

VOLUNTARIADO CORPORATIVO

Desafios para manter a chama viva

* *Neide Rocha*

Durante minha carreira como gestora de sustentabilidade e voluntariado, identifiquei como um grande desafio manter programas de voluntariado corporativos vivos, mesmo em momentos de crise ou mudança de rumos da empresa.

Um programa de voluntariado tem grandes chances de dar certo, com planejamento e atentando-se para algumas premissas básicas:

- Ter um planejamento claro de curto, médio e longo prazo - criando estratégias para superar cada fase e desafio;
- Manter vivo o voluntariado com um calendário de ações e incorporá-lo na estratégia da empresa, assim como são conduzidos os programas de desenvolvimento humano;
- Estar alinhado com as políticas de Recursos Humanos e com alta direção.

O Voluntariado traz benefícios incontáveis para a empresa, como o orgulho de pertencer, oportunidades para os colaboradores dividirem com colegas de trabalho valores pessoais, compartilhamento de metas, mais sentido à vida, valorização da empresa, entre outros.

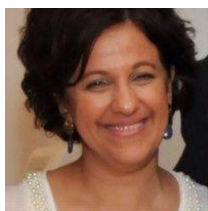
Existe um passo a passo para implementá-lo. O primeiro é identificar voluntários natos no quadro da empresa – e com certeza eles existem. A forma mais simples é uma pesquisa de interesse e mapeamento. A partir dos resultados cria-se uma estratégia de aproximação com estes voluntários. Durante este processo a empresa precisa definir os seus objetivos para o programa, o que tem a oferecer e determinar uma área ou responsável por sua organização e manutenção. É importante que os voluntários sintam-se valorizados pela empresa por sua postura humanitária e cidadã, sem sentirem-se usados pela empresa.

Por isso é essencial que o programa ganhe corpo e vá crescendo como um ser vivo, organicamente - onde as fases de vivência de cada um sejam respeitadas.

A empresa até pode lançar um programa abrangendo e captando muitos voluntários para um evento ou mutirão, por exemplo, mas a perenidade e continuidade vai além de ações pontuais e terá como fatores de sucesso a dedicação de uma área ou equipe gestora internamente.

Considero prioritário para manter a chama acesa de um programa de voluntariado a criação de momentos de encontro, compartilhamento de experiências e reconhecimento para que outros colaboradores da empresa sintam-se motivados pelo exemplo de seus colegas.

Ser voluntário é doar-se para uma causa, um ato genuíno, atrelado às crenças e valores pessoais de cada ser humano e pode ser uma ferramenta motivacional. Se a empresa estiver atenta para respeitar e valorizar este potencial, com certeza ele será uma fonte para a motivação do colaborador - além de beneficiar sua imagem e reputação.



Neide Rocha é diretora da TAMA Consultoria – empresa com foco em gestão de programas de voluntariado e estratégias para sustentabilidade. Atuou durante os últimos 17 anos como executiva de grandes corporações no desenvolvimento de políticas e parcerias para investimento social privado; criação e gestão de programas sociais e de voluntariado empresarial. Assistente social, com especialização em Responsabilidade Social e Investimento Social - CEATS/USP; Gestão para a Sustentabilidade - Fundação Dom Cabral e Coach pelo IBC (Instituto Brasileiro de Coaching).