

Levantamento de estudos e avaliações sobre voluntariado

Sumário Executivo

Fundação Itaú Social

2015

Sumário Executivo

Levantamento de estudos e avaliações sobre voluntariado

O objetivo do *survey* foi realizar um levantamento de estudos acadêmicos quantitativos relativos ao tema de voluntariado empresarial e ao voluntariado de forma mais ampla, buscando identificar possíveis relações entre essa atividade e efeitos sobre os voluntários e sobre aqueles que se beneficiam com as ações. Foi feita uma pesquisa em jornais e revistas acadêmicos, *working papers* e relatórios, todos em âmbito nacional e internacional, publicados a partir de 1997.

O levantamento de estudos foi importante para constatar a escassez de trabalhos buscando avaliar os impactos dos programas de voluntariado, tanto sobre os empregados e empregadores, quanto sobre as corporações e as comunidades, no âmbito nacional e internacional. Por outro lado, os estudos existentes podem indicar um caminho de futuras investigações, já que trazem algumas evidências sobre aspectos relativos ao voluntariado.

Vale ressaltar que os estudos que procuram discutir “impactos” trazem problemas de viés de seleção, já que a utilização de técnicas de regressão não acompanham o indivíduo no tempo (persistindo com a endogeneidade no modelo e, assim, enviesando os estimadores, já que efeitos fixos de tempo e da unidade não são considerados) nem tratam fidedignamente o caso de forma a comparar um grupo de tratado com um de controle – e quando o fazem, o tratamento dos dados não leva em consideração o viés de seleção na amostra. Além disso, há estudos que utilizam estatísticas descritivas para discutirem impactos, o que na realidade, apenas trazem um cenário (relativo à amostra) sobre o assunto, inviabilizando esse tipo de análise proposto.

Voluntariado empresarial

Mesmo diante das dificuldades de análise provenientes das metodologias utilizadas, foi possível constatar resultados importantes. As empresas de maior porte tendem a realizar mais programas de voluntariado do que as empresas menores. Muitas empresas procuram incentivar a prática do voluntariado liberando os funcionários durante seu horário de trabalho (BASIL et al, 2009; BENJAMIN, 2001).

Em relação ao trabalho de voluntariado corporativo, os funcionários se estimulam a realizar tal prática principalmente quando percebem que existe intenção pró-social da organização (MOZES et al, 2001; BASIL et al, 2009; GATIGNON-TURNAU e MIGNONAC, 2015), o que fortifica a relação empregado-empresa.

Os próprios consumidores dos produtos tendem a perceber/visualizar positivamente a empresa que realiza tais programas em função da aproximação da empresa com a sociedade (PLEWA et al, 2015). As empresas que focam em sua autopromoção e procuram criar uma reputação a partir da

sinalização de que realizam programas que estimulam o voluntariado podem inibir os colaboradores a realizar ações voluntárias (GATIGNON-TURNAU e MIGNONAC, 2015), o que atenua os efeitos positivos proporcionados com essa prática. Em relação a esses efeitos positivos, o trabalho voluntário é uma ação que gera satisfação a quem pratica (KRASNOPOLSKAYA, 2014; do PACO e NAVE, 2013; de GILDER et al, 2005; MOZES et al, 2012) e, no âmbito empresarial, percebeu-se também que apresenta uma externalidade positiva aos seus colegas, de forma a inspirar que os outros também realizem tal prática – o voluntariado corporativo pode também influenciar a realização de trabalhos voluntários fora da corporação.

Outro efeito positivo é que os voluntários tendem a se envolver mais com as dificuldades das comunidades que auxiliam, e ajudar a amenizar os problemas delas corrobora com a elevação da satisfação pessoal. A satisfação pessoal se refere ao fato de sentir-se bem consigo mesmo, incluindo o aumento do bem-estar próprio – podendo também incluir a satisfação com sua saúde, família e trabalho. De modo geral, os estudos indicam que essa atividade eleva o bem-estar do praticante e permite o seu desenvolvimento pessoal, contribuindo com o desenvolvimento de suas competências – como comunicação, cooperação e até liderança.

De maneira geral, o conjunto de informações apanhado com esses estudos direcionam medidas na elaboração de indicadores, tanto de impacto quanto de monitoramento, através dos questionários disponibilizados (no Apêndice).

Voluntariado amplo

Neste segundo tópico, foi feito um levantamento dos trabalhos que dizem respeito à prática de atividades voluntárias, sem que estejam associadas a uma iniciativa corporativa. Foram explorados estudos que buscam compreender os determinantes do voluntariado, os efeitos de exercer atividades voluntárias no bem-estar do indivíduo e as motivações de se voluntariar. Dois deles mostram impacto de intervenções, relacionadas à atividades voluntárias.

O intuito de incluir os estudos que falam de voluntariado de uma maneira mais abrangente foi trazer elementos que possam ser úteis na elaboração de desenhos de avaliação de programas de voluntariado empresarial. Em relação aos determinantes da oferta de trabalho voluntário, os resultados sugerem que gênero, idade, nível educacional e nível de renda são fatores importantes a explicar a disposição a voluntariar-se.

De modo geral, observou-se alguns resultados interessantes. O ato de voluntariar-se gera consequências positivas sobre o bem-estar do voluntário (BINDER e FREYTAG, 2013; THOITS e HEWITT, 2001). Há evidências também de que existe um impacto positivo no voluntário em relação à atividade que pratica. A avaliação do programa Teach for America demonstrou que os participantes que se voluntariavam lecionando, tiveram mais interesse em prosseguir com trabalhos voltados para docência. Além disso, foram observados resultados positivos relacionados à troca de experiências,

mudança de comportamento relativa à tolerância e respeito com o outro e construções afetivas entre as pessoas (DOBBIE e FRYER, 2015).

Constatou-se também que não há diferença no número de horas dedicado pelo voluntário a depender do tipo de comunicação que recebeu, ou seja, indiferentemente de ter sido mais genérica ou mais focada ao perfil de cada voluntário, isso não afeta o número de horas que realiza atividade voluntária. Esse resultado pode ajudar a gerenciar programas e estratégias de comunicação para o estímulo de programas (AI-UBAYADLI e LEE, 2011).

Há mais satisfação pessoal em doar tempo para realizar trabalho voluntário do que em doar dinheiro (LILLEY e SLONIM, 2014), o que indica que realizar atividades voluntárias tende a ser uma tarefa substituta em relação a doar dinheiro.

Os trabalhos voltados ao voluntariado de uma maneira mais ampla, em geral, apresentam metodologias de análise mais bem elaboradas em comparação com as utilizadas nos trabalhos que versam sobre voluntariado corporativo. Mas, um resultado que também se verificou para o voluntariado amplo é que a prática de trabalho voluntário sugere uma elevação do bem-estar do praticante, o que fortifica os resultados observados no voluntariado corporativo, dado que é um subconjunto do voluntariado mais amplo. As pessoas se sentem bem ao realizar esse trabalho, demonstrando que os benefícios não são apenas àqueles que recebem diretamente as ações, mas também, àqueles que se doam ao próximo.