

VOLUNTARIADO EMPRESARIAL PARA GERAÇÃO DE RESULTADOS SOCIAIS: ESTUDO DE CASO EM UMA INDÚSTRIA DE CIMENTOS

CRISTIANE SABÓIA BARROS¹
MARIA ROSANA ARAGÃO FERNANDES²

Resumo: O presente artigo trata de um estudo de caso descritivo, qualitativo e documental, sobre as ações voluntárias na empresa Votorantim Cimentos – Sobral, com o objetivo de analisar o papel da empresa como promotora de ações de voluntariado, apresentando os resultados atingidos pelo grupo de funcionários voluntários a partir da integração das ações com alguns *stakeholders*. Como reflexões sobre a prática voluntária organizacional temos a compreensão que envolve ações além do negócio da empresa, pois catalisa o tempo e investimento social dos colaboradores em prol da sociedade em uma prática caritativa por contemplar atividades de pessoas físicas ou jurídicas não remuneradas ou fins lucrativos, sem geração de vínculos, que tenha objetivos cívicos, culturais, educacionais, científicos, recreativos ou de assistência social, inclusive, mutualidade. A análise reflete como o incentivo a prática das ações voluntárias tem impactos construtivos na vivência com a comunidade, possibilitando um contato humano, e transformando-o em oportunidades de aprendizado, também é um momento de crescimento pessoal e profissional para o voluntário que através de diversas atividades, se relaciona com pessoas criativas, decididas e solidárias que juntas mobilizam energias, recursos e competências em prol de ações de interesse comum beneficiando jovens, adultos e crianças de determinadas áreas de risco social. Este artigo evidencia que a prática do voluntariado é uma estratégia de gestão organizacional em que todas as partes engajadas são envolvidas.

Palavras chave: *Responsabilidade Social Empresarial. Voluntariado Empresarial. Papeis Sociais.*

INTRODUÇÃO

Com a popularização da responsabilidade social empresarial desde a década de oitenta uma vertente sócio-empresarial vem despontando como forma de envolvimento dos empregados e participação das empresas na sociedade, que são os programas de voluntariado.

Estes programas vão desde ajuda financeira direta a organismos do terceiro setor à prática de atividade de funcionários em ações comunitárias e de assistência. Ressaltando-se que o voluntariado empresarial engloba incentivos de várias espécies sejam de educação, lazer, cultura e até mesmo de geração de trabalho e renda.

Porém nem sempre estes projetos e programas tem o desprendimento de participação pelo simples fato de solidariedade, há de se compreender como partem as iniciativas de apoio para que não haja desvirtuamento de valores por benefícios de imagem da empresa que está

¹ Administradora – UVA, Mestre em Administração – UFC professora do IFCE Campus Sobral. E-mail: cristianesaboia@hotmail.com

² Especialista em Organizações Sociais e Terceiro Setor. E-mail: maria.fernandes@vcimentos.com.br

vinculada à ação social ou sejam ações pontuais sem continuidade que geram é desconstrução e expectativas frustradas nas comunidades receptoras dos benefícios. Como também perceber há a aproximação de políticas partidárias ou práticas religiosas, já que a origem do voluntariado parte de igrejas como forma de justiça social e empresários cristãos. (BEÚ, 2010).

Assim, este trabalho traz a disposição da implantação e da evolução do voluntariado dentro de uma indústria traz uma ponderação das atividades praticadas em uma organização privada, que além de focar a lucratividade do seu negócio dedica tempo e investimento social em prol da comunidade onde está inserida contribuindo com o desenvolvimento da mesma, uma prática voluntária ou caritativa.

E a partir daí, temos como objetivo geral demonstrar que a ação voluntária incentivada por uma empresa privada podem proporcionar resultados positivos para a comunidade de uma forma geral e contribuir com sua sustentabilidade. E ainda, especificamente, apresentar as possibilidades da empresa privada em investir em ações voluntárias. Como também analisar como a transformação da prática do voluntariado pode ser uma estratégia de gestão organizacional. E por fim, caracterizar o engajamento gerado com todos os públicos de interesse e fortalecimento dos vínculos de relacionamento, e conseqüentemente gerando valor para todos os envolvidos.

Para tal fim serão apresentadas discussões sobre responsabilidade social e voluntariado empresarial e as ações que refletem a participação da empresa e de seus funcionários em projetos ocorridos na fábrica da Votorantim Cimentos, unidade Sobral.

RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

Cada vez mais, o debate sobre a importância das empresas na construção de uma sociedade mais justa contribui para a formação de uma consciência empresarial. O contexto sócio-político que envolve essas organizações leva seus gestores a perceber que o papel delas ultrapassa a geração do lucro.

A transformação em curso parte da exigência da sociedade de novas posturas empresariais que incorporem a preocupação com o social, com a ética e com a construção de um ambiente mais justo e solidário, voltado não só para o lucro, mas para valores como o compromisso com o meio ambiente, com a comunidade em que a empresa está inserida, com

seus funcionários e com os demais *stakeholders* (MELO NETO; FRÓES, 1999). Trata-se, pois, de por em prática as múltiplas dimensões da Responsabilidade Social Empresarial – RSE.

Ao compreender a responsabilidade social empresarial como a ação comprometida da empresa com todos os grupos de envolvidos e nos três pilares: sociais, ambientais e econômicos, converge-se o estudo a um dos componentes deste grupo de interessados, o público interno. Segundo Melo Neto e Fróes (2001), este grupo que compõe o público interno inclui os funcionários e dependentes com ações voltadas para programas de investimentos no bem-estar de ambos (programas de remuneração e participação nos resultados, assistência médica, social, odontológica, alimentar e de transporte) e para programas e qualificação dos empregados (programas internos de treinamento e de capacitação e projetos de financiamento de cursos externos com vistas a sua maior qualificação profissional).

Entende-se que não é só apoiando o desenvolvimento da comunidade e preservando o meio ambiente que uma empresa cumprirá seu papel socialmente responsável. É imprescindível que ela se volte para a responsabilidade social venha a investir no envolvimento e no bem estar de seus funcionários e dependentes, promovendo um ambiente de trabalho saudável e uma comunicação transparente, garantindo integração com seus parceiros, assegurando, desta forma, a satisfação de clientes e consumidores.

Mas não basta a participação pontual há a necessidade de se analisar a eficácia destas ações e envolvimento dos empregados, para isso a avaliação do nível de responsabilidade social é um desafio para a gestão, pois caracteriza-se como pouco provável uma organização atingir o nível pleno de responsabilidade social, principalmente, devido às ações sociais serem construídas em processos graduais, cuja medição torna-se complexa.

Encontra-se para isso os indicadores sociais que fornecem uma auto-análise e um modelo de gestão para as empresas que necessitam de caminhos para tornarem-se mais socialmente responsáveis e para que possam avaliar suas ações. Os mais reconhecidos no universo empresarial brasileiro são os Indicadores ETHOS de Responsabilidade Social, instituídos em 2000. Constituem uma ferramenta de avaliação do estágio em que se encontram as práticas de responsabilidade social nas empresas.

Os indicadores sociais de responsabilidade social são, conforme Karkotli e Aragão (2004, p. 101), “instrumentos que a organização pode-se utilizar para direcionar as suas

estratégias, também avaliar a eficácia das metas e iniciativas planejadas para a parceria e transformação do seu entorno”. Podem, também, ser compreendidos como instrumentos norteadores que possibilitam a mensuração do nível de responsabilidade social das empresas. De acordo com Oliveira e Silva (2005), as ferramentas mais utilizadas para medir este desempenho social das organizações são: os indicadores sociais ETHOS, Global Compact, a Norma SA, a AA 1000 e o balanço social.

VOLUNTARIADO EMPRESARIAL

O voluntariado empresarial consiste em uma prática dinâmica e inclusiva onde a empresa motiva sua equipe a identificar as oportunidades de praticar o voluntariado pessoal e percebe esta ação com agregação de valor ao seu negócio e contribuindo para a melhoria do ambiente natural e social onde atitudes poderão transformar de forma geral ou específica a vida de diversos grupos. Para as Nações Unidas (1995) o voluntário caracteriza-se por um interesse pessoal e ao seu espírito cívico, onde o indivíduo dedica parte do seu tempo, sem remuneração, a diversas formas de atividades, organizadas ou não, de bem estar social.

De acordo com a Lei nº 9.608, de 18.02.1998, que dispõe sobre o serviço voluntário em seu Artigo 1º e Parágrafo único.

Considera-se serviço voluntário a atividade não remunerada, prestada por pessoa física a entidade pública de qualquer natureza ou instituição privada de fins não lucrativos, que tenha objetivos cívicos, culturais, educacionais, científicos, recreativos ou de assistência social, inclusive, mutualidade. O serviço voluntário não gera vínculo empregatício nem obrigação de natureza trabalhista, previdenciária ou afim.

Quando visualizamos esta legislação percebemos que os voluntários estão presentes na execução dos programas, nas campanhas de levantamento de fundos e até mesmo no desempenho de rotinas administrativas, são pessoas que se engajavam espontaneamente, pela identificação com a causa defendida e sem qualquer benefício econômico, mas sim pelo simples fato de participar. Segundo Costa (2008, p 204) o voluntário doa seu tempo e conhecimento para a realização de trabalhos gerados pela energia de seu impulso solidário, na visão de ajudar o próximo ou uma causa, a partir da motivação pessoal seja religiosa, cultural, filosófica, política ou emocional.

Nesta perspectiva o trabalhador voluntário automaticamente integra a rede social e com esse envolvimento cria laços, possibilitando o crescimento de todos e o preenchimento de lacunas existentes no sistema público e comercial. Outras instituições, como escolas e associações, também passam a integrar a rede de parceiros, que buscam apoio das empresas para a realização de algumas atividades, então quando uma empresa mantém um banco de voluntários as ações acontecem de forma linear e construtiva, elas nascem de forma natural e transformadora, como as palestras educativas sobre meio ambiente, segurança e qualidade, por exemplo.

Peterson (2004) discorre justamente sobre a valorização por parte do empregado de empresas que tem programas de voluntariado, pois nesta visão oportunizam a construção de novas competências, aumentando com isso o comprometimento e a satisfação no trabalho.

Como visto, este ponto de espontaneidade do voluntário é de extrema relevância para a construção de benefícios também dentro da empresa, como foi discutido por Maruxo (2008) uma ação tem relevância, desde que auxilie na sustentabilidade do programa e que se evidenciem os resultados para a empresa: melhoria do clima organizacional; fortalecimento do trabalho de equipe; ampliação do conceito e da prática da responsabilidade social; para o voluntário: oportunidade de desenvolvimento pessoal; oportunidade de engajamento entre colegas de trabalho e possibilidade de trabalhar outras habilidades pouco exercitadas na empresa.

Dias, Palassi (2007) discorrem que há realmente a tendência de se profissionalizar o voluntariado, aplicando-se técnicas gerenciais no campo social, implicado-se também na gestão de pessoas das empresas e que isso pode inclusive levar a melhores resultados, desde que cuidadosamente analisadas. Falam também que grande parte das produções referentes a temática voluntariado resgatam a questão motivação do voluntariado e benefícios para quem participa.

Sobre essa motivação ao trabalho, labor na empresa e a motivação ao trabalho voluntário Funcke, Pereira e Boas (2008) relacionam que a produtividade está relacionada com a sua motivação e seu comprometimento e que isto acabam por orientar os comportamentos e formar valores que de individuais passam a coletivos dentro da empresa.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

Para atingir os objetivos desta pesquisa que era de compreender o papel da responsabilidade social através do incentivo ao trabalho voluntário, e caracterizou-se por ser um estudo de caso (ACEVEDO, 2006).

Ao propor um estudo do trabalho, julgou-se necessário fazê-lo imersos no contexto de trabalho em que estão inseridos os sujeitos da pesquisa, a fim de perceber cada um não como ator isolado de uma atividade, mas integrado ao coletivo de trabalho em que se encontra. O conhecimento e a compreensão deste contexto permitiram a definição dos saberes e competências ali presentes e na forma como os mesmos vão se construindo, estruturando-se na atividade destes sujeitos.

Esta pesquisa classifica-se como descritiva (ACEVEDO, 2006) devido o objetivo de estudo ter sido descrever o fato da prática do voluntariado na empresa, o qual é evidenciado através do registro documentário das ações praticadas, entrevistas e do testemunho dos voluntariados, que compartilha os conhecimentos produzidos pela experiência. Também é uma pesquisa explicativa, pois além de descrever ela também explica a origem, o planejamento e o resultado da ação, esclarecendo detalhes que contribuíram com a prática do fato ocorrido e a sua relação com os funcionários voluntários, que dentro de uma rotina de trabalho conciliaram suas atividades profissionais com ações espontâneas.

Neste contexto ficou definido como área de estudo da pesquisa a Empresa Votorantim Cimentos N/NE, a mesma foi objeto de estudo para este trabalho de pesquisa. Todas as informações coletadas em campo e a análise dos dados dos arquivos da empresa, permitiram verificar como as ações de voluntariado se inseriram na rotina dos funcionários desta instituição privada e como estas contribuíram para o desenvolvimento das comunidades envolvidas neste programa.

O trabalho seguiu um curso diagnóstico com base em alguns aspectos, como: as ações sociais desenvolvidas pelos funcionários também terem sido positivas para seu desenvolvimento como profissional; as ações desenvolvidas dentro da rotina destes funcionários foram benéficas para as comunidades que estão inseridas nestas ações; os voluntariados conseguem compreender a importância da Responsabilidade Social

Empresarial; o programa de voluntariado da instituição privada proporcionou o desenvolvimento das pessoas envolvidas nas ações e a construção de etapas de desenvolvimento do Programa dentro da Empresa.

As entrevistas realizadas com os voluntariados se constituíram em importantes subsídios para a elucidação das características acima suscitados pelas observações, mas foram também, e principalmente, os momentos que proporcionaram aos mesmos sentirem-se efetivamente parte deste trabalho de pesquisa desenvolvido.

As transcrições das entrevistas e conversas com os voluntariados e também as notas de observações foram partes essenciais desses documentos submetidos a estudos, proporcionando aos mesmos a possibilidade de um constante re-olhar, re-pensar, reelaborar elementos do exercício de sua atividade na sociedade.

Também foram analisados os documentos que se fizerem necessários neste projeto, os comunicados internos da empresa para os seus funcionários informando as ações desenvolvidas na área de voluntariado; os planos de ações da semana do voluntário dos anos de 2009, 2010 e 2011; os data-book's do Comitê de Responsabilidade Social de 2009, 2010 e 2011; os registros fotográficos das ações voluntárias; os relatórios de acompanhamento dos projetos e ações voluntárias e o informativo anual de 2011 foram fontes de análise para a composição da pesquisa. As análises desses documentos forneceram importantes elementos para melhor compreender as ações de voluntariado.

ANÁLISE DOS RESULTADOS

Com a implementação das políticas sociais no setor privado, o Grupo Votorantim criou em 2002 o Instituto Votorantim com o objetivo de consolidar e alinhar as ações sociais praticadas por suas empresas, fortalecendo a sinergia entre as mesmas e identificando as oportunidade de gerar valor para a sociedade. Neste contexto os funcionários foram convidados a serem voluntários, disponibilizando algumas horas da sua rotina de trabalho para ações sociais que pudessem beneficiar diversos públicos e contribuir com a elaboração e execução de ações voluntárias estratégicas e empreendedoras.

Nesse cenário, a empresa trouxe para Sobral o Projeto Amigos do Futuro, uma ação que têm como objetivo implementar oficinas sócio-educativas para os jovens, e com isso os voluntários tem o primeiro contato com um projeto social que conta com uma metodologia

elaborada pela Fundação Roberto Marinho, e com a convivência com as mobilizadoras do Canal Futura, ampliam a visão sobre o tema responsabilidade social e voluntariado, como também permiti a vivência de inúmeras experiências em oficina educativas, culturais e sociais.

O Projeto Amigos do Futuro teve início em 2004, seu desenvolvimento na cidade de Sobral foi de quatro anos, período que foi realizado diversas atividades como: Capacitação de professores; Implantação de videotecas; I Fórum Amigos do Futuro; 1º Dia Temático Amigos do Futuro; publicação da Revista Olhares, um veículo informativo contendo as ações de transformação social do Projeto no município de Sobral, e teve como última atividade uma oficina de áudio visual com a produção de cartões postais da cidade e a produção de um vídeo em 2007. Diante de uma experiência rica, ficou o aprendizado e nasceu a necessidade de fortalecer as ações sociais dentro da empresa, com esta iniciativa surgiu à necessidade de fortalecer o Comitê de Responsabilidade Social, e compreender os conceitos de Filantropia e Responsabilidade Social Empresarial.

No caso da Responsabilidade Social na empresa, percebe-se como uma temática nova (MELO NETO; FRÓES, 1999), por alguns considerados como modismo, infelizmente não há um desenvolvimento de forma linear dentro da unidade produtiva, os membros do comitê convidam outros funcionários a conhecerem e a participarem das atividades do Projeto Amigos do Futuro, porém, a adesão foi mínima, poucos foram os interessados, a mesma aconteceu de forma lenta e prematura e com isso identificou-se que a montagem de um banco de voluntários para sensibilizar os funcionários e prestadores de serviço talvez fosse um caminho para a conscientização do valor da prática da ação social dentro da empresa.

O ano de 2008 foi decisivo para a organização do Programa de Voluntariado e um dos momentos culminante foi à capacitação de 25 pessoas, esta oportunidade diferenciada despertou inúmeras possibilidades e de motivação dos funcionários a se tornarem voluntários (FUNCKE, PEREIRA e BOAS, 2008), como a divulgação da Lei do Voluntariado nº 9.608, de 18.02.98 para todos os funcionários e prestadores de serviços da indústria, através dos meios de comunicação interno da empresa possibilitando uma compreensão dos direitos e deveres dos voluntários. Com isso surgiram novas adesões e alguns testemunhos de ações voluntárias que eram praticadas junto à comunidade, por trabalhadores da Votorantim Cimentos, porém

de forma pontual, montando-se um banco com 34 voluntários, formado por funcionários, estagiários e prestadores de serviço.

Ajudar pessoas através de uma atitude voluntária foi um fator diferencial para implementar ações que atendessem a necessidade da comunidade, como também coloca-se em prática o princípio da empresa em manter um bom relacionamento com a vizinhança em torno e esta integração contribui não somente com a comunidade, mas também com a empresa, possibilitando assim identificar os próximos passos para a sustentabilidade dos interesses das partes interessadas, neste caso, a comunidade, os voluntários e a empresa.

O trabalho de sensibilizar os parceiros foi vital para que os jovens tivessem abertura para participarem de diversas seleções, e algumas foram a primeira oportunidade de trabalho para este grupo de jovens.

É visível que o voluntariado é uma forma expressiva de participação, que promove solidariedade, justiça, ética e liberdade, e principalmente inclusão, como também a construção de novos valores (FUNCKE, PEREIRA e BOAS, 2008). As ações voluntárias levam à conquista de novo tempo e contribuem para a transformação individual e coletiva, tudo depende de agir e perceber o outro.

O Banco de Voluntários da Votorantim Cimentos – Unidade Sobral busca uma conduta diferente, ele exige planejamento, havendo assim uma profissionalização do voluntariado (DIAS, PALASSI, 2007) organização, acompanhamento e avaliação, contribuindo de forma impactante e que agregue valor à vida da comunidade de forma construtiva, com este foco o banco de voluntários se desenvolve e se relaciona com outras instituições, como escolas e associações, uma rede social que se preocupa com a vulnerabilidade e os riscos sociais, conforme o cenário as ações são propostas ou nascem buscando minimizar os impactos negativos e com o pensamento de inclusão. O contato, o diálogo entre as partes interessadas e a comunidade em questão é essencial para que as ações do banco de voluntários sejam produtivas e eficazes.

Outras atividades desenvolvidas pelos voluntários são as campanhas que fazem parte do calendário de ações sociais da empresa, são atuações que buscam estimular não somente o ato de ajudar, mas dividir, compartilhar e participar (MARUXO, 2008) No plano de ação anual das ações voluntárias citamos: campanha de materiais de higienização para instituições

como Casa Madre Rosa Gattorno, uma instituição que acolhe pessoas portadoras do vírus HIV; campanha

Há também, a Oficina de Voluntariado, é uma das atividades do banco de voluntários, ela acontece com periodicidade bimestral e têm como objetivo compartilhar informações, experiências, integração e gerar novos conhecimentos, (PETERSON, 2004). Uma ação planejada considerando o perfil dos visitantes, ou seja, a necessidade dos jovens integrantes da visita. Outras formas de doação também são praticadas na empresa, como a Semana do Voluntariado, uma iniciativa que surgiu na Unidade Sobral em 2009, e que acontece na véspera do Dia Internacional do Voluntariado, dia 5 de dezembro, criado desde 1985 pelas Organizações das Nações Unidas (ONU) com o objetivo de promover ações de voluntariado em todas as esferas da sociedade do mundo.

Quadro 1: Programação da 1ª Semana do Voluntariado

Item	Instituição	Ação dos voluntários	Data da ação
	Casa de Apoio Madre Rosa Gattorno	Ajuda na distribuição de panfletos e camisinhas dia 01/12 na campanha dia Mundial Contra a Aids	01/12/2009
	Orfanato São Francisco	Precisa de voluntários para ajudar na organização do orfanato, serviços com limpeza, apoio com as crianças, servir lanche	02/12/2009
	Casa Viva a Vida	Pessoas para ajudar na auto-estima, conversar para ouvir a história de vida deles - Definido que será feita uma sessão cinema c/pipoca	03/12/2009
	Socialização da I Semana de voluntariado	Apresentar as ações voluntárias realizadas durante a I Semana do Voluntariado	04/12/2009
	Centro de Educação Infantil Dolores Lustosa	Oficina de confecção de bonecas de pano	11/12/2009

Fonte: Pesquisa direta, Relatório Votorantim, 2010

Esclarece-se que esta iniciativa nasceu considerando os diversos ofícios que a empresa recebia solicitando apoio financeiro ou outras formas de ajuda, solicitações que não poderiam ser atendidas pela empresa em virtude de suas diretrizes que são focadas na priorização do investimento em iniciativas que promovam o desenvolvimento dos jovens de 15 a 29 anos nas áreas de educação, trabalho, cultura e esporte, bem como no apoio às políticas públicas para a juventude, procurando fortalecê-las sem substituir o papel do Estado, identificando as oportunidades de parceria.

A II Semana do Voluntariado aconteceu no período de 29 de novembro a 03 de dezembro de 2010, a exemplo da primeira, as ações foram focadas em ações que colaborassem com as algumas instituições, abaixo plano de ação:

Quadro 2: Programação da 2ª Semana do Voluntariado

Item	Instituição	Ação dos voluntários	Data da ação
1	Oficina para confecção do símbolo da luta contra a AIDS	Confeccionar símbolos da luta contra a AIDS	25/11/2010
2	Sensibilização para a II Semana do voluntário	Apresentar as ações voluntárias realizadas durante a I Semana do Voluntariado para estimular a participação na II Semana do voluntariado	29/11/2010
3	Escola José Ermirio de Moraes	Palestras sobre 5S	29/11/2010
4	Escola Emílio Sendim	Palestra sobre 5S	29/11/2010
5	Escola CIRÃO	Palestra sobre 5S	30/11/2010
6	Escola Jarbas Passarinho	Palestra sobre 5S	30/11/2010
7	Casa Viva a Vida	Cine Pipoca e roda de conversa	01/12/2010
8	Casa de Apoio Madre Rosa Gattorno	Distribuição de panfletos e camisinhas no centro da cidade, participar da campanha do Dia Mundial Contra a Aids – dia 01/12	01/12/2010
9	Santa Casa de Misericórdia	Visita com contador de história e rodas de conversa	02/12/2010
10	Casa de Apoio Bom Samaritano	Recreação dos idosos- Cine Pipoca e campanha de arrecadação de produtos de higiene pessoal	03/12/2012

Fonte: Pesquisa direta, Relatório Votorantim, 2010

Vale ressaltar que durante as semanas, a empresa libera os funcionários durante um expediente a serem voluntários em atividades externas, incentivando o trabalho voluntário e dando condições para que a ação aconteça na comunidade.

Alguns fatores impactam na consolidação do voluntariado dentro da Votorantim Cimentos, não há carência de informações e nem experiências frustrantes com as ações que foram praticadas, porém, um forte obstáculo é a incompatibilidade de agenda dos voluntários com as atividades da empresa, pois algumas ações exigem tempo e dedicação, um exemplo bem claro são as campanhas de abordagem, que exigem uma comunicação mais focada para que aconteça a sensibilização e a agenda concorrida acaba interferindo na abordagem e impactando nos resultados que poderiam ser mais positivos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como foi possível perceber, o Voluntariado na Votorantim Cimentos N/NE, um programa constituído de ações voluntárias praticadas pelos funcionários, consiste em um diferencial em ações de Responsabilidade Social, que busca contribuir com o desenvolvimento sustentável da comunidade e têm como premissas as três dimensões da sustentabilidade, o foco social, o econômico e o ambiental.

Uma iniciativa dos funcionários e que conta com o apoio da organização, tanto no quesito organizacional, como também na dimensão de investimento social externo, tendo como objetivo específico contribuir com a comunidade onde a empresa está inserida, promovendo ações que beneficiem a comunidade e que possam minimizar ou eliminar os problemas sociais.

Ressalta-se que numa pesquisa onde se busca compreender e evidenciar o impacto das ações voluntárias no cotidiano da vida comunitária, também é necessário entender o que é o terceiro setor e a origem de sua formação, possibilitando assim identificar como o mesmo poderá ser estratégico para a elaboração de ações empreendedoras e o que isto significará na vida do público beneficiado e como isso terá um valor empreendedor na rotina diária deste grupo, ou seja, o tema abordado mostra-se como uma proposta inovadora que contempla esferas da vida social esquecida e exposta nos diversos riscos sociais, levando-se em consideração que a compreensão dos conceitos ligados ao terceiro setor é fundamental para a sustentabilidade do mesmo.

Diante disso, este artigo tem como objetivo expor a importância estratégica de um Banco de Voluntários formado por colaboradores diretos e indiretos dentro de uma organização privada como o mesmo pode influenciar nos resultados da empresa e como uma corporação particular incentiva a prática do voluntariado dentro do seu ambiente de trabalho, transformando esta atitude em um retorno rentável no seu negócio não só no que diz respeito aos lucros, mas principalmente na motivação da sua equipe e no engajamento da mesma com as diversas partes envolvidas no negócio. O relato de algumas experiências vividas pelos voluntários é uma forte evidencia de como funciona o mesmo e gera oportunidade de avaliação e inovação constante conforme a necessidade do público beneficiado.

O envolvimento dos voluntários, o contato com a comunidade e as ações desenvolvidas foram alguns passos que contribuíram com a formação do grupo, possibilitando sua continuidade e o cumprimento de sua missão, ou seja, incentivar a prática da

solidariedade entre seus funcionários e desenvolver ações que possam suprir a carência da comunidade, contribuindo com a sua inclusão social de forma sustentável. Também é uma estratégia predominantemente comunitária que gera engajamento entre funcionários e que provoca a sociabilidade com os beneficiados, o que remete aos laços de reciprocidade e ajuda mútua que se estabelecem entre as pessoas.

As ações voluntárias são compostas de inúmeras atitudes e gestos, tendo a mesma finalidade, que é o fortalecimento das redes sociais, conseqüentemente elevar o desenvolvimento sustentável.

Importante ressaltar que praticando a Responsabilidade Social a empresa será reconhecida pela sociedade como uma empresa social, poderá evoluir consistentemente nos seus resultados econômicos, evidenciar que tem um compromisso com o bem estar, a saúde e a segurança dos seus funcionários, clientes e parceiros, como também incentivar a cooperação entre todos os envolvidos na construção do desenvolvimento das comunidades.

REFERÊNCIAS

ACEVEDO, Claudia Rosa. *Monografia no curso de administração: guia completo de conteúdo e forma: incluir normas atualizadas da ABNT, TCC, TGI, trabalhos de estágio, MBA, dissertações, teses/* Claudia Rosa Acevedo, Jouliana Jordan Nohara. – 2ª ed – São Paulo : Atlas, 2006.

BEÚ, Nara Borges. *Motivações para o voluntariado empresarial : desenvolvimento de um instrumento de medida.* 2010. 104 f., il. Dissertação (Mestrado em Psicologia Social, do Trabalho e das Organizações). Universidade de Brasília, Brasília, 2010.

BRASIL, Lei nº 9.608, de 18 de fevereiro de 1998. Dispõe sobre o serviço voluntário e da outras providências. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 19 fev. 1998.

COSTA, Denise P.B. *Voluntariado: conceitos e definições. Fascículo – 12 Responsabilidade social: o papel do voluntariado. Curso: Responsabilidade social e sustentabilidade para um mundo melhor.* Universidade Aberta do Nordeste e Fundação Demócrito Rocha, 2008.

DIAS, R. A. M. & PALASSI, M. P. (2007). “Produção científica sobre o voluntariado: uma análise a partir dos artigos publicados nos principais eventos e revistas nacionais de administração”. In *Anais da Conferência Regional de ISTR para América Latina e El Caribe* (pp. 1-16). Salvador, BA.

FUNCKE, A. L., PEREIRA, P. R. F. & VILAS BOAS, A. A. (2007). Valores organizacionais relacionados ao trabalho voluntário: estudo de caso em ONGs do Rio de Janeiro. SEGeT – Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia.

KARKOTLI, Gilson Rihan; ARAGÃO, Sueli Duarte. *Responsabilidade social: uma contribuição à gestão transformadora das organizações*. Petrópolis: Vozes, 2004.

MARUXO JÚNIOR, José Hamilton. *Programa de Voluntariado*. Instituto Algar, 2008

MELO NETO, Francisco Paulo de.; FROES, César. *Gestão da responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

_____. *Responsabilidade social & cidadania empresarial: a administração do terceiro setor*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

OLIVEIRA e SILVA, Suely Mendonça de. *As práticas de responsabilidade social corporativa e seus impactos no comprometimento do funcionário com a empresa: uma análise em empresas cearenses de serviços*. 2005. Dissertação (Mestrado em Administração). Programa de Pós-Graduação em Administração Universidade Federal do Ceará. 194 p.

PETERSON, D. K. (2004) *Benefits of participation in corporate volunteer programs: employees perceptions*. Personnel Review, 33 (6).