



Fundação Educacional do Município de Assis
Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"

KARINE DE FÁTIMA FERREIRA

GESTÃO DO VOLUNTARIADO EMPRESARIAL: TENDÊNCIAS E
PERSPECTIVAS CONTEMPORÂNEAS

Assis
2010

Av. Getúlio Vargas, 1200 – Vila Nova Santana – Assis – SP – 19807-634
Fone/Fax: (0XX18) 3302 1055 homepage: www.fema.edu.br



**Fundação Educacional do Município de Assis
Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"**

KARINE DE FÁTIMA FERREIRA

**GESTÃO DO VOLUNTARIADO EMPRESARIAL: TENDÊNCIAS E
PERSPECTIVAS CONTEMPORÂNEAS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Administração do Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis – IMESA e a Fundação Educacional do Município de Assis – FEMA, como requisito final para a obtenção do Certificado de Conclusão.

Orientadora: Prof. Dr.^a Alcioni Galdino Vieira

Assis
2010

FICHA CATALOGRÁFICA

FERREIRA, Karine de Fátima.

Gestão do Voluntariado Empresarial: Tendências e Perspectivas Contemporâneas. / Karine de Fátima Ferreira. Fundação Educacional do Município de Assis – Fema - Assis, 2010.

Págs 47.

Orientadora: Prof. Dr^a. Alcioni Galdino Vieira.

Trabalho de Conclusão de Curso – Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis – IMESA

1. Voluntariado. 2. Responsabilidade Social.

CDD: 658

Biblioteca da FEMA.

BANCA EXAMINADORA

Orientador: _____

Analizador: _____

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho, primeiramente, a DEUS por esse sonho realizado.

Aos meus familiares, principalmente, a minha avó Ana Lúcia, minha mãe Beatriz e aos meus irmãos Kauê e Karoline, por sempre acreditarem nos meus sonhos e serem essenciais em minha vida.

Aos meus amigos Artur, Natalia Roncon, Rafael e Victor que contribuíram nessa jornada e fizeram tudo valer realmente a pena e a todos os amigos de sala que também foram de grande importância.

Em especial dedico para meu avô Almerindo (*in memoriam*) e minha bisavó Rosa (*in memoriam*) pelo amor e dedicação que jamais esquecerei e por tudo o que fizeram por mim em vida.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus e a Nossa Senhora de Fátima, por me darem forças nas horas em que precisei e coragem para continuar sempre.

À Minha orientadora Prof.^a Dr.^a Alcioni, pela ajuda e compreensão prestada durante todo o decorrer do trabalho.

À Prof.^a Maria Beatriz, pela constante ajuda e atenção dedicada a minha pessoa em todos esses anos, sendo de extrema relevância em minha formação.

Aos demais professores do curso que nos transmitiram seus conhecimentos e experiências no decorrer desses anos e que também sem eles nada teria sido tão divertido.

Ser um empreendedor é executar os sonhos, mesmo que haja riscos. É enfrentar os problemas, mesmo não tendo forças. É caminhar por lugares desconhecidos, mesmo sem bússola. É tomar atitudes que ninguém tomou.

Ser um empreendedor não é esperar a felicidade acontecer, mas conquistá-la.

Augusto Cury

RESUMO

Nesta pesquisa nos propomos a discutir o que constitui o trabalho voluntário, analisando a experiência e contribuição do voluntariado, particularmente no âmbito empresarial. O principal objetivo desta pesquisa é refletir sobre boas práticas de gestão para o incentivo de trabalhos voluntários como ferramenta estratégica das organizações. Objetivou-se, ainda, oferecer uma aproximação teórica sobre a gestão do voluntariado e difundir as boas práticas identificadas nas empresas que gerem o trabalho voluntário.

Palavras – Chave: Voluntariado; Responsabilidade Social.

ABSTRACT

In this research, we propose to discuss what constitutes volunteer work, analyzing the experience and contribution volunteering, particularly within business. The main objective of this research is reflecting on good management practices to encourage volunteer work as strategic tool organizations. The aim was also to offer a theoretical study on volunteer management and disseminate good practice identified in the companies that manage volunteer work.

Key-words: Volunteer, Social Responsibility.

RESUMEN

En esta investigación nos proponemos a discutir lo que constituye el trabajo voluntario, analizando la experiencia y contribución del voluntariado, particularmente en el ámbito empresarial. El principal objetivo de esta investigación es reflejar sobre buenas prácticas de gestión para el incentivo de trabajos voluntarios como herramienta estratégica de las organizaciones. Se objetivó, aún, ofrecer una aproximación teórica sobre la gestión del voluntariado y difundir las buenas prácticas identificadas en las empresas que gestionan el trabajo voluntario.

Palabras-Llave: Voluntariado; Responsabilidad Social.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	11
CAPITULO 1	
O VOLUNTARIADO NO BRASIL.....	12
1.1 História do voluntariado.....	12
1.2 Definindo trabalho voluntário.....	15
1.3 Motivações para a prática do voluntariado.....	16
1.4 Direitos e responsabilidades do voluntário e da instituição.....	17
1.5 2001: Ano Internacional do Voluntariado.....	18
CAPITULO 2	
GESTÃO DO VOLUNTARIADO EMPRESARIAL.....	20
2.1 Surgimento do voluntariado empresarial.....	20
2.2 Gestor de voluntariado.....	21
2.2.1 Planejamento.....	22
2.2.2 Escolha do público-alvo.....	23
2.2.3 Atração e retenção dos voluntários.....	24
2.2.4 Motivações.....	24
2.2.5 O Código Ético.....	25
CAPÍTULO 3	
MARKETING RELACIONADO A CAUSAS SOCIAIS (MRC)	26
3.1 Conceito e importância dessa ferramenta no mundo empresarial.....	26
3.1.1 O MRC e o voluntariado corporativo.....	27
3.2 Fundação Itaú Social.....	28
3.2.1 Itaú voluntário.....	28
3.2.2 Portal Itaú Voluntário.....	29
3.2.3 Reconhecimento.....	30

3.3 Instituto C&A.....	30
3.3.1 O Voluntariado.....	31
3.4 Premiações brasileiras.....	31
3.4.1 Prêmio ECO (Empresa – Comunidade)	31
3.4.2 Prêmio Top Social ADVB SP.....	32
3.5 Site V2V (Voluntário para Voluntário)	33
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	35
REFERÊNCIAS.....	37
ANEXOS.....	40

INTRODUÇÃO

Este trabalho tem como principal objetivo realizar uma breve análise sobre a importância do voluntariado no Brasil, seus conceitos e sua evolução durante os últimos anos, tendo como finalidade sua contribuição no âmbito empresarial.

A prática do voluntariado vem sendo considerada pelas organizações um movimento decorrente do próprio meio empresarial no sentido de agregar mais valor aos negócios da organização e de mostrar a preocupação social com o meio onde se encontra situada.

Com o surgimento da necessidade de praticar algum tipo de ação solidária em benefício do bem estar social, a organização necessita de alguém que administre o projeto desde seu planejamento até a atração e motivação dos colaboradores para a correta atuação na causa social pretendida pela mesma. Esse cargo apesar de novo no Brasil vem ganhando importância nas organizações que atuam nessa causa, sendo o cargo conhecido como Gestor de Voluntariado Empresarial.

O trabalho objetiva ainda oferecer um rápido estudo teórico sobre a gestão do voluntariado e a importância desse gestor no projeto de voluntariado. Bem como as ferramentas e os recursos utilizados para que a organização não perca o foco da ação social em si e difunda ainda mais as boas práticas do voluntariado corporativo, ou seja, ações que têm como voluntários os próprios colaboradores.

No decorrer da pesquisa temos cases de duas organizações: a Fundação Itaú Social e o Instituto C&A, sendo pesquisados desde o início do projeto até as práticas de gestão e ações realizadas por ambas, passando pelos prêmios e reconhecimentos recebidos ao longo dos anos. Trata-se de uma temática muito pouco explorada, apesar de sua relevância.

CAPITULO 1

O VOLUNTARIADO NO BRASIL

1.1 História do voluntariado

Quase todas as religiões, mesmo as mais novas, consideram a caridade como a maior virtude que um ser humano pode transmitir para outro. Contribuir para o bem estar de outrem sem esperar ou exigir qualquer tipo de recompensa material em troca é um tipo de atitude que no âmbito religioso sempre esteve associado à idéia de salvação e, por conseguinte, um sinônimo da palavra bondade, conforme escreve Hybels (2005, p. 16). Para tanto, é necessário apenas alguém que precise de ajuda e alguém que tenha muita vontade de ajudar. Nesse sentido, os movimentos religiosos sempre exerceram forte influência no hábito de se praticar o voluntariado.

Segundo Hybels (2005, p. 17), embora as pessoas tenham se reunido desde a escritura da Bíblia para ajudar os pobres, famintos e os excluídos pela sociedade, as forças para a prestação do trabalho voluntário começaram a ganhar força no século XX.

A tabela a seguir mostra brevemente a evolução cronológica do voluntariado no país.

DATA	EVENTO
1942	Getúlio Vargas funda a Legião Brasileira de Assistência (LBA). A atitude do Estado era de cooperação, pois criava uma série de incentivos para que a sociedade civil e as instituições privadas assumissem parte do atendimento às necessidades emergenciais da população.
1953	Criou-se a Rede Feminina de Voluntariado, em São Paulo.
1961	Surge a Associação de Pais e Amigos de Excepcionais (APAE).
1967	O governo cria o Projeto Rondon, que leva universitários brasileiros para dar assistência às comunidades carentes no interior do país.
1983	É criada a Pastoral da Criança, para combater a mortalidade infantil.
1990	A iniciativa voluntária começa a buscar parcerias com a classe empresarial.

1996	Cria-se o Programa Voluntário, com a intenção de promover, qualificar e valorizar o trabalho voluntário no Brasil, uma iniciativa do Conselho da Comunidade Solidária. O Programa Voluntário incentivou a criação de Centros de Voluntariado em todo o país a fim de promover a prática do trabalho voluntário.
1998	É promulgada a Lei 9.068, que dispõe sobre as condições do Serviço Voluntário.
1999	É promulgada a Lei 9.790, que qualifica as organizações da sociedade civil de direito público e disciplina o termo de parcerias.
2001	A Assembléia Geral da Organização das Nações Unidas (ONU) proclamou o ano de 2001 como sendo o Ano Internacional dos Voluntários, contando com o apoio de 123 países, entre eles o Brasil. Acontecem no Brasil a 1º e 2º Fórum Social Mundial, onde são discutidas idéias alternativas de ações econômicas e sociais.
2002	A ONU escolhe o Brasil para apresentar o relatório final do Ano Internacional do Voluntário. Milú Villela, presidente do Centro de Voluntariado de São Paulo e do Instituto Faça Parte apresenta a proposta de que o voluntariado continue a ser considerado como estratégia de inclusão e desenvolvimento social. Esta proposta recebeu a adesão de 143 países.
2003	O programa Fome Zero é criado pelo governo federal, Lula como presidente, convida toda a sociedade a se mobilizar contra a fome.
2003	Incentivo ao Voluntariado Educativo nas escolas. É lançado o Selo Escola Solidária do Instituto Brasil Voluntário – Faça Parte.
2005	O Centro de Voluntariado de São Paulo (CVSP) promove a primeira edição do Selo Organização Parceiro do CVSP para organizações que realizam trabalho voluntário atuante e transformador.

Tabela 1: Cronologia do voluntário no Brasil¹

A partir da década de 1990 o voluntariado passou a contar com um importante contribuinte: o Terceiro Setor. De acordo com Hudson (1999, p. 45), no âmbito do Terceiro Setor o trabalho voluntário pode ser conceituado como o desejo humano de ajudar outras pessoas sem a exigência de benefícios pessoais, promovendo-se um maior interesse do homem por seus semelhantes.

Hudson (1999, p. 12) destaca que a expressão Terceiro Setor é uma tradução do termo inglês *Third Sector*, que nos Estados Unidos é usado junto com outras expressões, como “organizações sem fins lucrativos” ou “setor voluntário”. Na Inglaterra, de acordo com esse autor, o termo “filantropia” também aparece com certa freqüência, sendo um conceito mais moderno e humanista da antiga caridade

¹ Fonte: Centro de Voluntariado de São Paulo (Disponível em: <<http://www.voluntariado.org.br/seja_voluntario/linha_tempo.htm>>. Acesso em: 10 de setembro de 2010).

religiosa. Já no Brasil e na América Latina, a expressão mais utilizada é “sociedade civil organizada”.

A sociedade civil organizada ou Terceiro Setor surgiu no Brasil no século XVIII e é utilizado para definir um setor que se situa entre o público e o privado, sendo formado da seguinte maneira, de acordo com Tachizawa (2010, p. 27):

- Primeiro Setor: Governo. Representa o uso de bens públicos para fins públicos.
- Segundo Setor: Mercado. Ocupado pelas empresas privadas com fins lucrativos.
- Terceiro Setor: Organizações Privadas, sem fins lucrativos. Desempenham ações de caráter público, suas ações partem da sociedade civil e obedecem à lógica do altruísmo, da filantropia, da reciprocidade, dos costumes e das tradições, das concepções morais e religiosas etc.

Conforme escreve Tachizawa (2010, p. 28), O Terceiro Setor agrega organizações como: fundações, associações, institutos, entidades que visam atender demandas sociais, utilizando, para tanto, recursos privados ou parcerias com o próprio Estado.

Para Hudson (1999, p. 19), foi na década de 1990 que o Terceiro Setor atingiu uma grande expansão. Especialmente pelo fortalecimento de um senso de cidadania e a propagação de conceitos com os de responsabilidade social, parceria, cidadania corporativa, investimento social privado, entre outros. Nesse mesmo período, ampliou-se, fortemente, a ideia de Terceiro Setor para além do círculo das ONGs (Organizações Não Governamentais). Passou-se a valorizar outros atores sociais como as fundações e os institutos (os braços sociais das empresas), as associações beneficentes e recreativas, também as iniciativas assistenciais das igrejas e o trabalho voluntário de maneira geral.

A criação de leis para a regulamentação e a formação de parcerias com empresas privadas, segundo Cunha (2010, p. 31) foram os primeiros fatores para o crescimento estrondoso do trabalho voluntário na última década. Nos últimos anos, ações do Governo para incentivar ações solidárias das empresas têm obtido um aumento significativo, conseqüentemente, as empresas decidiram integrar seus colaboradores e familiares nessa ação.

Segundo a gestora de RH da Fundação das Entidades Assistenciais de Campinas, Maria José Fonseca (Disponível em: <http://portaldovoluntario.org.br>. Acesso em 17

de junho de 2010), os voluntários apresentam características inovadoras e muitas vezes únicas, sendo: responsabilidade, administração do tempo, preocupação com o outro, iniciativa, pró-atividade, capacidade de trabalhar em equipe e lidar com desafios, criatividade, pontualidade e comprometimento as mais relevantes para o mercado.

Baseando-se nesses fatos, podemos observar que o trabalho voluntário deixou de ser apenas um ato de bondade por partes das pessoas e passou a ser um diferencial na vida pessoal e profissional.

Organizações e Governo caminham juntos rumo à conscientização da sociedade onde, o respeito e a ajuda ao próximo são deveres e responsabilidades de todos os cidadãos, não diminuindo ou extinguindo de maneira alguma a responsabilidade adquirida de Governos, Estados, Municípios e Organizações.

1.2 Definindo trabalho voluntário

A ação voluntária não significa apenas generosidade e doação, o voluntário possui como principal sentimento o prazer da utilidade, tendo com isso a oportunidade de aprender e ensinar, de frequentar novos ambientes e conhecer outras pessoas.

Com base na breve descrição realizada acima podemos obter um rápido esclarecimento sobre a definição do trabalho voluntário, porém, esse sentimento de utilidade deve ser despertado por alguma força maior que faça com que os indivíduos sintam-se essenciais durante o desenvolvimento da causa em questão. Mas, afinal de contas, qual a definição para o Trabalho Voluntário?

Segundo Peliano (2001, p. 10), o termo voluntário vem do latim *voluntariu* que de acordo com os conhecidos dicionários da língua portuguesa é a pessoa que se compromete a cumprir determinada tarefa ou função sem ser obrigada a isso e sem obtenção de qualquer benefício material em troca. Conforme escreve Peliano, de acordo com a Declaração Universal do Voluntariado, aprovada pela *International Association for Volunteer Effort*, em 1990, o voluntariado é baseado numa escolha e motivação pessoal, livremente assumida. Sendo uma forma de estimular a cidadania ativa e o envolvimento comunitário, com a intenção de valorizar o potencial humano,

a qualidade de vida e a solidariedade. A finalidade é a de dar respostas aos grandes desafios que se colocam para a construção de um mundo melhor. A prática do voluntariado pode ser exercida em grupos, geralmente inserida em uma organização.

No entanto, existem várias definições errôneas sobre o trabalho voluntário, conforme destaca Hybels (2005, p. 21). O autor argumenta que muitas pessoas acreditam que gente desocupada ou sem nenhuma formação acadêmica são as principais envolvidas e que sem nenhum tipo de remuneração financeira ou material não compensa perder tempo em ajudar o próximo, pois esse tipo de ajuda seria responsabilidade do Estado e Governo.

Silva (2004, p. 55) explica que o voluntariado não tem como principal objetivo diminuir ou anular as responsabilidades de Estado e Governo, mas ajudar na transformação de uma sociedade mais justa e equilibrada.

Sendo assim, entendemos que as ações voluntárias não são obrigatórias ou delegadas aos indivíduos. Porém, a partir do momento em que se assume o compromisso com a instituição tudo deixa de ser apenas uma vontade de fazer o bem e passa a ser uma responsabilidade social de realizar um trabalho no qual as principais conquistas serão resumidas em uma única palavra: solidariedade.

1.3 Motivações para a prática do voluntariado

Os motivos para a prática do trabalho voluntário variam de pessoa para pessoa, podendo levar em conta aspectos religiosos, culturais, familiares ou de cunho pessoal, social ou profissional.

Desse modo, damos ênfase no que consideramos como componentes fundamentais para esse tipo de prática: os valores morais, vistos por muitos como as virtudes dos indivíduos. Tendo como maior destaque as seguintes virtudes: altruísmo, solidariedade, caridade, compromisso social, bondade, respeito pelo próximo, dignidade, bondade, entre outras.

Outro item que motiva a procura do trabalho voluntário é o fato de que algumas empresas valorizam mais os profissionais que exerceram ou exercem algum tipo de

trabalho voluntário, como explica Domeneghetti (2001, p. 24). Para a autora, alguns especialistas classificam essa vantagem como “ponto extra”, pois esses profissionais de início apresentam qualidades fundamentais como, por exemplo, pro atividade, iniciativa e trabalho em equipe. Assim, o grande crescimento obtido pelo voluntariado durante as últimas décadas é refletido na sociedade como um ato bondoso e humanitário, tornando-se para as organizações um tipo de seleção de candidatos para as vagas de empregos.

1.4 Direitos e responsabilidades do voluntário e da instituição

Araujo (2008, p. 59) ressalta os aspectos legais do trabalho voluntário, De acordo com o autor, o voluntário deve ser considerado pela instituição em que presta seus serviços como um cidadão com direitos e também deveres. Mesmo executando suas tarefas sem requerer nenhum tipo de benefício ou pagamento, possui tanto direitos como responsabilidades, definidos pela instituição e em comum acordo.

O indivíduo não pode achar que por ser um prestador de serviços sem remuneração deve escolher como trabalhar, com quem trabalhar e a que horas vai trabalhar. Existem regras a serem cumpridas por todos dentro da organização e o voluntário deve respeitá-las e cumpri-las.

Para uma melhor visualização das regras citadas acima, segue no anexo A um documento no qual é esclarecido os direitos e deveres dos voluntários e da instituição beneficiada.

A Lei Federal 9.608/1998, mais conhecida como Lei do Voluntariado foi criada no dia 18 de fevereiro de 1998 e se refere à primeira legislação brasileira que regulou as condições na prestação do serviço voluntário. Abaixo a Lei do Voluntariado é apresentada na íntegra:

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 a 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 de seu exercício.

Art. 3º – O prestador de 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.²

É importante enfatizar que legalmente a instituição não é obrigada a oferecer aos voluntários auxílios como: vale-transporte, vale-refeição, seguro saúde etc. Qualquer ajuda de custo deverá ser negociada com antecedência, autorizada pelo responsável e devidamente comprovada pelo voluntário, conforme previsto na lei.

1.5 2001: Ano Internacional do Voluntariado

Segundo Pinto (2003, p. 11), a Organização das Nações Unidas (ONU) declarou 2001 como o Ano Internacional do Voluntariado. Para tanto, contou com o apoio de 123 países, entre eles o Brasil. A declaração teve como principal objetivo o destaque da atuação e do envolvimento de milhões de pessoas com o trabalho voluntário e também das instituições que organizam ou promovem esse tipo de trabalho.

Ficando a coordenação mundial a cargo da *United Nations Volunteers* (UNV), Pinto (2003, p. 12) destaca as quatro linhas de atuação definidas para as atividades propostas para o Ano Internacional do Voluntariado:

1. Reconhecimento: ao trabalho voluntário no país, por meio de pesquisas sobre o voluntariado e premiações de valorização.
2. Facilitação: fornecer treinamento e suporte institucional para o trabalho voluntário.
3. Rede: usar a tecnologia como uma importante ferramenta de integração entre as instituições que trabalham com o voluntariado.
4. Promoção: maior envolvimento do Governo nas ações voluntárias.

² Fonte: <<<http://portaldovoluntario.org.br>>>. Acesso em 17 de junho de 2010.

De acordo com o Portal do Voluntário³, o Ano Internacional do Voluntário foi um marco para o Brasil ao motivar a ação de milhões de brasileiros. O reconhecimento ao Brasil foi tão extenso que em novembro de 2002 o projeto Faça Parte, do Instituto Brasil Voluntário, foi convidado a apresentar um relatório de avaliação do Ano Internacional do Voluntariado e uma proposta de continuidade em assembléia geral na ONU. Dessa proposta apresentada, 144 países decidiram adotar o trabalho realizado em prol da continuidade do voluntariado.

³ Idem.

CAPITULO 2

GESTÃO DO VOLUNTARIADO EMPRESARIAL

2.1 Surgimento do voluntariado empresarial

Segundo Tenório (2006, p. 30), no Brasil o termo Voluntariado Empresarial ainda é novo e desconhecido por algumas organizações. Apesar disso, o autor considera o surgimento como uma resposta das organizações à sociedade, no sentido de contribuir de forma sucinta para a solução de problemas sociais e humanos e suprir as expectativas dos colaboradores mais jovens que demonstram preocupação sincera pela comunidade que os cerca.

Para adotarem o voluntariado, de acordo com Tenório (2006, p. 31), as empresas necessitam possuir como características-chaves o senso de inovação e motivação e terem como foco um objetivo maior, isto é, a promoção do bem estar interno e externo.

As organizações começaram a observar que seus colaboradores poderiam querer exercer algum tipo de trabalho voluntário. Mas o maior empecilho encontrado foi a sobrecarga acarretada quando as atividades voluntárias são realizadas durante o período normal de trabalho. Além disso, os colaboradores possuem famílias e outras atividades pessoais, e realizar trabalhos voluntários fora do horário de trabalho é, quase sempre, muito difícil.

Partimos, então, para os seguintes pressupostos:

- Colaboradores: desejam ajudar a sociedade, contribuindo de forma voluntária e humana, porém encontram dificuldades em encontrar instituições e como começar o trabalho.
- Organizações: percebem essas necessidades demonstradas por seus colaboradores e decidem em conjunto com a alta administração realizar projetos por meio dos quais essas necessidades são supridas, promovendo com essa postura, uma imagem positiva de uma organização que possui responsabilidade social no ambiente que a cerca.

-Sociedade: talvez seja quem mais ganha com a participação solidária da organização, retribuindo essa boa ação da melhor forma possível: propagando a marca e a organização em si.

Cunha (2010, p. 9) enfatiza que esse desejo de ajudar o próximo conduz à solidificação da imagem da organização junto aos colaboradores, clientes e fornecedores. Para tanto, é necessário contar com uma pessoa responsável que prepare tudo, desde o planejamento até a forma como o voluntariado será aplicado e recebido por todos na organização. Cunha explica que essa pessoa atualmente é conhecida em algumas organizações como “Gestor do Voluntariado Empresarial”, ou simplesmente “Gestor do Voluntariado”. Sendo este um conceito considerado novo em um mercado com poucas organizações que dispõem de colaboradores/voluntários a serem adotados como forma de estratégia.

2.2 Gestor de voluntariado

O voluntariado empresarial, de acordo com Junqueira e Peres (2002, p. 119), se difere do voluntariado comum por um único motivo: o envolvimento direto da organização.

O conselho da Comunidade Solidária⁴ define essa prática de voluntariado como uma iniciativa que as empresas tomaram para estimular o comportamento individual e solidário de cada colaborador, preservando sempre suas características constituídas de participação facultativa e nenhum tipo de compensação financeira ou material.

Como o voluntariado é um trabalho que envolve a participação de toda uma organização e as ferramentas para atrair esses colaboradores são as mais diversas, a organização deve utilizar do conhecimento e capacidade de persuasão de alguém habilitado para esse trabalho: o gestor de voluntariado.

O papel de um gestor que coordene voluntários é reconhecido em muitos países, em diferentes níveis. Conforme informam Junqueira e Peres (2002, p. 125, em países como Reino Unido, EUA e Canadá há reconhecimento profissional e acadêmico do

⁴ Disponível em:

<<<http://www.tecsi.fea.usp.br/eventos/Contecsi2004/BrasilEmFoco/port/polsoc/csolid/conselho/apresent.htm>>>. Acesso em 19 de agosto de 2010

papel de *volunteer manager*, *volunteer administrator* ou *volunteer director* há muitos anos. Incluindo planos de carreira e doutoramento em administração e gestão de voluntários,

Essa função é bastante complicada, pois o maior dilema encontrado pelos gestores é a maneira adequada de atrair, manter e reter os colaboradores nesses dois mundos distintos ligados pela organização. Pois, administrar um grupo de colaboradores que desempenham sua função dentro da organização, obtendo como resultado final o lucro, é o oposto de administrar um grupo de colaboradores que, além de desempenharem sua função já estabelecida na organização, praticam ainda algum tipo de trabalho voluntário. Sendo esse trabalho exercido fora do horário de trabalho e sem nenhum tipo de remuneração ou benefício.

Desde o início o gestor deve aparentar motivação e entusiasmo com o projeto e passar desde o planejamento valores importantes da organização para os colaboradores, levando sempre em consideração o bem estar da organização e da sociedade, apresentando, assim, um projeto viável e de fácil execução.

Um dos conhecimentos mais exigidos nessa gestão é a dos Recursos Humanos, já que todo o procedimento adquirido ao longo do projeto envolverá muito treinamento, motivação e pró-atividade. Destacaremos de forma sucinta as principais ferramentas utilizadas pelo gestor, desde o planejamento até a execução do voluntariado.

2.2.1 Planejamento

Segundo a Comunidade Solidária⁵, o gestor deve iniciar o planejamento com três perguntas essenciais: “O trabalho que os voluntários realizarão é relevante? Envolver voluntários vai aumentar ou melhorar os serviços prestados ao público beneficiário? As tarefas propostas são adequadas para os voluntários e serão satisfatórias para cada indivíduo?”. A Comunidade orienta que depois de as perguntas serem respondidas e avaliadas pelo gestor, este deve possuir uma lista

⁵ Disponível em:

<<<http://www.tecsi.fea.usp.br/eventos/Contecsi2004/BrasilEmFoco/port/polsoc/csolid/conselho/apresent.htm>>>. Acesso em 19 de agosto de 2010.)

dos possíveis locais de atuação e tarefas que os colaboradores/voluntários irão executar. Disponibilizando também os horários e os dias da semana para uma melhor avaliação por parte da organização e dos futuros voluntários.

A preparação da organização, a conscientização solidária, a preservação de valores e princípios básicos (tais como ética, respeito e cidadania) são as principais tarefas a serem executadas pelo gestor logo de início. Para que haja uma rápida aceitação da ideia por todos, sendo, assim, sanadas todas as dúvidas que eventualmente possam ocorrer. Para facilitar o planejamento, o gestor pode guiar-se por etapas para que nada seja esquecido ou omitido no planejamento e não ocorra alguma falha na execução (ver Anexo B).

2.2.2 Escolha do público-alvo

Deve ser definido logo no planejamento do projeto qual o tipo de instituição e público-alvo que serão beneficiados com o trabalho voluntário desenvolvido pela organização.

O gestor deve atentar para o seguinte detalhe: todos da organização devem possuir o devido conhecimento do trabalho que será desenvolvido e qual objetivo deverá ser alcançado com o trabalho desempenhado pelos futuros voluntários. Para isso, no planejamento, cabe ao gestor responder às seguintes perguntas: “Quem serão os beneficiados? Quais os problemas ou necessidades serão atendidos? Qual o efeito pretendido (impacto) desse trabalho na instituição e na sociedade? Qual o trabalho que a organização realizará e com que frequência?”⁶. Respondidas essas perguntas, o gestor precisa levar os dados analisados à alta administração para receber a aprovação ou não do projeto criado por ele. Tudo deve ser levado em consideração já que uma vez implantado o projeto, a sociedade em geral terá conhecimento dessa ação social e a imagem da organização pode sujar se alguma coisa der errada ou o projeto não ser levado adiante. Depois da aceitação do projeto o próximo passo é atrair os colaboradores para o trabalho voluntário.

⁶ Idem.

2.2.3 Atração e retenção dos voluntários

Mesmo que intrinsecamente, as pessoas possuem um forte valor de acolhimento e ajuda ao próximo, porém, poucas conseguem desenvolver e aplicar esse sentimento de forma correta e benéfica, preferindo abster-se e colocando a falta de tempo como principal empecilho.

A melhor maneira de atrair os colaboradores, segundo Dohme (2001, p. 53) é dar-lhes a liberdade de escolha, aceitando realizar o trabalho ou não, escolhendo os dias e horários que lhe pareçam melhores e adaptáveis a sua rotina diária. Para esse autor, apresentar as instituições que receberão o trabalho, detalhar as tarefas a serem executadas e promover a importância desse trabalho para a organização e principalmente para cada indivíduo ressaltando os benefícios individuais e coletivos é muito importante para atraí-los e principalmente mantê-los.

2.2.4 Motivações

A partir da aceitação dos colaboradores em relação ao trabalho voluntário, a organização pode oferecer algumas motivações que ajudem os colaboradores participar do projeto desenvolvido pela organização, já que benefícios ou regalias não fazem parte do trabalho voluntário. Abaixo são elencados alguns exemplos, escritos por Domeneghetti (2001, p. 58):

- Horários e dias flexíveis, os colaboradores e a organização devem entrar em comum acordo sobre esses itens.
- Agradecimentos e premiações são sempre motivos de satisfação e reconhecimento para os voluntários, sendo assim, o gestor pode promover ações semestrais ou anuais, já que, remuneração ou agrados materiais e/ou financeiros não são permitidos.
- Dar reconhecimento especial a funcionários que se voluntariam, através de doações financeiras para as organizações nas quais eles realizam trabalhos voluntários.

- Feedback sempre. É importante para o colaborador – voluntário saber se as expectativas da instituição onde o trabalho é realizado está sendo suprida.
- Liberdade sempre. Um maior envolvimento e/ou cancelamento do serviço prestado tem que ser realizado de maneira agradável e sutil, não expondo os colaboradores a nenhuma situação constrangedora.
- Promover ações junto à imprensa e a sociedade em geral, colocando os colaboradores - voluntários como personagens principais nas ações da organização.

É de extrema importância qualidades como bom senso e sensibilidade por parte do Gestor, já que todos esses procedimentos exigem certa disposição em criar planos de motivação e avaliações periódicas, avaliando assim, os pontos fortes e fracos de cada um podendo remanejá-los nos lugares adequados aumentando a satisfação individual.

2.2.5 O Código Ético

Silva (2004, p. 27) aponta que durante o planejamento o gestor precisa reservar um tempo para a criação de um código ético para a prática do trabalho voluntário que será praticado pelos colaboradores e que carregará a imagem da organização. Esse documento, de acordo com essa autora, tem como principal objetivo o esclarecimento das normas que devem ser seguidas a partir do momento em que o colaborador decide participar da ação, deixando claras as penalidades a serem cumpridas se algum dos itens contidos no mesmo não for cumprido. Para uma melhor compreensão, colocamos um exemplo de código ético em anexo, que será elaborado pelo gestor no início do projeto, passando posteriormente para conhecimento da alta administração e dos colaboradores (Ver anexo C).

CAPÍTULO 3

MARKETING RELACIONADO A CAUSAS SOCIAIS (MRC)

3.1 Conceito e importância dessa ferramenta no mundo empresarial

Durante muito tempo acreditava-se que ajudar a sociedade era responsabilidade do Estado e Governo e que a única forma de ajuda que as organizações podiam oferecer à sociedade era com ofertas de empregos e um menor preço para a aquisição de seus produtos e serviços, como defende Tenório (2006, p. 44).

Porém, com o passar do tempo as organizações perceberam que algumas atitudes e ações relacionadas ao bem-estar da sociedade e ao meio ambiente acarretariam muito mais do que simples parcerias realizadas pela organização. Um elemento valorizado pelos clientes internos e externos, fornecedores e até mesmo concorrentes. O reconhecimento e a valorização da marca ocorrem de maneira rápida e confiável.

Segundo o Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social (IDIS), (apud VAZ, 1995, p. 104), o Marketing relacionado a causas sociais surgiu em 1983, quando a American Express passou a vincular o uso dos cartões de crédito para a arrecadação de recursos à renovação da Estátua da Liberdade, uma ação muito comentada na época. Depois da divulgação da primeira campanha da American Express, muitas outras organizações aderiram à nova estratégia de Marketing que ligava a compra dos produtos a doações para instituições ou alguma causa humanitária importante.

Mas foi a partir dos anos 2000 que o “Marketing Relacionado a Causas Sociais”, ou simplesmente “MRC”, como denomina Vaz (1995, p. 96) se fortaleceu e teve seu conceito definido pela Cone Inc., agência de MRC mais conhecida dos Estados Unidos, segundo Vaz: “Um poderoso posicionamento utilizado para fortalecer o valor da marca e potencializar a imagem corporativa, com um significativo resultado e impacto na sociedade”.

Mesmo passados alguns anos da primeira definição realizada para o MRC, podemos observar que o marketing relacionado a causas sociais passou a ser utilizado ao longo do tempo como modelo para a criação de outras definições, conforme observamos na definição da IDIS:

O MRC é uma ferramenta que alinha as estratégias de marketing e negócio da empresa com sua atuação social, promovendo causas relevantes para a sociedade e trazendo benefícios para ambos. É uma maneira inovadora de a empresa contribuir para a sociedade, ao mesmo tempo em que expressa a seus públicos de interesse seus valores sócio-ambientais (apud VAZ, 1995, p. 98).

Tendo como base as duas definições citadas anteriormente, verificamos que as organizações não são mais consideradas pólos de empregos e produtoras de bens de consumo e serviços. Sua principal obrigação é com o bem-estar interno, externo e do meio ambiente, uma qualidade empresarial de grande reconhecimento do público na atualidade. É necessário ressaltar mais uma vez que isso não significa isentar Estado e Governo de suas responsabilidades, mas, sim, minimizar os impactos causados pelos problemas observados na sociedade.

3.1.1 O MRC e o voluntariado corporativo

O Voluntariado é uma das parcerias denominadas como “iniciativas sócio-empresariais”, sendo definida por Kotler (2005, p. 62) como um apoio prestado pelas empresas a ações voluntárias dos seus colaboradores, incentivando o uso de seus talentos e tempo a instituições de caridade e outras formas de ajuda para a melhoria do bem estar social.

De forma resumida serão relatados alguns casos de organizações nacionais e multinacionais que trabalham com esse tipo de iniciativa, ou seja, o voluntariado corporativo, por intermédio do qual as organizações incentivam seus colaboradores a participarem da causa apoiada.

3.2 Fundação Itaú Social

O Banco Itaú tem como principal preocupação o desenvolvimento integral do País de maneira sustentável, desenvolvendo sua atuação no campo social por meio da Fundação Itaú.

Constituída em 2000, a Fundação atua em todo o Brasil em parceria com as três esferas do Governo, com o setor privado e com organizações da sociedade civil; possui como atividades centrais a formulação, implantação e disseminação de metodologias voltadas á melhoria de políticas públicas na área educacional e á avaliação de projetos sociais.

Além de projetos externos, a Fundação também conta com o apoio de diversos departamentos do Banco Itaú para a realização de projetos sociais desenvolvidos pela Fundação Itaú Social em parceria com o Banco Itaú.

São parceiros na área educacional, por exemplo, o Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef), a União Nacional dos Dirigentes Municipais de Educação (Undime) e o Canal Futura. O Centro de Estudos e Pesquisa em Educação, Cultura e Ação Comunitária (Cenpec) realiza a coordenação técnica de diversos projetos.

3.2.1 Itaú voluntário

Lançado em 2003, o Programa Itaú Voluntário é uma iniciativa da Fundação Itaú Social e do Banco Itaú a partir do interesse dos colaboradores em engajar-se em ações sociais. Ele foi estendido gradualmente para as áreas administrativas e, em 2005, expandido para a rede de agências. Conta com mais de sete mil pessoas entre colaboradores e seus familiares e aposentados do Banco.

Ao se cadastrarem no Itaú Voluntário, os participantes têm a opção de apoiar programas da Fundação e de seus parceiros ou de receber orientações e dicas sobre como montar projetos em equipe ou, ainda, de se engajar em uma organização social de seu interesse.

Em 2009, surgiu a ideia de realizar o Sábado Voluntário, que tem como objetivo oferecer um dia de trabalho voluntário para os que ainda não o haviam experimentado.

Para estimular a adesão, sensibilizar o público interno e reconhecer as ações realizadas são organizados, periodicamente, eventos para integração e troca de experiências, palestras e campanhas de comunicação interna. Materiais impressos e eletrônicos, além de ferramentas de comunicação alternativas, como vídeos com o relato de diversos voluntários, são desenvolvidos e distribuídos a todos os gestores do Banco. A coordenação técnica do programa é realizada pelo Centro de Voluntariado de São Paulo e a gestão é compartilhada com o Comitê Itaú de Apoio ao Voluntariado.

3.2.2 Portal Itaú Voluntário

Uma das formas que a Fundação Itaú Social encontrou para divulgar e promover as ações voluntárias realizadas pelos colaboradores dos Bancos Itaú foi a criação do Portal Itaú Voluntário.

Elaborado em parceria com o Portal do Voluntário, além de ter seu conteúdo atualizado diariamente com agenda de eventos, notícias, entrevistas e reportagens especiais, também promove integração e troca de experiências entre colaboradores de todo o País. Cada usuário tem uma página pessoal no site e pode construir uma rede de relacionamentos, compartilhando projetos, oportunidades de trabalho voluntário, relatos, dicas, ideias, eventos e convites para ações com colegas.

O Portal tem cerca de 3.500 usuários, com uma média de 56 mil acessos por mês. Em 2008, foram cadastrados no site, pelos próprios voluntários, mais de 610 projetos e organizações sociais, cerca de 200 relatos pessoais e mais de 300 oportunidades de trabalho voluntário.

De acordo com uma pesquisa realizada entre os empregados do Banco Itaú o programa promoveu a melhoria do relacionamento interpessoal, o desenvolvimento da tolerância e da capacidade de lidar com as diferenças pessoais, o fortalecimento dos princípios éticos, além de facilitar o trabalho em equipe.

3.2.3 Reconhecimento

O trabalho da Fundação Itaú Social tem conquistado reconhecimento nacional e internacional pelas ações sociais dedicadas á população principalmente na área da educação. Uns dos principais prêmios recebidos pela Fundação foram: o Prêmio ECO e o Prêmio Top Social, que serão citados no decorrer do trabalho.

Na tabela abaixo, destacamos os principais prêmios recebidos pela Fundação nos últimos anos.

ANO	PREMIAÇÕES
2007	Perfil do Voluntariado Empresarial no Brasil (RioVoluntário), para o Programa Itaú Voluntário. Prêmio Top Social para o Programa Avaliação Econômica de Projetos Sociais.
2005	Prêmio Top Social para o Prêmio Escrevendo o Futuro.
2004	Prêmio Marketing Best de Responsabilidade Social (Editora Referência e Mídia Mundo Marketing), para o Prêmio Escrevendo o Futuro.
2003	Prêmio Eco, na categoria Educação, para o Prêmio Escrevendo o Futuro.
2002	Prêmio Top Social para o Programa Saúde e Cidadania. Prêmio Eco Especial 20 Anos, para o Programa Raízes e Asas.
2001	Prêmio Top Social para o Programa Melhoria da Educação no Município.
2000	Guia de Boa Cidadania Corporativa (Revista Exame), destaque entre 10 programas. Prêmio Top Social para o Programa Itaú Social.
1999	Prêmio Top Social para o Programa Educação e Participação.
1998	Prêmio Eco na categoria Especial do Júri, para o Programa Itaú Social.

Tabela 2: Premiações⁷

3.3 Instituto C&A

Fundado em 1991, o Instituto C&A originou-se das necessidades dos acionistas da rede C&A de institucionalizar sua política de investimento social no Brasil. O instituto é uma organização sem fins lucrativos de interesse público, cuja finalidade é promover e qualificar o processo de educação de crianças e adolescentes no Brasil.

⁷ Fonte: <<Disponível em: www.fundacaoitausocial.org.br>>. Acesso em 20 de setembro de 2010.

O Instituto oferece apoio técnico e financeiro a programas e projetos desenvolvidos por instituições que atendam a dois requisitos mínimos: atuar na promoção da educação de crianças e adolescentes e estar situados nas locais onde a rede C&A possui operações; as atividades são mantidas por doações efetivadas pela C&A e por doações diretas dos acionistas.

3.3.1 O Voluntariado

O Instituto C&A entende o exercício do voluntariado como um conjunto de ações que inclui mobilização e sensibilização para a cidadania e a participação em projetos sociais, é um dos recursos utilizados pelo instituto e a equipe é formada principalmente por colaboradores da rede C&A.

O grupo já soma cerca de três mil e quinhentos colaboradores/voluntários e os mesmos exercem as atividades dentro do expediente comercial e nos tempos livres. Para a prática do voluntariado o Instituto C&A disponibiliza aos colaboradores um programa que reúne iniciativas de formação e desenvolvimento de voluntariado, bem como mobilização e formação de grupos de liderança no voluntariado.

Com esse programa os próprios voluntários construíram sua cultura de voluntariado trabalhando em: campanhas emergenciais, projetos pelo direito de brincar e ações educativas diversas. Em 2009, os voluntários implantaram o Projeto Literatrupe, que foi desenhado em conjunto com o programa Educação Infantil, os voluntários realizam atividades lúdicas envolvendo leitura, brincadeiras e brinquedos tradicionais, com crianças de 0 a 5 anos de idade.

3.4 Premiações brasileiras

3.4.1 Prêmio ECO (Empresa – Comunidade)

Lançado pela AMCHAM (Câmara Americana de Comércio) em 1982, o Prêmio ECO foi pioneiro no reconhecimento de organizações que adotam práticas socialmente

responsáveis. O nome ECO nasceu da fusão das palavras Empresa e Comunidade tendo como principal objetivo traduzir o compromisso que as organizações possuem com a sociedade e o meio ambiente.

A premiação é uma iniciativa de caráter exclusivamente sócio – cultural e sem fins lucrativos, que visa a distinguir e homenagear anualmente alguns entre os principais programas sociais voltados para o bem – estar social do País. Em 2008, o Prêmio ECO passou a ser uma realização conjunta da AMCHAM e o Valor Econômico, a união teve como finalidade multiplicar o conceito de gestão empresarial para a Sustentabilidade.

Ao longo dos anos, a premiação foi estendida a todas as classes organizacionais atuantes no país, incentivando assim, a participação de pequenas e médias organizações.

3.4.2 Prêmio Top Social ADVB SP

O Prêmio Top Social ADVB SP (Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil), foi fundado em 1956 tendo como principal objetivo reunir profissionais dispostos a transmitir o conhecimento que adquiriram nas organizações em que trabalhavam; tendo desde a sua fundação o compromisso de fornecer ao público ferramentas que auxiliem no desenvolvimento de estratégias de Marketing, Vendas, Recursos Humanos e Responsabilidade Socioambiental.

A ADVB criou uma série de premiações que visa reconhecer as organizações líderes, por meio de seus exemplos de sucesso, dando a cada uma o reconhecimento público pela liderança e condução desses projetos. Um dos prêmios é o Top Social, criado em 1999, mesmo ano da Fundação do Instituto ADVB de Responsabilidade Socioambiental (IRES), tendo como objetivo ressaltar o mérito das organizações que investem em ações e programas sociais, tendo como fator-chave o desenvolvimento e fortalecimento do meio social onde se encontra situada.

3.5 Site V2V (Voluntário para Voluntário)

O site é baseado no entendimento de que quem deve promover o voluntariado é o próprio voluntário, de forma autônoma e descentralizada. A tecnologia V2V está disponível no Portal do Voluntário⁸ e também pode ser customizada para empresas, em ambientes exclusivos, de acordo com o perfil e a estratégia de cada cliente. Desenvolvidas e mantidas pelo Portal do Voluntário, as redes corporativas promovem ações voluntárias das empresas e de seus colaboradores, tornando-se assim, fundamental para fortalecer programas de voluntariado corporativo em organizações que são referências em responsabilidade social. Sendo estas algumas das organizações: Itaú Voluntário; Portal do Voluntário HSBC; Cidadania Embraer; Voluntários Vale; Rede do Bem Alcoa; Rede Social São Paulo; Portal dos Voluntários do Instituto C&A; Voluntários Bradesco; Starbucks V2V entre outras.

Com a implementação do site, os funcionários podem compartilhar suas experiências e estimular outros colegas de trabalho, fortalecendo o comprometimento de toda a organização com o voluntariado.

A implantação e manutenção do V2V envolvem itens como:

- A construção de um site na Internet totalmente customizado para dar suporte às ações voluntárias já existentes entre funcionários.
- Uma tecnologia inovadora que permite aos funcionários se conectarem uns aos outros, contarem suas experiências, darem apoio às iniciativas dos colegas e trabalharem juntos no desenvolvimento de novos projetos.
- Um serviço de consultoria diferenciado para assegurar que o V2V apóie os objetivos estratégicos da empresa.
- Redação de conteúdos especializados, desenvolvimento tecnológico e suporte para garantir a eficácia do V2V na empresa.

A ferramenta torna-se mais eficiente tendo total apoio da organização e completa compreensão dos colaboradores quanto ao andamento e aplicação do programa sugerido pela organização em questão. Sendo assim, o Gestor pode utilizá-lo como

⁸ <http://portaldovoluntario.org.br>

uma forma de motivar e estimular o interesse dos colaboradores pelo voluntariado, utilizando o método eletrônico para:

1. Desenvolver e manter todos os envolvidos desde a alta administração até os colaboradores focados nos objetivos e na realidade da empresa;
2. Para transferir o poder de gerenciamento do programa de voluntariado para os próprios funcionários, dando a eles a chance de compartilhar interesses, desenvolver suas próprias atividades e incluir amigos e familiares;
3. Um modo de criar uma inovadora experiência para os voluntários da empresa, enquanto se reduz a carga de trabalho e facilmente monitora-se resultados;
4. Cria-se uma conexão direta entre os funcionários para torná-los capazes de desenvolver suas próprias atividades colaborativas;
5. Cria-se com todo o envolvimento esperado uma melhoria na comunicação interna do programa;
6. Uma maneira de aumentar o impacto dando prioridade também aos programas patrocinados pela empresa.

O site deve ser sugerido pelo gestor de preferência já no início do projeto, usando a utilização do site como uma ferramenta estratégica, inovadora e estimulante onde o envolvimento de todos na organização é essencial. A tecnologia aplicada à ação voluntária proporciona a organização e ao gestor dessa prática, diversos benefícios como inovação, agilidade, comprometimento, e a mais importante que é a voltada para os colaboradores: valorização pessoal e profissional, oferecendo assim, estratégias de motivação e retenção dos mesmos pelas práticas desenvolvidas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O voluntariado é um ato de bondade e que envolve solidariedade humana e preocupação social com o ambiente da sociedade em geral, podendo ter como personagens principais pessoas, instituições, ONG's, animais ou alguma causa social sazonal (doação de sangue, de agasalhos etc.).

Observa-se com freqüência que sua definição é bastante complexa, muitas vezes no meio empresarial é interpretada de forma errônea. Muitas pessoas confundem essa ação social como uma forma encontrada pelas organizações de usar de seus colaboradores para engrandecer a marca ou para resolver situações de responsabilidade única e exclusiva do Governo, Estado ou Município.

Nem sempre se percebe que essas ações são voltadas para o bem-estar do entorno das organizações e a promoção do bem-estar individual e coletivo dos colaboradores de todos os níveis hierárquicos das organizações voluntárias. Muitas delas não divulgam constantemente nos canais de mídias (televisão, rádio e internet) seus feitos ou o projeto em andamento, podendo ocorrer uma divulgação esporádica em canais abertos para divulgação do sucesso de alguma causa social depois de implantada e realizada. Também existem na internet sites, blogs e comunidades nas redes sociais como o Orkut que possuem como principal utilidade a comunicação entre voluntários de uma mesma causa social ou não.

O que preocupa nessas atitudes solidárias e nobres é quando as organizações decidem apoiar determinada causa, todas as possíveis dificuldades enfrentadas por esses indivíduos tendem a serem supridas de maneira rápida e eficiente: o que antes era um problema social, agora é uma resolução social. Visto de fora, podemos considerar como um problema a menos na caótica sociedade atual, porém, se todos os problemas sociais forem apoiados pelas organizações, dispostas a ajudar uma sociedade tão deficiente, o que vai restar para o Governo? Se as responsabilidades forem tiradas desse órgão e inseridas nas organizações, qual o papel de cada um nessa corrida a favor do bem-estar geral da sociedade?

Daqui a alguns anos essas e muitas outras perguntas terão respostas que irão nos agradar ou não, só nos resta esperar e torcer para que essa preocupação das

organizações seja um passo para uma possível união com Governo, Estados e Municípios para a construção de uma vida melhor e mais harmônica.

Com este estudo buscou-se contribuir para uma maior reflexão em torno da importância da boa gestão do trabalho voluntário como recurso estratégico empresarial.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Renata Rios de; CORAZOLLA Roberta. **Como uma Gestão de Voluntários pode colaborar com uma Instituição que cuida de Idosos**: Estudo de caso do Lar dos Velinhos de Capivari São Vicente de Paulo – SP. 2009. 67p. Graduação em Administração - Campanha Nacional das Escolas da Comunidade - Faculdade Cenecista de Capivari – FACECAP, São Paulo, Capivari, 2009.

ARAUJO, Jairo Melo. **Voluntariado**: na contramão dos direitos sociais. São Paulo: Cortez, 2008.

ASSOCIAÇÃO DOS DIRIGENTES DE VENDAS E MARKETING DO BRASIL. Disponível em < <http://www.advbfbm.org.br>>. Acesso em 28 de setembro de 2010.

AZEVEDO, Débora. **Competências do Coordenador de Voluntários**: um estudo exploratório em Organizações da Sociedade Civil de Porto Alegre. 2007. 152p. Mestrado - Centro de Ciências Econômicas - Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Rio Grande do Sul, São Leopoldo, 2007.

BONFIM, Paula. **A cultura do voluntariado no Brasil**. São Paulo: Cortez, 2010.

BRASIL ON LINE ROTARY. Disponível em <http://www2.brasil-rotario.com.br/revista/materias/rev945/e945_p10.html>. Acesso em 27 de setembro de 2010.

COMUNIDADE SOLIDÁRIA. Disponível em: <<<http://www.tecsi.fea.usp.br/eventos/Contecsi2004/BrasilEmFoco/port/polsoc/csolid/conselho/apresent.htm>>>. Acesso em 19 de agosto de 2010.

CUNHA, Márcia Pereira. **Os andaimes do novo voluntariado**. São Paulo: Cortez, 2010.

DOHME, Vânia. **Voluntariado**: equipes produtivas. São Paulo: Mackenzie, 2001.

DOMENEGHETTI, Ana Maria. **Voluntariado**: gestão do trabalho voluntário em organizações sem fins lucrativos. 2ª ed. São Paulo: Esfera, 2001.

FUSILLI, Camila Bueno. **Responsabilidade Social Empresarial**: Marketing Relacionado a Causas Sociais. 2007. 66p. Graduação em Administração - Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis – Fundação Educacional do Município de Assis, São Paulo, Assis, 2007.

INSTITUTO C&A. Disponível em <<http://www.institutocea.org.br>>. Acesso em 30 de setembro de 2010.

FUNDAÇÃO ITAÚ SOCIAL. Disponível em <<http://www.fundacaoitausocial.org.br>>. Acesso em 27 de setembro de 2010.

HUDSON, Mike. **Administrando Organizações do Terceiro Setor**. São Paulo. Makron Books, 1999.

HYBELS, Bill. **A revolução no voluntariado**. Rio de Janeiro: Mundo Cristão, 2005.

JUNQUEIRA, Luciano A. Prates; PEREZ, Clotilde. **O voluntariado e a gestão das políticas sociais**. São Paulo: Futura, 2002.

KOTLER, Philip. **O marketing sem segredos**. São Paulo: Bookman, 2005.

LOTURCO, Bruno. **Trabalho voluntário também traz ganhos profissionais**. Além da prática da cidadania, solidariedade é bem vista pelas empresas. Universia. Disponível em <<http://www.universia.com.br/carreira/materia.jsp?materia=19574>>. Acesso em 21 de junho de 2010.

LUZ, Alessandra A. Cherubino; NEVES Ana Lúcia Caloi; FERNANDES, Érica; OLIVEIRA, Norival de; OTANI, Tatiana M. **Voluntariado Empresarial como ferramenta de Gestão de Pessoas**. 2004. 49p. Pós Graduação: *Lato Sensu* - Fundação Getúlio Vargas. Escola de Administração de Empresas de São Paulo, São Paulo, São Paulo, 2004.

PELIANO, Ana Maria T. Medeiros (coord.). **Bondade ou interesse?** Como e por que as empresas atuam na área social. Brasília: IPEA, 2001.

PINTO, Luiz Fernando Da Silva. **Gestão cidadã**: Ações estratégicas para a participação social no Brasil. São Paulo: FGV, 2003.

PORTAL DE INFORMAÇÃO JOVEM. Disponível em <<http://www.infojovem.org.br/infopedia/tematicas/voluntariado/legislação/>>. Acesso em 27 de setembro de 2010.

PORTAL DO VOLUNTÁRIO. Disponível em <<http://portaldovoluntario.org.br>> . Acesso em 17 de junho de 2010.

SANDHUSEN, Richard L. **Marketing Básico**. Tradução de Robert Brian Taylor. São Paulo: Saraiva, 1998.

SANTOS, Mozana de Amorim. **Gestão de Voluntariado**: Um desafio da Gestão de Pessoas. Estudo comparativo entre os programas de Voluntariado da Associação Viva e Deixe Viver e do Projeto Entorno. 2007. 64p. Pós Graduação: *Lato Sensu* - Universidade São Marcos, São Paulo, São Paulo, 2007.

SILVA, Jacqueline Oliveira. **Novo voluntariado social**. São Paulo: Da Casa, 2004.

TACHIZAWA, Takeshy. **Organizações Não Governamentais e Terceiro Setor**: criação de ONGs e estratégias de atuação. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.

TENÓRIO, Fernando Guilherme. **Responsabilidade social empresarial**. São Paulo: FGV, 2006.

VAZ, Gil Nuno. **Marketing Institucional**: o mercado de idéias e imagens. 2ªed. São Paulo: Pioneira, 1995.

ZAVALA, Rodrigo. **Grupo elabora princípios para voluntariado corporativo**. Educação para Sustentabilidade. Disponível em <<http://candrade.com.br/ca/?p=220>>. Acesso em 21 de junho de 2010.

ANEXOS

ANEXO A: DIRETOS E DEVERES DO VOLUNTÁRIO E DA INSTITUIÇÃO

Citaremos abaixo alguns direitos e responsabilidades que devem ser de conhecimento tanto da instituição que aceita o serviço, como pelo voluntário que oferta seus serviços para a mesma.

Todo voluntário tem **DIREITO** a:

- Obter uma descrição clara de suas tarefas e responsabilidades;
- Participar das decisões com relação ao seu trabalho;
- Contar com os recursos indispensáveis para o trabalho voluntário;
- Receber treinamento e supervisão para melhorar seu desempenho na tarefa que vai desenvolver, assim como a informação completa sobre a mesma;
- Respeitar os termos acordados, quanto à sua dedicação, tempo doado etc.;
- Receber reconhecimento e estímulo;
- Ter oportunidades para o melhor aproveitamento de suas capacidades recebendo tarefas e responsabilidades de acordo com os seus conhecimentos, experiência e interesse.

Todo voluntário tem a **RESPONSABILIDADE** de:

- Conhecer a instituição e/ou a comunidade onde presta serviços, a fim de trabalhar levando em conta essa realidade social;
- Conhecer as tarefas que lhe foram atribuídas;
- Escolher cuidadosamente a área onde deseja atuar, conforme seus interesses, objetivos e habilidades pessoais, garantindo um bom trabalho;
- Ser responsável no cumprimento dos compromissos assumidos como voluntário;
- Só se comprometer com o que de fato puder fazer;
- Respeitar as pessoas com as quais trabalha;
- Aproveitar os treinamentos oferecidos, através de uma atitude aberta e flexível;
- Trabalhar de forma integrada e coordenada com a entidade onde presta serviço;

- Manter em segredo alguns assuntos que, porventura, não possam ser comentados livremente;
- Acolher de forma receptiva a coordenação e a supervisão de seu trabalho;
- Usar de bom senso para resolver imprevistos, além de informá-los aos responsáveis.

Da mesma forma a instituição também possui direitos e deveres para com o voluntário. Citaremos abaixo alguns desses direitos e responsabilidades que devem ser de conhecimento da instituição e do voluntário.

A instituição tomadora do serviço voluntário tem **DIREITO** a:

- Instituir regras de Regulamento Interno para o recebimento de voluntários dentro de sua instituição;
- Selecionar o voluntário adequado á atividade proposta;
- Solicitar a assinatura do voluntário no termo de Adesão;
- Avaliar o desempenho do voluntário;
- Contar com o voluntário nos dias e horários combinados;
- Desligar o voluntário, quando este deixar de atender ou não mais se adequar ás necessidades da Instituição.

A instituição tomadora do serviço voluntário tem **RESPONSABILIDADE** de:

- Oferecer estrutura para realização da atividade voluntária;
- Avaliar periodicamente as tarefas do voluntário;
- Manter o canal de comunicação do voluntário sempre claro e atualizado;
- Estabelecer postura adequada ás normas da Instituição;
- Orientar, treinar e acompanhar o serviço desenvolvido pelo voluntário;
- Organizar as tarefas e os recursos;
- Proporcionar troca de experiências e estímulo ao serviço voluntário;

- Respeitar as individualidades, como profissional e cidadão;
- Valorizar, incentivar e reconhecer a participação dos voluntários.

ANEXO B: ROTEIRO PARA O PLANEJAMENTO

1. Preserve sempre a missão, visão, valores, prioridades institucionais e as ações de responsabilidade social que a empresa realiza. Defina os objetivos do voluntariado corporativo baseado nos objetivos pretendidos pela organização.

2. Criar o primeiro comitê do voluntariado corporativo, incentivando a participação de todos os colaboradores e alta administração. Identifique se já existem pessoas voluntárias na organização, se houver, coloque-as em cargos decisivos no comitê.

3. Diagnosticar as experiências e potencialidades dos funcionários. Conheça a experiência dos funcionários no campo do voluntariado.

4. Desenvolver conceitos e estratégias de apoio ao programa, atendendo assim todos os objetivos pretendidos. O envolvimento da alta direção é fundamental.

5. Identificar as reais necessidades das instituições em que a organização vai atuar, definir também o tipo de ajuda que vai ser prestada e os dias e horários, para que tanto a organização quanto as instituições possuam o controle. A organização e as instituições devem trabalhar sempre em harmonia e buscar os mesmos objetivos.

6. Estruturar o programa de voluntários.

Como transformar suas idéias em um projeto de fato? Ponha no papel o programa de voluntariado a ser implementado pela empresa. Defina objetivos, estratégias, recursos humanos e materiais, cronograma de implantação e sistema de avaliação.

7. Implantar e gerenciar o programa, sendo de extrema importância a presença do Gestor que possui a visão do programa e um comitê consultivo, representando diferentes áreas da empresa.

8. Divulgar interna e externamente o programa de voluntariado. A comunicação é uma das chaves para o sucesso do programa. Serve para estimular a participação e disseminar conceitos.

9. Valorizar e reconhecer as ações voluntárias, a criação de prêmios, homenagens e exposição dessa solidariedade estimula e motiva os colaboradores a

continuarem e os que não fazem parte a participarem, a divulgação por meio de jornais, revistas ou televisão são as formas mais atrativas e estimulantes.

10. Estabelecer contatos com outras organizações que possuem a prática do voluntariado corporativo. Compartilhe experiências e conhecimentos. Forme parcerias, reúna esses colaboradores para trocas de experiências, de idéias, sugestões, incentive os colaboradores a divulgarem seu trabalho nas instituições.

11. Criar dias e horários flexíveis para os colaboradores, deixando os mesmos escolherem a instituição e a área que pretendem atuar na pratica solidária. Qualquer tipo de sugestão ou critica em relação ao programa ou a instituição escolhida por eles será sempre aceita.

ANEXO C: CÓDIGO ÉTICO DO VOLUNTÁRIO

1. Deveres do voluntário para com os beneficiários.

1.1. Entrega generosa do melhor de cada um, atuando com eficácia, profissionalismo e humanidade em cada uma das tarefas encomendadas.

1.2. Prestar ajuda gratuita e desinteressada sem esperar nem aceitar, de forma alguma, qualquer tipo de compensação material.

1.3. Reconhecer, respeitar e defender de maneira ativa a dignidade pessoal e humana de cada um dos beneficiários, conhecendo e aceitando a declaração universal dos direitos humanos.

1.4. Manter e respeitar um absoluto sigilo e discrição no uso de dados relativos aos beneficiários, mulheres e crianças.

1.5. Criar um clima de respeito mútuo, de igualdade e fraternidade humana, evitando cair em posturas paternalistas.

1.6. Fomentar nos beneficiários a superação pessoal e autonomia própria, potencializando em todos os momentos ajuda para a auto-ajuda.

1.7. Informar os beneficiários de maneira objetiva, tendo em conta suas necessidades e circunstâncias pessoais.

1.8. Denunciar qualquer violação dos direitos humanos.

1.9. Potencializar o desenvolvimento integral como pessoa do beneficiário: compreendendo suas origens, informando-o com amabilidade e sincera generosidade sobre como possa buscar seu próprio desenvolvimento, sendo paciente na hora de esperar resultados das ações realizadas.

2. Deveres e direitos do voluntário para com a organização.

2.1 Conhecer e assumir, passo a passo e de maneira profunda, a missão e decálogo de atuação.

2.2 Conhecer e compreender perfeitamente a solução circular e cada um dos programas da Organização.

2.3 Conhecer as normas e métodos de trabalho da instituição e segui-los.

2.4 Respeitar a organização sem utilizá-la em benefício próprio:

- Mantendo sigilo e discrição lógica;
- Fazendo uso responsável dos bens que a organização ponha a sua disposição;
- Utilizando devidamente qualquer tipo de crédito ou material impresso e publicitário que a Organização lhe propicie;
- Interrompendo a colaboração quando a organização assim o solicite.

2.5 Comprometer-se de modo consciente, livre e responsável.

- Cumprindo cada um dos compromissos assumidos no tempo hábil e de maneira estrita;
- Realizando com seriedade e máximo profissionalismo as tarefas assumidas;
- Realizando cada uma dessas tarefas com o melhor espírito de serviço aos demais;
- Participando de atividades de formação e capacitação necessárias para aumentar a qualidade do serviço prestado;
- Informando-se, antes de comprometer-se, sobre as tarefas e responsabilidades que serão assumidas, considerando se dispõe de tempo e energia para dar-lhe seqüência;
- Dizendo não, se não pode;
- Fazendo, se disser que sim.

2.6 Em caso de renúncia, comunicá-la com suficiente antecipação para evitar prejuízos aos beneficiários, crianças e mulheres nos termos do Termo de Adesão ao Serviço Voluntário.

2.7 Manter a todo o momento uma atitude aberta e de cooperação para com as indicações da Organização.

2.8 Participar inovadoramente em todas e cada uma das atividades da Organização, mostrando novas idéias e maneiras de melhorar cada atividade.

2.9 Participar economicamente, ainda que a quantidade seja mínima, de realização dos projetos, demonstrando assim que acredita nos projetos da Organização.

2.10 Pensar sempre em como conseguir mais fundos para cada um dos projetos, de maneira que se possa ajudar a mais seres humanos.

2.11 Denunciar as possíveis irregularidades que se detectem para a presidência da Organização.

2.12 Informar sobre melhorias nos programas ou sua possível inadequação.

2.13 Informar sobre as necessidades não satisfeitas dos beneficiários e sobre as deficiências na aplicação dos programas.

2.14 Realizar todas as suas atividades de maneira gratuita e desinteressada.

3. Deveres e Direitos do Voluntário para com os outros Voluntários e Colaboradores da Instituição.

3.1 Respeitar a dignidade e liberdade dos demais, reconhecendo o valor de suas tarefas, estendendo esse respeito a todos os voluntários e colaboradores de qualquer outra instituição de serviço aos demais, adotando uma atitude de abertura e escuta para com o outro.

3.2 Fomentar o trabalho em equipe, proporcionando uma comunicação fluida e um clima de trabalho e convivência agradável.

3.3 Fazer o intercambio de sugestões, idéias propostas e experiências com respeito mútuo, com o objetivo de obter maior eficácia no trabalho realizado.

3.4 Assumir para si e para com outros responsavelmente todos os compromissos adquiridos com o grupo.

3.5 Facilitar a integração, formação e participação de todos os voluntários, especialmente dos novos, em condições de igualdade.

3.6 Afastar a competitividade, o afã de ser o protagonista, as tensões e rivalidades, promovendo o companheirismo em todos os momentos.

3.7 Criar laços de união entre voluntários de diferentes organizações com o afã de compartilhar experiências.

3.8 Todo voluntário pode fazer uso de suas crenças religiosas em um ambiente de liberdade e tolerância, permitindo a quem não pense como ele que se expresse livremente de maneira respeito.

3.9 Todo voluntário pode expressar sua personalidade pela maneira de se vestir desde que reflita respeito para com os demais.

4. Deveres do Voluntário para com a Sociedade.

4.1 Promover a justiça social e a fraternidade entre os homens com a ferramenta fundamental do amor e da solidariedade.

4.2 Fomentar uma cultura de amor e solidariedade, rica em valores humanos, e defensora da integridade pessoal de cada um.

4.3 Difundir os trabalhos sociais conduzidos e a tarefa de realizar um voluntariado eficaz e eficiente.

4.4 Conhecer a realidade sócio-cultural, política e econômica de sua comunidade em particular, do Brasil em especial, e do mundo que nos rodeia em geral, tendo como objetivo melhorá-la, atendendo a suas necessidades e intervindo em situações imorais e injustas.

4.5 Ter como referencia a declaração dos direitos humanos e todo trabalho social que fomente o amor entre os homens.

4.6 Complementar a ação social das diferentes administrações públicas, para dar um melhor serviço á sociedade, sem proporcionar um pretexto para iludir suas próprias responsabilidades.

4.7 Comunicar as instituições pertinentes, as situações de necessidade ou marginalização e solicitar compromissos para resolvê-las.

4.8 Procurar fazer com o voluntariado não impeça a criação de emprego.

4.9 Transmitir com suas atividades diárias, ações palavras e exemplos, os valores de amor e solidariedade entre todos os brasileiros e todos os seres humanos que a Organização luta por fomentar.

Toda a organização deve possuir completo conhecimento do código elaborado para que, se houver, qualquer problema entre organização – colaborador – instituição (beneficiados), nenhuma das partes afirme absoluta ignorância perante os fatos envolvidos, sendo necessário uma reunião para total esclarecimento de duvidas ou criticas relacionamentos a criação e aplicação do mesmo.