Mapa do voluntariado empresarial em Minas Gerais:
perfil, práticas e impactos nas empresas filiadas ao Sistema FIEMG[1]

Prof. **Armindo dos Santos de Sousa Teodósio** (Coordenador da Pesquisa)[2]
Prof. **Roberto Patrus Mundim Penna** (Pesquisador Associado)[3]
Roberta da Silva Veneroso (Bolsista de Iniciação Científica)[4]

Pesquisa realizada pelo Núcleo de Estudos em Ética e Gestão Social (NUPEGS) do Mestrado Profissional em Administração da PUC Minas / Fundação Dom Cabral, com apoio do programa Voluntários das Gerais do Conselho de Cidadania Empresarial da Federação das Indústrias de Minas Gerais, o estudo procura levantar as práticas, impactos e perspectivas dos projetos de voluntariado apoiados e/ou implementados por organizações filiadas ao sistema FIEMG.

Em Minas Gerais um número crescente de empresas vem adotando ações voltadas para promover e apoiar o envolvimento de seus funcionários em atividades voluntárias em sua comunidade. Podem ser atividades espontâneas e individuais realizadas pelos funcionários ou de caráter formal, desenvolvidas por programas criados pelas empresas, envolvendo-os ou não. Porém estas ações são pouco divulgadas e quase não existem pesquisas que mensurem a real situação do Voluntariado Empresarial no estado. A maior parte das informações a respeito deste tema são apresentadas pela imprensa mineira, que retrata casos específicos, pontuais e na maior parte das vezes com resultados acima da média esperada.

Atualmente não se tem dados importantes sobre a prática do voluntariado empresarial em Minas Gerais, como por exemplo: porte das empresas; atividade principal; departamento da empresa responsável pela coordenação do voluntariado; área de atuação dos programas; público alvo das ações; número de funcionários que executam o trabalho voluntário; planos das empresas para mobilizar e incentivar o voluntariado; comunicação do programa; resultados e estratégias de avaliação, entre outros. Estas são informações que possibilitam o mapeamento da atual situação do voluntariado empresarial em Minas Gerais e apontam para a construção de planos estratégicos que ampliem ou melhorem a participação das empresas mineiras no cenário nacional do voluntariado empresarial e da responsabilidade social.

Outro ponto de difícil acesso é a relação entre ações de voluntariado empresarial e as práticas de responsabilidade social adotadas pelas empresas. Não se tem informação atual e adequada sobre a integração destes dois itens. Não se sabe, por exemplo, se a adoção do voluntariado empresarial incentiva outras práticas de responsabilidade social ou se, ao contrário, é a responsabilidade social que motiva a criação de programas de voluntariado.

Apesar de ser uma nova proposta de pesquisa, a investigação assume um caráter de consolidação das pesquisas e publicações realizadas anteriormente pelos investigadores que compõem o NUPEGS.

Tendo como universo de pesquisa as empresas filiadas ao sistema FIEMG, tanto de grande, quanto de médio e pequeno portes, o estudo alcançou uma amostra de empresas distribuídas pelas micro-

---

[1] TEODÓSIO, A. S. S.; PENA, R. P. M.; VENEROSO, R. S. Mapa do Voluntariado empresarial em Minas Gerais: perfil, práticas e impactos nas empresas filiadas ao Sistema FIEMG. In: **E & G** – Economia e Gestão – Ética e Responsabilidade Social. Belo Horizonte, PUC Minas, abr. 2005, v. 5, n. 9, pp. 156-158.
[2] teodosio@pobox.com; www.teodosio.xpg.com.br; www.armindoteodosio.blogspot.com.
[3] robertopatrus@pucminas.br.
[4] robertaveneroso@yahoo.com.br.

regiões mineiras em diferentes segmentos produtivos. Em um primeiro momento da pesquisa foram coletados dados através de questionário enviado pela Internet (fase de sensibilização dos respondentes), sendo em seguida coletados dados mais aprofundados entre os respondentes ao estímulo inicial através de questionários enviados via correio ou contato telefônico.

Foram discutidos aspectos sobre as estratégias para mobilização de voluntários por parte das empresas, sua interação com organizações não-governamentais e projetos sociais assistidos, áreas de concentração do investimento em voluntariado, a inserção das práticas voluntárias no modelo de responsabilidade social construído pela empresa e as perspectivas de evolução do esforço voluntário.

Os resultados apontam que as práticas de voluntariado são vistas não apenas como instrumento de intervenção nos problemas sociais e exercício da responsabilidade social empresarial, mas também como vetores relevantes para o avanço da competitividade das organizações, quer seja pela melhoria do ambiente interno de trabalho, quer seja pela consolidação da imagem institucional das empresas.

Áreas como educação, saúde e meio-ambiente são alvo prioritário dos projetos de voluntariado corporativo, tendo os públicos-alvo da infância e adolescência e os núcleos familiares como principais beneficiários das práticas de voluntariado. Várias são as atividades desenvolvidas pelas empresas para dar suporte ao trabalho voluntário, no entanto, persistem práticas que indicam desvinculação do esforço voluntário com as estratégias de negócio das organizações. Sobretudo no campo da divulgação das iniciativas voluntárias, persiste um foco eminentemente voltado a comunidade e ao público interno, em detrimento de maior divulgação junto a outros stakeholders relevantes para o negócio.

Vários resultados indicam também um avanço dos projetos de voluntariado em relação às tradicionais práticas caritativas-assistenciais típicas dos projetos sociais empresariais e não-governamentais no país. No entanto, os dados indicam também que uma parcela relevante da amostra pesquisada ainda precisa avançar no gerenciamento do trabalho voluntário dentro dos padrões atualmente considerados modernizantes da atuação social.

Pretende-se que esse projeto de pesquisa seja o passo inicial para a coleta periódica e sistemática de dados sobre as práticas de responsabilidade social em Minas Gerais, de forma a se avaliar a evolução dos programas e projetos sociais não-governamentais de origem empresarial no estado, permitindo o avanço da construção teórica sobre Ética nos Negócios no país, bem como se tornando suporte à construção de estratégias de investimento social consistentes no âmbito empresarial.