



Save the Children

C O L E Ç Ã O

Empresa Amiga da Criança

Voluntariado Empresarial





Save the Children

C O L E Ç Ã O

Empresa Amiga da Criança

Voluntariado Empresarial

1ª Edição

São Paulo

Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança e do Adolescente

2015



Save the Children

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Presidente: Carlos Antonio Tilkian

Vice-Presidente: Synésio Batista da Costa

Secretário: Bento José Gonçalves Alcoforado

CONSELHEIROS

Bento José Gonçalves Alcoforado, Carlos Antonio Tilkian, Claudio Roberto I Sen Chen, Daniel Trevisan, David Baruch Diesendruck, Dilson Suplicy Funaro, Eduardo José Bernini, Elias Jonas Landsberger Glik, Fernando Vieira De Mello, Hector Nuñez, José Eduardo Planas Pañella, José Ricardo Roriz Coelho, José Roberto Dos Santos Nicolau, Karin Elisabeth Dahlin, Kathia Lavin Gamboa Dejean, Luiz Fernando Brino Guerra, Mauro Antonio Ré, Mauro Manoel Martins, Natânia Do Carmo Oliveira Sequeira, Otávio Lage De Siqueira Filho, Rubens Naves, Synésio Batista Da Costa, Vitor Gonçalo Seravalli.

CONSELHO FISCAL

Audir Queixa Giovanni, Geraldo Zinato, João Carlos Ebert, Mauro Vicente Palandri Arruda, Roberto Moimáz Cardeña, Sérgio Hamilton Angelucci

SECRETARIA EXECUTIVA

Administradora Executiva:

Heloisa Helena Silva de Oliveira

Gerente de Desenvolvimento de Programas e Projetos:

Denise Maria Cesario

Gerente de Desenvolvimento Institucional:

Victor Alcântara da Graça

PROGRAMA EMPRESA AMIGA DA CRIANÇA

Lilyan Regina S. Reis Amorim, Andréa Gonçalves Poiani, Carolina Wakiyama Bittar, Luciana Mendes Maia, Nathalia Tamires Oliveira Torres e Roseane Martins de Assis.

ÁREA DE CAPTAÇÃO DE RECURSOS - PESSOA JURÍDICA

Marcela Renata Garcia Silva, Augusto Dias Cordeiro, Cristina Horacio Vilar de Sousa, Jamile Coutrim Dalri e Mariana Reginato Dias Lorencinho.

FICHA TÉCNICA:

Coleção Empresa Amiga da Criança

ISBN: 978-85-88060-76-0

Texto: Flávia Moraes e Melissa Pimentel

Edição: Lilyan Regina S. Reis Amorim e Marcela Renata Garcia Silva

Colaboração: Andréa Poiani, Carolina Bittar, Cristina Horacio Vilar de Souza, Denise Maria Cesario, Fernanda Haskel, Gislaine Cristina de Carvalho Pita, Jamile Coutrim Dalri, Luciana Mendes Maia, Mariana R. Dias Lourencinho, Roseane Martins de Assis, Victor Alcântara da Graça

Revisão ortográfica e gramatical: Adriana Tullio, por SOS Texto

Projeto gráfico, diagramação e arte-final: Tre Comunicação

Impressão: Nywgraf Editora Gráfica Ltda

Tiragem: 3.000 exemplares

São Paulo, maio de 2015

Apresentação

Há 25 anos, a Fundação Abrinq pelos Direitos da Criança e do Adolescente tem buscado, incansavelmente, contribuir para a efetividade das ações e políticas sociais voltadas a crianças e adolescentes, e para o aperfeiçoamento dos mecanismos de garantia e defesa dos direitos destes jovens cidadãos. Uma de suas principais iniciativas, o **Programa Empresa Amiga da Criança**, também faz aniversário! Há 20 anos, o Programa mobiliza e reconhece empresas que realizam ações sociais para a promoção e a defesa dos direitos das crianças e dos adolescentes.

Dando continuidade a essa história, é com imensa satisfação que a Fundação Abrinq oferece mais um instrumento para colaborar com as empresas na implantação e no desenvolvimento de suas ações. São mais quatro volumes que fazem parte da *Coleção Empresa Amiga da Criança*, abordando as temáticas: **responsabilidade social, investimento social privado, voluntariado empresarial e incentivos fiscais**; e têm como objetivo elucidar de forma simples os conceitos e como aplicá-los, independente do porte ou do setor de cada negócio.

Hoje, no Brasil e no mundo, a força do empresariado representa a principal via de mudança das políticas sociais. Em âmbitos locais, nacionais ou globais, a união do setor privado, em sintonia com valores éticos, sustentáveis, de diversidade e inclusão, justiça social e, sobretudo, no combate a toda e qualquer ilegalidade relacionada aos direitos da criança e do adolescente, é a diferença entre a construção de uma sociedade adequada para gerações presentes e futuras.

O voluntariado é o melhor instrumento para a construção de cidadania nos indivíduos e, sem dúvida alguma, é uma das estratégias mais interessantes para ser usada pela empresa para desenvolver pessoas e contribuir para um mundo melhor, mais justo e sustentável.

Este volume é inteiramente dedicado a apoiar as empresas, dando, aos responsáveis pela implantação de programas de voluntariado empresarial, ferramentas para que esta tarefa se torne um trabalho prazeroso no qual todos, sociedade, empresa e indivíduos, saiam ganhando.

Tenha uma ótima leitura!



Carlos Antonio Tilkian
Presidente

Sumário

Introdução	07
Voluntariado Empresarial	08
- <i>Por que pensar em voluntariado empresarial?</i>	10
- <i>Razões para realizar um trabalho voluntário e por que ser voluntário na empresa</i>	12
- <i>Abrangência do voluntariado empresarial</i>	13
- <i>Motivações para ser voluntário</i>	15
- <i>Cuidados necessários</i>	17
- <i>Voluntariado em projetos para crianças e adolescentes</i>	18
Por onde começar	19
- <i>Passo a passo</i>	19
Conclusão	42
Glossário	44
Referências	45
- <i>Bibliografia</i>	45
- <i>Fontes adicionais</i>	46
Anexos	47
- <i>Anexo 1 - Lei do voluntariado</i>	47
- <i>Anexo 2 - Termo de Adesão</i>	48
- <i>Anexo 3 - Termo de Desligamento</i>	50
- <i>Anexo 4 - Termo de Autorização para Uso de Imagem</i>	51
- <i>Anexo 5 - Avaliação da Oficina de Capacitação de Voluntários</i>	52

Introdução

Há bastante tempo, a sociedade brasileira já compreendeu que o crescimento econômico não pode ser desvinculado da agenda social. Não há como uma empresa ir bem se a sociedade não vai bem.

As empresas perceberam que podem ser um canal de adesão para o exercício da cidadania para seus funcionários, e começam a implementar Programas de Voluntariado Empresarial. O voluntariado é um serviço comprometido com a sociedade e alicerçado na liberdade de escolha, portanto, só pode existir em regimes democráticos.

As empresas que buscam ser responsáveis socialmente compreendem que podem ampliar sua atuação, agregando Programas de Voluntariado e estimulando seus funcionários a se tornarem participantes ativos da sociedade e melhores cidadãos.

Todos ganham com o Voluntariado:

- A empresa: porque insere valores de responsabilidade individual e social no ambiente de trabalho, pela promoção e incentivo de uma cultura de cidadania, além de reafirmar seu compromisso ético, de relações duradouras e de confiança com a sociedade.
- Os funcionários: porque adquirem uma nova compreensão da vida, desenvolvem competências e habilidades, criam novas perspectivas de vida e orgulho da contribuição espontânea e voluntária.
- A sociedade: porque se fortalece da solidariedade e com a convivência humana. Todos contribuindo para a construção de uma sociedade mais justa.

Voluntariado Empresarial

O Conceito de Voluntariado

São várias as definições de Voluntariado, mas as mais comumente conhecidas são:

“O voluntário empresarial 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 através de um Programa de Voluntariado Empresarial”.

Fundação Abrinq

“O voluntário é o jovem ou adulto que, devido ao seu interesse pessoal e ao seu espírito cívico, dedica parte do seu tempo, sem remuneração alguma, a diversas formas de atividades organizadas ou não, de bem-estar ou outros campos”.

ONU

“Trata-se de um serviço comprometido com a sociedade e alicerçado na liberdade de escolha. O voluntariado promove um mundo melhor e torna-se um valor de todas as sociedades”.

IAVE – Associação Internacional de Esforços Voluntários

Outros Conceitos

O Voluntariado Empresarial não pode ser confundido com outros conceitos correlatos, mas que não exprimem a totalidade do conceito de voluntariado.

- **Cidadania:** é o exercício dos direitos e deveres civis, políticos e sociais estabelecidos na Constituição. Os direitos e deveres de um cidadão devem andar sempre juntos, uma vez que, ao cumprirmos nossas obrigações, permitimos que o outro exerça também seus direitos. É ter consciência de seus direitos e obrigações, e lutar para que sejam colocados em prática e estar em pleno gozo das disposições constitucionais.
- **Cidadania Empresarial:** é uma atitude proativa que as empresas devem ter diante dos diversos problemas que a comunidade na qual se inserem apresenta, agindo de forma transformadora e assumindo-se como entes dotados de responsabilidade cívica. Pode ser entendida como uma relação de direitos e deveres entre empresas e seu âmbito de relações na sociedade.
- **Civilidade:** é o respeito pela norma de convívio em uma sociedade (diferente de civismo, que é o respeito às leis e às instituições por parte da sociedade organizada).
- **Doação:** é o ato de dar um bem próprio para outra pessoa, geralmente em situação de vulnerabilidade, a uma organização social, escola ou igreja. As doações podem ser feitas por meio de recursos financeiros, produtos e bens materiais.
- **Caridade:** é um sentimento ou uma ação altruísta de ajudar o próximo sem buscar qualquer tipo de recompensa, estimulado por amor ao próximo, bondade, benevolência e compaixão.
- **Filantropia:** é a ação contínua de doar dinheiro ou outros bens a favor de instituições ou pessoas que desenvolvam atividades de grande mérito social.

**Voluntariado
Empresarial:
empresa e
funcionários
- agentes de
transformação
social.**

É encarada por muitos como uma forma de ajudar e guiar o desenvolvimento e a mudança social sem recorrer à intervenção estatal, muitas vezes contribuindo por essa via para colaborar com a política pública em matéria social, cultural ou de desenvolvimento científico. Aqueles que adotam essa prática naturalmente dispõem dos necessários meios econômicos e são, em geral, denominados filantropos. A filantropia é uma das principais fontes de financiamento para as causas humanitárias, culturais e religiosas. Em alguns países, assume papel relevante no apoio à investigação científica e no financiamento de universidades e instituições acadêmicas.

- **Justiça Social:** é uma construção política e moral baseada na igualdade de direitos e na solidariedade. Sendo um conceito moral, refere-se à realização de um bem a ser determinado. É baseada no conceito de justiça, que é resultado de uma ação humana, ocorre apenas entre sujeitos distintos (não em benefício próprio), em que algo será atribuído a alguém por uma necessidade racional e não por caridade, generosidade, amizade, etc.

Por que pensar em voluntariado empresarial?

As empresas que têm um compromisso sério com a Responsabilidade Social Empresarial tendem cada vez mais a promover Programas de Voluntariado. Elas compreendem que podem e devem ser agentes promotores de responsabilidade individual e desenvolvimento de consciência cidadã, utilizando sua concentração de recursos financeiros, tecnológicos e humanos.

Ao capacitar seus funcionários e passar-lhes valores de Responsabilidade Social Individual, a empresa cumpre seu papel de desenvolver pessoas e não apenas utilizar seus talentos, habilidades e capacidades para gerar mais lucros, e considera pessoas como seres humanos integrais, que têm um papel social além dos muros da empresa.

Há muitas vantagens em criar um Programa de Voluntariado, olhando do ponto de vista da empresa. Nessa ação, ela:

- Desenvolve práticas e valores que sustentam a vida na sociedade;
- Participa e contribui para o desenvolvimento social;
- Promove e incentiva a cultura da cidadania e a participação social;
- Desenvolve práticas de cidadania nos seus funcionários;
- Insere valores de responsabilidade social individual na cultura da empresa;
- Desenvolve e implementa iniciativas de fortalecimento de educação e liderança do seu público interno;
- Reafirma seu compromisso ético com a sociedade;
- Consolida sua reputação e sua imagem;
- Contribui prioritariamente para motivação, participação em projetos internos, respeito e valorização de seus funcionários.

As empresas podem alinhar suas estratégias de Responsabilidade Social com Programa de Voluntariado Empresarial.

O bem-estar da sociedade e um futuro sustentável dependem em alto grau da ação responsável dos seus membros. Não existe sociedade desenvolvida sem que haja um tecido social forte. O Programa de Voluntariado é uma das ferramentas mais importantes para construí-lo.

Tecido Social

É o termo usado para se referir aos aspectos sociais de uma determinada localidade, e não à sua estrutura física. Diz respeito aos indivíduos e à coletividade, ligados por uma ou mais relações sociais profundas, e que, em sua coesão, geram poder, formando um tecido social. É também conhecido como capital social ou malha social. O tecido social é formado pelos vínculos de natureza imaterial estabelecidos entre os indivíduos e a sociedade, vínculos que se representam através de fios invisíveis, que se comunicam, criando coesão social. É a cola que reúne os homens em um espaço comum.

Ser parte de uma equipe potencializa o impacto da ação voluntária.

Razões para realizar um trabalho voluntário e porque ser voluntário na empresa

A realização de trabalho voluntário pode ser motivada por várias razões: desejo de participar na construção de um mundo mais justo; tomar para si a responsabilidade individual e não esperar que somente os outros o façam; crenças religiosas e desejo de cooperar; entre outras. Mas por que fazer isso na empresa? A empresa pode tornar-se um canal de adesão para o exercício da cidadania e facilitar o acesso ao voluntariado, além de fortalecer sua responsabilidade social e ser um elemento participante das questões da comunidade e da própria sociedade.

A empresa deve dar condições ao voluntário de exercer seu papel. Para isso, são de competência da empresa:

- **Informação/Formação** – ajudá-lo a entender qual é a causa que a empresa está abraçando e as razões para essa escolha. O voluntário recebe instruções de como deverá proceder, como fazer e o que é esperado dele. Não somente as tarefas que serão desempenhadas, mas também como ser um elo entre a empresa e a instituição ou comunidade atendida.

- **Recursos técnicos** – a empresa deve prover todos os recursos necessários para a atuação. Sejam eles os materiais que serão usados, tais como manuais, guias de atuação, guias de apoio ou camisetas que identifiquem o programa, até mesmo dicas de como usar os recursos.
- **Supervisão** – o voluntário recebe supervisão do seu trabalho e é constantemente ensinado a como atuar de maneira mais efetiva. Dessa forma, o voluntário pode aprimorar e desenvolver competências e habilidades que serão usadas tanto em sua vida pessoal como profissional.
- **Avaliação** – a empresa deve avaliar não só o voluntário, como também o programa. Com isso, o voluntário passa a ter uma noção completa sobre os impactos que sua atuação está tendo nos beneficiários e se sente parte do todo, gerando uma potencialização desses impactos.
- **Rede de relacionamento** – ao atuar em um Programa de Voluntariado Empresarial, o voluntário amplia sua rede de relações dentro da própria empresa e tem possibilidade de fazer novos relacionamentos com pessoas que trabalham em outras áreas.
- **Parceria** – a empresa é responsável pela parceria e, na grande maioria das vezes, o voluntário já encontra a relação empresa/instituição consolidada, não tendo mais essa tarefa para fazer.
- **Reconhecimento** – a empresa deve buscar formas de reconhecer os funcionários voluntários.

Abrangência do voluntariado empresarial

Para se elaborar um Programa de Voluntariado Empresarial, é necessário envolver três atores da sociedade: Empresa, Funcionários e Comunidade, representados por pessoas, organizações e poder público local. A empresa pode escolher entre ter o voluntariado inserido em alguma área própria,

ou ainda inseri-lo em uma fundação ou um instituto, caso ela possua essas instituições.

Também há que se ter cuidado para não confundir o Voluntário e o Voluntariado Empresarial. Voluntário busca sua atuação voluntária junto às organizações sociais, religiosas e educacionais, e o Voluntário Empresarial busca exercer sua atuação voluntária através de um programa social, ambiental ou educativo estabelecido pela empresa (instituto ou fundação).

A empresa pode também optar por criar seu Programa de Voluntariado ou fazer uma parceria com alguma instituição, seja ela uma escola, uma ONG ou outras organizações sem fins lucrativos. A tendência atual é que a empresa examine fundamentalmente dois aspectos antes de se decidir:

- Primeiro: qual é a sua *expertise*, qual é sua área de atuação, e que conhecimento a empresa tem acumulado em seus funcionários.
- Segundo: quais são as necessidades e as demandas atuais da comunidade e da sociedade.

Voluntariado Empresarial conectado com o negócio

Uma empresa do setor de energia pode criar um Programa de Voluntariado voltado para crianças e adolescentes através de uma proposta de intervenção e interatividade. Os voluntários atuam em Organizações Sociais e em escolas públicas, e tratam de temas relacionados às questões energéticas e seus impactos ambientais decorrentes da geração e do uso da energia em todas as atividades humanas.

Os objetivos desta ação são despertar o interesse das crianças e adolescentes pelo tema da energia, ampliar o entendimento sobre a necessidade de adotar atitudes responsáveis e seguras para o seu uso e orientá-los sobre consumo consciente.

O Programa de Voluntariado está não só alinhado com o negócio como também com as diretrizes de sustentabilidade da empresa.

Motivações para ser voluntário

Para o completo entendimento de Voluntariado Empresarial, é necessário compreender as motivações que levam os funcionários a realizar trabalho não remunerado através de um programa estabelecido pela empresa.

Motivação

O funcionário voluntário age por vontade própria, porque quer fazer a diferença, e a decisão de participar de um Programa de Voluntariado tem que ser pessoal e intransferível. Jamais a empresa pode induzir ou convocar a participação. Cabe somente o convite e o estímulo. O maior desafio para a empresa é tornar este trabalho relevante para todos. Há que ser considerada a realidade atual, mas, ao mesmo tempo, é preciso oferecer oportunidades de vínculos mais profundos, humanizando as relações dentro e fora da empresa e propondo soluções para a sociedade.

Motivações Individuais

- **Desenvolvimento Pessoal** – adquirir novas experiências, conhecer novas realidades e desenvolver novos talentos, habilidades e liderança. Também desenvolver autoestima, conhecer novas pessoas, fazer amigos e ampliar a rede de conhecimento.
- **Cidadania** – participar da construção de uma sociedade mais justa, equilibrada e igualitária. Buscar soluções para os problemas sociais.
- **Valores** – possuir valores de amor ao próximo, direitos humanos e solidariedade.
- **Fazer a diferença** – querer contribuir de alguma forma para fazer a diferença e saber que está promovendo a melhoria da qualidade de vida de alguém.

- **Retribuição** – gratidão por ter recebido e se sentir capaz de devolver para sociedade em forma de participação social. Oportunidade de retribuir, minimamente, à sociedade o que tem e recebeu em ambiente pessoal e profissional privilegiado de recursos e informações.
- **Compromisso com o futuro** – acreditar que vale a pena trabalhar por um mundo melhor, que será deixado para filhos, netos e gerações futuras.

Motivações Empresariais

- **Valorização junto ao público interno** – contribuir prioritariamente para motivação, participação, respeito e admiração de seus funcionários.
- **Desenvolvimento de pessoas** – implementar iniciativas de fortalecimento de educação e liderança do seu público interno.
- **Relacionamento com públicos de interesse** – reafirmar seu compromisso ético, de relações duradoras e de confiança com os seus públicos de interesse.
- **Cultura organizacional** – inserir valores de responsabilidade individual e social na cultura da empresa.
- **Participação social** – Contribuir para o desenvolvimento da comunidade/ sociedade e contribuição com causas sociais relevantes.
- **Reputação e imagem** – consolidar sua reputação como empresa socialmente responsável e fortalecer o posicionamento de suas marcas.

Cuidados Necessários

- **Público Beneficiário** - Ao estabelecer um Programa de Voluntariado Empresarial, a empresa deve escolher seu público beneficiário. As diretrizes do Programa devem definir claramente quais impactos positivos pretendem causar e delimitar os limites das responsabilidades de todos os envolvidos. O público beneficiário não deve ser “usado” apenas para construção de reputação e imagem da empresa. É necessário entender que o atendimento às demandas e às necessidades do público beneficiário é a principal condição para o desenvolvimento de um programa consistente e eficiente.
- **Formação do Voluntário** - Embora os funcionários que se inscrevem em Programas de Voluntariado Empresarial tenham boa vontade e consciência social desenvolvida, a informação e a formação são extremamente necessárias para a boa execução de qualquer trabalho voluntário.
- **Conciliação de Interesses** - A empresa deve ter muita transparência ao comunicar para os voluntários quais são suas reais intenções ao estabelecer um Programa de Voluntariado. E o voluntário também deverá contar com todo o apoio da empresa, mas a sua principal motivação é contribuir para alguma causa social. O Programa de Voluntariado não deve ser usado para nenhuma outra finalidade que não tenha como alicerce a transformação social. Apesar de ter muitos outros ganhos adicionais, o maior ganho deverá ser sempre para a comunidade atendida.
- **Pontos adicionais** - A empresa deve estar atenta para que gestores não induzam seus subordinados a participarem do Programa de Voluntariado. Os funcionários não devem usar o Voluntariado para promoções e “marketing pessoal”. A causa social deve ser sempre muito bem compreendida por todos os envolvidos. E a alta direção da empresa, ao apoiar o programa, deve mostrar que se trata de um programa empresarial que trará ganhos variados para empresa, funcionários e comunidade.

Voluntariado em projetos para crianças e adolescentes

Adultos produtivos, conscientes e capazes de construir uma sociedade mais justa e sustentável são o resultado de um desenvolvimento infantil saudável, afetuoso e seguro. Garantir o desenvolvimento integral de crianças e adolescentes é dever e responsabilidade de toda a sociedade. Diante disto, existem muitos projetos voltados para a infância e a adolescência que buscam promover e oferecer as melhores condições de desenvolvimento possível.

Atuar em projetos que beneficiem crianças e adolescentes pode significar o investimento no presente e no futuro, e são diversas as possibilidades e as áreas de atuação: educação, esportes, cultura e arte, cuidados com a saúde, inclusão digital, educação ambiental, entre outras.

As crianças e os adolescentes têm a capacidade de responder e corresponder aos estímulos recebidos com rapidez. Embora seja muito atrativo fazer trabalho voluntário para essa faixa etária, existem questões que vão desde diversidade e inclusão até o uso de metodologias mais adequadas para esse público, que precisam ser passadas para os voluntários por meio de um processo bem estruturado de capacitação prévia.

Adicionalmente, a vulnerabilidade desse público é outra questão que não pode deixar de ser considerada. A empresa tem como responsabilidade selecionar voluntários com um perfil adequado para o trabalho com crianças, para que não haja exposição a riscos diante de uma pessoa despreparada ou com comportamentos inadequados.

Em resumo, as crianças e os adolescentes:

- Formam o maior público-alvo dos Programas de Voluntariado;
- Dispõem de organizações sociais dedicadas à sua proteção e ao seu desenvolvimento;
- São vulneráveis a riscos contidos na ação, caso o voluntário não tenha o perfil adequado para atuar.

Por onde começar?

Passo a Passo

PASSO 1 - Diagnóstico

- **Diagnóstico** – esta etapa serve para legitimar as escolhas que serão feitas no projeto. É nesse momento que parcerias e ações são escolhidas; que é estabelecida a visão de voluntariado da empresa; que os riscos são minimizados; e que é tomada a decisão sobre se haverá alinhamento estratégico com o negócio.

- **Levantamento de expectativas** - é muito importante saber que, para fazer um bom diagnóstico, é preciso considerar as demandas das três partes interessadas: Empresa, Funcionários e Comunidade. Somente conhecendo as expectativas e as necessidades das três partes será possível construir um planejamento que seja reconhecido por todos os interessados. Se a empresa souber equilibrar os interesses, ela terá: a comunidade reconhecendo os benefícios, a empresa reconhecendo e apoiando a iniciativa, e os funcionários aderindo a ela e satisfeitos. Antes de iniciar o planejamento, é preciso buscar respostas para as seguintes perguntas:

- **Empresa**

- O que a empresa espera deste programa?
- Qual é o principal motivo para estabelecer um programa de voluntariado?
- A missão e os valores da empresa são compatíveis com um programa de voluntariado? Existe algum tipo de relação?
- O clima organizacional é favorável?
- Irá destinar um orçamento específico ao programa?
- Está disposta a ceder horas para o trabalho voluntário?

- Entende os benefícios advindos do programa?
- Deseja incluir familiares, fornecedores, clientes, etc?

- **Funcionários**

- Quais são os principais interesses dos funcionários?
- Qual é o seu histórico de participação em ações voluntárias? (campanhas pontuais de doação, participação em eventos sociais, outras ações)
- Qual é seu histórico de trabalho em equipe na empresa?

- **Comunidade**

- Quais são as maiores demandas da comunidade?
- Que tamanho tem esta comunidade?
- A que distância fica da(s) unidade(s) da empresa?
- Já existem outros projetos e organizações sociais nesta comunidade? Quais são e o que fazem?
- Qual a capacidade de gestão e recepção de voluntários?
- Algum histórico de conflito anterior da comunidade com a empresa?

- **Diretrizes Empresariais** – esta fase é muito importante e a empresa deve fazer algumas definições no Programa de Voluntariado. A empresa deve definir neste momento se deseja ter um alinhamento do programa com as estratégias de negócio da empresa, e isto precisa ser objeto de uma ampla discussão interna. Independentemente da empresa optar por ter esse alinhamento, é necessário que o programa esteja ajustado com as seguintes diretrizes: Responsabilidade Social e Ambiental, Recursos Humanos e Investimento Social. Desta maneira, a empresa maximiza os impactos positivos do programa.

- **Política de Voluntariado Empresarial** – é aconselhável que a empresa adote uma política específica para o Voluntariado. Ela deverá estar alinhada com todas as outras existentes na empresa, e deverá conter os seguintes pontos:

1. Introdução;
2. Objetivo;
3. Abrangência;
4. Data de implementação;
5. Compromissos;
6. Conceitos;
7. Princípios;
8. Diretrizes do Voluntariado.

A política deverá ser assinada pela direção da empresa e ser amplamente divulgada em todos os meios de comunicação usados internamente. Também é recomendado que esteja anexada ao *Manual do Voluntariado*¹. Todos os voluntários deverão conhecê-la. A política serve para fundamentar o trabalho, explicitar o compromisso da empresa com o Voluntariado e arbitrar conflitos, disputas de interesse, etc.

- **Foco de atuação** – Após realizada a pesquisa e com as diretrizes empresariais claras, o foco de atuação começa a ser esboçado. É recomendável que essa decisão não seja tomada apenas por uma pessoa, mas que haja envolvimento de outras áreas da empresa: Recursos Humanos e desenvolvimento de pessoas, Responsabilidade Social, Departamento Jurídico, Diretoria, Área de Compliance² e alguns representantes dos funcionários.
- **Definição de parceria** – A empresa pode optar por fazer uma parceria com a comunidade, organizações sociais ou Instituição Pública. Essa definição é estratégica e fará diferença. Se a empresa optar por trabalhar com crianças e adolescentes e não tiver o conhecimento necessário para esta atuação, é aconselhável que busque uma organização social que tenha experiência no atendimento. Tal escolha deve ter um processo muito criterioso, já que esta parceria deverá ser duradoura e gerar impactos positivos para todos.

¹ Manual do Voluntariado - documento escrito, que tem por objetivo trazer informações relevantes e orientativas para o voluntário.

² A função do compliance officer é conhecer e disseminar os princípios e diretrizes de atuação da empresa, treinar funcionários para que tenham conhecimento dos princípios éticos da empresa. É sua obrigação fazer com que os funcionários conheçam as regras e tenham uma conduta adequada ao fazer negócios em nome da empresa.

Pesquisa de Interesse

A empresa deve realizar uma pesquisa com os seus funcionários que revele suas áreas de interesse e em que eles tenham vontade de trabalhar, tais como: educação (básica, reforço escolar, música, arte, esportes, leitura, etc.), tecnologia, saúde, meio ambiente, etc.

É preciso definir a faixa etária que deseja atender: crianças até 6 anos, crianças de 7 a 11 anos, adolescentes de 12 a 18 anos, adultos, idosos.

As instituições: escolas, hospitais, ONGs, centros comunitários, etc.

Público beneficiado: enfermos, estudantes, crianças em idade pré-escolar, pessoas com deficiência, etc.

Também é possível saber, através desta pesquisa, se o funcionário já faz algum trabalho voluntário ou se conhece alguma organização social na comunidade.

Fica a dica #1

A fase de diagnóstico deverá ser feita com bastante planejamento e um cuidado extremo para que se implante um Programa de Voluntariado Empresarial pautado em pré-requisitos básicos, identificação de demandas e necessidades, viabilidade econômica e, condições apropriadas para a execução.

A construção do Marco Zero do projeto proporcionará comparabilidade e avaliações de impacto e melhorias que o programa venha a precisar no futuro.

É nesta fase também que se conhecem os interesses das três partes: Empresa, Funcionários e Comunidade.

PASSO 2 - Planejamento

Esta fase definirá os componentes básicos do programa, a saber:

- O que será feito (etapas);
- Por que será feito (justificativas);
- Por quem será feito (responsabilidade);
- Onde será feito (local);
- Quando será feito (tempo);
- Como será feito (método);
- Quanto investir (orçamento).

O que será feito

Define as etapas e os objetivos do Programa de Voluntariado.

Devem ser analisados:

- os dados do diagnóstico;
- a *expertise* do negócio;
- o perfil dos voluntários;
- as necessidades e as demandas da comunidade.

É nesta fase que se decide qual tipo de atividade será oferecida para os voluntários atuarem: algumas empresas oferecem ações contínuas, e outras, ações pontuais. Também são estudados os riscos e as vulnerabilidades do projeto, além das parcerias que serão necessárias e de quais compromissos serão assumidos pelas três partes interessadas: Empresa, Funcionários e Comunidade.

Por que será feito

Nesta etapa, toda argumentação para a implantação do programa deverá ser listada, compreendida e aprovada. A justificativa deve conter claramente a identificação das oportunidades do **Programa de Voluntariado**. Deve declarar também o que a empresa ganhará com este programa, ou seja, que impacto positivo terá na reputação, retenção de talentos, melhoria do clima organizacional, orgulho de pertencer à empresa e melhor alinhamento interno entre o negócio e a Responsabilidade Social.

Ações Contínuas – envolvem formação de voluntários. A transformação e o impacto positivo social possuem metas e são avaliados. Os programas que possuem ações contínuas aproximam a empresa e os voluntários da comunidade, e criam elos entre as partes.

Ações Pontuais – as ações realizadas pontualmente geram menor impacto positivo. Apresentam a chance para novos voluntários experimentarem e se envolverem posteriormente em ações contínuas.

Por quem será feito

A definição clara das responsabilidades dos gestores do programa é um tema de alta relevância. Nesta fase, são decididas quantas e quais pessoas serão necessárias para a viabilidade do programa. Três temas importantes deverão ser definidos:

- **Equipe Gestora** – poderá ser uma única pessoa ou um grupo de pessoas de um departamento gestor, que não deverá ser confundido com o Comitê de Voluntariado. Em muitos casos, o gestor ou a equipe gestora contam com uma consultoria especializada. São os executivos do projeto e tomam decisões estratégicas. Têm responsabilidade pelo bom andamento do projeto.
- **Comitê de Voluntariado** – é aconselhável que a empresa forme um Comitê de Voluntariado. Uma das principais vantagens é ter um grupo expressivo de pessoas pensando na estratégia das ações, o que traz legitimidade para a atuação voluntária. A representatividade é garantida e o Programa tem maiores oportunidades de divulgação e disseminação. Esse comitê deverá ter como principais atribuições: atividades estratégicas (definição das ações, formas de monitoramento e avaliação) e atividades operacionais (comunicação e disseminação). Um cuidado a mais deverá ser tomado ao montar o Comitê, buscando representantes em áreas que

podem contribuir efetivamente: Recursos Humanos e Desenvolvimento de Pessoas, Departamentos Jurídico e Legal, Área de Saúde e Qualidade de Vida, Diretoria (pelo menos um representante), Sustentabilidade, Responsabilidade Social, Planejamento Estratégico. Também é aconselhável variar no nível hierárquico dos componentes do Comitê, para que ele possa refletir verdadeiramente a empresa.

- **Parceiros Externos** – a empresa pode recorrer a uma consultoria externa para ser a gestora do programa ou mesmo fazer uma parceria com uma organização social que já possua um Programa de Voluntariado. Caso a empresa opte por ter parceiros externos, eles deverão ter uma linha de comunicação permanente com a empresa e apresentar relatórios constantes sobre o andamento do programa.

Onde será feito

A melhor opção para atuação dos voluntários é sempre nas proximidades de suas unidades empresariais. Isso facilita a locomoção dos voluntários e gera oportunidade de melhorias na comunidade do entorno. Caso a empresa opte apenas por atuar em áreas de abrangência maior, ela poderá providenciar o transporte até o local de atuação.

Quando será feito

É importante estabelecer um prazo para a atuação dos voluntários, que poderá ser curto, médio ou longo. As atuações de curto prazo normalmente são pontuais. Já as de médio e longo prazos trazem impactos maiores tanto interna como externamente.

A empresa deve ter uma análise da causa e das origens da demanda. Deve também compreender que a relação empresa/comunidade (ou organização social) é pautada por compromissos, e ela não pode virar as costas para a causa do dia para a noite.

É importante nesta fase de planejamento saber quanto tempo a empresa precisa para obter os resultados esperados e já informar a comunidade (ou organização social) sobre sua decisão. Desta forma, evita desgastes futuros e relações estremecidas.

O tempo de participação do voluntário é definido por ele, porém a Política de Voluntariado deverá estabelecer um número de atuações mínimas e informar que, caso não sejam efetuadas as ações mínimas estipuladas, o voluntário poderá ser desligado.

Dois documentos importantes para a determinação do tempo que o voluntário permanece no programa são o Termo de Adesão (ANEXO 2) e o Termo de Desligamento (ANEXO 3).

Voluntariado com planejamento

Uma empresa do setor alimentício e com uma Fundação Empresarial decidiu organizar um Programa de Voluntariado. Precisou de uma consultoria externa para elaborar seu programa, que teve as seguintes diretrizes:

- Os voluntários fariam as ações através da Fundação da Empresa;
- O programa teria como foco alimentação saudável e equilibrada;
- As atuações ocorreriam em ONGs e Escolas Públicas;
- Todos os voluntários participariam de atividades de formação, seriam monitorados e avaliados;
- As avaliações quantitativas e qualitativas seriam feitas tanto interna como externamente;
- O programa teria um ciclo de 3 anos (tempo que foi considerado adequado para se obter o resultado esperado no programa). Após este ciclo, novas escolas e ONGs seriam as parceiras do programa.

Como deve ser feito

Nessa fase do planejamento, a empresa decide o método que usará para estabelecer o programa: o modelo de atuação. Esse modelo pode ser criado pela empresa ou pode ser estabelecido pelo parceiro, caso a atuação seja feita com uma ONG, por exemplo. É nesse momento que se decide: formato da atuação, tempo de duração da ação, deslocamento de voluntários e outros detalhes que tratamos a seguir.

- **Sensibilização dos funcionários** – a empresa inicia a divulgação de seu Programa de Voluntariado informando qual causa está abraçando, as justificativas do programa, e convoca os funcionários para assumirem responsabilidade individual.
- **Capacitação** – existem várias ferramentas de capacitação, sendo as mais comuns: capacitações técnicas com orientações sobre o trabalho voluntário; *workshops* sobre temas específicos; encontros para troca de experiências; grupos de estudos; comunicações com matérias, entrevistas e artigos nos canais de comunicação da empresa; plantões de dúvidas; audioconferências ou videoconferências, e encontros semestrais ou anuais com voluntários. Um modelo de avaliação para ser aplicado em uma oficina de capacitação, está disponível no **(ANEXO 5)**.
- **Acompanhamento e monitoramento do programa** – os voluntários precisam ser acompanhados ao longo do programa e existem também algumas maneiras de fazer esse acompanhamento: criação de coordenadores de voluntários por regiões (caso o programa tenha um tamanho que exceda uma unidade da empresa); relatórios estruturados (em papel, por *e-mail*, na intranet ou portal) e reuniões entre empresa, voluntários e a instituição que recebe os voluntários.
- **Reconhecimento e valorização** – é nesta fase que a empresa estabelece como o voluntário será reconhecido e valorizado. Isso é um importante fator de incentivo e ajuda para manter voluntários engajados e satisfeitos

com o programa. Algumas ferramentas são: distribuição de brindes, encontros de Celebração (Dia Nacional do Voluntariado – dia 28 de agosto. Dia Internacional de Voluntariado - dia 5 de dezembro), encontros com o Presidente (café da manhã, almoço, etc...), divulgação das ações voluntárias dos funcionários nos canais de comunicação da empresa, entre outros.

É possível também estabelecer critérios de reconhecimento, que devem ser amplamente divulgados para os voluntários, tais como: número de atuações voluntárias, número de pessoas beneficiadas pelo programa, inovações propostas pelos voluntários, sugestões de melhoria. Todos os critérios devem ser cuidadosamente pensados e é preciso ter um sistema de captação das informações necessárias para fazer a análise e tomar a decisão sobre quais voluntários serão reconhecidos. Outra forma de reconhecimento é permitir que os próprios voluntários escolham quais voluntários merecem ser reconhecidos.

Quanto investir

Esse item do planejamento é o que definirá o tamanho do orçamento do Programa de Voluntariado, e deve ser discutido com a empresa como qualquer outra verba destinada a seus projetos. Algumas empresas dispõem de verba anual e outras ainda destinam um prêmio em dinheiro para projetos que sejam reconhecidos mediante uma premiação que pode também incluir compra de produtos, serviços ou infraestrutura para a instituição beneficiada.

É aconselhável que a verba do Programa de Voluntariado seja exclusiva, somente assim é possível garantir que tudo o que foi planejado será executado. É também importante detalhar cada possível gasto ou necessidade do programa, como, por exemplo, o transporte dos voluntários.

É nesta fase do planejamento também que ocorrerá a decisão sobre se será feito um seguro específico para o Programa de Voluntariado ou se já existe na empresa um seguro que cubra eventuais acidentes. Há que tomar cuidado

para gastos não planejados, e é aconselhado deixar uma verba reservada para este fim. Para garantir essa verba, existem alguns argumentos que podem ajudar na aprovação:

- Demonstração de desenvolvimento de competências e habilidades dos funcionários que participam do programa.
- Alinhamento com os objetivos estratégicos da empresa.
- Inclusão, na pesquisa de clima organizacional, de uma pergunta sobre a participação do funcionário no programa, e análise do cruzamento dessa informação com o nível de satisfação deste funcionário.
- Apresentação da metodologia de avaliação do programa com resultados mensuráveis por indicadores internos e externos.
- Estudo comparativo, entre outros programas da empresa.
- Impacto da ação desenvolvida na comunidade beneficiada.

Fica a dica #2

O planejamento é a base de sucesso de qualquer projeto dentro da empresa. É importante realizá-lo antes do início das atividades do Programa de Voluntariado. A seguir estão listados alguns cuidados necessários para garantir sua efetividade:

- Participação – envolver áreas e pessoas neste planejamento;
- Compreensão do momento que a empresa está vivendo e realização de um planejamento adequado à realidade;
- Conciliar interesses e equilibrar o ganho entre a empresa, os funcionários e a comunidade.
- Transparência – ser o mais transparente possível e usar a comunicação como ferramenta ativa.
- Valor – não subestime o valor do programa. As empresas costumam alocar suas verbas no que consideram importante, portanto, no planejamento, mostre o valor que este programa trará para a empresa e a necessidade de se fazer o investimento.

**Comunicação:
informar para
formar e formar
para transformar.**

PASSO 3 - Comunicação

Fazer a gestão de um Programa de Voluntariado pressupõe gerir toda uma rede de comunicações que traz em si desafios enormes, tornando a comunicação uma ferramenta essencial. As pessoas são “bombardeadas” por muitas informações e competir por sua atenção não é tarefa fácil. Por isso, é necessário criar uma estratégia de comunicação do programa que considere esses desafios e tenha objetivos claros. A estratégia de comunicação deve informar para formar e formar para transformar. As fases do Programa de Voluntariado mais importantes para levar em conta ao definir as estratégias de comunicação são:

Sensibilização e Mobilização

A convocação para o trabalho voluntário deve atrair, cativar e ajudar o funcionário a entender o que é a atuação voluntária, quais são as oportunidades de atuação e por que a empresa está criando o programa. Na sensibilização, é necessário incluir:

- Identidade visual do Programa de Voluntariado;
- Campanha de comunicação, com as oportunidades de atuação, mostrando a importância da participação dos funcionários e o que é preciso para participar;
- Explicação sobre a diferença entre Filantropia (e doações) e a atuação voluntária;
- Gestão do tempo – comunicação de quantas horas o funcionário irá gastar para a atuação voluntária e mostrar qual será a contrapartida da empresa (além de promover todo o material necessário para a atuação, responsabilizar-se pelo transporte, é aconselhável que a empresa ceda algumas horas do período laboral para que as atuações de voluntariado possam ser realizadas). Apresentação de dicas sobre como administrar o tempo e as atividades voluntárias.

Manutenção do Programa

Nesta fase, a comunicação deverá estar voltada para os três atores do programa: Empresa, Funcionários e Comunidade (ou organização social).

- **Empresa** – deve receber informações sobre destaques do programa e também sobre a causa, o que ajuda a consolidar a importância da causa apoiada.
- **Funcionários** – devem receber informações sobre dicas de como melhor atuar, ações que estão ocorrendo e outras informações pertinentes e relacionadas com a causa do programa. Cabe aqui também troca de experiências entre voluntários.
- **Comunidade** (ou organização social) – deve receber informações sobre o andamento do programa e também informações relevantes sobre a causa.

Avaliação e Reconhecimento

A comunicação feita nesta fase tem um caráter de prestação de contas e também de valorização da atuação voluntária. Quanto mais transparente for essa informação, maior será a credibilidade do programa. Aqui também a comunicação deve ter como destinatários os três atores: Empresa, Funcionários e Comunidade (ou organização social), e a comunicação precisa ser adequada à realidade de cada público.

Meios de comunicação

Todos os meios de comunicação da empresa devem estar incluídos no projeto de comunicação do programa, mas é possível também se pensar em meios alternativos para alavancar e chamar a atenção dos receptores da comunicação, tais como “performances”, colocação de adesivos em elevadores, móveis espalhados pela empresa, brindes surpresa nas mesas dos funcionários e muitas outras ferramentas que poderão ser sugeridas por profissionais. A comunicação com os voluntários poderá também ter canais exclusivos na intranet, como a criação de um portal e a utilização de redes sociais. A cultura da empresa ajudará nesta definição.

Cronograma de Comunicação

Deverá ser elaborado um calendário para ser incluído no cronograma de comunicação da empresa. Esse alinhamento é necessário para que não haja conflitos ou sobrecarga de informações. O cronograma também tem o papel de criar um fluxo de informação que deixará o Programa de Voluntariado sempre presente nas mentes dos interessados.

Termo de autorização de uso de imagem e voz

É muito importante respeitar a Lei Brasileira que rege o uso de imagem e voz de pessoas. Portanto, é necessário tomar todas as precauções para evitar riscos futuros. É aconselhável já constar no Termo de Adesão (ANEXO 2) a autorização para divulgação de imagem e voz dos voluntários (ANEXO 4). Com relação a imagens e voz dos beneficiários da instituição, o mesmo cuidado deve ser tomado, especialmente quando se trata de crianças e adolescentes. O departamento jurídico da empresa poderá colaborar na confecção dessa autorização.

O porta-voz do Programa do Voluntariado

O projeto de comunicação deverá designar quem será o porta-voz do programa e capacitá-lo para exercer essa função. Esse cuidado previne mal entendidos ou informações conflitantes quando a empresa se comunica externamente. Os voluntários também deverão ser informados sobre acerca de quem fala sobre o programa.

Fica a dica #3

Para utilizar a Comunicação como uma ferramenta importante para o fortalecimento do Programa de Voluntariado, devem-se seguir algumas orientações: considerar três receptores da comunicação – Empresa, Funcionários e Comunidade (organização social); ter um calendário de comunicação (cronograma); considerar linguagens diversas para diferentes públicos; e ter profissionais de comunicação elaborando o Projeto de Comunicação.

PASSO 4 - Avaliação e Monitoramento

Esta é a fase do programa que dará subsídios para a análise do sucesso e do replanejamento, caso seja necessário. É um mecanismo importante para medir o impacto do programa perante a empresa, os funcionários e a comunidade (organização social). A avaliação e o monitoramento permitem a legitimação e o reconhecimento do programa.

No processo de avaliação, pode-se definir o grau de eficiência, eficácia e efetividade do programa. Embora similares, os três conceitos podem ser verificados de forma independente na avaliação. É possível ser eficiente, sem ser eficaz ou efetivo, e assim por diante. O melhor resultado possível é conseguir ser eficiente, eficaz e efetivo.

Avaliação

Existem vários **tipos de avaliação** e eles podem ser usados em momentos distintos do programa:

- **Marco Zero** – deve ser feito antes de iniciar o programa. Permite avaliar a situação atual e é utilizado para comparação futura, possibilitando análise da evolução dos resultados.
- **Avaliação de Resultado** – deve ser feita ao final do programa. E deve avaliar se os objetivos propostos no início do processo foram atingidos. Isto identifica a eficiência e eficácia do programa.

Abrange dois tipos de avaliação: **qualitativa** (como o próprio nome diz – avalia a qualidade do programa: quais são os problemas enfrentados e o que é possível mudar com a atuação dos voluntários); e **quantitativa** (avaliação numérica, que pode incluir: número de voluntários atuantes, número de pessoas beneficiadas pelo programa, etc.).

Um bom programa de avaliação inclui **metas** bem definidas e quantificadas, **indicadores** que ajudam a identificar se as metas foram atingidas ou não, e

instrumentos de coletas de dados e meios de verificação. Os objetivos da avaliação devem ser específicos, mensuráveis, atingíveis, relevantes e temporais. As metas estabelecidas na avaliação de resultados devem considerar: o desenvolvimento da comunidade (instituição), o número de voluntários, o desenvolvimento dos voluntários e o retorno para a empresa.

- **Avaliação de Impacto** – deve ser feita ao final do programa. Analisa as mudanças na realidade local e verifica se o Programa produziu alterações em determinadas condições da comunidade (ou organização social) beneficiada. A análise de dados é complexa e deseja medir mudanças, resultados duradouros e benefícios recebidos. Nessa avaliação, também são consideradas as alterações não esperadas provocadas pelo programa, que podem atingir além do público beneficiário.

A visão mais contemporânea dos benefícios gerados para a empresa inclui os resultados de Programas de Voluntariado como parte importante da avaliação de seu desempenho. Os benefícios promovidos pelo programa podem ser assim divididos:

- Para os **funcionários** (público interno) devem ser avaliados: grau de motivação, confiança e satisfação, e também o nível de colaboração entre diversos setores e níveis hierárquicos. Também podem ser avaliados os aprendizados e experiências advindos da ação voluntária, e a sua influência sobre sua carreira e empregabilidade. É possível avaliar os benefícios recebidos na sua vida pessoal, tais como: maior compreensão da sociedade, desenvolvimento de habilidades e competências para se relacionar e envolvimento com a família.

- Para a **comunidade** (público beneficiário), é necessário observar se houve atendimento das demandas e necessidades priorizadas no programa, bem como o equacionamento de problemas.

– Para a **empresa**, além dos benefícios gerados junto aos funcionários (desenvolvimento de habilidades e competências), deve ser avaliado se o programa contribui prioritariamente para motivação, participação, respeito e valorização de seus funcionários, se insere valores de responsabilidade individual e social na cultura organizacional, se desenvolve e implementa iniciativas de fortalecimento de educação e liderança do seu público interno; se promove e incentiva a cultura de cidadania; se reafirma seu compromisso ético, de relações duradoras e de confiança com os seus stakeholders (partes interessadas), e se consolida sua reputação e imagem.

Monitoramento

É feito para avaliar se as ações implantadas estão no caminho correto e se estão ocorrendo avanços em relação aos objetivos propostos, bem como identificar os ajustes que deverão ser feitos. Os instrumentos de monitoramento mais comumente utilizados são: lista de presença, ficha de avaliação e diário de bordo ou relatório de atividades.

Na fase de monitoramento, é importante ter indicadores que representarão a forma de mensurar o desempenho e o atingimento de metas estabelecidas, que podem ser quantitativas ou qualitativas.

É importante também monitorar a participação da comunidade no programa. Pode-se criar uma ficha de avaliação para que, a cada atividade, a comunidade (ou organização social) relate o que achou da ação voluntária. Além da possibilidade de elaboração de questionários mensais.

Fica a dica #4

A avaliação é o meio de fortalecer a gestão do programa, realizar análises e aprendizados e igualmente fortalecer a mobilização com diferentes *stakeholders*; tem também o objetivo de aprimorar o programa e ganhar efetividade. Já o monitoramento é a ferramenta para acompanhamento das ações, possibilitando corrigir os caminhos ao longo do tempo, ajuda a refletir sobre a ação e a aperfeiçoá-la. São complementares e uma não exclui a outra.

Eficiência – Relacionada ao desempenho para se atingir a finalidade e os objetivos. Utilização de recursos financeiros, tempo, pessoal envolvido, os conflitos resultantes das ações, etc. Ser eficiente é realizar da melhor forma possível.

Eficácia – Relacionada à capacidade de realizar os objetivos, de fazer o que é preciso, escolhendo os melhores meios, confirmando a qualidade do planejamento. Ser eficaz é fazer a coisa certa de forma certa.

Efetividade – Relacionada à capacidade de atingir os resultados esperados, de gerar a transformação pretendida.

**Reconhecimento:
agradecimento e
incentivo.**

PASSO 5 - Reconhecimento

As ações de reconhecimento para os funcionários são uma forma de agradecer pela dedicação e pelo esforço dispendidos no programa. É também uma forma de incentivo à participação. É preciso tomar cuidado para que o reconhecimento não seja mais atraente do que a própria atuação. A chave do sucesso do programa é a satisfação obtida na atuação. Algumas vezes as empresas querem tanto atrair voluntários que estabelecem prêmios de valor alto e acabam atraindo pessoas muito mais interessadas no prêmio do que na ação voluntária em si.

As ações de reconhecimento deverão trazer respostas para as seguintes perguntas:

- Qual a importância do reconhecimento?
- Em que momentos deve ser reconhecido o trabalho realizado?
- Qual é o principal ponto de atenção que se deve ter ao reconhecer funcionários-voluntários?

- Por que é importante também reconhecer os parceiros externos do programa e como isso pode ocorrer?
- Por que é importante reconhecer os envolvidos no Programa de Voluntariado ao longo de sua realização, e dar visibilidade às ações realizadas?

É importante promover ações de reconhecimento voltadas aos gestores dos voluntários. Eles podem facilitar ou impedir a atuação de seus funcionários, e é importante valorizar os gestores que compreendem e apoiam o Programa de Voluntariado.

O reconhecimento dos membros do Comitê de Voluntariado pode acontecer de várias formas, mas a mais utilizada é a valorização dessas pessoas nos eventos de celebração do programa. Os parceiros externos devem também ser reconhecidos. Se for possível, inclua-os nas celebrações ou envie uma carta de agradecimento pela parceria.

Fica a dica #5

O Programa de Voluntariado é um projeto empresarial e que traz muitos benefícios, e algumas maneiras de destacar esse reconhecimento são:

- Envolver a alta direção nas ações de reconhecimento.
- Levar a alta direção para visitar o projeto e acompanhar alguma atuação voluntária.
- Apresentar resultados do Programa de Voluntariado em reuniões executivas importantes.
- Aproximar a direção da empresa da direção da instituição ou dos líderes comunitários parceiros.

“O voluntário não é aquele que trabalha quando quer, mas aquele que trabalha porque quer!”

PASSO 6 - Aspectos Jurídicos

Existem vários aspectos jurídicos a serem considerados em um Programa de Voluntariado e conhecer estas questões é crucial para a implantação e a gestão. Envolver o Departamento Jurídico desde o planejamento é importante e, caso não seja possível, é recomendável contratar um escritório de advocacia externo para evitar muitos problemas futuros.

Lei do Voluntariado

Regula as relações entre voluntários e instituições beneficiárias, não estabelecendo distinção entre voluntários independentes e aqueles que fazem parte de um Programa de Voluntariado Empresarial.

É importante que a empresa tenha claro que as diferenças entre a CLT (*Consolidação das Leis de Trabalho* – Lei 5.452 / 1º de maio de 1943) e a Lei do Voluntariado (Lei 9.608/ 18 de fevereiro de 1998) **(ANEXO 1):**

- **CLT** – o trabalho é realizado com continuidade, o trabalhador recebe direção e gestão, existe a exigência de registro em carteira de trabalho e a remuneração é obrigatória.
- **Serviço Voluntário** – o trabalho é realizado com a frequência estipulada no Termo de Adesão, o voluntário recebe orientações de acordo com as normas internas da empresa e da instituição beneficiária, a formalização se dá através da assinatura do Termo de Adesão e não há remuneração.

Termo de Adesão (ANEXO 2)

É um requisito legal e deve ser firmado entre o voluntário e a instituição para quem ele presta serviço voluntário. Embora as empresas não sejam obrigadas a manter cópias desses documentos, é recomendável que o façam, pois podem ser considerados como provas de que o Termo

foi firmado entre seu funcionário e a instituição. Não é permitida a assinatura deste Termo com a empresa, porque todo trabalho para ela realizado deverá necessariamente ser remunerado. Caso a empresa possua um instituto ou uma fundação, o Termo de Adesão poderá ser firmado entre essas partes.

Todos os instrumentos legais e regulatórios que darão respaldo ao bom funcionamento de um Programa de Voluntariado Empresarial devem seguir alguns princípios básicos e definir direitos e responsabilidades, descritos a seguir.

Fica a dica #6

- A contratação de uma assessoria externa para apoio jurídico especializado pode garantir o bom relacionamento entre as partes e reduzir riscos trabalhistas.
- Avaliar a possibilidade de contratar um seguro para cobrir eventualidades com funcionários voluntários.
- A empresa deve conhecer quais são os direitos e deveres – dela própria e do voluntário.

Pontos de Destaque

- O voluntário é sempre o funcionário e não a empresa.
- Os institutos e as fundações das empresas podem receber voluntários sem correr riscos trabalhistas.
- Podem também participar do Programa de Voluntariado: estagiários, aposentados, familiares e terceiros.
- Crianças e adolescentes não podem assinar o Termo de Adesão e nem exercer trabalho voluntário.
- Horas de trabalho voluntário não são consideradas horas extras de trabalho remunerado, mas podem ser realizadas durante o expediente, caso a empresa libere o funcionário para essa finalidade.

Princípios Básicos

- Reconhecer e respeitar a dignidade e a cultura de cada ser humano;
- Reconhecer o direito de cada homem e/ou mulher de se reunir(em) livremente, sem distinção de raça, religião, condição física, social, econômica ou outra;
- Oferecer seus serviços aos demais, sem qualquer remuneração, individualmente ou através do esforço conjunto;
- Detectar as necessidades e estimular a participação da comunidade na resolução dos próprios problemas;
- Promover a responsabilidade social, a participação cidadã, a comunidade e a solidariedade;
- Melhorar a qualidade de vida, fornecendo respostas aos grandes desafios sociais do mundo de hoje.

Direitos e Responsabilidades

Todo voluntário tem **Direito** a:

- Desempenhar uma tarefa que o valorize e seja um desafio para ampliar e desenvolver habilidades;
- Receber apoio no trabalho que desempenha (capacitação, supervisão e avaliação);
- Ter a possibilidade da integração como voluntário na instituição na qual presta serviços, ter as mesmas informações que o pessoal remunerado e descrições claras de tarefas e responsabilidades;
- Participar das decisões;
- Contar com os recursos indispensáveis para o trabalho voluntário;

- Respeito aos termos acordados quanto à sua dedicação, tempo doado, e não ser desrespeitoso na disponibilidade assumida;
- Receber reconhecimento e estímulo;
- Ter oportunidades para o melhor aproveitamento de suas capacidades, recebendo tarefas e responsabilidades de acordo com os seus conhecimentos, experiências e interesses;
- Ambiente de trabalho favorável por parte do pessoal contratado pela instituição na qual será desenvolvido o trabalho voluntário.

Todo voluntário tem a **Responsabilidade** de:

- Conhecer a instituição e/ou a comunidade onde presta serviços (a fim de atuar levando em conta a realidade social) e as tarefas que lhe foram atribuídas;
- Escolher cuidadosamente a área em que deseja atuar conforme seus interesses, objetivos e habilidades pessoais, garantindo um trabalho eficiente;
- Ser responsável no cumprimento dos compromissos contraídos livremente como voluntário. Só se comprometer com o que de fato puder fazer;
- Respeitar valores e crenças das pessoas de forma aberta e flexível;
- Trabalhar de maneira integrada e coordenada com a entidade onde presta serviço;
- Manter os assuntos confidenciais em absoluto sigilo;
- Acolher de forma receptiva a coordenação e a supervisão de seu trabalho;
- Usar de bom senso para resolver imprevistos, além de informar os responsáveis.

Conclusão

Abordamos aqui somente o ponto de vista das qualidades e características das pessoas que se dedicam, voluntariamente, a uma atividade social, seja em prol de saúde, educação, preservação do planeta ou de outra causa que a empresa venha a abraçar. Sempre lembrando que o maior ativo que uma empresa pode possuir são as pessoas que nela trabalham e ajudam a construir seu sucesso.

O que diferencia uma empresa que não tem um **Programa de Voluntariado Empresarial** de uma empresa que conta com os voluntários em seu quadro de funcionários?

Em primeiro lugar, vem a **RESPONSABILIDADE**. Os voluntários assumem sua responsabilidade individual para atuarem de uma forma mais efetiva.

Em seguida, vêm os **CONHECIMENTOS**. Os voluntários possuem os seguintes conhecimentos:

- Compreendem a complexidade da vida e suas múltiplas variáveis;
- Entendem que podem inovar através do voluntariado;
- Possuem ampla visão de mundo;
- Consideram que uma empresa pode e deve fazer mais do que produzir bens e serviços e empregar pessoas. Encaram a empresa como um canal para o exercício da cidadania;
- Compreendem o conceito de interdependência e se sentem parte de um elo da corrente da vida.

Os voluntários também desenvolvem **HABILIDADES** distintas:

- Identificam oportunidades e criam soluções novas;
- Têm uma visão ampla e de longo prazo do propósito da empresa;

- Sabem dialogar, envolver pessoas e identificar sinergias;
- Sabem escutar e interagir;
- Constroem redes de relacionamento.

E as **ATTITUDES**, quais são as principais atitudes dos voluntários?

- Coragem para romper barreiras para mudança;
- Crença firme nas pessoas e coerência nas atitudes;
- Prazer em educar e servir aos outros;
- Respeito à diversidade;
- Perseverança e paixão pelo que fazem;
- Pró-atividade;
- Visão coletivista;
- Acreditar nas pessoas;
- Sentir-se parte efetiva da sociedade.

E, por fim, os **VALORES**, que são a base filosófica e a ideologia do voluntário:

- Elevado senso de justiça;
- Apego à liberdade;
- Senso de humanidade;
- Solidariedade;
- Tolerância;
- Transparência;
- Ética;
- Fé no futuro.

Ao compreender seu papel na sociedade e o significado que um Programa de Voluntariado deve ter, as empresas cada vez mais vão torná-lo estratégico como instrumento de exercício de Responsabilidade Social.

Glossário

Público Beneficiário ou Público-Alvo - para quem as atuações voluntárias são destinadas.

Marco Zero – também conhecida como avaliação do marco zero, é a avaliação que ocorre antes da instalação de um determinado programa e serve para orientar a equipe responsável no planejamento das ações, garantindo o máximo de proximidade às reais necessidades e expectativas do público beneficiário.

Capital humano - é o conjunto de capacidade, conhecimentos, competências e atributos de personalidade que favorece a realização de trabalho de modo a produzir valor econômico. São os atributos adquiridos por um trabalhador por meio de educação, perícia e experiência.

Capital ambiental - define o conjunto de fatores que descrevem o ambiente onde a organização está inserida. Esses fatores são expressos pelo agrupamento das características socioeconômicas da região (nível de escolaridade, distribuição de renda, taxa de natalidade, etc.), pelos aspectos legais, valores éticos e culturais, pelos aspectos governamentais (grau de participação do governo, estabilidade política), pelos aspectos financeiros, como o nível de taxa de juros e os mecanismos adequados de financiamento e pelos aspectos tecnológicos.

Externalidades – são os efeitos laterais de uma decisão sobre aqueles que não participaram dela. Existe uma externalidade quando há consequências para terceiros que não são tomadas em conta por quem toma a decisão. Geralmente refere-se à produção ou consumo de bens ou serviços sobre terceiros, que não estão diretamente envolvidos com a atividade.

ONG – Organização Não Governamental é o nome pelo qual são reconhecidos grupos sociais organizados, constituídos de forma autônoma, sem fins lucrativos, com objetivo de promover alguma ação solidária ou de interesse público.

Referências

Bibliografia

ASHELEY P. A. (coordenadora). *Ética e Responsabilidade Social nos Negócios*. São Paulo: Ed. Saraiva, 2002.

BARBOSA, M.; Oliveira, C. *Manual de ONGs: Guia Prático de Orientação Jurídica*. 5. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2001.

DOHME, V. *Como Administrar Voluntários: 10 pontos de contato entre a Instituição Social e o Voluntário*. Centro de Voluntário de São Paulo, 1998.

DOMENEGHETTI, A. M. *Gestão do Trabalho Voluntário em Organizações Sem Fins Lucrativos*. São Paulo: Ed. Esfera, 2001.

GOLDBERG, R. *Como as Empresas podem Implementar Programas de Voluntariado*. São Paulo: Instituto Ethos e Programa Voluntários, 2001.

GOLDSCHMIDT, A. (organizador). *Voluntariado Empresarial*. São Paulo: Editora Saraiva, 2014.

Fontes Adicionais

ATADOS

Disponível em: <<http://www.atados.org.br>>

Centro de Voluntariado de São Paulo

Disponível em: <<http://voluntariado.org.br>>

Faça Parte

Disponível em: <<http://www.facaparte.org.br/>>

Portal do Voluntariado

Disponível em: <<http://www.portaldovoluntariado.org.br/>>

Rio Voluntário

Disponível em: <<http://www.riovoluntario.org.br>>

Seja Um Voluntário

Disponível em: <<http://www.voluntarios.com.br>>

Anexos

- **Anexo 1**
Lei do Voluntariado
- **Anexo 2**
Termo de Adesão
- **Anexo 3**
Termo de desligamento
- **Anexo 4**
Termo de Autorização para Uso de Imagem
- **Anexo 5**
Avaliação da Oficina de Capacitação de Voluntários

Anexo 1 – Lei do Voluntariado

LEI DO VOLUNTARIADO Nº 9.608, DE 18.02.98

Dispõe sobre o serviço voluntário e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º - Considera-se serviço voluntário, para fins desta Lei, a atividade não remunerada, prestada por pessoa física a entidade pública de qualquer natureza ou instituição privada de fins não lucrativos, que tenha objetivos cívicos, culturais, educacionais, científicos, recreativos ou de assistência social, inclusive mutualidade.

Parágrafo único: O serviço voluntário não gera vínculo empregatício nem obrigação de natureza trabalhista, previdenciária ou afim.

Art. 2º - O serviço voluntário será exercido mediante a celebração de termo de adesão entre a entidade, pública ou privada, e o prestador do serviço voluntário, dele devendo constar o objeto e as condições do seu serviço.

Art. 3º - O prestador do serviço voluntário poderá ser ressarcido pelas despesas que comprovadamente realizar no desempenho das atividades voluntárias.

Parágrafo único: As despesas a serem ressarcidas deverão estar expressamente autorizadas pela entidade a que for prestado o serviço voluntário.

Art. 4º - Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 5º - Revogam-se as disposições em contrário.

Brasília, 18 de fevereiro de 1998; 177 da Independência e 110 da República.

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO

Paulo Paiva

Anexo 2 - Termo de Adesão

TERMO DE ADESÃO PROGRAMA DE VOLUNTARIADO

Nome do Voluntário:	
Documento de Identidade:	CPF:
Área de Atividade:	
Tel./Cel:	Email:
Local:	
Periodicidade de realização de atividade voluntária:	

O trabalho voluntário a ser desempenhado junto a (nome da Organização Social Parceira³), de acordo com a Lei nº 9.608 de 18/02/1998, anexo I deste Termo, é atividade não remunerada e não gera vínculo empregatício nem funcional, ou quaisquer obrigações trabalhistas, previdenciárias e afins.

Compete ao(à) voluntário(a) participar das atividades e cumprir com empenho e interesse a função estabelecida. A discordância ou o descumprimento das normas estabelecidas no Regimento Interno acarretará o afastamento ou o desligamento do voluntário.

Será de inteira responsabilidade do(a) voluntário(a) qualquer dano ou prejuízo que vier a causar a (nome da Organização Social Parceira).

3 Organização Social Parceira e/ou Instituto ou Fundação da Empresa. O termo de adesão é sempre feito com uma Organização sem Fins Lucrativos.

O(a) voluntário(a) isenta a (nome da Organização Social Parceira) de qualquer responsabilidade referente a acidentes pessoais ou materiais, que porventura venham a ocorrer no desempenho de suas atividades.

O(a) voluntário(a) autoriza o uso de sua imagem e som em caráter irrevogável, irretratável e de forma gratuita por (nome da Organização Social Parceira).

O desligamento do(a) voluntário(a) das atividades de (nome da Organização Social Parceira) poderá ocorrer a qualquer momento, bastando apenas o desejo expresso de uma das partes, sendo necessária a assinatura do Termo de Desligamento.

O presente Termo de Adesão estará em vigor até o presente ano (ou em data estipulada pela Organização Social Parceira) quando deverá ser renovado, caso seja de interesse de ambas as partes. Declaro estar ciente da legislação específica, do regimento interno e descrito de função, e aceito atuar como voluntário(a) conforme este Termo de Adesão (Lei 9.608/98).

Local e data: _____, _____ / _____ / _____

Assinatura do(a) Voluntário(a): _____

De acordo: _____

Anexo 3 - Termo de Desligamento

TERMO DE DESLIGAMENTO PROGRAMA DE VOLUNTARIADO

Nome do Voluntário: _____	
Documento de Identidade: _____	CPF: _____

Eu, _____,
solicito desligamento do Programa de Voluntariado de (nome da Organização Social Parceira), a partir desta data.

Motivo Principal: _____

Este documento cancela automaticamente o Termo de Adesão ao Trabalho Voluntário assinado por mim no momento de adesão ao Programa de Voluntariado.

Local e data: _____, ____/____/____

Assinatura do(a) Voluntário(a): _____

De acordo: _____

Anexo 4 - Termo de Autorização para Uso de Imagem

TERMO DE AUTORIZAÇÃO PARA USO DE IMAGEM PROGRAMA DE VOLUNTARIADO

Pelo presente termo de uso de imagem, eu, _____, portador da cédula de identidade RG nº _____ e do CPF nº _____, residente e domiciliado à _____, nº _____, complemento _____, no município de _____, estado de _____, autorizo a empresa _____, com sede em _____, nº _____, bairro _____, na cidade de _____, CEP nº _____, estado de _____, inscrita no CNPJ nº _____, a utilizar e veicular gratuitamente, de qualquer forma e em qualquer mídia, todas as minhas imagens que vierem a ser captadas e fotografadas, para quaisquer finalidades, sem prejuízo para minha pessoa, em todos os veículos de comunicação e de divulgação, incluindo, mas não se limitando, à divulgação pela internet, cartazes ou quaisquer outros meios de divulgação ou promoção da empresa.

A presente autorização vigorará por prazo indeterminado, independente da cessão do vínculo laboral ou contratual.

Por ser esta a expressão da verdade, firmo o presente.

Local e data: _____, _____ / _____ / _____

Assinatura do(a) Voluntário(a) Cedente

Anexo 5 - Avaliação da Oficina de Capacitação de Voluntários*

AVALIAÇÃO DA OFICINA DE CAPACITAÇÃO DE VOLUNTÁRIOS PROGRAMA DE VOLUNTARIADO

Nome do participante: _____

Data: _____/_____/_____

Por favor, utilize a escala abaixo para avaliar os itens a seguir:

4 = Ótimo	3 = Bom	2 = Regular	1 = Ruim
------------------	----------------	--------------------	-----------------

CONHECIMENTOS

Avalie a Oficina de Capacitação quanto a:	4	3	2	1
Conteúdo e atividades realizadas				
Contribuição para o conhecimento sobre o programa				
Recursos e técnicas utilizadas				

APRESENTAÇÕES

Avalie o desempenho do capacitador quanto a:	4	3	2	1
Clareza na apresentação de conteúdos				
Conhecimentos e habilidades				
Contribuição e engajamento com o Programa de Voluntariado				

AUTOAVALIAÇÃO

Avalie o seu desempenho (voluntário) quanto a:	4	3	2	1
Interesse pelo encontro				
Assimilação dos assuntos				
Motivação pelo programa após a capacitação				

AVALIAÇÃO GERAL

Avalie quanto a:	4	3	2	1
Organização e infraestrutura				
Avaliação geral				

Escreva aqui sugestões e/ou comentários gerais:

Agradecemos sua valiosa contribuição!

*Esta avaliação é apenas uma sugestão podendo ser inseridos outros itens de acordo com a necessidade da empresa.

Missão

Promover a defesa dos direitos e o exercício da cidadania de crianças e adolescentes.

Visão

Uma sociedade justa e responsável pela proteção e pleno desenvolvimento de suas crianças e adolescentes.

Valores

Ética, transparência, solidariedade, diversidade, autonomia e independência.



Save the Children

Av. Santo Amaro, 1.386 | 1º andar
VI. Nova Conceição | 04506-001 | São Paulo/SP
55 11 3848-8799

www.fundabrinq.org.br/peac
55 11 3848-4870

#25ANOSFUNDABRINQ

 /fundabrinq

 @FundacaoAbrinq