

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
PUC-SP

Danilo Rodrigo de Brito

**O PERFIL DO VOLUNTÁRIO EMPRESARIAL E AS BOAS
PRÁTICAS NA GESTÃO DE VOLUNTARIADO
EMPRESARIAL**

ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO DE PROJETOS EM
ORGANIZAÇÕES DO TERCEIRO SETOR

SÃO PAULO
2017

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
PUC-SP

Danilo Rodrigo de Brito

**O PERFIL DO VOLUNTÁRIO EMPRESARIAL E AS BOAS
PRÁTICAS NA GESTÃO DE VOLUNTARIADO
EMPRESARIAL**

ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO DE PROJETOS EM ORGANIZAÇÕES
DO TERCEIRO SETOR

Dissertação apresentada à Banca Examinadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como exigência parcial para a obtenção de título de Especialista em Gestão de Projetos em Organizações do Terceiro Setor, sob a orientação da Professora Mestre Maria de Fátima Duque Caçador Alexandre.

SÃO PAULO
2017

ORIENTADOR(A)

BANCA EXAMINADORA

DEDICÁTORIA

Dedico este trabalho a Deus por tudo que Ele é em minha vida, a minha esposa Marina, minha filha Luisa, meus pais Walter e Paulina, meus irmãos Viviane, Evandro, Lilian e Jaqueline; sobrinhos Bruna, Renan, Nicolas, Heloisa e Valentina; meus Bispos Diego e Luana, familiares e a todos amigos.

AGRADECIMENTOS

Registro aqui meus agradecimentos ao Sr Jayme Garfinkel presidente do conselho da Porto Seguro, Sr. Fabio Luchetti presidente executivo da Porto Seguro, a Srta. Mirian Mesquita, gerente de Responsabilidade Social, a Srta. Cláudia Moreno coordenadora do programa de voluntariado e aos voluntários da corporação pela disponibilidade em proporcionar a oportunidade dos estudos necessários para o tema abordado que contribuirá para avanço na gestão do terceiro setor e em especial nos programas de voluntariado empresarial.

RESUMO

Empresas de todo o mundo vem realizando investimentos em aspectos sustentáveis para se manterem competitivas, agregarem valores a sua marca e principalmente colaborar e para o desenvolvimento de uma sociedade mais justa. Este investimento de diversos segmentos tem beneficiado o meio ambiente, organizações da sociedade civil, pessoas em vulnerabilidade social em diversos aspectos e diversificadas iniciativas. Uma destas iniciativas tem sido através de programas de voluntariado empresarial, onde as organizações têm mobilizado e engajado seus funcionários a doarem seu tempo e talento em atividades voluntárias que visam o seu desenvolvimento e dos beneficiários e causas alcançadas por esta iniciativa.

Neste trabalho o autor apresenta resultados sobre boas práticas na gestão de programas de voluntariado bem como o perfil dos funcionários que participam desse movimento do bem.

PALAVRA CHAVE: voluntário, voluntariado, voluntariado empresarial, perfil voluntário, boas práticas.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CBVE – Conselho Brasileiro de Voluntariado Empresarial

ONG'S – Organizações Não Governamentais

OSC's – Organizações da Sociedade Civil

RSA – Responsabilidade Social e Ambiental

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 - MATRIZ VOLUNTARIADO.....	11
QUADRO 2 – BENEFICIÁRIOS 2016.....	12
QUADRO 3 – ORIENTAÇÃO DE LEITURA DE RESULTADOS.....	16
QUADRO 4 – PERFIL DO VOLUNTÁRIO: GÊNERO.....	17
QUADRO 5 – PERFIL DO VOLUNTÁRIO: IDADE.....	17
QUADRO 6 – PERFIL DO VOLUNTÁRIO: TEMPO DE CASA.....	18
QUADRO 7 – PERFIL DO VOLUNTÁRIO: FORMAÇÃO ACADÊMICA.....	19
QUADRO 8 – PERFIL DO VOLUNTÁRIO: NÍVEL DE CARGO.....	19
QUADRO 9 – PERFIL DO VOLUNTÁRIO: TIPO DA AÇÃO.....	20
QUADRO 10 – PERFIL DO VOLUNTÁRIO: % VOLUNTÁRIOS.....	21
QUADRO 11 – RESUMO DO PERFIL DO VOLUNTÁRIO.....	22
QUADRO 12 – BOAS PRÁTICAS: BANCO DE HORAS VOLUNTÁRIO.....	24
QUADRO 13 – BOAS PRÁTICAS: HORAS PARA PLANEJAMENTO.....	25
QUADRO 14 – BOAS PRÁTICAS: COMUNICAÇÃO INTERNA.....	26
QUADRO 15 – BOAS PRÁTICAS: AVALIAÇÃO DE RESULTADOS.....	27
QUADRO 16 – BOAS PRÁTICAS: AVALIAÇÃO DE IMPACTO.....	28
QUADRO 17 – BOAS PRÁTICAS: CAPACITAÇÃO.....	29
QUADRO 18 – BOAS PRÁTICAS: PORTAL DO VOLUNTÁRIO.....	30
QUADRO 19 – BOAS PRÁTICAS: COMITÊ.....	31
QUADRO 20 – PERFIL GERAL DO VOLUNTARIADO EMPRESARIAL.....	60
QUADRO 21 – BOAS PRATICAS VOLUNTARIADO EMPRESARIAL.....	60

LISTA DE TABELAS

TABELA 01 – PESQUISA: PERGUNTA 01.....	33
TABELA 02 – PESQUISA: PERGUNTA 02.....	34
TABELA 03 – PESQUISA: PERGUNTA 03.....	38
TABELA 04 – PESQUISA: PERGUNTA 04.....	39
TABELA 05 – PESQUISA: PERGUNTA 05.....	40
TABELA 06 – PESQUISA: PERGUNTA 06.....	41
TABELA 07 – PESQUISA: PERGUNTA 07.....	42
TABELA 08 – PESQUISA: PERGUNTA 08.....	44
TABELA 09 – PESQUISA: PERGUNTA 09.....	45
TABELA 10 – PESQUISA: PERGUNTA 10.....	47
TABELA 11 – PESQUISA: PERGUNTA 11.....	48
TABELA 12 – PESQUISA: PERGUNTA 12.....	49

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 01 – PESQUISA: PERGUNTA 01.....	33
GRÁFICO 02 – PESQUISA: PERGUNTA 02.....	34
GRÁFICO 03 – PESQUISA: PERGUNTA 03 - RESPOSTA 01.....	36
GRÁFICO 04 – PESQUISA: PERGUNTA 03 - RESPOSTA 02.....	36
GRÁFICO 05 – PESQUISA: PERGUNTA 03 - RESPOSTA 03.....	37
GRÁFICO 06 – PESQUISA: PERGUNTA 03 - RESPOSTA 04.....	38
GRÁFICO 07 – PESQUISA: PERGUNTA 04.....	39
GRÁFICO 08 – PESQUISA: PERGUNTA 05.....	40
GRÁFICO 09 – PESQUISA: PERGUNTA 06.....	41
GRÁFICO 10 – PESQUISA: PERGUNTA 07.....	42
GRÁFICO 11 – PESQUISA: PERGUNTA 08.....	43
GRÁFICO 12 – PESQUISA: PERGUNTA 09.....	45
GRÁFICO 13 – PESQUISA: PERGUNTA 10.....	46
GRÁFICO 14 – PESQUISA: PERGUNTA 11.....	47
GRÁFICO 15 – PESQUISA: PERGUNTA 12.....	48

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	1
1.1 Justificativa	4
1.2 Problema	4
1.3 Objetivo geral	4
1.4 Objetivos específicos	5
2. VOLUNTARIADO	5
2.1 A evolução do voluntariado no Brasil	5
2.2 O conceito de voluntariado	5
2.3 O conceito de voluntariado empresarial	7
3. EMPRESA OBJETO DE ESTUDO E O SEU PROGRAMA DE VOLUNTARIADO	8
3.1 A empresa Porto Seguro Cia de Seguros Gerais	8
3.2 Missão e filosofia empresarial	8
3.3 A área de Responsabilidade Social e Ambiental	9
3.4 Origem do programa de voluntariado na Porto Seguro	9
3.5 Programa de voluntariado da empresa	10
4. METODOLOGIA	14
4.1 População e amostra	14
5. O PERFIL DO VOLUNTARIADO EMPRESARIAL	16
5.1 O perfil do voluntariado empresarial da empresa objeto de estudo	16
5.1.1 Gênero	16
5.1.2 Idade	17
5.1.3 Tempo de casa	18
5.1.4 Formação acadêmica	18
5.1.5 Nível de cargo	19
5.1.6 Tipo de atuação	20
5.1.7 Percentual de voluntários na empresa	20
5.1.8 Resumo do perfil do voluntariado empresarial	21
5.2 Boas práticas na gestão de um programa de voluntariado empresarial	22
5.2.2 Concessão de horas para planejamento	24
5.2.3 Comunicação interna	25
5.2.4 Avaliação de resultados	26
5.2.5 Avaliação de impacto	27
5.2.6 Capacitação	28
5.2.7 Portal do voluntário	29
5.2.8 Comitês	30
6. RESULTADOS DA PESQUISA	32
6.1 Resultados gerais	32

6.1.1 Pergunta nº 01 - Minha primeira ação de voluntariado foi através do Programa de Voluntariado da Porto Seguro:	33
6.1.2 Pergunta nº 02 - Tenho preferência em atuar como voluntário em atividades:	34
6.1.3 Pergunta nº 03 - Quando eu saio para fazer atividade voluntária em horário de trabalho, suponho que meus colegas de equipe:	35
6.1.4 Pergunta nº 04 - Na escala abaixo, minha identificação com as causas apoiadas pela empresa através do programa de voluntariado é:	38
6.1.5 Pergunta nº 05 - Considero o recurso "Banco de Horas Voluntário" do programa de voluntariado da Porto Seguro:	39
6.1.6 Pergunta nº 06 - Além do banco de horas voluntário, qual sua opinião sobre a oferta de horas para planejar sua atuação voluntária:	41
6.1.7 Pergunta nº 07 - Sobre a divulgação do programa de voluntariado e as oportunidades de atuação, considero:	42
6.1.8 Pergunta nº 08 - Sobre a importância de a empresa mensurar de forma aprofundada os resultados e impactos sociais gerados pela atuação voluntária de seus funcionários, considero:	43
6.1.9 Pergunta nº 09 - Sobre o portal web Porto Voluntário, considero:	44
6.1.10 Pergunta nº 10 - Quanto a definição das atuações voluntárias, considero importante:	46
6.1.11 Pergunta nº 11 - Em minha opinião receber a capacitação para a atuação voluntária na instituição beneficiada é:	47
7. CONCLUSÃO	50
8. REFERÊNCIAS	62
9. ANEXOS	64
9.1 Anexo 1 – Pesquisa Voluntariado Empresarial	64

1. INTRODUÇÃO

A responsabilidade social e ambiental tem se tornado um tema de atenção entre as organizações empresarias no Brasil e em todo mundo, nas últimas décadas. Frequentemente nota-se um crescimento de empresas que adotam em sua estrutura organizacional áreas ou departamentos que se dedicam a assuntos relacionados a sustentabilidade.

Diante de uma economia oscilante e um capitalismo que parece se esgotar a cada dia, algumas empresas tem se movimentado a favor da sustentabilidade em seus negócios onde mais do que tornar seus produtos ou serviços socialmente ou ecologicamente corretos, preocupam-se em tornar a sustentabilidade não apenas um fator que agregue valor a sua marca, mas sim um condutor de investimentos realizados na sociedade onde é gerado maiores impactos sociais e avanços socioeconômicos.

Assim, o conceito de que uma empresa deve apenas gerar lucro ou maximizar seus resultados torna-se insustentável, diante do fato de que a responsabilidade da construção de resultados econômicos saudáveis não está apenas na patente pública, mas também privada que contempla conglomerado de empresas que não devem apenas lucrar com a sociedade, mas investir parte de seus lucros na mesma. Partindo dessa linha de raciocínio a qual já é de entendimento de muitas empresas, a sustentabilidade cresce dentro das organizações através de diversas estratégias, pois considerando a amplitude que se pode alcançar quando falamos de sustentabilidade as oportunidades são diversas e as organizações empresarias tem se diversificado em suas atuações, gerando uma gama de ações em prol da construção de uma sociedade mais justa e maior amplitude da igualdade social.

Neste cenário encontramos empresas que tem adotado em suas políticas sociais ações voltadas para o meio ambiente que se estendem desde coletas seletivas até mesmo construção de suas instalações atendendo normas e padrões ambientais. Outras optam por ações diretamente relacionadas com as comunidades nas quais estão inseridas variando entre programas sociais de desenvolvimento ou assistencialismo.

Nessa variedade de ações voltadas a sustentabilidade tem se destacado fortemente nas empresas as atuações voluntárias por parte de funcionários das organizações. Esse movimento social denominado predominantemente como Programa de Voluntariado Empresarial PVE, tem se tornado um propulsor de engajamento e mobilização de pessoas que optam em expandir seu relacionamento com a empresa na qual são contratados, saindo da relação contratante e contratado para uma soma de esforços e talentos dedicados a um bem comum que visa maior qualidade de vida e assistência a organizações da sociedade civil e seus beneficiários.

Assim, o voluntariado, tem por base fatores motivacionais, grau de implicação e expectativas distintas dos padrões presentes nas relações salariais tradicionais e por isso deve ser gerido de uma forma específica. A atitude dos assalariados, por sua vez, é marcada por um grande investimento pessoal no trabalho.[...] para estas pessoas (o voluntariado) o trabalho é uma fonte de satisfação e engajamento pessoal, contrariamente à visão mecanicista e impessoal do trabalho apresentada pelas teorias tradicionais da administração (ANDION, 2002, p. 12).

O voluntariado empresarial torna-se então um elemento importante na sociedade, uma iniciativa tomada pelas empresas que cria espaços maiores de participação social para seus funcionários e estendem-se a uma oportunidade de crescimento e construção de valores dentro e fora do ambiente profissional, multiplicando boas ações que influenciam diretamente no fortalecimento de pilares que se tornam um diferencial na vida dos que recebem os benefícios diretos e indiretos da atuação voluntária, seja ela de origem empresarial ou não.

Por isso, o voluntariado abre um enorme campo para o exercício multiplicador da criatividade em favor do próximo e para o fortalecimento dos laços sociais. Acima de tudo, ele é uma iniciativa destinada a universalizar os mais elementares direitos civis e econômicos; a incorporar nos mercados de trabalho e consumidor quem deles jamais pode ingressar; a fazer da equidade e da justiça social um horizonte normativo capaz de dar sentido às nossas vidas e rumo à sociedade, e de propiciar o reconhecimento universal da

dignidade do homem livre, permitindo-o atingir a cidadania, em todos os espaços do convívio humano (VILLELA, 2002, p.17).

Este posicionamento estratégico a qual o voluntariado tem se desenvolvido e se estabelecido, demonstra que há um grande protagonismo e expectativa nessas ações que tem tido parcelas importantes no desenvolvimento social do Brasil, como atesta Lins (2002, p.66) ao entender o voluntário como um agente de transformação: O primeiro a mudar é o voluntário (ele rompe o muro do egoísmo e da solidão, resolve ser útil, produtivo), depois alcança a comunidade ou as pessoas com quem o voluntário constrói uma nova realidade (elas se fortalecem, liberam criatividade, inventividade, a partir da facilitação de oportunidades de recuperação e afirmação de autoestima e valorização individual e dos grupos sociais).

Ao entendermos que este desenvolvimento já faz parte das responsabilidades públicas e privadas, vemos a sociedade assumindo também este papel a cada dia. Com esta atitude de assumir um posicionamento diante do desejado desenvolvimento social, as pessoas estão saindo da zona de conforto onde preocupam-se apenas com seus interesses sociais e começam a gerar na própria sociedade o interesse pelo próximo, tirando o voluntariado do esquecimento e o colocando numa posição evidente e alternativa para o fortalecimento de uma sociedade justa.

Em nível mundial, na medida em que tecemos esta rede de ação voluntária e logramos o reconhecimento para um maior protagonismo do voluntariado no desenvolvimento social, será mais uma vez importante a participação do Brasil, em nível de governo e da sociedade civil, para que o voluntariado mundial deixe a condição de invisibilidade a que esteve condenado por séculos, abandonando o papel de mero “ator coadjuvante” para ser reconhecido como um dos protagonistas centrais no cenário do desenvolvimento social (EVANGELISTA, 2002, p.41).

As empresas têm se atentado a este movimento e entendido que estas pessoas que estão dispostas a transformar a sociedade doando seu tempo e seu talento, estão dentro de seus estabelecimentos comerciais e ao deparar-se com este fato, passam a reconhecer seus funcionários não apenas como profissionais mais também agentes

de mudança. Neste aspecto o olhar social muitas vezes é internalizado nas empresas pelos próprios funcionários e nem sempre pelas estratégias da organização, e então os funcionários que optam sem ser voluntários destacam-se nas empresas, mostrando que o retorno financeiro não é o principal fator motivacional de fazer parte de uma companhia.

Antigamente, o voluntário era visto como alguém desocupado que procurava uma atividade para preencher seu tempo. Agora, o voluntário é visto como um profissional, com todas as obrigações inerentes a uma ocupação regular e permanente. A única diferença entre o voluntário e o profissional é que este é pago para trabalhar enquanto o trabalho do voluntário não é remunerado (SOBEL, 2002, p. 43).

1.1 Justificativa

Neste cenário de evidente crescimento de programas de voluntariado empresarial e de perspectiva de cada vez mais se firmar como um pilar essencial no desenvolvimento social surge-se então a necessidade de um olhar aprofundado sobre quem são estas pessoas, quais as boas práticas na gestão destes programas voluntários.

1.2 Problema

Diante do crescimento de organizações empresariais que tem estruturado suas áreas de responsabilidade social e ambiental para transformar a sociedade na qual estão inseridas através de diversas iniciativas, sendo uma delas a oportunidade de atuação voluntária por parte de seus funcionários, de qual forma estão realizando a gestão desses programas de voluntariado empresarial e qual o perfil desses voluntários?

1.3 Objetivo geral

Apresentar o cenário existente na gestão de programa de voluntariado empresarial bem como o perfil destes voluntários dentro da empresa objeto de estudo.

1.4 Objetivos específicos

- Evidenciar uma amostra do perfil do voluntariado empresarial
- Evidenciar uma amostra de boas práticas na gestão de programas de voluntariado empresarial

2. VOLUNTARIADO

2.1 A evolução do voluntariado no Brasil

A história do voluntariado no Brasil vem de um encontro sinérgico com o próprio processo histórico do país, *“desde o período colonial, voluntários vêm atuando, principalmente em entidades religiosas, como as Santas Casas, movidos por motivações confessionais ou assistenciais”* (Rio Voluntário, 2013).

No Brasil, o voluntariado empresarial começou a ganhar notoriedade na segunda metade dos anos 90, a partir da disseminação do conceito de “cidadania empresarial”, que é a atuação social das empresas, principalmente em um contexto em que o Estado não consegue cumprir todas as suas obrigações sociais.

Hoje a atividade assumiu um caráter mais estratégico, principalmente quando passou a ser incluída na estratégia corporativa, fazendo parte do conjunto de ações adotados pelas empresas em seus programas de responsabilidade social e ambiental.

2.2 O conceito de voluntariado

Entende-se como voluntário todo aquele que doa seu tempo, de forma não remunerada, visando um bem para um indivíduo ou segmento da sociedade. O voluntário tem se tornado tão importante na sociedade que já no ano 1998 foi criada uma lei para proteger e regularizar esta atuação, a qual *“considera-se serviço voluntário, para os fins de 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 à pessoa.

Parágrafo único. O serviço voluntário não gera vínculo empregatício, nem obrigação de natureza trabalhista previdenciária ou afim.” (Presidência da República, 1998).

CARDOSO (2002) diz que se trata de uma atividade democrática, já que qualquer pessoa pode ser voluntária no apoio ao próximo. Ricos ou pobres, idosos ou jovens, cada um pode adaptar suas próprias condições ao trabalho comunitário. Para alguém ser voluntário, basta olhar em volta do local de moradia, de trabalho ou outro qualquer, descobrir uma necessidade e agir, dar concretude ao seu desejo de participação e solidariedade. [...] Apenas, doando um pouco tempo, faz a sua parte porque sabe que o que ele faz bem pode fazer bem para alguém ou para uma comunidade, para uma escola, para um parque infantil... (CARDOSO, 2002, p.23). Já para o Centro de Voluntariado de São Paulo, o CVSP, *“ser voluntário é doar seu tempo, trabalho e talento para causas de interesse social e comunitário e com isso melhorar a qualidade de vida da comunidade.”* (Centro de Voluntariado de São Paulo, 2017)

O autor considerou importante entender a opinião de organizações internacionais que possuem alguma relação com o trabalho voluntário, uma delas a ONU – Organização das Nações Unidas define que *“o voluntariado traz benefícios tanto para a sociedade em geral como para o indivíduo que realiza tarefas voluntárias. Ele produz importantes contribuições tanto na esfera econômica como na social e contribui para a uma sociedade mais coesa, através da construção da confiança e da reciprocidade entre as pessoas. Ele serve à causa da paz, pois abre oportunidades para a participação de todos”* e complementa que *“os voluntários se beneficiam com a experiência adquirida, o engajamento e a participação, ao passo que contribuem para uma sociedade mais justa e igualitária, fortalecendo a confiança, a solidariedade e a reciprocidade entre as pessoas.”* (Nações Unidas no Brasil; 2017)

Diante de diversos conceitos, surge também o olhar das Ong’s a respeito do voluntariado, uma delas o ATADOS que atua como mobilizador e engajador de trabalho voluntário ressalta que *“O voluntário é alguém que se move em direção a uma causa ou organização para somar esforços, ajudar e aprender. É alguém que*

está aberto e disposto a prestar-se a alguma atividade provoque uma mudança – mesmo que pequena – em si próprio e no mundo ao seu redor. ” (Atados, 2017)

2.3 O conceito de voluntariado empresarial

Existem algumas definições usadas como referência quando se pensa em voluntariado empresarial, geralmente se limitando ao conceito de um apoio formal e organizado gerido por organizações empresariais. Para o Instituto Ethos *“é o conjunto de ações realizadas por empresas para incentivar e apoiar o envolvimento de seus funcionários em atividades na comunidade. ”* Já o CBVE define o voluntariado empresarial como: *“... uma iniciativa de responsabilidade social de empresas, visando incentivar, organizar, apoiar e reconhecer ações voluntárias de participação cidadã de seus profissionais e demais públicos de relacionamento, em prol da sociedade.”* (CBVE,2013).

Também define-se como voluntariado empresarial *“um conjunto de ações realizadas por empresas para incentivar e apoiar o envolvimento de seus funcionários em atividades voluntárias na comunidade: Oportunidade para a empresa pensar sobre seus valores e práticas e promover o desenvolvimento do capital humano de qualidade e fazer seus funcionários refletirem sobre o seu papel na sociedade.”* (ESPRO, 2012), Conforme relata Silvia Naccache coordenadora geral do Centro de Voluntariado Empresarial de São Paulo.

Diante desses relatos, o autor compreende o voluntariado empresarial como um programa impulsionado pela iniciativa privada, que visa engajar e incentivar seus funcionários a contribuírem com seus talentos e tempo, através de práticas relacionadas ou não a suas atividades profissionais, para o crescimento e aperfeiçoamento da sociedade, construção de valores, desenvolvimento e humanização dos envolvidos, seja benfeitor ou beneficiário.

3. EMPRESA OBJETO DE ESTUDO E O SEU PROGRAMA DE VOLUNTARIADO

3.1 A empresa Porto Seguro Cia de Seguros Gerais

A empresa Porto Seguro Seguros é uma seguradora brasileira, com sede em São Paulo, formada por um grupo de 23 empresas que atuam em diversos segmentos entre produtos e prestação de serviços relacionados a seguro de vida, previdência, residência, automóveis, planos de saúde e odontológico, crédito consignado, administração de consórcios, proteção e monitoramento, telecomunicações, saúde ocupacional e segurança do trabalho que atualmente empregam juntas cerca de 14 mil funcionários.

3.2 Missão e filosofia empresarial

A empresa define sua missão como: *“Assumir riscos e prestar serviços, por meio de um atendimento familiar que supere expectativas, garantindo agilidade a custos competitivos com responsabilidade social e ambiental.”* Já a sua filosofia empresarial resume-se em *“A Porto Seguro é o conjunto de pessoas formado por seus funcionários, dirigentes, acionistas, corretores, prestadores de serviços e parceiros de negócios que, individual e coletivamente, se orientam pelos seguintes valores, exemplos e compromissos:*

- *Cooperação, transparência, justiça e atitude de atender com genuíno interesse são nossos valores fundamentais.*
- *A busca pela perfeição exige humildade, determinação e paciência.*
- *Todos têm o direito de participar e expor suas opiniões, por meio do diálogo numa conduta igualitária e ética.*
- *Erros acontecem e precisam ser assumidos e corrigidos de imediato, como oportunidade de aprendizado, melhoria e crescimento.*
- *O trabalho deve ser realizado com entusiasmo e visto como oportunidade de desenvolvimento.*
- *A dedicação de cada um deve ir além das atribuições da sua função.*
- *Não se beneficiar da função para vantagens pessoais e manter uma postura de simplicidade sem personalismo.*

- *É nossa responsabilidade realizar uma administração simples, flexível, ágil e integrada.*

- *Preparar sucessores capazes de ampliar os horizontes da Corporação.*

A realização profissional deve ser resultado do estímulo ao autodesenvolvimento e da busca de novos desafios.” (PORTO SEGURO, 2017)

3.3 A área de Responsabilidade Social e Ambiental

Fundada em 2005 e responsável pela gestão do Programa de Voluntariado da empresa, a área de RSA da Porto Seguro atua de forma estratégica nos negócios da corporação. Sua atuação é responsável pela execução de projetos que são segmentados por atuações sociais, ambientais e institucionais.

“A Visão Estratégica de 2005 veio para legitimar essa iniciativa, com o desejo de fazer da Porto Seguro uma empresa caracterizada por suas ações consistentes e institucionalizadas, de caráter social na comunidade, e por auxiliar e inspirar a sociedade em relação aos temas sociais. O direcionamento estratégico da área de Responsabilidade Social e Ambiental é baseado no princípio de que o desenvolvimento sustentável da Porto Seguro tem a capacidade de gerar impactos positivos na comunidade na qual está inserida e nos demais públicos de interesse. A empresa considera que ser socialmente responsável é ter a capacidade de ouvir os interesses dos mais diversos segmentos da sociedade e conseguir incorporá-los ao planejamento. Em busca de um mundo melhor para as gerações atuais e futuras, através de ações sustentáveis e conscientização de pessoas sobre a importância das causas sociais e ambientais.” (PORTO SEGURO, 2017)

3.4 Origem do programa de voluntariado na Porto Seguro

“Em 1998, em um almoço entre o Presidente da Porto Seguro, o Sr. Jayme Brasil Garfinkel e alguns funcionários da empresa, nascia a ideia de criar um grupo para ajudar a comunidade do bairro Campos Elísios, onde a sede da empresa está localizada. E, desde então, os funcionários interessados passaram a se reunir voluntariamente, uma vez a cada 15 dias, para discutir ações para a melhoria da região.” (PORTO SEGURO, 2017)

Ainda no ano 1998, funcionários da Porto Seguro começaram a arrecadar doações, ao longo do ano, e a destinar para as creches do bairro de Campos Elísios. Para entregar as doações arrecadadas, um grupo de voluntários se dispôs a interagir com as crianças em alguns finais de semana. O movimento foi crescendo e número de participantes também.

Foi então necessário transformar a ação esporádica em uma proposta organizada e planejada. Quais as verdadeiras necessidades das instituições do entorno? De porta em porta, foram mapeadas as expectativas de cada instituição e quais os perfis de voluntariado que elas precisavam.

Foi assim que o programa de voluntariado da Porto Seguro – Porto Voluntário – ganhou um formato customizado e leve, pensando sempre no desenvolvimento integral da comunidade.

Ao longo dos anos, e com muitos resultados alcançados, o número de voluntários cresceu bem como os planos de expansão das oportunidades e instituições beneficiadas pelas ações desenvolvidas, possibilitando o crescimento da cultura voluntária na empresa.

3.5 Programa de voluntariado da empresa

O Programa de Voluntariado da Porto (Porto Voluntário) é dividido em três categorias: pontuais, recorrentes e temáticas. As ações pontuais são iniciadas e concluídas no mesmo dia, já as recorrentes têm maior duração e possibilitam ao voluntário um contato mais profundo com as instituições, fazendo parte de sua rotina. No caso das ações temáticas, elas são ligadas às campanhas de arrecadação de itens, como a do Agasalho ou de Brinquedos, em que a participação ocorre espontaneamente e sem gerar vínculo *“O Porto Voluntário sustenta a visão da Companhia, que busca crescer construindo resultados não apenas financeiros, mas também sociais e ambientais. Ele nos permite olhar para além de nossas atividades”*, afirma Mirian Mesquita¹, gerente de Responsabilidade Social e Ambiental.

¹ Mirian Mesquita. Mensagem pessoal recebida por danilo.brito@portoseguro.com.br em 26/06/2017.

Para Claudia Moreno¹, coordenadora de Responsabilidade Social e Ambiental, *o voluntariado é uma oportunidade de fazer parte da mudança que uma pessoa deseja ver no mundo e, certamente, reforça algumas das Competências de desenvolvimento profissional da Companhia, completa dizendo que o “engajamento em causas sociais, independentemente de quais atividades, desenvolve um perfil educador, estimula a criatividade, possibilita compartilhar conhecimentos, lidar com a diversidade, trabalhar em equipe e ser flexível”.*

Em um olhar interno da organização, acredita-se que o programa de voluntariado surte efeitos em dois eixos internos, sendo: voluntários (funcionários) e empresa, que juntos refletem seis macros reflexos dentro da corporação, conforme figura abaixo:



Fonte: Programa de voluntariado Porto Seguro 2016.

O quadro acima demonstra que a empresa se coloca como responsável pela viabilização da atuação voluntária de seus funcionários, ofertando aos mesmos, oportunidades de experiências para uma reflexão e atitudes sobre comportamentos e valores que refletem em clima organizacional e integração de equipes, reforço dos valores da empresa, desenvolvimento de talentos, harmonização no relacionamento

¹ Claudia Moreno. Mensagem pessoal recebida por danilo.brito@portoseguro.com.br em 26/06/2017.

com a comunidade, melhorar imagem interna e externa, reforço de vínculo com a atividade fim da empresa e do funcionário.

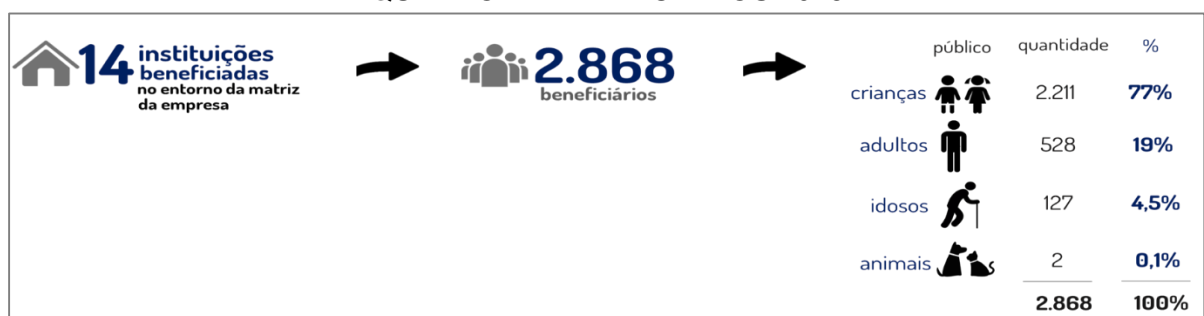
“As pessoas que tem essa sensibilidade e se envolvem se destacam e a gente estimula que eles façam, por que isso fara bem a ele, e fazendo bem a ele, ele crescendo vai se tornar um funcionário e uma empresa melhor, esse é o ciclo do bem” Jayme Garfinkel, Presidente do Conselho da Porto Seguro. (PORTO SEGURO. Porto Voluntário – Ações 2015)

“Teremos uma expectativa de um mundo melhor, uma cidade melhor, um bairro melhor e de uma empresa ... através do voluntariado nós podemos tornar o nosso entorno melhor” Fabio Luchetti, Presidente Executivo da Porto Seguro. (PORTO SEGURO. Porto Voluntário – Ações 2015)

Através deste programa a empresa e seus funcionários beneficiam OSC's (organizações da sociedade civil) localizadas aos arredores de suas instalações em todo o Brasil, estas organizações da sociedade civil em sua maioria atendem crianças, idosos, animais em segmentos de educação, cuidado e saúde, assistencialismo, abrigos, zeladoria e demais atividades voltadas a pessoas em situação de risco, estas pessoas beneficiadas pelas instituições se tornam os beneficiários finais das ações voluntarias realizada pela empresa.

O programa de voluntariado da empresa também se destaca pelo fortalecimento da relação e desenvolvimento com o bairro, visto que o conjunto das ações somadas as atuações das instituições beneficiadas melhoram a qualidade de vida do bairro e das pessoas que vivem nele. Com informações cedidas pela empresa, o autor elaborou um quadro para demonstração dos principais resultados do programa de voluntariado do ano de 2016, sendo:

QUADRO 2 – BENEFICIÁRIOS 2016



Fonte: elaborado pelo autor

Para a realização destas ações a empresa oferta aos seus funcionários a possibilidade de atuação voluntária durante o horário de expediente, a ausência do local e trabalho é acordada com os superiores e equipe. A empresa relata que no início da oferta deste benefício o funcionário podia utilizar até 4 horas mensais para sua atuação voluntária no horário de trabalho, porém, hoje não há limite pois é considerando a necessidade da instituição que será beneficiada e o acordo realizado entre funcionário e gestor.

Este recurso é chamado internamente como “Abono Voluntário”, e utilizado para abonar as horas ausentes dos voluntários. No ano de 2016 os funcionários utilizaram 3.478 horas com uma média mensal de 347 horas no período de janeiro a dezembro.

A empresa também é responsável pela escolha das instituições beneficiadas e conseqüentemente as causas que serão apoiadas e junto com as Ong’s definem o cronograma de atuação. Este cronograma é divulgado em seu web site denominado “Porto Voluntário” juntamente com a divulgação das oportunidades, quantidade de vagas, instituições beneficiadas, além de permitir a inscrição online nas ações.

A cada semestre a área de Responsabilidade Social e Ambiental, realiza o lançamento do programa de voluntariado em suas mídias e comunicações internas, além de capacitar os funcionários para as ações diretamente nas instituições beneficiadas e ao final do ano realiza um evento de encerramento com todos os funcionários voluntários e equipes envolvidas na gestão do programa.

4. METODOLOGIA

O presente estudo possui caráter descritivo na medida em que se propõem a coletar dados primários de forma padronizada e a levantar opiniões e atitudes de uma população específica (GIL, 2002; VERGARA, 2000), para tanto, utiliza-se a pesquisa do tipo *survey* que se propõem a identificar, relatar e comparar dados coletados mediante a aplicação de um questionário em uma amostra de voluntários participantes do programa de voluntariado empresarial da empresa objeto de estudo. Além desta pesquisa em caráter quantitativo, também se insere dados fornecidos pela empresa objeto de estudo, que tem por objetivo complementar e estruturar as conclusões deste trabalho. O autor realizou revisão bibliográfica e análise documental da empresa e a escolha desta como objeto de estudo se deu pela facilidade de acesso as informações de seu programa de voluntariado.

4.1 População e amostra

A Porto Seguro Cia de Seguros Gerais, organização privada que atua no mercado de seguros há cerca de 70 anos, com sua sede na região de Campos Elíseos na cidade de São Paulo, da qual o autor faz parte como funcionário, foi a escolhida para coleta de dados da pesquisa.

A população pesquisada constitui-se em funcionários da empresa objeto de estudo, que participaram do programa de voluntariado da empresa no ano de 2016. O número total de pessoas convidadas a responder a pesquisa foi 561 de um total de 740 voluntários.

Os participantes da amostra, foram convidados a responder o questionário da visita apenas se tivessem exercido atividades voluntárias no ano de 2016 através do programa da empresa objeto de estudo, a lista de contatos foi cedida pela empresa através de base de dados de voluntários que realizaram uma ou mais atividades no ano em questão, portanto é seguro afirmar que o total das respostas pertence a público elegível para a pesquisa.

Considerando estratégico, o autor optou em permitir a participação do total de pessoas que atuaram na modalidade de voluntário no ano de 2016 na empresa objeto

de estudo, ampliando as possibilidades de resposta e objetivando resultados mais consistentes atrelados a gama de pesquisados.

Segundo a classificação de Vergara (2000), a amostra escolhida caracteriza o critério de acessibilidade, decorrente da facilidade que o pesquisador tem de acesso ao público convidado a participar da pesquisa. Esta amostra não probabilística tem valor indicativo, mas não representativo do público estudado, tornando o resultado não generalizado.

O autor também realizou coleta de dados em fontes externas para realização de comparativos de boas práticas entre a empresa objeto de estudo e demais empresas que possuem programa de voluntariado, com o objetivo de mensurar evidenciar modelos de gestão em temáticas relacionadas a estes programas bem como ter como ponto de partida a base para elaboração das perguntas da pesquisa *survey*.

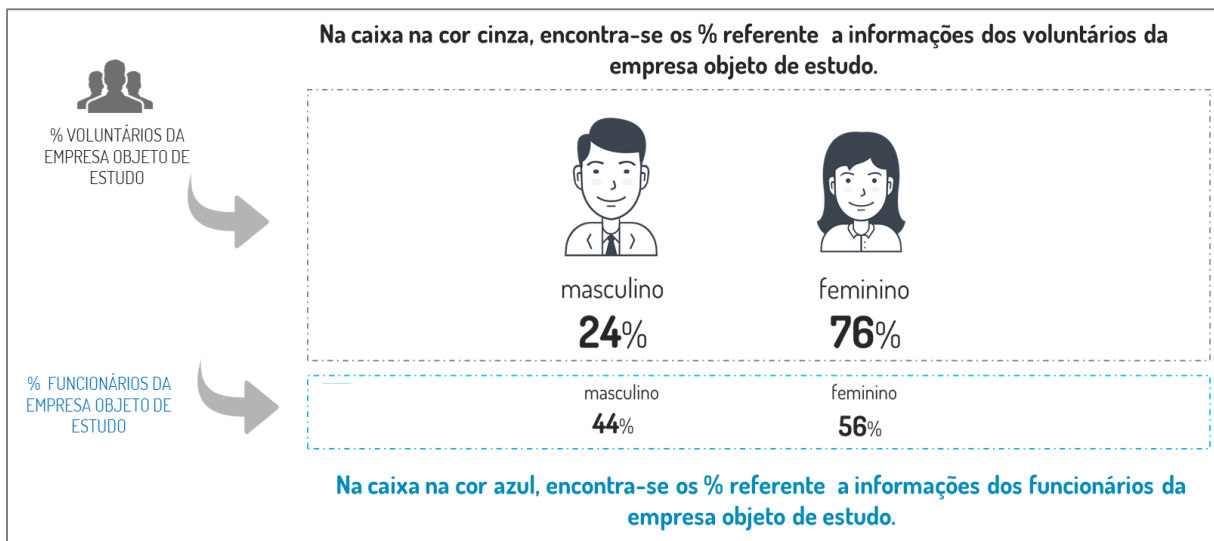
5. O PERFIL DO VOLUNTARIADO EMPRESARIAL

5.1 O perfil do voluntariado empresarial da empresa objeto de estudo

Com o objetivo de enriquecer a análise de dados e qualificar melhor as informações, foi realizada coleta de dados na empresa, através de informações cedidas pela mesma, que possibilitou a identificação do perfil do voluntário da empresa objeto de estudo. As informações coletadas foram segmentadas em aspectos provenientes de uma empresa, sendo: gênero, idade, tempo de casa, formação acadêmica, nível de cargo e o tipo de atuação.

Para facilitar o entendimento das informações, abaixo encontra-se um modelo orientador para leitura de resultados, conforme exemplo:

QUADRO 3 – ORIENTAÇÃO DE LEITURA DE RESULTADOS



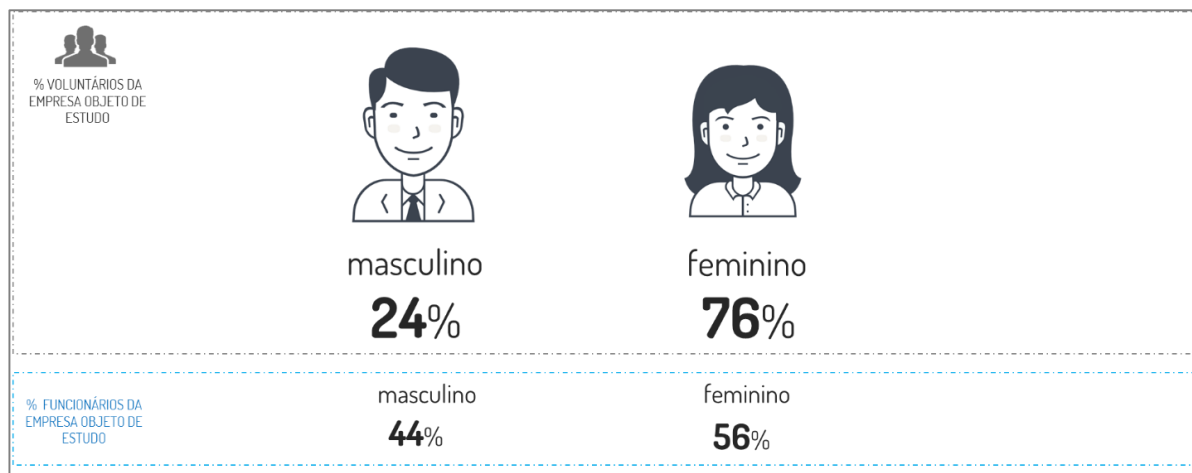
Fonte: elaborado pelo autor

5.1.1 Gênero

É o conceito que define o sexo da pessoa. Neste aspecto ficou evidenciado que 76% do público de voluntários são do gênero feminino, resultado este que quando comparado ao público total e funcionários da empresa demonstram um desnivelamento entre os percentuais. A empresa tem oportunidade de aumentar

proporcionalmente os voluntários do gênero masculino, que hoje representa 24%, visto que a empresa possui em seu quadro de funcionários 44% de homens.

QUADRO 4 – PERFIL DO VOLUNTÁRIO: GÊNERO

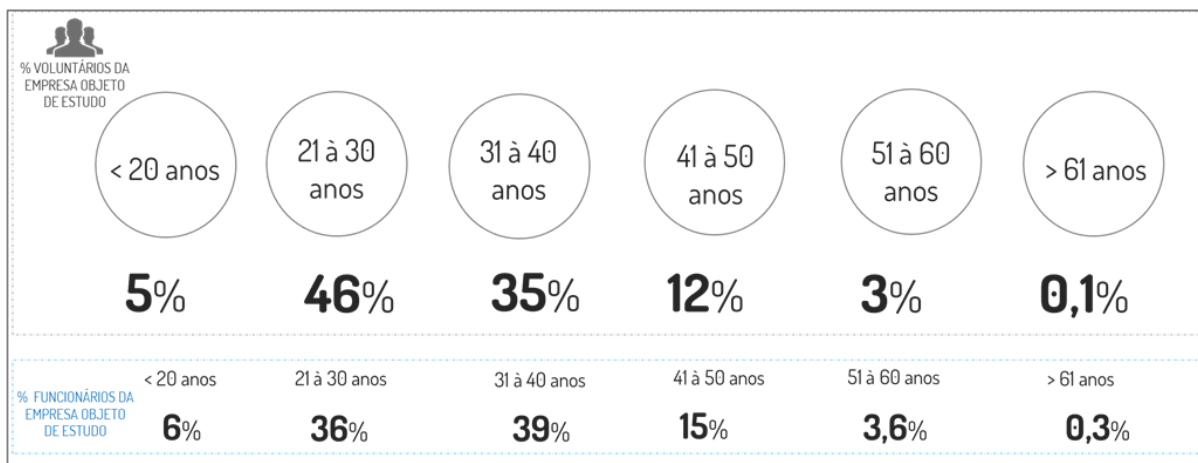


Fonte: elaborado pelo autor

5.1.2 Idade

É o tempo de vida decorrido desde o nascimento até uma determinada data tomada como referência. Neste ponto é possível notar que a empresa possui uma grande massa de funcionários que estão entre as faixas etárias de 21 à 40 anos, sendo exatamente 75% dos funcionários. Em relação ao seu público de voluntários percebe-se uma curva similar entre as faixas etárias, evidenciando o maior público entre 21 à 40 anos, sendo representado por 81% dos voluntários.

QUADRO 5 – PERFIL DO VOLUNTÁRIO: IDADE

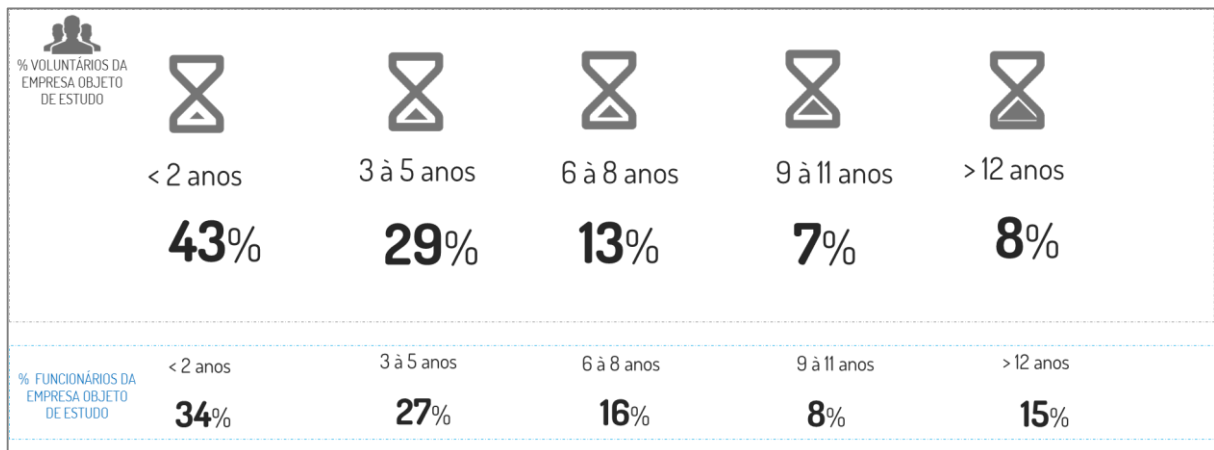


Fonte: elaborado pelo autor

5.1.3 Tempo de casa

É um conceito informal que denomina o tempo de permanência do funcionário em uma empresa. Neste aspecto ficou evidenciado que quanto menor o tempo de casa maior é a participação do funcionário em programas de voluntariado apoiado pela empresa. Nesta coleta de dados ficou evidenciado que 72% dos voluntários da empresa objeto de estudo possuem até 5 anos (soma de < 2 anos + 3 a 5 anos) de vínculo com a empresa. Ao compararmos os percentuais da amostra do total e funcionários da empresa, vemos que existe uma tendência similar na organização onde 61% dos funcionários possuem também até 5 anos de vínculo com a organização.

QUADRO 6 – PERFIL DO VOLUNTÁRIO: TEMPO DE CASA

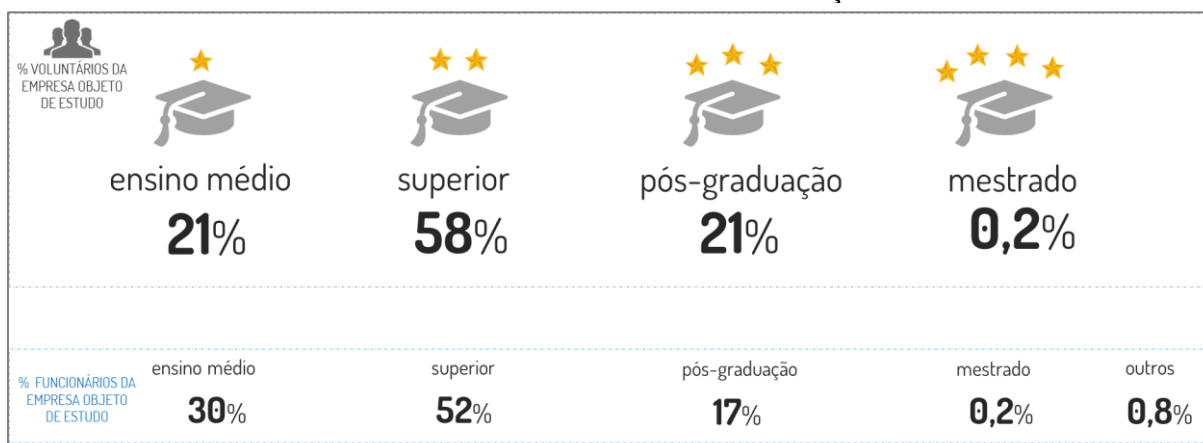


Fonte: elaborado pelo autor

5.1.4 Formação acadêmica

É o grau de formação no ensino adquirida por um indivíduo através do estudo. Neste quesito da coleta de dados, os resultados apontam que a maior faixa de formação acadêmica dos voluntários da empresa são os que possuem nível superior, seguido por ensino médio e pós-graduação sendo ambos com 21%. Na correlação entre o mesmo olhar, porém, aos funcionários da empresa percebemos que estes mesmos níveis de formação se mantêm em alta, tendo pequena variação entre ensino médio e pós-graduação.

QUADRO 7 – PERFIL DO VOLUNTÁRIO: FORMAÇÃO ACADÊMICA



Fonte: elaborado pelo autor

5.1.5 Nível de cargo

É o nível hierárquico atribuído ao funcionário da empresa. Este nível é determinado pela companhia e pode variar entre as organizações. O autor procurou entender nesta fase de coletas, quais são os níveis de cargo mais presentes entre os voluntários, os resultados apontaram que as representatividades dos níveis de cargo dos voluntários acompanham a mesma proporção do público total e funcionários, com destaque para os cargos administrativos, call center e comercial.

QUADRO 8 – PERFIL DO VOLUNTÁRIO: NÍVEL DE CARGO

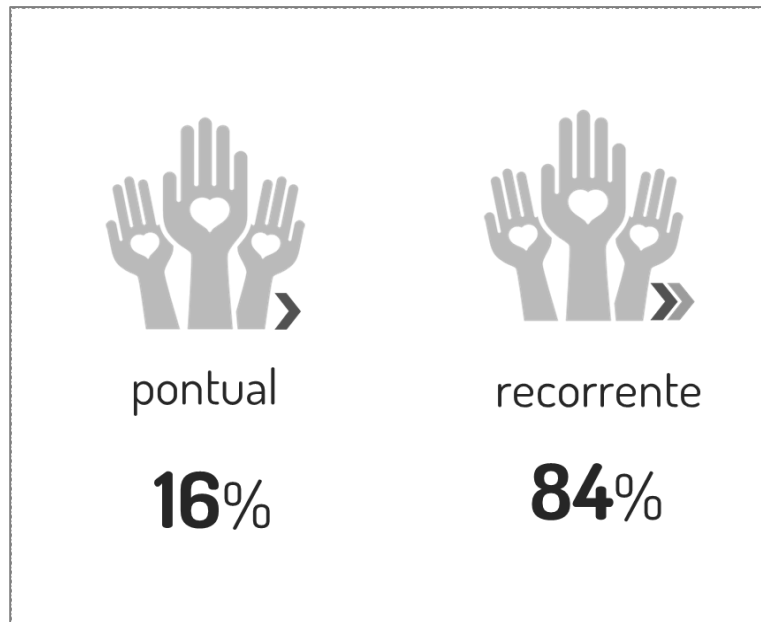
VOLUNTÁRIOS		Empresa objeto de estudo	% voluntários dentro do cargo	VOLUNTÁRIOS + Empresa objeto de estudo =		% voluntários dentro do cargo
Administrativo	52,0%	45,7%	9%			
Call Center	26,5%	22,4%	9%			
Sênior	12,7%	9,0%	11%			
Coordenação	3,7%	4,0%	7%			
Aprendiz	2,2%	3,3%	5%			
Gerência	0,7%	1,0%	6%			
Comercial	0,7%	10,2%	1%			
Consultor/Especialis	0,5%	1,2%	3%			
Supervisão	0,4%	1,9%	2%			
Superint/Dir Prod	0,3%	0,2%	10%			
Estagiário	0,2%	0,1%	13%			
Gerência Suc/Reg	0,1%	0,8%	1%			
Outros	0,0%	0,2%	0%			
Total	100,0%	Total	Média			
			6%			

Fonte: elaborado pelo autor

5.1.6 Tipo de atuação

Uma atuação voluntária pode ser recorrente ou pontual, estes conceitos referem-se ao tipo de frequência dedicada a atuação voluntária. O tipo recorrente são as que o comparecimento para a realização da ação ocorre numa frequência combinada entre a parte beneficiada e o voluntário. A atuação pontual ocorre com a participação do voluntário num único dia ou período de tempo determinado. Neste ponto da pesquisa, a empresa objeto de estudo possui uma taxa de 84% de voluntários atuantes em ações recorrentes e 16% de voluntários que atuam em ações pontuais.

QUADRO 9 – PERFIL DO VOLUNTÁRIO: TIPO DE AÇÃO



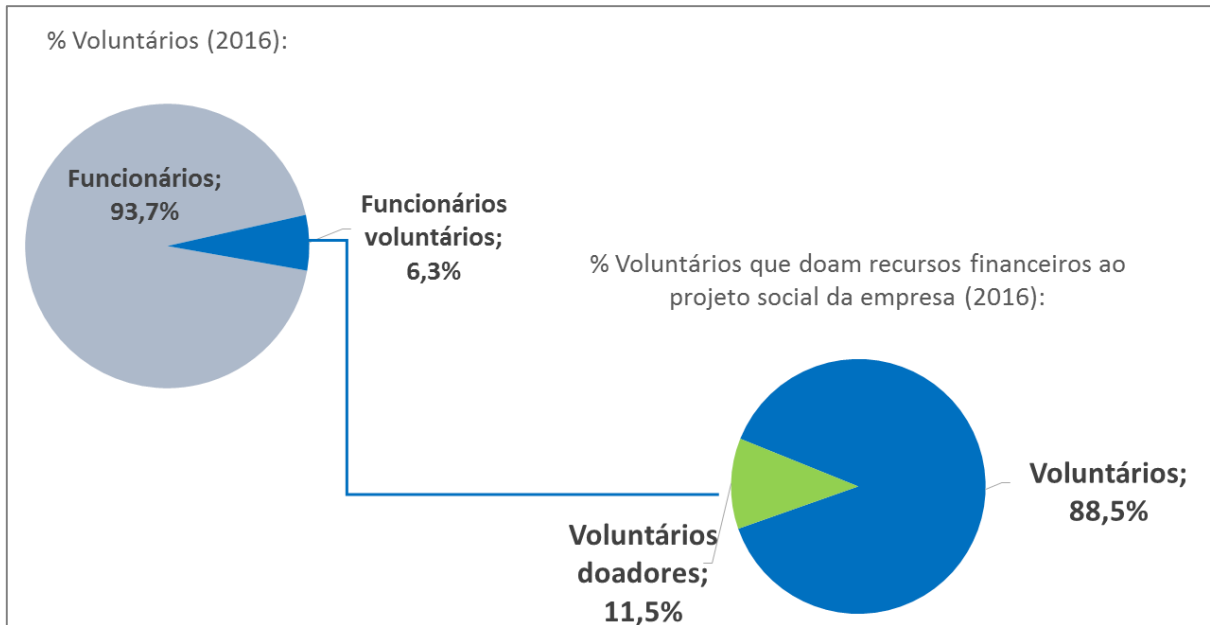
Fonte: elaborado pelo autor

5.1.7 Percentual de voluntários na empresa

O percentual de voluntários de uma empresa é determinado pelo total de funcionários que participam do programa de voluntariado empresarial dividido sobre o número total de funcionários que esta empresa possui. Já o percentual de voluntários que doam, é calculado através do número de voluntários que além de sua atuação de doação de tempo, também doam recursos financeiros para projetos sociais apoiados pela empresa dividido pelo total de voluntários que participam do programa de voluntariado empresarial. Neste aspecto os dados evidenciam que a empresa no ano

de 2016 obteve 6,3% de funcionários atuando como voluntários (dados do complexo matriz da empresa), e deste público de voluntários 11,5% doaram recursos financeiros para projetos sociais apoiados pela empresa.

QUADRO 10 – PERFIL DO VOLUNTÁRIO: % VOLUNTÁRIOS



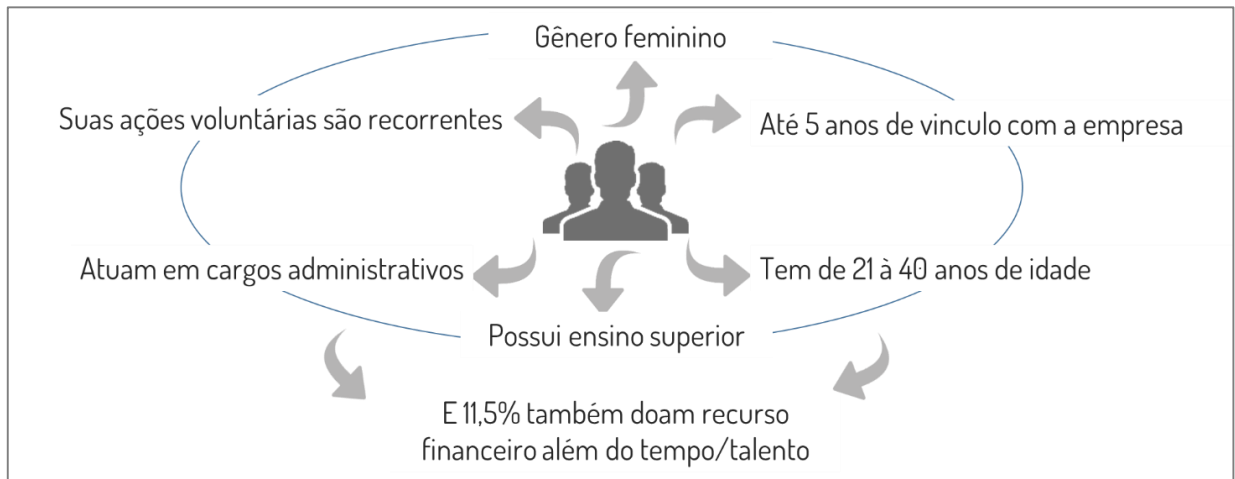
Fonte: elaborado pelo autor

5.1.8 Resumo do perfil do voluntariado empresarial

Com base em todos os dados coletados junto a empresa, referente a informações inerentes para tangibilizar um possível perfil do voluntário empresarial, não generalizado para todas as empresas em virtude das particularidades de cada uma, porém, fidedigno para a realidade da empresa objeto de estudo.

O conjunto destas informações apontaram o seguinte perfil: Funcionários predominante do gênero feminino, com até 5 anos de trabalho na empresa, entre 21 a 40 anos de idade, com ensino superior, com cargo no nível administrativo, com atuação predominante na modalidade recorrente com atuação média de 1,7 vezes por ano, sendo que 11,5% destes voluntários além da doação de tempo para as ações também realizam investimento social através de doação livre a projetos sociais apoiados pela empresa.

QUADRO 11 – RESUMO DO PERFIL DO VOLUNTÁRIO



Fonte: elaborado pelo autor

5.2 Boas práticas na gestão de um programa de voluntariado empresarial

Com o objetivo de identificar boas práticas no programa de voluntariado empresarial, o autor realizou um estudo comparativo de boas práticas na gestão de um programa de voluntariado empresarial. Através da coleta de dados foi realizado estudo comparativo destas práticas de gestão realizadas pela empresa objeto de estudo através das informações cedidas pela mesma e outras empresas que possuem programas de voluntariado empresarial.

O autor escolheu como base de estudo para obter informações de outras empresas a publicação *Voluntariado Empresarial: do Conceito à Prática* publicada em novembro de 2013, elaborada pelo CBVE - Conselho Brasileiro De Voluntariado Empresarial, que *“traz a evolução do voluntariado no Brasil, conceitos e informações de como conceber um programa de voluntariado empresarial, incluindo formas de ocorrência, modalidades, estratégias e práticas inspiradoras com mais de 20 cases de sucesso de empresas associadas ao CBVE.”* (CBVE, 2013).

Diante das evidências obtidas nas duas fontes de pesquisa o autor optou em avaliar oito práticas entre as empresas envolvidas no estudo, sendo elas:

1. Concessão de horas para o trabalho voluntário
2. Concessão de horas para planejamento
3. Comunicação interna

4. Avaliação de resultados
5. Avaliação de impacto
6. Capacitação
7. Portal voluntário
8. Comitês

Através dos tópicos definidos, foi elaborado quadros comparativos expondo as principais ações desenvolvidas dentro dos tópicos definidos para análise. O autor também considerou utilizar como base o CBVE para definição dos conceitos dos oito tópicos escolhidos para o desenvolvimento das comparações entre as empresas.

5.2.1 Concessão de horas para o trabalho voluntário

O CBVE publicou na material base de estudo no que se refere a concessão de horas para o trabalho voluntário a seguinte afirmativa: *“a maioria dos programas de voluntariado empresarial incentiva a execução da ação voluntária fora do horário de trabalho. Entretanto, em algumas empresas são concedidas horas para a atuação voluntária, principalmente em projetos desenvolvidos ou apoiados pela própria empresa, que só podem ser realizados em horários comerciais. Nesse caso, a atuação do colaborador deve ser dentro do projeto determinado, no local e horário estabelecido. A prática das empresas que ofertam estes recursos vem demonstrando que quanto maior for o nível de estruturação do programa de voluntariado, e quanto mais ele estiver ligado à estratégia da empresa, maior será a possibilidade da liberação de seus colaboradores para praticarem suas ações voluntárias dentro do horário de trabalho.”* (CBVE, 2013).

Neste tópico o autor identificou que as duas empresas comparadas realizam a oferta de horas para atuação voluntária, porém estas ofertas são realizadas de formas distintas conforme o quadro abaixo:

QUADRO 12 – BOAS PRÁTICAS: BANCOS DE HORAS VOLUNTÁRIO

		Outra empresa faz? Quem?
Empresa do estudo realiza?	Sim	Sim, C&A
Como é feito?	<ul style="list-style-type: none"> • Atuação durante o período de trabalho no Instituto da empresa, associação do bairro, entidades da sociedade civil da região de sua sede e filiais. • O total de horas dedicadas varia entre a necessidade da atuação e o acordo com o gestor • A atuação pode ser recorrente ou pontual, pré estabelecida na ação que o voluntário optou 	<ul style="list-style-type: none"> • Atuação durante o período de trabalho no Instituto da empresa, associação do bairro, entidades da sociedade civil da região de sua sede e filiais. • O total de horas dedicadas é definido pela empresa • A atuação é pontual.

Fonte: elaborado pelo autor com dados de...

5.2.2 Concessão de horas para planejamento

Na concessão e horas para planejamento, o CBVE relata que *“tem se tornado uma prática mais constante dentro das empresas a concessão de algumas horas para que os colaboradores possam planejar a sua ação, principalmente quando são ações voluntárias estruturadas em projetos de iniciativa da própria empresa. Essa negociação acontece diretamente entre colaborador e sua chefia imediata ”* e complementa que empresas têm cada vez mais *“disponibilizado espaços físicos e equipamentos, como uma forma de apoio ao engajamento voluntário de seus colaboradores. ”* (CBVE, 2013).

Neste aspecto, as informações coletadas evidenciam que ambas organizações ofertam este recurso aos seus voluntários, com um adendo de que a empresa objeto de estudo permite que o funcionário realize os planejamentos de sua ação, mas o recurso não é um benefício institucional pois se trata de uma pratica informal, já a outra empresa oferta o recurso como um benefício institucional ao voluntário, conforme aponta o quadro abaixo:

QUADRO 13 – BOAS PRÁTICAS: HORAS PARA PLANEJAMENTO

		Outra empresa faz? Quem?
Empresa do estudo realiza?	Sim	Sim, ITAIPU BINACIONAL
Como é feito?	<ul style="list-style-type: none"> • Funcionários podem planejar suas atividades no ambiente e com os recursos de trabalho da empresa • Não é um benefício institucional ao voluntário • Acontece mediante acordos informais com gestor 	<ul style="list-style-type: none"> • As reuniões de planejamento das atividades do programa ocorrem dentro das dependências da empresa • É um benefício institucional ao voluntário • Acontece mediante acordos informais com gestor

Fonte: elaborado pelo autor

5.2.3 Comunicação interna

A comunicação é um recurso indispensável para o sucesso de qualquer projeto. Empresas com programas de voluntariado tem usado a força da comunicação para promover as ações de voluntariado e não somente em estratégias para alavancar os seus negócios e fortalecer suas marcas.

O CBVE relata que *“esta estratégia é realizada como forma de divulgação, mobilização e reconhecimento. Uma boa divulgação das oportunidades de voluntariado para o público interno e dos resultados alcançados em cada projeto tem alavancado o voluntariado dentro das empresas. Quando se utilizam os recursos de comunicação interna (profissionais e veículos), os materiais e textos produzidos seguem as diretrizes de comunicação da empresa, ganhando força e espaços de divulgação. A comunicação interna contribui para apresentar o programa de voluntariado para o público interno, validando-o também como uma estratégia ligada ao negócio. Essa divulgação ocorre geralmente por meio de murais, cartazes, adesivos, intranet, e-mail marketing, entre outros”* (CBVE, 2013).

QUADRO 14 – BOAS PRÁTICAS: COMUNICAÇÃO INTERNA

		Outra empresa faz? Quem?
Empresa do estudo realiza?	Sim	Sim, MONDELÉZ BRASIL
Como é feito?	<ul style="list-style-type: none"> • Lançamento Institucional do programa anual de voluntariado • Veiculado em site de voluntariado da empresa, intranet, e-mail marketing, murais e programação institucional nos televisores espalhados por todos elevadores e espaços de convivência da empresa 	<ul style="list-style-type: none"> • Veiculado as informacoes do programa de voluntariado em jornal mural, salas de treinamento, e-mail marketing e Intranet

Fonte: elaborado pelo autor

5.2.4 Avaliação de resultados

Mensurar os resultados e torna-los em informações estratégicas para os seus negócios é uma pratica comum entre as organizações. Esse tipo de estratégia vem se estendendo para os projetos sociais das empresas e *“apesar de ainda não ser uma prática muito comum nos programas de voluntariado empresarial, a medição dos resultados das ações desenvolvidas tende a ganhar mais espaço dentro das empresas. Criar métricas e indicadores que comprovem se os resultados esperados foram alcançados tem contribuído para a divulgação das ações para o público externo, para compor os relatórios para a Diretoria, como insumo para melhorar futuras ações e para aumentar o acesso a mais recursos para o desenvolvimento do programa de voluntariado.”* (CBVE, 2013).

No comparativo foi evidenciado que as duas organizações realizam o controle de resultados, porém, a empresa objeto de estudo não realiza o aprofundamento dos resultados através de pesquisas qualitativas ou quantitativas e controle de dados subsequentes a ação como faz a outra empresa.

QUADRO 15 – BOAS PRÁTICAS: AVALIAÇÃO DE RESULTADOS

		Outra empresa faz? Quem?
Empresa do estudo realiza?	Sim	Sim, SANTANDER
Como é feito?	<ul style="list-style-type: none"> • Monitoramento de quantidades de beneficiários, participantes, itens arrecadados • Não há aprofundamento dos resultados subsequentes a ação. 	<ul style="list-style-type: none"> • Avaliação do programa por meio de uma pesquisa • Controle de resultados para os voluntários e resultados para as instituições beneficiadas.

Fonte: elaborado pelo autor

5.2.5 Avaliação de impacto

Impactar é um denominador comum de toda ação gerada, independente se está no âmbito público, privado ou social. A capacidade de realizar algo e impactar positivamente é o que empresas tem buscado em suas diversas áreas de atuação. Este fenômeno em chegado aos projetos sócias, principalmente nos que são patrocinados por empresas. Esse tipo de informação tem se tornado estratégica a cada dia, pois tem justificado a continuidade de investimentos em projetos sociais. Para o CBVE *“são poucos os programas de voluntariado empresarial que possuem uma estratégia de avaliação de impacto social. A avaliação de resultados nos permite apenas perceber o nível de transformação ocorrido em uma dada situação. Ela não possibilita, entretanto, afirmar se esta transformação pode ou não ser atribuída ao programa”*. (CBVE, 2013) .

Neste aspecto comparativo, as informações demonstram que a empresa objeto e estudo não realiza o aprofundamento dos impactos subsequentes as ações voluntárias de seu programa, diferente da outra organização que realiza o estudo de impacto social através de contratação de consultoria especializada e realização de entrevistas com os públicos envolvidos conforme aponta o quadro abaixo:

QUADRO 16 – BOAS PRÁTICAS: AVALIAÇÃO DE IMPACTO

		Outra empresa faz? Quem?
Empresa do estudo realiza?	Não	Sim, PwC
Como é feito?	<ul style="list-style-type: none"> • Monitoramento de quantidades de beneficiários, participantes, itens arrecadados • Não há aprofundamento dos impactos subsequentes a ação. 	<ul style="list-style-type: none"> • Contratação de consultoria especializada em indicadores de programas sociais para avaliar o programa. • Realização de entrevistas telefônicas, grupos focais e questionários na web.

Fonte: elaborado pelo autor

5.2.6 Capacitação

Para desenvolver as habilidades de seus funcionários, orienta-los e direcioná-los nas atividades que são realizadas nas atuações voluntárias as empresas tem investido em capacitações preparatórias que visa melhor aproveitamento e desenvolvimento de todos os envolvidos.

A CBVE entende que “*essa capacitação visa levar conhecimento, esclarecer dúvidas, apresentar as diretrizes, oportunidades de participação, direitos e deveres do voluntário e a estrutura do Programa. Em algumas empresas essa capacitação é terceirizada para parceiros, como os Centros de Voluntariados e/ou Consultores que promovem capacitações mensais sobre o tema.*” (CBVE, 2013)

Nessa análise, os resultados comparativos evidenciaram que as duas organizações realizam capacitações, tendo como destaque a empresa objeto de estudo que executa as capacitações nas instituições beneficiadas com o objetivo de integrar voluntários a rotina e pessoas que farão parte de sua atuação.

QUADRO 17 – BOAS PRÁTICAS: CAPACITAÇÃO

		Outra empresa faz? Quem?
Empresa do estudo realiza?	Sim	Sim, FUNDAÇÃO ITAÚ SOCIAL
Como é feito?	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitações realizadas por parceiros técnicos e consultorias especializadas no tema • Duração média de 03 horas e acontecem durante a semana em horário acordado com a instituição beneficiada • O local da capacitação é na instituição beneficiada e serve como integração entre as partes 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitações realizadas por parceiros técnicos e consultorias especializadas no tema • Duração média de 03 horas e acontecem fora do horário de trabalho (após o expediente ou aos sábados). • O local da capacitação é na empresa

Fonte: elaborado pelo autor

5.2.7 Portal do voluntário

Como avanço das tecnologias as empresas que possuem programas de voluntariado empresarial começaram a realizar investimentos em plataformas para gerenciar e facilitar seus processos na gestão de suas informações. Essas plataformas denominadas como Portal Voluntário em muitas organizações tem se tornado cada vez mais estratégica no engajamento e relacionamento com seus voluntários, além de permitir “*que empresa tenha poder de gestão e acesso a métricas para reportar os resultados do programa (como quantidade de ações voluntárias realizadas, número de participantes, horas doadas, itens doados, instituições beneficiadas, entre outras), em tempo real.*” (CBVE, 2013)

Ao compararmos as organizações sobre a ferramenta “Portal Voluntário” vemos que há variações em suas funcionalidades, a qual o autor considera não haver certo ou errado, mas sim que a utilidade se dará pela necessidade e estratégia de cada empresa. Nesse aspecto vemos que as duas empresas possuem um portal, sendo que a empresa objeto de estudo utiliza a ferramenta para divulgação das ações e instituições beneficiadas, inscrição e prestação de contas, já a outra empresa utiliza

no modelo de rede social para integração e fóruns entre os voluntários, conforme quadro abaixo:

QUADRO 18 – BOAS PRÁTICAS: PORTAL DO VOLUNTÁRIO

		Outra empresa faz? Quem?
Empresa do estudo realiza?	Sim	Sim, INSTITUTO C&A
Como é feito?	<ul style="list-style-type: none"> • Divulgação de oportunidades voluntárias • Inscrições dos voluntários nas ações • Prestação de contas • Divulgação das instituições beneficiadas 	<ul style="list-style-type: none"> • Ferramenta no modelo rede social para fóruns e integração entre os voluntários

Fonte: elaborado pelo autor

5.2.8 Comitês

Assim como em suas estruturas organizacionais as empresas possuem seus comitês que são compostos por membros eleitos ou convidados e tem por objetivo supervisionar suas atividades, deveres e responsabilidades, alguns programas de voluntariado empresarial também tem se fortalecido com este modelo de estrutura, o CBVE define que estes comitês são em sua maioria *“formados por colaboradores (voluntários ou não), tem por finalidade atuar como co-gestores do programa de voluntariado da empresa, servindo como canal de comunicação entre os voluntários e a coordenação do programa.* (CBVE, 2013)

Nesta avaliação, as comparações mostram que a empresa objeto de estudo não possui em sua estratégia a formação um comitê, já a outra empresa possui. Novamente o autor ressalta que não se pode dizer que uma das práticas está errada, pois depende da estratégia adotada pela organização e os dois modelos apresentam praticas diferentes conforme quadro abaixo:

QUADRO 19 – BOAS PRÁTICAS: COMITÊ

		Outra empresa faz? Quem?
Empresa do estudo realiza?	Não	Sim, INSTITUTO HSBC SOLIDARIEDADE
Como é feito?	<ul style="list-style-type: none"> • O programa de voluntariado empresarial é gerido pela área de responsabilidade social e ambiental da empresa. • As ações são direcionadas para a necessidade das instituições cadastradas 	<ul style="list-style-type: none"> • Funcionários participam do conselho que define as ações voluntárias • Atuam na comunicação de oportunidades, orientação e mobilização para o trabalho voluntário

Fonte: elaborado pelo autor

Os dados comparativos deste capítulo contribuiram para a elaboração das perguntas da pesquisa aplicada.

6. RESULTADOS DA PESQUISA

Apresentamos a seguir os resultados da pesquisa *survey* que corresponde a percepção dos voluntários que participam do programa de voluntariado da empresa objeto de estudo sobre algumas temáticas relacionadas ao tema da pesquisa.

O convite a participação na pesquisa foi feito a funcionários da empresa objeto de estudo, que atuaram como voluntários no ano de 2016. O objetivo foi coletar desse público a opinião sobre aspectos que surgiram através do comparativo realizado entre o programa de voluntariado da empresa em questão e também com informações coletadas de empresas que participam do Conselho Brasileiro de Voluntariado Empresarial.

Através deste comparativo descrito no item 5, foram evidenciadas práticas da empresa objeto de estudo e as demais empresas que compõem esta análise, a qual evidenciou boas práticas em ações de gestão de programa de voluntariado empresarial. Estas boas práticas possibilitaram identificar práticas comuns em gestão de programa de voluntariado empresarial.

Diante dos resultados coletados, surgiram então pontos de atenção que se tornaram possibilidades para elaboração das perguntas base para a pesquisa aplicada.

6.1 Resultados gerais

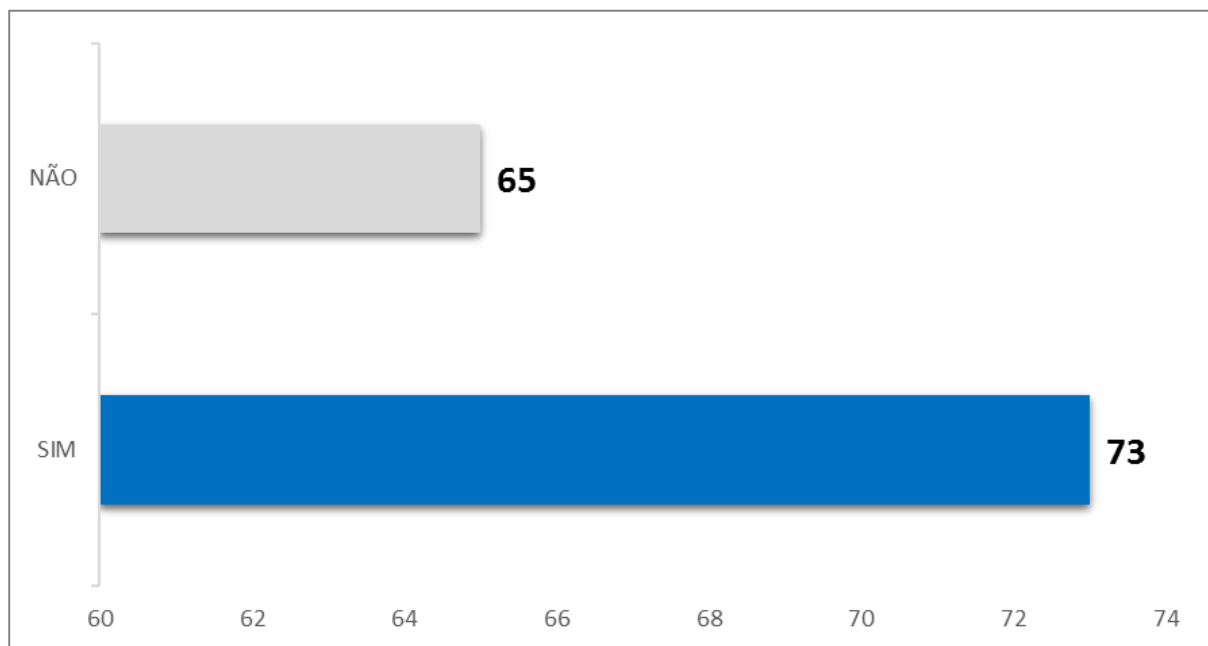
A pesquisa contou com um total de 138 respostas, correspondente a 24,5% do público de voluntários da empresa objeto de estudo que receberam o convite de participação, totalizando 561 voluntários convidados a responderem a pesquisa.

Diante deste cenário, o autor elaborou 12 questões que visam extrair em suas respostas, a percepção dos participantes em relação aos pontos de atenção do comparativo. A seguir apresentamos a pesquisa e seus resultados.

6.1.1 Pergunta nº 01 - Minha primeira ação de voluntariado foi através do Programa de Voluntariado da Porto Seguro:

Os entrevistados foram convidados a responder, se sua atuação voluntária se iniciou através do programa de voluntariado da empresa objeto de estudo, as respostas mostraram:

GRÁFICO 01 – PESQUISA: PERGUNTA 01



Fonte: elaborado pelo autor

TABELA 01 – PESQUISA: PERGUNTA 01

Respostas	Total	%
Sim	73	53%
Não	65	47%

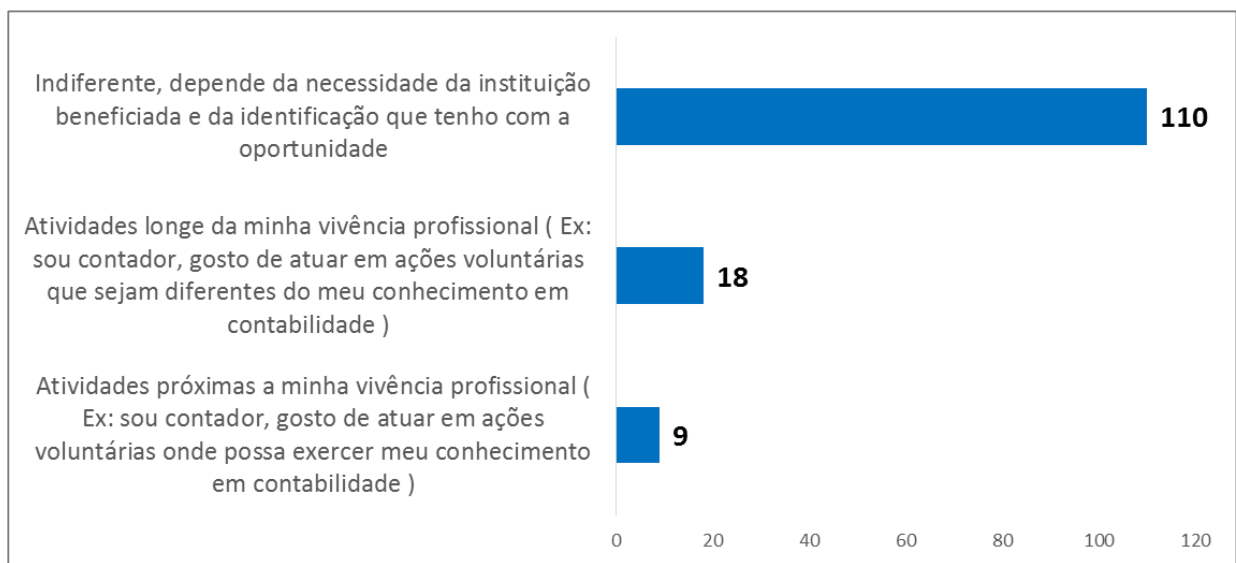
Fonte: elaborado pelo autor

A pesquisa evidenciou que 53% do público realizaram sua primeira ação voluntária através do programa de voluntariado da empresa objeto de estudo em contrapartida 47% já atuavam voluntariamente antes de fazerem parte do voluntariado empresarial da empresa.

6.1.2 Pergunta nº 02 - Tenho preferência em atuar como voluntário em atividades:

Nesta pergunta os participantes puderam responder qual a preferência que possuem em relação as atividades para uma atuação voluntária. Por se tratar de uma pesquisa dentro do universo de voluntariado empresarial, as alternativas cedidas foram baseadas na preferência de atuação vinculadas ou não em suas atividades profissionais. Os resultados foram:

GRÁFICO 02 – PESQUISA: PERGUNTA 02



Fonte: elaborado pelo autor

TABELA 02 – PESQUISA: PERGUNTA 02

Respostas	Total	%
Atividades próximas a minha vivência profissional (Ex: sou contador, gosto de atuar em ações voluntárias onde possa exercer meu conhecimento em contabilidade)	9	7%
Atividades longe da minha vivência profissional (Ex: sou contador, gosto de atuar em ações voluntárias que sejam diferentes do meu conhecimento em contabilidade)	18	13%
Indiferente, depende da necessidade da instituição beneficiada e da identificação que tenho com a oportunidade	110	80%

Fonte: elaborado pelo autor

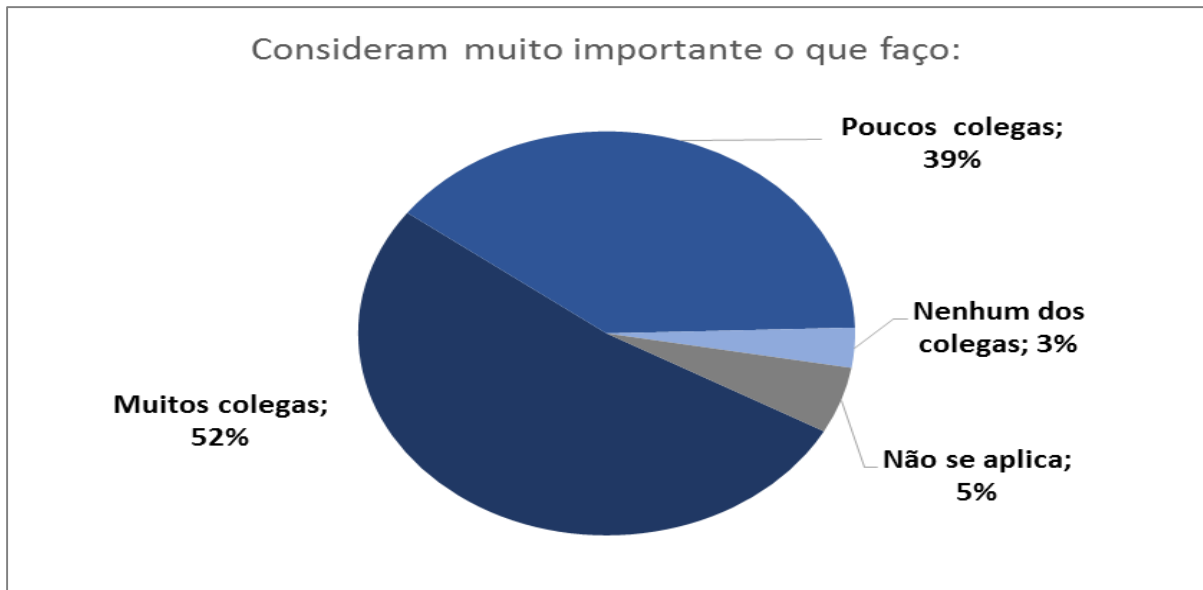
Podemos dizer que os dados obtidos nessa questão, evidencia que 80% dos entrevistados (110 respostas) consideram indiferente se a sua atuação voluntária está ligada ou não a sua atividade profissional, pois leva em consideração primeiramente a necessidade da instituição beneficiada. Já para 13% dos que responderam (18 respostas) tem preferência em atuar como voluntário em atividades diferentes de sua rotina profissional, em contraponto 7% (9 respostas) preferem se dedicar voluntariamente em atividades que estejam próximas a sua realidade de trabalho.

6.1.3 Pergunta nº 03 - Quando eu saio para fazer atividade voluntária em horário de trabalho, suponho que meus colegas de equipe:

Diante do fato de que a empresa permite a realização da atuação voluntária durante o expediente de trabalho, conforme relatado anteriormente nos comparativos de boas práticas entre as empresas, neste ponto da pesquisa, o autor deu enfoque a questão de identificar a sensação do participante no momento em que o mesmo se ausenta da equipe de trabalho para realizar sua atuação voluntária. As respostas desta pergunta foram deixadas em aberto, para que o participante respondesse somente as principais sensações diante desta situação, para que fosse identificado não somente os níveis dentro de cada possibilidade, mas também o maior índice em relação ao sentimento do pesquisado ao ausentar-se da sua equipe de trabalho. As evidências foram:

- No ponto em que o voluntário suponha que sua equipe de trabalho considera o que ele faz (como voluntário) muito importante vemos que 52% dos colegas de trabalho, na visão do voluntário, reconhecem a importância de sua atuação voluntária, ao ponto que 39% entendem que “poucos colegas” de trabalho consideram importante sua atuação voluntária, mostrando apesar da variação de 33% entre estes índices, duas grandes fatias importantes quando se trata do reconhecer a importância de uma atuação voluntária realizada por alguém da equipe. As respostas de “Não se aplica” (5%) e “Nenhum dos colegas (3%) atingiram percentuais baixos nesse quesito, conforme apresentado pelo gráfico abaixo.

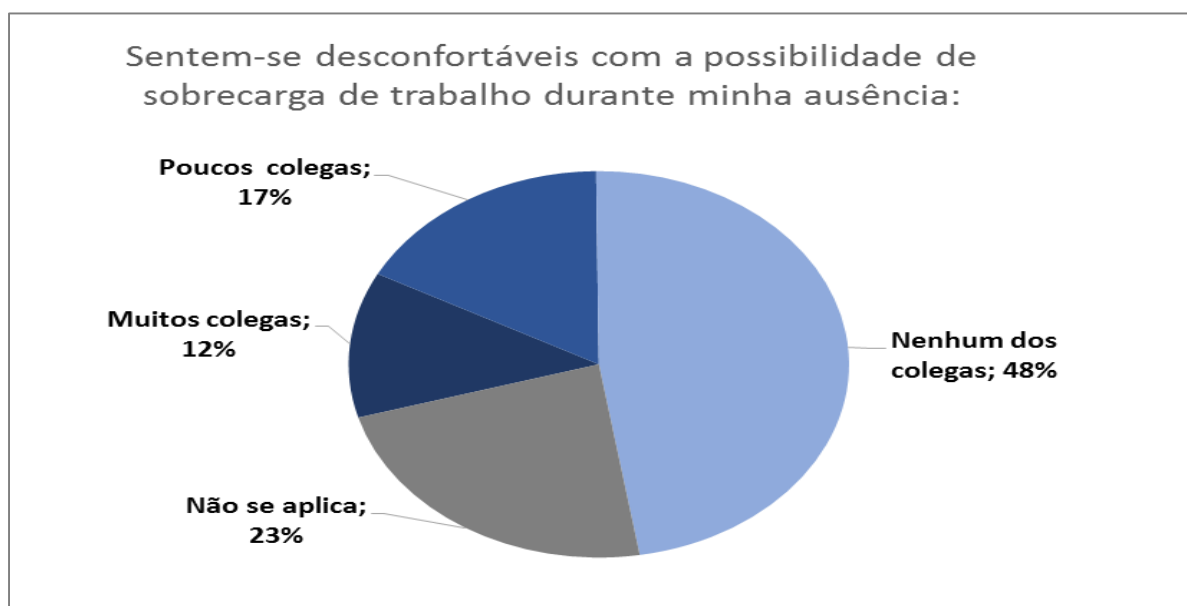
GRÁFICO 03 – PESQUISA: PERGUNTA 03 - RESPOSTA 01



Fonte: elaborado pelo autor

- No quesito onde o participante responde sobre supor que seus colegas de trabalho sentem-se desconfortáveis com a possibilidade de sobrecarga de trabalho durante a ausência do mesmo em sua atuação voluntária, vemos que 48% das respostas indicam que o voluntário entende que nenhum de seus colegas se incomoda em haver sobrecarga de trabalho em sua ausência. Hipótese reforçada quando outros 23% afirmam que esse tipo de questão “não se aplica” em sua equipe de trabalho. Já 17% acreditam que “poucos colegas” e 12% que “muitos colegas” sentem o desconforto durante a ausência devido a possibilidade de sobrecarga de trabalho.

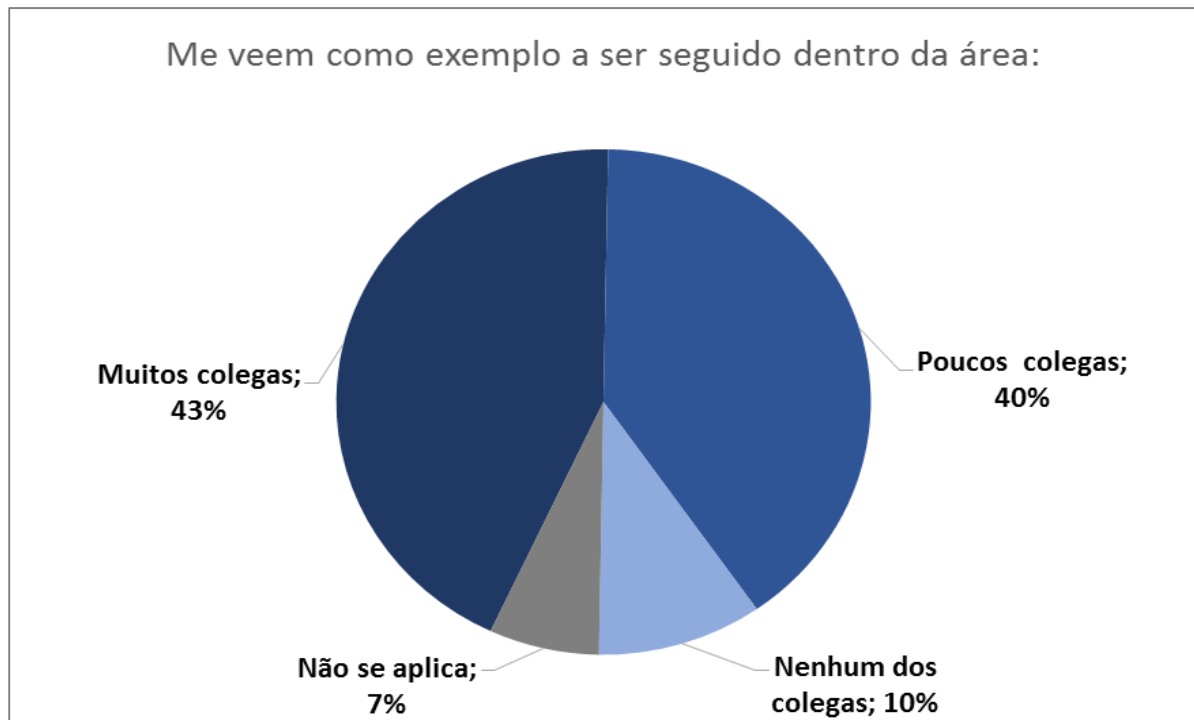
GRÁFICO 04 – PESQUISA: PERGUNTA 03 - RESPOSTA 02



Fonte: elaborado pelo autor

- Ao tratar do ponto em que o participante sente reconhecido por sua equipe de trabalho por ser voluntário, as respostas evidenciam as seguintes percepções são que 43% sentem que “muitos colegas” reconhecem que o voluntário é um exemplo a ser seguido, no mesmo contraponto 40% notam que “poucos colegas” enxergam como exemplo e 10% e 7% optaram por “nenhum dos colegas” e conseqüentemente “nãos e aplica.

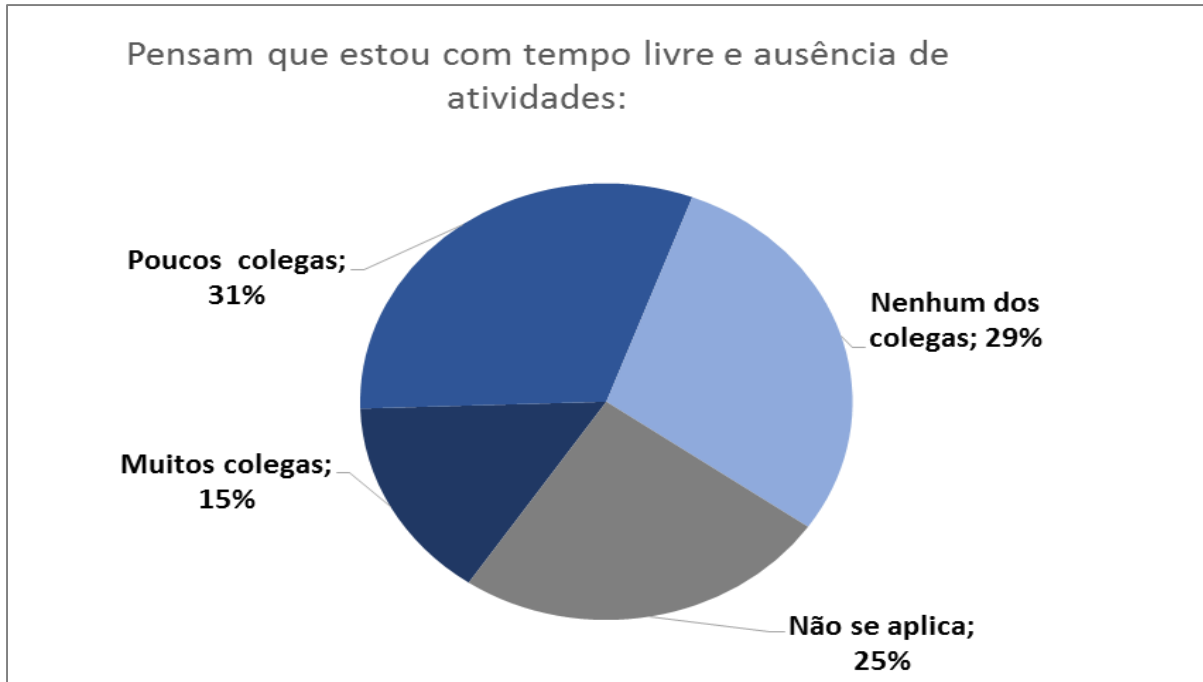
GRÁFICO 05 – PESQUISA: PERGUNTA 03 - RESPOSTA 03



Fonte: elaborado pelo autor

- Ao responderem sobre a percepção de considerarem que os colegas de trabalho possam pensar que o voluntário atua por que está com tempo livre e ausência de atividades, o gráfico a seguir evidência neste pontos os seguintes resultados: 31% “poucos colegas”, 29% “nenhum dos colegas”, 25% “não se aplica” e 15% “muitos colegas”, ao avaliarmos as respostas, fica evidente que 85% das respostas tendem a demonstrar que não existe, ou existe pouco desconforto no sentido de incomodo neste item da pesquisa.

GRÁFICO 06 – PESQUISA: PERGUNTA 03 - RESPOSTA 04



Fonte: elaborado pelo autor

TABELA 03 – PESQUISA: PERGUNTA 03

Respostas	Muitos colegas	Poucos colegas	Nenhum dos colegas	Não se aplica	Total
Consideram muito importante o que faço	49	37	3	5	94
Sentem-se desconfortáveis com a possibilidade de sobrecarga de trabalho durante minha ausência	10	14	39	19	82
Me veem como exemplo a ser seguido dentro da área	39	36	9	6	90
Pensam que estou com tempo livre e ausência de atividades	14	29	27	23	93

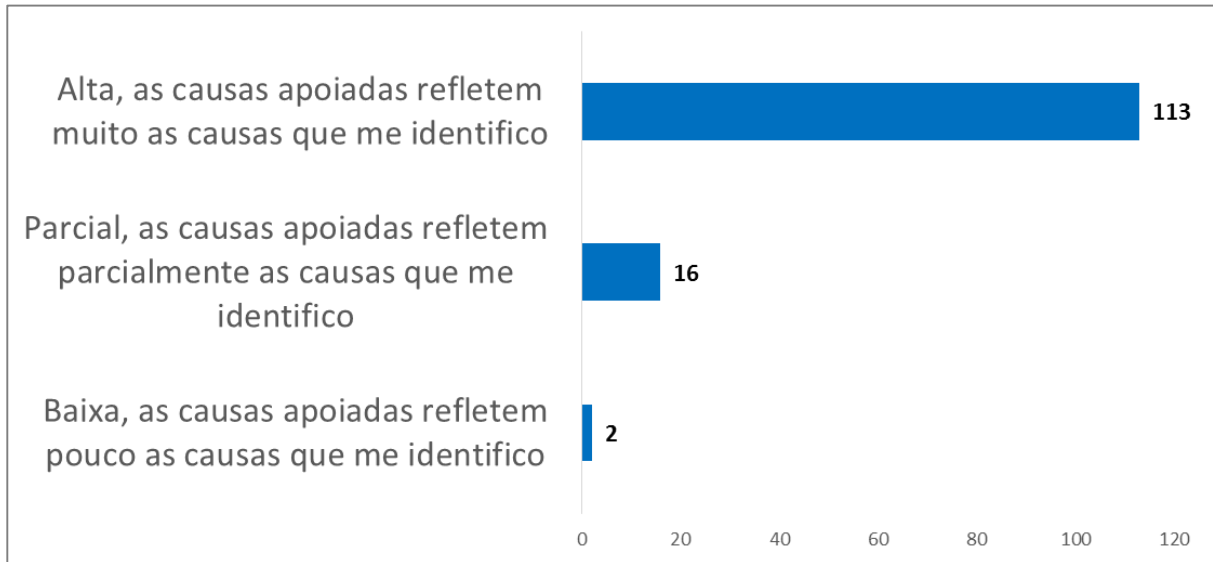
Fonte: elaborado pelo autor

6.1.4 Pergunta nº 04 - Na escala abaixo, minha identificação com as causas apoiadas pela empresa através do programa de voluntariado é:

O autor perguntou aos participantes qual o nível e identificação com as causas apoiadas pela empresa através do programa de voluntariado, com o objetivo de

compreender se há sinergia entre voluntário e empresa neste ponto, as respostas foram:

GRÁFICO 07 – PESQUISA: PERGUNTA 04



Fonte: elaborado pelo autor

TABELA 04 – PESQUISA: PERGUNTA 04

Respostas	Total	%
Baixa, as causas apoiadas refletem pouco as causas que me identifico	2	2%
Parcial, as causas apoiadas refletem parcialmente as causas que me identifico	16	12%
Alta, as causas apoiadas refletem muito as causas que me identifico	113	86%

Fonte: elaborado pelo autor

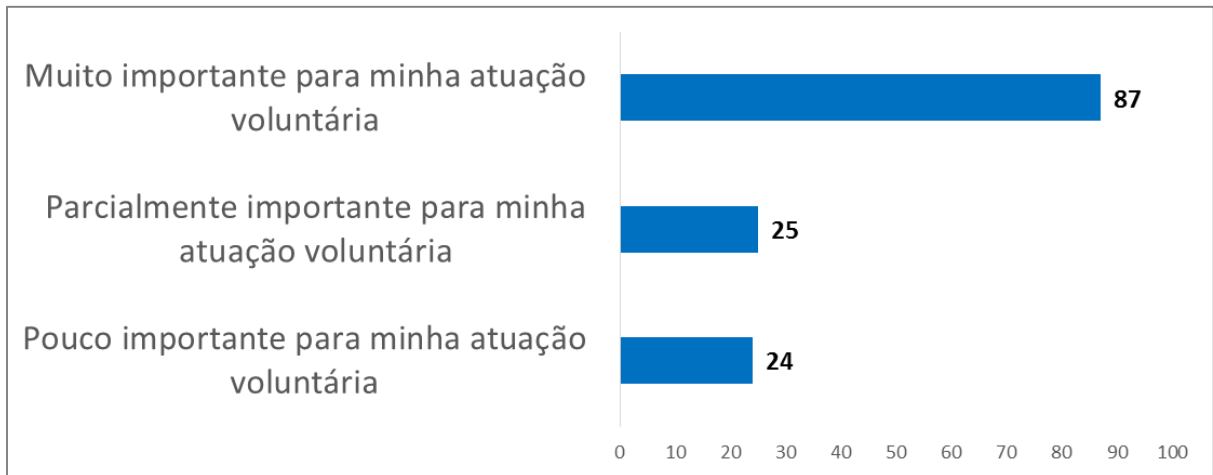
De acordo com as respostas, a pesquisa demonstra que o grau de identificação do voluntário com as causas apoiadas pela empresa através de seu programa atinge o índice de 86%, 12% se identifica parcialmente e 2% relata ter que as causas apoiadas refletem pouco em sua identificação pessoal.

6.1.5 Pergunta nº 05 - Considero o recurso "Banco de Horas Voluntário" do programa de voluntariado da Porto Seguro:

Partindo do princípio de que a empresa objeto de estudo oferta aos seus funcionários voluntários o recurso "Banco de Horas Voluntário" para realização de

ações voluntárias durante o expediente de trabalho, perguntamos aos participantes qual a importância deste abono para sua atuação voluntária, o conjunto de respostas evidenciam através do gráfico que:

GRÁFICO 08 – PESQUISA: PERGUNTA 05



Fonte: elaborado pelo autor

TABELA 05 – PESQUISA: PERGUNTA 05

Respostas	Total	%
Pouco importante para minha atuação voluntária	24	18%
Parcialmente importante para minha atuação voluntária	25	18%
Muito importante para minha atuação voluntária	87	64%

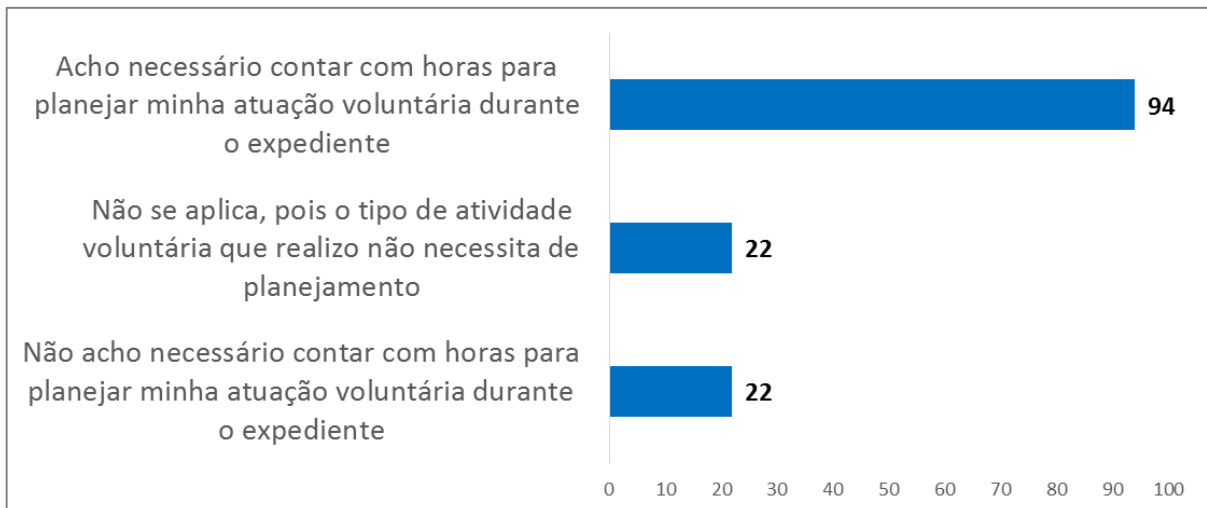
Fonte: elaborado pelo autor

Para 64% dos participantes o recurso questionado neste item é “muito importante” para a realização de sua atuação voluntárias, e empatando tecnicamente com o total e 18% das respostas a percepção é que o recurso é parcialmente ou pouco importante para sua atuação voluntária.

6.1.6 Pergunta nº 06 - Além do banco de horas voluntário, qual sua opinião sobre a oferta de horas para planejar sua atuação voluntária:

A pesquisa também teve a intenção de saber qual a opinião sobre a empresa ofertar, além do recurso “Banco de Horas Voluntário”, horas para planejamento de suas ações voluntárias. Partindo do pressuposto de que algumas atividades voluntárias necessitam de planejamento e que este assunto se destacou no comparativo realizado entre as boas práticas da empresa objeto de estudo e demais empresas que participam do Conselho Brasileiro de Voluntariado Empresarial, as respostas e o gráfico demonstram que:

GRÁFICO 09 – PESQUISA: PERGUNTA 06



Fonte: elaborado pelo autor

TABELA 06 – PESQUISA: PERGUNTA 06

Respostas	Total	%
Acho necessário contar com horas para planejar minha atuação voluntária durante o expediente	94	68%
Não acho necessário contar com horas para planejar minha atuação voluntária durante o expediente	22	16%
Não se aplica, pois o tipo de atividade voluntária que realizo não necessita de planejamento	22	16%

Fonte: elaborado pelo autor

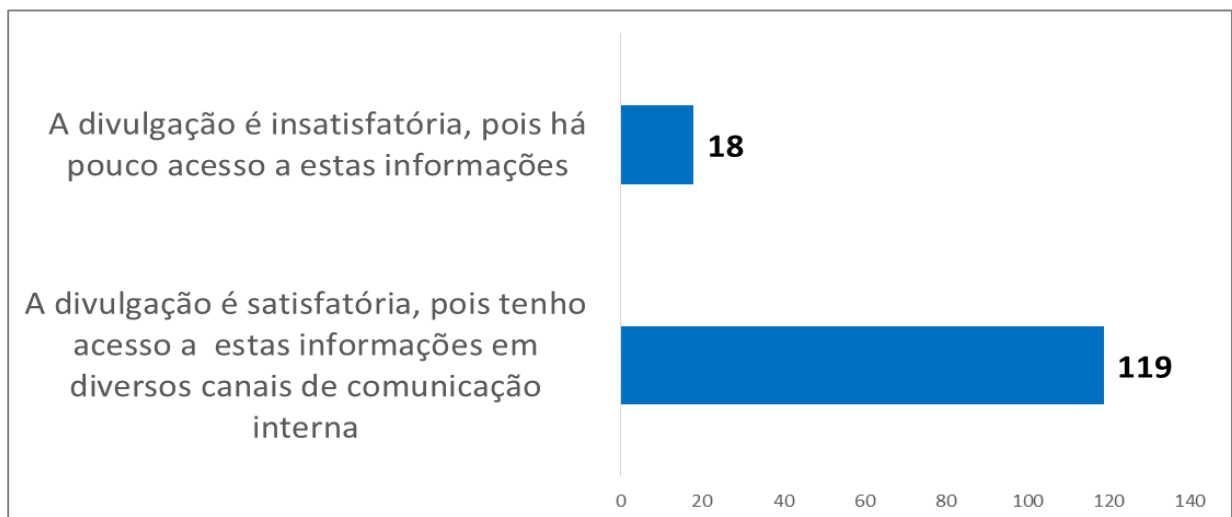
Os resultados nessa pergunta demonstram que 68% consideram necessário contar com horas para planejar suas ações voluntárias, 16% não consideram

necessária a oferta deste recurso e outros 16% entendem que devido suas atuações voluntárias não necessitarem de planejamento este ponto não se aplica em seus casos.

6.1.7 Pergunta nº 07 - Sobre a divulgação do programa de voluntariado e as oportunidades de atuação, considero:

Ainda dentro das oportunidades que surgiram no comparativo de boas práticas na gestão de um programa de voluntariado empresarial. É uma pratica comum entre essas empresas realizar a divulgação de seu programa e das oportunidades que o mesmo oferece. Nesta pergunta, o autor procurou saber de forma objetiva se o participante considera satisfatória ou não a divulgação realizada, as respostas foram:

GRÁFICO 10 – PESQUISA: PERGUNTA 07



Fonte: elaborado pelo autor

TABELA 07 – PESQUISA: PERGUNTA 07

Respostas	Total	%
A divulgação é satisfatória, pois tenho acesso a estas informações em diversos canais de comunicação interna	119	87%
A divulgação é insatisfatória, pois há pouco acesso a estas informações	18	13%

Fonte: elaborado pelo autor

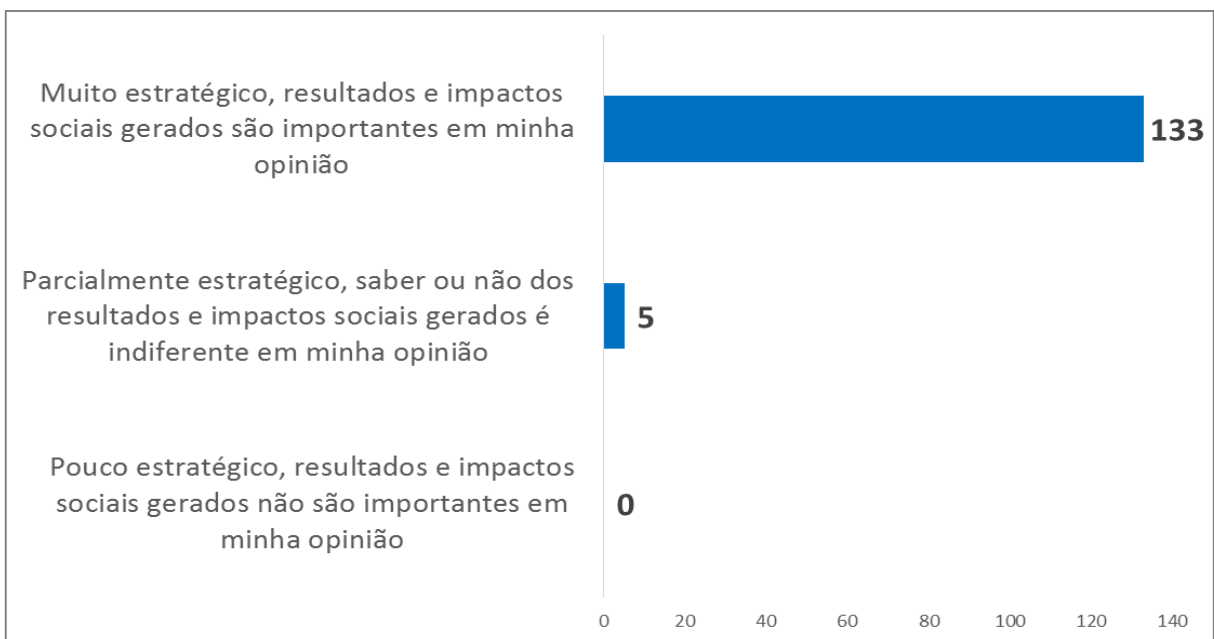
Consideram satisfatória a divulgação 87% dos que responderam, pois consideram ter acesso a estas informações em diversos canais de comunicação

interna da empresa e 13% consideram insatisfatória pois compreendem ter pouco acesso a informações de divulgação do programa de voluntariado empresarial e suas oportunidades.

6.1.8 Pergunta nº 08 - Sobre a importância de a empresa mensurar de forma aprofundada os resultados e impactos sociais gerados pela atuação voluntária de seus funcionários, considero:

Muitas organizações realizam em suas atividades empresarias uma série de avaliações de impactos e resultados para direcionar seus negócios, porém, esta pratica é pouco utilizada quando tratamos de um programa de voluntariado empresarial. Na pesquisa os participantes tiveram a oportunidade de expor seu ponto de vista em relação a mensuração aprofundada dos resultados e impactos sociais gerados pela atuação voluntaria do programa da empresa, sendo:

GRÁFICO 11 – PESQUISA: PERGUNTA 08



Fonte: elaborado pelo autor

TABELA 08 – PESQUISA: PERGUNTA 08

Respostas	Total	%
Muito estratégico, resultados e impactos sociais gerados são importantes em minha opinião	133	97%
Parcialmente estratégico, saber ou não dos resultados e impactos sociais gerados é indiferente em minha opinião	5	3%
Pouco estratégico, resultados e impactos sociais gerados não são importantes em minha opinião	0	0%

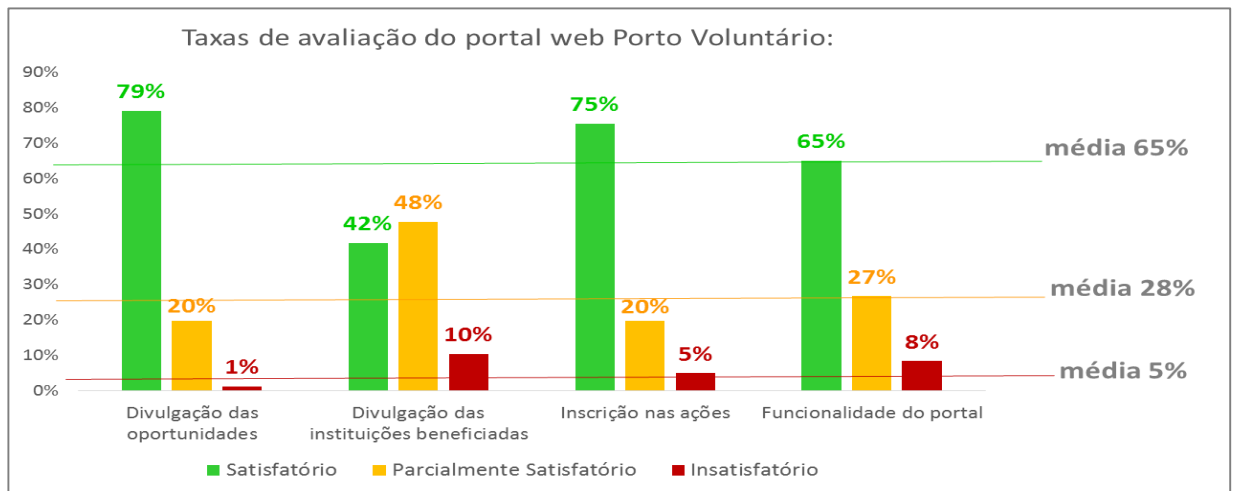
Fonte: elaborado pelo autor

Um alto índice favorável a esta mensuração de resultados e impactos foi evidenciado na pesquisa, onde 97% dos participantes consideram estratégico este tipo de controle. Outros 3% consideram parcialmente estratégico um controle aprofundado sobre os resultados das atuações na sociedade e a alternativa de pouco estratégico não pontuou nenhuma resposta.

6.1.9 Pergunta nº 09 - Sobre o portal web Porto Voluntário, considero:

Numa era em que os recursos tecnológicos estão cada vez mais presentes em nosso meio, naturalmente surge inclusive em programas voluntários empresariais, investimentos voltados para mobilidade e acessos. Um destes investimentos tem sido plataformas web que concentram atividades e facilidades aos usuários, neste caso voluntário. A empresa objeto de estudo também possui uma plataforma que contribui no seu gerenciamento das ações voluntárias, diante deste fato perguntamos aos voluntários qual o grau de satisfação em relação aos principais recursos ofertados pelo portal da empresa que são: divulgação das oportunidades, divulgação das instituições beneficiadas, inscrições nas ações e funcionalidade do portal. O conjunto de respostas trouxe os seguintes resultados:

GRÁFICO 12 – PESQUISA: PERGUNTA 09



Fonte: elaborado pelo autor

TABELA 09 – PESQUISA: PERGUNTA 09

Respostas	Satisfatório	Parcialmente satisfatório	Insatisfatório	Total	Satisfatório	Parcialmente satisfatório	Insatisfatório	Total
Divulgação das oportunidades	72	18	1	91	79%	20%	1%	100%
Divulgação das instituições beneficiadas	28	32	7	67	42%	48%	10%	100%
Inscrição nas ações	46	12	3	61	75%	20%	5%	100%
Funcionalidade do portal	39	16	5	60	65%	27%	8%	100%

Fonte: elaborado pelo autor

Nesse conjunto de resultados, as respostas dos participantes revelaram o grau de satisfação referente aos recursos oferecidos pela portal web do programa de voluntariado. Os gráficos nos mostram que:

- Divulgação das oportunidades: 79% das respostas indicam satisfação dos voluntários a este ponto, 20% estão parcialmente satisfeitos e 1% insatisfeitos.
- Divulgação das instituições beneficiadas: 42% apontaram estar satisfeitos, 48% parcialmente satisfeitos e 10% insatisfeitos com a divulgação através do portal, referente as instituições beneficiadas pelas ações voluntárias.

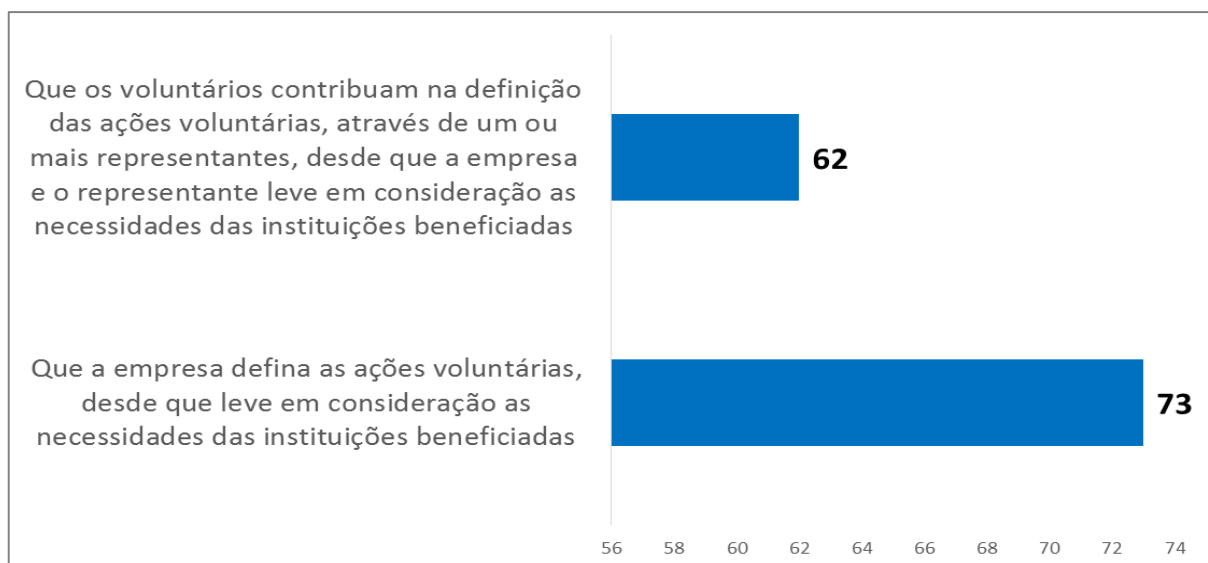
- Inscrição nas ações: 75% estão satisfeitos com a ferramenta de inscrições nas ações voluntárias, 20% parcialmente insatisfeitos e 2% insatisfeitos.
- Funcionalidade do portal: ao avaliarem o portal de forma geral atentando-se para suas funcionalidades, os participantes apontaram que 65% estão satisfeitos, 27% parcialmente satisfeitos e 8% insatisfeitos.

6.1.10 Pergunta nº 10 - Quanto a definição das atuações voluntárias, considero importante:

Através do estudo comparativo entre as ações de gestão de programa de voluntariado empresarial, o autor identificou que algumas organizações possibilitam que os voluntários definam as ações que serão realizadas, no caso da empresa objeto de estudo a definição fica a cargo de sua área de Responsabilidade Social e Ambiental, conforme relatos isso se deve ao estudo que a empresa realiza nas instituições beneficiadas para entender as necessidades envolvidas para cada uma delas.

Diante destes dois extremos surgiu a possibilidade de perguntar aos participantes qual a opinião no que se refere a definição das ações voluntárias, as respostas foram:

GRÁFICO 13 – PESQUISA: PERGUNTA 10



Fonte: elaborado pelo autor

TABELA 10 – PESQUISA: PERGUNTA 10

Respostas	Total	%
Que a empresa defina as ações voluntárias, desde que leve em consideração as necessidades das instituições beneficiadas	73	54%
Que os voluntários contribuam na definição das ações voluntárias, através de um ou mais representantes, desde que a empresa e o representante leve em consideração as necessidades das instituições beneficiadas	62	46%

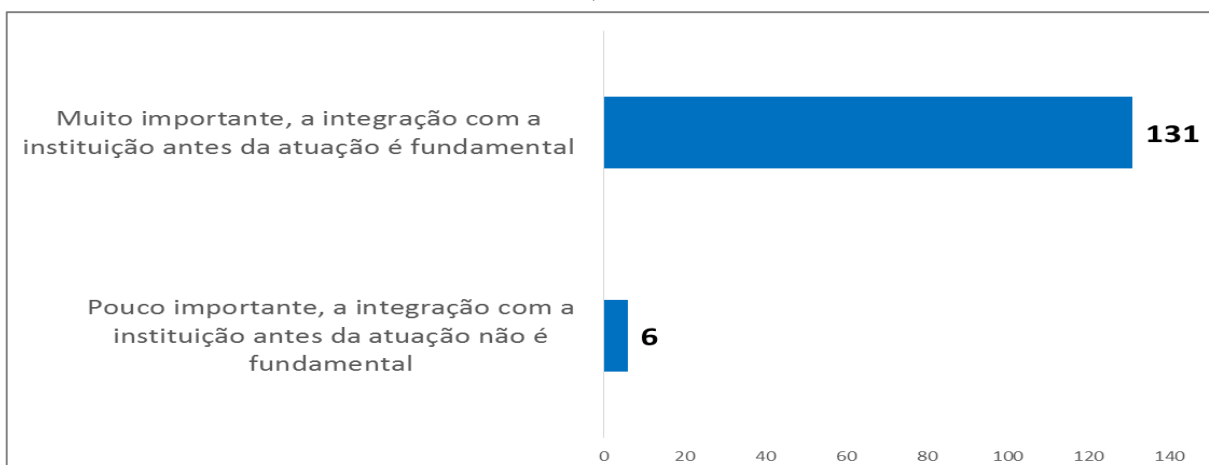
Fonte: elaborado pelo autor

Com estes resultados, a pergunta evidenciou que 54% dos participantes preferem que a empresa defina as ações voluntárias e 46% preferem que os voluntários contribuam com as definições destas ações, em ambos os casos desde que leve em consideração as necessidades das instituições beneficiadas

6.1.11 Pergunta nº 11 - Em minha opinião receber a capacitação para a atuação voluntária na instituição beneficiada é:

No comparativo das ações de gestão, também surgiu um contraponto interessante onde foi identificado que a empresa objeto de estudo realiza as capacitações dos voluntários in loco, ou seja, diretamente na instituição beneficiada e a outra empresa do comparativo em questão realiza em suas próprias dependências. O autor perguntou aos participantes qual a opinião sobre a importância de que esta capacitação seja realizada ou não na instituição beneficiada, as respostas foram:

GRÁFICO 14 – PESQUISA: PERGUNTA 11



Fonte: elaborado pelo autor

TABELA 11 – PESQUISA: PERGUNTA 11

Respostas	Total	%
Pouco importante, a integração com a instituição antes da atuação não é fundamental	6	4%
Muito importante, a integração com a instituição antes da atuação é fundamental	131	96%

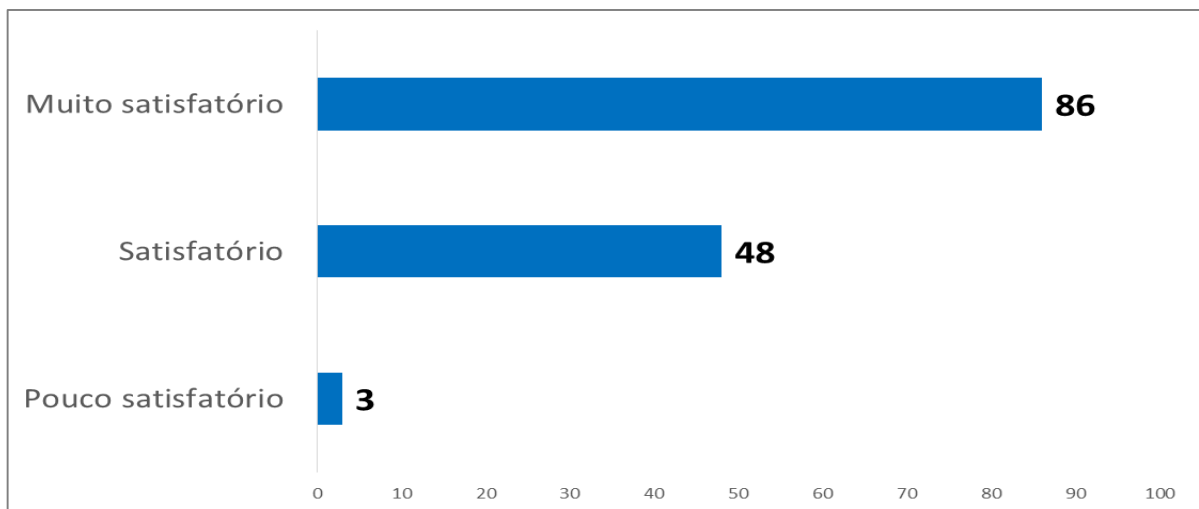
Fonte: elaborado pelo autor

Os resultados neste item da pesquisa mostram que 96% dos participantes consideram muito importante, pois a integração com a instituição antes da atuação é fundamental. Já 4% consideram ser pouco importante, pois não consideração fundamental uma integração previa com a instituição que irá atuar como voluntário.

6.1.12 Pergunta nº 12 - Meu grau de satisfação geral, com o programa de voluntariado da Porto Seguro é:

No encerramento da pesquisa o autor optou em extrair dos participantes o grau de satisfação com o programa de voluntariado da empresa objeto de estudo a qual participam, uma forma de medir de forma ampla o conceito que cada um tem ao olhar de forma geral para o programa, os resultados foram:

GRÁFICO 15 – PESQUISA: PERGUNTA 12



Fonte: elaborado pelo autor

TEBELA 12 – PESQUISA: PERGUNTA 12

Respostas	Total	%
Pouco satisfatório	3	2%
Satisfatório	48	35%
Muito satisfatório	86	63%

Fonte: elaborado pelo autor

Os resultados revelaram um índice de favorabilidade de 98% dos participantes em relação a sua satisfação geral com o programa de voluntariado empresarial da empresa objeto de estudo contra 2% que demonstram pouca satisfação. Este índice de favorabilidade é a soma das respostas satisfatório e muito satisfatório pois não revelam insatisfação por parte dos participantes.

7. CONCLUSÃO

Este estudo teve como objetivo expandir o entendimento no que se diz respeito a práticas de gestão de programas de voluntariados empresariais, bem como identificar o perfil desses funcionários. O desejo em aprofundar tal assunto se dá pelo motivo da crescente demanda, mesmo que pouco falada, de empresas que tem se estruturado para se tornarem sustentáveis, a qual estas desenvolvem diversificadas ações para promover esta sustentabilidade em suas organizações. Dentre as diversas ações o autor nota que uma das mais destacadas tem sido os programas de voluntariado empresarial.

O autor com base em sua vivência como profissional na área de responsabilidade social e ambiental e por ser voluntário no programa da empresa que trabalha, além dos estudos realizados no desenvolvimento deste trabalho que lhe permitiu entender melhor sobre o assunto, compreende que o programa de voluntariado empresarial é em sua essência uma iniciativa privada, que visa engajar e incentivar os funcionários de determinada empresa, a doarem seu tempo e talentos através de práticas relacionadas ou não a sua atividade profissional, gerando crescimento e aperfeiçoamento da sociedade através da construção e valores, desenvolvimento e humanização dos envolvidos (empresa, funcionário e beneficiário).

Diante deste conceito e do crescimento dos programas de voluntariado empresarial, definiu-se a estratégia de identificar através de coletas de dados da empresa objeto de estudo e fontes externas de outras empresas, quais as práticas realizadas na gestão desses projetos bem como o perfil desses profissionais.

Os resultados mensurados possibilitaram coletar opiniões do público alvo da pesquisa (voluntários empresariais) sobre as perspectivas evidenciadas através destes aspectos, gerando novas informações que aliadas aos resultados da fase de coletas de dados da empresa objeto de estudo e outras empresas externas que realizam programas de voluntariado empresarial, permitiu o autor avaliar um cenário ampliado sobre o tema.

Para tornar as considerações finais deste trabalho organizadas e abrangente a todos os assuntos abordados, o autor optou em comentar as informações correlacionando os temas e propondo oportunidades de melhorias em cada um deles.

Ao analisar o perfil do voluntariado empresarial, o autor considerou avaliar cada um dos pontos abordados que compõem este perfil, e identificar oportunidades de crescimento para o programa da empresa, sendo:

Os resultados apresentaram no quesito gênero dos funcionários que 76% dos voluntários são do público feminino contra 24% de masculinos, diante deste fato o autor propõem que a empresa avalie a possibilidade de realizar estudo interno através de pesquisas que identifique os impeditivos do público masculino participar das ações de voluntariado e o que poderia engaja-los a se tornarem voluntários, visto que a empresa possui em toda sua estrutura 44% de funcionários masculinos, o autor nota a oportunidade de crescimento com este público, pois há uma variação de -45% entre os percentuais de funcionários e voluntários no gênero masculino.

Ao avaliar a idade dos voluntários, os quadros mostraram que 86% do público está na faixa etária de até 40 anos e comparando o total de funcionários dentro desta mesma faixa etária, o índice também é o mais alto concentrando 80% dos funcionários. Surge-se a oportunidade de aplicação de uma pesquisa direcionada aos públicos maiores de 41 anos visando compreender o que poderiam atrai-los e o que os impede de fazerem parte do programa de voluntariado da empresa, visto que esta faixa etária apresenta o menor índice, representando apenas 15% do total da base de voluntários. Fica evidente que pessoas mais novas tem maior propensão ao voluntariado e quanto maior a idade menor participação.

No aspecto de tempo de casa, ou seja, o tempo de vínculo empregatício entre funcionário e empresa, o quadro da coleta de dados mostrou que 72% dos voluntários estão na empresa cerca de 5 anos, contra 28% dos voluntários que tem mais de 6 anos de vínculo com a organização. Isso demonstra funcionários mais antigo na empresa participam menos do programa, apenas 28% da base voluntária. Aqui também fica a oportunidade de pesquisa que permita identificar os motivos favoráveis ou não para este público tornar-se voluntário.

A formação acadêmica dos voluntários também foi avaliada, e os resultados mostraram que tanto os percentuais da base voluntária quanto da base total de funcionários acompanham a mesma tendência, onde a formação superior lidera com 58% para voluntários e 52% para funcionários. Neste ponto existe a oportunidade de crescimento no público com formação no ensino médio que também tem grande representatividade no total de funcionários (30%) e fica abaixo na base de voluntários (21%). Os demais públicos se mostram estabilizados nas representatividades.

No nível de cargo os dados mostraram que as maiores participações dos cargos estão nos administrativos e call center dentro da representatividade da base voluntária acompanhando a mesma tendência no total e funcionários, porém, o autor comparou os percentuais de voluntários dentro de cada cargo e notou-se que a média é de 6%. Neste item do perfil, o autor sugere planos de ação nos departamentos da empresa que concentram os cargos de menores níveis de participação para captar novos voluntários e equilibrar a média entre os níveis em 6% de voluntários em cada um deles. Hoje o maior nível de voluntários dentro do cargo atinge 13% e o menor 0%.

No tipo de participação voluntária, a qual a empresa oferta em duas modalidades, sendo pontual que é praticada por 16% e recorrente que é aderida por 84% dos voluntários, este alto percentual deve-se também ao fato da empresa ofertar o maior número de vagas nesta modalidade o que pode tender a maior aderência. O autor considera que a empresa deve realizar ações que mantenham este percentual recorrente em alta, partindo do pressuposto de que ações recorrentes geram mais impactos por serem constantemente executadas.

Este conjunto de ações sugeridas pelo autor através do que os números evidenciaram, podem contribuir para o aumento do percentual de voluntários, que hoje está em 6,3% do total de funcionários da empresa.

Em resumo deste perfil do voluntário, como já descrito antes pelo autor, mas para fins de reforço, o conjunto de informações permitiram definir um perfil base do voluntariado empresarial, sendo: funcionário predominante do gênero feminino, com até 5 anos de trabalho na empresa, entre 21 a 40 anos de idade, com ensino superior, com cargo no nível administrativo, com atuação predominante na modalidade

recorrente com atuação média de 1,7 vezes por ano, sendo que 11,5% destes voluntários além da doação de tempo para as ações também realizam investimento social através de doação livre a projetos sociais apoiados pela empresa.

O conteúdo deste trabalho teve por objetivo também evidenciar o levantamento de boas práticas na gestão dos programas de voluntariado empresarial, para isto, foram criados comparativos entre a empresa objeto de estudo e empresas participantes do CBVE – Conselho Brasileiro de Voluntariado Empresarial em oito aspectos, sendo: concessão de horas para o trabalho voluntário, concessão de horas para planejamento, comunicação interna, avaliação de resultados, avaliação de impacto, capacitação, portal voluntário e comitês. Nestes comparativos surgiu-se então grande parte das perguntas utilizadas na pesquisa aplicada para a base de voluntários da empresa, além destas perguntas o autor inclui perguntas que julgou importante para a complementação de informações.

A pesquisa aplicada ficou disponível para 561 pessoas que participaram de ações voluntárias do programa da empresa no ano de 2016, e contou com 24% de participação que resultaram em 138 pessoas.

Quando questionado se o participante teve sua primeira ação de voluntariado realizada através do programa de voluntariado da empresa objeto de estudo, 53% responderam que sim e 47% que não. Para o autor fica claro a importância de as empresas criarem seus programas de voluntariado, pois, a amostra pode evidenciar que supostamente as empresas são responsáveis em gerar praticamente metade dos voluntários. Obviamente este resultado não pode ser generalizado por se tratar de uma pequena amostra, mas levanta-se a possibilidade deste fato ser real e legitimar ainda mais as organizações como grandes agentes de mudança juntamente com seus funcionários. Também reforça o grande potencial existente em seus programas de voluntariado, reforçando que independente dos investimentos trazerem ou não grandes impactos diretos aos beneficiários, já se torna válido por gerar possivelmente metade dos voluntários no Brasil ou no mundo.

Na segunda pergunta da pesquisa, o objetivo foi saber qual a preferência dos voluntários em relação as ações que realizam estarem vinculadas ou não a sua atividade profissional, as respostas mostraram que 80% consideram indiferente pois

depende da necessidade da instituição beneficiada ou identificação com a causa, 13% preferem em atuar com atividades longe de sua rotina profissional e 7% preferem que sejam relacionadas a sua atividade profissional (exemplo: contador atua voluntariamente como contador). O autor conclui que a grande maioria dos voluntários preferem atender as necessidades das instituições, independente da relação que pode haver com sua atividade profissional, porém, sempre considerando a sua identificação com a causa.

Na terceira pergunta o autor desejou saber quais as percepções do voluntário em relação a sua equipe, quando os mesmos e ausenta para realizar as ações. A pergunta foi dividida em 4 aspectos sendo:

- Consideram muito importante o que faço: 52% consideram que muitos colegas consideram importante o que o funcionário faz como voluntário, 39% poucos colegas consideram importante e 8% nenhum dos colegas / não se aplica.
- Sentem-se desconfortáveis com a possibilidade de sobrecarga de trabalho durante minha ausência: 71% sentem que nenhum dos colegas/ não se aplica, sentem-se desconfortáveis com sua ausência para ações de voluntariado, 12% consideram que muitos colegas sentem-se desconfortáveis e 17% poucos colegas.
- Me veem como exemplo a ser seguido dentro da área: 43% consideram que muitos colegas o consideram como exemplo a ser seguido como voluntário, 40% poucos colegas o consideram como exemplo e 17% nenhum dos colegas / não se aplica.
- Pensam que estou com tempo livre e ausência de atividades: 54% sentem que nenhum dos colegas/ não se aplica pensam que o voluntário está com tempo livre, 15% consideram que muitos colegas sentem que há tempo livre por parte do voluntário e 31% poucos colegas.

Diante dos resultados o autor compreende que ao avaliar os aspectos positivos os índices de favorabilidade é alto dentro das equipes, porém oscilação considerável nos aspectos que podem denotar desconfortos. Para este ponto o autor sugere que a

empresa trabalhe os desconfortos potencializando as favorabilidades dentro das áreas.

Na quarta pergunta o objetivo foi descobrir qual a identificação dos voluntários com as causas apoiadas pela empresa através do seu programa de voluntariado, as respostas mostram que há um índice de 86% de identificação com as causas apoiadas, 12% se identificam parcialmente e 2% tem baixa identificação. Para o autor fica claro que organizações com programas de voluntariado bem estruturados, como a empresa objeto de estudo, devem atentar-se a apoiar o maior número de causas possíveis para que o grau de identificação seja alto. Também ressalta que um índice alto de identificação neste aspecto garante maior envolvimento e participação dos funcionários, pois, considera que cada um possui suas preferências e histórias de vida que contribuem para tal identificação, portanto chega a ser um cuidado da empresa com seus colaboradores apoiar diversas causas, pois reflete os anseios e desejos dos mesmos.

Na pergunta de número cinco o autor considerou aprofundar o tema “Banco de Horas Voluntário” ofertado pela empresa. No comparativo de boas práticas mostrou-se que ambas empresas oferecem este recurso aos seus funcionários, com o adendo de que a empresa objeto de estudo possibilita a utilização de quantas horas forem necessárias inclusive em ações recorrentes (executadas mais de uma vez) desde que haja acordo entre a liderança e o funcionário. Já a empresa do comparativo oferta as horas em dias específicos determinado pela empresa.

Diante deste diferencial das práticas o autor perguntou qual a importância deste banco de horas para a realização da atividade voluntária. Para 64% dos participantes este recurso é muito importante para a atuação, 18% parcialmente importante e 18% pouco importante. O autor conclui que a oferta de banco de horas para desenvolvimento das ações voluntárias é extremamente estratégica e funcional para garantir o envolvimento e qualidade nas ações voluntárias de seus funcionários.

A sexta pergunta, teve por objetivo identificar se os participantes consideram necessário contar com horas para planejar suas ações. No comparativo de boas práticas notou-se que ambas empresas permitem este planejamento durante expediente de trabalho, uma de forma oficial e outra informal. As respostas mostraram

68% consideram necessário contar com horas para planejar suas ações, outros 16%, impactados dizem que não é necessário ou não se aplica devido o tipo de atuação voluntária que exuta. Neste ponto da pesquisa o autor ressalta sua opinião concordando com a maior parte dos participantes, considerando que é importante que a empresa garanta a estrutura física e de gestão para cada voluntário se planejar para as ações. O ainda defende que uma atividade, voluntária ou não, planejada consequentemente gera resultados melhores por estar organizada e estruturada para sua execução, refletindo não somente no beneficiário final, mas também na satisfação pessoal do voluntário em realizar ação voluntária com resultados melhores em natureza do seu planejamento.

No estudo de boas práticas também houve comparativos referentes a comunicação interna, no que se refere ao lançamento do ciclo de ações voluntárias e divulgação das oportunidades. Este levantamento possibilitou a elaboração a pergunta sete que evidenciou 87% de satisfação com a divulgação realizada pela comunicação interna da empresa objeto de estudo. O autor compreende que uma boa comunicação é fundamental para o sucesso de um programa de voluntariado, pois por se tratar de uma atividade não comum no dia a dia das pessoas, acessar e informar com qualidade os *prospects* é um fator determinante para engajamento e consolidação do programa. Porém é importante ressaltar que 13% consideram a divulgação insatisfatória, apenas de pequeno este índice revela, necessidade de obter-se através de possível pesquisa sugestão de melhorias na comunicação interna e melhorar o percentual de satisfação dos voluntários neste quesito.

Partindo para um assunto não menos estratégico e também baseado no estudo comparativo, o autor considerou saber dos participantes o que acham sobre a mensuração de resultados e impactos sociais gerados pelas ações voluntárias da organização. Um alto percentual dos participantes, precisamente 97% consideram muito estratégico que a empresa mensure estes resultados e impactos. O autor considera que de fato é extremamente importante, diante do que foi defendido ao longo do trabalho, de que o programa de voluntariado empresarial vem se tornando essencial para a o desenvolvimento social, e por isso o monitoramento e evidência de seus impactos sociais e resultados irão embasar essa tese e consequentemente estimular demais empresas e prestar contas à sociedade como um todo. Além do que

pode se tornar um direcionador estratégico sobre decisões de investimentos e ampliação das ações desenvolvidas pelos programas de voluntariado das organizações privadas.

Também foi perguntando aos participantes, através da pergunta nona, sua opinião sobre algumas ferramentas do portal “Porto Voluntário” e suas funcionalidades. Os resultados mostraram que referente as divulgações das oportunidades de atuação 79% estão satisfeitas, na divulgação das instituições 42% estão satisfeitos, inscrição nas ações 75% é o grau de satisfação e a funcionalidade geral do portal alcança 65% de satisfação. Para o autor fica claro que os dois pontos fortes do portal estão ligados a divulgação e oportunidades e inscrições nas ações, e ressalta um ponto de atenção com a divulgação das instituições beneficiadas, ainda sugere que a empresa levante mais informações destas instituições e entender com os funcionários voluntários o que mais desejam saber sobre elas e quais funcionalidades deixam a desejar pois média geral ficou em 65% de satisfação o que abre margem para 45% de pessoas parcialmente satisfeitas (27%) ou insatisfeitas (8%).

Também nos comparativos de boas práticas, ficou evidenciado que algumas empresas definem as atuações voluntárias que serão ofertadas aos funcionários e outras permitem que os funcionários participem de conselhos que contribuam com estas definições. Aos participantes foi perguntado se consideram importante que esta definição seja feita somente pela empresa ou com a colaboração dos voluntários, as repostas mostraram que 54% prefere que a empresa defina as ações e 46% preferem que os voluntários contribuam na definição através de um ou mais representante, ambas com o fator de que se leve em consideração as necessidades da instituição beneficiadas. Com base nesses resultados o autor entende que se faz necessário a formação de um comitê que represente os voluntários da empresa e colaborem com a definição das ações do programa. Esta opinião se reforça ao consideramos que a participação dos voluntários nesse momento de escolha e decisões que vão refletir em toda sequência do programa, democratizará ainda mais as definições, fortalecerá a identificação com as causas e o pertencimento dos voluntários em relação ao programa da empresa dedicado a eles e ao desenvolvimento da sociedade.

Na décima primeira pergunta da pesquisa o objetivo foi identificar a opinião sobre a capacitação voluntária, no comparativo entre as empresas mostrou-se que ambas realizam capacitações para seus voluntários em relação as atividades que vão executar em suas ações, o diferencial é que a empresa objeto de estudo desenvolve esta capacitação na própria instituição beneficiada para propiciar integração e vivencia no local que o voluntário atuará, já a outra empresa realiza as capacitações em suas próprias dependências. Diante desse fato o autor buscou entender qual a visão desses voluntários sobre ser capacitado na instituição beneficiada, as respostas mostram que 96% consideram muito importante que haja integração com a instituição, sendo fundamental que ocorra antes de sua atuação voluntária. Para o autor há concordância no resultado, e o mesmo ressalta que está é uma pratica que deve se expandir pois considera que uma integração prévia permite um ambiente favorável para o desenvolvimento das atividades, gera segurança aos envolvidos e estreita os vínculos entre as partes.

Na última pergunta da pesquisa, o autor considerou que os participantes empresassem seu grau de satisfação com o programa voluntário da empresa objeto de estudo como um todo. O objetivo é identificar de forma marco se as práticas da organização refletem boa avaliação entre os voluntários. Os resultados evidenciaram que 63% estão muito satisfeitos, 35% satisfeitos e 2% pouco satisfeitos. O autor considera que há um índice de favorabilidade de 98% de seus voluntários em relação ao programa da organização, pois considera que as respostas muito satisfeito e satisfeito são respostas positivas dos participantes.

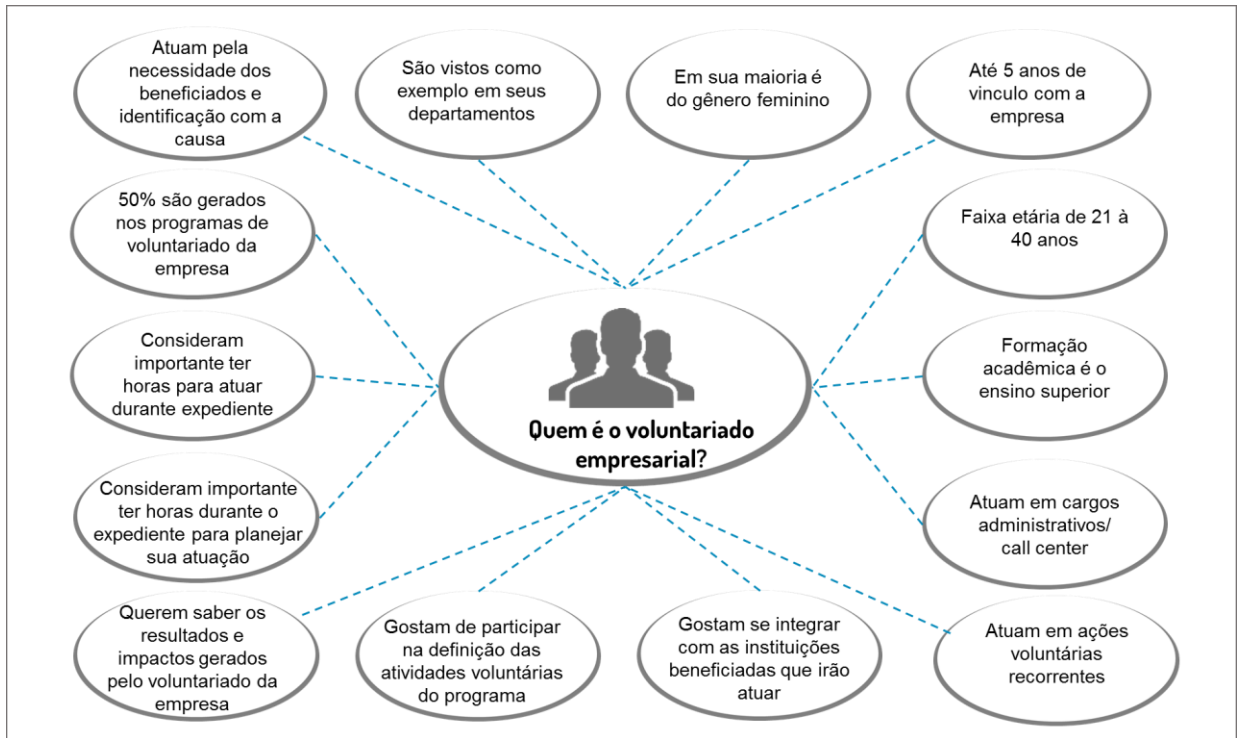
Em resumo sobre a pesquisa, o autor considera que o programa de voluntariado da empresa objeto de estudo é bem estruturado e expressivo devido a quantidade de funcionários que participam e da avaliação positiva que os mesmos tem do programa, reafirma a importância deste projeto que foi responsável por gerar 53% de seus voluntários dando a oportunidade de atuação pela primeira vez a eles, que identifique as necessidades da instituição para definição das oportunidades visto que seus funcionários em sua maioria atuam pela necessidade dos beneficiários e que os mesmos possam ter representantes nestas escolhas o que fortaleceria o índice de identificação com as causas apoiadas. Também sugere que haja ações dentro das áreas para diminuir desconfortos entre as equipes durante a ausência dos voluntários

e entende que o caminho é potencializar os aspectos de que este voluntário é um referencial para muito na equipe que também considera que o que ele realiza através do voluntariado é importante conforme revelou a pesquisa. Que haja também o fortalecimento do recurso “ Banco de Horas Voluntário ” que sem dúvida se tornou um fator determinante para a atuação de 64% de seus voluntários e que seja avaliado a possibilidade de torna um benefício institucional ceder horas para que estes voluntários se planejem para suas atuações e permita o alcance de resultados melhores aos envolvidos, pois 68% dos participantes considera necessárias estas horas para se planejar. Falando sobre comunicação interna, mesmo obtendo índices altos satisfação há ainda públicos pouco satisfeitos e que devem ser considerados, por isso o autor sugere que a organização avalie novas possibilidades para se comunicar com os voluntários e ainda neste aspecto aponta sobre as oportunidades que se tem no portal voluntário de divulgar mais informações sobre as instituições beneficiadas e identificar melhorias na funcionalidade geral do portal. Partindo para o fim das considerações da pesquisa o autor destaca a importância de continuar realizando as capacitações nas instituições beneficiadas e que esta decisão é totalmente estratégica para construção do ambiente favorável para voluntários e beneficiados. Quanto aos controles de resultados e impactos gerados pelo programa o autor considera a necessidade de aprofundamento nestes aspectos, pois 96% dos voluntários consideram estratégico este controle e o autor reforça que tais resultados podem se tornar base para decisões de investimentos e ampliação do programa além de evidenciar a importância da atuação voluntária de seus funcionários até a última instancia do desenvolvimento social.

A partir deste trecho da conclusão o autor apresenta um compilado de informações que resultaram no principal perfil do voluntariado empresarial e no modelo ideal de boas práticas na gestão de programas de voluntariado empresarial com base em todas as informações coletadas e tratadas nas pesquisas e coletas de dados.

Os compilados evidenciaram que o principal perfil do voluntariado empresarial se resume em:

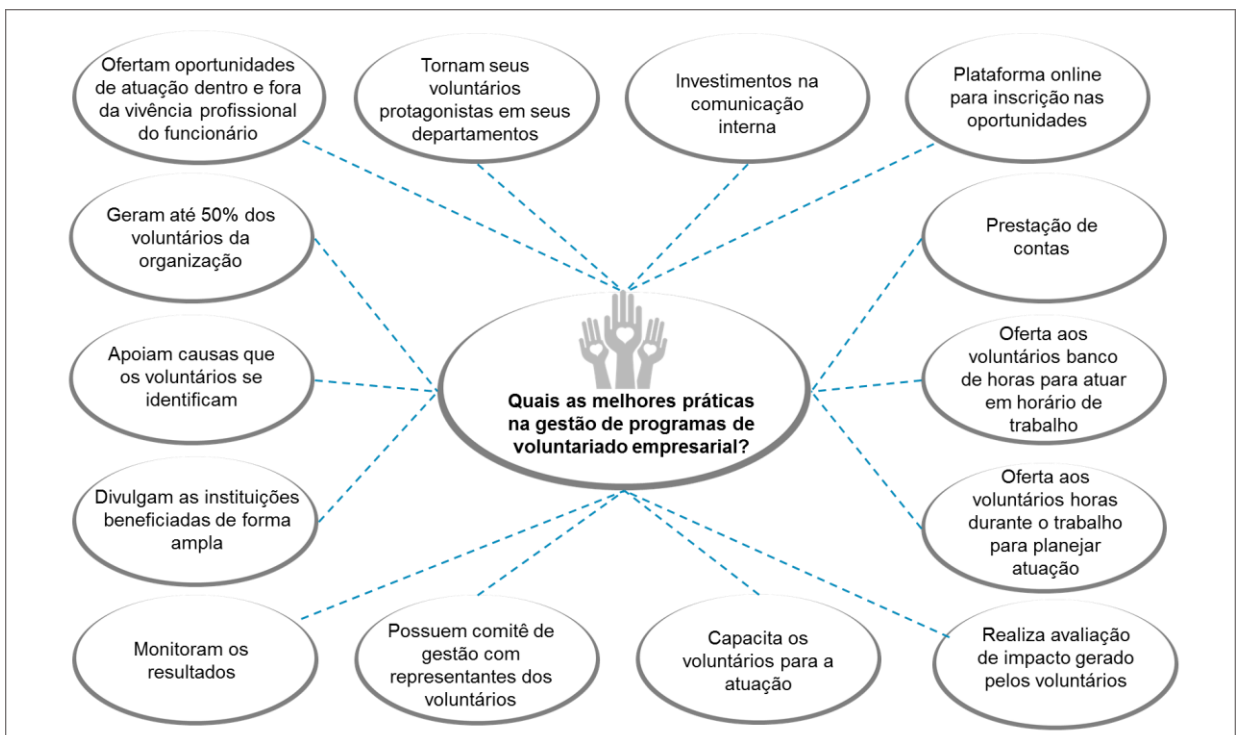
QUADRO 20 – PERFIL GERAL DO VOLUNTARIADO EMPRESARIAL



Fonte: elaborado pelo autor

Já o principal modelo de boas práticas na gestão de programas de voluntariado empresarial se resume em:

QUADRO 21 – BOAS PRATICAS VOLUNTARIADO EMPRESARIAL



Fonte: elaborado pelo autor

Com a evidência do principal perfil do voluntariado empresarial e das boas práticas que devem compor a gestão de um voluntariado empresarial o autor considera ter cumprido o objetivo deste trabalho e compreende que as informações geradas certamente vão contribuir para melhoria e conhecimento dos assuntos abordados, além direcionar decisões para profissionalização destes programas e engajamento desses profissionais que compreendem que doar seu tempo e talento em função do próximo se tornou um diferencial para o avanço social independente do segmento e causa. Também ressalta a importância do papel das empresas em investirem nestes programas que são impulsionadores dessa transformação, pois entende-se que se o setor privado lucra com a sociedade e na sociedade que estas organizações devem investir e acreditar nesse avanço que também refletirá na questão socioeconômica.

Por fim afirma que o profissional que se torna voluntário e as empresas que promovem oportunidades para o desenvolvimento desse movimento do bem são referenciais para esta geração, pois estão gerando nesta, valores que se estendem as instituições, beneficiários, departamentos das empresas, lar de famílias e principalmente na vida das pessoas, pois o voluntariado é uma via de mão dupla que transforma a sociedade no mesmo compasso que gera transformação em cada um dos envolvidos e conseqüentemente na sociedade a qual fazemos parte e somos responsáveis diretos pelo seu desenvolvimento, o seu propósito de incluir e melhorar a qualidade de vida das pessoas que se movem nesta sociedade.

8. REFERÊNCIAS

ANDION, Carolina M. As Particularidades da Gestão em Organizações da Economia Solidária. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 25., 22-26 de setembro de 2001, Campinas/São Paulo, Anais...Campinas, 2001.

ATADOS. *Conceito de voluntariado*. Disponível em < <https://www.atados.com.br/sobre> > Ultimo acesso em 26.jun 2017.

CBVE. *Descrição Voluntariado Empresarial: do Conceito à Prática*. 2013. Disponível em < <http://www.cbve.org.br/?p=2747> > Acessado em 26.jun 2017.

CBVE. *Voluntariado Empresarial: do Conceito à Prática*; 2013. Disponível em < <http://www.cbve.org.br/mwg-internal/de5fs23hu73ds/progress?id=GtLLhEEIHMeBJe6HRCJplal0ysykuM0nVe05fiuvyyA>, > Ultimo acesso em 28.jun 2017

CLAUDIA MORENO. Mensagem pessoal recebida por danilo.brito@portoseguro.com.br em 26/06/2017

CVSP. *O que é ser voluntário*. 2017. Disponível em < <http://www.voluntariado.org.br/default.php?p=oqueservoluntario.php> > Acessado em 13.mai 2017.

CARDOSO, Ruth. A valorização do voluntariado. In: _____. *Voluntariado e a Gestão das Políticas Sociais*. São Paulo: Futura, 2002. p. 20 - 23.

ESPRO. *Conceito de voluntariado empresarial*. 2012. Disponível em < <http://www.espro.org.br/noticias/77-boletim-espro-na-sua-empresa/1732-16ago-entrevista-silvia-naccache-coordenadora-geral-do-centro-de-voluntariado-de-sao-paulo> > Acessado em 28.jun 2017.

EVANGELISTA, Douglas. *Voluntariado e desenvolvimento social*. In: _____. *Voluntariado e a Gestão das Políticas Sociais*. São Paulo: Futura, 2002. p. 24 - 41.

GIL, Antonio C. *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo: Atlas, 2002.

LINS, Francisco Almeida. *Voluntariado e mudança social*. In: _____. *Voluntariado e a Gestão das Políticas Sociais*. São Paulo: Futura, 2002. p. 64 - 68.

MIRIAN MESQUITA. Mensagem pessoal recebida por danilo.brito@portoseguro.com.br em 26/06/2017

ONU BRASIL. *Voluntariado ONU BRASIL* . 2017. Disponível em < <https://nacoesunidas.org/vagas/voluntariado/> > Acessado em 26.jun 2017.

PORTO SEGURO. *Missão e Filosofia Porto Seguro*. 2017. Disponível em < <http://www.portoseguro.com.br/a-porto-seguro/conheca-a-porto-seguro/missao-valores-e-filosofia>; > Acessado em 26.jun 2017.

PORTO SEGURO. *Porto Voluntário – Ações 2015*. 2015. Disponível em < https://www.youtube.com/watch?v=j3pALJFDi_M > Acessado em 27.jun 2017.

PORTO SEGURO. *Porto Voluntário – Ações 2015*. 2015. Disponível em < https://www.youtube.com/watch?v=j3pALJFDi_M > Acessado em 27.jun 2017.

PORTO SEGURO. *Origem do Porto Voluntário*. 2017. Disponível em < <http://www.portoseguro.com.br/a-porto-seguro/responsabilidade-socioambiental> > Acessado em 23.jun 2017.

PORTO SEGURO. *Relatório Programa De Voluntariado 2016*. São Paulo: RSA Porto Seguro, dez. 2016.

PORTO SEGURO. *Visão estratégica Porto Seguro RSA*. 2017. Disponível em < <http://www.portoseguro.com.br/a-porto-seguro/responsabilidade-socioambiental> > Acessado em 23.jun 2017.

PRESIDÊNCIA DA REPUBLICA *Lei Nº 9.608, De 18 De Fevereiro De 1998, Dispõe sobre o serviço voluntário e dá outras providências*. Disponível em < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9608.htm > Acessado em 06.jun 2017.

RIO VOLUNTÁRIO. *Olhares sobre o voluntariado empresarial*. 2013. Disponível em < http://www.rivoluntario.org.br/rio/wpcontent/uploads/2013/02/voluntarios_vale_olhares_WEB.pdf > Acessado em 28.jun 2017.

SOBEL, Henry. Nossos Voluntários. In: _____. *Voluntariado e a Gestão das Políticas Sociais*. São Paulo: Futura, 2002. p. 42 - 45.

VERGARA, Silvy C. *Projetos e relatório de pesquisa em administração*. São Paulo: Atlas, 2000.

VILLELA, Milú. *Faça Parte e o I Congresso Brasileiro do Voluntariado*. In: _____. *Voluntariado e a Gestão das Políticas Sociais*. São Paulo: Futura, 2002. p. 14 - 19.

9. ANEXOS

9.1 Anexo 1 – Pesquisa Voluntariado Empresarial

1. Minha primeira ação de voluntariado foi através do Programa de Voluntariado da Porto Seguro:

Sim

Não

2. Tenho preferência em atuar como voluntário em:

Atividades próximas a minha vivência profissional (Ex: sou contador, gosto de atuar em ações voluntárias onde possa exercer meu conhecimento em contabilidade)

Atividades longe da minha vivência profissional (Ex: sou contador, gosto de atuar em ações voluntárias que sejam diferentes do meu conhecimento em contabilidade)

Indiferente, depende da necessidade da instituição beneficiada e da identificação que tenho com a oportunidade

3. Quando eu saio para fazer atividade voluntária em horário de trabalho, suponho que meus colegas de equipe:

3.1 Consideram muito importante o que faço

Muitos colegas, Poucos colegas, Nenhum dos colegas, Não se aplica

3.2 Sentem-se desconfortáveis com a possibilidade de sobrecarga de trabalho durante minha ausência

Muitos colegas, Poucos colegas, Nenhum dos colegas, Não se aplica

3.3 Me veem como exemplo a ser seguido dentro da área

Muitos colegas, Poucos colegas, Nenhum dos colegas, Não se aplica

3.4 Pensam que estou com tempo livre e ausência de atividades

Muitos colegas, Poucos colegas, Nenhum dos colegas, Não se aplica

4. Na escala abaixo, minha identificação com as causas apoiadas pela empresa através do programa de voluntariado é:

Baixa, as causas apoiadas refletem pouco as causas que me identifico

Parcial, as causas apoiadas refletem parcialmente as causas que me identifico

Alta, as causas apoiadas refletem muito as causas que me identifico

5. Considero o recurso "Banco de Horas Voluntário" do programa de voluntariado da Porto Seguro:

Muito importante para minha atuação voluntária

Parcialmente importante para minha atuação voluntária

Pouco importante para minha atuação voluntária

6. Além do banco de horas voluntário, qual sua opinião sobre a oferta de horas para planejar sua atuação voluntária:

Acho necessário contar com horas para planejar minha atuação voluntária durante o expediente

Não acho necessário contar com horas para planejar minha atuação voluntária durante o expediente

Não se aplica, pois o tipo de atividade voluntária que realizo não necessita de planejamento

7. Sobre a divulgação do programa de voluntariado e as oportunidades de atuação, considero:

- A divulgação é satisfatória, pois tenho acesso a estas informações em diversos canais de comunicação interna
- A divulgação é insatisfatória, pois há pouco acesso a estas informações

8. Sobre a importância da empresa mensurar de forma aprofundada os resultados e impactos sociais gerados pela atuação voluntária de seus funcionários, considero:

- Muito estratégico**, resultados e impactos sociais gerados são importantes em minha opinião
- Parcialmente estratégico**, saber ou não dos resultados e impactos sociais gerados é indiferente em minha opinião
- Pouco estratégico**, resultados e impactos sociais gerados não são importantes em minha opinião

9. Sobre o portal web Porto Voluntário, considero:

10.1 Divulgação das oportunidades

- Satisfatório, Parcialmente satisfatório, Insatisfatório

10.2 Divulgação das instituições beneficiadas

- Satisfatório, Parcialmente satisfatório, Insatisfatório

10.3 Inscrição nas ações

- Satisfatório, Parcialmente satisfatório, Insatisfatório

10.4 Funcionalidade do portal

- Satisfatório, Parcialmente satisfatório, Insatisfatório

10. Quanto a definição das atuações voluntárias, considero importante:

Que a empresa defina as ações voluntárias, desde que leve em consideração as necessidades das instituições beneficiadas

Que os voluntários contribuam na definição das ações voluntárias, através de um ou mais representantes, desde que a empresa e o representante leve em consideração as necessidades das instituições beneficiadas

Pouco satisfatório Satisfatório Muito satisfatório

11. Em minha opinião receber a capacitação para a atuação voluntária na instituição beneficiada é:

Muito importante, a integração com a instituição antes da atuação é fundamental

Pouco importante, a integração com a instituição antes da atuação não é fundamental

12. Meu grau de satisfação geral, com o programa de voluntariado da Porto**Seguro é:**

Muito satisfatório

Satisfatório

Pouco satisfatório