

PRATA DA CASA 2017

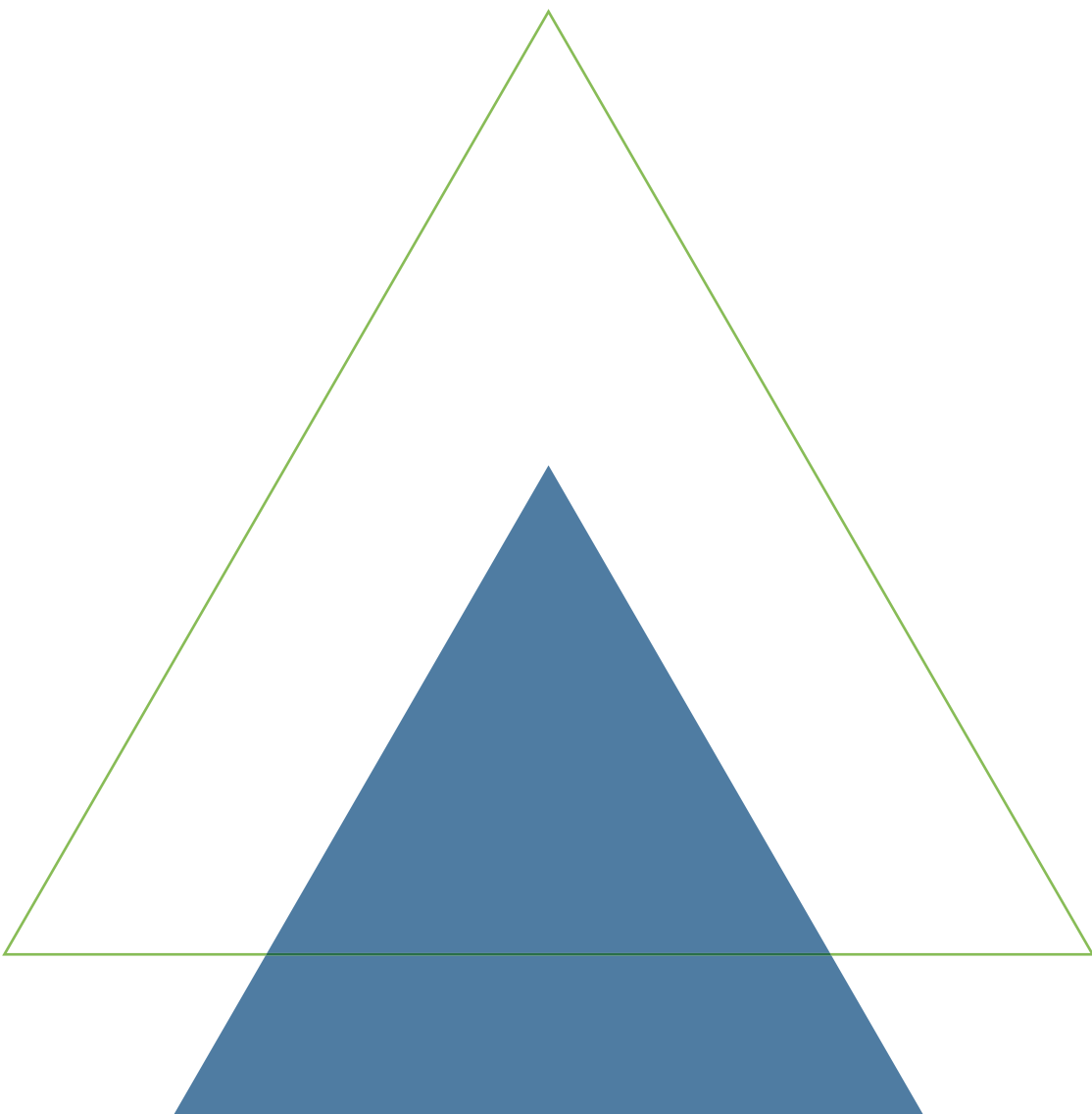
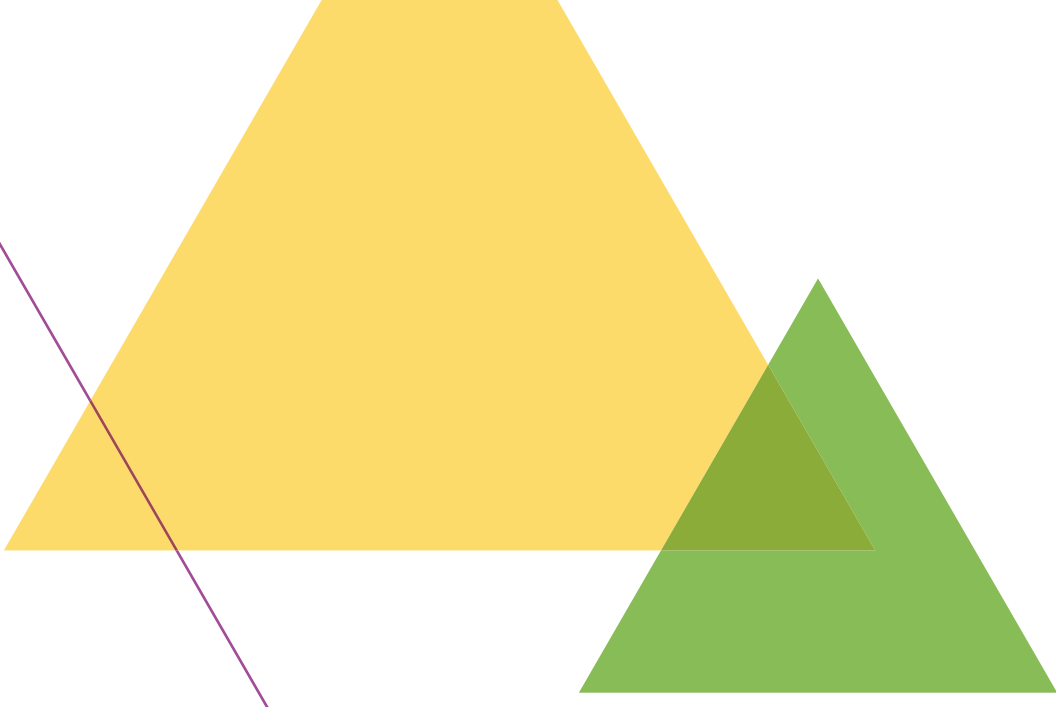
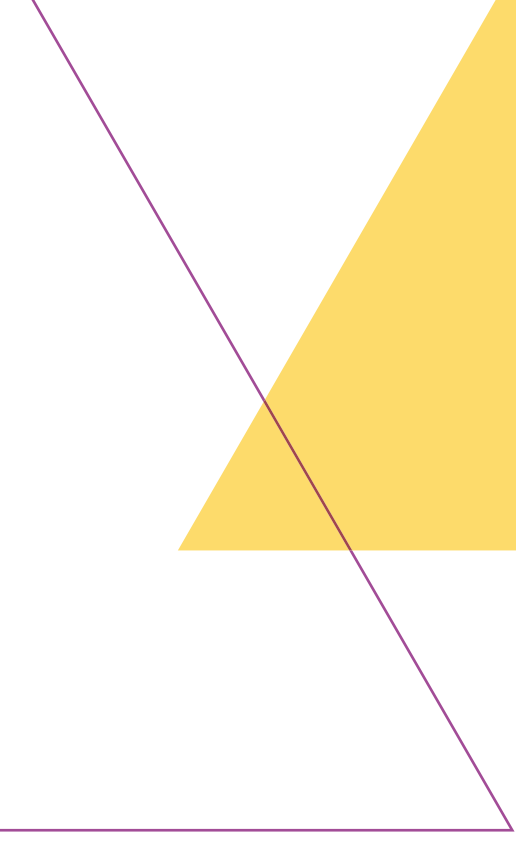
Cases de sucessos compartilhados

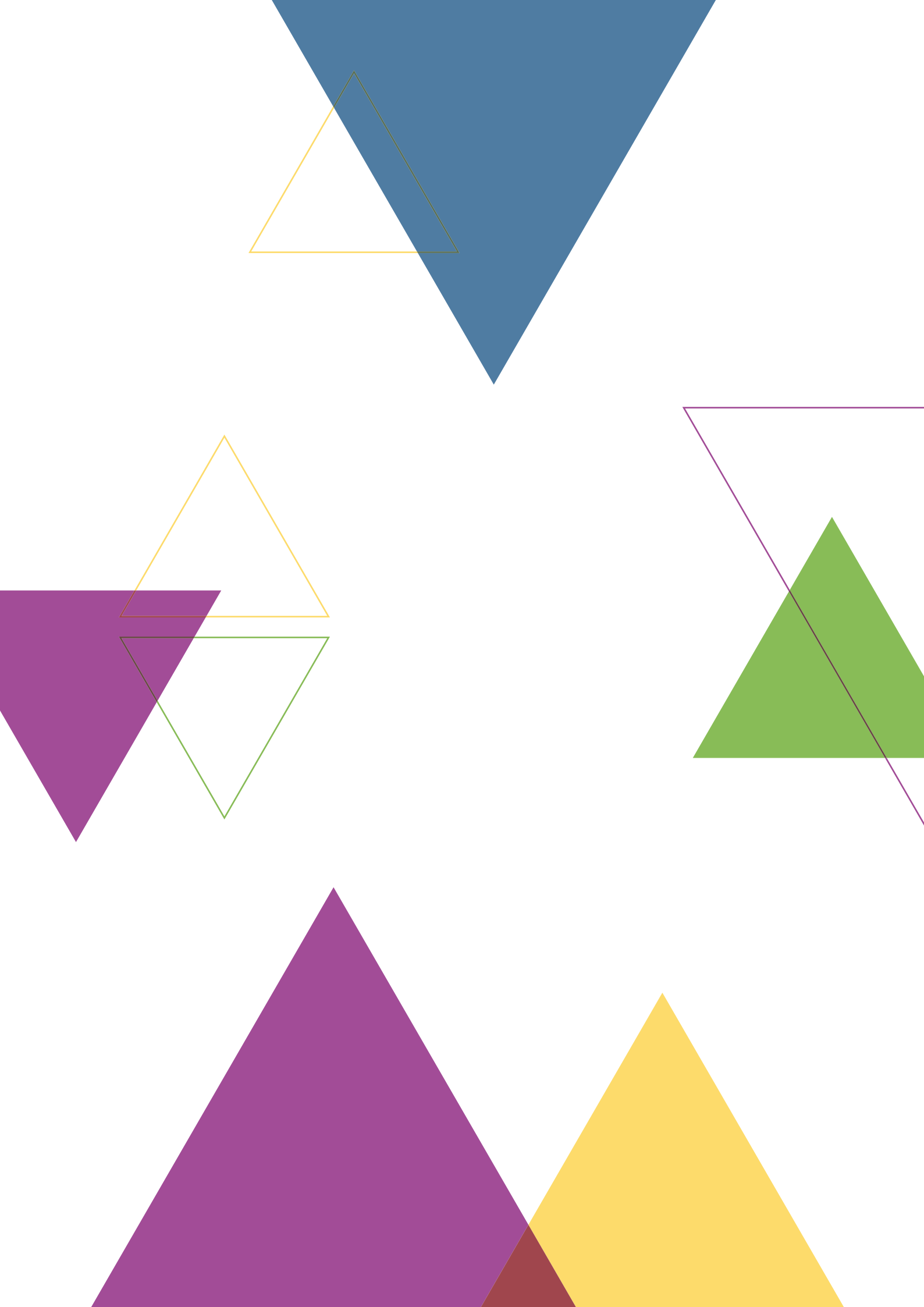


CBVE

Conselho Brasileiro de
Voluntariado Empresarial

Publicação agosto de 2018





Sumário

1. INTRODUÇÃO.....	6
2. O QUE É O CBVE.....	7
3. PRATA DA CASA 2017	8
4. PROGRAMA UNIDOS PARA AJUDAR.....	9
4.1. O Programa.....	11
4.1.1. DOING GOOD IS GOOD FOR YOU – 2013 Health and Volunteering Study (Fazer o bem é bom para você – 2013 Estudo de saúde e voluntariado).....	12
4.2. Voluntariado no UnitedHealth Group Brasil.....	13
4.2.1. Apoio da Liderança.....	14
4.2.2. Pesquisa Diagnóstica.....	14
4.2.3. Sensibilizar e Mobilizar.....	15
4.2.4. Mapeamento de Instituições.....	16
4.3. Capacitação	17
4.4. Campanhas.....	17
4.4.1. Obesidade Infantil NÃO (OIN).....	17
4.4.2. Mutirão da Cidadania.....	18
4.5. Reconhecimento.....	19
4.6. Mapear resultados/impactos das ações.....	19
4.7. Resultados do programa de voluntariado Amil em 2015.....	21
4.7.1. Dados.....	21
4.8. Participação do CBVE.....	21
4.9. Expansão.....	21
5. PROGRAMA DE VOLUNTARIADO DO INSTITUTO ALGAR.....	22
5.1. Instituto Algar.....	23
5.1.1. Equipe.....	23
5.1.2. Frentes de Atuação.....	24
5.2. Programa de Voluntariado Algar.....	25
5.2.1. Atividades.....	25
5.2.2. Alcance do Programa.....	27
5.2.3. Papeis do Programa.....	28
5.2.4. Desenvolvimento.....	29
5.2.5. Indicadores.....	30
5.3. Prêmio Alexandrino Garcia.....	31

5.4. Resultados.....	32
6. DIA DO BEM-FAZER 2017.....	34
6.1. O que é o Dia do Bem-Fazer.....	35
6.1.1. Histórico.....	36
6.1.2. Formação da ONG Espaço Urbano.....	37
6.1.3. Muda Jaguaré.....	37
6.1.3.1. Resultados.....	38
6.1.3.2. Aplicativo Muda Jaguaré.....	39
6.1.4. Dia do Bem-Fazer 2016.....	40
6.1.5. Dia do Bem-Fazer 2017.....	40
6.1.5.1. Conceitos trabalhados.....	41
6.1.5.2. Mobilização dos voluntários.....	41
6.1.5.3. Mobilização da rede.....	43
6.1.5.4. Celebração 20 de agosto.....	44
6.1.5.5. Resultados.....	44
6.1.5.6. Pós Dia do Bem-Fazer.....	45
7. GUIA DE DESIGN THINKING APLICADO A PROJETOS DE VOLUNTARIADO.....	46
7.1. A Fundação Telefônica Vivo.....	46
7.1.1. Sobre a Telefônica.....	46
7.1.2. Sobre a Fundação Telefônica Vivo.....	47
7.1.3. Contexto da atuação no Brasil.....	48
7.2. Objetivos e Metas - Voluntariado.....	48
7.2.1. Objetivo estratégico.....	48
7.2.2. Resultados 2017.....	49
7.3. Programa de Voluntariado – Estrutura E Organização.....	49
7.3.1. Portfólio.....	49
7.3.2. Governança.....	51
7.4. Design Thinking Aplicado a Projetos de Voluntariado.....	52
7.4.1. Contexto.....	52
7.4.2. Mas como é possível inovar?.....	53
7.4.3. Mudança no modelo mental.....	54
7.4.4. A transformação do Programa de Voluntariado.....	55
7.5. Fotos.....	56
8. O CIEDS.....	60
9. FICHA TÉCNICA DA PUBLICAÇÃO.....	61
10. ASSOCIADAS CBVE.....	62

1. INTRODUÇÃO

“Prata da Casa” diz-se dos recursos, materiais ou humanos, próprios do lugar ou das instituições a quem pertencem (fonte: Wikcionário).

Promover o intercâmbio de experiências e práticas entre os associados é um dos objetivos do CBVE – Conselho Brasileiro de Voluntariado Empresarial, e o projeto Prata da Casa foi desenvolvido com o intuito de integrar ações de sucesso da Rede, dentro da temática de voluntariado empresarial, dando luz, principalmente, a ações que possam ser desenvolvidas por outras entidades.

Em 2016 decidimos ampliar a visibilidade destas práticas, até então discutidas somente no fórum das assembleias do conselho, sistematizando tais cases em uma única publicação. Agora, considerando o sucesso desta empreitada, retornamos com a difusão dos cases compartilhados nos encontros de 2017.

Aqui estão descritos 4 cases levados aos encontros do Conselho e entendemos que a disseminação do conhecimento apresentado, pode servir de inspiração e fomento para a prática do voluntariado empresarial, propiciando a geração de valor compartilhado não só entre associados do CBVE mas também para as demais entidades interessadas no desenvolvimento de ações deste tipo de voluntariado.

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:

1. Produzir e disseminar conhecimentos relacionados à temática;
2. Promover o intercâmbio de experiências e práticas entre os associados, incluindo aspectos gerenciais;
3. Fomentar a adoção de práticas de voluntariado no meio empresarial;
4. Atuar numa perspectiva de advocacy para a causa.

Conheça mais acessando: <http://www.cbve.org.br/>

E nos acompanhe também pela: <https://www.facebook.com/CBVE-Conselho-Brasileiro-de-Voluntariado-Empresarial-237598189633521/>

3. PRATA DA CASA 2017

Ao longo do ano de 2017 e no desenvolvimento das atividades referentes às quatro assembleias realizadas como forma estrutural de espaço para integração e convívio dos associados à Rede CBVE, foi dada continuidade a prática do Prata da Casa; espaço 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.

A seguir apresentamos 4 cases de voluntariado empresarial, desenvolvidos por 4 instituições distintas. São elas:



4. PROGRAMA UNIDOS PARA AJUDAR

UnitedHealth Group Brasil

Apresentou este case: Alexandre Bulhões de Britto

Diretoria de Sustentabilidade

Voluntariado



UnitedHealth Group Brasil

No Brasil, o UnitedHealth Group opera desde 2012, quando adquiriu a Amil e suas empresas coligadas. Em outubro de 2016, a companhia passou a servir aos seus clientes por meio de três plataformas distintas: a **Amil**, o **Americas Serviços Médicos** e a **Optum**.



O UnitedHealth Group Brasil está comprometido em contribuir para a construção de um sistema de saúde equitativo, de qualidade, justo e sustentável. Para isso, vem implementando novas tecnologias, produtos e serviços para melhorar a saúde das pessoas, das empresas e das comunidades.

Seus principais ativos são expertise médico-hospitalar, modelos de gestão de planos de saúde e soluções baseadas em tecnologia e análises de dados, o que o coloca em uma posição diferenciada para atender a um sistema que necessita de reformas e modernização.

A perspectiva da organização é contribuir para as grandes mudanças necessárias ao sistema de saúde brasileiro, contemplando a educação dos clientes que utilizam os serviços de saúde; o monitoramento da eficiência dos prestadores de serviços médicos; a responsabilização legal

e ética dos integrantes de toda a cadeia produtiva da saúde complementar; os modelos de remuneração vigentes; a formação dos profissionais; e a interlocução com os Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário.

A estratégia de sustentabilidade do UnitedHealth Group Brasil, alinhada à missão de nossa empresa no mundo, tem como objetivo criar uma rede colaborativa que envolva todos os seus stakeholders. Por meio da vivência dos nossos valores e da aplicação da nossa expertise, desenvolvemos e patrocinamos iniciativas sociais, educativas e ambientais.

Em total sinergia e compromisso com o planejamento estratégico do grupo, a Sustentabilidade do UnitedHealth Group Brasil, entendendo o cenário econômico e os desafios dos nossos negócios para reformulação de todo o sistema de saúde no País, assume um papel fundamental para o fortalecimento das suas marcas e o crescimento das suas operações na América Latina.

Diretoria de Sustentabilidade

A diretoria de Sustentabilidade foi instituída em outubro de 2010, após a abertura de capital por uma exigência legal, com o objetivo de alinhar as demandas mundiais de uma prática corporativa.

Após um ano de olhar mais direcionado para o tema, a empresa publicou seu 1º Relatório de Sustentabilidade (GRI), passando, assim, a ser aceita como signatária do Pacto Global, da ONU. Em 2012, a Sustentabilidade, alinhada à estratégia corporativa, cunha a frase "Não há Homem saudável em um planeta doente", acreditando na possibilidade de poder contribuir para a construção de um futuro sustentável para as próximas gerações.

Desde 2010, seus pilares de atuação, em sinergia com a missão e os valores corporativos, são descritos por meio de cinco diretrizes de trabalho. São elas:

Respeito à Natureza <i>Gestão eficiente dos recursos naturais</i>	Inovação e Tecnologia <i>Serviço de excelência em promoção de saúde, além de prevenção e tratamento de doenças</i>	Integridade de Relações <i>Transparência e ética na governança e no relacionamento com todos os seus públicos, além de valorização permanente da diversidade</i>	Segurança <i>Total segurança na prestação de serviços em saúde, gerando confiança e valor.</i>	Educação <i>Apoio, patrocínio e promoção do desenvolvimento sustentável como ferramenta de transformação da sociedade.</i>
<p>Ser referência nacional em gestão de resíduos hospitalares.</p> <p>Gestão de recursos hídricos, energéticos e GEE.</p> <p>Fazer da Amil a primeira operada paperless (LATAM).</p> <p>Ser referência no Brasil no modelo de 1 hospital verde.</p>	<p>Digitalizar todas as informações dos pacientes e gerar acesso em tempo real para a rede médica.</p> <p>informatizar as operações transacionais entre a companhia e seus públicos.</p> <p>Ser referência em tecnologias a serviço da saúde.</p>	<p>Aumentar a formalização e implementação de políticas de relacionamento e ouvidoria para todos os públicos.</p> <p>Ser referência em práticas de sustentabilidade.</p> <p>Aumentar a formalização das políticas departamentais.</p> <p>Co-criar programa de práticas sustentáveis com a cadeia de suprimentos.</p> <p>Compliance.</p>	<p>Certificar todos os nossos serviços médicos, pela Joint Commission ou ONA.</p>	<p>Ter equipe capacitada para apoio aos grupos de trabalho do Comitê de Sustentabilidade.</p> <p>Garantir que os conceitos de sustentabilidade estejam presentes da gestão do negócio através da liderança.</p> <p>Garantir qualidade e retenção da equipe de saúde, através de ensino e pesquisa.</p> <p>Estender o Programa Amil Praticando Saúde para todas as filiais.</p>

De acordo com nossos valores – Integridade, Compaixão, Relacionamentos, Inovação e Performance –, a Diretoria de Sustentabilidade realiza um trabalho responsável com a sociedade, seja no oferecimento de nossos serviços, seja nos processos sociais que apoiamos, sempre seguindo o compromisso corporativo e em sinergia com as diretrizes do Pacto Global (ONU).

A partir de 2017, o UnitedHealth Group Brasil incorpora em sua gestão estratégica sete dos dezesseis Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), alinhados ao seu Core Business.



4.1. O Programa

UNIDOS PARA AJUDAR – VOLUNTARIADO UNITEDHEALTH GROUP BRASIL

O compromisso com a transformação social se faz presente no UnitedHealth Group Brasil por meio de projetos apoiados pela empresa e de seus engajados colaboradores, que exercem seus valores e sua cidadania tanto nas unidades da Amil quanto nas do Americas Serviços Médicos. São projetos de cunho não somente caritativo, mas também educativo, em que o combate à obesidade e a proteção do meio ambiente se destacam como as principais causas a serem trabalhadas.

“O voluntariado desempenha um papel vital em nossa missão, alavancando nosso maior trunfo – nossas pessoas – em fazer a diferença”. (Kate Rubin – vice president of Social Responsibility – UnitedHealth Group)

Com a incorporação da Amil ao UnitedHealth Group, absorveram-se os conceitos de voluntariado já enraizados nessa corporação – considerando que, em 2013, 81% dos colaboradores e 96% dos executivos do grupo atuaram como voluntários em ações desenvolvidas nos Estados Unidos.

4.1.1. DOING GOOD IS GOOD FOR YOU – 2013 Health and Volunteering Study (Fazer o bem é bom para você – 2013 Estudo de saúde e voluntariado)

Considerando isso, a equipe da Diretoria de Sustentabilidade fez uso do estudo de voluntariado elaborado pelo UnitedHealth Group, "Fazer o bem é bom para você", para estruturar o seu programa de voluntariado.



O voluntariado desenvolve habilidades de trabalho.



Sobre as pessoas que fizeram trabalho voluntário nos últimos 12 meses:

- 81% dos voluntários que se ofereceram através de seu local de trabalho concordaram que o voluntariado melhora as relações no trabalho;
- 76% dizem que o voluntariado os fez sentir-se melhor;
- 94% dizem que o voluntariado melhora o humor;
- 78% dizem que o voluntariado diminuiu o nível de estresse;
- 96% dizem que o voluntariado enriquece o propósito de vida;
- 95% dizem que o voluntariado os ajuda a transformar a comunidade em um lugar melhor.

Link de acesso para o estudo:

<http://www.unitedhealthgroup.com/~media/UHG/PDF/2013/UNH-Health-Volunteering-Study.ashx?la=en>

4.2. Voluntariado no UnitedHealth Group Brasil

Em 2015, para lançar o programa de voluntariado Unidos para Ajudar, do UnitedHealth Group Brasil, foi realizado um projeto-piloto com quatro unidades de negócio, sendo dois hospitais e dois prédios administrativos. Na implantação do programa, foram seguidas algumas etapas, conforme abaixo:

PESQUISA

Mapear opiniões e interesses dos colaboradores

SENSIBILIZAR E MOBILIZAR

os colaboradores

MAPEAMENTO

selecionar instituições parceiras do projeto

CAPACITAR

os voluntários para atuação

RECONHECIMENTO

aos voluntários pela dedicação e os impactos gerados

MAPEAR

os resultados/impactos dos projetos e das ações de engajamento realizadas

4.2.1. Apoio da Liderança

Em 2015, o então presidente da Amil, Edson Bueno, fez questão de ser o primeiro voluntário do programa, para incentivar a participação das lideranças e dos colaboradores da empresa.

Ele mesmo realizou, na sede da Amil, uma palestra de planejamento e motivação para jovens e adolescentes participantes de ONGs apoiadas pela Amil.



4.2.2. Pesquisa Diagnóstica

A pesquisa tem a finalidade de mapear opiniões e interesses dos colaboradores quanto às ações de voluntariado e ajudar a empresa a entender quem são esses colaboradores.

Foram feitas 17 perguntas, com opções de resposta pré-selecionadas para facilitar e agilizar o preenchimento do questionário. Seguem alguns pontos levantados:

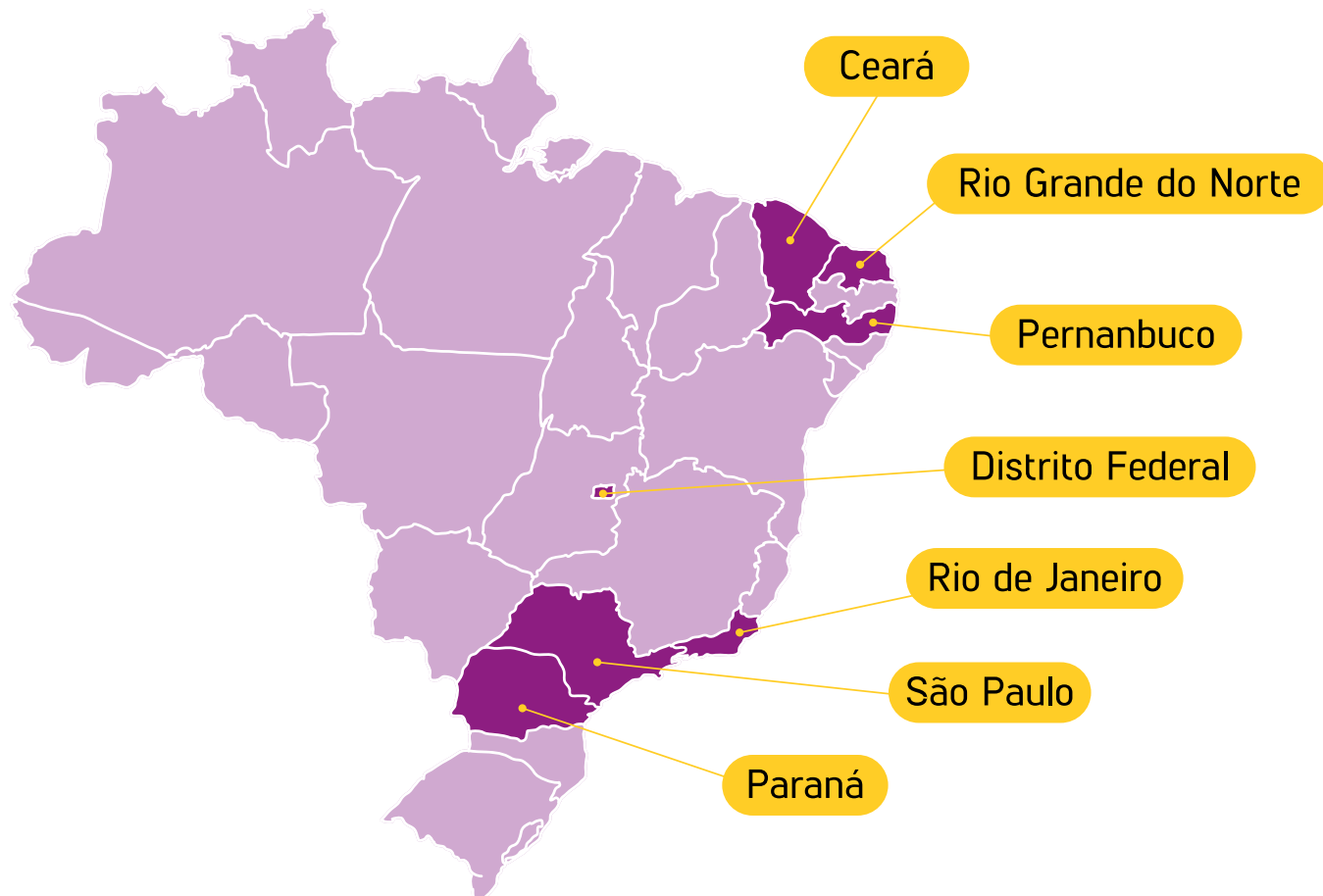
- Área de interesse;
- Público de interesse;
- Frequência com que gostaria de atuar;
- Horário de preferência;
- Gostaria de convidar familiares e amigos para a ação?

4.2.3. Sensibilizar e Mobilizar

Após a análise dos dados, foi a vez de convocar as lideranças e os demais colaboradores e realizar com eles um trabalho de sensibilização com relação à temática do voluntariado, mobilizando-os a participar das ações desenvolvidas pela empresa, a partir dos interesses observados na etapa de pesquisa.



4.2.4. Mapeamento de Instituições



Durante esta etapa, solicitamos aos colaboradores que indicassem instituições que pudessem se beneficiar do programa de voluntariado. Além das indicações, a própria Diretoria de Sustentabilidade buscou instituições em que poderiam ser realizadas as atividades de voluntariado. As instituições pré-selecionadas foram visitadas, pessoalmente, para validação.

Para a realização das visitas, foram avaliados os principais pontos a seguir:

- Proximidade da empresa;
- Legalidade e idoneidade da instituição;
- Comprometimento;
- Segurança e acessibilidade;
- Necessidade de receber a ação;
- Infraestrutura e necessidades sociais da comunidade local;
- Quantidade de beneficiados.

4.3. Capacitação

Todos os voluntários foram capacitados presencialmente por um período mínimo de duas horas, nas quais foram abordados aspectos gerais do voluntariado e específicos da ação, do local e do público a ser beneficiado.

4.4. Campanhas

A partir dos resultados obtidos com a pesquisa, foram desenvolvidas 2 ações distintas. Cada qual com características específicas, para que atendessem os maiores interesses demonstrados. Dentre eles: ação dentro e fora do horário de trabalho; possibilidade de levar familiares e/ou convidados; público beneficiado infantil ou adulto; alinhado à causa de responsabilidade social da empresa ou diverso.

4.4.1. Obesidade Infantil NÃO (OIN)

Em sinergia com a causa de responsabilidade social da Amil – o combate à obesidade infantil –, os voluntários ministraram palestras lúdicas e criativas (teatro, jogos etc.), de aproximadamente uma hora cada uma, para crianças e adolescentes em escolas e/ou ONGs. Para esta atividade foi desenvolvido um manual “Sistematização de Palestras Obesidade Infantil NÃO” para servir como mais um suporte para os voluntários.

Horário e público:

Um dia inteiro, dentro do horário de trabalho. Somente colaboradores.

Objetivo:

Apresentar às crianças os perigos da má alimentação e estimular uma dieta saudável e nutritiva, aliada à prática de atividade física.

Temas abordados:

- Alimentação saudável, com abordagem sobre açúcar, sal e óleo;
- Hidratação;
- Atividades físicas;
- Higiene;
- Higiene bucal.



4.4.2. Mutirão da Cidadania

Baseada nos 17 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), foram implementadas atividades para que os voluntários pudessem tratar desses temas com crianças e adultos de forma lúdica.

Horário e público:

Um dia inteiro, aos finais de semana. Colaboradores, familiares e convidados.

Objetivo:

Educar e promover indiretamente os 17 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável na empresa e na comunidade.

Atividades:

Construção de horta, oficina de primeiros socorros, oficina de empreendedorismo, jogo caminhos da água, responde ou paga, twister saudável, jogo da paz, construção de cidade sustentável, palestra sobre obesidade infantil para os pais, recreação, vídeos e debates.





4.5. Reconhecimento

Todas as ações de voluntariado foram noticiadas na intranet com fotos. Como forma de reconhecimento àqueles que dedicaram o seu tempo e habilidades à causa voluntária, foi entregue um certificado de participação individual.

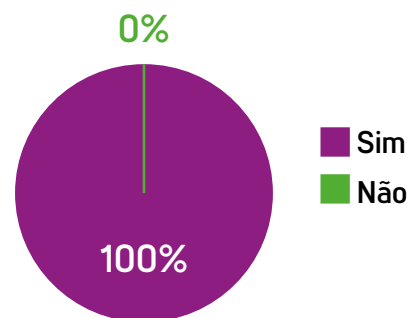
4.6. Mapear resultados/impactos das ações

Após a conclusão das ações do projeto-piloto, em 2015, foi realizada uma pesquisa com os voluntários de cada unidade participante para ter feedback de todos os pontos que permearam a ação. Dessa forma, fomos capazes de analisar cada uma das etapas descritas acima com olhar e crítica de quem participou.

Essa pesquisa final possui respostas predefinidas, mas também campos para escrita, para que pudéssemos ter uma visão não apenas quantitativa, mas também qualitativa.

Com a análise das respostas, foi possível ajustar alguns pontos e aprimorar o programa para que, então, ele pudesse ser estendido a outras unidades.

Você gostaria de participar de outras atividades de voluntariado como essa?



"Sou voluntária por convicção. E ter essa oportunidade por intermédio da Amil é de grande valor e muito importante para mim."

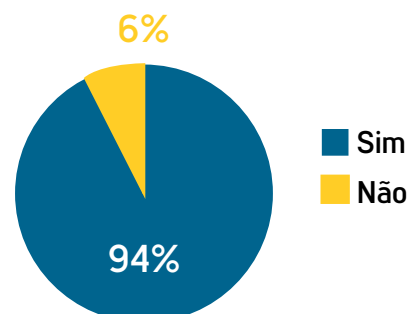
*"Acredito que **ajudar outras pessoas** é sempre muito bom! Nossa empresa tem um potencial enorme e podemos fazer esse sentimento crescer em inúmeras pessoas."*

*"É muito **gratificante** fazer parte desse projeto."*

"Conheci colegas de outras áreas."

*"Além de fazer um pouco pelo próximo, nos **engrandece como seres humanos**. Foi muito gratificante participar dessa ação."*

Você acredita que essa iniciativa de voluntariado o(a) ajudará aprimorar o cotidiano do seu trabalho na Amil?



*"Sem dúvida. Atuando como voluntário, me sinto mais feliz, com sentimento de dever cumprido e **com orgulho de trabalhar numa empresa que me proporciona ser uma pessoa mais humana e melhor**. Esse sentimento reflete-se no dia a dia, nos trabalhos individuais e junto com a equipe, com certeza."*

*"Além de fazer bem para a alma, **integra ainda mais os colaboradores**."*

"Com certeza e muito, porque fazer o bem nunca é demais."

"Porque me motivou muito e minha equipe ficou muito orgulhosa."

4.7. Resultados do programa de voluntariado Amil em 2015

4.7.1. Dados

- 8 atividades;
- 2.790 beneficiados;
- 274 voluntários envolvidos (8%);
- 760 voluntários sensibilizados em palestras (21%);
- 337 voluntários responderam à pesquisa diagnóstica (10%);
- 1.894 horas dedicadas ao voluntariado.

4.8. Participação do CBVE

Além das etapas apresentadas, foram considerados em todo o desenvolvimento do processo os debates e os materiais disponibilizados pelo Conselho Brasileiro de Voluntariado Empresarial (CBVE), seja no compartilhamento de práticas, seja nos conhecimentos sobre os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) trabalhados ao longo de 2016 no Conselho, em parceria com a ONU Volunteers.

4.9. Expansão

Em 2016, o programa Unidos para Ajudar foi expandido nacionalmente para as sete localidades nas quais o UnitedHealth Group Brasil possui filial.

5. PROGRAMA DE VOLUNTARIADO DO INSTITUTO ALGAR

Instituto Algar

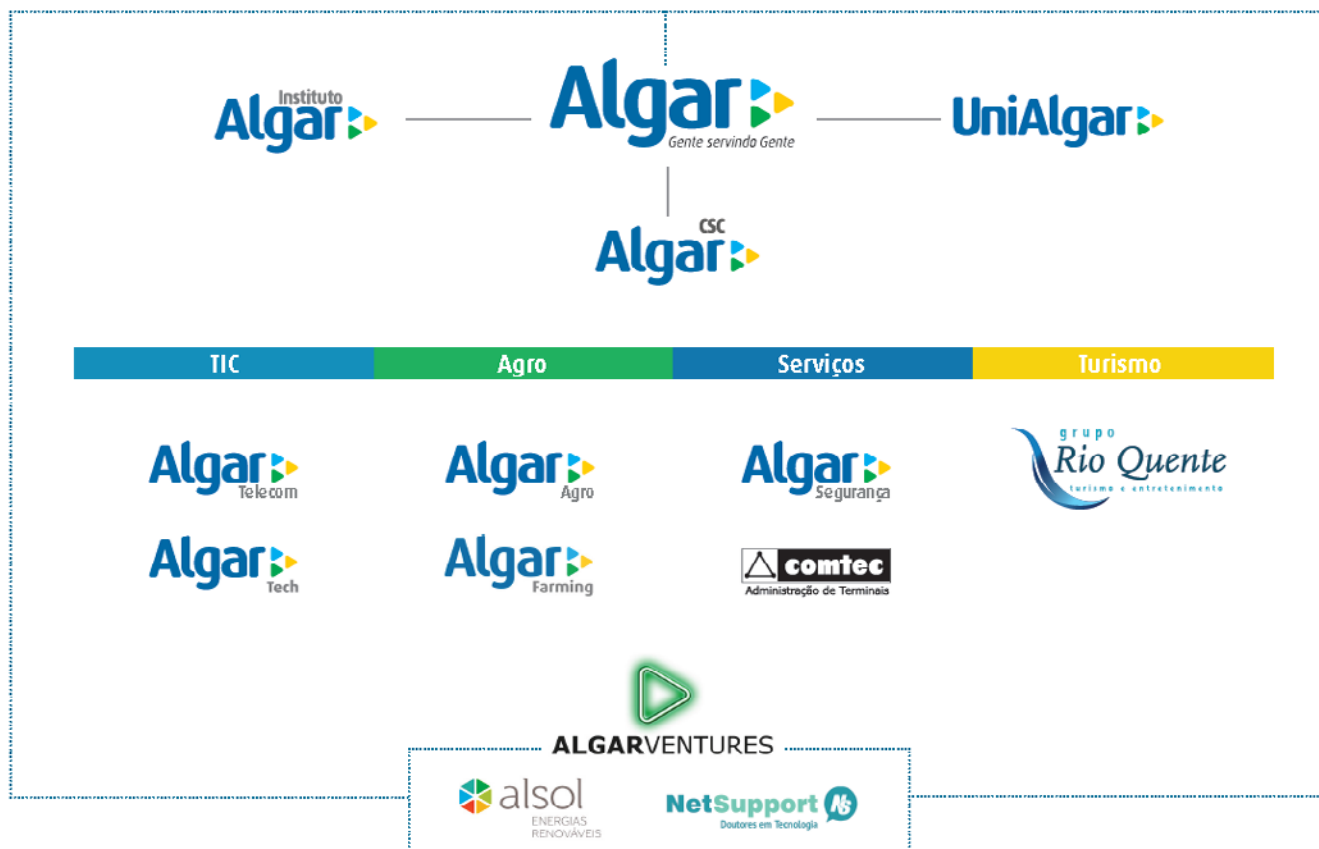
Apresentou este case: Carolina Toffoli

Gerência de Voluntariado



Algar, nome formado pelas iniciais de seu fundador - Alexandrino Garcia, é um grupo empresarial fundado em 1930 e com atuação no território brasileiro, na Argentina, Colômbia e no México, onde trabalham cerca de 20 mil associados (como são chamados os colaboradores), servindo 2 milhões de clientes com soluções inovadoras que garantam valor para todos em Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC), Agro, Serviços e Turismo.

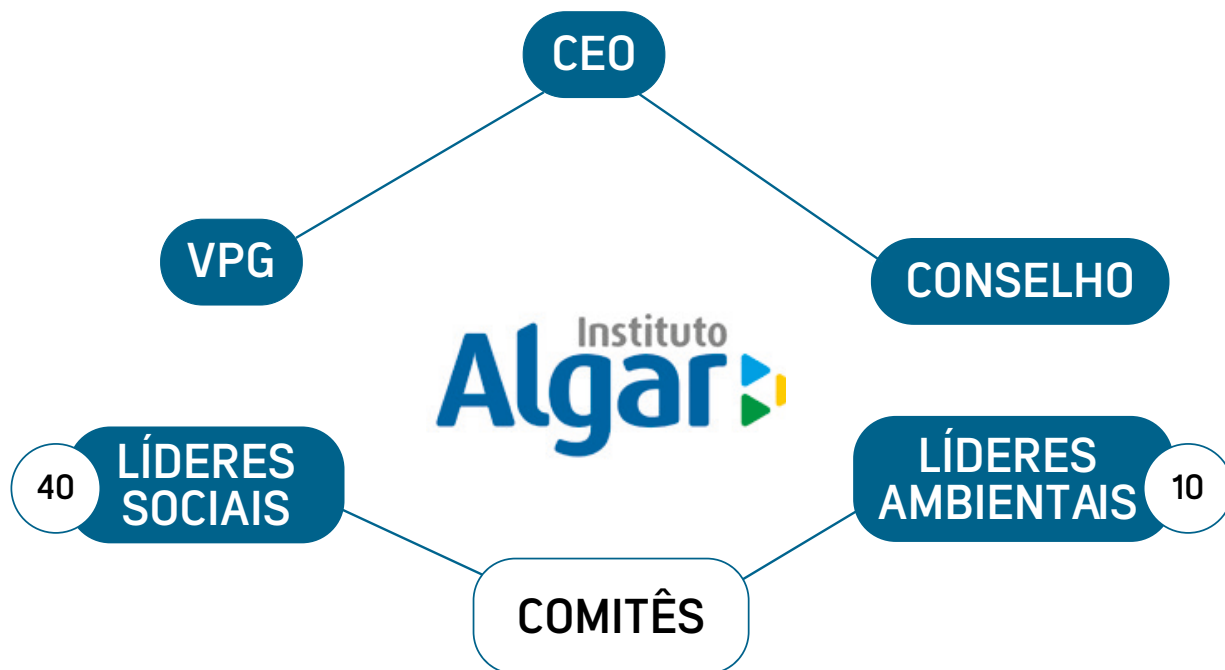
Por acreditar que a educação é o caminho que vai levar o Brasil a uma realidade melhor, o Grupo investe, desde 1994, em programas sociais voltados à comunidade. A ideia é contribuir com a melhoria da qualidade da educação brasileira. Ao longo dos anos, estes programas cresceram e, em 2002, passaram a ter a gestão do Instituto Algar e uma atuação em três dimensões: social, ambiental e cultural.



5.1. Instituto Algar

O Instituto Algar é uma instituição sem fins lucrativos, com sede em Uberlândia/MG, fundada em 2002, que coordena os investimentos sociais das empresas que formam o grupo Algar, com o objetivo de lhes dar identidade, consistência e coesão.

Tem sua Governança num Conselho Consultivo e está alocado na Holding. Possui titulação de OSCIP desde 2007 e está presente em 27 cidades e 7 estados.



5.1.1. Equipe

Atualmente a equipe do Instituto está formada por:

- Carolina Toffoli – Coordenadora do Instituto Algar
- Marthina Endo – Gestora dos Programas: Talentos de Futuro; Mídias na Escola; Voluntariado
- Camila Oliveira – Gestora dos Programas: Cultural; Ambiental; Transforma
- Thays Rodrigues – Responsável Administrativo/Financeiro
- Adélia Maria de Paula – Menor Aprendiz

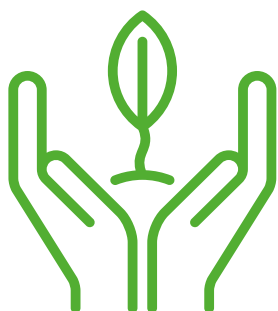
5.1.2. Frentes de Atuação

Conforme já comentado, o Instituto Algar desenvolve seu trabalho considerando como frentes de atuação:



Social – Contribuir com o desenvolvimento de alunos e educadores e estimular o voluntariado, por meio da realização de Programas Sociais.

A atuação social envolve a melhoria da qualidade do ensino para alunos de escolas públicas, bem como a formação complementar de educadores, por meio de quatro programas sociais: Programa Talentos de Futuro, Programa de Voluntariado, Programa Mídias na Escola e Programa Transforma.



Ambiental – Gerir as ações ambientais do Grupo Algar, estimulando a governança climática.

A atuação ambiental é realizada por meio do Programa Algar Ambiental, que dissemina o conceito de sustentabilidade e aperfeiçoa as práticas sustentáveis das empresas Algar, além de trabalhar a governança climática.



Cultural – Fomentar a cultura nas localidades onde atuamos, potencializando o uso das leis de incentivo.

Já na dimensão cultural, o Instituto possui o Programa Algar Cultural, que é responsável pela gestão dos incentivos fiscais nas esferas municipal, estadual e federal, promovendo o patrocínio de projetos culturais.

5.2. Programa de Voluntariado Algar

O Programa de Voluntariado do grupo Algar, foi lançado em abril de 2003, e atualmente tem como objetivo possibilitar que associados atuem como voluntários, nas localidades em que há operações das empresas do grupo Algar. Seu público alvo são todos os associados Algar e a comunidade em que estão inseridos.



5.2.1. Atividades

O Programa está dividido em dois tipos de atividades: pontuais e contínuas.

As atividades pontuais acontecem em momentos específicos, e podem ser realizadas tanto dentro da escola parceira como em outras instituições. Estas ações são desenhadas pelos próprios comitês, partindo de uma necessidade específica da comunidade ou são estimuladas pelo Instituto Algar de forma mais direcionada (Dia das Crianças, Papai Noel dos correios, campanhas específicas, etc.).



Ações Pontuais

Ação Pontual

184

DNV

15

Dia da Gentileza

8

Outros

4



O Programa está dividido em dois tipos de atividades: pontuais e contínuas.

As atividades pontuais acontecem em momentos específicos, e podem ser realizadas tanto dentro da escola parceira como em outras instituições. Estas ações são desenhadas pelos próprios comitês, partindo de uma necessidade específica da comunidade ou são estimuladas pelo Instituto Algar de forma mais direcionada (Dia das Crianças, Papai Noel dos correios, campanhas específicas, etc.).



Ações Contínuas

Oficina de Correspondência

62

Oficina de Leitura

36

Encerramento

11

Meio Ambiente

8

Passeio Cultural

8

Mídias

7

Outras

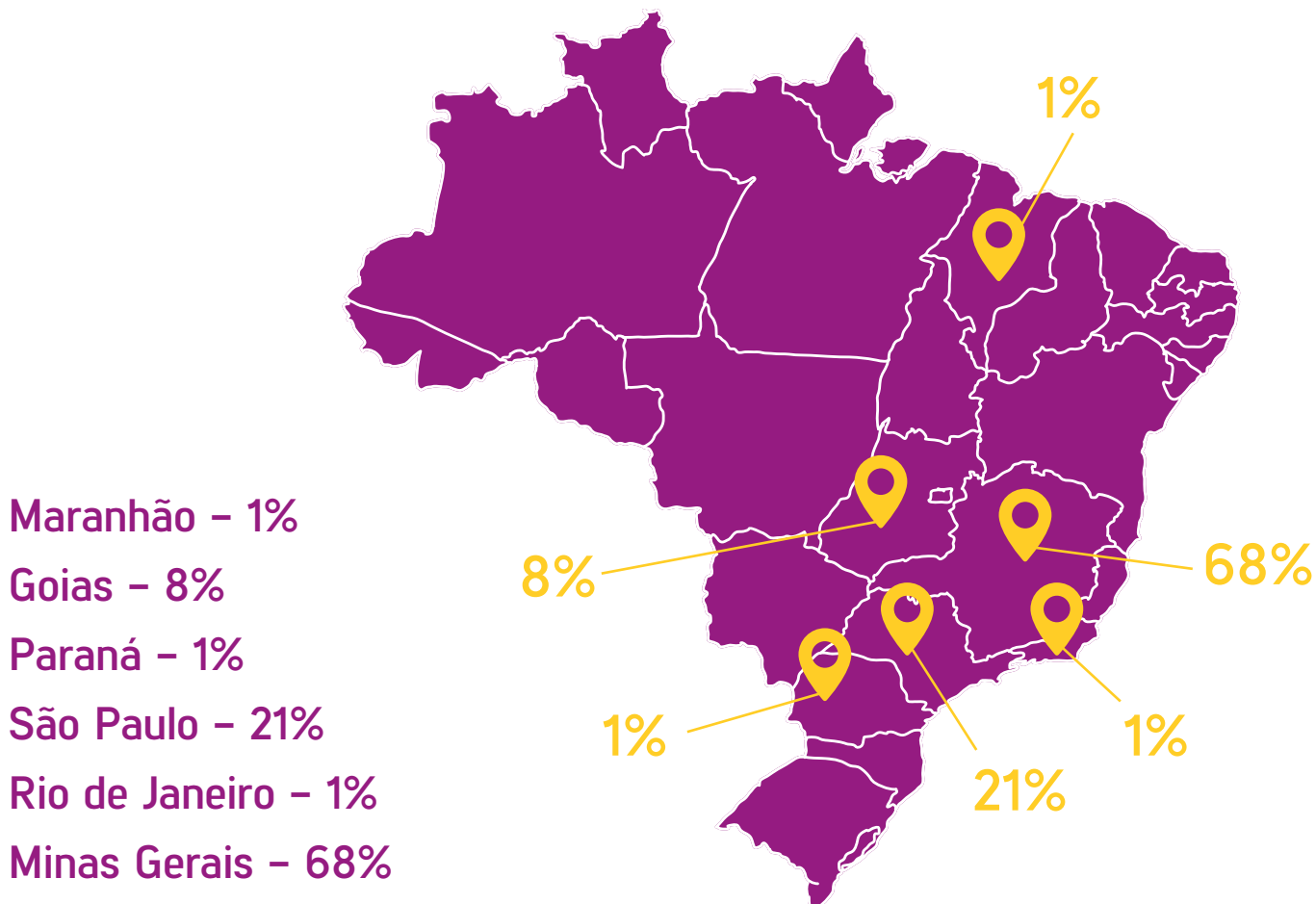
6



5.2.2. Alcance do Programa

O programa está presente em 6 Estados brasileiros: Maranhão, Goiás, Paraná, São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais, sendo desenvolvido em 24 cidades.

Além disso, as ações são coordenadas baixo o desenvolvimento de 42 comitês de voluntariado.



Maranhão – 1%

Goiás – 8%

Paraná – 1%

São Paulo – 21%

Rio de Janeiro – 1%

Minas Gerais – 68%



5.2.3. Papeis do Programa

Para o desenvolvimento das atividades e organização da estrutura do programa consideramos:

Líderes Sociais

Associados que, além de suas atividades rotineiras, atuarão como gestores do programa.

Colíder

Associado selecionado pelo líder social que o apoiará no desenvolvimento do programa.

Comitês de gestão do Voluntariado

Associados de áreas diversas da empresa, que apoiarão o líder na condução das ações.

Voluntários

Todos os associados que estejam dispostos a doarem seu tempo, trabalho e talento.



5.2.4. Desenvolvimento

1. O acompanhamento das atividades prevê:
2. Acompanhamento mensal: Suporte e acompanhamento áudio visual com 100% dos líderes sociais.
3. Portal do voluntariado: Ferramenta Web para inserção de dados relativos as atividades do voluntariado
4. Reuniões: Reunião de fechamento do ano e reuniões ao longo do ano caso necessárias.

Além disso, são consideradas as capacitações:

1. Formação de líderes: Realizada duas vezes ao ano presencialmente para capacitação e alinhamento
2. Encontros de voluntários: Realizada duas vezes ao ano presencialmente para capacitação e alinhamento
3. Coaching: Uso da metodologia de Coaching para formação de líderes sociais atuantes.

Também há um portal do voluntariado onde cada voluntário, bem como o líder social realiza o seu cadastro e pode acompanhar o desenvolvimento de suas atividades.



Fique atento às ações do seu comitê

Todas Em Andamento Agendadas

Uma das páginas do voluntário



Ações realizadas no programa de Voluntariado

Visualizando ações de

Uma das páginas do líder social

Em 2017 computamos os seguintes índices quanto ao desenvolvimento do programa de voluntariado empresarial:



Além de 224 horas em treinamento e acompanhamento e o alcance na satisfação média, com os eventos de formação, acima de 95%.

5.2.5. Indicadores

Para o monitoramento das atividades são considerados os seguintes indicadores:

Engajamento

- a. números de voluntários
- b. perfil do voluntário
- c. localidade do voluntário
- d. distribuição por empresa/ comitê

Atuação

- a. números de ações
- b. tipo de ações
- c. tempo em ação
- d. detalhamento da ação
- e. distribuição na linha do tempo
- f. ação por comitê

Alcance

- a. beneficiados
- b. tipo de público beneficiado
- c. perfil dos parceiros de atuação

Gestão

- a. horas de desenvolvimento
- b. atividades de gestão
- c. tempo dedicado para atividade de gestão

5.3. Prêmio Alexandrino Garcia

O prêmio Alexandrino Garcia é uma iniciativa do Instituto Algar desde 2015. Seu objetivo principal é identificar, reconhecer e estimular líderes e colíderes sociais no desenvolvimento de atividades de excelência na comunidade. É direcionado para líderes sociais e colíderes do Programa de Voluntariado Algar.



Este prêmio foi desenvolvido para reconhecer quem ajuda e para tanto compõe a estrutura:

Indicadores avaliados:

- a. Números de beneficiados;
- b. Mobilização dentro da empresa;
- c. Gestão do programa.

Deflatores:

- a. Controle Financeiro;
- b. Controle de termos de adesão.

Aceleradores:

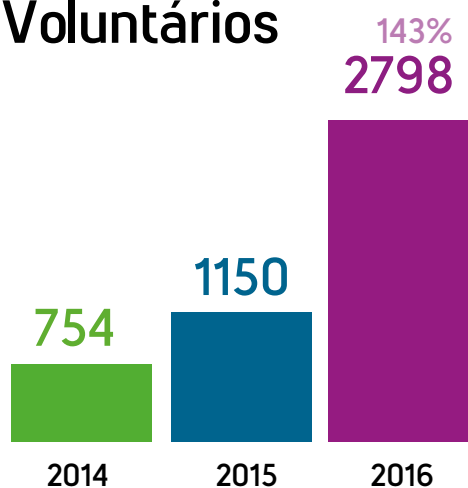
- a. Engajamento de voluntários;
- b. Aumento de abrangência do programa;
- c. Diversidade de atuação;
- d. Planejamento das atividades.

5.4. Resultados



Nos últimos 5 anos foi observado um crescimento de 390% o que atualmente representa cerca de 13% do total de associados.

Número de Voluntários



Perfil dos Voluntários



3%
de Executivos

97%
não Executivos

76%
Voluntários
somente na Algar

Além disso, nos últimos anos foram realizados os seguintes totais de ações:

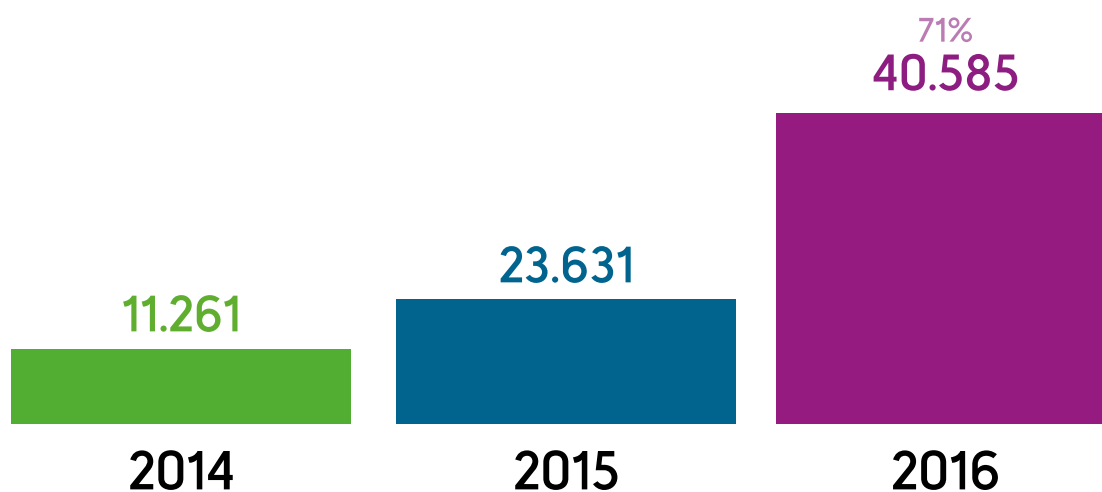
- 2014: 93 ações
- 2015: 269 ações
- 2016: 349 ações

Quanto ao tipo de ações, foram realizadas:



Computamos ainda, um total de 367 horas de ações realizadas nas comunidades em que as empresas estão inseridas, em 2015, tendo em 2016 este número chegado há 1.068 horas – um crescimento de 191%.

Considerando o total de beneficiados temos:



*destaque para o aumento de 71%, no número de beneficiários em 2016, com relação aos dados de 2015.



Total de 40.585
beneficiados pelo
programa



35.254
beneficiados pelas
ações pontuais



5.331
beneficiados pelas
ações contínuas

Conheça mais em: <http://www.institutoalgar.org.br/educacao/programa-de-voluntariado>.

6. DIA DO BEM-FAZER 2017

Instituto Camargo Corrêa

Apresentou este case: Bruno Fioravante



A Construtora Camargo Corrêa, empresa que deu origem ao Grupo Camargo Corrêa, estrutura e executa projetos de infraestrutura de grande porte, com alta complexidade técnica, integrando aos seus empreendimentos a sustentabilidade e a inovação como diferenciais. Ao longo de seus 77 anos executou mais de 500 grandes obras nas áreas de energia, saneamento, mineração, óleo e gás, portos, aeroportos, rodovias, sistemas de transportes e construções industriais. Atualmente, a construtora está presente em sete países da América Latina e da África.

Comprometida com o desenvolvimento socioeconômico dos países ou regiões onde atua, a construtora acredita que somente a partir do valor compartilhado com clientes, parceiros, governos, comunidades e demais públicos com os quais se relaciona é que as empresas tornam-se sustentáveis e, conseqüentemente, perenes.

Com o objetivo de consolidar o foco no atendimento diferenciado às necessidades de cada cliente e na contínua melhoria de processos produtivos, a Camargo Corrêa dedica especial atenção à inovação. Para isso, atua na sistematização de novas técnicas e tecnologias e envolve também a formação e preparação de profissionais mais capacitados para trabalhar de forma integrada os conceitos de qualidade, segurança e sustentabilidade.

Instituto Camargo Corrêa

O Instituto Camargo Corrêa (ICC) é responsável pelas iniciativas de investimento social da Construtora Camargo Corrêa. O Instituto considera a diversidade das comunidades envolvidas pelas várias obras da empresa para traçar políticas que contribuam com o desenvolvimento dessas comunidades, alinhadas à estratégia de Sustentabilidade da empresa. O Instituto compartilha a responsabilidade pelo desenvolvimento das comunidades, mas estimula que as áreas de negócio sejam protagonistas das ações de investimento social da Construtora. O mesmo ocorre com as comunidades. Baseado no princípio de que os moradores são os mais preparados para sugerir soluções para o lugar onde vivem, o ICC atua como agente facilitador do empoderamento local.

Programa de Voluntariado

O Ideal Voluntário é um programa transversal, que atua de forma integrada aos demais programas do ICC: Infância Ideal, Escola Ideal e Futuro Ideal. Seu objetivo é criar oportunidades para que os profissionais da Construtora Camargo Corrêa contribuam para o desenvolvimento comunitário dos municípios em que estão inseridos, valorizando, reconhecendo, apoiando e criando oportunidades para o trabalho voluntário. O programa também prevê a participação dos familiares dos profissionais.

O trabalho voluntário deve ser um instrumento para o exercício da cidadania e uma oportunidade de crescimento e realização pessoal, pois existe entre os profissionais das empresas da Construtora um grande potencial e uma importante força a ser considerada na construção do desenvolvimento social.

A cada obra da construtora, o ICC estimula a criação de Grupos de Ação Ideal Voluntário (GAIV), formado por voluntários que desejam implementar ações sociais organizadas. Esse grupo é responsável por desenvolver e articular atividades de cooperação com os demais programas que a unidade de negócio desenvolve. Além disso, os GAIVs contribuem para a formação de uma memória coletiva de experiências voluntárias por meio do registro de dados quantitativos e qualitativos. Com isso é possível conhecer o perfil dos voluntários e os indicadores das ações.

Reconhecidos e valorizados pelo Prêmio Idealista, os GAIVs contam com a orientação e o acompanhamento do Programa Ideal Voluntário, que também pode apoiar com recursos para viabilizar o plano de atividades voluntárias.

Anualmente o Programa Ideal Voluntário realiza o Dia do Bem-Fazer.

6.1. O que é o Dia do Bem-Fazer

É uma grande mobilização, organizada por empresas, institutos empresariais e organizações sociais, que estimula o trabalho voluntário e inspira múltiplos objetivos para as empresas, comunidades e voluntários:

- **Articulação entre setor público, privado e sociedade civil;**
- **Celebração das ações voluntárias;**
- **Identificação de talentos na empresa e na comunidade;**
- **Promoção do relacionamento da empresa e de seus profissionais com a comunidade.**

6.1.1. Histórico

Em 2015, a Instituto Reinventar apresentou a proposta, para a equipe da Construtora Camargo Corrêa, a realização do Dia do Bem-Fazer.

Este projeto considerava a comunidade Nova Jaguaré, em São Paulo/SP como público alvo a ser trabalhado. Esta comunidade ocupava uma área de aproximadamente 166 mil m², que passou a ser invadida por construções irregulares a partir das décadas de 1950 e 60, com a intensificação da migração para a cidade de São Paulo.

Então com 8.653 moradores, esta comunidade passa por um processo de reurbanização, patrocinada pelo Estado e pela prefeitura, com a implantação de conjuntos habitacionais.

O Plano Diretor Estratégico liberou esta área para sua requalificação, estando previstos grandes projetos como o Shopping Jaguaré e a realocação do CEAGESP para posterior construção de grandes empreendimentos imobiliários. Este processo de requalificação necessitará também de obras de infraestrutura municipal.

Portanto, para 2015, a proposta do Dia do Bem-Fazer foi à revitalização do Espaço Público, com ações emergenciais e vitais para que a praça retomassem o seu conceito inicial.



6.1.2. Formação da ONG Espaço Urbano

A ONG Espaço Urbano foi criada para que, de maneira criativa e contagiante, seja possível desenvolver:

- Projetos de planejamento e gerenciamento sustentável;
- Revitalização de espaços públicos e promover o empoderamento;
- Educação sócio ambiental, econômica, empreendedorismo social, direitos humanos;
- Transformação de valores, ideias e posicionamentos frente à preservação e conservação do Meio Ambiente.



6.1.3. Muda Jaguaré



O projeto de capacitação em gestão na Vila Nova Jaguaré, o Muda Jaguaré tem como principal objetivo aumentar o protagonismo dos moradores da Vila Nova Jaguaré, na gestão de seus interesses por meio da reflexão sobre o uso do espaço público e da capacitação para a administração de bens, serviços e recursos financeiros coletivos, considerando:

- Curso de Gestão Criativa do Espaço Urbano;
- Melhoria de Infraestrutura; e
- Vivências.

6.1.3.1. Resultados

- 21 mobilizadores sociais formados;
- Criação da Associação Canto da Arte;
- Vivências apoiada pelo projeto: Grafite/ Capoeira/Muay Thai
- Mensalmente: entorno de 70 pessoas atendidas.



Criação 16 projetos sociais:

+ Idiomas

Aulas de nível básico e intermediário de inglês, espanhol e francês.

Tempo de Semear

Restauração do relógio do Jaguaré (símbolo do bairro) e criação de horta comunitária que fica no mesmo espaço, com foco terapêutico na unidade básica de saúde (UBS) que existe em Jaguaré.

Meninos do Engenho

Aulas de capoeira para a qualidade de vida da comunidade e como uma alternativa de tirar meninos e meninas da vulnerabilidade social.

Aprender não tem idade

Encontros de educação para os pais de alunos com o objetivo de sanar o analfabetismo funcional.

ECOar

Criação de parques sonoros nos Centros de Educação Infantil (CEI) para o desenvolvimento da criança.

Meu futuro

Aulas de pré-vestibular para os jovens de 16 a 29 anos da comunidade, que hoje não tem apoio para traçar propósitos de vida.

Atualmente este espaço oferece para a comunidade:

- Aulas de Capoeira e de Muay Thai;
- Aulas de Danças Urbanas;
- Ensaio do Grupo PsychoCrew (coletivo de dança urbana residente do bairro Jaguaré);
- Projeto PALCO – Aulas de Teatro e Palhaço;
- UBS com atendimento a pessoa com deficiência (APD);
- Terapia do Ombro e Terapia Ocupacional; e
- Aulas de Yoga.



6.1.3.2. Aplicativo Muda Jaguaré

- Este aplicativo previu:
- Informar as vivências disponíveis;
- Eventos da comunidade;
- Formas de apoio voluntário; e
- Fotos e vídeos do trabalho realizado.
- Mais de 200 usuários ativos



6.1.4. Dia do Bem-Fazer 2016

Para o ano de 2016 a proposta foi à atuação em rede, fortalecendo ações já existentes:

- Palestras e atividades de conscientização com jovens e adolescentes, considerando os temas:
 - Sexualidade;
 - Exploração sexual; e
 - Direitos da criança e do adolescente.

Mais de 380 jovens estiveram presentes nestas formações que foram desenvolvidas em parceria com a ONG Atados.

6.1.5. Dia do Bem-Fazer 2017

Para o ano de 2016 a proposta foi à atuação em rede, fortalecendo ações já existentes:

- Palestras e atividades de conscientização com jovens e adolescentes, considerando os temas:



6.1.5.1. Conceitos trabalhados

Rede

É um conjunto de pessoas e organizações convocadas a se unir em torno de objetivos comuns. Trata-se de um importante mecanismo de fortalecimento da cidadania ativa e de construção de uma sociedade democrática.

Pressupõe envolvimento efetivo e engajamento na luta pela causa defendida. Implica compartilhamento de responsabilidades na construção de caminhos para o alcance dos resultados esperados, além de vontade e disposição para vencer desafios e barreiras em prol dos objetivos pretendidos.



Perenidade

Continuidade e consolidação de iniciativas das redes apoiadas pela Construtora e ICC, que conjuntamente, firmam seu papel como “articuladores institucionais sociais”, com o objetivo de desenvolver com eficácia as comunidades locais.

6.1.5.2. Mobilização dos voluntários

1º Oficina – Camargo Corrêa

O encontro foi realizado com os voluntários para apresentação da proposta, alinhamento de atuação e realização da oficina de Mentoria. O principal foi ouvir como os voluntários gostariam de atuar nesse projeto.



Proposta de Atuação

1. Temas prioritários a serem fortalecidos nos projetos propostos pelos empreendedores locais:

Recursos Humanos

Comunicação

Captação de recursos

Captação de voluntários

Gestão Financeira e Prestação de Contas

2. Voluntários poderão apoiar aos empreendedores através de oficinas, capacitações e/ou mentorias referente a um ou mais temas prioritários.

3. Será proposta organização do evento do DBF (20/08), inserindo quais as ações que serão realizadas em celebração no evento, partindo da aprendizagem e interação entre os voluntários e empreendedores sociais.

CRIAÇÃO DOS COMITÊS POR TEMA

2º Oficina – Canto da Arte

Encontro dos voluntários e empreendedores dos projetos para conhecimento dos projetos, dinâmica, roda de conversa e interação interpessoal.

Criação do guia.



6.1.5.3. Mobilização da rede

Outro ponto fundamental para o desenvolvimento do Dia do Bem-Fazer é a contemplação da rede e a necessidade de mobilizá-la. Para isso foi feito:

- Apresentação dos projetos nas empresas;
- Apoio na arrecadação de brinquedos, roupas e livros;
- Mobilização da comunidade.

Neste momento um ator importante, o Grupo Sotreq, desdobrou a campanha do Dia do Bem-Fazer em suas instalações.

Teremos um evento para você conhecer os projetos que transformarão o nosso bairro: Jaguaré!

20 de agosto (domingo) de 9h30 às 13h
Local: Canto da Arte
(corredor ao lado da Escola João Cruz Costa)

Faça você mesmo!

- Aprenda a plantar em hortas pequenas
- Construa instrumentos com materiais recicláveis
- Faça um cachecol com as próprias mãos

Mexe-se!

- Aula de Muay Thai
- Aula aberta de Jiu Jitsu
- Roda de Capoeira
- Aula de Zumba
- Apresentação de dança urbana

A mudança começa na educação!

- Troca de livros e produção de marca-páginas
- Jogo interativo para aprender diferentes idiomas

Seja você mesmo!

- Cabeleireiros e maquiadores para você se transformar
- Roda de conversa com psicólogo

Participe e vamos mudar o nosso bairro!

Conheça o app Muda Jaguaré!

Dia Do Bem-Fazer 2017
Semeando o bem, a gente vai além

INSTITUTO CAMARGO CORRÊA

Espaço Urbano

PROJETO MUDA JAGUARÉ

6.1.5.4. Celebração 20 de agosto

O objetivo desta ação foi à apresentação dos projetos para comunidade e empresas.



6.1.5.5. Resultados

Fechamos a ação de 2017 com os seguintes números:

- 1.000 mil voluntários atuantes;
- 7.000 mil beneficiados;
- 60 parceiros envolvidos;
- 10 ações realizadas; e

2 países contemplados no desenvolvimento desta ação: Brasil e Colômbia

No Brasil esta ação ocorreu em:

- São Paulo: Jaguaré, Jundiaí, Americana, São Lourenço, Itaquera e Santo Amaro
- Pará: Ananindeua
- Bahia: Salvador





Marcelo Nonato, especialista em construção virtual, trabalha na Construtora Camargo Corrêa há mais de duas décadas e conhece bem o mercado de construção. O que nem todo mundo sabe é que ele tem se dedicado também a construir comunidades sustentáveis por meio do voluntariado. Há cinco anos atuando como voluntário em ações promovidas pela Construtora e pelo Instituto Camargo Corrêa, Marcelo acabou se envolvendo em um trabalho direcionado ao bairro Vila Nova Jaguaré, na cidade de São Paulo.

Apesar de participar com o intuito de disponibilizar conhecimento para a comunidade, Marcelo conta que aprende muito com ela e que, o atual desafio é o tamanho da demanda.

“São pessoas que vivem muitas dificuldades e sabem se virar como ninguém. Isso acaba sendo uma grande aula, a gente aprende muito”.

6.1.5.6. Pós Dia do Bem-Fazer

Finalizando a atividade de 2017, após a realização do Dia do Bem-Fazer, foi realizada a entrega do Guia dos Empreendedores.



7. GUIA DE DESIGN THINKING APLICADO A PROJETOS DE VOLUNTARIADO

Fundação Telefônica Vivo

Apresentou este case: Luanda de Lima Sabença

Gerente de Divisão – Comunicação e Voluntariado da Fundação Telefônica Vivo

Karina Daidone Pimentel

Gerente de Projetos Sociais – Voluntariado da Fundação Telefônica Vivo



7.1. A Fundação Telefônica Vivo

7.1.1. Sobre a Telefônica

A Telefônica é uma marca institucional, adotada mundialmente. Reúne um dos maiores conglomerados de comunicação, informação e entretenimento do mundo, com presença em 21 países e mais de 125 mil colaboradores. No Brasil, começou suas atividades em 1998, no contexto do processo de privatização das telecomunicações. Desde então, construiu uma história de grandes realizações, que se mistura à própria história de evolução das teles no país.

Com portfólio amplo e completo, passando por serviços como banda larga fixa e móvel, voz, ultra banda larga, TV e TI, a companhia está se tornando uma onlife telco, o que a posiciona favoravelmente para satisfazer as necessidades de seus clientes e atingir crescimento em novas receitas pelo mundo.

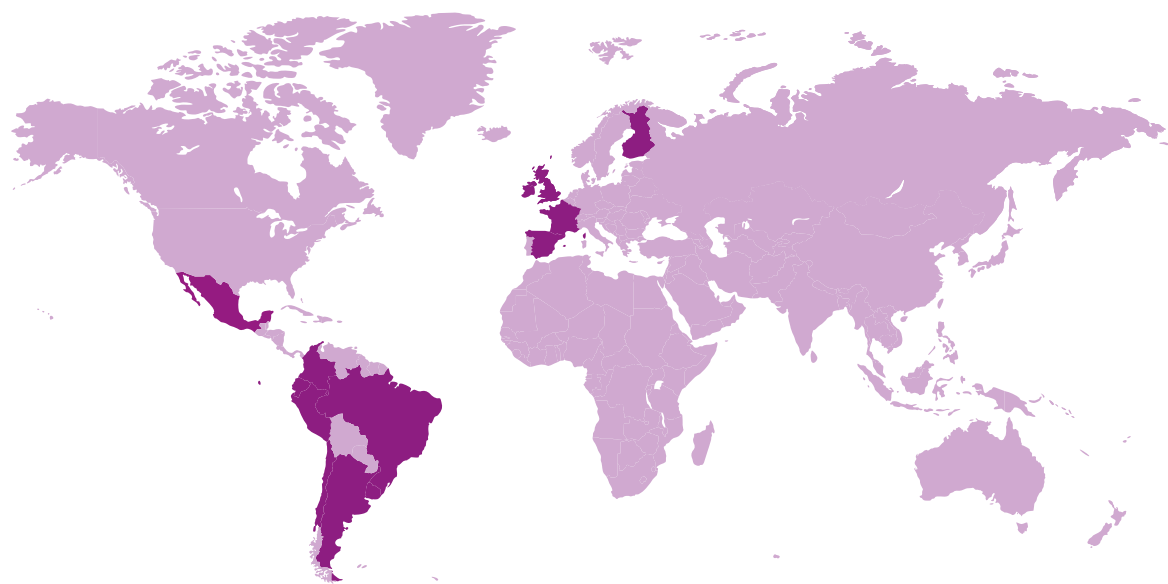
No Brasil, os produtos e serviços são comercializados sob a marca Vivo, que materializa a oferta integrada de produtos e serviços, simplificando e padronizando a experiência do cliente. Globalmente, ainda há mais duas marcas comerciais: Movistar, para Espanha e demais países da América Latina; e O2, para Reino Unido, Alemanha, República Tcheca e Eslováquia.

7.1.2. Sobre a Fundação Telefônica Vivo

A Fundação Telefônica Vivo, responsável pelos projetos sociais da Vivo, acredita na Inovação Educativa como forma de inspirar novos caminhos para o desenvolvimento do Brasil a partir da educação. Guiada pela inovação e a disposição em contribuir para a construção de um futuro com mais oportunidades para todos, a Fundação desenvolve projetos que utilizam a tecnologia para gerar novas metodologias de ensino-aprendizagem, estimular o empreendedorismo social e o exercício da cidadania. Com atuação no Brasil desde 1999, faz parte de uma rede formada por outras 17 fundações presentes da Europa e América Latina, integrantes do Grupo Telefónica.

A fundação Telefônica está presente em 17 países

México – Nicarágua – Venezuela – Peru – Argentina – Alemanha
Guatemala – Costa Rica – Colômbia – Brasil – Chile – Reino Unido
El Salvador – Panamá – Equador – Uruguai – Espanha



Como visão, a Fundação busca um Brasil justo, com cidadãos protagonistas e digitais. Como missão, traz oportunidade de desenvolvimento para educadores, jovens e crianças enfrentarem os desafios do mundo contemporâneo, por meio de projetos de educação, empreendedorismo e voluntariado.

No Brasil, os programas e projetos em que a Fundação Telefônica Vivo atua estão organizados de acordo com os seguintes eixos de atuação:

Educação Profuturo

Aposta na formação de professores para fluência digital e inovação da sua prática pedagógica.

Empreendedorismo social

Incentivamos os jovens a ampliar suas expectativas de futuro por meio do empreendedorismo social e ensino de programação.

Voluntariado

Oferecemos aos nossos colaboradores a possibilidade de participar de ações voluntárias presenciais ou a distância durante todo ano nas mais diferentes causas.

Acervo

Para disseminar o conhecimento produzido na Fundação, organizamos os conteúdos em:
Estudos
Publicações
Webséries
Documentários

7.1.3. Contexto da atuação no Brasil

No Brasil, o Programa de Voluntariado da Fundação Telefônica Vivo iniciou suas atividades em 2005, desde então mobilizando milhares de colaboradores de todas as empresas do grupo em diversas causas e possibilitando com que vivenciem a prática da cidadania, da solidariedade e a empatia, tudo em busca de um mundo melhor e mais justo.

Já é parte da cultura Telefônica incentivar os colaboradores a, cada vez mais, se envolverem em ações voluntárias. Isso porque participar das atividades do Programa e de suas iniciativas propicia uma experiência de vida transformadora, não apenas para quem é beneficiado – de crianças a idosos – como também para quem as realiza, tornando-os cidadãos melhores e conscientes de sua importância social.

Como fundação, o desejo é construir uma rede cada vez maior de pessoas engajadas socialmente, movidas pelo sentimento colaborativo e apaixonado de fazer o bem.

Saiba mais: <http://fundacaotelefonica.org.br/projetos/programa-de-voluntariado/>

7.2. Objetivos e Metas – Voluntariado

7.2.1. Objetivo estratégico

- Organizar a governança do Programa de Voluntariado para todo Brasil, composta por executivos da companhia e colaboradores voluntários. Esta Governança se organiza em Comitê estratégico, Sponsors, Embaixadores e Líderes de Comitê. Esta estrutura determina o viés estratégico de todo planejamento das ações realizadas por cada comitê ao longo do ano, bem como possibilita a construção de uma rede de apoio interno e entre parceiros.
- Mobilizar, por meio dos diferentes projetos que compõem o Programa de Voluntariado, o maior número de pessoas ligadas aos colaboradores Telefônica – incluindo, quando possível, seus parentes e amigos – para que possam contribuir em projetos sociais de impacto, tanto para as pessoas quanto às comunidades onde as ações ocorrem.
- Realizar ações de impacto nas instituições, de modo a deixar um legado do trabalho dos Voluntários Telefônica, tanto a curta quanto a longa duração.
- Levantar a bandeira do trabalho voluntário nas empresas do grupo Telefônica, mostrando que a companhia valoriza a atuação social de seus colaboradores e acredita que, por meio do poder transformador da ação, podemos agir em prol de um futuro melhor.

7.2.2. Resultados 2017


- Comitês de Voluntariado: 41
- Instituições beneficiadas: 112
- Membros de comitês: 407
- Voluntários ativos (total): 14.749
- Pessoas beneficiadas: 52.372

7.3. Programa de Voluntariado – Estrutura E Organização

7.3.1. Portfólio

O Programa de Voluntariado da Fundação Telefônica Vivo é dividido em duas áreas, projetos (foco em ações presenciais) e plataformas (voluntariado digital), que abrangem toda atuação em território nacional. O portfólio do programa se organiza da seguinte maneira:

Programa de Voluntariado



Projetos

Dia dos Voluntários Telefônica
Vacaciones Solidárias
Ações locais
Desafios Solidários



Plataformas

Game do Bem
Crowdfunding (Juntos.com.vc)
Dia dos Voluntários Telefônica
Plataforma v2v – Voluntários Telefônica

Projetos

- Dia dos Voluntários Telefônica: Projeto global que envolve colaboradores Telefônica de todo o mundo, mobilizando um dia de trabalho voluntário em prol de ações solidárias.
- Vacaciones Solidárias: Iniciativa em que colaboradores voluntários selecionados doam 15 dias de suas férias para participar diretamente de projetos que envolvem ações sociais e educativas no Brasil e no exterior.
- Ações locais: os comitês de voluntariado, presentes em todos os estados do Brasil, promovem ao longo do ano centenas de ações beneficentes em variadas instituições apoiadas diretamente, o que inclui desde revitalização de espaços até campanhas de arrecadação.
- Desafios Solidários: ações de voluntariado diversificadas propostas a áreas da Telefônica, com apoio dos gestores, onde todos os envolvidos recebem uma missão em comum para realizá-la em um determinado período de tempo (campanhas de arrecadação).

Plataformas

- Game do Bem: Jogo online, interativo e colaborativo, com centenas de missões baseadas nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Organização das Nações Unidas (ONU), promovendo o exercício da cidadania.
- Crowdfunding (financiamento coletivo): O site fundacaotelefonica.juntos.com.br facilita, organiza e democratiza a doação de recursos para projetos sociais. Todas as ações têm prazo de encerramento determinado para a doação e o apoio efetivo às entidades só acontece se as metas de arrecadação forem atingidas.
- Dia dos Voluntários Telefônica: site voltado às informações e inscrições dos voluntários para o principal evento do ano realizado pela Fundação.
- Voluntários Telefônica: é a rede social do Programa de Voluntariado da Fundação no Brasil. Por meio do portal é possível divulgar ações, realizar inscrições de voluntários, bem como compartilhar experiências a fim de inspirar outros voluntários.

7.3.2. Governança

Para desenvolver a capilaridade do Programa de Voluntariado em todo Brasil, construiu-se uma estrutura de governança com níveis hierárquicos e estratégicos que possibilitaram o grande crescimento, tanto das iniciativas promovidas como do número de voluntários participantes. Essa organização favorece o modelo de trabalho aplicado aos projetos sociais e causas abrangidas pelos comitês de voluntariado, tornando-os muito mais “profissionalizados” e eficazes do ponto de vista da resolução dos problemas enfrentados pelas instituições apoiadas:

A estrutura atual compreende as seguintes figuras:

- **Comitês estratégicos:** composto pelos principais executivos Telefônica, onde discutem resultados e os rumos dos programas e projetos abrangidos pela Fundação em todo país.
- **Sponsors:** executivos da empresa (decisores) que apoiam diretamente os projetos, fornecendo desde o apoio na formulação dos projetos sociais, bem como se colocando à frente de estratégias importantes que envolvem desde a captação de recursos à mobilização de suas equipes em prol das iniciativas.
- **Embaixadores:** Embaixador, responsável pela condução das ações de voluntariado em cada regional de acordo a divisão geográfica de abrangência do negócio (Vivo), sendo este um profissional Telefônica com reconhecida experiência em voluntariado, bem como liderança e capacidade de motivar equipes, mas que não é funcionário da Fundação (é igualmente um voluntário).
- **Líderes de comitê:** é um voluntário com experiência tanto em ações voluntárias quanto em gestão de projetos que assume a função de liderar uma equipe de voluntários (comitê de voluntariado) a fim de promover transformações sociais a partir da promoção de iniciativas nas mais diversas causas, culminando na principal entrega do ano, que é o Dia dos Voluntários Telefônica.

Estrutura da Governança

Comitê estratégico diretores da empresa

(RH, Comunicação e Negócio)

03 reuniões ao ano apoiam a FT na estratégia do Programa



Sponsors executivos

Apoiam os Comitês na execução dos projetos e mobilização de Recursos



Embaixadores

Colaboradores doam seu tempo para a Gestão Regional do Programa



Líderes de Comitês Colaboradores

Doam seu tempo para a festão local das ações ao longo do ano e projetos do DVT



A gestão do programa se consolida com uma agenda de treinamentos aos voluntários em temas do universo de inovação social tais como: Design Thinking, gestão de projetos Sociais, boas práticas de voluntariado empresarial, entre outros.

7.4. Design Thinking Aplicado a Projetos de Voluntariado

7.4.1. Contexto

Em 2014, alguns desafios surgiram aos projetos abrangidos pelo Programa de Voluntariado:

- Como podemos melhorar os projetos de voluntariado para que tenham um impacto mais significativo nas instituições e comunidades onde são realizadas as ações?
- Como agregar aos colaboradores voluntários conhecimentos que agreguem às suas rotinas de trabalho?
- Como trazer aos projetos sociais desenvolvidos em voluntariado novas expertises e metodologias utilizadas na gestão de projetos de outras áreas (como engenharia e tecnologia da informação)?

A Vivo, como empresa da área de tecnologia/telecom, busca a inovação de forma sistêmica e, ao mesmo tempo, insights a partir da identificação de fenômenos sociais, colocando o foco de atenção diretamente nas pessoas: comportamentos, necessidades, hábitos, tendências, etc.. Para tanto, faz uso principalmente de metodologias capazes de organizar a coleta empírica de informações e, simultaneamente, coordenar o processo de análise com o objetivo de propor novas soluções para novos ou antigos problemas encontrados, organizando e dando foco ao processo de gestão dos projetos.

7.4.2. Mas como é possível inovar?

Para inovar não existe uma receita pronta, mas sim é um processo baseado em um conjunto de vários conhecimentos, que podem ser aplicados por meio de metodologias específicas para otimizar processos e entendimentos. Existem diversos métodos, ferramentas e abordagens no campo social capazes de apoiar voluntários na elaboração de suas propostas de intervenção e ação, porém qual deles utilizar no processo de concepção das iniciativas?

Tais recursos, entre eles o Design Thinking, surgiram como métodos capazes de proporcionar melhores resultados a todos os envolvidos em ações de voluntariado, a partir do momento que possibilita a construção de resultados mais adequados às necessidades, sobretudo baseado em um consenso entre todos e em um tempo menor de execução.

O Design Thinking foi escolhido pela Fundação Telefônica Vivo para lidar com os desafios na gestão de projetos sociais abrangidos pelo Programa de Voluntariado, para que os comitês conseguissem – juntamente com a instituição escolhida (entre seus gestores e beneficiários) – realizar com mais eficiência o mapeamento das reais necessidades apresentadas. Essa escolha se deu, principalmente, porque o Design Thinking se coloca a serviço da inovação centrada no ser humano, entendendo que aquilo que precisa ser aprimorado ou resolvido são questões vividas e trazidas por pessoas, permitindo àqueles que vivem o problema cotidianamente participem diretamente da sua solução, trazendo informações e gerando ideias, bem como antevendo possíveis resultados.

Como metodologia de trabalho baseada, sobretudo na empatia – o ato de se colocar no lugar do outro – o Design Thinking traz uma solução a um problema cotidiano vivenciado dentro do escopo dos projetos sociais: a dificuldade de se escutar o outro, de perceber o mundo como ele é e entender com mais propriedade a questão que se quer resolver ou aprimorar. As soluções produzidas sem o processo de escuta e entendimento dos beneficiários costumam trazer pouca inovação e podem ser pouco efetivas. Nesse sentido, o Design Thinking propõe uma alteração de modelos mentais, em que a mudança implica menos respostas e mais no ato de saber fazer as perguntas corretas, que permitam uma aproximação e um novo olhar para o problema que se quer abordar. É um processo intencional para criar impactos positivos e transformar desafios em oportunidades.

O método é composto por 4 fases:

- **Fase 1: exploração do problema, por meio de pesquisas em fontes secundárias e primárias**
- **Fase 2: entendimento real do problema e das necessidades**
- **Fase 3: ideação, incluindo a geração e a seleção de idéias para solucionar o problema.**
- **Fase 4: experimentação das soluções, com a prototipagem das ideias e detalhamento de como fazer.**

7.4.3. Mudança no modelo mental

Considerando o modelo de trabalho anteriormente empregado nos projetos de voluntariado, a Fundação Telefônica Vivo percebeu que, para uma implantação eficaz da metodologia do Design Thinking, era necessária uma mudança, sobretudo no modelo mental de atuação dos comitês. Para isso, foram consideradas abordagens baseadas em:

- Empatia
- Diversidade
- Observação
- Compreensão do(s) problema(s)
- Partir do individual para o coletivo (trabalho em equipe)
- Conceber novas ideias

Porém, para atuação homogênea e eficaz em todo Brasil, surgiu – com a implementação da metodologia nos projetos de voluntariado – a necessidade dos comitês se aprimorarem para aplicação correta dos processos que abrangem o Design Thinking. Como solução, a estratégia se dividiu em duas etapas:

- **Formação:** Embaixadores, líderes e membros dos maiores comitês de voluntariado da Fundação Telefônica Vivo receberam formação na metodologia, que para grande maioria dos participantes era uma grande novidade. Até hoje novos membros da governança do Programa, com função de liderança, participam de treinamentos em Design Thinking, que passou a ser recorrente dentro do calendário anual de formações oferecidas aos voluntários (sempre pensando também em sua aplicabilidade no dia a dia de trabalho na companhia)
- **Construção de um guia:** para que todos os membros dos comitês tivessem fácil acesso a um material de consulta, desenvolveu-se um guia que posteriormente foi compartilhado por meio do acervo existente no site da Fundação Telefônica Vivo. Com isso, promovemos a disseminação de conhecimentos importantes para o 3º setor e para sociedade, tornando público o fruto de um trabalho cuja aplicação se dá em favor de um objetivo comum: o de propor boas transformações sociais em nosso país.

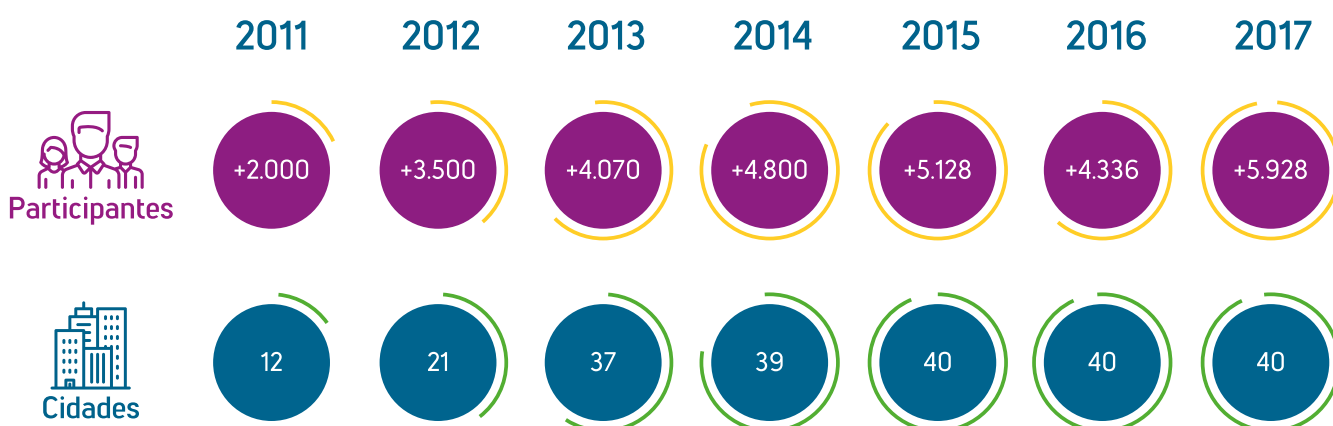
7.4.4. A transformação do Programa de Voluntariado

Atualmente cerca de 15.000 voluntários fazem parte da rede de atuação da Fundação Telefônica Vivo em todo Brasil, sendo mais de 9.000 deles colaboradores do grupo.

Por meio da aplicação do método Design Thinking aos projetos, os comitês trabalham suas estratégias seguindo as boas práticas de projetos sociais, sendo capazes de – objetivamente – separar desejo de uma necessidade real, tornando as ações muito mais assertivas e relevantes tanto a curto quanto em longo prazo. A aplicação da metodologia ainda permitiu, na prática, a migração de um antigo modelo de voluntariado assistencialista para uma versão muito mais oportuna, ativa, que visa em especial à sustentabilidade financeira das instituições em longo prazo, beneficiando ainda mais pessoas.

Em números, o resultado do Design Thinking aplicado aos projetos sociais desenvolvidos pelos comitês pode ser percebido com o incremento do número de participantes no Dia dos Voluntários Telefônica a partir de 2014.

Dia dos voluntários Histórico do Programa



7.5. Fotos



TREINAMENTO DESIGN THINKING – Encontro de Governança Voluntariado 2018



TREINAMENTO DESIGN THINKING – Encontro de Governança Voluntariado 2018



APLICAÇÃO DA METODOLOGIA DESIGN THINKING – Vacaciones Solidárias Brasil 2017



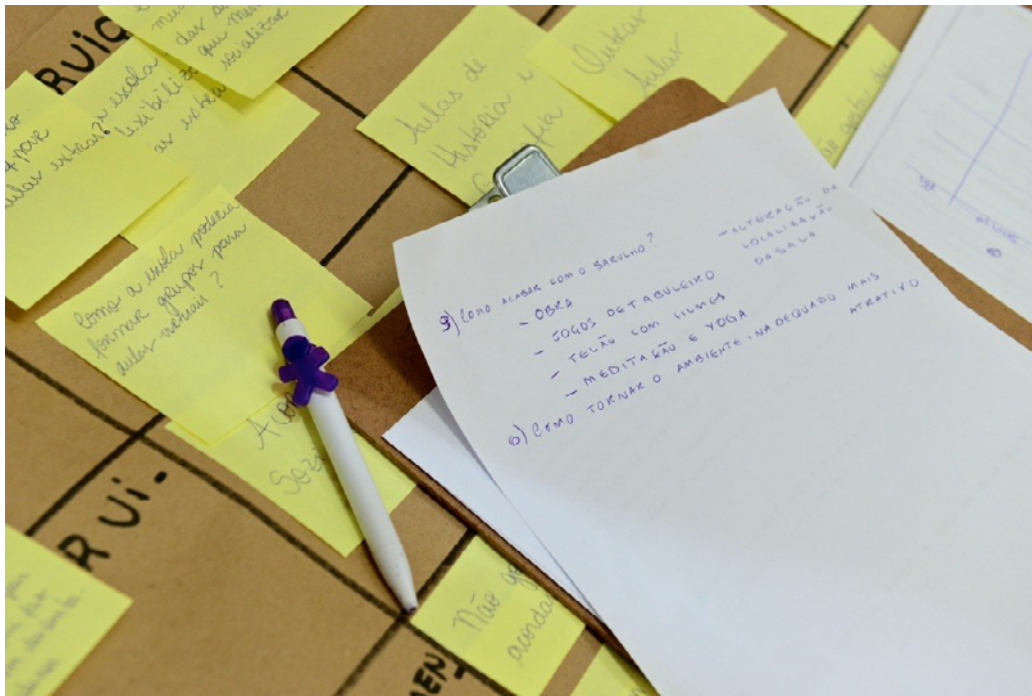
APLICAÇÃO DA METODOLOGIA DESIGN THINKING – Vacaciones Solidárias Brasil 2017



APLICAÇÃO DA METODOLOGIA DESIGN THINKING – Vacaciones Solidárias Brasil 2017



TREINAMENTO DESIGN THINKING – Comitê de voluntariado de São Paulo 2017



TREINAMENTO DESIGN THINKING – Comitê de voluntariado de São Paulo 2017



TREINAMENTO DESIGN THINKING – Comitê de voluntariado de São Paulo 2017

8. 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, práticas e conteúdos, bem como ao 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.

Conheça mais acessando: <http://www.cieds.org.br/>

9. FICHA TÉCNICA DA PUBLICAÇÃO

Realização:

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

Supervisão Geral:

Vandré Brilhante – Diretor Presidente

Coordenação e Supervisão Técnica:

Fábio Müller – Diretor Executivo

Sistematização de texto e conteúdo:

Carolina Thaís Müller

Loren Almeida

Revisão de conteúdo:

Alexandre Bulhões de Britto

Marthina Endo

Bruno Fioravante

Lilian de Almeida Borges

Edição Gráfica:

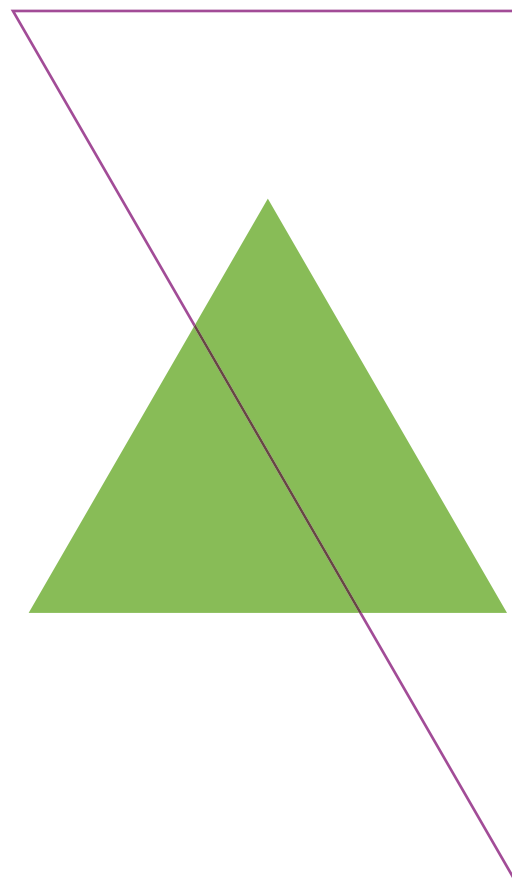
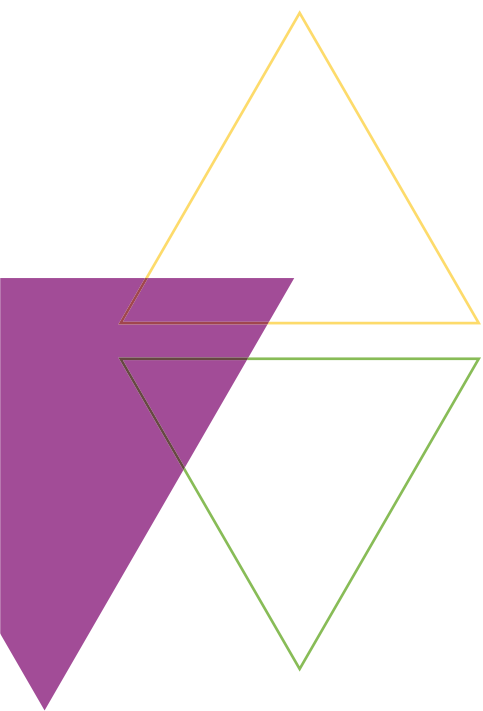
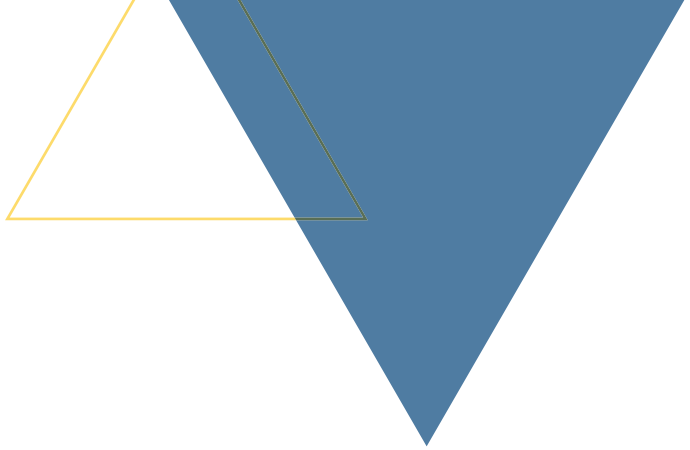
Guilherme Nascimento

Fotos

Arquivos cedidos pelas entidades participantes desta publicação

10. ASSOCIADAS CBVE

Entidade	Representante
Amil	Alexandre Bulhões de Britto
Amil	Andréa Giorgi
Banco Bradesco	Adriana Galtaroca
Banco Bradesco	Ednei Lopes
Banco Bradesco	Jackeline Busnello
Banco Santander	Carla Rotta Brandão
Banco Santander	Jeronimo Rafael Ramos
Cemig	Adieliton Freitas
Cemig	Washington Luis Barbosa
CNI	Ana Gama Dias
CNI	Ludmilla Moraes
CTG BRASIL	Juliana Lu
CTG BRASIL	Mariana Fonseca
CTG BRASIL	Salete Viana Da Hora
Fundação Itaú Social	Anna Carolina Bruschetta
Fundação Itaú Social	Karen Dias Mendes
Fundação Itaú Social	Karina Bezerra Garcia
Fundação Telefônica Vivo	João Paulo da Costa
Fundação Telefônica Vivo	Lilian de Almeida Borges
Instituto Algar	Carolina Toffoli
Instituto Algar	Marthina Endo do Prado
Instituto C&A	Alessandra Martins
Instituto C&A	Daniela Pavan
Instituto Camargo Correa	Bruno Fioravante
Instituto Camargo Correa	Kalil Farran
Instituto Gerdau	Paulo do Amaral Boneff
Instituto Gerdau	Juliana Zenker dos Santos
Instituto Unibanco	Claudio Acacio Sousa Dias
Instituto Unibanco	Marília de Toledo Zonho
Itaipu Binacional	Lilian Paparella Pedro
PwC	Danielle Kkardiff
PwC	Gabriel Brigante
Grupo Sotreq	Danielle Caria
Grupo Sotreq	Ellen Pereira
Grupo Sotreq	Raquel Marques
Wilson Sons	Claudio Luiz de Viveiros
Wilson Sons	Simone Prado





CBVE

Conselho Brasileiro de
Voluntariado Empresarial