



CBVE

Conselho Brasileiro de
Voluntariado Empresarial



CBVE

Prata da Casa 2016

CASES DE SUCESSOS COMPARTILHADOS

15 de dezembro de 2016

Sumário

1. Introdução	5
2. O que é o CBVE	6
3. Prata da Casa 2016	7
4. Programa Itaú Criança	8
4.1. Matriz da ação voluntária.....	9
4.1.1. Por que a desenhamos?	9
4.1.2. Para que?.....	10
4.1.3. Processo.....	10
4.2. Plano de Implementação	12
4.3. Principais ganhos.....	12
4.4. Desdobramentos.....	12
5. Estudo de avaliações de voluntariado corporativo e Oficinas de Avaliação Econômica de Projetos Sociais	13
5.1. Perfil do Voluntário	13
5.2. Efeitos da atividade para o voluntário.....	14
5.3. Dimensões da Avaliação.....	14
5.3.1. Resultados da Dimensão Funcionários Voluntários.....	15
5.3.2. Resultados da Dimensão Empresa.....	15
5.3.3. Resultados da Dimensão Funcionários não Voluntários.....	16
5.3.4. Resultados da Dimensão Instituições de Projetos Sociais e Beneficiários dos Projetos Sociais.....	16
5.4. Referências de estudos que constam no survey de voluntariado.....	17
5.4.1. Basil et al. (2009)	17
5.4.1.1. Resultados.....	17
5.4.2. Clary et al. (1998).....	18
5.5. Conclusões.....	18
6. Programa Força Voluntária	19
6.1. Planejamento do programa.....	20
6.2. Estrutura.....	21

6.3. 2007.....	21
6.4. 2010.....	22
6.5. Indicadores específicos e mensuração de impactos das atividades voluntárias.....	22
6.5.1. 2012.....	23
6.5.2. 2013.....	23
6.5.3. 2014.....	23
6.5.4. Evolução do Força Voluntária em 10 anos.....	23
6.5.5. Matriz de Indicadores para o Voluntariado Empresarial.....	24
6.5.6. Planilha de composição dos indicadores de voluntariado empresarial.....	24
6.5.7. Exemplo – Gestão estratégica – Tema: Engajamento de públicos.....	25
6.5.8. Eixos de atuação e temas da Matriz por eixos.....	25
6.5.9. Processo de avaliação e melhoria.....	26
6.5.10. Avanços implementados a partir da aplicação da matriz.....	26
7. Mobilização de Voluntários tendo por base reposicionamento de foco da empresa.....	27
7.1. Transição para uma marca global.....	29
7.2. Desafios da indústria da moda.....	29
7.3. Por que investir nesse novo foco?.....	29
7.4. Três novos programas.....	30
7.5. Educação por mais três anos.....	30
7.6. Programa de Voluntariado.....	30
8. Dia do Bem-Fazer 2016.....	32
8.1. O que é o Dia do Bem Fazer.....	32
8.2. Evolução da mobilização.....	32
8.3. Estrutura em 2016.....	33
8.4. Programação de 2016.....	33
8.5. Modelo de Atuação.....	34
8.6. Cases de sucesso dentro do programa.....	34
8.6.1. Instituto Camargo Corrêa, 2015 – Jaguaré/SP.....	34
8.6.1.1. Histórico do local.....	35
8.6.1.2. Objetivo.....	35
8.6.1.3. Ações voluntárias Dia do Bem Fazer.....	35
8.6.1.4. A continuidade pós-Dia do Bem Fazer.....	35
8.6.2. Instituto InteCement, 2015 – Cezarina/Goiás.....	37
8.6.2.1. Ficha técnica.....	37

9. e-Coaching (Mentoria)	38
9.1. Histórico.....	38
9.1.1. 2011 e 2012.....	38
9.1.2. 2014 e 2015.....	38
9.1.3. 2016.....	38
9.2. e-Crescimento.....	39
9.3. Uma relação onde todos ganham.....	39
9.4. Plataforma própria.....	39
9.5. O que aprendemos com nossas experiências.....	40
10. Estudar Vale a Pena	42
10.1. Alguns dados estruturais.....	43
10.2. Onde estão os jovens de 15 anos?.....	43
10.3. Consequências desse cenário.....	43
10.4. Conexão e conquistas.....	44
10.5. O Estudar Vale a Pena!.....	45
10.6. Porque agora?.....	45
10.7. Porque o voluntário?.....	46
10.8. Onde o projeto está?.....	46
10.9. Como acontece o Estudar Vale a Pena?.....	46
10.9.1. Formação continuada – conteúdos de apoio.....	47
10.10. O caminho do Estudar Vale a Pena.....	47
10.11. Estudar Vale a Pena em detalhes.....	48
10.11.1. Etapa 1.....	48
10.11.2. Etapa 2.....	49
10.11.3. Voluntários que participam do programa.....	50
11. O CIEDS	51
12. Ficha técnica	53

1. Introdução

Quando usamos a expressão “prata da casa”, estamos nos referindo àquilo que temos de melhor e mais precioso, inclusive das pessoas que para nós são muito significativas e que exercem um papel de grande importância num determinado grupo ou instituição.

Nesta ótica, os projetos de voluntariado empresarial ou estudos que embasam as atividades desenvolvidas pelas entidades associadas ao CBVE e, portanto pelas pessoas que representam estas entidades, é a Prata da Casa deste Conselho.

Promover o intercâmbio de experiências e práticas entre os associados é um dos objetivos desta rede e o projeto Prata da Casa visa tornar público os principais cases e estudos que foram compartilhados entre os associados no desenvolvimento das assembleias ocorridas em 2016.

É claro que há várias outras práticas excelentes, em voluntariado empresarial, desenvolvidas por este grupo e que, portanto este assunto não se esgota aqui, mas entendemos que a disseminação do conhecimento apresentada neste relato poderá servir de inspiração e fomento para a prática de voluntariado empresarial gerando assim valor compartilhado com as demais instituições por aí afora.

2. O que é o CBVE

Fundado em 2008 o CONSELHO BRASILEIRO DE VOLUNTARIADO EMPRESARIAL – CBVE é uma rede que reúne empresas, confederações, institutos e fundações empresariais. É independente, apartidário que, respeitando a diversidade, **dirige suas atividades para a promoção e o desenvolvimento do voluntariado empresarial.**

O CBVE tem por propósito ser uma rede de promoção e desenvolvimento do voluntariado empresarial, tanto dentro quanto fora do país, proporcionando um espaço de construção coletiva e diálogo para os seus associados. A promoção e o desenvolvimento do voluntariado empresarial se concretizam em quatro objetivos:

- a) Produzir e disseminar conhecimentos relacionados à temática;*
- b) Promover o intercâmbio de experiências e práticas entre os associados, incluindo aspectos gerenciais;*
- c) Fomentar a adoção de práticas de voluntariado no meio empresarial;*
- d) Atuar numa perspectiva de advocacy para a causa.*

3. Prata da Casa 2016

Ao longo do ano de 2016 e no desenvolvimento das atividades referentes às quatro assembleias realizadas como forma estrutural de espaço para integração e convívio dos associados à rede CBVE, retomou-se a prática do Prata da Casa; espaço este onde uma ou mais entidades são convidadas para apresentarem cases de interesse ao grupo e assim demonstrarem suas práticas de sucesso e lições aprendidas, como forma de compartilhar este valor com os demais e facilitar a caminhada dos que estão por desenvolver atividades semelhantes.

Os cases que a seguir serão apresentados exemplificam diferentes formas de ocorrência, modalidades e estratégias envolvidas nos programas de voluntariado empresarial praticados hoje no Brasil e considerados referências.

Na sequência apresentamos 7 cases de voluntariado empresarial, desenvolvidos por 7 instituições distintas. São elas:



Instituto C&A



.social

4. Programa Itaú Criança



Fundação Itaú Social

Apresentou este case: Anna Carolina Bruschetta

Mobilização Social

Voluntariado

O foco da Fundação Itaú Social em ações de promoção da educação segue os valores e compromissos do Itaú, que busca contribuir com o desafio de garantir educação de qualidade às crianças e jovens brasileiros atuando em parceria com as três esferas de governo, empresas e organizações não governamentais.

A Fundação Itaú Social compreende que o acesso à educação de qualidade não depende somente de conhecimento técnico e metodologias, mas do engajamento de toda a sociedade.

Programa de Voluntariado Itaú

O Programa Voluntários Itaú Unibanco integra as iniciativas de estímulo ao voluntariado promovidas pela Fundação Itaú Social e pelo Instituto Unibanco. Desde 2009, as oportunidades de atuação voluntária promovidas por essas instituições são disponibilizadas a todos os colaboradores Itaú Unibanco em um único programa, fazendo parte das ações de investimento social privado do Itaú Unibanco.

Você pode saber mais em <http://www.fundacaoitausocial.org.br>



Programa Itaú Criança

Mobilizar colaboradores, clientes e comunidade para atuarem a favor da educação de qualidade e do desenvolvimento integral de crianças e adolescentes, colocando a serviço dessa causa as competências e a capilaridade da rede Itaú. Nesse contexto acontece o programa Itaú Criança, que oferece oportunidades estruturadas de engajamento social com ações que contribuem para educação integral voltada a crianças e adolescentes.

4.1. Matriz da ação voluntária

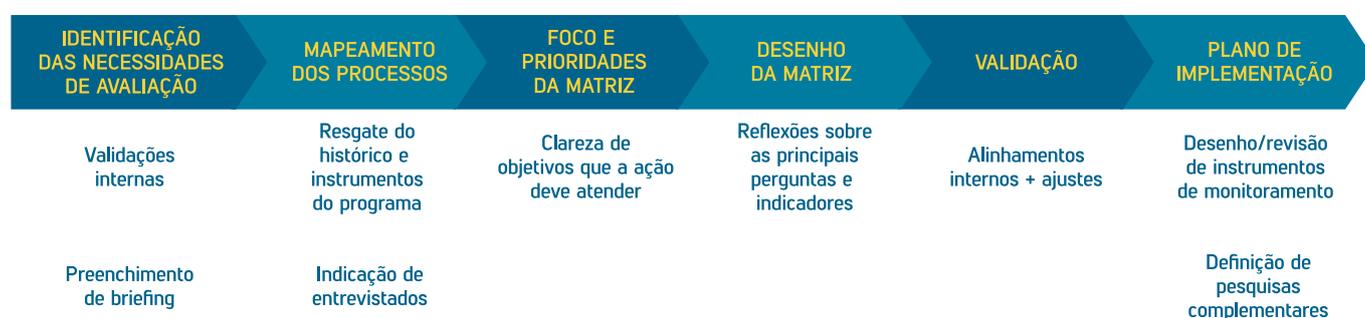
4.1.1. Por que a desenhamos?

Porque o Programa de Voluntariado encontrava-se em um momento de expansão da ação voluntária e se desejava ter um formato testado e consolidado. Além disso, a ação era considerada como modelar para área: formação + prática assessorada.

4.1.2. Para que?

Para Facilitar o processo de monitoramento e gestão da ação;
embasar análises de viabilidade para avaliação de impacto; e mensurar resultados.

4.1.3. Processo



A matriz é organizada a partir de três eixos principais, em forma de perguntas avaliativas:

- *Em que medida a Ação fortalece a prática de voluntariado?*
- *Em que medida a Ação promove e qualifica a prática de leitura em crianças, profissionais, organização e voluntário?*
- *Em que medida a atuação do comitê e das lideranças contribuem para a ampliação, fortalecimento e consolidação do voluntariado?*

Essas perguntas englobam dimensões referentes às áreas de investigação focadas para cada eixo.

Cada dimensão é composta por indicadores, que são explicitados e detalhados por meio de critérios de avaliação.

1. EM QUE MEDIDA A AÇÃO FORTALECE A PRÁTICA DE VOLUNTARIADO?	TIPO
Dimensão: Mobilização inicial de voluntários	
Mobilização Diversidade de perfis de voluntários	Monitoramento
Dimensão: Ações de multiplicação e continuidade da mobilização	
Mobilização por meio dos comitês locais Diversidade de perfis de voluntários mobilizados pelos comitês Continuidade de mobilização espontânea dos colaboradores Uso do portal pelos colaboradores para mobilização	Monitoramento/Resultado
Dimensão: Desenvolvimento de uma prática consciente de voluntariado	
Compreensão do voluntário sobre o sentido da sua atuação voluntária Compreensão do colaborador sobre seu papel como voluntário	Impacto
Dimensão: Fortalecimento do vínculo do colaborador voluntário com o banco	
Contribuição da ação voluntária para o desenvolvimento de competências profissionais Comprometimento com a cultura do banco	Impacto
Dimensão: Contribuição dos processos de comunicação, logística e formação para a mobilização	
Qualidade e relevância dos processos de divulgação e comunicação Qualidade e relevância do processo de logística Qualidade da formação	Processo

2. EM QUE MEDIDA A AÇÃO PROMOVE E QUALIFICA A PRÁTICA DE LEITURA EM CRIANÇAS, PROFISSIONAIS, ORGANIZAÇÃO E VOLUNTÁRIO?	TIPO
Dimensão: Desenvolvimento da prática de leitura em crianças atendidas pelas organizações	
Acesso a literatura para as crianças nas organizações Realização de atividades de leitura	Monitoramento
Dimensão: Desenvolvimento de uma prática de leitura do profissional/educador da organização	
Realização de leitura na sua prática profissional Prática de leitura pessoal	Resultado
Dimensão: Desenvolvimento de uma prática de leitura do voluntário	
Realização de mediação de leitura fora da organização	Resultado

3. EM QUE MEDIDA A ATUAÇÃO DO COMITÊ E DAS LIDERANÇAS CONTRIBUEM PARA A AMPLIAÇÃO, FORTALECIMENTO E CONSOLIDAÇÃO DO PROGRAMA?	TIPO
Dimensão: Desenvolvimento de comitês como representantes locais da Ação	
Compreensão dos membros sobre o papel e responsabilidades do comitê. Capacidade e atuação como mobilizador Capacidade e atuação como multiplicador de mediação de leitura Preparo para ser representante da FIS Capacidade e atuação no processo de gestão da Ação	Monitoramento
Dimensão: Desenvolvimento de lideranças do banco como mobilizadores	
Compreensão sobre seu papel como mobilizador da Ação Atuação como mobilizador Compreensão da liderança sobre o sentido da atuação voluntária Compreensão da liderança sobre seu papel como voluntário Atuação como voluntário	Monitoramento/Resultado

4.2. Plano de Implementação



RELEVÂNCIA + VIABILIDADE + UTILIDADE

4.3. Principais ganhos

- *Agilidade no monitoramento da ação;*
- *Facilidade para reportar resultados;*
- *Clareza sobre objetivos e alinhamento constante de foco;*
- *Apoio para avaliações complementares desmembrando em pesquisas quali e quanti; e*
- *Instrumentos úteis e de fácil aplicação e análise.*

4.4. Desdobramentos

- *Matriz única para área de Mobilização Social;*
- *Survey de voluntariado; e*
- *Avaliação de impacto.*

5. Estudo de avaliações de voluntariado corporativo e Oficinas de Avaliação Econômica de Projetos Sociais



Fundação Itaú Social

Apresentou este case: Maína Celidonio de Campos
PUC-Rio

O voluntariado empresarial pode ser entendido como um caso específico de ação voluntária e de forma geral, os estudos sobre ação voluntária procuram entender:

- *Por que as pessoas se tornam voluntários?* > **MOTIVAÇÃO**
- *Quais as características do voluntário?* > **PERFIL**
- *Como o voluntariado afeta a vida do praticante?* > **EFEITOS**

Logo se percebe que os resultados dos estudos de ação voluntária podem gerar insumos importantes para o desenho de avaliações de projetos de voluntariado empresarial.

5.1. Perfil do Voluntário

- *Pessoas com menores rendimentos do trabalho tem menor probabilidade de se voluntariar e, se são voluntários, dedicam menos tempo a atividade;*
- *Pessoas com maior renda e escolaridade tem maior propensão a se voluntariar;*

- *Entre as mulheres, a presença de crianças diminui a probabilidade da prática de ação voluntária.*

5.2. Efeitos da atividade para o voluntário

A prática regular de voluntariado aumenta o bem-estar do praticante e esse efeito cresce com a duração da prática;

Embora a ação voluntária e doação sejam substitutas, há mais satisfação pessoal em doar tempo do que dinheiro;

O voluntariado, especificamente como professores em escolas públicas dos EUA, aumenta a fé na educação e a tolerância racial.

5.3. Dimensões da Avaliação

Considera-se como dimensões da avaliação do voluntário: Funcionários Voluntários, Empresa, Funcionários não Voluntários, Instituições dos Projetos Sociais e Beneficiários dos Projetos Sociais, conforme apresentado na figura a seguir:



5.3.1. Resultados da Dimensão Funcionários Voluntários

Existe uma associação positiva entre realização da ação voluntária e:

- *Motivação e satisfação no trabalho;*
- *Identificação do funcionário com a empresa;*
- *Satisfação pessoal (família, saúde, amigos); e*
- *Auto percepção de felicidade.*

Além disto, voluntários acreditam que desenvolvem novas competências quando realizam atividades voluntárias e que a participação em atividades de ação voluntária corporativa influencia positivamente no engajamento em atividades voluntárias fora da corporação.

5.3.2. Resultados da Dimensão Empresa

- *A responsabilidade social corporativa é fator importante na escolha da empresa para se trabalhar, afetando a atratividade da empresa principalmente através da percepção dos candidatos sobre o ambiente e as relações com a comunidade;*
- *A prática do voluntariado corporativo tem efeito na boa percepção do consumidor sobre a imagem da empresa, refletindo na “lealdade afetiva” (satisfação do consumidor) e “lealdade cognitiva” (percepção de preço e qualidade);*

- *Se o empregado percebe que a empresa realiza programas de voluntariado para autopromoção, isso afeta negativamente a relação dele com a empresa e o desincentiva a participar;*
- *A autopromoção também atenua os efeitos positivos do voluntariado em relação à percepção do funcionário sobre a identidade pró-social da empresa e sua ligação/lealdade com a corporação.*



5.3.3. Resultados da Dimensão Funcionários não Voluntários

- *Funcionários não voluntários que trabalham com voluntários são mais propensos a se engajarem em projetos de voluntariado, empresarial ou não.*
- *A ação voluntária tem efeitos positivos sobre o capital social via três principais dimensões: formação de redes, confiança entre as pessoas e implementação de normas de cooperação.*



5.3.4. Resultados da Dimensão Instituições de Projetos Sociais e Beneficiários dos Projetos Sociais

NÃO EXISTEM AVALIAÇÕES

5.4. Referências de estudos que constam no survey de voluntariado

5.4.1. Basil et al. (2009)

O objetivo deste estudo é apurar a importância do voluntariado corporativo e seus padrões de implementação sendo sua amostra selecionada a partir de uma lista de empresas canadenses:

- 586 empresas de pequeno porte;
- 204 empresas de médio porte;
- 200 empresas de grande porte.

Cada uma destas empresas foi contatada por telefone e respondeu a um questionário com 35 questões sobre:

- *Orientação da empresa para a prática de voluntariado;*
- *Encorajamento da atividade voluntária;*
- *Benefícios da empresa oriundos da atividade de voluntariado corporativo, e outros comportamentos filantrópicos; e*
- *Programas de voluntariado desenvolvidos.*

5.4.1.1. Resultados



- *As empresas prestam suporte ao voluntariado de forma “passiva”: por exemplo, permitem que os funcionários tirem folga sem remuneração e reajustando seus horários de trabalho;*
- *Mas, mesmo tais esforços “passivos” geram benefício moral*

aos empregados, contribuindo para o valor das empresas;

- *As empresas entendem que o apoio ao voluntariado corporativo contribui para a melhoria da percepção da imagem institucional; e*
- *Os programas de voluntariado existentes não são, em geral, avaliados ou acompanhados.*

5.4.2. Clary et al. (1998)

- *Os autores desenvolvem um questionário para entender as motivações do trabalho voluntário: "Volunteer Functions Inventory";*
- *O questionário distingue 6 grupos de motivação: valores, compreensão, carreira, social, proteção e aprimoramento;*
- *A ferramenta pode ser usada para analisar as motivações dos potenciais voluntários e também ajudar na seleção do tipo de voluntário adequado para cada ação específica.*

5.5. Conclusões

- *Impactos positivos:*
 - *Para os voluntários: bem-estar, felicidade, engajamento;*
 - *Para os funcionários não voluntários: melhor ambiente na empresa (cooperação, confiança, solidariedade) e engajamento;*
 - *Para a empresa: atratividade, imagem, percepção dos consumidores.*
- *Nenhuma avaliação volta seu olhar para os beneficiários dos programas e respectivas instituições;*
- *Necessidade de avaliações objetivas e quantitativas!*

6. Programa Força Voluntária



Itaipu Binacional

Apresentou este case: Lilian Paparella

Gestora do Força Voluntária – Programa de Voluntariado Empresarial
Assessoria de Responsabilidade Social

A apresentação deste case ocorreu dentro do marco de comemorações de 10 anos do Programa de Voluntariado Empresarial da Itaipu Binacional e o seu relato de avanços na gestão do seu voluntariado. Tal programa se ergue sobre três marcos:

- *2003: o tema surge durante o II Fórum de Responsabilidade Social;*
- *2004: é realizada a pesquisa sobre Voluntariado com os empregados. Então ocorre a construção do formato do Programa, com apoio do Centro de Ação Voluntária (CAV) e ocorrem seminários de sensibilização para o tema;*
- *2005: ocorre o lançamento do Programa, seguido da realização de ações pontuais de sensibilização e voluntários se organizam em dois núcleos (Foz do Iguaçu e Curitiba), com atuação independente.*



O foco das atividades sempre foi o “voluntariado transformador”, considerando o conceito de que:

“A ação transformadora é focada na prevenção das causas e na inovação no tratamento dos problemas sociais”.

Centro de Ação Voluntária de Curitiba

6.1. Planejamento do programa

Como forma de planejamento foi considerado:

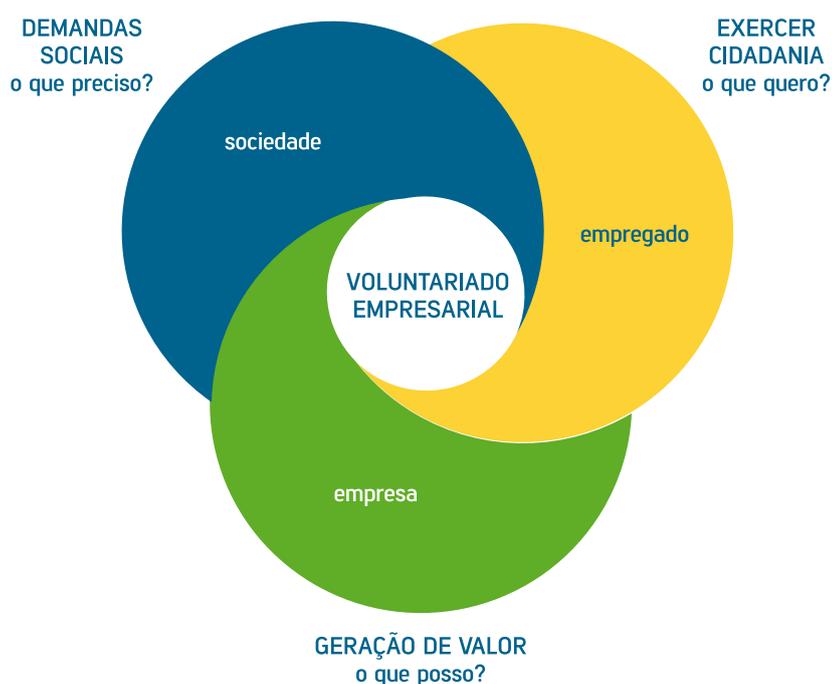
- *O benefício à sociedade;*
- *A prática de cidadania;*
- *O autodesenvolvimento e humanização; e*
- *A contribuição social.*

Tudo isto considerando a capacitação dos voluntários, campanhas de conscientização e ações voluntárias.

6.2. Estrutura

O programa considera a sua estruturação por núcleos de trabalho tendo estes:

- *Gestão participativa: desde 2010 os integrantes estão organizados em GTs e são responsáveis pelo planejamento estratégico das atividades;*
- *Reuniões bimestrais para acompanhamento e decisões; e*
- *34 colaboradores integram os Núcleos nas duas cidades.*

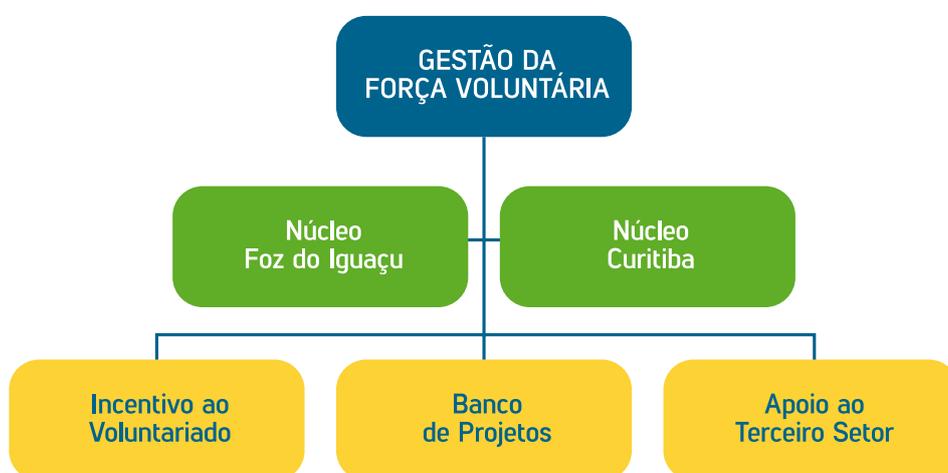


6.3. 2007

Novo marco para o Programa.

- *Ampliação das opções de atuação voluntária e do número de voluntários;*

- Programa estruturado em três ações:
 - Incentivo ao Voluntariado;
 - Banco de Projetos; e
 - Apoio ao Terceiro Setor
- Foi estruturado como um Programa dentro do Planejamento Empresarial.



6.4. 2010

Mudanças no Banco de Projetos.

- Ocorre a ampliação do valor do aporte concedido para cada projeto aprovado, passando de R\$ 5 mil para R\$ 10 mil; e
- Melhorias nos processos => Exemplo: critérios de sustentabilidade para aprovação das propostas apresentadas.

6.5. Indicadores específicos e mensuração de impactos das atividades voluntárias

Nos anos de 2012, 2013 e 2014, mudanças significativas são incorporadas a nível de indicadores:

6.5.1. 2012

É detectada a necessidade de criação de indicadores específicos para o voluntariado empresarial.

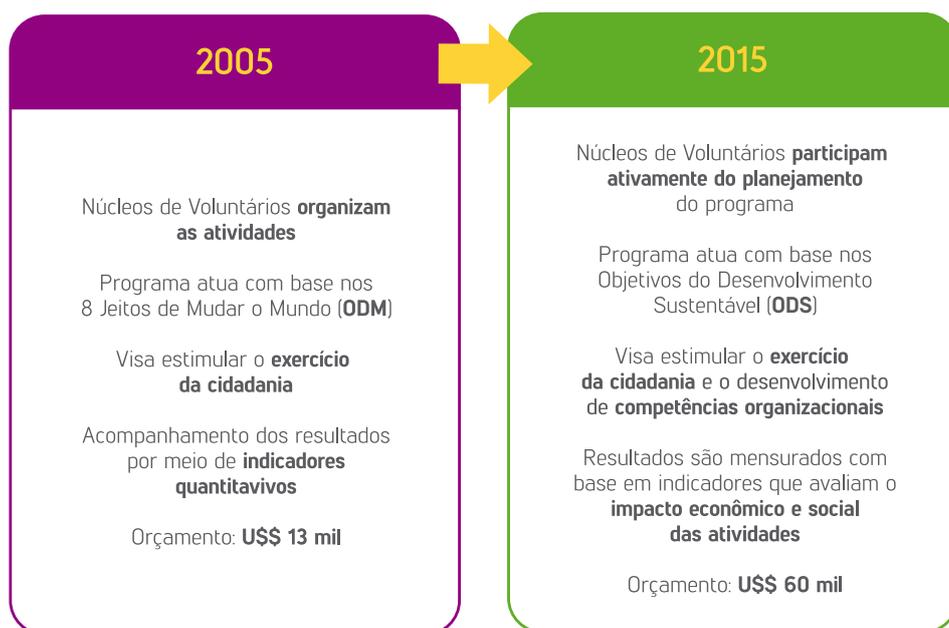
6.5.2. 2013

É elaborada a “Matriz de Indicadores para o Voluntariado Empresarial” com apoio de consultoria especializada que permite avaliar o programa de voluntariado empresarial da Itaipu, auxiliando na gestão e na avaliação dos impactos do programa.

6.5.3. 2014

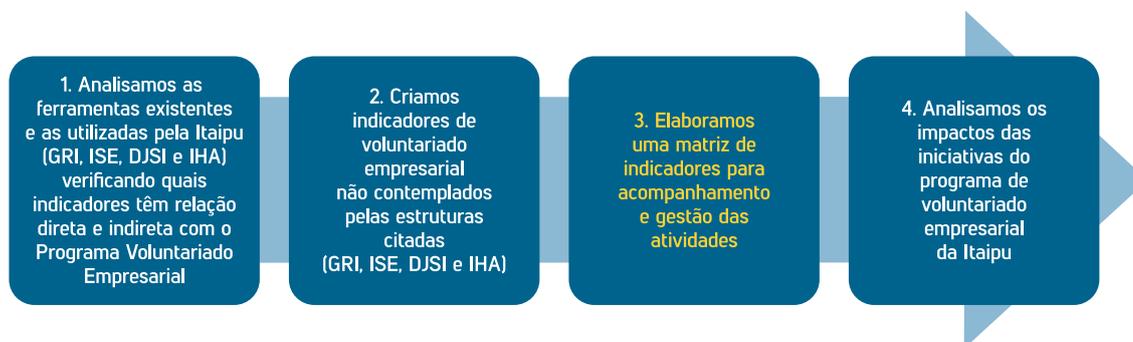
É aplicada a Matriz no Força Voluntária.

6.5.4. Evolução do Força Voluntária em 10 anos

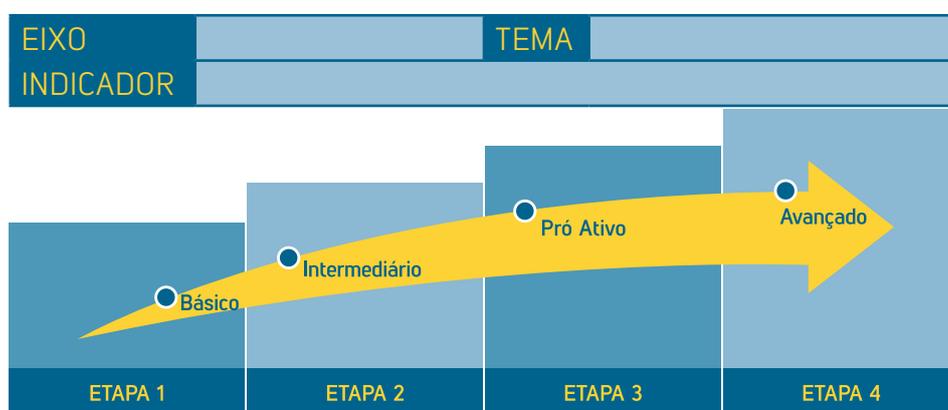


6.5.5. Matriz de Indicadores para o Voluntariado Empresarial

O Objetivo da Matriz de Indicadores para o Voluntariado Empresarial da Itaipu foi o de desenvolver e aplicar uma matriz de indicadores que permitisse avaliar o programa de voluntariado empresarial da empresa, auxiliando na gestão e na avaliação dos impactos do programa.



6.5.6. Planilha de composição dos indicadores de voluntariado empresarial



6.5.7. Exemplo – Gestão estratégica – Tema: Engajamento de públicos

QUANTO A POLÍTICA DE ENGAJAMENTO PARA MOBILIZAÇÃO DOS EMPREGADOS, A EMPRESA:			
<p>O engajamento é realizado em atendimento as demandas pontuais. Não existem políticas formais ou estruturas implantadas que o viabilizem.</p>	<p>Implantar a política básica que reflita seu apoio às atividades de voluntariado de seus empregados, essas normas não contam com processo de ampla divulgação.</p>	<p>Possui política bem desenvolvida e divulgada internamente que incentiva e apoia as atividades voluntárias, inclusive cedendo horas de trabalho recursos materiais e financeiros as organizações beneficiárias e as atividades promovidas pelo programa.</p>	<p>Diretores, gerentes e empregados estão formalmente envolvidos no planejamento, implantação e avaliação do programa de voluntariado através de GTs ou Comitês Internos já estabelecidos e apoiados pela empresa com responsabilidades definidas e reconhecidas.</p>
Estágio: 1	Estágio: 2	Estágio: 3	Estágio: 4

6.5.8. Eixos de atuação e temas da Matriz por eixos



GESTÃO ESTRATÉGICA

Engajamento do público interno
Público interno
Objetivos estratégicos
Gestão participativa
Participação em redes de voluntariado
Competências organizacionais

IMPACTO SOCIAL

Diagnóstico
Público-alvo
Instituições sociais
Parcerias
Gerenciamento dos limites da atuação

COMUNICAÇÃO

Gestão de críticas
Comunicação com públicos de interesse
Comunicação interna
Gestão da informação
Política de identidade visual

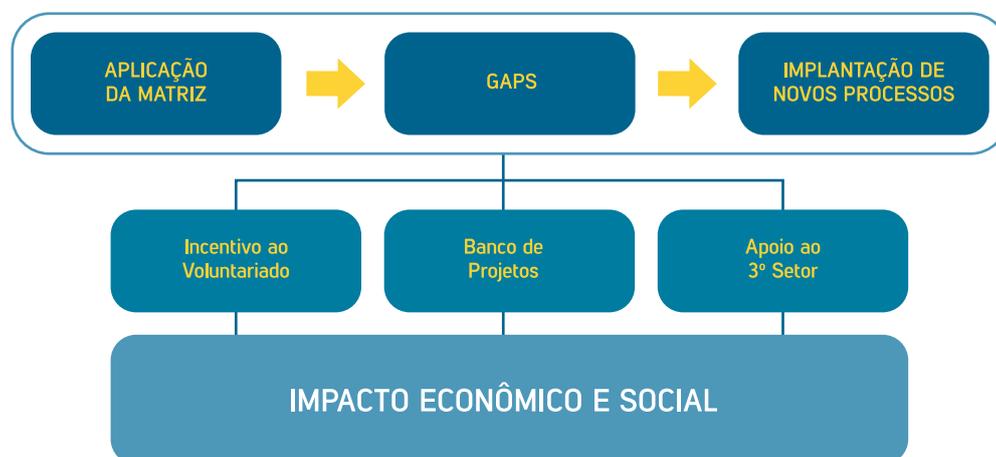
ASPECTOS LEGAIS

Relações com empregados voluntários
Relações com organizações parceiras

IMPACTO ECONÔMICO

Orçamento
Geração de riqueza

6.5.9. Processo de avaliação e melhoria



6.5.10. Avanços implementados a partir da aplicação da matriz

Entre os diversos avanços conquistados com a aplicação da Matriz, destacamos:

- Melhorias nos processos e critérios do Banco de Projetos, Gincana, entre outras atividades com foco na valorização e estímulo do voluntariado transformador;
- Mensuração e monitoramento dos resultados das atividades voluntárias com indicadores específicos; e
- Capacitação para aprimoramento de gestão de instituições do Terceiro Setor de Foz do Iguaçu.

7. Mobilização de Voluntários tendo por base reposicionamento de foco da empresa

Instituto C&A

Instituto C&A

Apresentou este case: Daniela Pavan

Gerente

Fortalecimento de Comunidades

Para contar este case é importante falar dos 25 anos de conquistas do Instituto C&A e seus números de destaque e linha histórica:

- *Mais de 1.000.000 de crianças e adolescentes impactados;*
- *US\$ 130 milhões investidos;*
- *Mais de 1.500 projetos sociais apoiados; e*
- *Cerca de 3.500 voluntários ativos.*





Portanto agora, o Instituto vive um novo momento.

A partir de 2016, a organização se integrou à C&A Foundation, organização com sede na Suíça e que coordena o investimento social de todos os institutos e fundações que levam o nome da C&A no mundo.

Por acreditar que a moda pode ser uma força para o bem comum, atua na promoção de uma indústria da moda mais justa e sustentável no mundo, que beneficie o meio ambiente, os trabalhadores desse setor e suas famílias. Diante disso, suas ações são focadas em três programas: Incentivo ao Algodão Sustentável, Melhores Condições de Trabalho e Combate ao Trabalho Forçado e Trabalho Infantil. Além disso, trabalha o engajamento como um tema transversal aos demais e que busca mobilizar os funcionários da C&A e a sociedade para a mudança.

O Instituto C&A tem a mesma origem, os mesmos valores e mesma visão sobre sustentabilidade que a C&A. E trabalham juntos para encontrar as melhores formas de conduzir a mudança.

Graças a essa parceria, possuem acesso a informações sobre o mercado de algodão que nos auxiliam no trabalho de apoio a agricultores para aumento da produção sustentável da fibra. Também oferecerem aos seus parceiros a chance de testar suas iniciativas com a cadeia de fornecimento da C&A. Além disso, temos o potencial de contar com embaixadores em comunidades locais.



7.1. Transição para uma marca global

Considerando todo este processo de transição era necessária também a transição para uma marca global:



7.2. Desafios da indústria da moda

Há uma preocupação e desafio importante neste segmento porque por trás das roupas que são comercializadas, pode haver diferentes violações de direitos humanos e impactos ambientais, tais como:

- *Condições de trabalho degradantes e jornadas exaustivas;*
- *Trabalho forçado ou análogo ao de escravo; e*
- *Trabalho infantil*

7.3. Por que investir nesse novo foco?

Preocupado com estes desafios e acreditando que a mudança é possível e que juntos somos mais fortes, o Instituto considerou que:

- *Uma organização sozinha não é capaz de transformar o setor;*
- *É preciso atuar de forma integrada; e*
- *É preciso direcionar o conhecimento e a história do investimento social privado da C&A, e todo seu conhecimento acumulado, para essa nova causa.*

7.4. Três novos programas

Resultado desta reflexão e novo direcionamento surgem quatro novos programas:

- *Combate ao Trabalho Forçado;*
- *Melhores Condições de Trabalho e Trabalho Infantil;*
- *Incentivo ao Algodão Sustentável, e*
- *Fortalecimento de comunidades*

7.5. Educação por mais três anos

Sabemos que a educação é a base para o exercício da cidadania. Por isso, promovemos ações para que todas as crianças e adolescentes do Brasil tenham acesso a uma educação pública de qualidade. Fazemos isso apoiando projetos que promovam efetivas transformações sociais. Também buscamos fortalecer organizações sociais e redes, além de engajar diferentes públicos para que influenciem o debate sobre políticas públicas. Nosso trabalho com educação seguirá até 2018, tendo como foco o fortalecimento dos atuais parceiros e agendas, para que as transformações nessa área sejam sustentáveis.

7.6. Programa de Voluntariado

Junto com a C&A, promovemos o programa Voluntariado que apoia organizações sociais locais.

Acreditamos que o apoio e o engajamento dos funcionários da C&A, quando doam seu tempo e talento, possam multiplicar nossos esforços nas comunidades em que trabalhamos.

Entendemos que a participação social é um direito de todos. Por isso, há 25 anos promovemos o programa de Voluntariado. Com

ações orientadas por atividades de formação, os voluntários levam a educação para a sustentabilidade a crianças de até 6 anos de idade. Ao todo, mais de 100 organizações sociais são beneficiadas por cerca de 3,5 mil voluntários no Brasil.

Mas ainda que tenha havido todas estas atualizações, compreendeu-se que as crianças continuam sendo a prioridade do programa de voluntariado do Instituto C&A, considerando:

- *Mesma estratégia: trabalho com crianças e adolescentes;*
- *Mesmas instituições apoiadas: a serem escolhidas por cada loja;*
- *Novo Tema: Educação para sustentabilidade; e*
- *Programa passa a fazer parte da estratégia de Fortalecimento Institucional*



Enquanto os funcionários do escritório central, por meio de suas habilidades e conhecimentos específicos na indústria da moda, são convidados a serem voluntários e somar esforços com organizações e indivíduos que atuam na moda e assim como nós acreditam em uma indústria da moda mais justa e sustentável.

8. Dia do Bem-Fazer 2016

.social



.Social, InterCement, Instituto Carmago Corrêa

Apresentaram este case: Bianca Kapsevicius, Bruno Fioravante e Flávio Seixas

8.1. O que é o Dia do Bem Fazer

É uma iniciativa de solidariedade e cidadania que estimula o trabalho voluntário de diversas pessoas ligadas a empresas, institutos e organizações da sociedade civil, em prol do desenvolvimento comunitário. Essa grande mobilização inspira múltiplos objetivos:

- *Celebração de ações voluntárias;*
- *Articulação entre setor público, privado e sociedade civil;*
- *Identificação de talentos nas empresas e nas comunidades; e*
- *Promoção do relacionamento de empresas e de seus profissionais com as comunidades.*

8.2. Evolução da mobilização



São 8 anos que somam:



1.400
AÇÕES



6.800
PARCEIROS

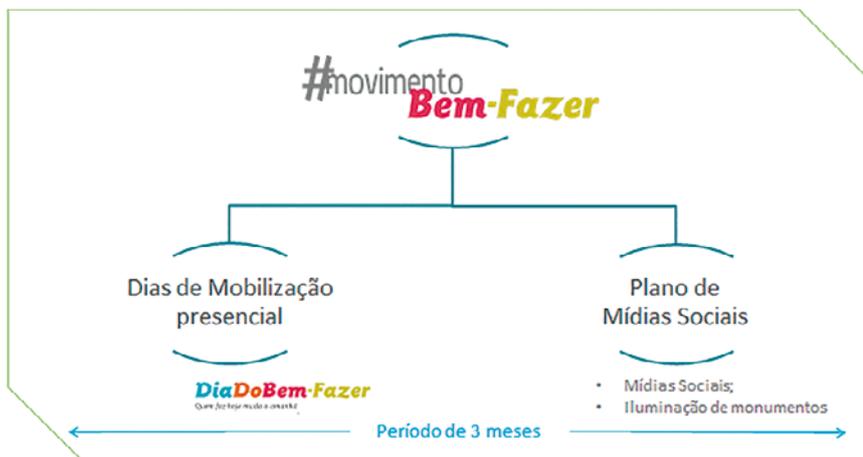


110.000
VOLUNTÁRIOS



675.000
BENEFICIADOS

8.3. Estrutura em 2016



8.4. Programação de 2016

Em 2016 foram 15 participantes:

- Camargo Corrêa Desenvolvimento Imobiliário
- Camargo Corrêa S.A.
- Centro de Soluções Compartilhadas
- CPFL Energia
- Construtora Camargo Corrêa
- Estaleiro Atlântico Sul
- Fundación Loma Negra
- HM Engenharia
- Instituto Camargo Corrêa
- InterCement
- Instituto InterCement
- Jones Lang LaSalle
- Morro Vermelho Taxi Aéreo
- Participações Morro Vermelho
- Santista S.A.





8.5. Modelo de Atuação



8.6. Cases de sucesso dentro do programa

8.6.1. Instituto Camargo Corrêa, 2015 – Jaguaré/SP

Realizado na Vila Nova Jaguaré, localizado na Zona Oeste da cidade de São Paulo, com uma população de aproximadamente 42 mil habitantes.

8.6.1.1. Histórico do local

A praça foi construída para o antigo projeto municipal de Telecentro, que atualmente está desativado. Antes do Dia do Bem Fazer o local era ocupado como estacionamento e para construção de moradias irregulares. Os moradores tentaram reintegrar o espaço através do desenvolvimento de aulas de luta, grafite, teatro e demais oficinas artísticas.

8.6.1.2. Objetivo

Transformar o espaço em um ambiente de convivência entre os moradores, que se torne o cartão postal do bairro e também promova a conscientização e educação ambiental.

8.6.1.3. Ações voluntárias Dia do Bem Fazer

As principais ações voluntárias desenvolvidas foram:

- *Revitalização da praça pública; e*
- *Terraplanagem e instalação de área de lazer para crianças;*

Além disto, foram realizadas Oficinas de:

- *Grafitagem, decoração de mobiliário, tranças de cabelo, jardim de pneus, plantio de grama, construção de brinquedos, confecção de pipas, produção de instrumentos musicais e eco bijuterias.*

8.6.1.4. A continuidade pós-Dia do Bem Fazer

Após a ação do Dia do Bem-Fazer, houve o sentimento que poderíamos contribuir ainda mais com a comunidade e tornar as ações do Dia do Bem Fazer mais sustentáveis.

Por meio do Instituto Camargo Corrêa foi elaborado um projeto estruturante, denominado “Muda Jaguaré”.

Objetivo: Aumentar o protagonismo dos moradores da Vila Nova Jaguaré, fornecendo apoio na utilização do espaço público através da constituição de uma organização comunitária que esteja, ao final do projeto, apta a administrar seus bens, serviços e recursos financeiros coletivos.

O projeto é desenvolvido em quatro frentes:



8.6.2. Instituto InteCement, 2015 – Cezarina/Goiás

Cezarina é um município de Goiás, localizado a aproximadamente 65 km de Goiânia. Possui 8119 habitantes.

8.6.2.1. Ficha técnica

Tema: Criação de um Centro de Lazer em frente à escola Municipal JK. Nesse espaço foi construído um parque de pneus, uma pista de skate, uma quadra de areia para jogos de futebol e vôlei, implantação de cestos de coleta de lixo e plantação de árvores para arborização.

Investimento financeiro do Instituto: R\$ 8.800,00

Contrapartidas econômicas mobilizadas: R\$ 49.000,00 (doação de materiais e mão de obra)

Total de voluntários: 400 (170 funcionários, 50 terceiros, 180 amigos, parentes e comunidade)

Total de parceiros envolvidos: 40 (fornecedores e microempresas locais)
Planejamento: foram cerca de 15 atividades de planejamento envolvendo 25 voluntários.

Período de desenvolvimento: 29.07.2015 até 23.08.2015 (período das atividades)

Principais resultados: Prefeitura fez a doação do terreno e se responsabilizou pela manutenção. No dia do evento líderes comunitários fizeram um pacto pela conservação do espaço.



9. e-Coaching (Mentoria)



Instituto InterCement

Ponto Social

Apresentou este case: Bianca Kapsevicius, João Paulo Campos

9.1. Histórico

9.1.1. 2011 e 2012

O Projeto de mentoria virtual é realizado em Recife – PE, em parceria com a Fundação Nike, onde voluntários e jovens conversavam sobre anseios vocacionais e profissionais, durante um período de quatro meses.

9.1.2. 2014 e 2015

Com o desafio de pensar em quais seriam os dilemas da juventude de São Paulo-SP, nasceu o Programa de Mentoria On-Line, realizado em parceria com a Agenda Pública e as ONGs Arrastão e Projeto Casulo, que conectou jovens e voluntários das áreas corporativas das empresas do grupo Camargo Corrêa por dois anos consecutivos.

9.1.3. 2016

A partir das experiências anteriores e com a intenção de expandir para outras geografias, o Ponto Social desenvolveu uma ferramenta própria para a mentoria online. Durante este ano (2016), o modelo foi testado em Lisboa – Portugal, e em São Paulo-SP.

9.2. e-Crescimento

 <ul style="list-style-type: none"> • Instituição: Projeto Casulo – São Paulo-SP • Público: 34 jovens • Faixa etária: entre 14 e 17 anos • Mentores: 30 voluntários • Período: manhã e tarde • Duração: 4 meses • Encontros Presenciais: 2 (3 horas cada) • Encontros virtuais: 15 (1 hora por semana) 	 <ul style="list-style-type: none"> • Instituição: Santa Casa de Misericórdia de Lisboa • Público: 14 jovens • Faixa etária: entre 15 e 25 anos • Mentores: 14 voluntários • Período: mentores e jovens definem datas e horários de interação. • Duração: 4 meses • Encontros Presenciais: 3 (3 horas cada) • Encontros virtuais: 21 (Tempo indeterminado)
---	---

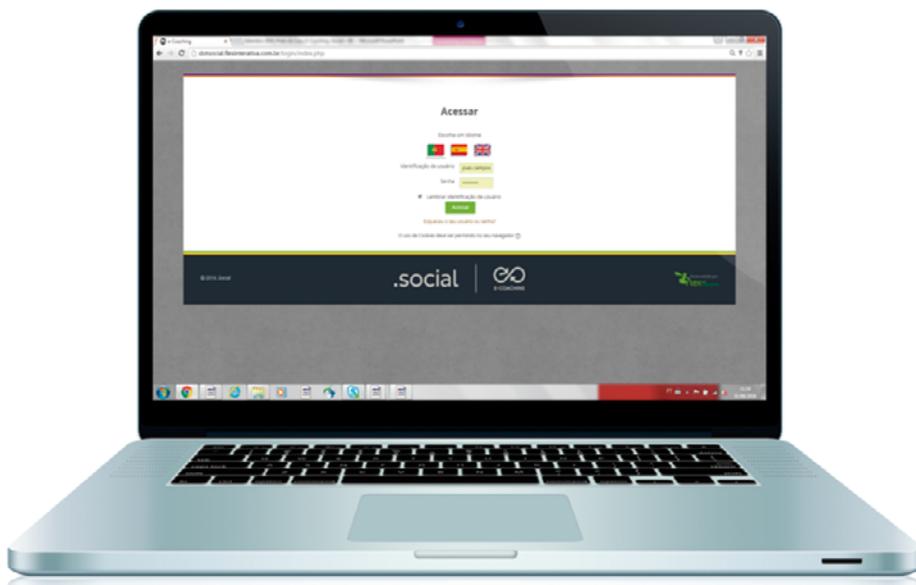
9.3. Uma relação onde todos ganham

O jovem <ul style="list-style-type: none"> • Auxilia no autoconhecimento e na descoberta de habilidades; • Amplia e diversifica suas redes de interação social; • Amplia os horizontes profissionais e de vida pela conscientização de seus direitos e de oportunidades disponíveis. 	O voluntário <ul style="list-style-type: none"> • Desenvolve novas competências, talentos e habilidades; • Contribui para o desenvolvimento da comunidade em que vive; • Amplia o entendimento sobre as problemáticas sociais.
A organização social <ul style="list-style-type: none"> • Amplia suas oportunidades de contato e relacionamento com empresas e institutos empresariais; • Amplia e aprimora o seu atendimento à comunidade; • Contribui com o desenvolvimento institucional; • Dá maior visibilidade ao trabalho da organização entre formadores de opinião e tomadores de decisão. 	A empresa <ul style="list-style-type: none"> • Fortalece a imagem institucional e o orgulho de pertencer; • Oferece aos profissionais das áreas corporativas a oportunidade de serem voluntários regulares; • Aproxima a empresa da comunidade; • Custo baixo de implementação;

9.4. Plataforma própria

Entendemos que um diferencial importante para garantir a qualidade e o controle necessário é possuir uma plataforma específica para esta

atividade, seja ela própria ou adquirida. No caso deste case optou-se pela elaboração de uma plataforma própria de acordo com as necessidades específicas do programa.



9.5. O que aprendemos com nossas experiências

- *Estabelecer dia e horário para as interações;*
- *Oferecer aos participantes conteúdos que direcionem claramente os objetivos e resultados esperados em cada sessão;*
- *Ter o envolvimento e participação da liderança;*
- *Analisar os registros das interações;*
- *Orientar regularmente e disponibilizar canal de comunicação eficiente com participantes;*
- *Realizar pesquisa de satisfação antes, durante e depois do projeto;*

- *Estabelecer acordos claros com os voluntários sobre o nível de comprometimento necessário para a iniciativa;*
- *Inscrever apenas alunos que também sejam participantes de outro(s) projeto(s) da organização social parceira.*

10. Estudar Vale a Pena



Instituto Unibanco

Apresentado por: Fabiana Mussato

Gerência de Implementação de Projetos

Coordenação de Participação e Mobilização Social



*“o que faz andar a estrada?
É o sonho
É para isso que servem os caminhos:
Para nos fazerem parentes do futuro.”
Mia Couto*

Antes da apresentação sobre o Estudar Vale a Pena é importante falar do que importa para o programa: jovens, voluntariado, participação social, escola pública, Ensino Médio, escolhas, caminhos, diversidade, conexão, histórias e trajetórias.

Todos os dias, cada indivíduo segue a sua trajetória construindo perspectivas de vida. É assim para todo mundo. Cada pessoa, a seu modo e a seu tempo, está empreendendo uma jornada singular. E o ponto de chegada parece ser comum a todos: conquistas.

Contudo, no cenário atual da educação brasileira, é possível observar muitos jovens estudantes de escolas públicas perdendo perspectivas de futuro. Consequentemente seus objetivos e potenciais ficam mais distantes de realizar – suas conquistas se tornam frágeis.

10.1. Alguns dados estruturais

- *O jovem está deixando o Ensino Médio sem concluir os estudos;*
- *1,3 milhão de jovens de 15 a 17 anos estão fora da escola (PNAD 2014);*
- *Aumentou de 7% para 13% os que ingressaram no Ensino Médio e não concluíram (PNAD, 2014);*
- *Estar trabalhando ou procurando emprego e gravidez na adolescência são os principais motivos de abandono; e*
- *Quase a totalidade dos alunos permanece estudando até os 14 anos de idade. A partir dos 15, a proporção dos evadidos aumenta até chegar a 19% aos 17 anos.*

10.2. Onde estão os jovens de 15 anos?

De acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) e com relação aos jovens de 15 anos:

- *7,5% estão fora da escola;*
- *44,9% frequentam a 2ª etapa do Ensino Fundamental (5º ao 9º ano); e*
- *50,9% frequentam o Ensino Médio.*

10.3. Consequências desse cenário

Tais índices trazem outros dados com relação às consequências destas realidades, muito preocupantes:

- *40% dos jovens entre 18 e 29 anos não possuem o Ensino Médio completo; e*
- *17% dos jovens na faixa etária de 18 a 20 anos ainda frequentam o Ensino Médio regular.*

Um dos impactos desse cenário tem efeito direto no mercado de trabalho, que cada vez mais tem prejuízos com uma mão de obra pouco qualificada e com reduzida capacidade criativa e de inovação.

Apesar disso, o Instituto Unibanco acredita que esse não precisa ser o fim da história.

10.4. Conexão e conquistas

Quando um jovem tem a oportunidade de se encontrar com novas referências, suas perspectivas de se reconectar com seus sonhos e com melhores possibilidades para o seu futuro são potencializadas.



“Eu lembro de uma coisa que o voluntário falou sobre quando ele era motoboy. Se ele foi motoboy e trabalhou para pagar a faculdade dele, por que eu não posso trabalhar e juntar dinheiro para fazer uma faculdade?”

Estudante da Escola Estadual Ataliba de Oliveira

Nessa relação há uma troca poderosa entre os jovens e os voluntários que compartilham suas histórias de vida. E o conhecimento de diferentes trajetórias podem gerar novas perspectivas de futuro para esses jovens

Conexão, perspectivas, novas referências, histórias e sonhos são proposições que conduzem essa relação.

“Nos ajudam a formar ideias sobre o futuro.”

Estudante da escola Heróis da FEB

E a ação voluntária Estudar Vale a Pena é o convite onde este encontro acontece.

10.5. O Estudar Vale a Pena!

É um programa que promove a interação entre voluntários e jovens do Ensino Médio público para disseminar o valor do estudo e da participação social.

Para os voluntários é uma oportunidade de compartilhar suas histórias de vida com os jovens colocando suas conquistas educacionais como base em sua trajetória. Como o estudo foi marcante em sua biografia? O que ele possibilitou na sua vida? Quais portas abriram? A partir dessas perguntas a expectativa é que os jovens se inspirem e repensem o valor da educação em suas próprias trajetórias.

Ao ter acesso às histórias de vida reais, os estudantes podem perceber que é possível e importante concluir o Ensino Médio e dar continuidade aos estudos, seja no Ensino Superior ou em outras oportunidades educacionais e profissionais que façam sentido aos seus sonhos e projetos de vida.

10.6. Porque agora?

Este é o momento em que se pode agir e colaborar para que o jovem reflita sobre o que quer para sua vida e pense em caminhos possíveis para suas conquistas.

- *Agora é possível criar oportunidades para o jovem refletir sobre essa importante fase do desenvolvimento escolar;*
- *O contato com os voluntários amplia o conhecimento dos jovens e traz inspiração a partir de outras experiências de vida;*
- *A escola possibilita aos estudantes o contato com outras referências;*
- *A escola se abre à comunidade para desenvolver novos projetos que alimentam o ensino regular.*

10.7. Porque o voluntário?

- *A história de cada um traz elementos que importam e servem de novas referências aos jovens;*
- *A participação social aumenta a capacidade crítica de entender os desafios que temos na Educação e fortalece o posicionamento cidadão (co-responsabilização).*

10.8. Onde o projeto está?

- *O Estudar Vale a Pena ocorre nos Estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Espírito Santo, Goiás e Ceará.*

10.9. Como acontece o Estudar Vale a Pena?

O programa é desenvolvido em parceria com Secretarias Estaduais de Educação, por colaboradores do Itaú Unibanco, seus convidados e colaboradores da Secretaria de Educação do Ceará (Seduc-CE), que passam por uma formação prévia e recebem material de apoio para atuarem no período noturno em escolas públicas de Ensino Médio. No caso do programa desenvolvido por colaboradores da Seduc-CE, o período de atuação nas escolas varia para cada região.

No Rio de Janeiro o programa é desenvolvido por estagiários de Pedagogia e faz parte do projeto *Entre Jovens* do Instituto Unibanco.

10.9.1. Formação continuada – conteúdos de apoio

Capacitação	Ciclos de Conversa	Encontro de encerramento
<ul style="list-style-type: none"> Dados educacionais Perfil dos jovens Perfil das escolas Como atuar <p>(3 horas)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Diálogos sobre um tema relacionado ao Estudar Vale a Pena (juventudes, Ensino Médio, Participação social) <p>(1 hora)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Encontro temático <p>(4 horas)</p>

Esta formação visa:

- Favorecer o entendimento sobre temas educacionais (cenários, jovens, escola pública, diversidade); e*
- Ampliar o senso crítico do voluntário.*

10.10. O caminho do Estudar Vale a Pena



Em sala de aula, os voluntários compartilham suas trajetórias de vida com os jovens, motivando-os a ampliar seus horizontes e a refletir sobre projetos de vida.

Por meio de dinâmicas, jogos e trocas de experiências os voluntários estimulam a reflexão dos jovens sobre a relação entre suas decisões de hoje e as consequências futuras, a importância de concluir os estudos e o impacto em suas vidas em relação à empregabilidade e mercado de trabalho.



10.11. Estudar Vale a Pena em detalhes

10.11.1. Etapa 1

Como acontece esta etapa do EVP?



Nesta Etapa o programa acontece em escolas públicas de Ensino Médio no período noturno, com 1 noite de formação e 2 noites de atuação nas escolas. A participação dos voluntários em sala de aula acontece em trios. No Estado de São Paulo o Instituto Unibanco oferece transporte aos voluntários.

Com relação a conteúdos, eles se diferenciam no 1º e 2º encontro, conforme esquema a seguir:

1º ENCONTRO	2º ENCONTRO
<p>Conteúdos A valorização da educação e da conclusão do Ensino Médio e a reflexão sobre escolhas e consequências.</p> <p>Objetivos Aumentar a percepção de que maiores níveis de escolaridade representam ampliação das oportunidades de escolha, além de melhores chances de realização profissional, com ganhos pessoais e financeiros mais significativos.</p>	<p>Conteúdos Reconhecimento do êxito como resultado do esforço e do compromisso e o exercício de olhar para o futuro e projetar caminhos possíveis.</p> <p>Objetivos Incentivar que sejam capazes de relacionar o triunfo à afirmação dos próprios talentos, qualidades e desejos de futuro.</p>

Participam desta Etapa:

- *Jovens do Ensino Médio público em sua maioria entre 15 e 19 anos; e*
- *Colaboradores e seus convidados (SP, CE, GO e ES).*

10.11.2. Etapa 2

Como acontece esta etapa do EVP?



Nesta Etapa o programa acontece em escolas públicas de Ensino Médio no período noturno, com 1 noite de formação e 3 noites de atuação nas escolas. A participação dos voluntários em sala de aula acontece em trios. No momento, a Etapa 2 é desenvolvida apenas em São Paulo.

Com relação a conteúdos, eles se diferenciam em todos os encontros, conforme esquema a seguir:

1º ENCONTRO	2º ENCONTRO	3º ENCONTRO
A atividade busca evidenciar a impossibilidade do controle sobre “todas as coisas” , trazendo exemplos de situações em que oportunidade, acaso e iniciativa se sobrepõem, já apontando a resiliência como um elemento central.	Momento de compreender que as trajetórias individuais são construídas de múltiplas formas , misturando oportunidades, acasos, iniciativas, além da conquista de apoios para a sua história de vida.	Não basta estimular a ampliação das perspectivas e horizontes. É preciso também exercitar o ato de planejar de forma cotidiana. Esse encontro possibilita ao jovem o acesso a uma ferramenta de planejamento que o inspire a organizar seus desejos .

Participam desta etapa:

- *Jovens do 2º ano do Ensino Médio noturno, que receberam a Etapa 1 do Estudar Vale a Pena; e*
- *Colaboradores de São Paulo que atuaram na Etapa 1.*

10.11.3. Voluntários que participam do programa

- *Colaboradores Itaú Unibanco e seus convidados (amigos e familiares);*
- *Funcionários da Secretaria de Educação do Ceará;*
- *Estagiários de Pedagogia do projeto Entre Jovens do Rio de Janeiro.*

11. O CIEDS

O CIEDS, Centro Integrado de Estudos e Programas de Desenvolvimento Sustentável, é organização responsável pela Secretaria Executiva do Conselho Brasileiro de Voluntariado Empresarial, desenvolvendo o papel de realizar a mediação, a facilitação, a sistematização de experiências e práticas e o apoio ao desenvolvimento e articulação de processos inerentes às atividades do CBVE, visando contribuir para o cumprimento dos seus objetivos institucionais.

É uma Instituição Social Sem Fins Lucrativos, filantrópica, com titularidade de Utilidade Pública Federal, signatária do Pacto Global da ONU e com status de Consultor Especial do Conselho Econômico e Social das Nações Unidas – ECOSOC. Foi eleita, em 2017, pelo prêmio TOP 500 NGOs, do Gevena Institute, a 3ª ONG mais relevante do Brasil e a 78ª do mundo.

O CIEDS é criador e articulador de tecnologias que promovem políticas públicas mais efetivas e um investimento social estratégico. Em 18 anos de atuação, implementou mais de 440 projetos em parcerias com organismos internacionais, poder público, empresas privadas e outras organizações da sociedade civil, beneficiando cerca de quinhentos mil beneficiários diretos e mais de três mil comunidades atendidas. Suas ações concentram-se em três grandes áreas: a) Educação e Cidadania; b) Inclusão Social e bem-estar; c) Empreendedorismo e inovação social. Seus impactos para a sociedade caracterizam-se pela construção de redes e articulações entre atores de diversos setores, conectando diferentes interesses em causas comuns, qual seja a construção de uma sociedade mais justa e mais democrática. Em 2016 atuou na implementação de 41 projetos, espalhados por 12 estados brasileiros. Suas atividades envolveram 802 voluntários e impactaram 42.430 pessoas diretamente e mais de 250 organizações da sociedade civil. Apoiou a formação de professores de unidades escolares em

8 estados brasileiros, ampliou perspectivas de futuro e gerou maior potencial de empregabilidade para mais de mil jovens. Fomentou a criação de mais 100 negócios de impacto social, que atualmente empregam 738 pessoas. Estes resultados somam-se ao empoderamento de cerca de 100 organizações sociais de base comunitária em São Luiz (MA) e Várzea Grande (MS) que juntas tem fortalecido o sistema educacional de seus territórios.

Em iniciativa pioneira, com o objetivo de apoiar e fortalecer políticas públicas, nas áreas da assistência social e saúde, o CIEDS implementou 86 residências terapêuticas que atendem atualmente a cerca de 450 pessoas com transtornos mentais, contabilizou mais de 50.000 atendimentos em oficinas de cultura, convivência e empregabilidade, contribuindo significativamente em seus processos de ressocialização e ressignificação das cidades para essas pessoas. Fez ainda a cogestão de seis unidades de reinserção social para crianças, jovens, adultos e idosos que atenderam 216 pessoas em situação de vulnerabilidade social. E atendeu mais de 800 pessoas com deficiência em projetos de geração de emprego, reabilitação e reinserção social.

Esse conjunto de resultados gerou efeitos positivos para todos os seus públicos, contribuindo para o aumento da confiança no futuro e aumento da participação cidadã dos participantes dos programas e projetos e ainda para o fortalecimento de organizações da sociedade civil de base comunitária.

#Redes para a prosperidade.

12. Ficha técnica

Realização:

CIEDS – Centro Integrado de Estudos e Programas de
Desenvolvimento Sustentável
ONG responsável pela Secretaria executiva do CBVE

Supervisão Geral:

Vandré Brilhante – Diretor Presidente

Supervisão Técnica:

Fábio Müller – Diretor Executivo

Coordenação e sistematização de texto e conteúdo:

Carolina Thaís Müller

Revisão de conteúdo:

Anna Carolina Bruschetta
Bianca Kapsevicius
Daniela Pavan
Fabiana Mussato
João Paulo Campos
Lilian Paparella

Edição Gráfica:

Fábio Léda

Fotos

Arquivos cedidos pelas entidades participantes

