

A Importância do Voluntariado para Exercitar a Responsabilidade Social nas Empresas

Patricia Asunción Loaiza Calderón
patricia.calderon@unigranrio.br
UNIGRANRIO

Danielle José Rodrigues
danielle.adm2011@gmail.com
UNIGRANRIO

Edmilson de Assis Gomes
edmilson-assis@hotmail.com
UNIGRANRIO

Grazielle da Silva Andrade
grazielle.s.andrade@gmail.com
UNIGRANRIO

Leonardo dos Santos Silveira
leosadm@gmail.com
UNIGRANRIO

Resumo: Este artigo científico tem como principal objetivo apresentar a natureza do trabalho voluntário nas organizações, conhecer os processos de trabalho e as relações dos colaboradores com a instituição em que trabalham. Para aprofundar o conhecimento sobre o assunto, foi necessário levantar pesquisas bibliográficas trazendo fundamentação teórica para o estudo. Nesse sentido compreende-se como voluntário aquele que presta atividades à sociedade de forma não remunerada, contribuindo com sua habilidade, conhecimento, tempo e solidariedade. Porém, o que se tornou o problema da pesquisa foi identificar o que as empresas podem fazer para motivar os seus funcionários a se envolverem no trabalho voluntário. Para dar estrutura ao estudo, alguns pontos foram traçados como motivação, comprometimento, comportamento, os tipos de atividades que podem ser desempenhadas e a interação dos voluntários e organizadores. Para exemplificar, foi estudada uma instituição localizada no Rio de Janeiro, que presta serviços a pacientes em tratamento contra o câncer de todos os lugares do Brasil e do mundo, que conta com uma infraestrutura bem desenvolvida e um grupo de voluntários ativo. Dentre as diversas formas de coleta de dados, foi utilizado o método de observação simples comparado com informações documentais contidas em site e um vídeo da instituição, além de relacionar com as teorias dos principais autores. Como resultado percebeu-se que, que as organizações necessitam utilizar ferramentas que estimulem seus funcionários a participem de políticas de responsabilidade social a partir do voluntariado, assim como a flexibilidade de horários, a disponibilização de recursos, organizar projetos envolvendo-os, reconhecer o trabalho solidário e assumir a responsabilidade. Dessa forma, os

voluntários acreditam no que a empresa realiza como social e se compromete com a causa.

Palavras Chave: Voluntariado - Responsabilid.Social - Solidariedade - -

A IMPORTÂNCIA DO VOLUNTARIADO PARA EXERCITAR A RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS EMPRESAS

Msc. Patricia Asunción Loaiza Calderón*
Universidade do Grande Rio Prof. José de Souza Herdy – UNIGRANRIO
patricia.calderon@unigranrio.br

Danielle José Rodrigues**
UNIGRANRIO
danielle.adm2011@gmail.com

Edmilson de Assis Gomes**
UNIGRANRIO
edmilson-assis@hotmail.com

Grazielle da Silva Andrade**
UNIGRANRIO
grazielle.s.andrade@gmail.com

Leonardo dos Santos Silveira**
UNIGRANRIO
leosadm@gmail.com

RESUMO

Este artigo científico tem como principal objetivo apresentar a natureza do trabalho voluntário nas organizações, conhecer os processos de trabalho e as relações dos colaboradores com a instituição em que trabalham. Para aprofundar o conhecimento sobre o assunto, foi necessário levantar pesquisas bibliográficas trazendo fundamentação teórica para o estudo. Nesse sentido compreende-se como voluntário aquele que presta atividades à sociedade de forma não remunerada, contribuindo com sua habilidade, conhecimento, tempo e solidariedade. Porém, o que se tornou o problema da pesquisa foi identificar o que as empresas podem fazer para motivar os seus funcionários a se envolverem no trabalho voluntário. Para dar estrutura ao estudo, alguns pontos foram traçados como motivação, comprometimento, comportamento, os tipos de atividades que podem ser desempenhadas e a interação dos voluntários e organizadores. Para exemplificar, foi estudada uma instituição localizada no Rio de Janeiro, que presta serviços a pacientes em tratamento contra o câncer de todos os lugares do Brasil e do mundo, que conta com uma infraestrutura bem desenvolvida e um grupo de voluntários ativo. Dentre as diversas formas de coleta de dados, foi utilizado o método de observação simples comparado com informações documentais contidas em site e um vídeo da instituição, além de relacionar com as teorias dos principais autores. Como resultado percebeu-se que, que as organizações necessitam utilizar ferramentas que estimulem seus funcionários a participem de políticas de responsabilidade social a partir do voluntariado, assim como a flexibilidade de horários, a disponibilização de recursos, organizar projetos envolvendo-os, reconhecer o trabalho solidário e assumir a responsabilidade. Dessa forma, os voluntários acreditam no que a empresa realiza como social e se compromete com a causa.

Palavras chave: Voluntariado. Responsabilidade Social. Comprometimento e Solidariedade.

*Professora do Curso de Administração da Escola de Ciências Sociais Aplicadas da UNIGRANRIO.
Mestre em Administração Pública pela EBAPE-Fundação Getulio Vargas. RJ-Brasil.

Lic. em Relações Industriais e Públicas pela Universidade Nacional de San Agustín. Peru.

** Alunos do curso de Administração da Escola de Ciências Sociais Aplicadas da UNIGRANRIO.

1 INTRODUÇÃO

A Responsabilidade Social é um assunto que vem ganhando relevante consideração nos últimos anos. Muitas empresas tratam o tema como vantagem estratégica e competitiva motivada pela reação positiva dos consumidores ao perceber a contribuição realizada pelas mesmas em benefício da sociedade. Essas ações por sua vez, podem surgir do intuito de envolver colaboradores em trabalhos sociais. Nessa prerrogativa surge como questão em foco o trabalho voluntário como forma de desenvolver o espírito solidário assim como reavivar características motivacionais para obter vantagens recíprocas entre organizações e colaboradores.

Considerando o fato de que para uma ação acontecer depende de um estímulo, o objetivo deste artigo é verificar na literatura o que os principais autores relacionados ao tema de Responsabilidade Social, Motivação e Voluntariado tratam sobre o mesmo (Robbins, 2005; Dohme, 2001; Ashley, 2005; Tenório, 2006), e apontar como é o funcionamento dessas práticas de voluntariado nas empresas. Além disso, descrever os projetos e ações através da observação e pesquisa para analisar os efeitos que proporcionam para a organização e voluntários.

Durante a realização da pesquisa, foram encontradas algumas limitações quanto aos métodos de coleta de dados, o que restringiu a quantidade e aprofundamento do conteúdo. Porém, verificou-se que a partir da abordagem qualitativa, outros métodos puderam ser aplicados, sendo eles: observação em uma visita exploratória e pesquisas contidas em site e vídeo institucional, assim como pesquisa na internet.

Os objetivos específicos que conduziram a pesquisa foram: 1) Verificar na literatura os tópicos relacionados a este tema, 2) descrever quais são os projetos e ações sociais do Instituto alvo da pesquisa de campo, 3) observar como funcionam as práticas sociais do Instituto, 4) analisar os dados coletados a fim de compreender os fatores motivacionais que levam à prática do trabalho voluntário; 5) pesquisar as normas e regulamentos que regem este tipo de trabalho; 6) identificar quais poderiam ser os efeitos que o trabalho voluntário proporciona aos colaboradores e as organizações e 7) identificar fatores motivacionais para estimular o voluntariado nas empresas.

Esta pesquisa torna-se relevante na medida em que permite a compreensão do tema voluntariado e, desta forma, pretende contribuir para mobilizar organizações e pessoas que trabalham nelas em prol de ações que melhorem a qualidade de vida das pessoas e permitam a construção de um mundo melhor, exercendo o seu papel solidário e propiciando a cidadania em toda sua acepção.

Foi preciso comparar as informações contidas no site e um vídeo institucional fornecido pela organização com dados da pesquisa bibliográfica e da pesquisa de campo para ter uma maior compreensão sobre o assunto Responsabilidade Social e Voluntariado,

2 REVISÃO DA LITERATURA

2.1 DEFINIÇÃO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA (RSC)

Com a globalização e diante das diversas mudanças ocorridas ao longo dos anos, as empresas têm se atentado à sua atuação no mercado que se encontra cada vez mais exigente e concorrido. Estas se sentem na obrigação de prestar contas à sociedade de forma eficiente e transparente, de modo a gerar sua satisfação e fidelidade dos clientes.

Na década de 50, Bowen desenvolveu um dos primeiros conceitos de Responsabilidade Social como afirma Ashley (2005, apud ROMANIELLO, AMANCIO,

2003), definindo ela como “a obrigação do homem de negócios de adotar orientações, tomar decisões e seguir linhas de ação que sejam compatíveis com os fins e valores da sociedade”.

A Responsabilidade Social Corporativa é toda ação empresarial, que pautada em valores éticos, tem como objetivo atender às necessidades dos *stakeholders* priorizando o bem-estar da sociedade e do ambiente em que a empresa esteja inserida. (TENÓRIO, 2006, p. 238).

De acordo com Ashley (2005, p.5), “as organizações terão de aprender a equacionar a necessidade de obter lucros, obedecer às leis, ter um comportamento ético e envolver-se em alguma forma de filantropia para com as comunidades em que se inserem”, tornando-se desafios para as empresas que querem se manter no mercado.

Assim como o Instituto Ethos (2003, apud, ROMANIELLO, AMANCIO, 2005), defende que:

A responsabilidade social é uma forma de conduzir os negócios da empresa de tal maneira que a torne parceira e co-responsável pelo desenvolvimento social. A empresa socialmente responsável é aquela que possui a capacidade de ouvir os interesses das diferentes partes (acionistas, funcionários, prestadores de serviço, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio-ambiente) e consegue incorporá-los ao planejamento de suas atividades, buscando atender às demandas de todos e não apenas às dos acionistas ou proprietários.

Atualmente, com tantas mudanças e evoluções, a empresa, não importa qual seja o seu segmento ou atuação, devem estar abertas para assumir novas posturas, mostrando sempre uma atitude ética em todas as suas atividades, comportamentos e decisões.

2.2 TIPOS DE AÇÕES SOCIAIS CORPORATIVAS

Num ambiente competitivo, as empresas precisam ser flexíveis e prontas para se adaptarem a novas mudanças que ocorrem justamente para manter uma postura madura, competitiva e autêntica diante da concorrência.

Ashley *et al* (2006, p. 62), ao mencionar a importância dos objetivos da implementação das práticas sociais da empresa afirma que:

para que a responsabilidade social exista é necessário, antes de tudo, que as técnicas e filosofias das empresas sejam repensadas, que o fim social não seja massacrado pelo lucro- lucro este que não deve ser um fim em si, e sim o viabilizador de uma atitude mais ética e responsável por parte das empresas.

De acordo com OLIVEIRA (2008, p.66), “muitas empresas utilizam essas ações em suas campanhas de marketing para ganhar legitimidade e associar sua marca ou produto com ações sociais de modo a atrair consumidores”. E para isso os administradores têm diversas maneiras de contribuir para o bem-estar da sociedade através de medidas sociais assim como afirma Fombrun e Shanley (1990 apud CASTRO, 2007, p. 68), que:

Os gestores podem sinalizar essas preocupações sociais de suas organizações através da promoção de ações de caridade, oferecer oportunidades de emprego em igualdade de condições, criar fundações, colocar mulheres e representantes de minorias na alta administração, dentre outras ações.

E direcionando para o voluntariado como um fator contribuinte para as empresas aplicarem a responsabilidade social, o Instituto Ethos (2001, p.41) afirma que.

Se uma empresa quer ser conhecida por seu compromisso com o crescimento do país, um programa de voluntariado tende a ser uma excelente maneira de transformar essa prioridade institucional em realidade. Outras prioridades

institucionais que um programa de voluntariado empresarial pode ajudar a atingir são, por exemplo, a integração e o desenvolvimento dos funcionários ou a aproximação com a comunidade.

Uma organização, por mais destacada que seja no mercado, se esta não se atentar principalmente as questões internas, de nada adianta focar na responsabilidade social. Pois quando essa prática é adotada somente por interesses financeiros ou por maior imagem corporativa, perde-se a credibilidade diante dos clientes e do mercado e não obtém o resultado esperado.

2.3 VOLUNTARIADO: O IMPULSO SOLIDÁRIO

O trabalho voluntário é toda ou qualquer ação que uma pessoa presta sem fim lucrativo, nela é dedicado tempo, esforço e lealdade. A partir desta teoria, o voluntariado pode ser trazido para uma empresa, sendo uma atividade, como todas as ações voluntárias organizadas com o objetivo de auxiliar no desenvolvimento de uma comunidade estimulando para que os funcionários participem de eventos, campanhas solidárias, campanhas de arrecadação, serviços voluntários a comunidade como separação do lixo, explicadores escolares, palestras etc.

Para o Instituto Ethos (2001, p.24), o voluntariado empresarial “é um conjunto de ações realizadas por empresas para incentivar e apoiar o envolvimento dos seus funcionários em atividades voluntárias na comunidade”.

Segundo Corullón (*apud* TENÓRIO, 2006, p. 195), voluntário é quem disponibiliza “espontaneamente seu tempo, talento e energia para seus semelhantes e suas comunidades, através de ações individuais ou em grupo, sem expectativa de recompensa financeira”.

Como qualquer outra atividade, o voluntariado também possui uma lei específica que descreve os procedimentos e regras a serem seguidos para praticar a atividade.

A lei nº 9.608 de 18 de Fevereiro de 1998 define o serviço voluntário como:

Atividade não remunerada, prestada por pessoa física a entidade pública de qualquer natureza, ou a instituição privada de fins não lucrativos, que tenha objetivos cívicos, culturais, educacionais, científicos, recreativos ou de assistência social, inclusive mutualidade.

Quanto à motivação de um voluntário Kotler afirma que (1975 *apud* FERREIRA; PROENÇA; PROENÇA, 2008, p. 47), “os voluntários apenas querem que o seu trabalho seja apreciado”. Para Tenório (2006, p.200), ao se dedicar a este tipo de trabalho “o voluntário estaria realizando um trabalho gerado pelo impulso solidário, atendendo tanto às necessidades dos próximos quanto às suas motivações pessoais.”.

E Wilson (2000 *apud* FERREIRA; PROENÇA; PROENÇA, 2008, p. 47), completa que o anseio de reconhecimento do trabalho realizado está ligado aos níveis superiores da pirâmide de necessidades de Maslow e às necessidades de reconhecimento social e auto-realização explicitados na teoria da higiene motivação de Herzberg.

Mesmo sendo um trabalho de vontade própria e que não há remuneração, o trabalho voluntário segue regras quanto sua formalização.

A lei 9.608, referente ao trabalho voluntário, especifica que o voluntário e a instituição, organização ou associação em que presta tais serviços, são formalizados mediante a um termo de adesão, no qual são descritas as atividades a serem realizadas e as condições de seu exercício e caso o trabalho não esteja de acordo com as especificações transcritas no termo, o voluntário poderá ser ressarcido. É importante ser mencionado, que o trabalho voluntário não se destina a cobrir as tarefas de funcionários remunerados, e sim aquelas que

visem o bem-estar da comunidade e do desenvolvimento pessoal (INSTITUTO RONALD, 2011).

Nos atuais tempos está cada vez mais difícil encontrar o trabalho voluntário, visto que as organizações conhecidas como econômicas estão dominando inteiramente a rotina das pessoas (TENÓRIO, 2006, p. 193). Porém é uma ação que contribui para o desenvolvimento humano, pode melhorar a autoestima de quem pratica estas ações. E para a empresa com colaboradores internos comprometidos com as causas das empresas e sem fins lucrativos.

De acordo com Trogon (2005, *apud* FERREIRA; PROENÇA; PROENÇA, 2008, p.50), “muitos indivíduos consideram que o voluntariado poderá ter impacto positivo na sua aprendizagem, enriquecimento pessoal e alargamento de horizontes”. Compreendendo que é um estágio para o que o mercado necessita.

2.4 A IMPORTÂNCIA DO VOLUNTARIADO PARA AMBAS AS PARTES

Quando uma organização recebe um voluntário, ambas as partes se beneficiam, a primeira por ter a sua disposição um profissional que estará disposto “a emprestar seu tempo, suas habilidades, seus conhecimentos e seu talento à tarefa que está executando, outros atributos darão qualidade a esse trabalho” (DOHME, 2001, p.19,20). E para o voluntário uma oportunidade de exercer suas qualidades profissionais, atuando no que mais se identifica e dando qualidade ao trabalho, segundo Dohme (2001, p. 20):

- a) Ele exerce o trabalho com total adesão aos fins propostos, por possuir os mesmos credos e objetivos, favorecendo assim o desempenho;
- b) Ele trabalha em algo que gosta e que escolheu como o trabalho é realizado sem obrigação torna-se mais fácil a abertura para criatividade e aprendizagem;
- c) Ele acrescenta amor ao seu trabalho, sendo motivado por sentimentos muitas vezes de caridade, amor, sentimento comunitário, buscando suas realizações pessoais.

O voluntário é motivado por sentimentos e satisfações para bem próprio e dos outros e isso reflete em seu bom desempenho na organização, pois ele “sente-se bem em apoiar e trabalhar em uma organização que trabalha por uma causa que ele considera justa e que constrói um futuro que coincide com sua visão pessoal” (DOHME, 2001, p. 18). E o voluntário utiliza disso como experiência profissional e/ou estabelecer novas oportunidades por meio desse serviço.

2.5 PROGRAMA DE VOLUNTARIADO

Segundo Dohme (2001, p. 21), uma organização que trabalha o social “deverá estar preparada para receber voluntários e ter um programa apropriado para geri-los”, preparando todas as etapas, desde recrutamento à seleção, mesmo que esse relacionamento seja feito de forma espontânea, não deverá ficar isenta de regras e planejamentos.

Após alguns pontos definidos a organização social estará pronta para “estabelecer os eu programa de voluntários, ou seja, um conjunto de procedimentos para a gerência do trabalho voluntário condizente com a sua filosofia e os seus objetivos sociais” (DOHME, 2001, p. 33). Agindo em conjunto, organização social e os voluntários, conseguirão fazer com que todos os objetivos sejam alcançados de forma satisfatória.

Este programa de voluntários deve conter todas as informações necessárias para reger o período que o voluntário estará exercendo sua função na organização, segundo Dohme (2001, p. 39):

- a) Recrutamento: Captação, seleção, contrato, integração e orientação;
- b) Execução: Estrutura de equipes, capacitação e avaliação e escala de progressão;
- c) Término: Remanejamento de carreira e reconhecimento.

2.6 COMO EMPRESAS PODEM IMPLEMENTAR O VOLUNTARIADO

Para implementar um projeto de voluntariado, as empresas públicas ou privadas, devem estimar alguns pontos necessários para que o plano não seja desvinculado dos objetivos pretendidos. Para isso o Instituto Ethos (2001, p.38), não existe uma norma regulamentadora que controle como devem ser realizado o programa de voluntariado em uma organização.

Porém, algumas dicas são dadas para que os projetistas ou administradores consigam gerenciar os projetos e envolver os voluntários nas ações que são desenvolvidas. O primeiro passo relaciona-se com a reflexão do empresário com os valores os objetivos organizacionais, estes parâmetros quando relacionados com a responsabilidade social corporativa direcionará para a motivação e incentivo em desenvolver tais programas.

Após definidos as diretrizes do projeto a empresa implementa o voluntariado através de algumas normas e procedimentos que orientam o trabalho, implementa um sistema de valorização e reconhecimento para cada vez mais motivar e envolver os voluntários nos programas, além de avaliar e aplicar melhorias. Além disso, segundo Instituto Ethos (2001, p.77), é recomendável atrair parcerias para que o programa ganhe força e alcance mais pessoas.

O trabalho em rede propicia a reflexão sobre a prática do voluntariado empresarial, promove o intercâmbio de experiências, a transferência de tecnologias, o debate sobre dificuldades e desafios comuns. Além de contribuir para o engrandecimento do programa da sua empresa, isso tudo ajuda a fortalecer as instituições que fazem parte da rede e faz o voluntariado empresarial crescer enquanto movimento social no Brasil.

Estas medidas, auxiliam as empresas que desejam implementar o programa de voluntariado a estruturar suas ideias e objetivos que contribuem para o desenvolvimento e o bem-estar da sociedade.

2.7 MOTIVAÇÃO

A motivação para o desenvolvimento de programas se torna fundamental, considerando que o trabalho voluntário, além das habilidades dos colaboradores, exige envolvimento e comprometimento em prol do bem-estar do próximo. Nesse sentido, as empresas que almejam implementar tal programa, precisam criar políticas que estimulem seus funcionários a desenvolverem as ações voluntárias na própria organização ou fora dela.

Oferecer recursos para projetos/ações de caráter assistencial, educacional, cultural, ambiental etc.; permitir que os funcionários usem as instalações da empresa para planejar e, eventualmente, executar ações voluntárias; permitir que o funcionário utilize o telefone no horário do expediente para combinar ações de voluntariado e, eventualmente, parte do horário de trabalho para fazer a sua atividade; oferecer capacitação para o funcionário melhorar sua performance como voluntário; criar um banco de oferta e procura de atividades voluntárias (INSTITUTO ETHOS, 2001, p.26).

Para Guara *et al* (2004, p.14), algumas recomendações podem ser tomadas para as empresas motivarem os funcionários a participarem de programas voluntários, seguindo alguns pontos chaves como: comprometimento, flexibilidade, valorização e planejamento. Nesse sentido as empresas podem:

- a) Conceder um tempo no horário de trabalho para a prestação de serviço voluntário;
- b) Dar palestras explicativas ou promover eventos que relacionam com a importância da participação nos projetos e ações voluntárias;
- c) Desenvolver e estimular a criação de projetos voluntários;

- d) Dar autonomia para tomada de decisões através da delegação de atividades e responsabilidade;
- e) Incentivar para utilizar o tempo livre para a prestação do voluntariado;
- f) Oferecer recursos e instalações para a realização das tarefas voluntárias;
- g) Criar um sistema de valorização dos que praticam ações voluntárias com o objetivo de recompensar os voluntários e atrair novos seguidores.

Dessa maneira as ações de responsabilidade social praticadas pelas organizações são formas de envolver os colaboradores internos como medida de motivá-los e comprometê-los com as empresas gerando em cada funcionário, através de seus objetivos pessoais de promover a solidariedade e o desenvolvimento profissional, a vontade de participar e se envolver nos programas de voluntariado.

2.8 IMPORTÂNCIA DO COMPROMETIMENTO ORGANIZACIONAL NAS AÇÕES SOCIAIS CORPORATIVAS

Em muitos casos, as ações sociais das empresas não são notadas pelos colaboradores internos o que impedem que estes reconheçam os valores que a organização tem para com a sociedade. É uma forma de fazê-los reconhecer e trazer estes valores para si, como mudança de comportamento é através do envolvimento dos colaboradores nas práticas sociais das empresas como meio de comprometê-los.

Para Robbins (2005, p.62), o comprometimento organizacional pode ser definido como “a identificação com a organização na qual trabalha”, isto engloba estar satisfeito com as tarefas que desempenham, com o reconhecimento por parte da empresa e com a participação com as atividades que executam nas organizações.

E no ambiente organizacional também é possível encontrar pessoas com atitudes diferentes, e estas atitudes refletem a impressão que cada um tem sobre os diversos assuntos no âmbito organizacional. E para Robbins (2005, p.61), as atitudes podem ser classificadas em três tipos sendo eles: satisfação com o trabalho, envolvimento com o trabalho e o comprometimento organizacional.

A satisfação com o trabalho compreende a atitude do indivíduo em avaliar as atividades que realiza dentro da organização, onde se considera que seu trabalho tem sido produtivo, que haja reconhecimento e que tenha oportunidades de crescimento, as atitudes são positivas, porém quando estão insatisfeitas com o que desempenham e não recebem incentivos por parte dos executivos tem reações negativas.

O envolvimento com o trabalho acontece quando a organização possui uma gestão participativa inserindo o colaborador interno nas ações em que são desempenhadas na organização e fora dela como nas decisões importantes a ser tomadas como também em ações sociais que geralmente são desempenhadas pela organização, mas que não são expostas aos funcionários. Para Robbins (2005, p. 61), o envolvimento com o trabalho, pode ser definido como: “o grau em que uma pessoa se identifica psicologicamente com seu trabalho e considera seu desempenho nele como um fator de valorização pessoal”.

E por fim o comprometimento organizacional acontece quando a identificação do colaborador interno com as ações que são desempenhadas na organização e pela própria organização em que se executam suas tarefas. Quando há um comprometimento organizacional por parte dos funcionários, segundo Robbins (2005, p.62) pode ser reduzido o número de rotatividade e de absenteísmo quando os colaboradores estão comprometidos com aquilo que a organização propõe. É o funcionário que veste a camisa da empresa, compreendendo o valor da sua participação, se esforçando e fazendo o melhor para auxiliar a empresa a alcançar seus objetivos.

Na literatura pesquisada, foi possível identificar alguns conceitos que ligam à importância do desenvolvimento da cidadania como forma de desenvolver pessoas assim como Ricardo (2007, p. 69), afirma que:

estimular o exercício de cidadania individual e corporativa, formando atores sociais, ou seja, sujeitos capazes de refletir criticamente sobre a realidade organizacional, de construí-la e modificá-la, de atuar pautados por postura ética e socialmente responsável.

Wagner e Hollenbeck (2009, p.125), ao relatarem sobre as causas que levam a insatisfação com o trabalho como o absenteísmo e a rotatividade, mencionam sobre a importância do comprometimento dos colaboradores, e para isso afirmam que “compromisso implica vontade de investir uma grande dose de esforço em favor da organização e intenção de ficar muito tempo na empresa” e falta de comprometimento ou em um nível baixo, pode causar uma insatisfação ainda maior com o trabalho.

Com relação ao trabalho voluntário, a Declaração Universal do Voluntariado (1990), transcreve o dever do voluntariado que está diretamente ligado ao comprometimento pessoal em prol da viabilização do trabalho ou projetos sociais apoiados pelas as empresas, sendo eles:

- a) Encorajar o comprometimento individual nos movimentos coletivos;
- b) Procurar o fortalecimento de sua organização, informando-se e aderindo a suas metas e políticas;
- c) Empenhar-se no cumprimento das tarefas definidas em conjunto, levando em conta as suas aptidões pessoais, tempo disponíveis e responsabilidades aceitas;
- d) Cooperar com os outros membros da organização, dentro do espírito de mútua compreensão e respeito;
- e) Empenhar-se nos treinamentos, quando necessário;
- f) Guardar a confidencialidade das suas atividades.

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

3.1 TIPO DE PESQUISA

De acordo com Vergara (2010, p. 42), com relação aos fins, esta pesquisa é descritiva e exploratória, considerando que o tema é um assunto pouco explorado em pesquisas, sendo necessário relatar como são os processos para o programa de voluntariado Já com relação aos meios, houve a necessidade de realizar uma pesquisa bibliográfica para dar maior compreensão sobre o assunto responsabilidade social, motivação e voluntariado e, uma pesquisa documental, visto que foram necessárias diversas informações contidas em site, reportagens, revista e um vídeo institucional do Instituto Unido pela Cura, que foram úteis para a realização da pesquisa. Finalmente, uma pesquisa de campo para ter um contato direto com a realidade na organização na forma de estudo de caso para compreender em maior profundidade e detalhes o assunto.

3.2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS DE COLETA DE DADOS

Dentre os diversos instrumentos possíveis para a investigação descritos por Vergara (2010, p.51), serão descritos a seguir apenas os que serão utilizados nesta pesquisa.

3.2.1 OBSERVAÇÃO

Para melhor análise dos dados uma das técnicas importantes está à observação que pode ser definida como simples ou participante.

De acordo com Vergara (2010, p.51), na observação simples “você mantém certo distanciamento do grupo ou da situação”. Ainda segundo a autora na observação participante “você está engajado ou se engaja na vida do grupo”.

Roesch (2009. 161), afirma que há duas maneiras distintas para realizar este método de pesquisa sendo eles: encoberto e de forma aberta, o primeiro relaciona-se com análises feitas a partir da percepção de empregados sem que haja conhecimento por parte da empresa e a de forma aberta acontece quando há permissão da organização para que sejam feitas observações no local.

E para analisar o comportamento dos participantes da pesquisa neste estudo, foi utilizada a observação simples, para compreender como são realizadas as atividades dos voluntários e a interação entre eles. Para isso, os dados foram analisados a partir de uma visita exploratória a um projeto do Instituto sem fins lucrativos, passando por todas as repartições em que são realizadas as atividades.

3.2.2 PESQUISA DOCUMENTAL E BIBLIOGRÁFICA

Para este estudo, foi feita a pesquisa bibliográfica para o levantamento de informações e teorias que já foram mencionadas pelos autores da área pesquisada que foram fontes de análises de dados. Foram pesquisados: livros, artigos e dissertações. Já a pesquisa documental foi fundamental para apurar dados relacionados à Instituição que estejam de acordo com o problema em questão, foram pesquisados informações disponíveis no site e informações contidas em vídeo institucional.

3.3 TRATAMENTO DOS DADOS

Como esta pesquisa é de abordagem qualitativa, foi aplicado o método não estatístico, visto que assim será possível codificá-los, apresentando-os mais estruturados, facilitando assim a análise das informações.

Utilizando as informações obtidas, após a observação realizada, através de uma visita exploratória, os dados, após a análise de conteúdo, foram relacionados com as pesquisas bibliográficas e documentais a fim de facilitar o entendimento e aplicação dos resultados da pesquisa.

4 CARACTERIZAÇÃO DO INSTITUTO UNIDOS PELA CURA

O Instituto Unidos pela Cura, nome fantasia como será chamado nesta pesquisa, é uma organização sem fins lucrativos que está ligada ao combate de câncer infanto-juvenil e para isso conta com diversos programas que auxiliam no diagnóstico precoce da doença, bem como ao amparo às famílias que acompanham um paciente em tratamento, além da atenção integral que visa elevar as taxas de cura dos pequenos pacientes com câncer, por meio do apoio a diversas ações e da progressiva articulação de serviços complementares. E para que este tratamento seja de qualidade é necessário que a ONG receba recursos financeiros ou doações para manter suas instalações e seus projetos.

Fundado em 1999, com a intenção de auxiliar e contribuir para um índice menor da doença em crianças e adolescentes, o Instituto Unidos pela Cura tem como missão “Promover a saúde e a qualidade de vida de crianças e adolescentes com câncer” e para isso foi necessário desenvolver programas que atrelassem a este objetivo e que auxiliassem na diminuição de tempo da descoberta de sinais de câncer e no encaminhamento a hospitais e clínicas onde assim possam contribuir para a cura do paciente antes que a doença se agrave.

A Casa Aconchego, que assim será chamada, acolhe as crianças em tratamento, programa que é objeto de pesquisa neste artigo, fugindo a regra, foi fundada antes da

Instituição no Rio de Janeiro em 1994 sendo a primeira da América Latina, já realizou mais de 2000 atendimentos a crianças e adolescentes que variam de 5 a 19 anos, sendo que 802 atendimentos só em 2009.

A Casa Aconchego concede apoio às mães, que geralmente são as acompanhantes, com apoio psicológico, bolsas de alimentos para hóspedes e ex-hóspedes, para que possam enfrentar juntamente com seu filho ou parente o tratamento, além da distância de casa tendo em vista que a maioria dos pacientes é de regiões afastadas ou até mesmo de outros países.

Para que estes programas, que atende diversas necessidades de uma criança comum, sejam desempenhados são necessárias ações voluntárias, que não são apenas de doações financeiras, de alimentos ou, roupas, que também são de grande valia para a instituição, mas sim da doação de um tempo para prestar serviços de livre vontade e de forma não remunerada. Hoje já são mais de 400 voluntários que se empenham com carinho às atividades de diversas áreas, e o Instituto Unidos pela Cura tem como funções treiná-las e orientá-las para a prestação de serviço voluntário que segue um padrão em todas as Casas Aconchego espalhadas pelo mundo. Outro recurso que a Casa Aconchego investe para arrecadar doações que possibilitam a continuidade das atividades realizadas é um dia específico no ano que arrecada todo valor vendido de determinado produto para manter as atividades sociais que são desempenhadas durante o ano, e este procedimento funciona desde 1993. Além disso, a Lojinha e o Bazar somam na arrecadação de fundos para a Casa Aconchego. Estes programas já ajudaram, segundo os dados do INCA, a aumentar a chance de cura de 15% para 65% dos pacientes em tratamento.

Por ser uma Instituição sem fins lucrativos, o Instituto Unidos pela Cura conta com a parceria de muitas empresas como Coca Cola, Sadia, TIM, SEARA, POLENGHI, a rede de fast food Mc Donald's, entre outras. E por ser um trabalho sério e transparente, fez que com que fosse objeto de estudo para a área de administração, tendo como motivo o comprometimento de diversas pessoas de classes sociais diferentes, remuneradas ou não, a se interessassem a participar destes projetos. Surgindo, assim, o questionamento sobre a importância do empenho humano nas ações sociais, de forma que se possa classificar e comparar o que leva alguém a prestar parte de seu tempo ao outro.

5 RESULTADOS DA PESQUISA

5.1 DESCRIÇÃO DA VISITA EXPLORATÓRIA

A visita técnica ao Instituto Unidos pela Cura foi realizada no dia 01 de Março de 2011. O grupo foi atendido primeiramente pelo Assessor de Comunicação, que explanou os principais programas e ações que são desenvolvidas, o que se tornou fundamental para conhecer a missão e causa defendida pelo Instituto em prol da sociedade.

Para que fosse possível ter maior clareza dos planos e projetos da Casa, nome de um de seus programas foi disponibilizado 01 (um) CD Institucional que relata os benefícios que trazem as famílias e a crianças de até 19 anos e projetos futuros. Lá cada paciente tem um lugar para se hospedar enquanto está em tratamento. Além disso, pode-se compreender a necessidade de expandir a Casa Aconchego através de uma reforma, já em andamento para receber cada vez mais as crianças portadoras de câncer e fazer com que elas se sintam em casa através do atendimento humanizado.

A) INSTALAÇÕES

Após, foram apresentados as seguintes instalações de cultura e entretenimento dedicadas às Crianças, sendo eles: escola, biblioteca, sala de jogos e informática e parquinho. Todos eles elaborado de forma que fugissem da vivência de hospitais, transformando o espaço mais humanizado.

Após, foi feita uma visita por toda a instalação, primeiramente foi apresentada a **lavanderia**, serviço este destinado a uma **empresa terceirizada** devido o trabalho exigir compromissos referente empregabilidade e obrigatoriedade, até porque o trabalho voluntário é uma doação das habilidades de uma pessoa, não sendo esta obrigada a comparecer ao trabalho assim como um trabalhador comum, e para não comprometerem esta tarefa, o setor fica sob responsabilidade da empresa contratada. O interessante é que todos os aparelhos de máquina de lavar foram comprados com o dinheiro arrecadado de latinhas de refrigerantes vendidas para uma empresa transformadora de materiais reaproveitáveis.

Já nos quartos onde ficam hospedadas as crianças, pode-se conhecer uma parte reservada para as roupas de cama e no mesmo corredor do andar havia quartos que tem capacidade de atender a duas pessoas. Interessante é que durante o percurso observou-se que estavam estampados nas paredes, desenhos infantis de diversos temas, humanizando o ambiente tirando a imagem de hospital da mente dos hóspedes.

B) COMPORTAMENTO ORGANIZACIONAL

Com relação ao comportamento dos voluntários, a ênfase está no apego pelo lugar e pelos pacientes, onde é perceptível o **carinho e atenção** às necessidades dos hóspedes para proporcionar a eles um sentimento de esperança e força para as mães. Este sentimento pode ser mais explícito no fato de voluntários acolherem e interagirem com as crianças que brincavam perto da portaria. **O sorriso, a disposição e a vontade de ajudar**, eram vistos nas faces e no comportamento daqueles que estavam lá trabalhando, era como se sentissem em casa, o que não faz lembrar um ambiente de trabalho. Era notório o movimento de pessoas, a concentração de cada um no estavam fazendo, mas parecia que o cansaço não estava presente.

Um fato interessante ocorrido durante a visitação foi de ter encontrado com uma criança no elevador, ela estava sorrindo e parecia que tudo aquilo era como um lugar para brincar, nesse momento uma das voluntárias que estava apresentando a Casa Aconchego seguiu eles se despedindo o que foi possível observar o encontro da voluntária com a criança, pela observação, foi possível verificar que os voluntários devem ser treinados para trabalhar com estas crianças, na interação com elas e com o fator psicológico para que possam se comportar normalmente nestas situações de passar para todos que ali estão um clima agradável e de puro lazer e distração.

Ao realizar a visita, houve a oportunidade de conversar com uma voluntária sobre a rotina e dificuldades que podem ser encontradas no dia a dia, notou-se que estes se dedicam pelas suas tarefas, aprendem a fazer diversas atividades e que procuram se dedicar ao máximo e procuram não ter outro compromisso no dia em que presta esta ação voluntária.

Emocionalmente, pode-se perceber que eles acabam se apegando aos pacientes mesmo sabendo que isso nem sempre é saudável (caso do paciente que veio a falecer durante o tratamento), mas por serem humanos sentem a necessidade de passar ao próximo um sentimento de carinho e esperança.

Eles são proibidos de dar dinheiro ou qualquer outro tipo de recompensa às mães, mas se mobilizam para sempre ajudarem no que for preciso, em certo momento a voluntária disse que já comprou diversos objetos no bazar do Instituto Unidos pela Cura para ajudar as famílias que perderam tudo nas enchentes que aconteceram no Rio de Janeiro, nesta ação, ela ajudou a instituição, onde é voluntária, e as famílias que precisavam de donativos.

C) MOTIVAÇÃO E COMPROMETIMENTO

São diversos os motivos para os voluntários estarem ali trabalhando, o Assessor de Comunicação lembrava que muitos estão para passar tempo ocioso ou livre, outros porque

querem se sentir útil a sociedade ou por já estarem aposentados, mas querem continuar desenvolvendo uma atividade e outros pela solidariedade e a vontade de ajudar o próximo. Independente de poder cobrar o comprometimento dos voluntários com as atividades da Casa, horários e outros aspectos que geralmente são cobrados em uma empresa privada, os voluntários se envolvem nos ideais buscados pela Instituição e fazem dessas pequenas regras um hábito, procuram não marcar nada no dia estipulado para prestarem o serviço gratuito, auxiliando no que for possível para o bem estar das crianças e seus familiares e assim transmitir conforto e carinho.

No quadro 01, podem ser observados os principais motivos discutidos para uma pessoa se tornar voluntário, segundo as percepções e explicação recebidas da visita exploratória correlacionando com os fatores motivacionais que impulsionam os indivíduos a se tornarem voluntários.

Quadro 1: Fatores motivacionais

Motivação	Descrição
Solidariedade	Vontade de ajudar o próximo Necessidade de fazer o bem Comprometimento com a sociedade
Reconhecimento e autoestima	Aproveitar o tempo vago com ações boas Encontrar maneiras de se distrair de maneira proveitosa Aceitação e imagem de sócio responsável
Aprendizado e desenvolvimento	Oportunidade de adquirir novas experiências Oportunidade de conhecer projetos e ações sociais Adquirir melhores colocações no mercado

Fonte: Elaboração própria a partir da pesquisa de campo

D) AÇÕES MANTENEDORAS

Para manter a instalação são necessários os recursos e o cuidado no tratamento infantil. A Instituição conta com várias formas de arrecadações e doações financeiras feitas por empresas e pessoas através de uma inscrição diretamente com a instituição. Pode-se conhecer uma pequena **Lojinha**, nela são vendidos diversos produtos tem por objetivo arrecadar fundos, dentre os diversos itens pode-se destacar: blusas, chaveiros, canetas, squeeze entre outros. Em um evento realizado uma vez ao ano, segundo o Instituto Unidos pela Cura “as instituições participantes envolveram em torno de 30 mil voluntários, um verdadeiro exército que abraça a causa e luta pelo aumento do índice de cura”. Além disso, há o Bazar e doações.

O setor de Recursos Humanos é outra parte que não foi apresentado, mas ao final da visita foi fornecida uma ficha de cadastro para voluntariado, nela pode-se conhecer de forma simplificada como são feitos tais processos, eles escolhem os voluntários segundo a habilidade de cada um, onde o candidato marca qual a área que tem maior identificação, após são convocados, entrevistados e treinados para trabalharem como voluntário. E pela conversa com uma voluntária foi possível identificar alguns procedimentos que devem ser tomados para realizar o trabalho voluntario, como o respeito ao próximo, a imparcialidade quanto à religião, raça, sexo, posição social e econômica, como forma de manter um ambiente amistoso e evitar conflitos.

Durante a observação foi possível verificar que haviam quadros relacionados a normas e procedimentos do instituto, além de possuírem uma escala de horários, onde cada voluntário

sabe qual o dia e o horário que deve comparecer ao instituto para doar seu tempo e esforço em prol do trabalho realizado na Casa Aconchego.

5.2 ANÁLISE DOS DADOS

A análise dos dados tem por fim, relacionar os assuntos propostos e os dados obtidos referentes à instituição. Durante a pesquisa bibliográfica já se notava a importância do estudo e quais resultados poderiam ser observados, porém, se tornam fundamentais ter dados e referências que comprovassem a pesquisa.

5.2.1 RESPONSABILIDADE SOCIAL E TRATAMENTO HUMANIZADO

A Responsabilidade social corporativa, que são ações e projetos sem fins lucrativos que visam o bem-estar da sociedade, está presente desde a concepção do Instituto no Rio de Janeiro, visto que a ideia foi gerada a partir de uma necessidade enfrentada pela criadora quando precisou tratar seu filho que tinha câncer. A partir disso, com a ajuda de outras pessoas e empresas, projetos sociais foram sendo criados, gerando assim uma corrente contra o câncer infanto-juvenil. Diferentemente de empresas privadas que participam ou tenham projetos sociais inseridos em sua empresa como forma de fortalecer a cultura empresarial ou até mesmo desenvolver uma imagem responsável frente aos clientes e ao mercado, o instituto vive para isso, desenvolve campanhas para arrecadar fundos, preparam as instalações de forma bem estruturada e pensada para que o ambiente desvincule a imagem de hospital vivenciada diariamente e possam viver como crianças enquanto estão em tratamento, se divertindo e ao mesmo tempo brincando de forma humanizada.

5.2.2 VOLUNTARIADO

Para o Instituto Unidos pela Cura (2011), “o voluntariado é um valor que cada vez mais integra a vida das pessoas, combinando vontades individuais com interesses coletivos. É um trabalho nascido de um sentimento de solidariedade e participação, exercido com qualidade e responsabilidade”.

As ações só têm os resultados esperados quando há um incentivo, estímulo e conhecimento, compreendendo que quando as empresas inserem nestes programas sociais e dão palestras explicativas os objetivos esperados são visualizados facilmente. No instituto, verificou-se que os voluntários compreendiam as causas defendidas, sabiam relatar desde o princípio da Casa Aconchego até fatos mais recentes que reforçam a necessidade de manter uma casa, de hospedagens para crianças e desenvolver um leque de projetos que os beneficiam nesse período. O Instituto Unidos pela Cura afirma que: “para ser voluntário basta ter a vontade e comprometimento para doar seu tempo, trabalho e talento, de maneira espontânea e não remunerada para causas de interesse social”.

Segundo INCA (Instituto Nacional do Câncer, 2011), “Nem só de motivação pessoal sobrevive o voluntariado. Cabem à instituição valorizá-lo por meio de treinamentos, reciclagens e cursos que permitam a qualificação dos seus serviços”. Nesse sentido, há a necessidade de programar a gestão de pessoas com políticas de recrutamento, seleção, admissão e treinamento, devido à importância de preparar e capacitar as pessoas para lidar com este tipo de trabalho, a partir das informações colhidas viu-se que no INCA, outra instituição que lida com o trabalho voluntário, aplica as seguintes regras: “a capacitação é feita por meio de cursos, palestras e seminários realizados regularmente, além do constante intercâmbio de experiências com outras instituições e grupos voluntários”.

5.2.3 COMPROMETIMENTO DOS VOLUNTÁRIOS

Com relação ao comprometimento organizacional, há um incentivo para que os voluntários continuem no trabalho, para isso eles devem receber orientação sempre que necessário sobre a maneira que devem lidar com a situação.

“A maior parte das atividades realizadas incluindo serviços operacionais é por voluntários, sendo sua atuação mais que um simples impulso, um compromisso”.

Enfim, através da visita e dos conhecimentos obtidos pelo CD Institucional e pelos documentos adquiridos em site, pode-se perceber que as pessoas que trabalham na Casa Aconchego, sejam eles voluntários ou empregados fixos, têm a Casa como um lugar sério e por isso se dedicam como podem, oferecendo seu tempo e habilidade para alcançar o bem-estar daqueles que lá ficam instalados. Nas atividades de voluntários, pode-se perceber que eles fazem o possível para estarem lá no dia e hora marcada, não foi possível conversar com muitos deles para saber a real necessidade de estarem ali, mas sim que pelo pouco que foi visto e observado, foi possível identificar que há um envolvimento nos projetos e ações sociais desenvolvidos com os objetivos de amenizar o sofrimento vivido pelas crianças. É perceptível que o reconhecimento por parte do Instituto Unidos pela Cura e por parte das pessoas que acompanham é o fator que mais pode gerar efeitos na vida de um voluntário, como o sentimento de dever cumprido e de ser útil a sociedade.

Uma maneira de atrair colaboradores a serem voluntários é a empresa levá-los a conhecer a Casa e os projetos desenvolvidos por eles, atraindo dessa maneira a atenção do funcionário para a importância da participação em tais projetos conhecendo como foi criado, o porquê foi criado e porque da permanência, tal medida fortalece a causa defendida e faz com que o voluntário acredita no que é desenvolvido e assim presta seu talento, esforço e tempo às crianças. Outro fator importante que serve de exemplo para empresas que almejam implementar o programa de voluntariado é a alocação de recursos e a valorização, na Casa Aconchego, verificou-se que os recursos materiais e humanos estão de acordo com o que é desenvolvido, lá contém, a partir de doações e ações mantenedoras, toda uma disponibilização de recursos que possibilita a execução das atividades, e o voluntário é valorizado pelo o que faz, apesar de não obter dados que comprovem premiações ou elogios, as informações contidas em site ou em CD institucional apresentam o voluntário como um ponto forte, sendo eles essenciais para a continuidade dos projetos.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da análise de dados coletados e a pesquisa bibliográfica realizada, foi possível identificar que as empresas ou organizações têm se atentado para o tema responsabilidade social, devido à necessidade de promover o bem-estar da comunidade. Porém há outras vantagens almejadas pelas empresas quando desenvolvem programas e ações sociais, que é a imagem corporativa como sustentável e a integração dos colaboradores internos o que poderia auxiliar no fortalecimento da cultura organizacional. A partir disso, compreendeu-se que a Responsabilidade Social está presente em cada atividade do Instituto pesquisado, devido sua criação estar baseada na contribuição para o bem-estar da sociedade.

A motivação, ponto central do trabalho com o intuito de compreender o que desperta nas pessoas a vontade de trabalhar em prol do outro, é essencial para que os programas sigam a diante, pessoas motivadas são mais propensas ao comprometimento e a exercer com seu talento, esforço e tempo para que os objetivos da empresa sejam alcançados. Na Instituição pesquisada encontraram-se voluntários que enxergam a necessidade do próximo e trabalham com seu esforço para que os pacientes obtenham sucesso no seu tratamento. É compreensível que o programa de voluntariado, em uma empresa privada, não está totalmente ligado apenas a solidariedade, pois outros meios podem ser influenciadores da participação nos programas,

assim como a oportunidade do funcionário mostrar que está disposto a contribuir com a empresa e futuramente obter alguma vantagem ou até mesmo adquirir novas experiências.

Entretanto, a ênfase do estudo esteve na identificação do que as empresas podem fazer para motivar os seus funcionários a se envolverem no trabalho voluntário, e mesmo sendo pesquisado em uma organização sem fins lucrativos, a observação e os dados coletados auxiliaram a compreender que o programa de voluntariado é uma ferramenta para que as empresas se insiram no contexto de responsabilidade social, auxiliando no desenvolvimento local e trazendo para si novas responsabilidades e obtendo funcionários mais dedicados com a empresa, talvez por se sentir bem em trabalhar em um ambiente que contribui para o bem social ou por oferecer uma maior oportunidade de estar adquirindo novas experiências. E para que as empresas atinjam tais objetivos, é necessário realizar mudanças organizacionais que estimulem seus funcionários a quererem participar dos programas e ações voluntárias, podendo conceder um horário flexível para realizar as ações, aplicar uma gestão participativa em que os envolva nas tomadas de decisão com relação aos projetos, concedendo os recursos necessários para a realização da tarefa e outras medidas que envolvam os voluntários na causa, fazendo com que eles acreditem no que está sendo desenvolvido e fortaleça o comprometimento organizacional.

Com as limitações enfrentadas durante o desenvolvimento do artigo, percebeu-se que há alternativas de coletas e análises dos dados, sendo possível realizar, através da pesquisa qualitativa, a metodologia de observação simples para compreender como são realizados os processos e atividades. Nesse sentido, este tipo de pesquisa garante maior autenticidade dos resultados quando comparados às informações cedidas em site e vídeo institucional.

Os resultados alcançados partem da concepção de que quando uma ação voluntária surge do desejo de servir e dedicar um tempo ao próximo e recebe estímulo de uma organização séria e empenhada em oferece o máximo de recursos garante maior importância, pois leva seguidores em prol da causa defendida. Para isso, é necessário seguir alguns processos de implementação que fortaleçam o programa e atinja seus funcionários, assim como: 1) a reflexão da cultura organizacional, os valores que lá são compartilhados para que a mudança comece internamente, 2) formação da equipe gerenciadora; 3) alocação de recursos; 4) expandir a ideia do voluntariado a toda a organização; 5) identificar em que pontos a sociedade necessita de ajuda; 6) unir os objetivos da empresa, funcionário e comunidade; 7) implementar o programa; 8) valorize e reconheça o trabalho voluntário e 9) expandir para outras empresas a ideia de investir na sociedade como forma de fazer o trabalho crescer.

Logo, se a empresa possui um programa estruturado, definido a partir de plano de ações que orientem para um caminho longo e transparente e motiva seus funcionários com políticas administrativas que viabilizem o trabalho voluntário dentro ou fora da organização, somado com a real necessidade de ajudar a sociedade em seu desenvolvimento, a chance de envolver e comprometer os voluntários se torna mais visível.

Pode-se concluir que o trabalho voluntário desenvolve o espírito solidário entre os que o realizam, mudando as suas atitudes e comportamentos e, ao mesmo tempo, as organizações estão compreendendo a importância deste trabalho para poder exercer a sua cidadania corporativa em busca de uma sociedade mais justa, neste sentido, cabe a cada uma delas, estimular e motivar aos seus funcionários para realizar tão nobre tarefa, a do voluntariado.

7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASHLEY (Coord.). Ética e Responsabilidade Social nos Negócios. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

CASTRO, D. J. de. Como se constrói uma “Reputação Corporativa”? 2008. 170p. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) – Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2008. Disponível em: <virtualbib.fgv.br/dspace/handle/10438/2266>. Acesso em: 15 set. 2010.

DOHME, V. D’A. Voluntariado: equipes produtivas: Como liderar ou fazer parte de uma delas. São Paulo: Editora Mackenzie, 2001.

FERREIRA, M.; PROENÇA, T.; PROENÇA, J. F. As motivações no trabalho voluntariado. Revista Portuguesa Brasileira de Gestão. V.7, n.3, p. 43-53, jul/2008.

GUARA, I. M. F. R. (Coord.). Voluntariado empresarial como ferramenta de gestão de pessoas. FGV SÃO PAULO. 2004. Disponível em: <http://www.idis.org.br/biblioteca/pesquisas/voluntariado_empresarial_final.pdf/view?set_language=es>. Acesso em 24 de jun. 2011.

ETHOS, Instituto. Como as empresas podem implementar programas de voluntariado. INSTITUTO ETHOS. 2001. Disponível em: <http://www.ethos.org.br/_Uniethos/Documents/MnVoluntariado.pdf>. Acesso em 24 de jun. 2011

MORTATI, I. B. Relacionando o comprometimento organizacional e a responsabilidade social. FGV. 2009. Disponível em: <<http://virtualbib.fgv.br/dspace/handle/10438/6560>>. Acesso em 15 de set. 2010.

OLIVEIRA, J. A. P. de. Empresas na Sociedade: Sustentabilidade e Responsabilidade Social. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

RICARDO, E. J. (org). Gestão da Educação Corporativa. 1º.ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

ROBBINS P. S. Comportamento Organizacional. 11º edição, São Paulo: Prentice Hall, 2005.

ROESCH, S. M. A. Projetos de estágio e de pesquisa em administração: Guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

ROMANIELLO, M. M.; AMÂNCIO, R. Gestão Estratégica e a Responsabilidade Social Empresarial: Um estudo sobre a percepção dos estudantes do curso de administração. REAd, Minas Gerais, v.11, n.3, p. 01-21, maio 2005 a jun. 2005. Disponível em: <<http://www.seer.ufg.br/index.php/read/article/viewFile/15296/9049>>. Acesso em 11 ago. 2010.

TENÓRIO, F. G. (org). Responsabilidade social empresarial: teoria e prática, 2.ed. Rio de Janeiro : Editora FGV. 2006.

TONON, R.; LIMA, L. O que nos motiva. Galileu, São Paulo, n.239, p. 36-43, jun. 2011.

VERGARA, S. C. Projetos de pesquisa em administração. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

WAGNER, J. A.; HOLLENBECK, J. R. Comportamento Organizacional: Criando Vantagem Competitiva. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

Sites Consultados:

<<http://www.instituto-ronald.org.br>>. Acesso em: 15 set. 2010.

<<http://www2.inca.gov.br>>. Acesso em: 22 abr. 2011.