

30/11/2016

**“Gamificação:
os jogos e aplicativos
nos Programas de
Voluntariado Empresarial”**



GRUPO DE ESTUDOS
VOLUNTARIADO EMPRESARIAL



Bem vindos!



GRUPO DE ESTUDOS
VOLUNTARIADO EMPRESARIAL



Mediadora:

**Giuliana Preziosi
Conexão Trabalho**

Giuliana@conexaotrabalho.com.br

Giuliana Preziosi é palestrante, consultora na Conexão Trabalho, escritora, colunista da Revista Plurale e apresentadora do quadro Conexão do Bem na TV Cidade. Trabalha com Sustentabilidade há mais de 13 anos, coordenou a área de Sustentabilidade no Bradesco e participou da criação da área de Responsabilidade Social da Arno. Criadora do projeto “Histórias pelo Mundo” viajou pelo mundo por 530 dias.



GRUPO DE ESTUDOS
VOLUNTARIADO EMPRESARIAL



**5 de Dezembro
Dia Internacional
do Voluntário**



GRUPO DE ESTUDOS
VOLUNTARIADO EMPRESARIAL

Destques em 2016

**Participantes:
295 pessoas**

Temas

Cenário 2016 e o Voluntariado Empresarial: um panorama social e econômico: os números do investimento social no Brasil

Gincanas, maratonas e premiações: ferramentas mobilizadoras nos Programas de Voluntariado Empresarial

Engajar para o Voluntariado: pensando fora da caixa

Voluntariado Empresarial e Valor Compartilhado

Legado e aprendizados do Voluntariado dos Jogos Olímpicos e Paraolímpicos Rio 2016

Gamificação: os jogos e aplicativos nos Programas de Voluntariado Empresarial

Destaque em 2016

Site

The screenshot shows the top navigation bar with the logo and name 'GRUPO DE ESTUDOS VOLUNTARIADO EMPRESARIAL'. Below it is a menu with links: NOTÍCIAS, GRUPO ORGANIZADOR, EMPRESAS PARTICIPANTES, AGENDA 2016, FACEBOOK, and CONTATO. The main content area features a post titled 'VOLUNTARIADO EMPRESARIAL: ENCONTRO GRUPO DE ESTUDOS 30 DE NOVEMBRO'. To the right of the post is a calendar for November 2016. Below the post is a 'CONVITE' banner with the same logo and name.

2016
editar

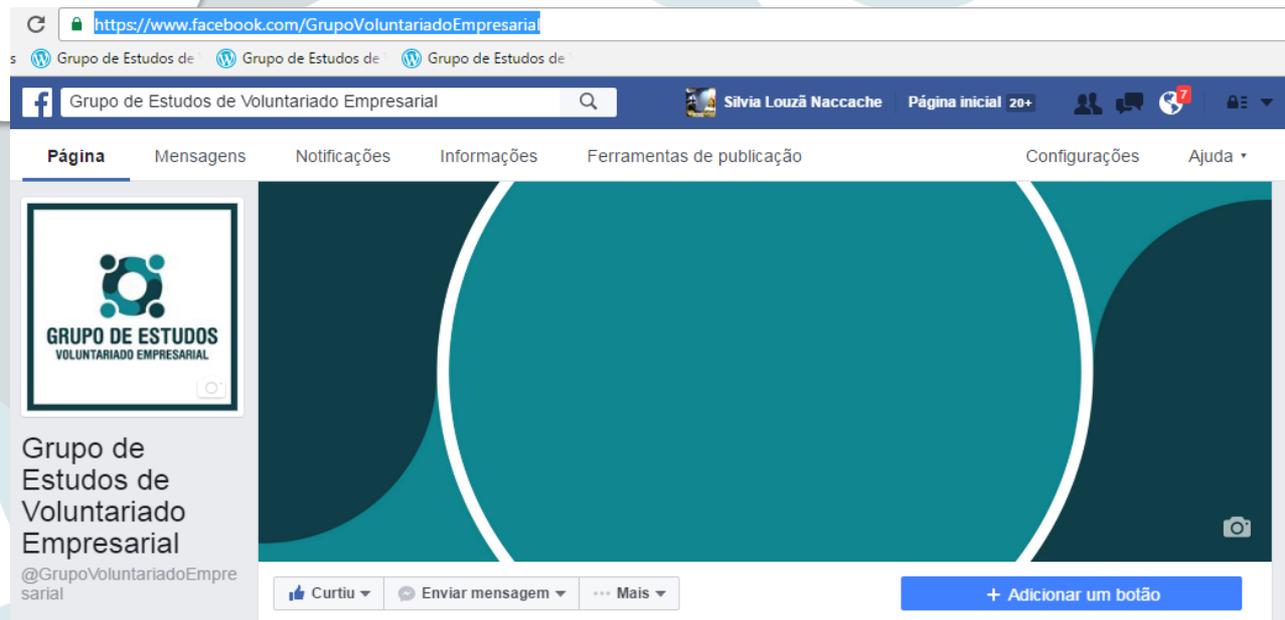
novembro 2016

S	T	Q	Q	S	S	D
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

Customize Edit

Destques em 2016

Face



@GrupoVoluntariadoEmpresarial

<https://www.facebook.com/GrupoVoluntariadoEmpresarial>



Destques em 2016

**Publicações
Revista Filantropia**

Giuliana Preziosi **Engajamento para o Voluntariado**

Roberta Rossi **Voluntariado Empresarial e o Volunturismo**

Isabela Pascoal e Camila Figueiredo **Voluntariado e Valor Compartilhado**

Claudia Sintoni **Planejamento do Voluntariado Empresarial**

Natália Kelbert **Importância do Voluntariado para as empresas**

Marcela Marchi **Voluntariado empresarial em ações emergenciais**

**Encontros
de 2017**

01/02

05/04

07/06

02/08

04/10

06/12

**Quarta-feira
8h30 às 12h30**

**Agradecimento
CVSP
Itaú Cultural**



**Agradecimento
Voluntárias do
comitê organizador**

Claudia Sintoni
Viviane Chies
Giuliana Preziosi
Roberta Rossi
Marcela Marchi
Silvia Naccache
Fernanda Sakamoto
Renata Toledo
Anna Carol Bruscheta



GRUPO DE ESTUDOS
VOLUNTARIADO EMPRESARIAL

Agradecimento D'Angelo



GRUPO DE ESTUDOS
VOLUNTARIADO EMPRESARIAL

A large, stylized graphic in the background depicts a group of people holding hands in a circle. The figures are represented by overlapping circles in shades of light blue and grey, with a central white circle containing the text.

**Jogo do GEVE:
um quiz de
voluntariado empresarial**



GRUPO DE ESTUDOS
VOLUNTARIADO EMPRESARIAL

Jogo do GEVE: um quiz de voluntariado empresarial

Completar os três blocos com quem a resposta for SIM: nome e nome da empresa

Devem ser pessoas diferentes em cada bloco

Quem completar mais rápido é o **vencedor**

Tem um Programa de Voluntariado com mais de 1.000 voluntários



Já trabalhou com jogos nas suas ações de voluntariado



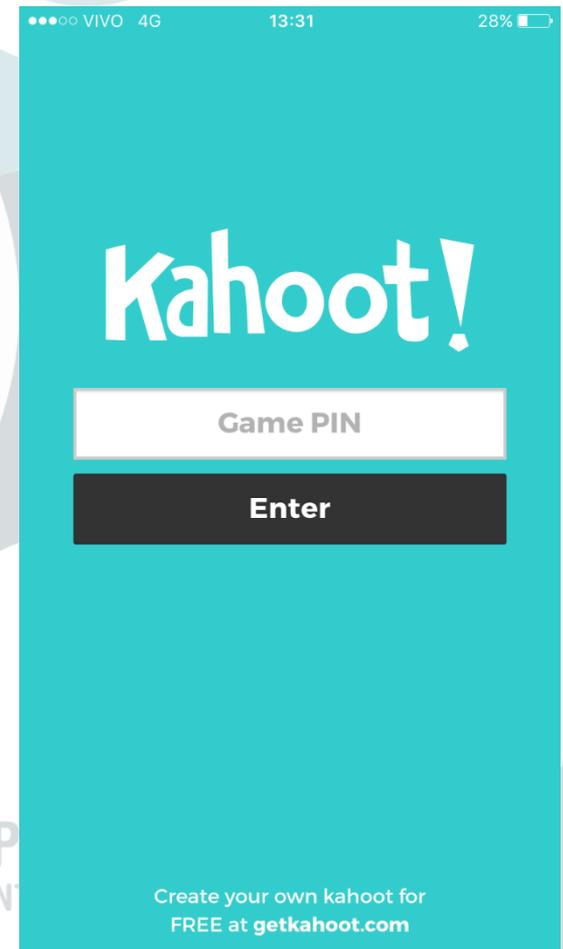
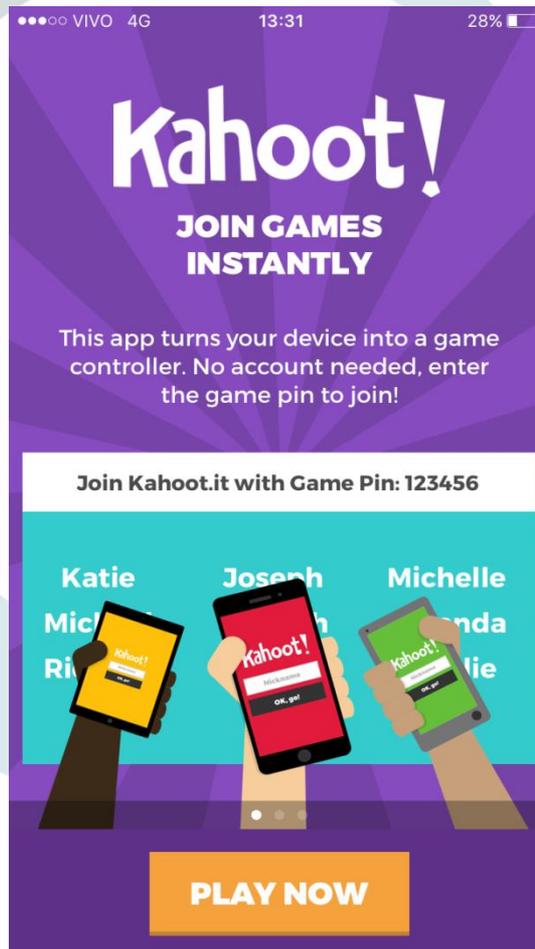
Está criando uma ação inovadora para seu programa de voluntariado em 2017



**Game do
GEVE**

**Wifi
REDE: Itaú cultural**

1. **Baixe o aplicativo Kahoot no seu celular**
2. **Aguarde as instruções**



Agenda do Dia

Norimar Tolloto - Interação Social

Mario Lapin -Virgo Games

Patricia Focchi - Fundação Telefônica Vivo

Denise do Amaral - Grupo Fleury

11h40 às 12h30 - debate e conclusões



GRUPO DE ESTUDOS
VOLUNTARIADO EMPRESARIAL



Norimar Tolloto
Interação Social

norimar@interacaosocial.net

Norimar é sócio diretor da Interação Social

10 anos como **Consultor de Desenvolvimento Humano**.

Foco no Desenvolvimento Humano através da Neuroeducação, Dinâmicas Comportamentais, Coaching, Andragogia, Aprendizagem Vivencial Gamificada e Jogos Corporativos C-RPG indoor e outdoor.

Vivência na área comercial, durante 10 anos, na capacitação de profissionais para atuação estratégica junto ao mercado.

20 anos atuando em Telecomunicações gerando soluções integradas em todo o Brasil no desenvolvimento de projetos de sistemas customizados.



GRUPO DE ESTUDOS
VOLUNTARIADO EMPRESARIAL



**Interação
Social**
atitude que gera sintonia

Gamificação

Norimar Tolotto

novembro / 2016

Agenda

- 1- Desmistificando a gamificação
Jogos / Games
“O que é gamificação” e “O que não é gamificação”
- 2- Vantagens e diferenciais na utilização de games
Cases e modelos de gamificação
- 3- Utilizando a gamificação para inovar no voluntariado
Dicas e formas para potencializar o engajamento nos programas de voluntariado

Jogos / Games

“O que é gamificação” e “O que não é gamificação”.

Gamificação ↔ **Games**
Jogos

Gamificação ↔ Games

Gamificação é a aplicação de mecânicas, ideias e dinâmicas de jogos com o propósito de....

- Engajar / aumentar participação
- Resolver problemas práticos
- Melhorar o aprendizado
- Incentivar ações
- Estimular mudanças de comportamentos (em ambientes fora do contexto de jogos)
- Transformar tarefas repetitivas (aborrecidas) em estimulantes
- Achar um jeito “divertido” de fazer o que deve ser feito
- Nem muito fácil, nem muito difícil
- Ter um nível de competitividade que permita qualquer pessoa “ganhar”, mantendo equilíbrio

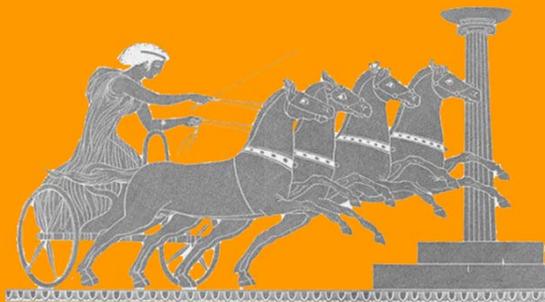
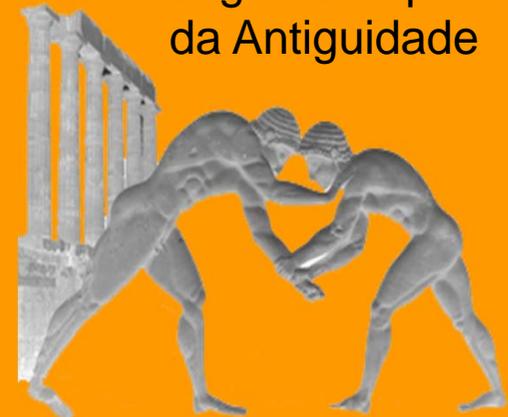
Jogos - Tem o objetivo / propósito de...

- Que as pessoas joguem
 - Que elas continuem jogando o maior tempo possível
 - Nem muito fácil, nem muito difícil
 - Ter um nível de competitividade que permita qualquer pessoa “ganhar”, mantendo equilíbrio
-

Games

Grécia

Jogos Olímpicos da Antiguidade

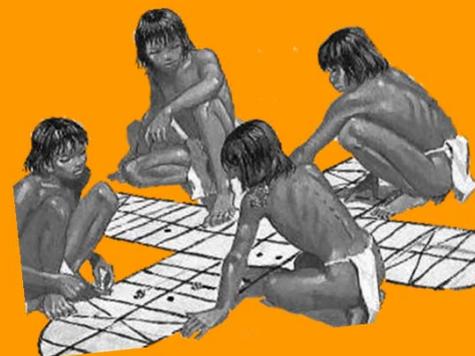


Romanos

Corridas de biga

Astecas

Jogo de bola mesoamericano



Jogos de tabuleiro
de diversas partes
do mundo



Games

Business Game - Jogos de negócios

Atividade de treinamento estruturada e interativa, que visa reproduzir ou simular uma situação real de trabalho de uma empresa.

O Business Game tem propósito de negócio claro e bem definido.

Realização em grupos ou individual.



Games Números

US\$ **2.8**
bilhões

Fonte: M2 Research

Tamanho
estimado p/ o
mercado de
gamificação
em **2016**



GERAÇÕES

Y

24 à 36
anos

O videogame faz
parte da vida

Z

até 24
anos

+50% possui
vídeogame

Fonte: BPW Foundation



Esse grupo
representará **75%**
da mão de obra
global até **2025**



Estima-se que aos 21
anos um jovem dessa
geração tenha cerca de
10 mil horas em jogos
digitais (consoles e/ou
celulares).

Isso equivale a 2/3 do tempo dedicado
aos estudos até esse momento

Games

Sistemas onde os jogadores são engajados p/ alcançar um objetivo comum ou p/ atingir um determinado nível dentro "daquele universo".



Processo

Objetivos
com regras
claras e
simples

Narrativa
atrativa e
relevante
(ter
significado p/
público alvo)

Gamificação

Desafiador,
mas
atingível

Ciclos de feedback
rápidos e contínuos
(avaliar a performance e
necessidades de ajustes)

Uma aplicação que se adiciona um pouco de **DESAFIO** e de **DIVERSÃO** onde as pessoas se **ENVOLVAM** com os **VALORES**, c/ os processos, c/ as **ESTRATÉGIAS** e c/ as **METAS** do negócio.

Mecânicas dos jogos na Gamificação

Jogo - Visualização do progresso, contribuição e participação.

Pessoas - Evolução contínua, melhora das habilidades, ajuste de ritmo, percepção das necessidades e pontos que precisam se desenvolver.

Acúmulo de pontos

Medição de pontos de desempenho das tarefas pessoais e do grupo. Estimula o aprimoramento das técnicas.



Medalhas

Similar ao acúmulo de pontos as medalhas devem ser personalizadas p/ premiar e identificar os participantes que se destacam nas tarefas.



Evolução de níveis

Novas fases ou tarefas com a conclusão das anteriores.

(manter o jogo vivo - planejar novos ciclos de tempos em tempos)



Mecânicas dos jogos na Gamificação

Jogo - Visualização do progresso, contribuição e participação.

Pessoas - Evolução contínua, melhora das habilidades, ajuste de ritmo, percepção das necessidades e pontos que precisam se desenvolver.



Com o acúmulo de pontos e/ou medalhas é possível adotar um ranking com os participantes com melhor desempenho naquele momento.

(traz clareza de onde ele está e o que deve fazer para melhorar na classificação)

**Ranking
dos
melhores**



Disponibilizar esporadicamente desafios e/ou bônus para participantes com um determinado nível ou com um número mínimo de pontos.

**Desafios
e bônus**

NÃO é Gamificação

NÃO É transformar tudo em jogo.

NÃO É usar um jogo num contexto empresarial como técnica de venda (exemplo).

NÃO É utilizar Serious Games

Jogos c/ propósitos específicos NÃO lúdicos
(treinar habilidades técnicas, simulações).

NÃO É SÓ usar uma tabela de classificação e premiações sem um “contexto que traga significado”.



Cases, modelos de gamificação.

Gamificação



Companhias aéreas e Cartões de crédito, são os exemplos mais comuns de estratégia de gamificação.

Fidelidade X benefícios e recompensas

90 milhões de membros de programas de milhagem de companhias aéreas no mundo.
Pesquisa da Webflyer



Pioneira em 1981 - criou um programa de fidelidade

Mecânicas do jogos

Acúmulo de pontos
Para trocar por produtos / viagens.

Medalhas
Cartões
“Platina”,
“Gold / Ouro”,
“Silver / Prata”

Evolução de níveis
Acesso a salas Vips nos aeroportos e upgrades de assentos 1ª classe.



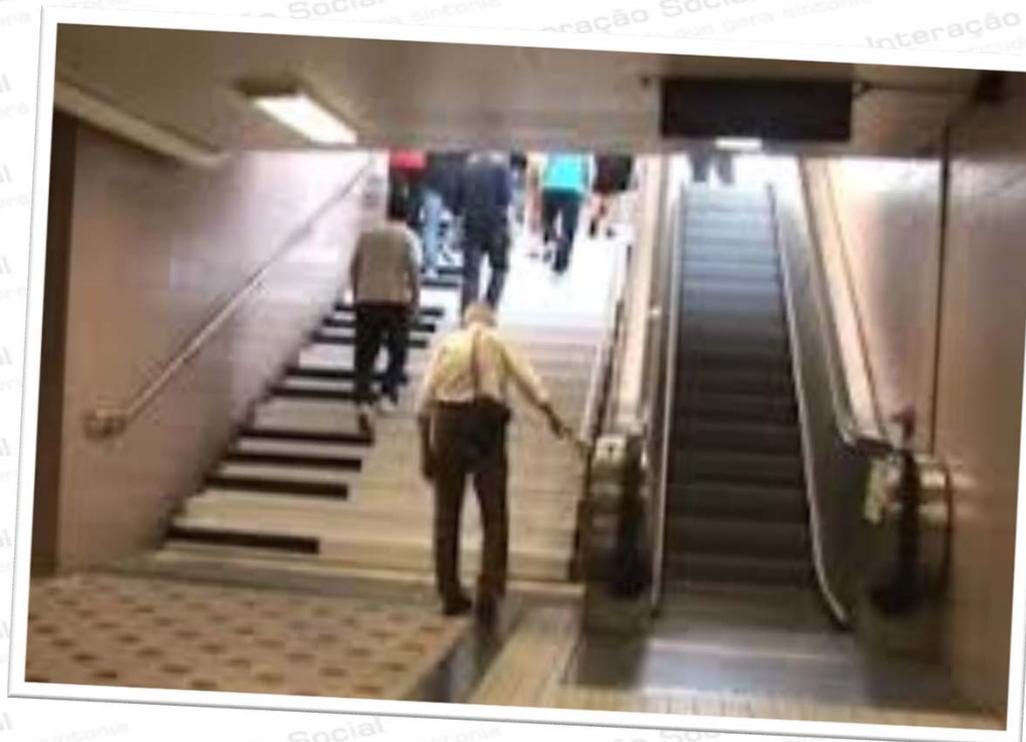
Thefuntheory.com



“Teoria da Diversão” foi criada para demonstrar na prática como é possível fazer com que as pessoas mudem o seu comportamento de forma mais efetiva através de métodos mais divertidos (2009).

“Proposta dessa ação foi fazer com que as pessoas utilizassem as escadas em vez da escada rolante”.

www.thefuntheory.com





Thefuntheory.com

www.thefuntheory.com



A lata de lixo mais profunda do mundo

No 1º dia essa lixeira acumulou 72kg de lixo, contra uma outra próxima com 41kg, sem o efeito sonoro.



Bottle Bank Arcade



Em poucas horas após o início, aumentou a frequência da travessia sobre a ponte, que era quase zero.



Thefuntheory.com

Speed Camera Lotery



Sistema que recompensa condutores que respeitam os limites de velocidade.

Em 3 dias mais de 25 mil motoristas foram pegos pela câmera com velocidade superior. Após a instalação da loteria, a velocidade média dos carros no trecho foi reduzida em 30%.

A Segurança Rodoviária Sueca, entendeu “**que o reforço positivo funciona melhor do que a punição**” quando se pretende obter uma mudança de comportamento.

Gamificação

PHILIPS sonicare



Formação - app ensina como escovar os dentes.

Acompanhamento - a criança "informa" o sabor da pasta dental preferida no app.

Escova dental com bluetooth

Gamificação

Informa - envia e-mail p/ os Pais com a frequência / performance.



Premia, após a **conclusão** da **meta** / tarefa (medalhas, pontos).

Utilizando a gamificação para inovar no voluntariado

Gamificação

Pontos a serem respondidos / analisados antes do processos de gamificação



Empresa

- Qual o problema central a ser trabalhado / meta / objetivo?
- Ele é relevante para a área / empresa?
- Está alinhado aos objetivos de negócio / área?
- Em que ambiente / contexto o jogo se insere?
- Qual a plataforma mais adequada ao jogo?

- Quem são os colaboradores?
- Cultura da empresa
- Qual o comportamento a ser modificado?
- O que os motiva? *

Pessoas / colaboradores

Gamificação

Pontos a serem respondidos / analisados antes do processos de gamificação



Solução

- Por que um jogo irá beneficiar os usuários do serviço?
- Quais são os objetivos de negócio por trás desse jogo?
- Como os mecanismos dos jogos vão fazer os usuários atingirem os objetivos de negócio?

- Específica?
- Mensurável?
- Alcançável?
- Realista?
- Possível dentro do prazo estipulado?

A missão do jogo é...

Gamificação

Pontos a serem respondidos / analisados antes do processos de gamificação



Motivadores

- Características comportamentais
- Características demográficas
- Características da geração
- Tipos de jogadores - gêneros
- Tipos de **DIVERSÃO**

Gamificação

DIVERSÃO (FUN) - NÃO TEM a ver com recreação ou entretenimento. Ela é que provoca nas pessoas a motivação e o engajamento em um projeto / objetivo / meta (tendência).

Alguns “tipos de Diversão” ...

- **Ganhar** - centro de recompensa do cérebro - liberação do neurotransmissor dopamina - hormônio do prazer.
- **Resolver problemas / Explorar** novas oportunidades / Superar desafios / Vencer obstáculos.
- **Cultura / Mudança de hábitos** - oferecer aos usuários novas habilidades / modos de fazer, que eles não possuíam.



Gamificação



Alguns “tipos de Diversão” ...

- **Propósito** - os colaboradores precisam sentir que fazem a diferença dentro da empresa / do projeto.
- **Progresso** - as pessoas respondem bem quando estão progredindo em alguma coisa. Procure incentivar a evolução das equipes.
- **Interação social** - somos todos sociáveis, permitir que os participantes interajam é um fator chave para motivação..

Gamificação



Alguns “tipos de Diversão” ...

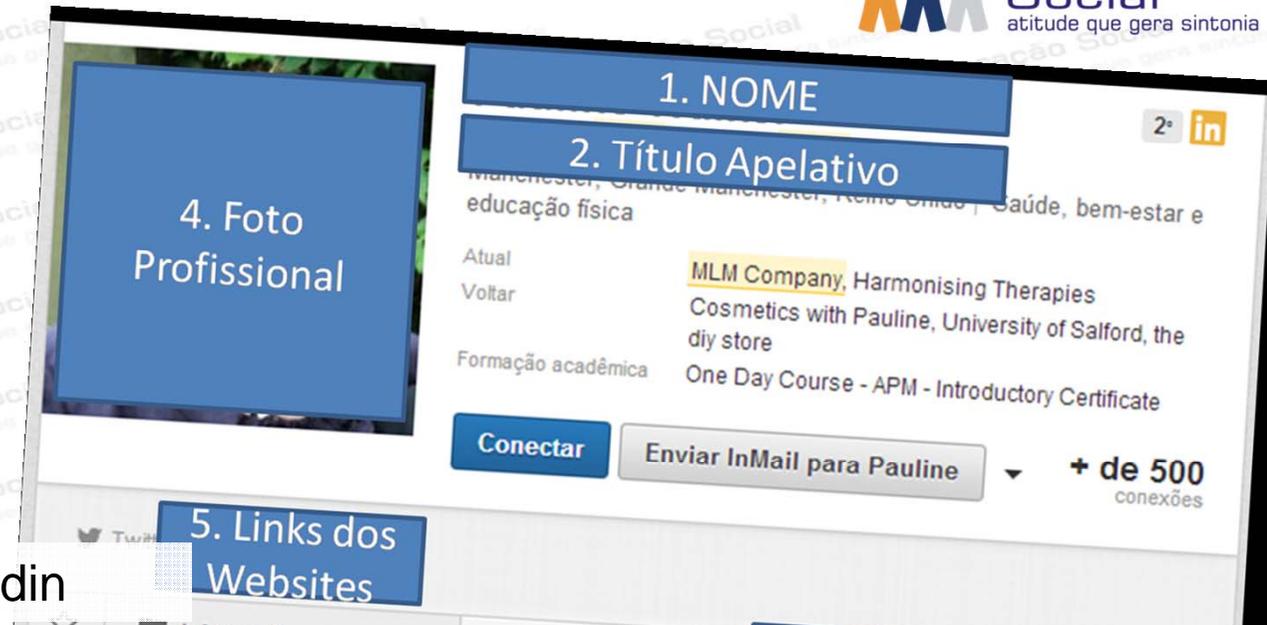
- **Papel social** -> ser altruísta.
- **Trabalho em equipe** -> colaborar, cooperar e aprimorar os processos de trabalho com todos, para atingir as metas.
- **Reconhecimento** -> é parecido com ganhar, porém existe um marco que indica que o jogo foi ganho. O reconhecimento é alguém dizendo que foi executado um bom trabalho.



Exemplo bem simples, “que não parece divertido”, mas é um case de raciocínio lúdico que gerou resultados reais.

Gamificação

LinkedIn



Contexto - Preencher o perfil no LinkedIn

Histórico profissional, trabalho atual, habilidades e uma **grande quantidade** de detalhes relevantes.

Para o LinkedIn é importante que você tenha seu perfil o mais completo possível. Isso mostra o seu **comprometimento** com o site e torna mais fácil as pessoas te encontrarem, compreenderem sua experiência e assim possibilitar a geração de (empregos), **oportunidades** profissionais...

Gamificação

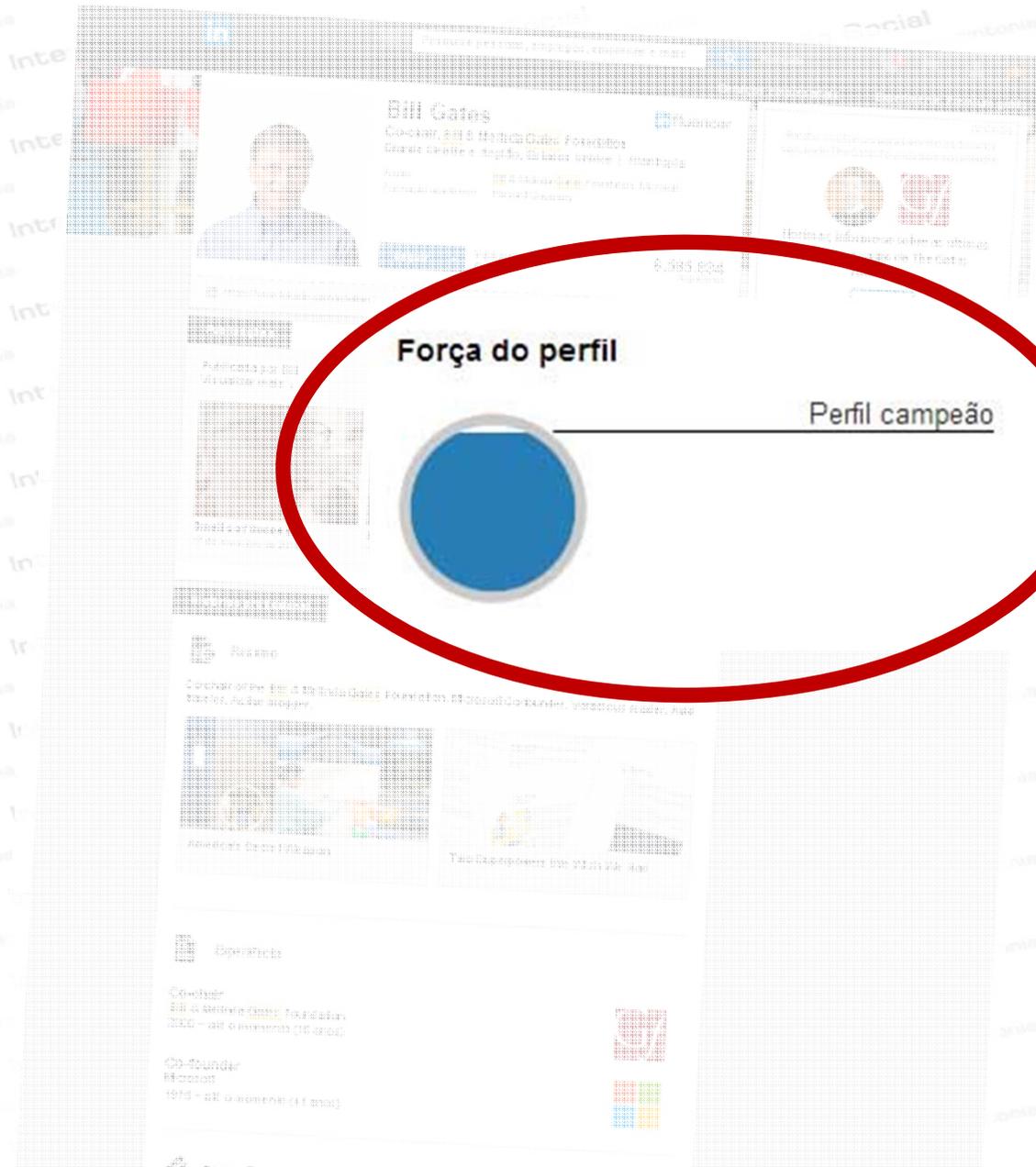
mas **isso é muito chato.**

É **difícil** pensar em uma forma de tornar isso divertido.

O LinkedIn achou um jeito muito simples.

Eles criaram uma barra de progresso.

Que diz: "O quanto você preencheu do seu perfil".



Gamificação

E também te dá algumas dicas sobre como preencher mais (formação).

Isso **NÃO** é um jogo.

Não tem regras e objetivos, mas é “parecido o suficiente” para estimular as pessoas, de forma significativa, a preencherem mais os seus perfis.

A partir da adição dessa barra, a conclusão dos perfis dos usuários **AUMENTOU 20%**.



URL do seu perfil público

Crie uma URL personalizada para destacar sua marca profissional no seu perfil público do LinkedIn.

br.linkedin.com/in/norimartolotto

Salvar Cancelar

Como Está o Resumo do Perfil?

Resumo

Development of Business Planings
Corporate Governance
Strategy development and Planning
Project Management
ISO 20.000 and 9.001
ERP Implementation
ITIL and Cobit Implementation
BSC Implementation
ITIL Foundation Certified
Organization culture, innovations and entrepreneurship.
A solid progression of IT experience.
Presenter and Trainer.
Goal-oriented, self-motivated, and intelligent.
Takes ownership of problems, able to manage multiple priorities.

Resumo

Desenvolvimento de Planos de Negócios
Governança Corporativa
Planejamento de desenvolvimento de estratégias
Gerenciamento de Projetos
ISO 20.000 e 9.001
Implementação de ERP
Implementação de BSC
Implementação de ITIL e Cobit
Inovação, Cultura Organizacional e empreendedorismo
Experiência em TI.



Gamificação

Essa barra te dá um **Feedback em tempo real**

Ela mostra qual longe você está.

Antes, você só via seu perfil como estava. Agora, qual o percentual do caminho para chegar aos **100%**.

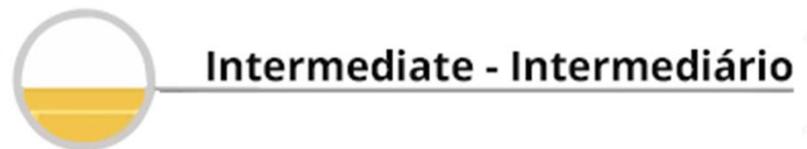
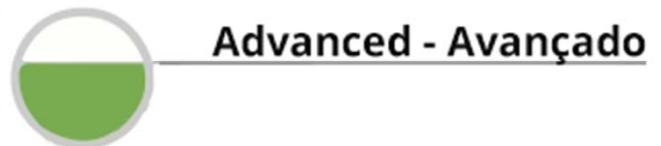
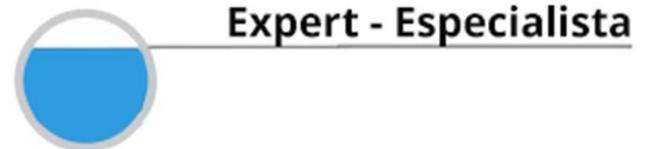
Esse feedback é só uma **informação** (número).

Não te força a fazer nada, mas **cria uma dinâmica** que faz as pessoas **mais dispostas** a progredirem.

Cria um **senso de progresso**. Não é mais inserir dados ou preencher formulários. É sobre ir **do começo ao fim** de um processo.

É avançar na direção, para atingir o **objetivo final**:

Conclusão

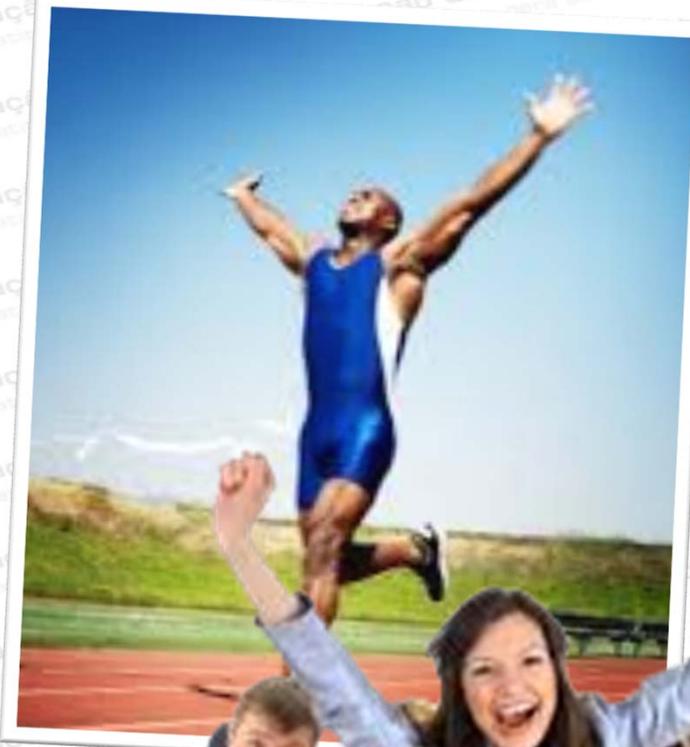


Gamificação

Nós gostamos da **conclusão**, gostamos de harmonia, gostamos de completar uma coleção.

Essa solução, por mais simples que pareça, na verdade foi **suficiente para conduzir resultados** reais.

Isso é o que a gamificação faz.



GAMIFICAÇÃO, não é criar o melhor jogo do mundo ou a melhor **DIVERSÃO** que já foi criada, onde todos fiquem fascinados e totalmente focados. (Se puder será ótimo!)

GAMIFICAÇÃO, é algo **SUFICIENTE** para conduzir **RESULTADOS REAIS**. Encontrar a diversão e os aspectos lúdicos para criar um **AMBIENTE** que **MOVA** as **PESSOAS** um pouco mais em **DIREÇÃO** a um **OBJETIVO**.

Kevin Werbach, professor na Wharton School
Universidade da Pensilvânia



www.interacaosocial.com.br

Al. Casa Branca, 347 - cj 404 - Jd. Paulista - São Paulo - SP

11 2763.6337 / 11 97611.4100

norimar@interacaosocial.com.br

br.linkedin.com/in/norimartolotto

Consultores responsáveis:
Eliane Diniz e Norimar Tolotto



Mario Lapin
Virgo Games
mario@virgo.gs

Mario é game designer, educador e ludoativista. Em 2005 fundou o estúdio Virgo Games, especializado em games para aprendizagem e impacto social, e até hoje é CEO da empresa. Com o time da Virgo publicou dezenas de games, incluindo indicações ao International Digital Emmy® Awards, e consagrando parcerias bem sucedidas com terceiro setor, empresas e governos. É fascinado pela relação entre o lúdico e a aprendizagem, e realiza palestras, consultorias e oficinas sobre o tema. E, nas horas vagas... brinca, joga, toca e aprende



GRUPO DE ESTUDOS
VOLUNTARIADO EMPRESARIAL

**GAMES QUE
TRANSFORMAM
O MUNDO:**

LUDOATIVISMO



LUDO
ATIVISTA



DESAFIO À ZONA DE CONFORTO

**NOVAS PERSPECTIVAS,
NOVAS ATITUDES.**

LÚDICO?

**BRINCADEIRAS, JOGOS...
É ALÉM.**

ATITUDE DE
EXPLORAÇÃO, DENTRO
DAS 'REGRAS'.

**PROBLEMAS SÃO DESAFIOS.
LIMITES SÃO REGRAS.
MOTIVAÇÃO É INTRÍNSECA.**

“I DON'T BELIEVE THAT VIDEO GAMES HAVE TO BE FUN. I THINK THEY NEED TO BE GIVEN THE OPPORTUNITY TO BOTHER AND DISTURB US.”

— IAN BOGOST

**“THE OPPOSITE OF PLAY IS NOT WORK.
IT’S DEPRESSION.”**

– STUART BROWN.

ATIVISMO?

NÃO À APATIA.

NÃO À INDIFERENÇA.

A large stone statue of Christ the Redeemer stands against a backdrop of a dense green forest. A yellow banner is draped across its chest, held up by several red parrots perched on its arms and the banner's edges. The banner features a globe icon and text in Portuguese and English.

**O FUTURO DO
PLANETA ESTÁ
EM SUAS MÃOS**



**THE FUTURE
OF THE PLANET
IS IN YOUR HANDS
GREENPEACE**

LUDO ATIVISMO



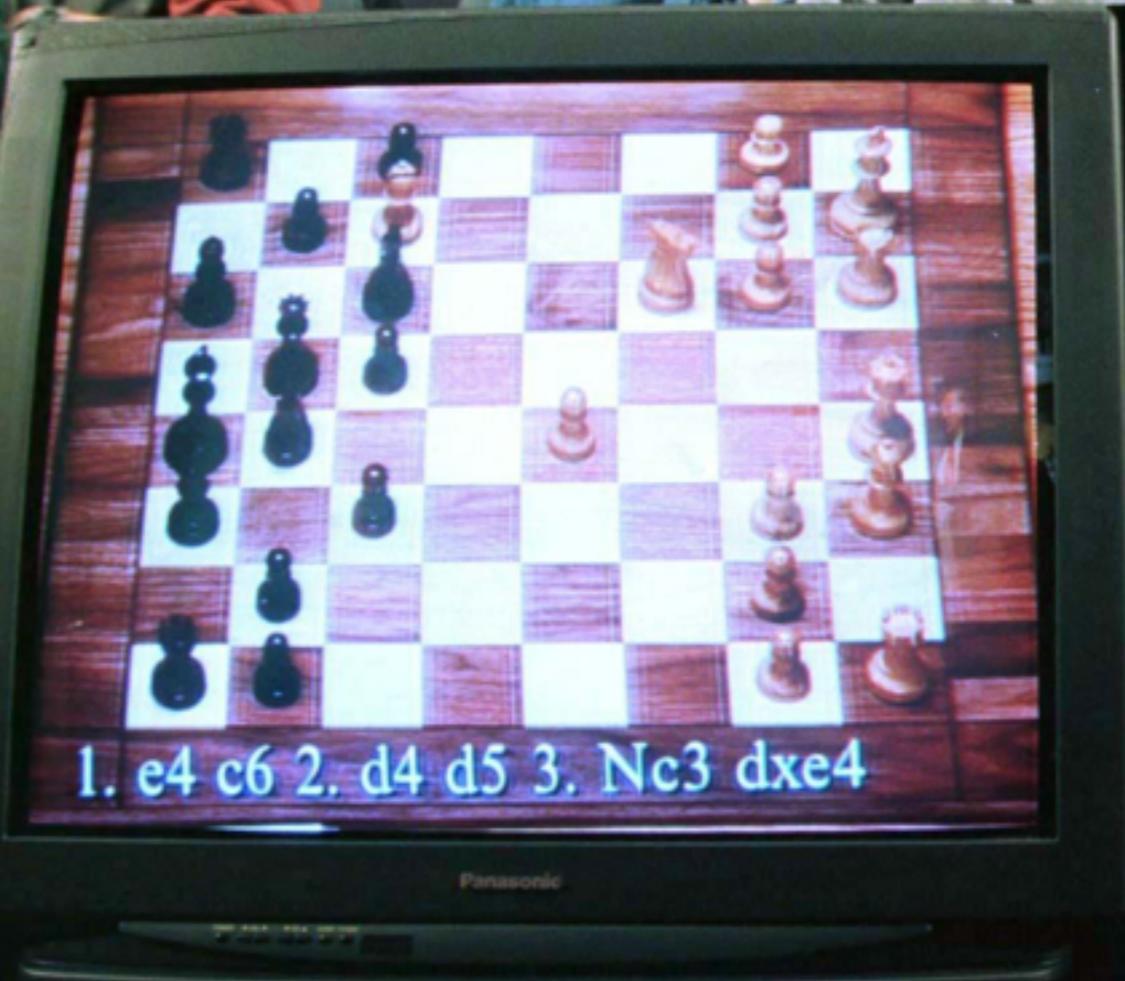
**POUCO CONVENCIONAL,
NÃO-EXTREMO,
INTROJETADO.**

PROTAGONISMO

RESPONSABILIDADE SOCIAL

ARTIVISMO

EXPRESSÃO CRÍTICA,
PRÓ-ATIVA,
NÃO-CONFORMISTA,
NA REALIDADE DO SÉCULO XXI.



ΣΚΕΨΟΥ

THINK

सोचिए



\$300,000

Who is Stoker?

(FOR ONE WELCOME OUR
NEW COMPUTER OVERLORDS)

\$1,000

\$1,000,000

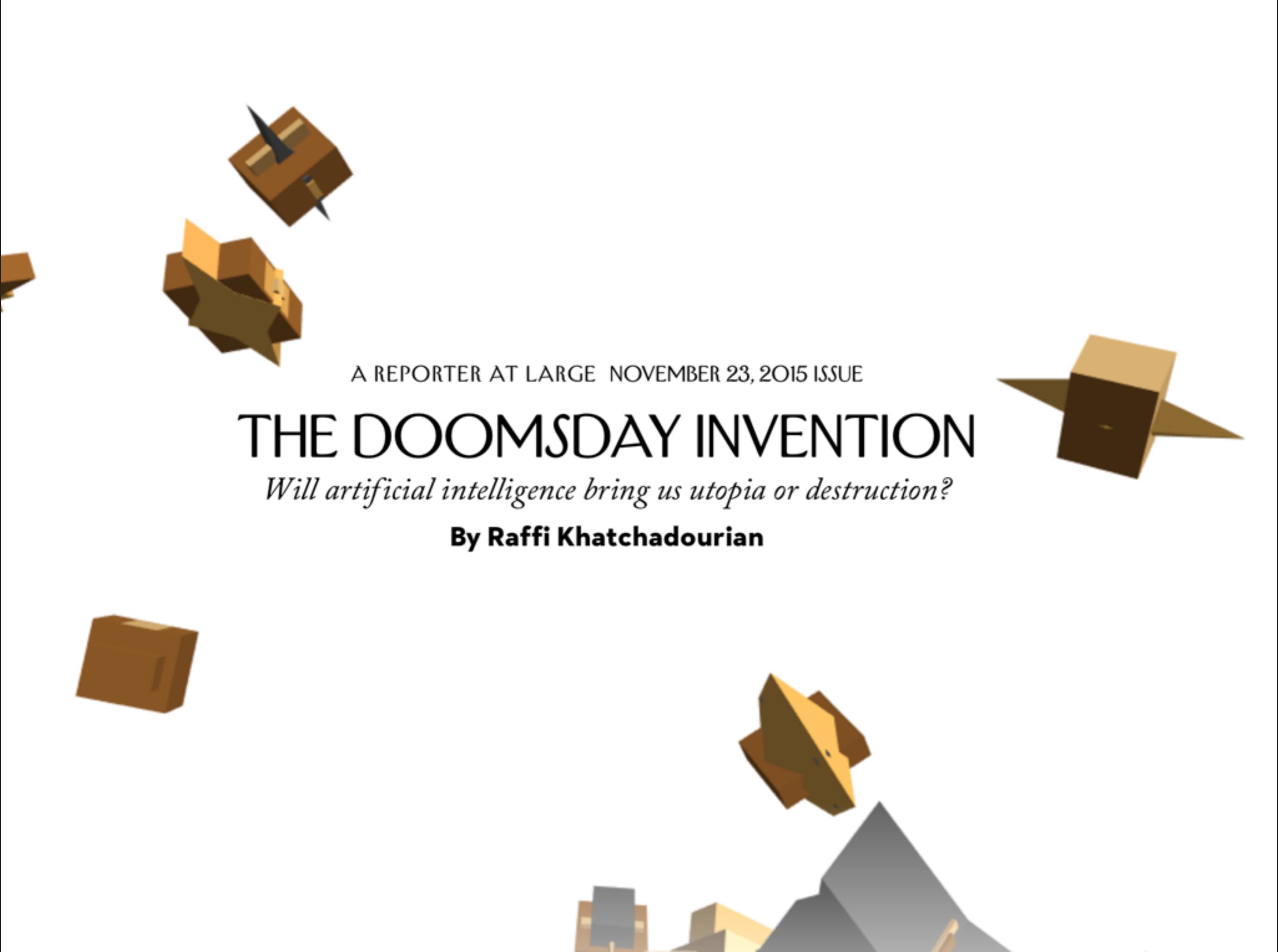
Who is Bram
Stoker?

\$ 17,973

\$200,000

WHO IS
BRAM STOKER?

\$5600



A REPORTER AT LARGE NOVEMBER 23, 2015 ISSUE

THE DOOMSDAY INVENTION

Will artificial intelligence bring us utopia or destruction?

By Raffi Khatchadourian

10
OPORTUNIDADES
DE
LUDOATIVISMO

#1

Empatia



#1
Empatia

#2

Engajamento

Intrínseco

DAY 2 07:20am +20

OUR THINGS

END DAY



#2
 Engajamento Intrínseco

#3

Auto-
didatismo

Recuperação



TARDICS: 110



87/120

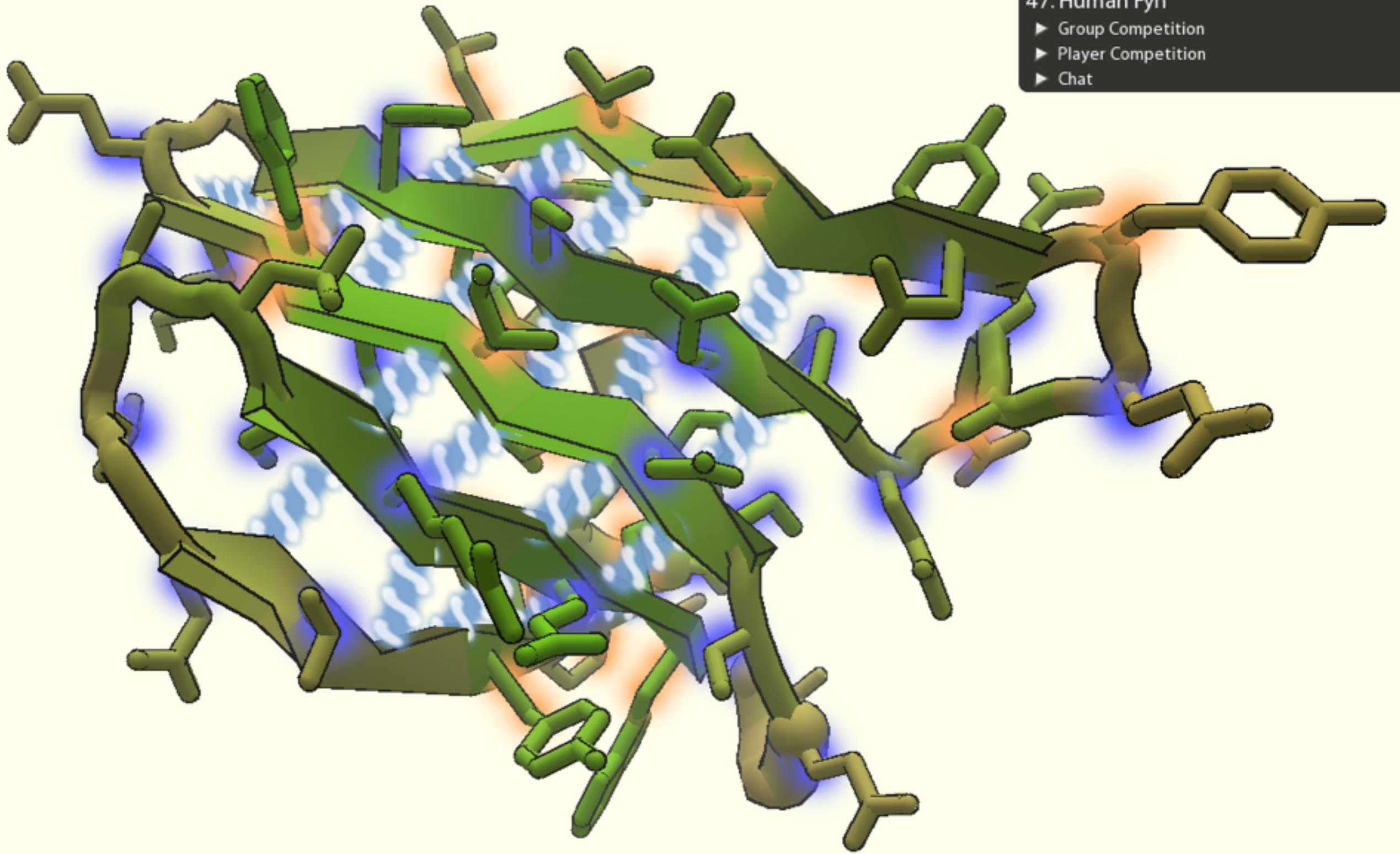
2:29



#3
Auto-didatismo

#4

Erro, acerto



#4
Erro, acerto

#5

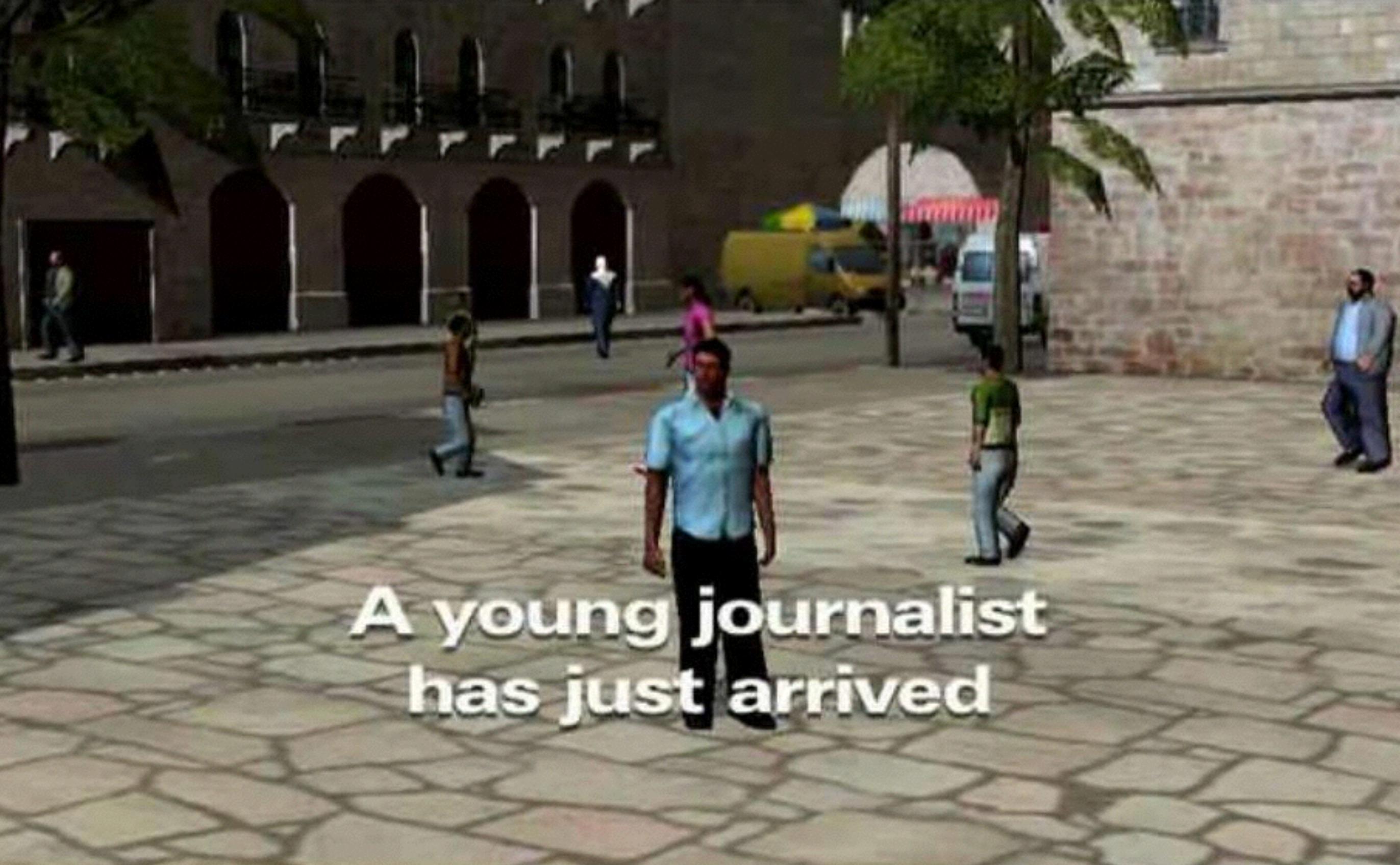
Multidimensional



#5
Multidimensional

#6

*Pensamento
crítico*

A young man in a light blue short-sleeved shirt and dark trousers is walking towards the camera in a large, open plaza paved with irregular stone tiles. In the background, there is a large, dark-colored building with several arched doorways. Other people are walking in the plaza, and a yellow van and a white van are visible in the distance. The scene is brightly lit, suggesting daytime.

**A young journalist
has just arrived**

*#6
Pensamento crítico*

#7

Experiencial



Dana

Contraceptive Pills

#7
Experiencial

#8

Acessível



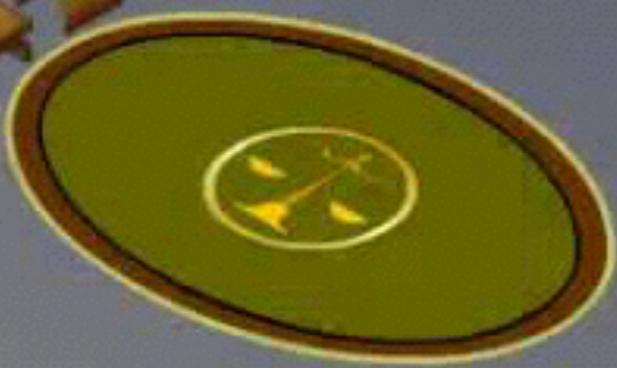
#8
Acessível

#9

Escaláñvel



980



TRIALS		
WON	LOST	ONGOING
8	1	0

#9
Escalável

#10

Indução de
redes



#10 Indução de redes

A. CONSTRUÇÃO DE CONHECIMENTOS E HABILIDADES

**B. GERAÇÃO DE
INSIGHTS
(MOTIVAÇÃO PARA
TRANSFORMAÇÃO)**

C. IMPACTO DIRETO

PORÉM...

SESAME CREDIT

Sesame Credit



GAME-IFICAÇÃO DO MUNDO

PARA TODOS?

UMA

CONSIDERAÇÃO

FINAL

Perguntas?

mario@virgo.gs
www.virgo.gs

Obrigado!



Patricia Souza Focchi
Fundação Telefônica Vivo
patricia.focchi@telefonica.com

Patricia é coordenadora do Programa de Voluntariado Fundação Telefônica Vivo. Psicóloga com especialização clínica, pela Universidade Mackenzie. Formação em Responsabilidade Social e Terceiro Setor FIA - Especialista em Biografia Humana – Eleb Estudos Antroposóficos, Pós-Graduada Gerenciamento Estratégico em Recursos Humanos - FMU e MBA em Gestão Empresarial _ FGV. Coordenou programas Inclusão de Pessoas com Deficiência e Team Building Sociais em empresas de grande porte.



GRUPO DE ESTUDOS
VOLUNTARIADO EMPRESARIAL

CENTRO DE VOLUNTARIADO

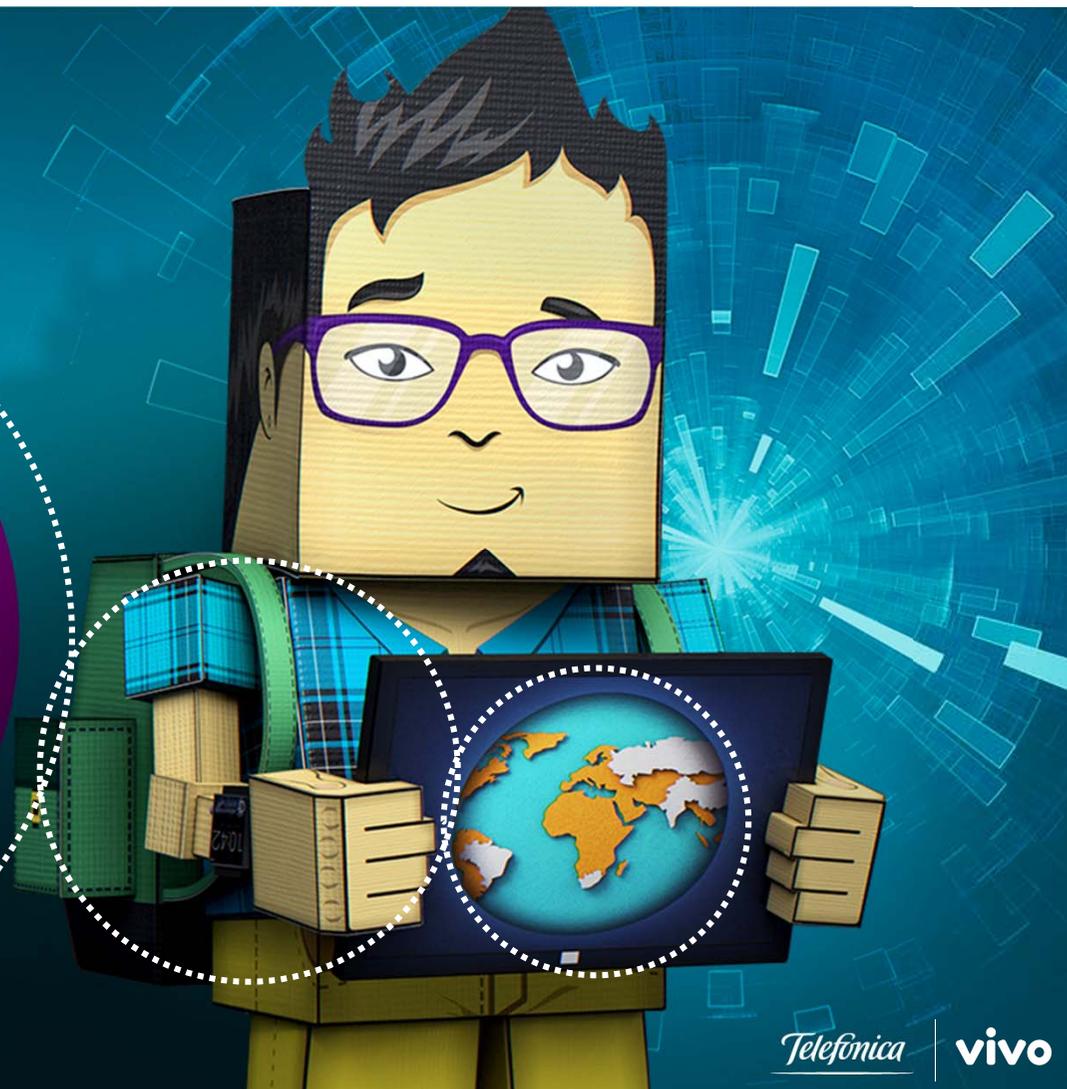


FUNDAÇÃO
TELEFÔNICA VIVO



VOLUNTARIADO
DIGITAL

2016



Programa de Voluntariado



Sociedade Conectada

O Mundo tem + 7,1 milhões de celulares ativos*



AÇÃO SOCIAL
Mais eficiente, mais ágil e mais digital.



VOLUNTARIADO
Compromisso com a transformação social.

O que é o Game do Bem?



O Game do Bem é um novo conceito de Voluntariado Digital

Por meio de missões, os usuários se tornam verdadeiros **protagonistas de ações sociais**, compartilhando conhecimentos e promovendo a sustentabilidade!



Dentro do jogo, ao transformar essas **ações em missões**, a participação dos jogadores geram **benefícios**, não só para eles, mas também para as diversas **instituições e ONG's inscritas**.



No Game do Bem, ninguém perde.
TODOS GANHAM!

Dinâmica



Realizar uma missão
Selecione o nome da sua missão

- Adote um briefing
- Compartilhe os Conteúdos da Fundação Telefônica no DVT
- Educação Continuada
- Esqueça um Livro
- Felicidade Musical
- Inovação Educativa
- Livro bom a gente circula

GAME DO BEM

- Causa: Saúde**
Missões relacionadas à saúde pública, prevenção de doenças, exercícios físicos, nutrição, doação de sangue e medula.
- Causa: Educação**
Missões relacionadas à iniciativas de educação, educação digital e cultura.
- Causa: Social**
Missões relacionadas à gênero, economia, igualdade, combate ao racismo e inclusão social.
- Causa: Fauna e Flora**
Missões relacionadas à proteção animal, proteção ambiental e plantios.

Esqueça um Livro

Sobre | Instruções

Pontuação: 20

TIPO DE MISSÃO: Educação

VOLUNTÁRIOS: 9

PESSOAS IMPACTADAS: 108

Descrição: Quem encontrar o livro, leva pra casa a cultura que está dentro dele. Depois de ler, quem encontrou...

Fundação Telefônica | Telefonica | vivo

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável



As Missões do Game do Bem são ligadas aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), definidos pela ONU.



ASSINE CONTRA O DESMATAMENTO

CAUSA: FALNA E FLORA TIPO: PRESENCIAL PONTOS: 400

O Desmatamento está aumentando na região da Amazônia. O número de florestas queimadas e derrubadas aumentou em 74%. Ajude a mudar esse cenário assinando um abaixo assinado pelo site do Greenpeace.

Como fazer?

Accesse o site: <http://www.desmatamentozero.org.br/>.

Assine a petição.

Faça um print da tela com a sua participação.

Envie o comprovante em PDF ou imagem.

Compartilhe a Campanha nas Redes Sociais.

VOLTAR FAVORITAR



DOE SANGUE

CAUSA: SAÚDE TIPO: ONLINE PONTOS: 120

Entre as ações que um voluntário pode fazer para transformar o mundo positivamente, esta é uma das mais impactantes, pois está diretamente relacionada a salvar vidas! Entre para o time do super solidário!

Curiosidade

O aplicativo Hemologia conecta pessoas e instituições que apoiam a doação de sangue. O exemplo do doador é muito importante!

Como fazer?

Procure pelos hemocentros e locais de coleta de sangue próximos da sua casa ou local de trabalho.

Vá ao local escolhido. Se possível, combine com amigos para ir em grupo. Viva entre 5 a 10 minutos.

Registre o momento da doação por foto ou vídeo.

Depois de cadastar sua missão, envie seu vídeo ou foto para o game, para comprovar sua boa ação.

VOLTAR FAVORITAR FIZ A MISSÃO!





Missão “Roda de Leitura”



30 voluntários



100 beneficiados



4 ongs

Leitura para as crianças de CMEI Borda Viva em São José dos Pinhais/PR.



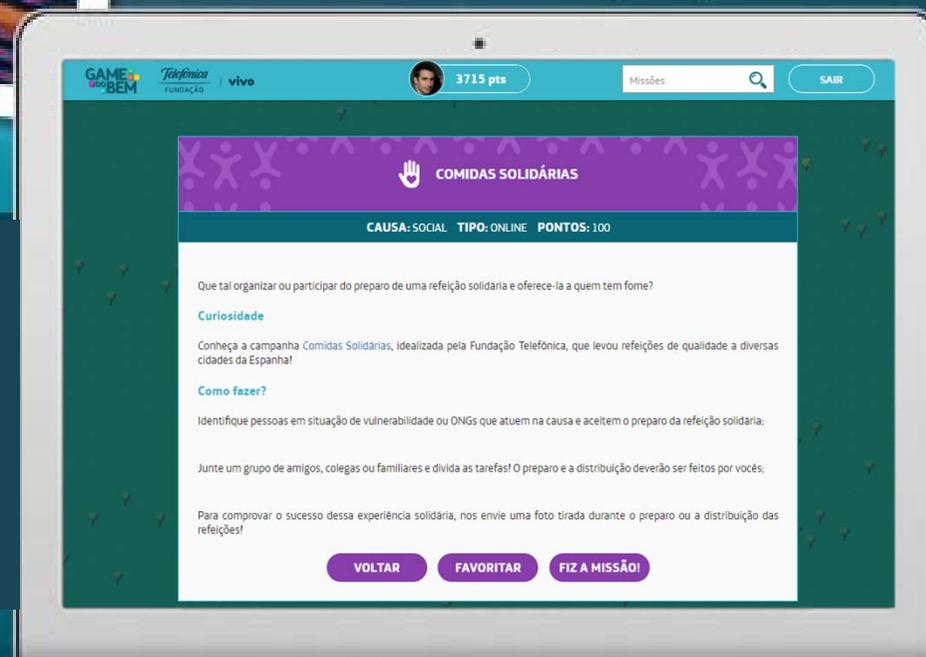


Missão “Comidas Solidárias”



Realizamos um Sopaão solidário dia 21/06 junto com a Ong para alimentar de 200 a 400 famílias de um bairro carente chamado Noroeste ele fica próximo a Ong. Esse dia foi muito especial para todos nós voluntários, fizemos algo do bem e que nos motiva cada vez mais em ajudar o próximo

- Os Voluntários **acreditam na campanha, divulgam e compartilham** no jogo
- **70 voluntários**
- **Mais de 80 ações de doações**
- **600 comidas** distribuídas



Campanhas de Financiamento Coletivo (CROWDFUNDING)



fundacaotelefonica.juntos.com.vc

Os voluntários **acreditam** nas causas, **ajudam** e **compartilham** no jogo

MAIS DE 80 AÇÕES DE DOAÇÕES

15 Campanhas Crowdfunding

Meta: R\$177.130

80% Meta Atingida_R\$142.007

- Santos_106% R\$10.665
- Rio de Janeiro_101% R\$10.130
- São Paulo_100% R\$17.153
- Santo André_133% R\$53.326
- Brasília_108% R\$14.801

12 projetos ativos no jogo

- Crowdfunding: Instituto Maná
- Crowdfunding: Semeando Conservação
- Crowdfunding: Água Potável para todos
- Crowdfunding: Alegria, por que não?
- Crowdfunding: ASAB
- Crowdfunding: Colégio Nazaré

UM SONHO DE COZINHA	Reforma do Refeitório ASAB	EXIBIÇÃO DO FILME "EU MAIOR"	Banheiros renovados, idosos amparados!	Piscina Socio-inclusiva (Instituto Maná)	Semeando conservação	Água potável para todos!	Plataforma de Acessibilidade para Idosos
SANTOS	Rio de Janeiro	São Paulo	Santo Andre	Campo Grande	Mogi das Cruzes	Brasília	São Paulo
Bem sucedido	Bem sucedido	Bem sucedido	Bem sucedido	Bem sucedido	Bem sucedido	Bem sucedido	Bem sucedido
Lar Felicidade	Associação Solidários Amigos de Betânia	Liga Solidária	Instituição Assistencial Nosso Lar	Instituto Maná do Céu para os Povos	ONG Capivari Monos	Casa do Caminho	CCSJ
Precisamos do seu apoio para reforma da nossa cozinha.	Ajude a ASAB a financiar uma reforma no telhado do seu refeitório!	Adquira um ingresso e colabore com a Liga Solidária! Sua contribuição é valiosa e fará toda diferença na vida de muitas pessoas. Participe!	Vamos reformar os banheiros de Nosso Lar! Os idosos agradecem! Doações a partir de R\$5,00!!	Ajude crianças em risco social a realizar o SONHO de fazer natação!	Nos ajude a plantar mil árvores em um único dia!	Ajude as crianças e voluntários da ONG Casa do Caminho terem água potável para beber e ter condição própria para o consumo.	Facilitar o livre acesso é respeitar o direito de convivência do idoso, é permitir que ele faça parte da sociedade e possa estar onde quiser!
106% da meta	101% da meta	100% da meta	133% da meta	100% da meta	100% da meta	108% da meta	100% da meta
10.665 em R\$ (até agora)	10.130 em R\$ (até agora)	3.700 em R\$ (até agora)	53.326 em R\$ (até agora)	4.100 em R\$ (até agora)	3.751 em R\$ (até agora)	14.801 em R\$ (até agora)	17.153 em R\$ (até agora)

Outubro Rosa - Sustentabilidade



+40
ações
realizadas!



É uma campanha
que divulga a
prevenção do
câncer de mama



A plataforma ficou
toda Rosa para
homenagear a
campanha



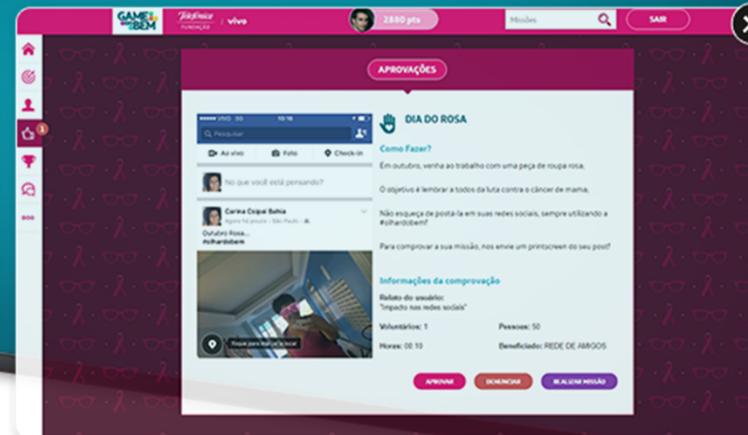
Missões especiais
criadas para
ajudar uma ONG
sobre o tema

 **COMPARTILHE O OUTUBRO ROSA**

CAUSA: SAÚDE TIPO: ONLINE PONTOS: 200

 **DOE PARA A ONG AMÉRICAS AMIGAS**

CAUSA: SAÚDE TIPO: PRESENCIAL PONTOS: 200



Evolução do Game



GAME DO BEM_

Resultados de Voluntários Ativos:



número de voluntários



Aumento de
306 %
Voluntários
digitais

Números do Bem



PÚBLICO INSCRITO_ 2016



2590
jogadores

32

famílias
inscritas

11336

missões
realizadas

200

organizações

53.947

pessoas
impactadas

Voluntariado Digital



GAME DO BEM_

✓ Aprendizados



Estimula o Jogo Coletivo



As ações "on line" ou "off line" são facilitadas pela tecnologia



O Jogo é dos Jogadores

O Game do Bem tem um cenário lúdico de fundo, mas acreditamos que devemos ilustra-lo mostrando cada vez mais as histórias dos jogadores, grupo de colaboradores e as pessoas que fazem o bem na "vida real".



Voluntariado Digital



Criar Missões Locais - respeitando a dinâmica e cultura de cada cidade



Suporte técnico em seu país



Web hosting



Comunicação e Gestão (Moderar as Missões e fazer a comunicação interna)

GAME DO BEM



E agora?
Como continuar?



www.gamedobem.com.br





Denise Faria do Amaral
Grupo Fleury
denise.amaral@grupofleury.com.br

Denise é formada em Gestão Ambiental pela Universidade de São Paulo, atua como analista de Sustentabilidade e Cidadania Corporativa há 2 anos no Grupo Fleury. É responsável pelo planejamento e organização das iniciativas sociais e do Programa de Voluntariado do Grupo Fleury, tais como Voluntários do Sertão, Junho Vermelho, Conecta Saúde e outras ações



GRUPO DE ESTUDOS
VOLUNTARIADO EMPRESARIAL

Conecta Saúde

Jogue e Previna-se



Sustentabilidade & Cidadania Corporativa
Grupo Fleury

O Conecta Saúde e o seu papel na empresa e na sociedade

O QUE É O CONECTA SAÚDE?

É um programa do Grupo Fleury desenvolvido em parceria com a Philips do Brasil voltado à capacitação em saúde

QUAL O SEU OBJETIVO?

Disseminar conhecimentos voltados à prevenção da AIDS e à gravidez

precoce ao público jovem, de forma estruturada, lúdica e participativa, em âmbito nacional.

POR QUE DESENVOLVER O CONECTA SAÚDE?

Desde o início da epidemia em 1980 até junho de 2012, o Brasil tem 656.701 casos registrados de AIDS. De 2009 a 2015, o número de pessoas em tratamento no SUS aumentou 97%, passando de 231 mil para 455 mil pessoas. O Grupo Fleury, como uma empresa socialmente responsável, se preocupa em atender uma demanda social que se apresenta cada vez mais presente: a necessidade de informação relacionada à saúde e à qualidade de vida para a população jovem brasileira



O Conecta Saúde e o seu desenvolvimento



games > aprendizagem > engajamento

PROCESSO DE GAMIFICAÇÃO

Gamificação é a aplicação de elementos e mecânicas de design de jogos em outros contextos.



CONHECIMENTO

Conteúdo voltado à excelência embasado em nosso vasto conhecimento

ANDRAGOGIA

Arte ou ciência de orientar adultos a aprender. O termo remete a um conceito de educar adulto, em contraposição à pedagogia, que se refere à educação de crianças.

CARACTERÍSTICAS DESENVOLVIDAS

impactos	desafios	colaboração acima da competição	consciência
	reflexão	motivação	imprevisibilidade
	feedback constante	dedicação	planejamento



Relação com os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável

A metodologia está amplamente conectada com os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável uma vez que trata de assuntos relacionados à:

- **Saúde e Bem-Estar**

- Transmissão de doenças sexualmente transmissíveis
- Prevenção da gravidez precoce

- **Educação de Qualidade**

- Método inovador visando levar conhecimento técnico de forma lúdica

- **Igualdade de Gênero**

- Personagens respeitando a diversidade

- **Parcerias em prol das metas**

- Buscar por parceiros públicos e privados que potencializem a atuação, disseminando conhecimento ao jovens



Implantação do projeto em âmbito nacional

Em 2014, a Sustentabilidade promoveu um dia de capacitação aos colaboradores do Paraná, Recife e Bahia na metodologia que foi desenvolvida exclusivamente para o Conecta Saúde. Em novembro foi a vez da regional São Paulo ser capacitada no projeto e poder levá-lo aos alunos da rede pública do ensino médio e fundamental. Em 2015 o projeto foi implantado na regional Rio Grande do Sul. Em 2016 foi implantado na regional RJ e em 2017 está previsto para ser implantado no DF.

2014



2015/16



Implantação do projeto em São Paulo e sua capilaridade



Em São Paulo o projeto teve uma implantação diferenciada: no fim de 2014 foi traçada uma parceria com a subprefeitura da Zona Sul da cidade para potencializar a ação.

O Grupo Fleury capacitou os profissionais da rede pública de saúde e estes passaram a ser responsáveis por aplicar o Conecta Saúde em 9 escolas públicas da região. O projeto ganhou capilaridade e posteriormente os colaboradores da empresa em São Paulo também foram capacitados.

Além disso, outras parcerias com o setor público nas diversas regiões de São Paulo foram foco de atuação em 2015:

Rede de relacionamento

Supervisão Técnica de Saúde Vila Mariana e Jabaquara

Supervisão Técnica de Saúde de Santo Amaro e Cidade Ademar

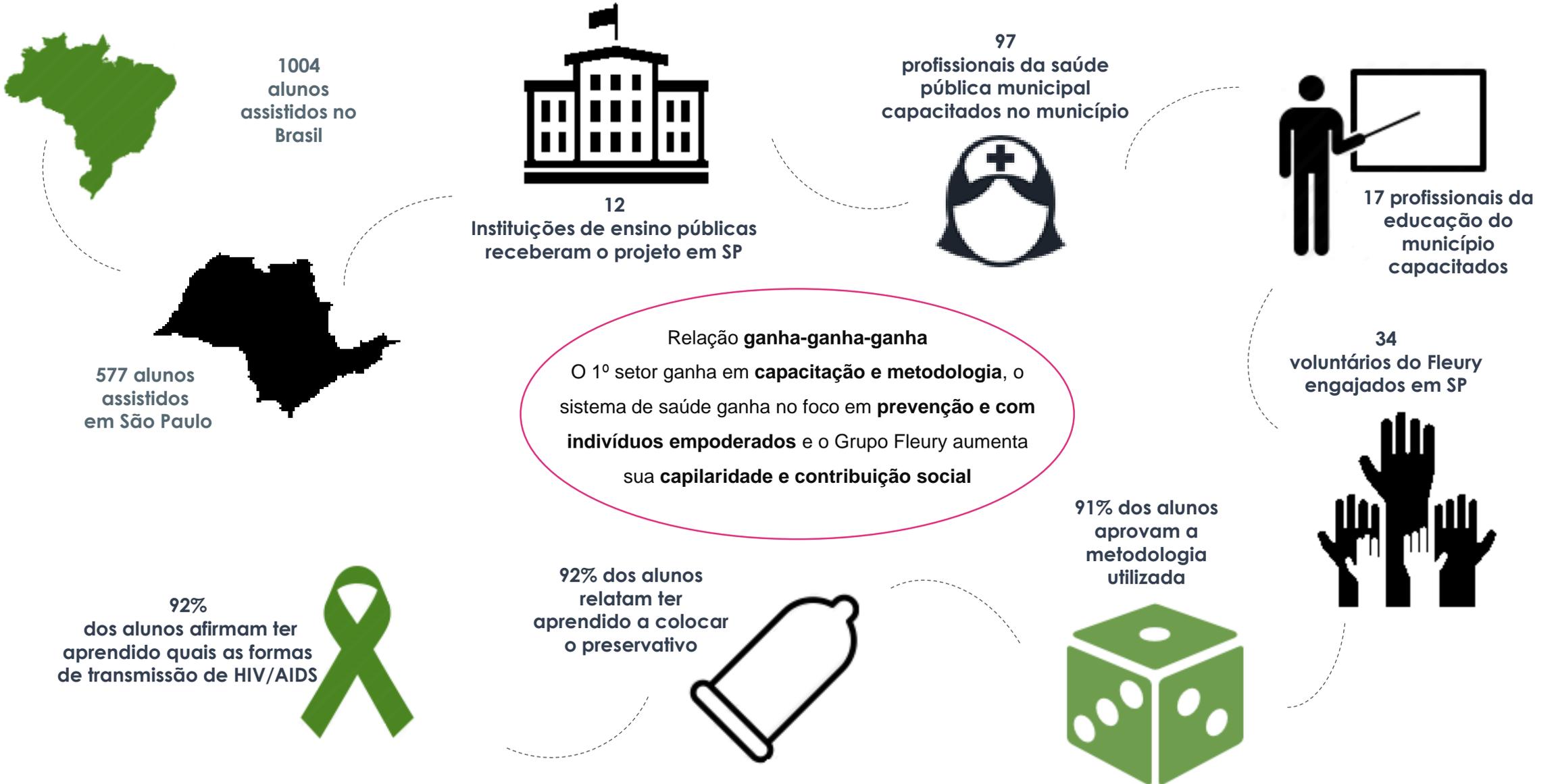
Diretoria Regional de Educação de Santo Amaro

Diretoria Regional de Educação do Ipiranga

Diretoria Regional de Educação Butantã

Supervisão de Saúde Lapa, Pinheiros e Pirituba, SAE DST/Aids

O Conecta Saúde em números



Metodologia prática e de fácil disseminação

O Conecta Saúde é dado através de um jogo lúdico e interativo com diversas vantagens e facilidades que permitem sua disseminação:

Espaço necessário é da proporção de uma sala de aula

Tempo de aplicação de 2 horas

Jogo móvel

Manual passo à passo

Capacidade de abrangência de 30 alunos em uma única aplicação

Qualquer pessoa pode aplicá-lo, uma vez capacitada.

Formato do jogo



Formato do jogo



Registro das aplicações



Aplicação em PE



Aplicação em população ribeirinha, BA



Aplicação no RS



Aplicação em aldeia indígena, BA



GameLab



Visão Geral do Jogo

- ▶ **Viajem para o acampamento - Contação de História**
- ▶ **Fazendo novos amigos - co-criação dos personagens**
- ▶ **Regras do Jogo**
- ▶ **Rodadas de Contatos - pega ou não pega?**
- ▶ **Momento Surpresa**
- ▶ **Reverendo os contatos - dado da camisinha**
- ▶ **Voltando pra casa - reverendo o futuro**



Visão Geral do Jogo

- ▶ **Viajem para o acampamento -** Contação de História
- ▶ **Fazendo novos amigos -** co-criação dos personagens
- ▶ **Regras do Jogo**
- ▶ **Rodadas de Contatos -** pega ou não pega?
- ▶ **Momento Surpresa**
- ▶ **Revendo os contatos -** dado da camisinha
- ▶ **Voltando pra casa -** revendo o futuro



Visão Geral do Jogo

- ▶ **Viajem para o acampamento** - Contação de História
- ▶ **Fazendo novos amigos** - co-criação dos personagens
- ▶ **Regras do Jogo**
 - ▶ **Rodadas de Contatos** - pega ou não pega?
 - ▶ **Momento Surpresa**
 - ▶ **Reverendo os contatos** - dado da camisinha
 - ▶ **Voltando pra casa** - reverendo o futuro



Visão Geral do Jogo

- ▶ **Viajem para o acampamento** - Contação de História
- ▶ **Fazendo novos amigos** - co-criação dos personagens
- ▶ **Regras do Jogo**
- ▶ **Rodadas de Contatos** - pega ou não pega?
- ▶ **Momento Surpresa**
- ▶ **Revendo os contatos** - dado da camisinha
- ▶ **Voltando pra casa** - revendo o futuro

- ✓ Reconhecendo trocas de fluídos
- ✓ Entendendo as situações de risco
- ✓ Tirando dúvidas

3



Alojamento O que rolou?

Seu personagem começa um namoro no acampamento e as coisas evoluem rápido. Em um belo dia de sol todos saem para caminhar, mas você e seu parceiro ficam pra trás e aproveitam que os alojamentos estão vazios para transar, fazendo apenas **sexo vaginal**.

Visão Geral do Jogo

- ▶ **Viajem para o acampamento** - Contação de História
- ▶ **Fazendo novos amigos** - co-criação dos personagens
- ▶ **Regras do Jogo**
- ▶ **Rodadas de Contatos** - pega ou não pega?
- ▶ **Momento Surpresa**
- ▶ **Reverendo os contatos** - dado da camisinha
- ▶ **Voltando pra casa** - reverendo o futuro

- ✓ **AIDS / Sífilis**
- ✓ **Gravidez precoce**
- ✓ **Seringas contaminadas**
- ✓ **Leite materno**



Surpresa



Seu/sua personagem acaba de receber uma ligação de um(a) ex-namorado(a), que fez um exame de HIV gratuito num posto de saúde e descobriu ser portador do vírus HIV.

Este(a) ex-namorado(a) se lembrou que ele(a) e seu/sua personagem transaram algumas vezes sem camisinha, e decidiu ligar para dizer que **seu/sua personagem provavelmente também foi contaminado(a).**

Visão Geral do Jogo

- ▶ **Viajem para o acampamento** - Contação de História
- ▶ **Fazendo novos amigos** - co-criação dos personagens
- ▶ **Regras do Jogo**
- ▶ **Rodadas de Contatos** - pega ou não pega?
- ▶ **Momento Surpresa**
- ▶ **Revendo os contatos** - dado da camisinha
- ▶ **Voltando pra casa** - revendo o futuro



Visão Geral do Jogo

- ▶ **Viajem para o acampamento** - Contação de História
- ▶ **Fazendo novos amigos** - co-criação dos personagens
- ▶ **Regras do Jogo**
- ▶ **Rodadas de Contatos** - pega ou não pega?
- ▶ **Momento Surpresa**
- ▶ **Revendo os contatos** - dado da camisinha
- ▶ **Voltando pra casa** - revendo o futuro

Modelo de avaliação de performance aplicado no projeto

Durante a avaliação quatro vertentes do projeto são analisadas:

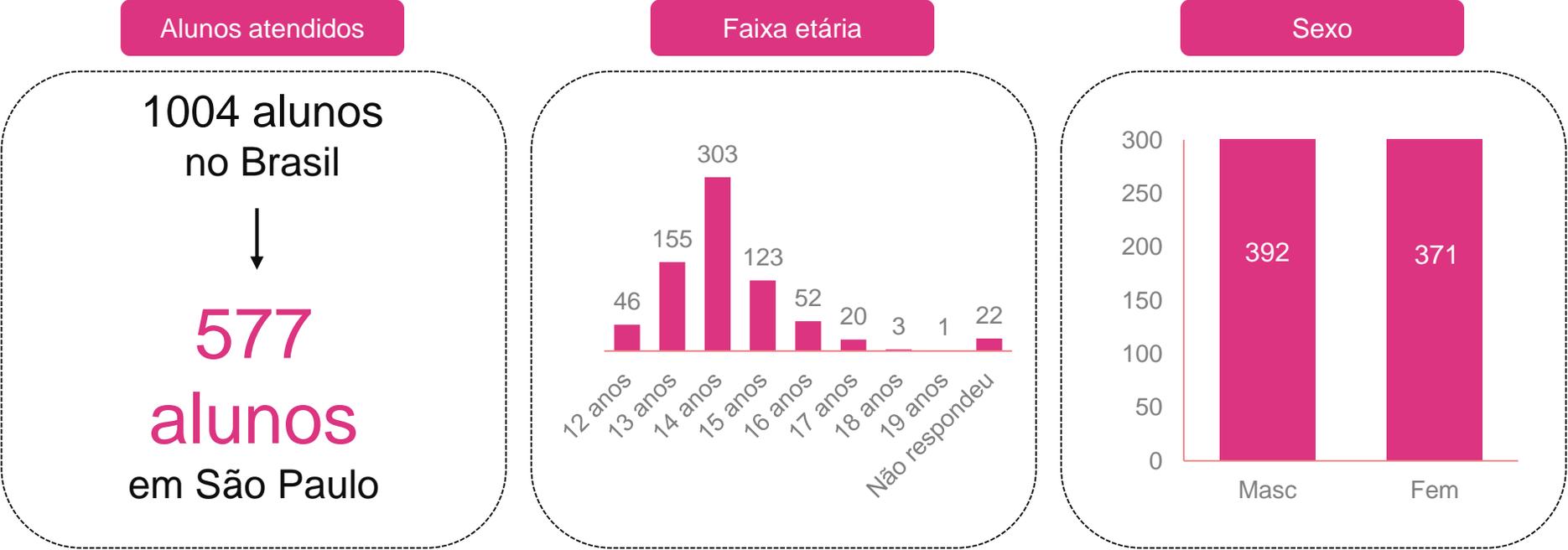
- **Materiais utilizados;**
- **Conteúdo abordado;**
- **Carga Horária;**
- **Dinâmica.**

A avaliação do Conecta Saúde é realizada de acordo com a seguinte legenda:

- 1** não gostei
não refleti e não aprendi
- 2** não gostei
refleti e aprendi um pouco
- 3** gostei
refleti e aprendi
- 4** gostei bastante
refleti e aprendi muito



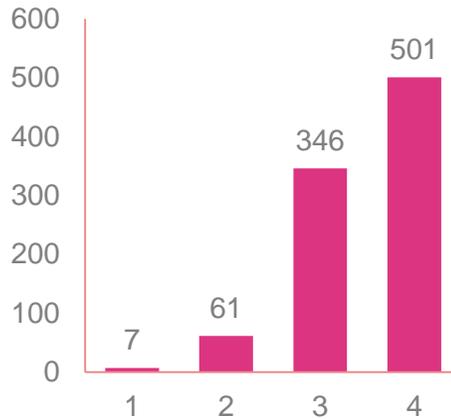
Avaliação de performance aplicada no piloto



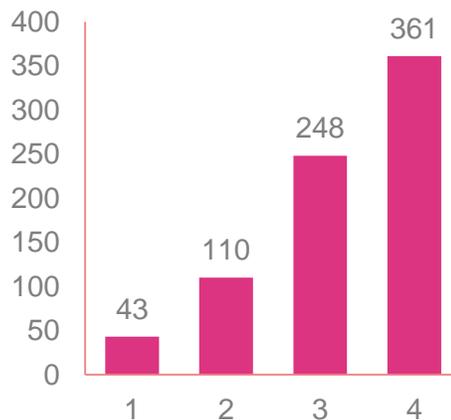
* Podem ocorrer variações em função do número de avaliações devolvidas.

Avaliação de performance aplicada no piloto

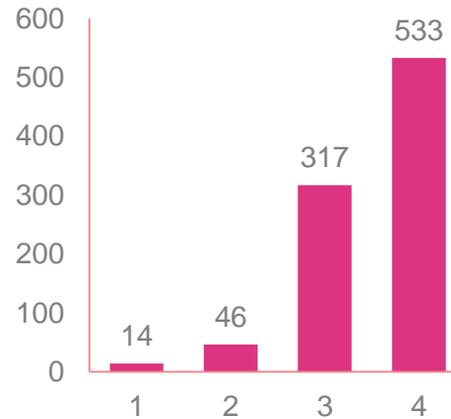
O que você achou dos materiais do jogo?



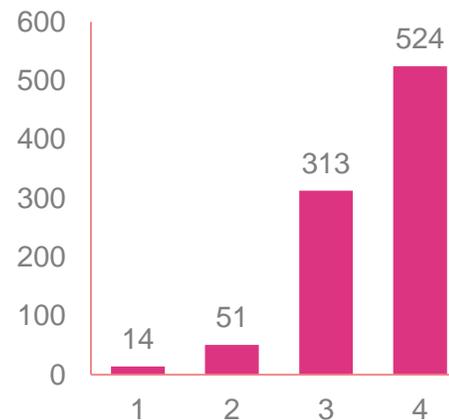
O que você achou do tempo de duração?



Você aprendeu quais as formas de transmissão do HIV/AIDS?



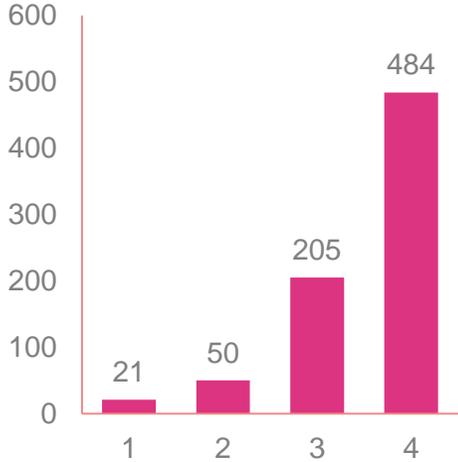
Agora você sabe como utilizar a camisinha?



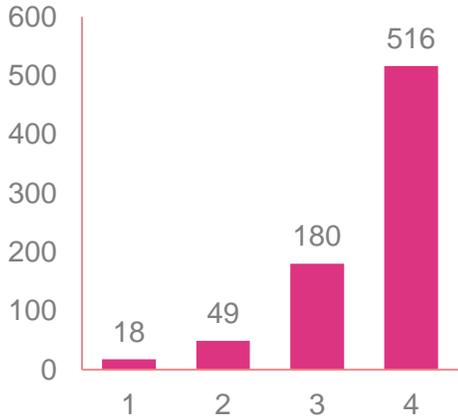
- 1 não gostei
não refleti e não aprendi
- 2 não gostei
refleti e aprendi um pouco
- 3 gostei
refleti e aprendi
- 4 gostei bastante
refleti e aprendi muito

Avaliação de performance aplicada no piloto

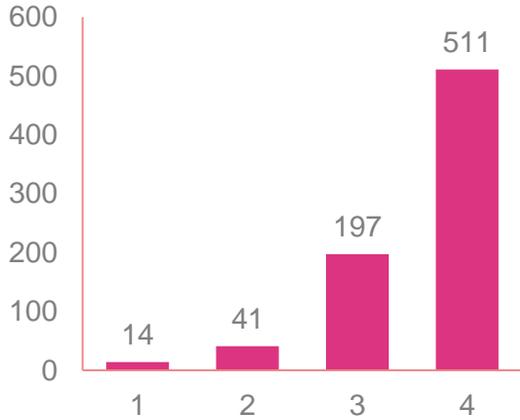
Você achou que os voluntários dominavam o assunto?



Os voluntários foram claros na comunicação



O que você achou da didática e da relação dos voluntários com seus colegas?



- 1 não gostei não refleti e não aprendi
- 2 não gostei refleti e aprendi um pouco
- 3 gostei refleti e aprendi
- 4 gostei bastante refleti e aprendi muito

Depoimentos dos alunos

Após jogar o Conecta Saúde, sua maior lição aprendida foi...

“Foi aprender a usar a camisinha e aprender sobre HIV”

“Sempre se prevenir antes das relações sexuais”

“Utilizar o preservativo pois, além de evitar as DSTs, também evitamos gravidez indesejada”

“Os tipos de transmissão do HIV e da Sífilis”

“Se preservar é importante”





Denise Amaral
(Analista de Sustentabilidade e Cidadania Corporativa)

Tel.: (11) 5033-9890

Cel.: (11) 99668-4559

e-mail: denise.amaral@grupofleury.com.br

DEBATE



GRUPO DE ESTUDOS
VOLUNTARIADO EMPRESARIAL

Feliz Natal!
Feliz 2017



OBRIGADO



GRUPO DE ESTUDOS
VOLUNTARIADO EMPRESARIAL