



• **ROBERTA ROSSI** é sócia-consultora da Conexão Trabalho Consultoria e membro organizadora do Grupo de Estudos de Voluntariado Empresarial. É bacharel em Direito, pós-graduação em Marketing pela ESPM, especialista em Sustentabilidade e Responsabilidade Social Empresarial pela FGV/SP e pela FDC. Foi coordenadora no Instituto Criar de TV, Cinema e Novas Mídias.



A IMPORTÂNCIA DO VOLUNTÁRIO NO PROCESSO DE INOVAÇÃO DAS EMPRESAS

Hoje, o tema inovação está mais em voga do que nunca e vem sendo discutido por ser um importante diferencial estratégico das empresas. As organizações devem se preparar para renovar continuamente seus produtos, serviços, processos, competências e organogramas, de modo que suas decisões garantam sua sustentabilidade.

Existem muitas maneiras de inovar, e as empresas estão sedentas por encontrar alguma que seja a ideal ao seu negócio. Os investimentos em inovação são muito altos, e o que se percebe é que apenas um grupo de pessoas ou áreas específicas são envolvidas nestes processos. Será que só os cientistas, designers e engenheiros são capazes de inovar?

Este artigo defende a ideia de que todos podem participar, especialmente os voluntários. O programa de voluntariado empresarial pode estar alinhado à estratégia de inovação da empresa, desde que esteja visando uma relação de valor compartilhado com a sociedade. Este termo foi criado por Michael Porter, um dos papas da estratégia, para mostrar ao mundo sua conclusão da interdependência entre empresas e comunidades. O ambiente deve ser saudável e favorável a todos. Só assim os negócios terão sucesso em longo prazo.

Um exemplo interessante é o Programa "10.000 Women", do Goldman Sachs Group, que elegeu como uma de suas causas

o apoio ao empreendedorismo feminino, oferecendo educação empresarial e gestão de negócios para mulheres em todo o mundo. O programa de voluntariado que complementa esse investimento social foi eleito um dos finalistas do prêmio "2011 Points of Light Corporate Engagement Award of Excellence".

Investir nas mulheres é uma forma eficaz de reduzir a desigualdade entre os gêneros e facilitar o crescimento econômico inclusivo. A comunidade torna-se, portanto, socioeconomicamente mais saudável e fortalecida para realizar cada vez mais negócios. Neste contexto, os voluntários que já têm afinidade natural com a causa são envolvidos em novas experiências e desafios, contribuindo com a melhora da qualidade de vida da sociedade e podendo trazer inovações.

O voluntariado deve ser reconhecido como um componente essencial para o processo igualitário e sustentável, como traz o 1º Relatório sobre o Estado do Voluntariado no Mundo, elaborado pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) e pelo Programa dos Voluntários das Nações Unidas, publicado em dezembro de 2011. Outro documento, publicado em 2010, é o Relatório do Desenvolvimento Humano Global, que declarou que "colocar as pessoas no centro do desenvolvimento significa progredir com justiça e com uma forte base, capacitando pessoas a serem participantes ativas nas mudanças".

É estimado que o mundo conte com 140 milhões de voluntários, força considerada essencial para mudá-lo.

Uma das maiores empresas de alimentos no mundo, a Kraft Foods, levanta as bandeiras do combate à fome e do incentivo ao estilo de vida saudável. Para desenvolver um programa de voluntariado holístico, colocou na mesma mesa voluntários, parceiros, fornecedores e outros atores interessados. Um dos resultados inovadores e replicáveis foi a construção, em sua sede global, em Northfield, nos Estados Unidos, de uma horta orgânica que produz milhares de quilos de alimentos por ano e que são distribuídos entre organizações locais que atuam na mesma causa.

Na Índia, os voluntários da HP organizaram um evento que reuniu 200 programadores e desenvolvedores com o propósito de gerar novas soluções para velhos problemas sociais, nas áreas de saúde e educação. Diversos grupos foram formados e, a partir daí, 19 aplicativos foram desenvolvidos em menos de 24 horas para estas causas.

A empresa geralmente encara o voluntariado empresarial como uma das estratégias para seu investimento social, de relações com a comunidade, de motivação e formação de funcionários, entre outras. Mas pode ir além, considerando-se parte da comunidade e integrando o programa em sua estratégia de negócios. A globalização mudou a cara do voluntariado. Agora todos têm a chance de participar e contribuir.

A gestão deve propiciar um voluntariado que incentive e capacite para a inovação e o empreendedorismo e que vá ao encontro das demandas do mercado e da sociedade, que são as mesmas, uma vez que somos interdependentes e interconectados.

Os voluntários podem ser estimulados a exercer o seu trabalho com um olhar apreciativo, ou seja, observar a partir das potencialidades o que poderia ser estudado e desenvolvido para melhorar a qualidade de vida de um grupo, comunidade e sociedade. Esta ação analisará como a empresa pode inovar em seus produtos, serviços e processos a partir das reais necessidades e interesses dessas pessoas.

Tudo isso forma uma cultura de diálogo, iniciativa, coparticipação, corresponsabilidade, cocriação, parceria e engajamento. E essa é a cultura de inovação!

Para que o voluntário participe dos processos de inovação trazendo suas experiências de dentro para fora da comunidade (e vice-versa), ele vai precisar empreender uma nova ideia na empresa. E hoje já sabemos que *intraempreender* é possível dentro de uma pequena, média ou grande estrutura organizacional. Não quer dizer que seja fácil, mas as empresas podem organizar processos que facilitem essa troca.

A CDC Development Solutions, organização sediada em Washington, tem a missão de utilizar recursos públicos, privados e voluntários para fortalecer PMEs (Pequenas e Médias Empresas), instituições sociais, governos e indústrias, que impulsionam o crescimento em mercados emergentes. Para tanto, estruturam programas internacionais de voluntariado com o



objetivo de impulsionar a inovação global utilizando o talento do voluntário para criar valor de alto impacto social. Os funcionários contribuem com sua *expertise* dentro de instituições locais por um tempo determinado. São clientes da CDS: IBM, FedEx, Deloitte, Pfizer, Dow Corning, Intel, PepsiCo e Novartis.

Os resultados, claro, são de ganha-ganha: todos são beneficiados pela parceria.

Nessa mesma linha, a Ernst & Young oferece aos funcionários a oportunidade de participar de um programa de intercâmbio de três meses em países da América Central e da América do Sul, realizando o mesmo trabalho que estariam fazendo em *home office*, mas em empresas locais menores, com problemas de gestão e que não teriam condições de pagar por uma consultoria. Com isso, espera reforçar seus negócios, construir relações nos mercados em crescimento, desenvolver lideranças internas e reter funcionários.

É evidente que o programa de voluntariado empresarial deve ser legítimo para abordar essas questões com naturalidade, vontade e muito compromisso. A empresa precisa preparar-se para o ciclo pós-estímulo, pois toda mobilização gera resultados que podem ser muito positivos não só para a empresa, mas para a sociedade como um todo. 📌