

GINCANAS MARATONAS PREMIAÇÕES



Grupo de Estudos de Voluntariado Empresarial

6/04/2016

Mediação: Anna Carolina Bruschetta

Quantidade de Participantes: 13

No grupo, Furnas e HP compartilharam as gincanas que realizam. Furnas com o objetivo de mobilizar e divulgar o voluntariado e HP com uma gincana similar a apresentada pela FOCO. Eles mensuram as horas trabalhadas, resultado na sociedade e a premiação vai para a instituição apoiada. A HP também participa de um programa mundial em que 4 horas por mês podem ser utilizadas dentro do horário do trabalho para o voluntariado. Eles tem o “dia do serviço”: ação conjunta e global e o “stop hungry” em que empacotam cestas básicas 4x ao ano. O grupo optou por criar uma proposta de gincana da mesa.

O QUE FAZER: tema

- ODS – Objetivos do desenvolvimento sustentável (as empresas ou os voluntários poderiam escolher um dos objetivos para focar a ação voluntária)

POR QUE FAZER: objetivo

- Compromisso mundial começa de forma local

PARA QUEM E COM QUEM: público alvo e engajamento

- Funcionários, famílias, clientes, fornecedores (rede estruturada: cadeia de solidariedade)

COMO FAZER: atividades e ações

- Aberto para os voluntários criarem ações alinhadas aos ODS. Eles selecionam um dos temas e alinham com a ação que irão realizar.

QUANDO E QUANTO TEMPO: pontual, curta ou longo prazo

- Curta duração – 1 a 2 meses. Cada empresa teria uma equipe.

ONDE FAZER: escolha de parceiros

- Oferecer a possibilidade dos voluntários escolherem e indicarem as organizações sociais parceiras.

GINCANAS MARATONAS PREMIAÇÕES



Grupo de Estudos de Voluntariado Empresarial

6/04/2016

- Oferecer também a indicação de organizações ou projetos já parceiros em outros programas sociais.

QUANTO CUSTA: orçamento

- O orçamento pode variar bastante, mas há uma premissa de co-participação da empresa: a cada R\$ 1.000,00 arrecadado pelos voluntários, a empresa aporta mais R\$ 1.000,00

IMPACTO / RESULTADO

- Avaliação: tempo dedicado, alcance da mobilização, quantidade de recursos, beneficiados pelas ações, testes pré e pós ações.
- Reconhecimento: símbolos, relatos efetivos, depoimentos, canais externo, selo nas assinaturas de email, festas, bandeiras nas baias.

Mediação: Giuliana Preziosi

Quantidade de Participantes: 9

Ao invés de criar uma gincana específica, o grupo optou por abordar os itens solicitados de forma mais abrangente, listando as principais variáveis envolvidas no planejamento de cada ponto abordado.

O QUE FAZER: tema

- Importância do clima na Organização: tem que fazer sentido para o momento em que a empresa está vivendo (contexto de desligamentos, crise, etc)
- Temas alinhados ao negócio ou aos interesses da Empresa tendem a dar melhores resultados
- Possibilidade de estimular uma votação de temas entre os voluntários para dar um sentido mais participativo desde a concepção da gincana

POR QUE FAZER: objetivo

- Propicia maior engajamento entre os voluntários;

GINCANAS MARATONAS PREMIAÇÕES



Grupo de Estudos de Voluntariado Empresarial

6/04/2016

- Maior comprometimento, sensação de pertencimento;
- Desenvolvimento de competências. Estimula a liderança de alguém que não tem cargo de chefe; desenvolve habilidades de comunicação, trabalho em equipe, etc.;
- A ideia de um jogo, ou uma competição colaborativa desperta maior interesse;
- O espírito colaborativo faz com que as ações tenham maior abrangência;
- É uma ótima estratégia para envolver voluntários em diferentes cidades;
- Possibilita um leque de opções muito grande para a escolha das atividades voluntárias (tipos de ação, público alvo, tipos de Organizações Sociais, etc);
- Relação do Prazer e o Compromisso – você estabelece um compromisso, mas com uma relação prazerosa de troca, de doação de disposição. A ideia do jogo estimula o prazer em participar de uma ação voluntária.

PARA QUEM E COM QUEM: público alvo e engajamento

- Aproximação com comunidades do entorno, melhoria no relacionamento;
- Oportunidade de engajar pessoas da comunidade;
- Troca: a ONG que está inserida no contexto local abre caminhos para o voluntário acessar a comunidade. E por outro lado o voluntário pode ajudar a ONG a estreitar relações com a comunidade sendo um facilitador ou “aproximador” deste processo;
- O público alvo da Maratona em primeiro lugar é o voluntário porque ele é quem vai atuar como agente transformador onde quer que seja.

COMO FAZER: atividades e ações

- Não tem certo ou errado, depende de cada empresa;
- O importante é estar alinhado às diretrizes do programa de voluntariado corporativo;
- As ações devem se encaixar às “regras” da Empresa seguindo sua política e respeitando seus valores;
- É possível construir junto com o voluntário de forma colaborativa.

GINCANAS MARATONAS PREMIAÇÕES



Grupo de Estudos de Voluntariado Empresarial

6/04/2016

QUANDO E QUANTO TEMPO: pontual, curta ou longo prazo

- O “quando” depende do cronograma principalmente da Empresa, e das Organizações a serem beneficiadas. Evitar períodos de férias (dezembro, janeiro, fevereiro) onde há naturalmente uma menor adesão;
- O quanto tempo, se vai ser pontual, curta ou longa duração é uma decisão de cada empresa que geralmente está atrelada à disponibilidade de recursos financeiros/orçamento e ao calendário do gestor de voluntariado frente a outras demandas que ele possa ter;
- Tomar cuidado com a frequência para não deixar cansativo demais.

ONDE FAZER: escolha de parceiros

- Adequar-se à política corporativa;
- É bacana mobilizar várias pessoas, ter clientes, fornecedores envolvidos por exemplo, mas se isso for prejudicar as diretrizes corporativas podendo causar situações de conflito de interesses, estes públicos devem ser repensados;
- Definir se as Organizações serão cadastradas ou chanceladas pela Empresa ou se os voluntários vão correr atrás por conta própria. Atentar para as demandas advindas de cada uma dessas opções.

QUANTO CUSTA: orçamento

- O orçamento pode variar bastante, o grupo entendeu que os seguintes fatores são os que mais influenciam na conta final:
 - tipo de ações propostas
 - duração da gincana
 - estratégias de comunicação
 - tipos de reconhecimentos
 - apoio de consultoria ou terceiros

GINCANAS MARATONAS PREMIAÇÕES



Grupo de Estudos de Voluntariado Empresarial

6/04/2016

- horas de trabalho cedidas pela empresa ou voluntariado fora do horário de trabalho

IMPACTO / RESULTADO

- Melhoria do clima de trabalho;
- Maior mobilização e engajamento;
- Desenvolvimento de competências;
- Integração;
- Senso de pertencimento;
- Possibilidade de alcançar números maiores de envolvidos e resultados mais expressivos;
- Melhoria no relacionamento com a comunidade;
- Abre portas para parcerias de sucesso. Mesa: 2

Mediação: Natalia Kelbert

Quantidade de participantes: 12

Foi pensado um modelo de gincana que pudesse ser aplicado por várias empresas, com pequenas adaptações conforme o porte e setor em que a empresa atua.

O que fazer – Tema

O tema escolhido foi “Empreendedorismo”. Acreditamos que com esse tema cada empresa poderá estimular o trabalho dentro da sua área de atuação (ex: em uma empresa de engenharia ambiental, os voluntários podem dar apoio a projetos de reciclagem e reaproveitamento de materiais, enquanto em uma fábrica os voluntários podem oferecer mentoria ou capacitação técnica a jovens nas áreas de metalurgia).

Por que fazer – Objetivo

O objetivo da gincana é despertar interesse pelo voluntariado. O tema empreendedorismo ajuda nesse sentido pois dá ao voluntário a opção de colaborar ensinando algum conhecimento técnico que possui (por exemplo, um funcionário do financeiro ajudar o gestor da ONG a organizar suas

GINCANAS MARATONAS PREMIAÇÕES



Grupo de Estudos de Voluntariado Empresarial

6/04/2016

finanças) como também atuar em algo não ligado ao seu trabalho, ajudando na divulgação da ação, por exemplo. Assim, é possível atrair funcionários com diferentes perfis, aumentando as possibilidades de adesão ao Programa.

Para quem e com quem – Público-alvo e engajamento

O público a ser beneficiado pelas ações é a comunidade que possui alguma ligação com a empresa – seja por estar geograficamente no entorno da empresa, ou seja por uma relação de mercado: por exemplo, uma empresa farmacêutica pode apoiar ONGs ligadas à área de saúde como GRAACC ou AACD.

Como fazer – Atividades

As atividades seriam em sua maioria de longa duração, como tais como mentoria e capacitação profissional para jovens, além de desenvolvimento de talentos. Mas pode haver também ações de curto prazo, como apoio à gestão de uma ONG (consultoria jurídica, por exemplo) ou até ações à distância, como a criação de um site para um projeto social.

Quando / Quanto tempo: pontual, curta ou longa duração

A gincana teria duração de aproximadamente 6 meses, para abranger todos os tipos de ações citadas acima.

Onde fazer – Escolha de parceiros

As ações seriam estimuladas a serem feitas em ONGs que já são parceiras da empresa ou que recebem investimento social. Também podem ser feitas parcerias com clientes e fornecedores, para atuarem juntos na ação (desde que observando a política de cada empresa) e parcerias internas, que seriam comitês de voluntariado ou líderes voluntários responsáveis por incentivar a gincana localmente.

Quanto custa – Orçamento

Não fixamos um valor numérico pois varia de acordo com o porte de cada empresa, mas consideramos que a área teria um valor um pouco abaixo do que considera ideal. Por isso são exploradas as parcerias que citamos acima, além do incentivo para que os próprios voluntários atuem conseguindo verba para suas ações, o que já faz parte do tema de empreendedorismo.

GINCANAS MARATONAS PREMIAÇÕES



Grupo de Estudos de Voluntariado Empresarial

6/04/2016

Qual o impacto e resultado – Avaliação e reconhecimento

Para avaliação do impacto da Gincana, seriam feitas três pesquisas:

- Com os voluntários: identificar a percepção dos voluntários quanto ao desenvolvimento de competências, relação com colegas e superiores, sentimento de pertencimento à empresa e satisfação pessoal quanto à participação nas ações.
- Com os gestores da ONG parceira: avaliar o impacto das ações e quais as mudanças que houveram na organização após a realização das ações, para identificar se houve transformação duradoura e em que nível.
- Com o público assistido: perguntar aos jovens ou ao público-alvo da ação como foi receber a ajuda dos voluntários e qual foi o impacto que houve em sua vida, para identificar se houve transformação e em que nível. Esta última pesquisa seria usada também para o reconhecimento dos voluntários, pois os depoimentos dos beneficiados podem ilustrar um vídeo sobre a ação, uma notícia ou uma carta direcionada diretamente aos voluntários. Além deste reconhecimento, pensamos também em brindes, como um cordão de crachá especial ou um pequeno troféu que homenageie o diferencial de cada equipe. Outra opção seria também a entrega de um certificado de voluntário acompanhado de uma carta de agradecimento pela participação, que pode ser tanto da liderança quanto da ONG assistida.

Todas essas ideias podem ser consolidadas em um evento de reconhecimento, que além de incluir as sugestões anteriores pode incluir também uma apresentação de cada um dos projetos realizados durante a gincana. Não haveria um prêmio para equipe vencedora, pois a gincana seria colaborativa, ou seja: todas as equipes juntas deveriam atingir uma meta coletiva para receber os prêmios.

Mediação: Roberta Rossi

Quantidade de Participantes: 13

GINCANAS MARATONAS PREMIAÇÕES



Grupo de Estudos de Voluntariado Empresarial

6/04/2016

O QUE FAZER: tema

- Maratona solidária - incentivo à cooperação entre colaboradores e áreas

POR QUE FAZER: objetivo

- Amparar comunidades do entorno
- Promover ações ambientais
- O grupo acredita que a diversidade de ações pode engajar mais voluntários

PARA QUEM E COM QUEM: público alvo e engajamento

- Envolver as comunidades através de instituições
- Relacionamento com as comunidades do entorno
- Os colaboradores é que devem se engajar na maratona, porém com o envolvimento e apoio das pessoas das comunidades envolvidas

COMO FAZER: atividades e ações

- Atividades de reparos nas instituições e comunidades
- Atividades educacionais e de lazer (rodas de leitura, reforço escolar, gincanas etc)
- Atividades ambientais (palestras, plantio de mudas e hortas, oficinas de reciclagem etc)
- Campanhas de doações de itens atrelados a atividades e entregas

QUANDO E QUANTO TEMPO: pontual, curta ou longo prazo

- O grupo acredita que uma ação deste tipo não pode ser longa para não cair na mesmice e desmotivar os participantes
- A duração proposta é de 3 meses

ONDE FAZER: escolha de parceiros

- Devem ser pré-selecionados pelas equipes e aprovados pela empresa

QUANTO CUSTA: orçamento

- O grupo acredita que o orçamento só pode ser definido após a definição do número de instituições beneficiadas, ações realizadas e campanha de comunicação.

GINCANAS MARATONAS PREMIAÇÕES

O QUE FAZER: tema
POR QUE FAZER: objetivo
PARA QUEM E COM QUEM: público-alvo e engajamento
COMO FAZER: atividades, ações
QUANDO/QUANTO TEMPO: pontual, curta ou longa duração
ONDE FAZER: escolha de parceiros
QUANTO CUSTA: orçamento
QUAL IMPACTO E RESULTADO: avaliação e reconhecimento

Grupo de Estudos de Voluntariado Empresarial

6/04/2016

QUAL IMPACTO E RESULTADO: avaliação e reconhecimento

- Melhora no relacionamento com a comunidade
- Desenvolvimento de habilidades e competências nos funcionários
- Avaliação deve ser feita com todos os envolvidos por meio de reuniões e rodas de diálogo
- O reconhecimento será uma "festa" ao estilo do Oscar com premiação de acordo com modalidades de atuação - todas as equipes serão premiadas pelo que fizeram de melhor na maratona