

01 a 04 de outubro de 2018

Evento: XXVI Seminário de Iniciação Científica

VOLUNTARIADO EMPRESARIAL COMO FERRAMENTA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA (RSC) - UM ESTUDO SOBRE O EFEITO NO COMPORTAMENTO DO COLABORADOR¹
CORPORATE VOLUNTEERISM AS A TOOL FOR CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) - A STUDY ON THE EFFECT ON EMPLOYEE BEHAVIOR

Roseli Bianchi², Roberto Guedes De Nonohay³

¹ Projeto de pesquisa realizado no curso de Programa de Pós-Graduação em Psicologia da IMED, Passo Fundo/RS.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Psicologia, IMED, Passo Fundo/RS

³ Docente do Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Faculdade Meridional IMED, Passo Fundo/RS

RESUMO

O estudo pretende investigar os impactos do Voluntariado Corporativo como uma prática de Responsabilidade Social Corporativa (RSC), enfatizando aspectos referentes aos comportamentos organizacionais - altruísmo, comprometimento e proatividade - como eles se dão em colaboradores que praticam e outros que não praticam o voluntariado. Para checar a hipótese de que estes comportamentos organizacionais se sobressaem em colaboradores que praticam o voluntariado em relação aqueles que não praticam, será realizada uma pesquisa em empresas do Brasil que possuem programas de voluntariado. A pesquisa será quantitativa e qualitativa, executada em duas fases. Na primeira fase será aplicado um questionário com escalas dos três comportamentos em colaboradores que praticam o voluntariado e os que não praticam, na segunda fase, uma entrevista semiestruturada em profundidade, buscando avaliar os efeitos do voluntariado no comportamento organizacional. Para a análise de dados na primeira fase será utilizado os Softwares R e RSTUDIO.

Palavras-chave: voluntariado corporativo, responsabilidade social corporativa, comportamento organizacional.

INTRODUÇÃO

O voluntariado corporativo é um conjunto de ações realizadas por empresas para incentivar e apoiar o envolvimento dos seus funcionários que tem interesse em se voluntariar, dedicando o seu tempo e habilidades em atividades voluntárias na comunidade (Goldberg, 2001). O voluntariado corporativo é uma prática cada vez mais comum nas empresas devido aos seus efeitos positivos sobre a equipe, a sociedade e a imagem e prestígio das empresas. As empresas que incentivam os seus colaboradores ao voluntariado, estão de modo indireto oportunizando o aprimoramento das

01 a 04 de outubro de 2018

Evento: XXVI Seminário de Iniciação Científica

suas habilidades relacionadas ao trabalho, como também melhorar as suas atitudes organizacionais. Algumas das habilidades desenvolvidas em praticar o voluntariado, são: trabalho em equipe, comunicação, empatia, altruísmo, gerenciamento de projetos, liderança e habilidade interpessoal (Wild, 1993). O colaborador incorporando esses conhecimentos e atitudes leva para o seu dia a dia no trabalho e com isso passa a refletir em um melhor clima organizacional na empresa.

O voluntariado é instrumento estratégico de responsabilidade corporativa e uma potencial ferramenta social para o desenvolvimento da comunidade. Portanto, quando o programa de voluntariado está alinhado ao negócio da empresa traz benefícios para a empresa, colaboradores e comunidade. A empresa pode melhorar a sua imagem perante a sociedade, como também desenvolver uma equipe altamente comprometida e motivada; os funcionários por sua vez têm a oportunidade de desenvolver as suas habilidades já existentes ou adquirir novas e a comunidade ganha em uma gestão mais articulada.

OBJETIVO

O presente estudo faz parte de um projeto de mestrado acadêmico em andamento que tem por objetivo analisar os efeitos do voluntariado empresarial como ferramenta de Responsabilidade Social Corporativa (RSC) no comportamento do colaborador nas empresas que possuem programas de voluntariado. Especificamente, buscará analisar o comportamento organizacional dos colaboradores voluntários e dos não voluntários, verificando se há diferenças nos referidos comportamentos e o impacto do voluntariado nas empresas.

MÉTODO

O delineamento do estudo será misto com caráter investigativo e descritivo ao qual se dará em duas etapas: 1ª etapa aplicação de questionário e a 2ª etapa entrevista em profundidade. Participarão do estudo colaboradores de empresas do Brasil que apresentam programas de voluntariado, sendo que estes podem ser voluntários e não voluntários. O número de participantes será determinado com base em um número aproximado de colaboradores e voluntários das empresas que aceitarão participar da pesquisa e a partir desse levantamento, comporão a amostra de respondentes conforme os critérios estatísticos com 5% de margem de erro e 95% de confiabilidade. Para a coleta de dados na 1ª etapa, será utilizado um formulário com questões sociodemográficas e três escalas que visa avaliar os comportamentos organizacionais dos entrevistados: escala de altruísmo (Loureiro & Lima, 2009), escala de comprometimento (Palacios & Peixoto, 2015) e escala de proatividade (Kamia & Porto, 2007) e o segundo instrumento a ser aplicada na 2ª etapa, será uma entrevista em profundidade (a ser formulado posterior análise dos dados da etapa 1). Serão realizadas, na primeira fase, análises descritivas (médias, desvios padrão, frequência) com o intuito de investigar os comportamentos organizacionais mais evidenciados dos colaboradores voluntários e não voluntários e análise exploratória dos dados a fim de verificar diferenças e semelhanças entre os construtos investigados.

01 a 04 de outubro de 2018

Evento: XXVI Seminário de Iniciação Científica

HIPÓTESES

H1: Espera-se identificar escores de comportamentos organizacionais diferentes entre colaboradores voluntários e não voluntários.

H2: Espera-se identificar que o voluntariado contribua para o desenvolvimento de comportamentos organizacionais positivos dos colaboradores para com a empresa.

RESULTADOS ESPERADOS

Espera-se ao final deste estudo identificar diferenças nos comportamentos organizacionais - comprometimento, altruísmo e proatividade - entre colaboradores que praticam e os que não praticam o voluntariado, como também identificar elementos de que a prática do voluntariado contribua para o desenvolvimento de comportamentos organizacionais positivos dos colaboradores para com a empresa. Confirmado estes resultados, espera-se por fim que este estudo contribua para que empresas fortaleçam e ampliem seus programas de voluntariado, incentivando cada vez mais a prática de voluntariado em seus colaboradores.

REFERÊNCIAS

- Goldberg, R. (2001). Como as empresas podem implementar programas de voluntariado. Edição Instituto Ethos. São Paulo
- Kamia M. & Porto J. B. (2007). Ferramentas de Diagnósticos para Organizações e Trabalho: Um Olhar a partir da Psicologia. Artmed Editora. Porto Alegre.
- Loureiro A. & Lima M. L. (2009). Escala de atitudes altruístas: Estudo de validação e fiabilidade. Laboratório de Psicologia. 7(1): 73-83. I.S.P.A.
- Palacios K. P & Peixoto A. de L. A. (2015). Desenvolvimento e Validação da Escala de Comportamento Proativo nas Organizações. XXXI Encontro da ANPAD.
- Wild, C. (1993). Corporate Volunteer Programs: Benefits to business. The Conference Board. New York.