi realizada uma revisão de literatura com objetivo de trazer à tona uma reflexão sobre a complexidade, do ponto de vista gerencial, que é implantar um Programa de Voluntariado Empresarial. Pôde-se concluir que, embora a mobilização e adesão de grupos empresariais dependam de um planejamento e monitoramento sistemáticos, a eficácia e eficiência podem ser comprovadas pela melhoria da qualidade de vida de todas as partes interessadas e reconhecidas como ações socialmente responsáveis.

Palavras-chave: Voluntariado Empresarial. Mobilização. Responsabilidade Socioambiental.

ABSTRACT

Innovation and Sustainability turned them words whose definitions are related to the Social and Environmental Responsibility and the development of society, economy and politics, in general. The Corporate Volunteer fits these concepts, the dynamics of business processes, influencing the market results and affecting direct or indirect interest of all. From a rereading of the topics on the subject cited by Goldberg, Coutinho and Points of Light Foundation between 1999 and 2006, it was a literature review performed with target to bring up a reflection on the complexity of the managerial point of view, which is deploying a Corporate Volunteer Program. Can conclude that, although the mobilization and adherence of Business Groups depend on systematic planning and monitoring the effectiveness and efficiency can be proven for Improved quality of life for all interested and recognized as contradictory how socially responsible actions.

Keywords: Corporate Volunteer. Mobilization. Social and Environmental Responsibility

1 INTRODUÇÃO

Voluntário – está lá no dicionário – é quem “age espontaneamente”. Age como? Para o bem, ou o para o mal, já que “voluntariado” é, ainda de acordo com Aurélio (2004) e Houaiss(2001), a “*qualidade ou condição de voluntário nas forças armadas*”. Baseados nisto, podemos afirmar que ser voluntário é preparar-se para uma guerra. Mas, nesse caso, uma guerra diferente, em que as armas são antídotos contra a indiferença, o preconceito, o descaso e o imobilismo da sociedade; e os alvos são os desvalidos, os pobres e os abandonados.

Entendam-se como alvos não apenas pessoas, mas também, organizações, empresas, comunidades e até governos. Quanto mais se vasculha este mundo de Deus, mais se nota a necessidade de voluntários, em todas as esferas: quando barracos descem as encostas sob a tempestade; quando empresas desenvolvem projetos; quando governos buscam a real democracia; quando, enfim, as ações precisam do envolvimento de muitos.

A quantidade dos envolvidos (arregimentados e “selecionados” conforme suas aptidões e disponibilidades) caracteriza o que chamamos de “mobilização”. Esta é a palavra-chave. Para se praticar o voluntariado, é importante aglutinar idéias e é preciso fortalecer conceitos, mas acima de tudo, é fundamental a mobilização, que vem a ser um conjunto de ações praticadas por muitos, para muitos e por muito tempo. Uma ação benemérita individual, num momento fortuito, é digna de aplausos. Contudo, uma ação estudada, analisada e continuada tem efeito tão longo quanto beneficente.

Por causa de seus efeitos reconhecidamente benéficos, e cada vez mais compreendidos pelas pessoas, o voluntariado vem crescendo no mundo, a despeito das intempéries - da natureza e dos homens. O voluntário é, em suma, alguém engajado e preocupado com o próximo, com a vida. O voluntariado é, portanto, a soma de serviços prestados, e pagos com a mais valiosa das moedas: a solidariedade.

A partir desse pensamento as empresas devem entender o papel delas também para a solidariedade. Um programa de voluntariado empresarial não traz apenas benefícios para a comunidade, mas para a empresa e também seus colaboradores. É um movimento de um propósito comum, de valores e crenças comuns: a de um mundo melhor, mas que fortalece a imagem da empresa; emociona e motiva os voluntários e traz benefícios para toda uma sociedade.

Portanto esse texto pretende refletir sobre algumas questões relacionadas aos desafios da gestão de um programa de voluntariado empresarial, citados pela Points of Light Foundation, seguindo as linhas de pensamento de Ruth Goldberg e Danuza Coutinho.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 CONCEITOS: SER VOLUNTÁRIO E PROGRAMA DE VOLUNTARIADO EMPRESARIAL

“Só a participação cidadã é capaz de mudar o país”
Herbert de Souza

O trabalho voluntário vem assumindo cada vez mais um expressivo papel na sociedade brasileira. Há alguns anos, ao se pensar em ações voluntárias, automaticamente pensava-se em movimentos religiosos ou trabalhos na área da saúde, mas foi a partir da década de 90, quando surgiu o movimento Ação da Cidadania Contra a Miséria e pela Vida, liderado por Herbert de Souza, o Betinho, que a consciência solidária da sociedade passou a ter visibilidade, traduzindo um esforço voluntário de amplos setores nacionais.

Portanto ser voluntário é aquele que presta serviços não remunerados em benefício da comunidade. Ele realiza o trabalho gerado pelo impulso solidário, atendendo tanto às necessidades do próximo quanto às suas próprias motivações pessoais.

De acordo com a definição da Organização das Nações Unidas - ONU, “*o voluntário é o jovem ou adulto que, devido a seu interesse pessoal e seu espírito cívico, dedica parte do seu tempo, sem remuneração alguma, a diversas formas de atividade, organizadas ou não, de bem estar social, ou outros campos...*”.

De acordo com o Instituto Algar, “*Voluntário é o cidadão que, motivado pelos valores de participação e solidariedade, doa seu tempo, trabalho e talento, de maneira espontânea e não-remunerada, para causas de interesse social e comunitário*”.

Outra definição é a do Conselho da Comunidade Solidária, que diz “*Voluntário é o cidadão que doa seu tempo, trabalho e talento, de maneira espontânea e não remunerada, para causas de interesse social e comunitário.*” (Faça Parte, 2005 apud Coutinho, 2006).

Torna-se importante ressaltar que é comum a definição de um trabalho espontâneo e não remunerado, de cunho social e filantrópico, sem substituição de qualquer trabalho profissional. De certa forma, ser voluntário é trabalhar para o benefício da cidadania e ao mesmo tempo ser cidadão, reconhecendo seus direitos e deveres na sociedade.

Já Voluntariado Empresarial de acordo com a Points of Light Foundation “*(...) é o apoio formal e organizado de uma empresa a empregados e aposentados que desejam servir voluntariamente uma comunidade com seu tempo e habilidades*”.

O que acontece é a transferência de conhecimentos e competências de planejamento e gestão para as

organizações sociais, fortalecendo-as e qualificando suas atividades, tendo como foco principal o benefício de uma comunidade e da sociedade em geral.

Um programa de voluntariado empresarial é o conjunto de ações dirigidas e sistematizadas que uma empresa realiza com a finalidade de dar suporte ao voluntariado empresarial.

“Voluntariado empresarial é um conjunto de ações realizadas por empresas para incentivar e apoiar o envolvimento dos seus colaboradores em atividades voluntárias na comunidade (Ruth Goldberg, 2001).”

O Voluntariado Empresarial se torna um investimento social na medida em que as empresas articulam resultados satisfatórios no âmbito dos negócios e bem-estar de seus colaboradores e da comunidade em geral:

[...] é uma rota estratégica que traz ganhos para a empresa, a comunidade e os colaboradores. Do lado social, permite reduzir problemas que aflijam verdadeiramente a comunidade, resultando em melhorias na qualidade de vida, ajudando a construir uma sociedade mais saudável e trabalhando, em última instância, em favor da perpetuação das atividades da empresa. No âmbito dos negócios, programas de voluntariado empresarial auxiliam no desenvolvimento de habilidades pessoais e profissionais, promovem a lealdade e a satisfação com o trabalho, ajudam a atrair e a reter colaboradores qualificados (Ruth Goldberg, 2001).

Portanto cada vez mais o voluntariado é essencial para o desenvolvimento da responsabilidade social empresarial, conseguindo unir a sociedade civil para um propósito comum, e organizar ações em prol do próximo e também para o bem do todo.

2.2 GESTÃO DE UM PROGRAMA DE VOLUNTARIADO EMPRESARIAL

Gerenciar um programa de voluntariado é administrar e dar suporte às atividades de um conjunto de cidadãos dentro de um contexto empresarial, unidos em torno de ideais particulares e porque não, comuns à empresa da qual fazem parte. Atuar em grupo faz parte da essência do voluntariado empresarial.

O programa de voluntariado, ao canalizar recursos humanos para melhorar a vida da comunidade, pode se constituir num grande movimento de solidariedade e de cidadania que, em conjunto com ações da sociedade civil organizada, gestão socialmente responsável das empresas e políticas públicas dos governos, pode ajudar a transformar nossa sociedade.

O desenvolvimento de programas de voluntários é uma opção estratégica que gera benefícios para todas as partes envolvidas: empresa, colaboradores, instituições e comunidade. Além disso, contribui para a forma-

ção de uma força de trabalho qualificada e beneficia as relações públicas e comunitárias.

2.2.1 Como implantar um programa de voluntariado

O sucesso de um Programa de Voluntariado Empresarial depende de um eficaz diagnóstico das prioridades da empresa, dos interesses do corpo de colaboradores e das necessidades das instituições atendidas, considerando-se ainda o tempo de implementação e o resultado esperado.

A criação de um Programa de Voluntariado Empresarial tanto pode ser iniciativa de um grupo de colaboradores, quanto da direção da empresa. Mas, para que exista como um Programa Empresarial, de acordo com Ruth Goldberg (2001, p.24), duas condições são essenciais:

- Que uma parcela dos que trabalham na empresa esteja disposta a participar, doando uma parte de seu tempo livre para a comunidade. É sempre uma minoria que participa, mas é esta minoria que faz a diferença.

- Que a empresa apoie o Programa e destine alguns recursos para ele. O Voluntariado, como qualquer outro Programa Empresarial, precisa ser tocado com critérios de eficiência: dispor dos meios necessários à sua execução, gerenciar de forma profissional e avaliar os resultados.

Sendo assim, com base no documento *Developing a Corporate Volunteer Program da Points of Light Foundation*, citado por Goldberg e Portal do Voluntariado, algumas recomendações são sugeridas para montar e gerenciar um Programa de Voluntariado Empresarial:

- **Conhecer a empresa e sua cultura interna.**

Promover discussões para identificar missão, visão, valores, prioridades institucionais e as ações de responsabilidade social que a empresa realiza. Verificar se o compromisso com a comunidade está incluído na missão da empresa. Pesquisar a política de relações internas (salários, benefícios, desenvolvimento de habilidades e competências, relações com os parceiros). Analisar o clima organizacional. Identificar os objetivos que a empresa busca com um programa de estímulo ao voluntariado.

- **Criar um comitê de trabalho.**

Incentivar a formação de um grupo de trabalho composto por colaboradores. Trabalhar para a criação de um plano de comunicação e ação. Identificar as pessoas que articularão os primeiros contatos para fazerem

o planejamento. Unir os departamentos e as pessoas de diferentes níveis hierárquicos. Buscar experiências e novos conhecimentos com outras empresas.

- **Desenvolver conceitos e estratégias de apoio ao programa.**

Envolver a gerência e a direção da empresa para apoiar o programa com os mesmos critérios de desenvolvimento dos negócios, como gerenciamento, monitoramento e avaliação.

- **Diagnosticar as experiências e potencialidades dos colaboradores.**

Identificar os colaboradores que participam ou participaram de programas de voluntariado, assim como em quais áreas e o tempo disponível para a ação voluntária.

- **Identificar as necessidades da comunidade.**

Entrar em contato com a comunidade para levantar necessidades e demandas através de articulações de líderes comunitários, órgãos públicos e próprios colaboradores da empresa. Definir em que comunidade o programa de voluntariado vai atuar.

- **Estruturar o Programa de Voluntários.**

Registrar as ideias para que elas se efetivem. Elaborar um plano de ação como orçamento do programa, recursos humanos e materiais, objetivos comuns, estratégias de comunicação e ações de apoio a projetos sociais. Elaborar um cronograma de atividades priorizando as principais.

- **Implantar e gerenciar o programa.**

Neste momento surge a figura do coordenador para gerenciar, junto com o comitê, as ações do programa. Deste comitê devem fazer parte representadas as áreas de RH, relações corporativas, comunicação e marketing, pessoas de diferentes níveis hierárquicos, diferentes setores da empresa, diversas faixas etárias e que já tenham familiaridade em ações voluntárias. O coordenador tem a função de recrutar e selecionar voluntários e projetos, orientar, capacitar, monitorar, avaliar e elaborar relatórios.

- **Divulgar interna e externamente o Programa do Voluntariado.**

A comunicação é uma das chaves para o sucesso do Programa. Trata-se de estimular a participação de

outros colaboradores e disseminar conceitos e práticas de responsabilidade social para outras empresas. A mobilização é fundamental para o sucesso no decorrer do projeto.

- **Valorizar e reconhecer as ações voluntárias.**

Estratégias de mobilização, incentivo e estímulo ao trabalho são indispensáveis para que os colaboradores fortaleçam seus vínculos com o trabalho voluntário e se identifiquem cada vez mais com os valores da empresa.

- **Trabalhar em rede com outros programas e associações de empresários.**

Contatos com outras organizações são necessários para lançar mão de novas parcerias, compartilhando experiências, conhecimentos e captando novos recursos para o programa, além de fortalecer outras instituições da rede na formulação de políticas públicas.

É importante ressaltar que a diretoria da empresa, o coordenador do programa, o departamento de recursos humanos e o setor de comunicação comunguem do mesmo ideal para o programa. É comum que a Comunicação seja responsável pela coordenação do Programa de Voluntariado Empresarial, mas é o coordenador que deve se tornar a referência para as demandas e transformações do programa.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Voluntariado Empresarial é um tema atual, de relevância para o desenvolvimento do Brasil e que pode trazer enormes benefícios para as empresas, voluntários e comunidade.

Através desta pequena revisão dos pontos destacados de gerenciamento de um Programa de Voluntariado Empresarial, foi possível verificar que é necessário conquistar o apoio de todos os níveis de uma empresa. Ou seja, gerentes, técnicos, direção e funcionários, que de uma forma geral nem sempre coparticipam de um programa de voluntariado empresarial. Podem alegar falta de tempo, comprometimento nos lucros, desidentificação com a empresa, desarticulação com outros setores e com outras empresas parceiras, deficiência no planejamento, monitoramento e avaliação do programa e por vários outros motivos.

Portanto, conclui-se que o tema abordado ainda pode ser bastante explorado, até mesmo pela escassez da literatura disponível. O Programa de Voluntariado Empresarial é um estudo recente, com grandes projeções para o desenvolvimento das organizações privadas, alcançando vários beneficiários, com dimensões mundiais.

REFERÊNCIAS

CENTRO DE VOLUNTARIADO DE SÃO PAULO. **Gerenciamento de Voluntários**: estruturação e implementação de Programas de Voluntariado em Organizações Sociais. São Paulo, 2001.

CORULLÓN, M.B.G.; MEDEIROS FILHO, B. **Voluntariado na empresa**: gestão eficiente da participação cidadã. São Paulo: Petrópolis, 2002.

COUTINHO, Danuza D. R. **Gestão do Voluntariado Corporativo**. Apostila para curso de Pós-Graduação em Gestão em Responsabilidade Social. Belo Horizonte: 2006.

FERREIRA, A. B. de H. **Novo Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa**. 3. ed. Curitiba: Positivo, 2004

GOLDBERG, R. **Como as empresas podem implementar programas de voluntariado**. São Paulo: Instituto Ethos de empresas e Responsabilidade Social, 2001.

HOUAISS, A.; VILLAR, M. **Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa**. Instituto Antônio Houaiss de Lexicografia e Banco de Dados da Língua Portuguesa S/C Ltda., Rio de Janeiro: Editora Objetiva, 2001.

KUNSCH, M. K. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. 4. ed. São Paulo: Summus, 2003.

MORGAN, G. **Imagens da Organização**. São Paulo: Atlas, 1996.

NEVES, R. de C. **Imagem Empresarial**. 2ed. Rio de Janeiro: Mauad Consultoria e Planejamento Editorial Ltda, 1998.

PRINGLE, H.; THOMPSON, M. **Marketing social**: marketing para causas sociais e construção das marcas. São Paulo: Makron Books, 2000.

ROUCO, J. J. M.; RESENDE, M. S. R. **A estratégia Lúdica**: jogos didáticos para a formação de gestores de voluntariado empresarial. São Paulo: Petrópolis, 2003.

TORO, J. B. WERNECK, N. M. D. **Mobilização Social**: um modo de construir a democracia e a participação. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2004.

POINTS OF LIGHT FOUNDATION. Disponível em: <<http://pointsoflight.org/centers>>. Acesso em: 20 mar. 2014.

INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. Disponível em: <<http://www.ethos.org.br>>. Acesso em: 15 mar. 2014.

PORTAL DO VOLUNTÁRIO. Disponível em <<http://www.portaldovoluntario.org.br>>. Acesso em: 17 mar. 2014.

SOBRE O AUTOR

Marco Flávio Fiche de Carvalho

Graduado em Psicologia pela Universidade Federal de São João del-Rei (1999) e Pós-Graduação em Gestão em Responsabilidade Socioambiental e Empresarial pela PUC Minas (2007). Tem experiência na área de Psicologia, com ênfase em Psicologia Social, Organizacional e Educação, atuando principalmente nos seguintes temas: ensino e educação, desenvolvimento humano e gestão em responsabilidade social. Tem também experiência em docência no ensino universitário, tendo lecionado no ISPU, Instituto Superior Politécnico e Universitário em Moçambique, África, Faculdade Católica Rainha do Sertão e na pós-graduação da Faculdade Ateneu em 2013.

Contato: marcoflaviocoo@yahoo.com.br