



Voluntariado Corporativo no Mundo

Voluntariado Corporativo no Mundo

Pesquisa realizada com 47 empresas nacionais, regionais e mundiais, sediadas em 4 continentes

Os programas de voluntariado

A gestão dos programas de voluntariado

O que significa a avaliação do programa na sua empresa?

Qual é a história que contam ao mundo sobre o seu programa?

O que viram as entrevistadoras

Voluntariado Corporativo no Mundo

As empresas participantes

Empresas de 5 Regiões:

Ásia, Europa, África, América do Norte, América do Sul.

Empresas operando desde 1 até 220 países

Oito empresas com atuação em mais de 100 países

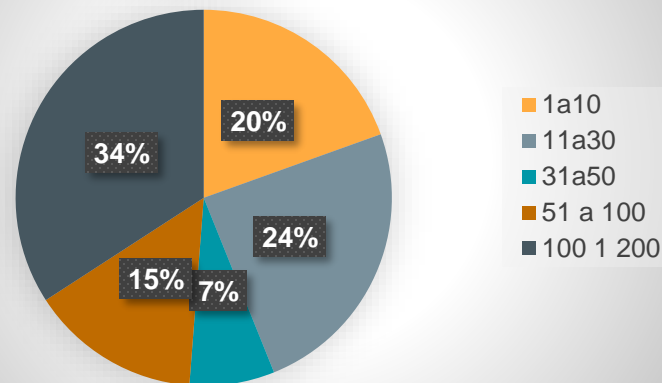
Com atuação em 5 cidades até empresas com 7000 oficinas em todo o mundo

De 230 até mais de 2 milhões de empregados

Conceito de voluntariado utilizado não é homogêneo.

Programa global de voluntariado = desafio

Companhias operando em #países



Voluntariado Corporativo no Mundo

Empresas – Regiões



América do Norte: 38%

Latam: 44%

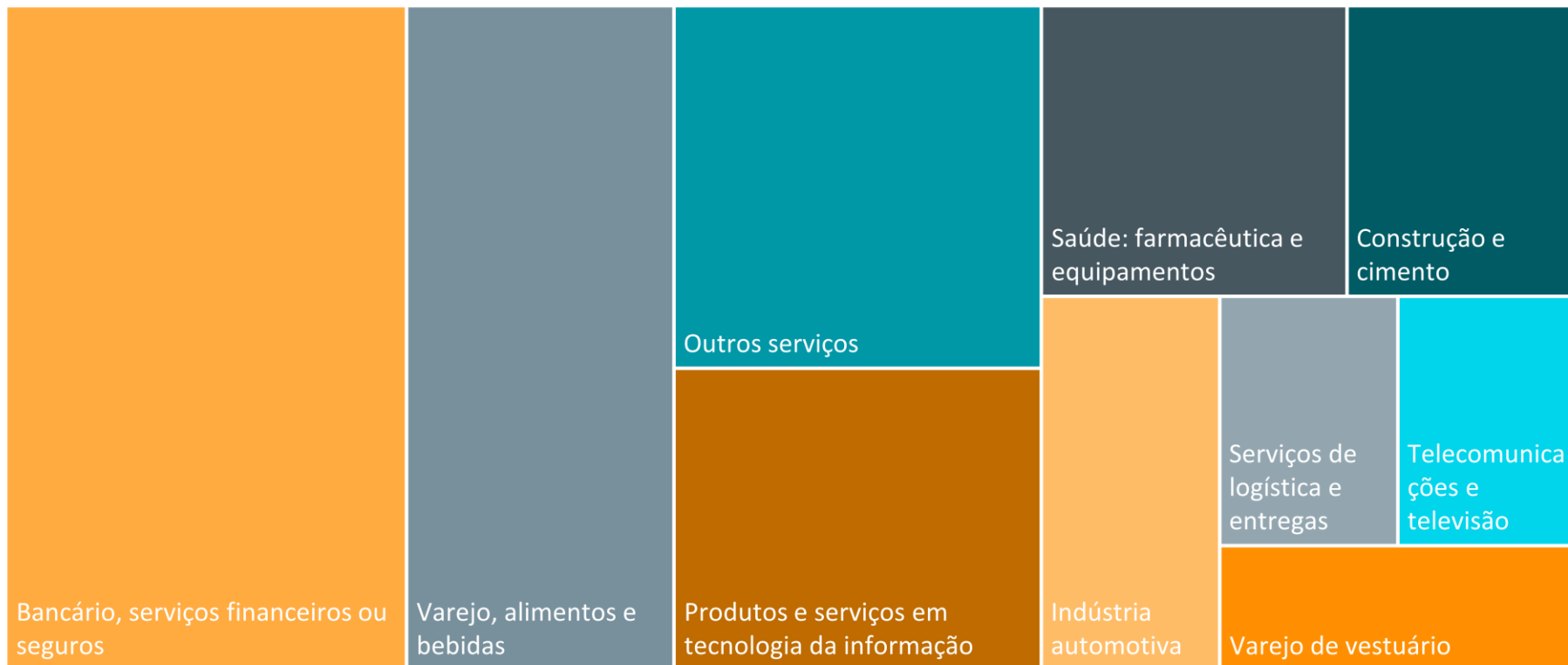
Europa: 5%

Asia (Japón): 10%

África: 6%

Voluntariado Corporativo no Mundo

Empresas – Áreas de atuação



Voluntariado Corporativo no Mundo

Empresas – Áreas temáticas e públicos

Principais áreas temáticas continuam:
EDUCAÇÃO, CRIANÇAS E JOVENS, SAÚDE
e **COMUNIDADE EM GERAL**

Intensificou o interesse - apoio a refugiados

Voluntariado em outros países

Ajuste no apoio a catástrofes

Conexão com diversidade e inclusão





Os programas de voluntariado

Antes:

Alinhamento das ações voluntárias com os objetivos de negócios



Hoje:

mais preocupadas com os impactos internos na empresa e com a aquisição das habilidades de seus funcionários

Liderança – envolvimento da alta gerência, porém pouco engajamento, indiferença, falta de apoio da gerência média

Começa a surgir a importância da **colaboração** com programas de várias empresas em ações locais conjuntas.

Pensamento avaliativo não avançou muito - registro das horas, dos voluntários, das pessoas atendidas ou alcançadas "**É muito difícil medir o impacto**".

Algumas querem fazer ações que agreguem valor, que deixem de ser atos únicos e que gerem mudanças contínuas. **Esse pensamento talvez dê um rumo para os próximos cinco a dez anos do voluntariado corporativo.**

Empresas reconhecem a importância das **especificidades regionais** no desenho de seus programas

Adesão aos **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Organização das Nações Unidas (ONU)** talvez se torne mais clara no futuro - até agora não houve um movimento muito ativo sobre este tema nas empresas e falta uma maior compreensão sobre o assunto

Inovação na prática

no tema abordado ou na forma de resolver os problemas

Formatos variados

Concursos de projetos voluntários - costumam dar muitos resultados, já que os voluntários não só apoiam uma atividade, mas lideram um projeto.

Inovador - voluntário é visto: como **agente de transformação local**, que qualifica a atuação social da empresa nas comunidades onde está presente.

O voluntário traz a realidade da comunidade para dentro do Programa. Protagonista, participa das decisões de onde o investimento social deve ser aplicado e quais são as prioridades para a atuação voluntária.

AUDI, Alemanha

| Projeto para refugiados

UPS

| Direção automobilística para adolescentes

| Organização logística de grandes eventos comunitários pelo courier

DirectTV,

| Piedra Papel y Tijera

BAC

| Pobreza Zero

Johnson & Johnson,

| Desafio da Gen H

O maior orgulho do programa

os voluntários e o seu compromisso são mencionados por quase a metade das empresas

As pessoas!

... apoio com que contam, a recepção dos colaboradores e o número pessoas que conseguem impactar com as ações.

... a conexão entre o voluntariado e a comunidade e os benefícios que o voluntariado gera

... a própria evolução interna do programa

“Eles vêm de longe para participar de atividades voluntárias. Vivem longe das plantas e nos fins de semana, em vez de descansar, eles se levantam cedo para chegar no horário. Às vezes, eles vêm com suas famílias e compartilham esse dia”.

“O compromisso dos colaboradores em um ambiente difícil. 99% do voluntariado se realizam no tempo livre deles”.

"Estou orgulhoso de que a empresa não faça a coisa mais fácil, mas ofereça seu tempo e seu trabalho para gerar atividades e soluções concretas e reais".

“O que nos dá mais orgulho é que não é o típico programa 'vamos ajudar' como um sucesso musical, que dá certo uma vez e pronto. É um programa que busca o desenvolvimento sustentável das comunidades..”

Ações inspiradoras

Exemplos

Inclusão de clientes

"O melhor foi convidar os clientes para o trabalho voluntário... nós colocamos uma chamada no programa de TV e recebemos mais de mil e-mails de clientes: 'eu quero ser voluntário'..."

Trabalho voluntário profissional

"a formação de equipes interdisciplinares para resolver os problemas das organizações, desenvolvendo capacidades e transferindo conhecimentos para ambas partes"

"Para alguns voluntários, ter sido capazes de treinar algumas comunidades em certas especialidades, como planejamento, planejamento do tempo, planejamento de gastos, liderança ... isso foi inspirador..."



A capacidade do programa de voluntariado de realmente transformar o país

Preocupações

- Padrão global X necessidades particulares
- Ações necessárias X recursos disponíveis, equipes pequenas
- Continuar inovando: qualificação
- Equilíbrio entre as responsabilidades como empregado e aquelas que ele tem como voluntário

"Que o que fazemos seja cada vez mais relevante, que gere valor, que conecte as pessoas"

"A autenticidade do que fazemos, a credibilidade do programa voluntário... O ponto crítico de cada atividade que fazemos é manter a credibilidade e o respeito das pessoas que participam, dos voluntários e da sociedade que se vê beneficiada. Que a empresa não caia em um campo onde se possa pensar que o fazemos por pura hipocrisia"



A gestão dos programas de voluntariado

Estratégias comuns

A divisão em comitês locais, as plataformas virtuais, as alianças com outros parceiros para aumentar o impacto ou reduzir custos e ao mesmo tempo aumentar o posicionamento e o branding na comunidade, as Semanas de Voluntariado, a governança do programa compartilhado.

Coordenação

O (pequeno) tamanho das equipes de coordenação surpreendeu - às vezes de apenas um coordenador, ou de um coordenador e dois analistas, ou até cinco ou seis pessoas (exceção grandes empresas globais)

Práticas inovadoras

Escolas de líderes, com foco os treinamentos e a capacitação dos voluntários que estão na governança do programa, e outras iniciativas de capacitação.

O incentivo para que os funcionários proponham atividades com entidades sociais - estratégia capaz de multiplicar o número de ações voluntárias: mais alternativas, mais participantes.

Iniciativas

- Pré-voluntários
- Geolocalização
- Aplicativos

Comitês

grande maioria (85% das empresas entrevistadas) tem esta organização em comitês

- **Comitês locais para gestão compartilhada do programa**
regionais (países ou localidades)
por área de atuação (ex.: meio ambiente, diversidade, empreendimento comunitário...)
por área interna da empresa (ex.; finanças, recursos humanos...)
- **Grupos de conselheiros locais, “embaixadores”, rede comunitária, administradores de rede – cada vez mais importantes na imagem global e até nacional**
- Promoção dos voluntários que querem fazer mais do que as atividades – certa “linha de carreira”
- Organização e funcionamento refletem a estrutura de negócios e cultura da empresa - um ou mais encontros anuais + encontros virtuais, periodicidade variada
- Comunicação não presencial – para algumas obrigatoriamente semanal outras, mensal
- Formação em geral à distância, além das reuniões anuais . Alguns encontros virtuais têm mais o caráter de troca de novidades .

Formação

- Apenas cinco empresas declararam não realizar formações de nenhum tipo.
- Os comitês locais de voluntariado costumam ser os responsáveis pela formação presencial de voluntários.
- Mais gerais, conceituais ou específicas para atividade, instruções, sendo alguns muito técnicos e exigentes (ex.: mentorias; empreendedorismo, Probreza Cero)
- Ferramentas para o voluntariado (como mobilizar, coordenar eventos e ações voluntárias)

Avaliação

Ainda um desafio

- **Insumos e resultados são onipresentes**
registro do número de voluntários, número de horas, número de beneficiários
| "Nossos indicadores são sobretudo de eficiência e desempenho, e não de impacto".
- **Avaliação de impacto com as mesmas dificuldades**
apesar de maior compreensão e incômodo por números que não são indicadores, principalmente sem a análise – por que?
| "Mais foco nos resultados e menos nas atividades, menos números de coberturas, workshops, pessoas ... e mais sobre as mudanças que estão sendo feitas nas pessoas".
"Os indicadores de impacto têm a ver com a análise prévia que é feita da comunidade: buscamos que haja mudanças e que esses indicadores se movam no longo prazo (três a cinco anos, o tempo mínimo para ver mudanças)".
- **Tendência a avaliar níveis de satisfação e níveis de desenvolvimento de competências**
(de voluntários; público; comunidade).

As necessidades da comunidade e o planejamento dos projetos

Voluntários identificam, detectam e informam as necessidades da comunidade – mapeamento pelos líderes ou comitês, às vezes com apoio de universidades locais

Ou Interesses dos voluntários – permitem sua escolha

Ou empresa decide que tipo de colaboração; equipe escolhe lugares , verificam condições para o trabalho dos voluntários

Alianças com empresas e organizações da sociedade civil (OSCs)

Mais e mais empresas estão confiando em parcerias locais – reconhecimento das OSCs como conhecedora da realidade e dos problemas

Líderes voluntários conduzem diálogos

Cuidados nesse relacionamento

Qual é a história que contam ao mundo sobre o seu programa?



“... Agora eles querem compartilhar a relevância do que eles fazem: como eles mudaram a vida das pessoas, o que dizem aqueles que participaram de um projeto. Agora é contar a história a partir da perspectiva dos diferentes atores”

