

O Voluntariado Corporativo no Mundo

Peculiaridades, tendências e desafios de 4 diferentes países.

Moderadora - Hannah Wojno, diretora da Good Deeds Day

Participantes:

- Lorrie Foster, representante da IAVE, USA/Global
- Christine Schoppe, Chefe de gabinete da Points of Light, USA/Global
- Shalabh Sahai - Co-Founder & Diretor – iVolunteer (India)
- Eric Montoya - diretor do “Forum de Presidentes” da Câmara de Comércio de Bogotá
- Marina Bichara - Representante da Rede Juntos de Voluntariado Corporativo

Qual o cenário do voluntariado corporativo no Mundo? Quais as tendências do setor pós pandemia? Os programas de voluntariado estão alinhados globalmente? Existem características específicas em cada parte do mundo? Esses programas enfrentam os mesmos desafios, os mesmos problemas? Há características específicas de cada sociedade que fazem que os programas sejam distintos? Esse painel tem como objetivo a troca de conhecimento sobre o voluntariado corporativo de 4 diferentes países, seus principais problemas, inovações e tendências do setor.

Lorrie Foster, diretora de estratégia corporativa do IAVE, abriu o painel com as conclusões do estudo realizado pela sua Instituição sobre Voluntariado Corporativo no mundo. Baseado nessa pesquisa, Lorrie comenta sobre 5 tendências-chaves e o que acredita ser os pontos mais fortes hoje em dia do setor:

1 - Resiliência - o Voluntariado corporativo emergiu destes 2 anos pós pandemia extremamente resiliente, os voluntários mostraram sua grande capacidade de adaptação às situações adversas e espontaneamente começaram a ajudar seus vizinhos, agindo localmente e trazendo essas pequenas e diferentes iniciativas para as empresas. As empresas, por sua vez, abraçaram essas causas e incentivaram o crescimento dessas ações. Essa resiliência foi fundamental para manter o trabalho voluntário ativo e cada vez mais eficiente. Igualmente o suporte e a aberturas das ONGS contribuiu para essa mudança das ações voluntárias. Nesse período as ONGs receberam muito apoio, como mentorias nas mais diversas áreas (estratégica, financeira, administrativa...)

2 - Inovação e inclusão - Além da resiliência, percebemos a inovação e a criatividade das novas ações voluntárias. E as empresas abraçaram o “The BIG TENT” do Voluntariado Corporativo: conceito este onde voluntariado envolve diferentes públicos, não só os voluntários das empresas, mas inclui familiares, amigos e também estende essas atividades para os fornecedores das empresas, outras empresas, stakeholders, clientes..

3- Voluntariado digital - nesse últimos 2 anos o voluntariado digital explodiu e em muitas empresas e em muitos casos se tornou a única opção de atividades voluntária possível.

Madri, 7 e 8 de junho de 2022

Uma situação não muito fácil para algumas ONGS que muitas vezes não possuem recursos tecnológicos para receber ou mesmo trabalhar com esses voluntários online. Mas, ficou evidente que as empresas estão mais ativas para ajudar sanar estas dificuldades. Importante notar o crescimento da participação de novos voluntários, que muitas vezes não podiam realizar atividades presenciais mas com a disponibilidade de atividades online agora estão engajados nessas novas atividades. O Micro voluntariado também se desenvolveu em consequência do Voluntariado Digital, pequenas ações digitais como uma simples tradução ou aplicativos que ajudam pessoas com alguma deficiência como o caso do aplicativo Be My Eyes, que ajuda pessoas cegas a se localizarem e identificar o que que está acontecendo na sua casa.

4. Habilidades e competências do voluntariado corporativo - cada vez mais os voluntários estão utilizando suas competências para ajudar ONGs e a comunidade. Essas instituições não governamentais não teriam recursos nem capacidade de tocar determinadas atividades não fossem esses aprendizados providos pelo Voluntariado Corporativo. Além disso os voluntários também desenvolvem outras competências e habilidades através do voluntariado e as Empresas se beneficiam dessas novos expertises. Todos ganham. É importante sempre reforçar junto as empresas para que essas possam constantemente estimular a utilização dessas habilidades e capacidades de seus voluntários nas mais diversas atividades de voluntariado.

5 -Voluntariado "energético" dos jovens - A nova geração de colaboradores está impulsionando as empresas a fazerem um voluntariado mais "enérgico". Eles estão incentivando o uso da tecnologia de diversas maneiras e impulsionando ações voltadas ao meio ambiente / ações climáticas.

Em resumo esse estudo mostrou muita resiliência, atividades inovadoras e muita energia despendida ao voluntariado empresarial, porém ainda falta o engajamento de mais voluntários e consistência e perpetuação do trabalho voluntário. Falta ainda ações mais conectadas às ODS, programas que trabalhem esses temas como atividades principais e dedicar esforços para medir efetivamente o impacto real causado por essas ações nas comunidades.

Na sequência, **Christine Shopp**, da ONG Points Of Light também enfatizou os pontos e tendências apontadas por Lori e ressaltou outras questões que considera tendências. Começando com a grande tendência que é o Voluntariado Digital

1 - Voluntariado digital - 74% dos colaboradores afirmam que farão atividades de voluntariado online, porém Christine acredita que o modelo híbrido será uma tendência ainda maior no futuro, com atividades online e presenciais principalmente para aqueles colaboradores que não possuem acesso a internet grande parte do tempo.

2 - Equilíbrio vida-trabalho. As tendências do voluntariado empresarial pós pandemia levam muito em consideração o equilíbrio trabalho-vida, flexibilidade, saúde mental. Pensando nesse atributos, os programas de voluntariado devem se tornar mais flexíveis e desenvolver atividades que possam englobar todos os colaboradores, considerando a variedade de "personagens" envolvidos. É preciso entender e desenvolver um programa

Madri, 7 e 8 de junho de 2022

que esteja alinhado com a satisfação do colaborador, que contemple momentos de alegrias, prazer e seu bem-estar para engajar esses colaboradores com o programa. Além disso, em muitas empresas, o programa de voluntariado tornou-se uma ferramenta de retenção do colaborador.

3- Impacto social das atividades voluntárias. Sabe-se que leva-se muito tempo para coletar dados reais e medir resultados de uma atividade voluntária, além do investimento que é necessário para essa atividade. Mas é uma tendência do voluntariado corporativo medir o impacto social das atividades voluntárias. A equação que as empresas precisam buscar tem que ter a história da ação mais os dados/números para ter como resultado ações mais impactantes e efetivas. **Números + História = Impacto da Ação.** É necessário solicitar as empresas que invistam mais nesses dados, dividam essa necessidade com as ONGs para que juntos consigam recursos e tempo para medir o resultado das ações e avaliar o real impacto social do voluntariado.

4 - Mais Voluntariado Corporativo. As empresas são os locais onde passamos a maior parte de nossas vidas. Elas são capazes de influenciar e engajar os voluntários em atividades e ações sociais. Temos que garantir que provemos oportunidades de engajamento em atividades voluntárias para todos os colaboradores em todas as empresas. Usas a voz das empresas para fomentar e aumentar as atividades sociais em todo o mundo.

Já na Índia **Shalabh Sahai** (Co-fundador e Diretor da ONG iVolunteer) afirma que o grande trabalho de sua organização é possibilitar, ativar e inspirar empresas, ONGs e sociedade através de programas de voluntariado. O objetivo é criar programas com modelos de incentivos e recompensas que inspirem cada vez mais pessoas a se engajarem com o voluntariado.

Como tendência, Shalabh acredita que as Empresas buscam resultados das ações como um ferramenta para desenvolvimento de suas lideranças, não só medir o impacto da ação na comunidade, mas sim ver o resultado desse impacto, dessa atividade dentro da empresa, e empresas que buscam atividades voluntárias mais alinhados com a estratégia da organização e do negócio.

Outras tendência é a realização de ações no meio rural, saindo dos grandes centros urbanos. Isso ajuda a entender as reais necessidades da comunidade Indiana, onde a grande maioria da população se concentra. Vemos isso como uma tendência não só das empresas locais, mas de Multinacionais que querem conhecer a Índia melhor. Muitas dessas empresas enviam mais voluntários para o campo antes mesmo de iniciar negócios nessas regiões.

Outro ponto forte que o voluntariado corporativo tem evidenciado e ensinado as empresas é a questão da "influência sem autoridade", ou seja, não há chefes, não há gerentes entre os voluntários. Todos tem o mesmos "cargo" nas atividades voluntárias, todos são iguais. Como influenciar se você não tem autoridade? O Voluntariado vem ajudando a desenvolver essa habilidade de influenciar sem ter autoridade.

Madri, 7 e 8 de junho de 2022

Por fim, empatia e humildade são as grandes competências que o voluntariado ajuda a desenvolver e continua uma forte tendência na Índia. Esses pontos são fundamentais dentro de uma organização, principalmente como ferramenta de desenvolvimento da liderança das médias e grandes empresas. E essa necessidade de trabalhar essas competências está crescendo dentro das empresas.

Para fomentar a empatia e a humildade, a organização de Shalabh desenvolveu uma ação de conectar esses líderes a comunidade simples da Índia. A atividade consiste em colocar esses líderes das empresas para comer junto com a comunidade, com pessoas simples. A comida é elaborada por mulheres pescadoras da comunidade que, além de cozinhar, sentam para conversar e comer com esses líderes. O propósito é igualar as pessoas e gerar conversas, entendimentos e compreensão da realidade do próximo.

Variedade de ações e ações cada vez mais inovadoras. Shalabh, assim como os demais palestrantes, acredita que a pandemia fez crescer a vontade das pessoas de fazerem mais coisas, mais atividades e ações voluntárias variadas. Por isso, é importante ajudar os programas de voluntariado a quebrarem paradigmas, pois muitas vezes esses programas estão presos à velhas estruturas, a estruturas defasadas. Como nos desprender dessas estruturas e ampliar a forma de trabalhar? Como engajar os voluntários a constantemente ter um novo olhar, um olhar para dentro e propor mudanças.

Segundo Shalabh o voluntariado corporativo ainda é uma prioridade baixa para as empresas na Índia. Para fomentar o voluntariado é muito importante trabalhar o ambiente na empresa, criar programas que priorizem o reconhecimento dos voluntários para que os colaboradores sintam que a atividade voluntária é algo que vale a pena realizar. Há várias formas de reconhecer, uma maneira é utilizar uma plataforma de voluntariado, onde todas as ações são avaliadas e as pessoas são reconhecidas pelo trabalho voluntário. Shalabh acredita que o reconhecimento pessoal é a forma mais efetiva de engajamento. Como fazer isso? Escrever um email para o gerente desse voluntário elogiando o trabalho realizado e mostrando o impacto dessa ação na comunidade e na empresa. Se esse gerente elogiar pessoalmente o voluntário, o objetivo será alcançado. O importante é identificar o que o reconhecimento representa para cada organização e seus colaboradores independentemente do tamanho da organização.

A Câmara de Comércio de Bogotá, representada por **Eric Montoya**, trouxe uma outra realidade do Voluntariado Corporativo. Um voluntariado Empresarial focado no desenvolvimento da Colômbia. Eric aponta que seu grande objetivo é articular as iniciativas de voluntariado com a finalidade de fortalecer pequenos e médios negócios com a estratégia de melhorar as competências e habilidades dos empreendedores, empresários, líderes e gestores, fortalecendo assim suas empresas e consequentemente melhorando país. Dessa maneira foi criado o programa Fórum de Presidentes.

O objetivo do programa é conseguir manter as empresas funcionando e crescendo no mercado colombiano. Uma iniciativa para capacitar esses gestores e transformar suas empresas.

Madri, 7 e 8 de junho de 2022

Transcender é a palavra utilizada por Eric para resumir o trabalho do voluntariado corporativo na Colômbia. Todos os envolvidos contribuem ao máximo para ajudar que empresas continuem existindo, através de mentorias às pequenas e médias empresas.

Uma grande troca de experiências e conhecimento entre executivos de grandes empresas e os pequenos empresários, empreendedores e estudantes (que ainda não lançaram sua ideia de negócio mas estão nesse grupo para aprender).

Eric ressalta que quanto mais pessoas forem envolvidas nesse programa, mais as empresas estarão preparadas e capacitadas para o mercado, tornando essas empresas mais sustentáveis para o crescimento do país.

O próximo passo será envolver ONGs juntamente com estes voluntários para desenvolverem outros tipos de ações voluntárias. Mas a princípio, o foco está no desenvolvimento empresarial.

O impacto desse projeto na sociedade é medido através de ofertas de emprego. Empresas mais sólidas e sustentáveis que sejam capazes de gerar mais postos de trabalho formais para a comunidade. Prosperidade e igualdade para os cidadãos.

Já no cenário Brasileiro, **Marina Bichara** (representante do Juntos - rede de voluntariado empresarial) apresentou uma das grande tendência do setor pós pandemia: a colaboração, parcerias e troca de conhecimento e informação gerada em rede. Desde 2021 a Rede Juntos foi desenvolvida com o intuito de empoderar o voluntariado corporativo, fortalecer as atividades de voluntariado não só no Brasil mas na América Latina em geral e Europa.

Essa rede, criada por seis organizações do setor, elaborou a Semana Juntos, uma semana rica em trocas, em conhecimento, workshops e mentorias com a finalidade de melhorar os programas de voluntariados empresariais, repensar as ações voluntárias, torná-las mais sustentáveis e de real impacto para comunidade.

Em um país onde há pessoas morrendo de fome, a pandemia tornou esse cenário ainda mais complicado. O voluntariado corporativo é um ferramenta essencial para despertar todas a sociedade para essas causas emergenciais. É fundamental para colocar as pessoas e empresas juntas em prol da comunidade.

Todos os públicos estão envolvidos nessa Rede de troca de conhecimento. Formada por grandes especialistas do voluntariado corporativo, empresas, ONGs e voluntários. Conhecimento é o grande poder que gera essa rede, para empoderar cada vez mais empresas, para que essas empresas possam capacitar e formar seus voluntários que por sua vez irão se engajar cada vez mais em atividades voluntárias.

Assim como os demais palestrantes, Marina reforça outra tendência do voluntariado nesse novo cenário pós pandemia, o crescimento exponencial das atividades de voluntariado online. As ações de voluntariado precisaram se reinventar. Pequenas ações pontuais e locais tornaram-se ações globais com engajamento de várias empresas. Essas ações ganharam força e mais voluntários engajados.

Madri, 7 e 8 de junho de 2022

Depois de entender o cenário atual e tendências do voluntariado corporativo, chegou o momento de entender os principais desafios do voluntariado empresarial. São os mesmos em todas as partes?

Segundo Shalabh, na Índia, o tempo dedicado ao voluntariado é um dos principais desafios. As empresas oferecem um tempo limitado para os voluntários realizarem suas ações. Uma maneira a vencer esse desafio é propor maratonas simultâneas em diferentes cidades, envolvendo diferentes ONGs e empresas. Uma forma de engajar mais voluntários em um único dia de ação e assim ter um resultado mais impactante. Porém há muita dificuldade ainda em manter uma constância dessas ações.

Especificamente na Índia existe uma lei onde as empresas podem gastar 2% dos seus lucros em atividades de Responsabilidade Social. Porém o Voluntariado corporativo não se beneficia dessa lei por que as ações de voluntariado não são mensuradas. Medir o impacto das ações é sem dúvidas um outro grande desafio do voluntariado.

Por último Shalabh menciona o reconhecimento dos voluntários. O reconhecimento do trabalho voluntário ainda é um desafio na Índia, principalmente em empresas que não possuem a cultura do voluntariado. Nesses ambientes o voluntariado não é reconhecido como um valor importante para a empresa.

Christine (Points of Light) também menciona como um dos principais desafios a falta de resultados das ações de voluntariado o que leva a empresa a não aumentar o investimento em voluntariado pela falta de retorno real das ações.

Outro ponto importante que ela traz é a falta de parcerias e colaborações entre empresas, entre programas de voluntariados. Essas parcerias poderiam fortalecer os programas, tornar as ações mais sustentáveis e efetivas, troca de conhecimento entre colaboradores e até mesmo projetos únicos coordenados por diferentes programas.

Marina menciona que no Brasil a falta de orçamento para os programas de voluntariado é um dos principais desafios de hoje. Desafio este que está diretamente conectado também com a falta de meios para medir os resultados das ações. Falta de recursos, ferramentas e informação para medir os reais impactos dos programas. A falta de resultados impacta no orçamento dos programas, sem resultados fica difícil para as empresas conseguirem aprovar mais recursos para os programas.

Outro grande desafio citado por Marina é o envolvimento da alta gestão nos programas de voluntariado, participando efetivamente das decisões e do planejamento das ações. Vale ressaltar ainda a falta de alinhamento das ações aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentáveis (ODS). Garantir que os programas de voluntariado empresarial alinhem essas ações às suas estratégias.

Na Colômbia o problema principal está focado na mentalidade das pessoas. É necessário uma mudança de uma mentalidade individualista para uma mentalidade de grupo, pensar em uma sociedade como um todo. Segundo Eric Montoya, o Voluntariado na Colômbia

Madri, 7 e 8 de junho de 2022

ainda é muito incipiente. Está longe de ser um voluntariado em rede com troca de informações. É um programa pensado mais em ações individuais, para cada empresa. Assim, um segundo desafio para a Câmara de Comercio de Bogotá seria pensar nessa rede, em ter ações orientadas e articuladas em rede para gerar mais impacto e serem mais efetivas. Um terceiro desafio é gerar credibilidade nos grupos e interesse. Essa falta de credibilidade faz com que empresas não abracem novas ideias, ou seja, não estão abertas para receber novos conhecimentos, para receber os voluntários. Por fim a falta da importância do papel dos voluntários. Colocar os voluntários em primeiro lugar, para gerar mais trocar de conhecimento e experiencias. Falta posicionar melhor o propósito geral do voluntariado corporativo na Colombia.

Em resumo, o voluntariado corporativo enfrenta quase os mesmos desafios nos diferentes continentes, obviamente não podemos desconsiderar uma ou outra especificidade em cada região mas basicamente os pontos mais relevantes são:

- A falta de engajamento da liderança para apoiar e aportar valor ao programa de voluntariado
- Falta de recursos para os programas, conseqüentemente falta de ferramentas para medir os resultados das ações e o impacto social dessas ações
- O tempo limitado que os programas dedicam para as ações voluntárias e a continuidade das atividades
- Engajamento de mais voluntários e reconhecimento desses voluntários
- Alinhamento das atividades as ODS.

Após a apresentação de cada palestrante sobre o cenário e desafios dos programas de voluntariado corporativo, Hannah Wojno abriu o debate para perguntas do público.

1) Como engajar voluntários em fábricas ou lojas onde as pessoas não possuem acesso a internet e não podem deixar a loja/fabrica para fazer atividade voluntaria?

- Escolher líderes dentre os colaboradores para que esses sejam os propagadores do programa nesses espaços de trabalho.
- Colocar murais / banners com informação do programa e atividades que possam ser feitas pelos voluntários. Para fácil visualização de todos os colaboradores da fábrica/ loja.
- Levar as pessoas que serão “beneficiadas” para dentro das fábricas/ lojas para que a ação voluntária aconteça dentro desse espaço. Ex.: mentoria realizada em fabricas pelos líderes voluntários, para jovens aprendizes.
- Utilizar a metodologia de games para engajar os funcionários as atividades. Divulgar a premiação / recompensa para despertar interesse em participar.

2) Como mostrar para as empresas que vale a pena investir em voluntariado corporativo, que há significado nessas ações, uma vez que demora para fazer todo o processo acontecer (escutar e aprender e mostrar os resultados das ações)?

Madri, 7 e 8 de junho de 2022

- Utilizar a liderança como ferramenta de persuasão. Mostrar com exemplos reais. Conectar a liderança com a comunidade para que eles possam vivenciar como é o dia a dia na vida da comunidade, experimentar o trabalho voluntário na prática. Esses líderes, ao perceber o valor do voluntariado, serão ótimos influenciadores dentro da empresa.
- Escutar opiniões de terceiros, de influenciadores do setor, da comunidade, sentir a experiencia da comunidade.
- Mostrar as habilidades desenvolvidas pelas pessoas que praticam as atividade voluntárias, trabalhar junto com o RH para apoiar essas ações.

3) O que o voluntariado corporativo necessita das empresas, e das pessoas?

- Saber que somos um coletivo, somos todos pessoas. Precisamos entender nossas necessidades, o que nos move e também o poder das parcerias
- Exige empatia, o olhar para o outro. O Voluntariado ajuda a praticar a empatia sempre.
- Desaprender. Nada é certo, não existe uma verdade absoluta. É preciso estar aberto a aprender sempre
- Desafiar limites, desafiar o tradicional. Buscar sempre inovar e sair da zona de conforto.

