

Gestão Voluntária

Pesquisa com Voluntários

Edição 2020 – 8ª onda



Havine
Research



*"Não se **gerencia** o que não se **mede**,
não se **mede** o que não se **define**,
não se **define** o que não se **entende**,
e não há **sucesso** no que não se **gerencia**"*

W. Edwards Deming



MISSÃO

Por meio da arte de contar histórias, formamos cidadãos conscientes da importância do acolhimento e que produzem bem-estar a partir de valores humanos como empatia, ética e afeto.

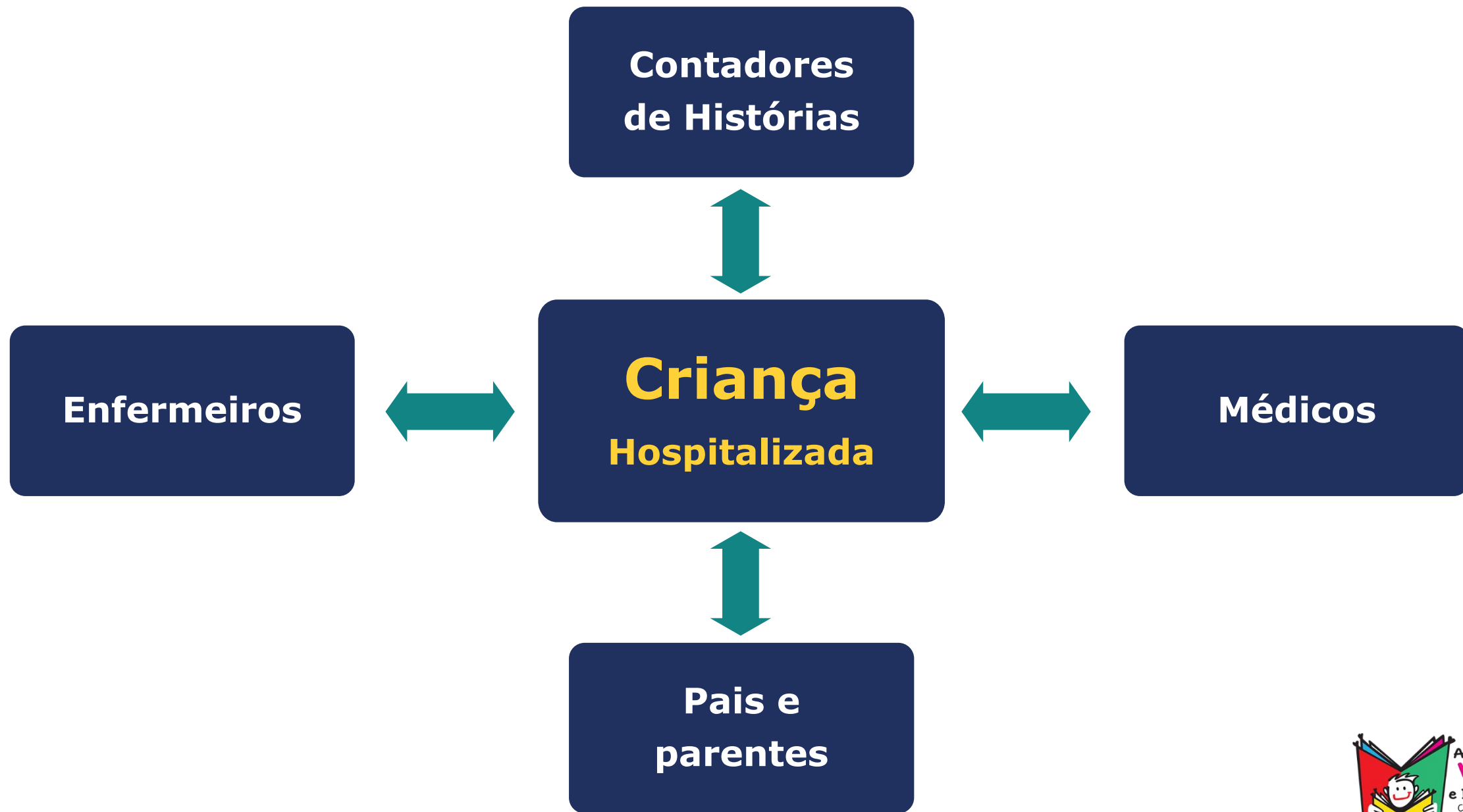
CAUSA

Uma sociedade construída com base em relações humanizadas

PRINCÍPIOS

Atuamos com ética. Trabalhamos em equipes integradas e com respeito à individualidade. Não discriminamos raça, cor, credo, religião, partidos políticos, orientação sexual e poder aquisitivo. Não permitimos a utilização institucional político-partidário da nossa Associação. Acreditamos e incentivamos a capacitação constante de cada indivíduo.





Importância de um sistema de informações

1 Como implementar uma missão?
É importante saber se estamos avançando e o que pode ser melhorando.

2 Qual ou quais são os diagnósticos necessários para a criação de uma estrutura de informações que subsidie o cumprimento da missão.

3 Leitura dos dados e estabelecimento de ações é tão importante quanto a coleta de informações.



Qual o tamanho desse desafio para a Viva?

Classificação de porte de empresas de acordo com número de funcionários	Comércio e serviços		Indústria
	Micro	Até 9	Até 19
Pequena	10 a 49	20 a 99	
Média	50 a 99	100 a 499	
Grande	Mais de 100	Mais de 500	

Com **1.018 voluntários**, a Viva seria considerada uma empresa de **grande porte**



Desafio de gestão da Viva em números em um ano típico de atuação



Havine
Research

1018

Voluntários

86

Hospitais

17

Praças

16.237

Atendimentos
(2019)

Volume de atuação que depende de disciplina e muita gestão.

Necessidades para dimensionar e planejar as ações

- Ter clareza sobre os recursos que se está captando e mobilizando (perfis)
- Considerar uma atuação num ambiente hiper controlado como são os hospitais
- Pensar sobre a efetividade da atuação de acordo com cada tipo de impactado
- Planejamento
- Alocação de esforços

Utilização de sistema informações

- Útil no gerenciamento de um volume grande de pessoas e atuações
- Contribui para que os hospitais entendem melhor o que fazemos
- É um importante feedback para os voluntários
- Cria uma cultura de gestão dentro da organização

Representa o desenvolvimento de uma tecnologia de gestão social que pode ser compartilhada com outras entidades

Tempo: bem precioso

Os voluntários generosamente nos dão essa contribuição.

Não é só o tempo como intervalo entre outras tantas atividades. É um tempo qualificado, carregado de um sentimento de doação ao outro e com predisposição para aprender e ensinar.

“ **Com organização e tempo, acha-se o segredo de fazer tudo e bem feito.** ”

Pitágoras



variáveis-chave



Horas

=

Média de horas
doadas por mês.
Duas fontes:
pesquisa e controle
de visitas



**Valor da nossa
hora voluntária**

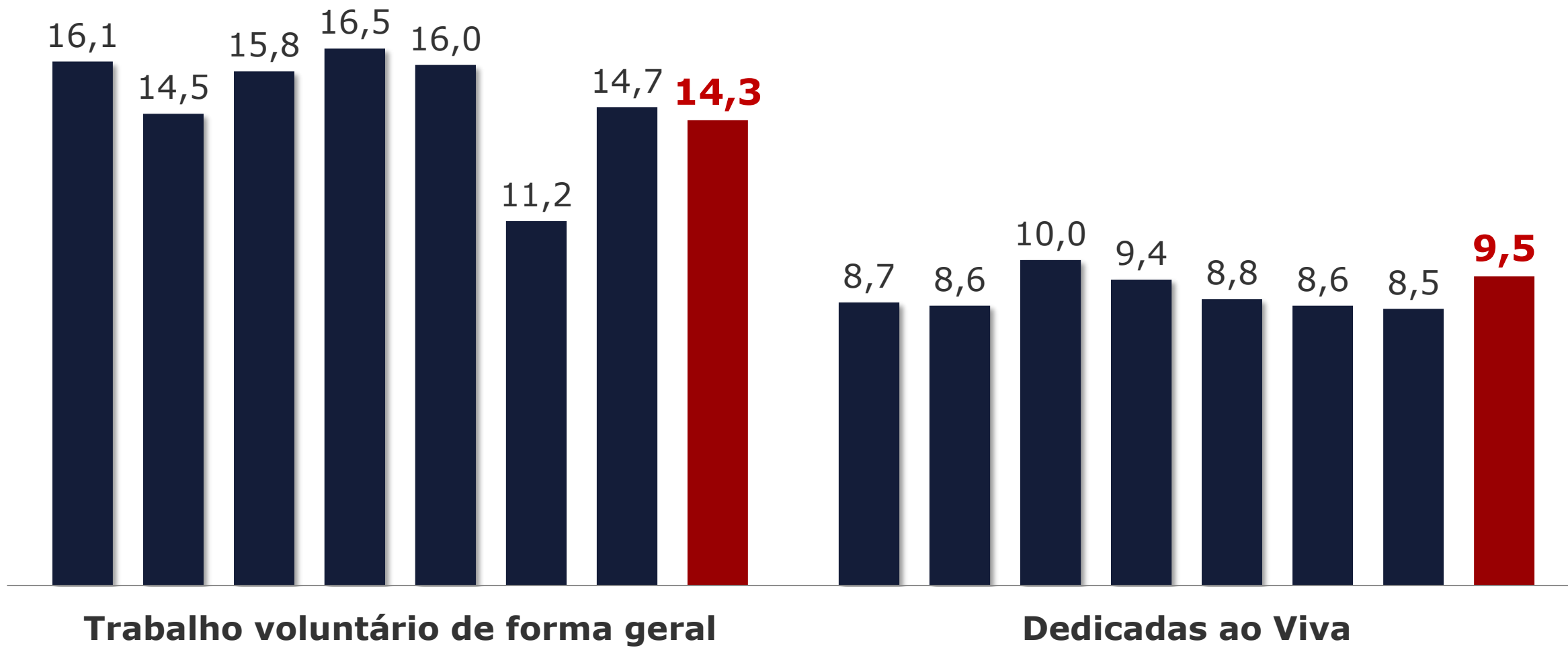
=

Média da
Renda
individual

Média de horas voluntárias dos voluntários do Viva



Havine
Research



Base: total da amostra (2020:518)

Fonte: Q13 e Q14 (RU - ESP) - Quantas horas por mês você se dedica a trabalhos voluntários para o Viva? Quantas horas por mês você se dedica a trabalhos voluntários que não seja para o Viva?

Voluntários Viva



Perfil

Voluntários de todas as unidades.

518
Entrevistas

Entrevistas

Convite enviado aos voluntários.



Coleta

Dados obtidos através de questionário estruturado on-line aplicados com voluntários.
Coleta realizada entre **Xxxx** e **Xxxx**
Duração do questionário: 10 minutos.

Locais das entrevistas

- Perfil (demográficas e qualificação)
- Profissão, trabalho
- Voluntariado: motivação, outras atividades
- Horas (dedicadas ao Viva e outras instituições)
- Satisfação com atividades
- Gastos para exercer atividade no Viva (investimento próprio - doação)
- Relação com Viva
- Relação com cultura

Perfil majoritariamente feminino



Havine
Research

Mulheres
90%



Homens
10%

Geração Z: → **Conectividade**

Individualidade, desapego, não desejam estabilidade, ansiedade, velocidade como estilo de vida, redes sociais como forma de expressão e interação.

Geração Y: → **Tecnologia**

Postura desafiadora e competitiva, facilidade de adaptação, capacidade de realizar várias tarefas simultaneamente, ambição.

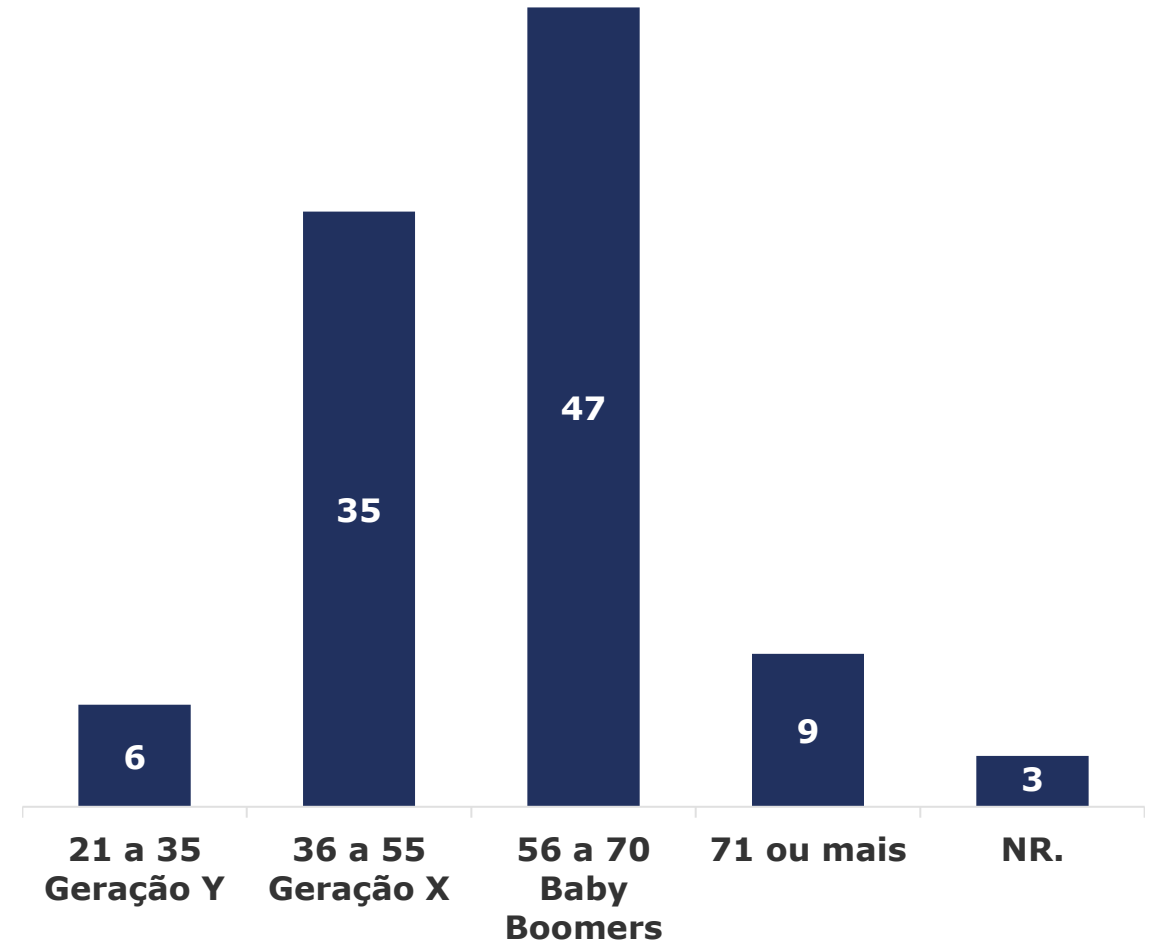
Geração X: → **Mudança**

Tecnologia como aliada, ruptura com paradigmas das gerações anteriores, maturidade, independência, busca por liberdade e direitos.

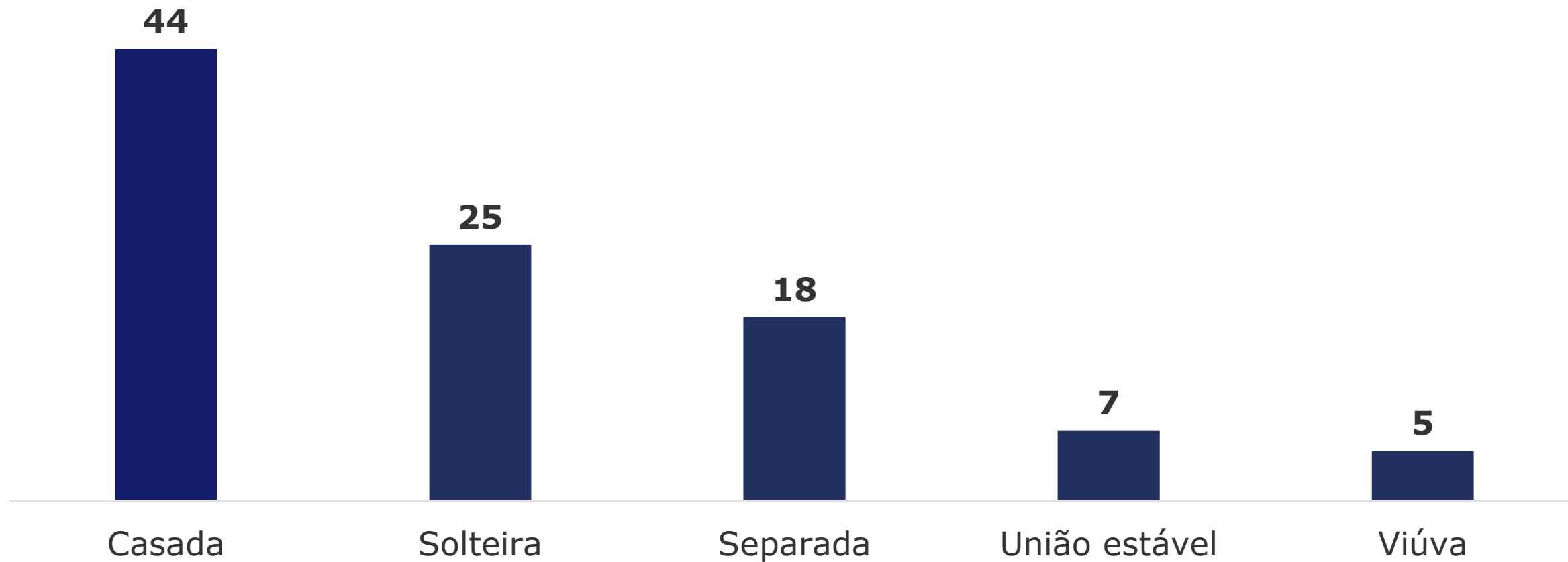
Baby Boomers: → **Estabilidade**

Educação rígida, valores sólidos, obstinação, responsabilidade, dificuldade com mudança.

71 +. Maturidade. Sem classificação específica



Estado civil



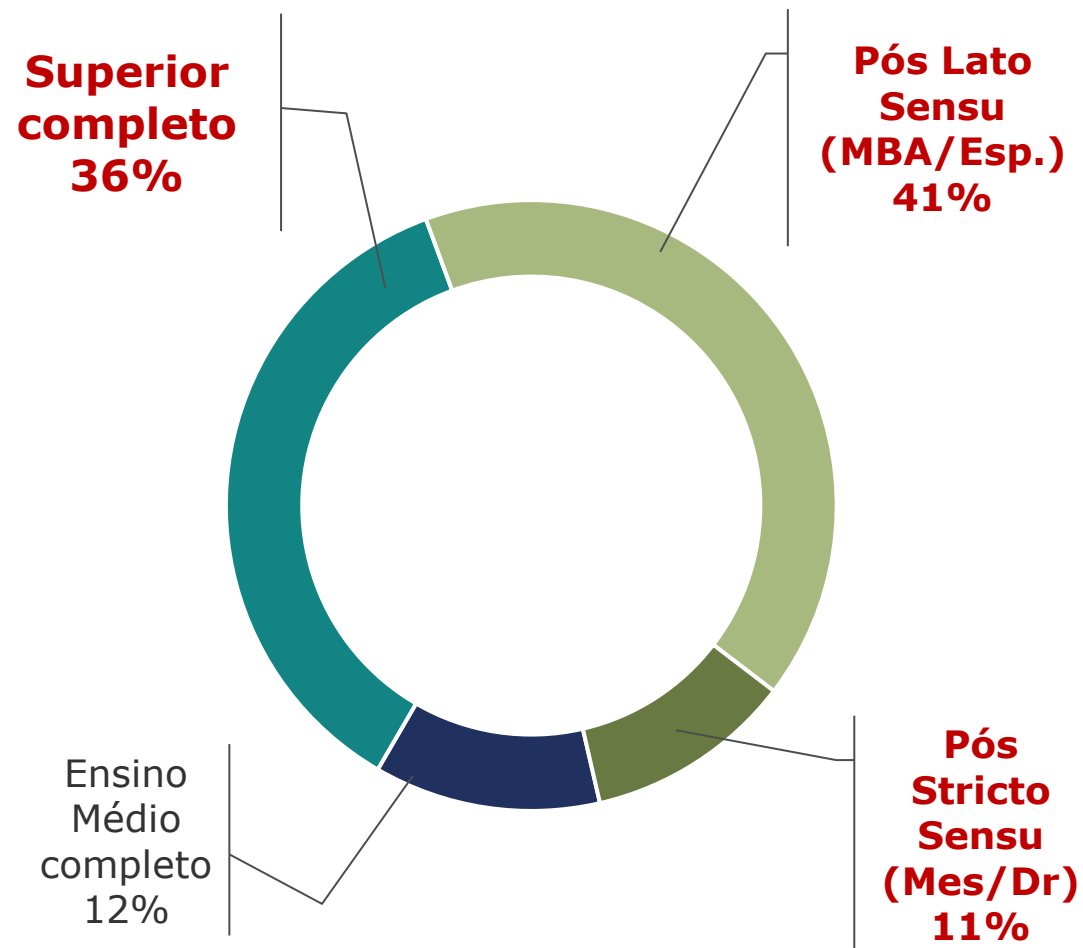
“Público-alvo” - Voluntários Escolaridade

Metade dos voluntários possui algum tipo de pós-graduação

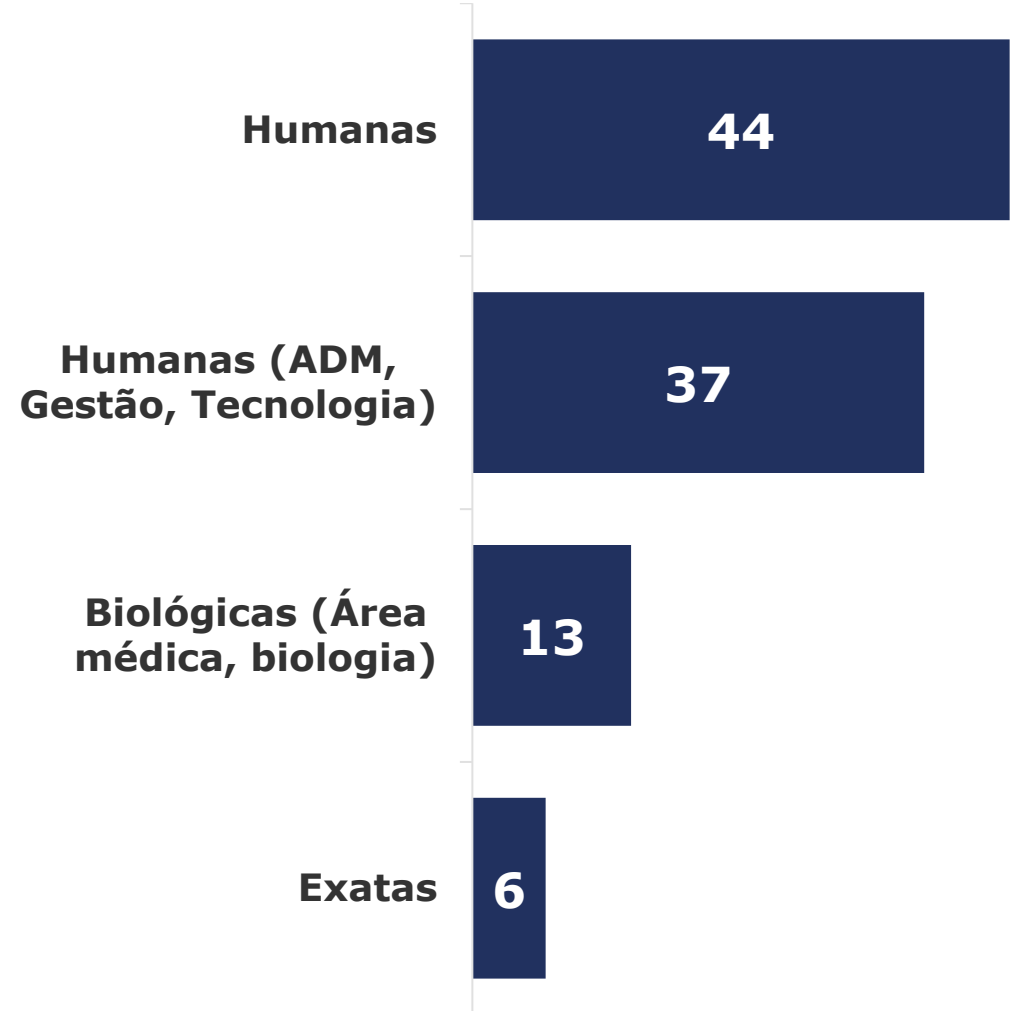
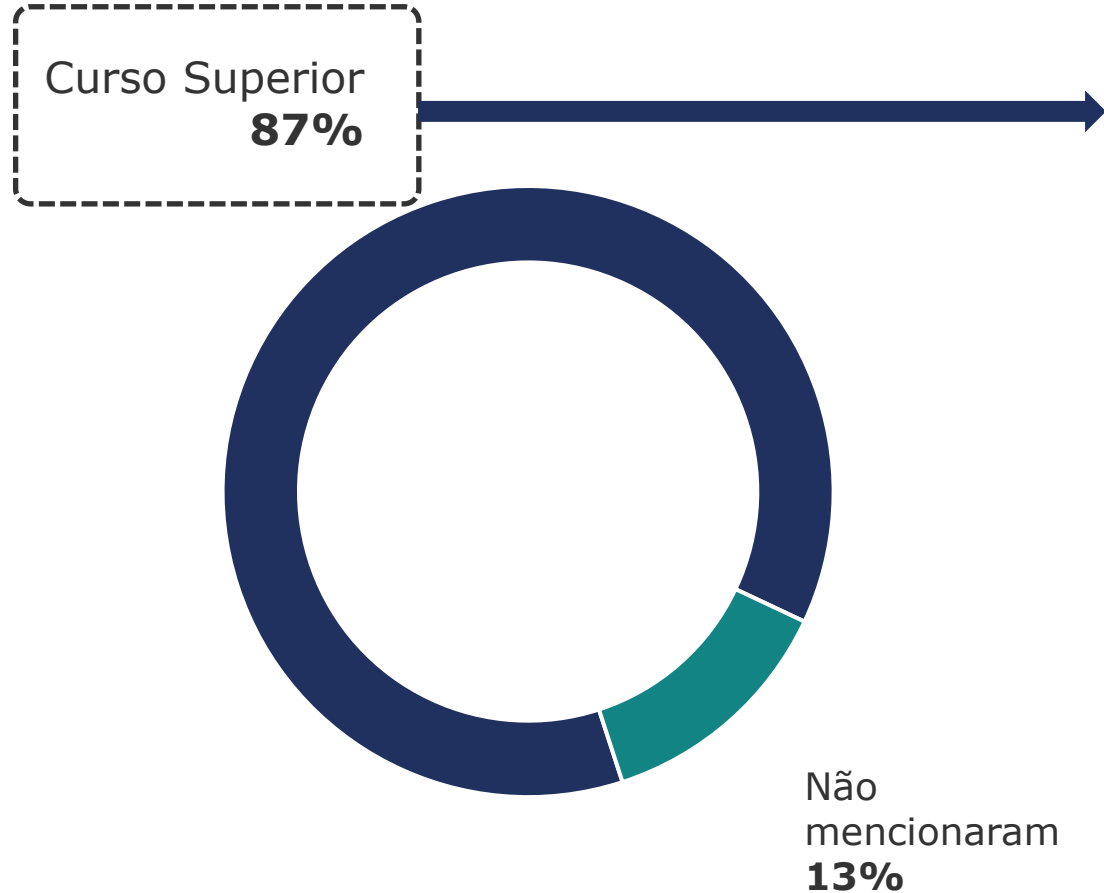
Toda a doação dos voluntários, quando vem acompanhada da combinação adequada de generosidade e profissionalismo é bem vinda independente da escolaridade.

O que a distribuição de escolaridade revela é que a Viva tem atraído e mantido voluntários com fortes relações com o meio acadêmico.

Certamente, parte desse perfil é explicado pela natureza da atividade que é ligada à leitura e cultura.



Curso universitário

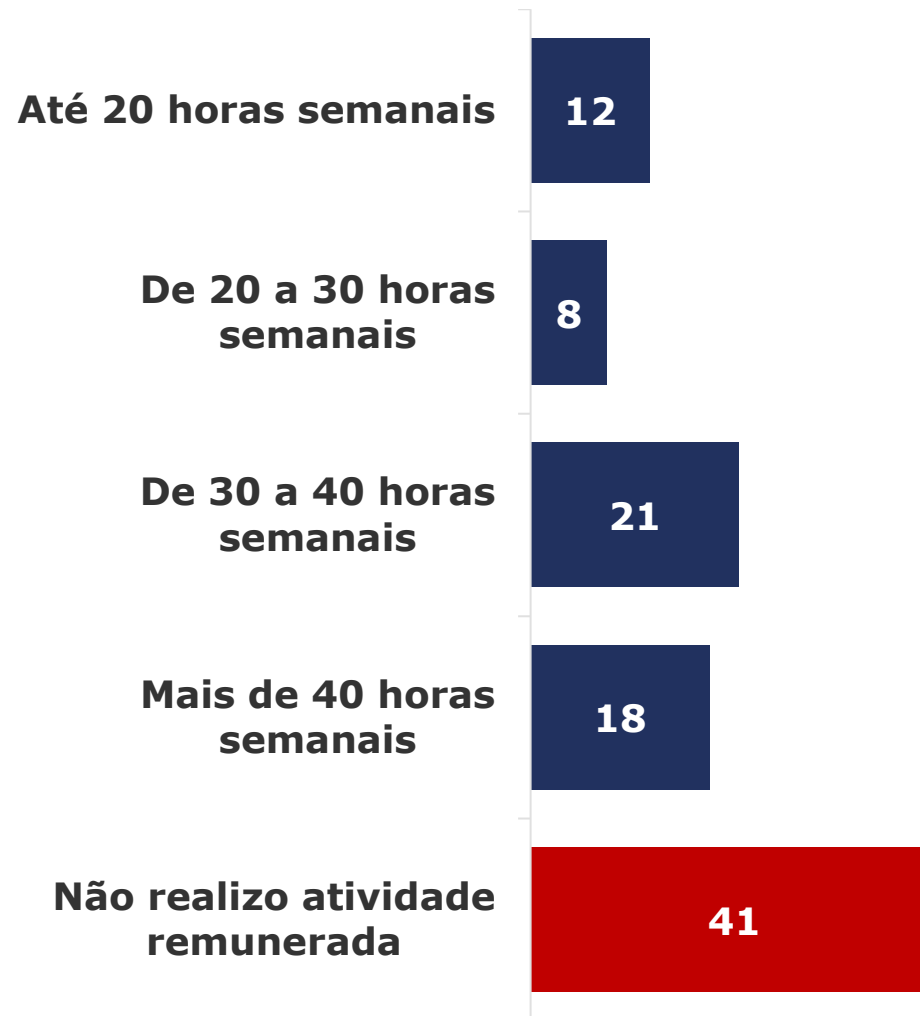


Atividades remuneradas



Um dos indicadores da dedicação dos voluntários, e do esforço de gestão conjunta com o Viva, é a proporção daqueles que precisam conciliar o trabalho com a atividade de contador de história: em 2020 eram 59%.

Outro indicador importante desse quadro é o valor da hora captado pela Viva. Além do valor intrínseco da contação de histórias há o valor relativo correspondente à qualificação/tipo de profissão exercida.



Impacto Viva

Motivação para tornar-se voluntário



Absorção e disseminação da experiência com Viva



Havine
Research

A partir do momento que o voluntário estabelece a relação com a Viva, cria-se uma complexa rede de conexões.

O voluntário é um dos pontos principais dessa rede. Ele absorve a sua experiência na Viva, seja com as crianças, com a literatura, com o ambiente hospitalar, com os demais voluntários e com o staff do Viva e a repassa para os demais pontos da rede.

Podemos considerar que o impacto da experiência no Viva atinge, em maior ou menor grau, 100% dos voluntários, mas 68% declara que dissemina, expande essa experiência e seus aprendizados.

Sim, utilizo estes conhecimentos/ informações em outros locais que não necessariamente, são organizações que atuo como voluntário

51

Sim, utilizo estes conhecimentos/ informações em outras organizações que atuo como voluntário

17

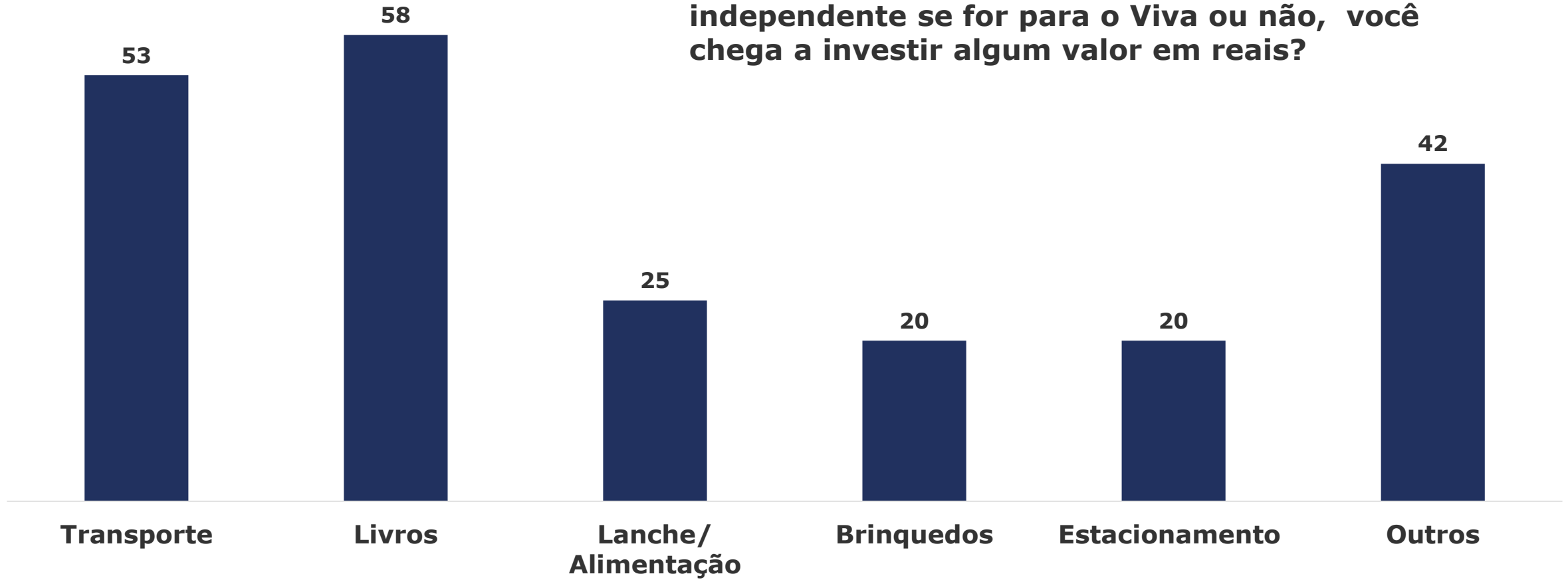
Não, não utilizo estes conhecimentos/ informações em outros locais

35

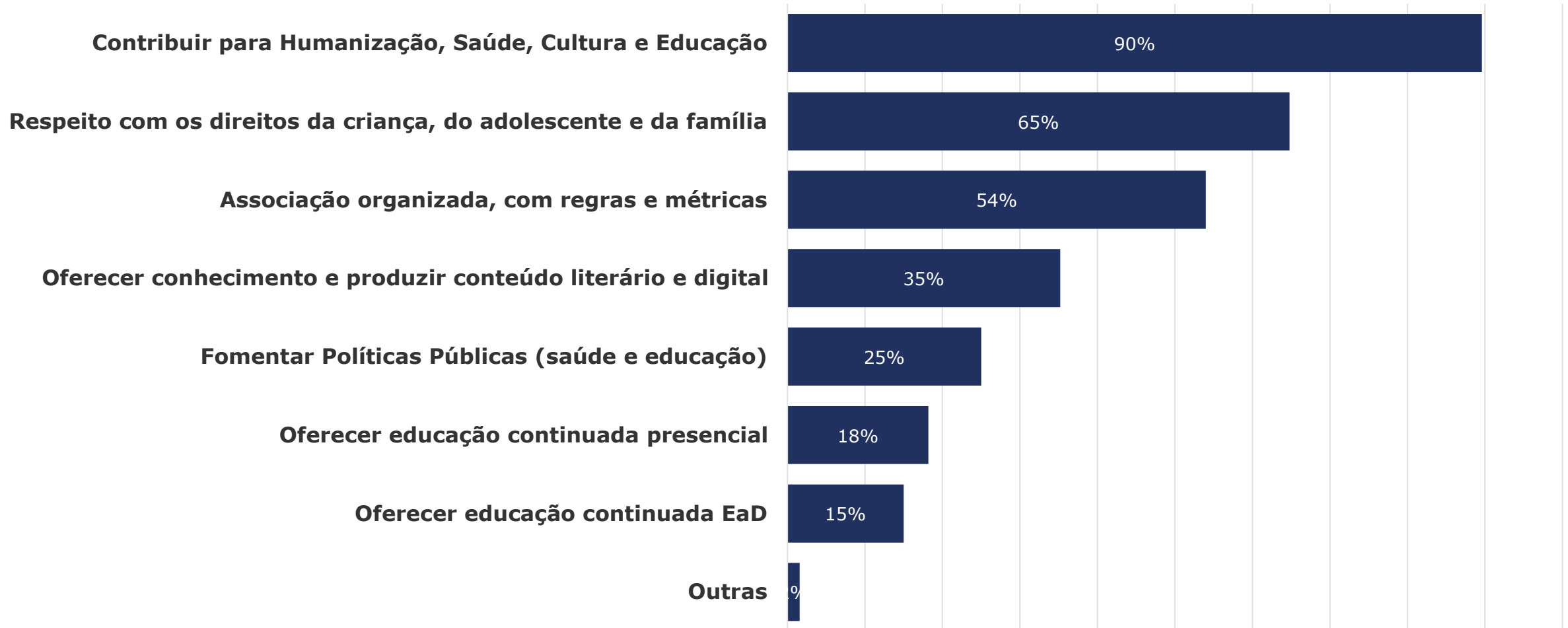
Proporção de voluntários que realizam desembolsos por tipo de despesa



Quando realiza algum trabalho voluntário, independente se for para o Viva ou não, você chega a investir algum valor em reais?



Pontos positivos da experiência com a Viva





POSSIBILIDADES

**IMPACTO NO E
DO VOLUNTÁRIO**

Discussão sobre valor

Visão prospectiva

Capta-se valor humano, criatividade, conhecimento e generosidade.

O ambiente de atuação da Viva é **complexo e sofisticado**. Exige a captação de uma formação específica e que ainda precisa ser acrescida de **conhecimentos complementares**.

Acréscimo de valor

A intervenção da Viva age no sentido de desenvolver competências e habilidades ligadas à **empatia, capital social e humanização**.

A Associação acredita que esses aspectos contribuam para o desenvolvimento de **habilidades socioemocionais**, que são importantíssimas no desenvolvimento das atividades propostas e também valorizadas pelo mercado de trabalho.

Um desafio, no futuro, seria medir esse acréscimo, tanto em termos de **impacto social** quanto de **capacidade produtiva e valoração monetária**.

Atualmente

Absorção e disseminação da experiência com Viva:

- **51%** Sim. Utiliza experiência na Viva em outros lugares.
- **17%** Sim. Utiliza experiência na Viva em outras entidades em que atua como voluntário.
- **35%** Não utiliza estes conhecimento

Bateria de atitudes – Impacto e disseminação: realização, disseminação na rede de relacionamentos e currículo

Proposta de Indicadores

De acordo com os objetivos da atuação da Viva, das ações implementadas para atingi-los e das características do público-alvo, consideramos trabalhar com indicadores de 3 tipos:

- **Capital social**
- **Empatia**
- **Humanização hospitalar**

Projeto formatado aguardando financiamento

Avaliação Econômica de Projetos Sociais

Voluntário



Generosidade

substantivo feminino

- 1** qualidade de generoso
- 2** virtude daquele que se dispõe a sacrificar os próprios interesses em benefício de outrem; magnanimidade
- 3** ato generoso; bondade <teve a g. de socorrer o acidentado>
- 4** liberalidade, largueza, prodigalidade <dar com g.> <vive das g. do irmão>

Dicionário Houaiss



Obrigado

www.havine.com

paulo.cidade@havine.com