

**UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE ELETROTÉCNICA
MBA EM GESTÃO DE ATIVOS**

JENNIFER LOUISE CALLEGARI

**PROPOSTA DE PLATAFORMA DE APOIO APLICADA A
ORGANIZAÇÕES SOCIAIS**

MONOGRAFIA DE ESPECIALIZAÇÃO

**CURITIBA
2020**

JENNIFER LOUISE CALLEGARI

**PROPOSTA DE PLATAFORMA DE APOIO APLICADA A ORGANIZAÇÕES
SOCIAIS**

Monografia apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Especialista - MBA em Gestão de Ativos - do Departamento Acadêmico de Eletrotécnica, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná.

Orientador: Emerson Rigoni, Dr. Eng.

CURITIBA

2020



TERMO DE APROVAÇÃO

PROPOSTA DE PLATAFORMA DE APOIO APLICADA A ORGANIZAÇÕES SOCIAIS

por

JENNIFER LOUISE CALLEGARI

Esta monografia foi apresentada em 20 de julho de 2020, como requisito parcial para obtenção do título de Especialista - MBA em Gestão de Ativos - outorgado pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná. A aluna foi arguida pela Banca Examinadora composta pelos professores abaixo assinados. Após deliberação, a Banca Examinadora considerou o trabalho aprovado.

Prof. Emerson Rigoni, Dr. Eng.
Professor Orientador - UTFPR

Prof. Wanderson Stael Paris, Me.
Membro Titular da Banca - UTFPR

Prof. Marcelo Rodrigues Dr.
Membro Titular da Banca - UTFPR

O Termo de Aprovação assinado encontra-se na Coordenação do Curso.

RESUMO

CALLEGARI, Jennifer. 2020. **PROPOSTA DE PLATAFORMA DE APOIO APLICADA A ORGANIZAÇÕES SOCIAIS**. 28. Monografia (MBA em Gestão de Ativos) - Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Curitiba, 2020.

O meio social se encontra separado por esferas, as quais integradas podem proporcionar para o convívio populacional maior satisfação de todas as partes e setores envolvidos.

Considerando a oportunidade citada, houve o estímulo para a idealização de uma forma de integração para três partes da sociedade, sendo elas organizações sociais, empresas privadas e pessoas físicas, que juntas podem originar um meio consolidado de ajuda mútua entre eles, relacionando seus interesses e necessidades à contribuição do desenvolvimento sustentável populacional para o combate às desigualdades e agregar valor às áreas que hoje são falhas e podem ser trabalhadas em prol do crescimento. Com isso e estudo na área de gestão de ativos, foi identificada oportunidade de por meio de uma plataforma de gestão consolidada para a comunicação e compartilhamento de informações, considerando formas de retenção das partes interessadas para o devido funcionamento da rede, que envolve estabelecer o processo de criação de uma aplicação de rede social que funcione em multiplataformas, de forma online que conecte voluntários, organizações sociais e apoiadores a fim de fomentar o voluntariado no Brasil.

Para que essa idealização fosse estruturada, ocorreram pesquisas, levando em consideração a metodologia direcionada às pesquisas serem de cunho qualitativa e aplicável, nas áreas de gestão de pessoas, abordando os temas sobre competência, motivação e retenção de pessoas, além de metodologias e coleta de dados para desenvolvimento futuro de aplicação para a manutenção e atualização da plataforma, o uso da tecnologia da informação, gerenciamento de projetos e gestão social.

A partir da fundamentação citada, foi demonstrada a solução, que possui potencial de disseminação com base na pesquisa que faz proporção entre de habitantes x smartphones ativos no Brasil, assim houve a apresentação do produto, contendo direcionamento principal, parceiros chave, principais atividades, proposta de valor, relacionamento com o usuário, canais de distribuição e diferenciais, que foram apontados com base no comparativo realizado considerando outras plataformas sociais que também agregam valor ao meio em questão, com a idealização em questão, conclui-se que é de extrema importância a exploração da visibilidade para esse meio, para que haja cada vez mais interessados no desenvolvimento de soluções e investimentos na causa.

Palavras-chave: Integração. Gestão. Social. Retenção. Desenvolvimento.

ABSTRACT

CALLEGARI, Jennifer. **PROPOSTA DE PLATAFORMA DE APOIO APLICADA A ORGANIZAÇÕES SOCIAIS**. 2020. 28. Monografia (MBA em Gestão de Ativos) - Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Curitiba, 2020.

The social environment is separated by spheres, as the integrated ones can use for the population relief greater satisfaction of all the parts and sectors involved.

In an opportunity mentioned, there was a stimulus for the idealization of a form of integration for three parts of society, being themselves social, private companies and individuals, which together can originate a consolidated means of mutual help between them, relating their interests and needs to contribute to sustainable population development to combat inequalities and add value to areas that today are flawed and can be implemented in favor of growth. With this study and study in the asset management area, the opportunity for a consolidated management platform for communication and information sharing was identified, considering ways of retaining the parties harmed by the network's execution, which involve the process of creating a social network application that works on multiplatforms, online that connects volunteers, social organizations and supporters in order to promote or volunteer in Brazil.

For this idealization to be structured, research takes place, takes into account a methodology aimed at qualitative and applicable research in the areas of people management, addressing the topics of competence, motivation and retention of people, in addition to methods and data collection for the future development of applications for maintaining and updating the platform, the use of information technology, project management and social management.

Based on the aforementioned reasoning, a solution was demonstrated, which has the potential for dissemination based on research that makes the difference between inhabitants x active smartphones in Brazil, so there was a product presentation, main direction, key partners, main activities, proposal for value, relationship with the user, distribution channels and differentials, which were pointed out based on comparative comparison, considering other social platforms, which also added value to the environment in question, with the idealization in question, concluded if exploration is extremely important visibility for this medium, so that there is an increasing interest in the development of solutions and investments in the cause.

Palavras-chave: Integration. Management. Social. Retention. Development.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	7
1.1	PREMISSAS E PROBLEMA DE PESQUISA	7
1.2	OBJETIVOS	8
1.2.1	Objetivo Geral.....	8
1.2.2	Objetivos Específicos	8
1.3	JUSTIFICATIVA	8
1.4	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	9
1.5	ESTRUTURA DO TRABALHO	9
2	REFERENCIAL TEÓRICO	11
2.1	GESTÃO DE PESSOAS	11
2.2	COMPETÊNCIA	12
2.3	MOTIVAÇÃO	12
2.4	RETENÇÃO DE PESSOAS	13
2.5	METODOLOGIA.....	14
2.6	INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS	15
2.7	TECNOLOGIA E SISTEMA DE INFORMAÇÃO	16
2.8	GERENCIAMENTO DE PROJETOS.....	17
2.9	GESTÃO SOCIAL	18
2.10	SÍNTESE E CONCLUSÃO DO CAPÍTULO	19
3	DESENVOLVIMENTO	20
3.1	SITUAÇÃO DE PLATAFORMAS ATUALMENTE.....	20
3.2	PROPORÇÃO DE SMARTPHONES ATIVOS NO BRASIL	21
3.3	VALIDAÇÃO DA METODOLOGIA PROPOSTA.....	21
3.4	APRESENTAÇÃO DA SOLUÇÃO.....	22
3.5	SÍNTESE E CONCLUSÃO DO CAPÍTULO	25
4	CONCLUSÃO	26
	REFERÊNCIAS	27

1 INTRODUÇÃO

Considerando que a gestão de ativos vai além do ativo necessariamente dito, mas sim o que o ativo pode gerar para uma organização, sendo desde o tangível até o intangível, deve-se levar em consideração qual o foco e objetivo das partes interessadas nesta gestão organizacional.

Contemplando a visão social, pessoas podem ser consideradas ativos, pois as mesmas possuem o capital humano, advindo de um conjunto de conhecimentos e habilidades do indivíduo, levando em consideração suas experiências, valores, educação e competências, com esse capital e uma gestão adequada de conhecimento, muitos valores podem ser agregados ao meio em que o indivíduo se encontra inserido.

Para organizações sociais o ativo do pilar “pessoas” é diretamente essencial para a geração de valor, pois trata-se de interesse comunitário, ao redor de esferas como cultura, ensino, economia e desenvolvimento sustentável, com isso podemos relacionar as organizações sociais, que possuem esse papel de promover atividades nas esferas citadas, as mesmas fazem parte do Terceiro Setor, fomentando ações em diversos campos, voltados aos espaços mais vulneráveis da sociedade. Os trabalhos das organizações sociais são desenvolvidos com funcionários contratados e voluntários, que dedicam seu tempo e sem remuneração, porém a captação e retenção de voluntários é um dos principais desafios encontrados nesse meio, pois com a rotina acelerada dos dias de hoje, se torna cada vez mais inacessível o atingir do impulso solidário nos jovens e adultos.

1.1 PREMISSAS E PROBLEMA DE PESQUISA

Vislumbrando o cenário de dificuldade na captação e retenção de voluntários para participação de ações voltadas às esferas de educação, cultura, saúde e meio ambiente, também se tem a contra partida, em que parte da população demonstra não estar satisfeita com o cenário econômico e social da sua cidade, estado e país, levando aos desejos, ainda que momentâneos, de alavancar mudanças, porém

muitos não conseguem avistar que possuem poder para essa mudança, o meio para concretizar essa vontade e o retorno/valor que a sua atitude irá gerar. Dessa forma, se percebe um déficit de gestão social, voltado à integração de projetos e programas, voluntários, comunidade e recursos, para a contribuição efetiva nos âmbitos com maior vulnerabilidade na sociedade.

Diante disso, chega-se ao seguinte problema que este estudo busca responder:

Qual a forma de gestão social adequada para suprir a integração entre projetos, recursos e voluntários?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Explorar formas para o desenvolvimento de uma plataforma para integração, captação e retenção de organizações sociais, empresas e voluntários com intenções em comum.

1.2.2 Objetivos Específicos

- a) Apresentar e conceituar formas de retenção de pessoas em organizações;
- b) Buscar metodologias e ferramentas para desenvolvimento e coleta de dados para a plataforma de gestão;
- c) Identificação da gestão social atualmente;

1.3 JUSTIFICATIVA

Trabalho voluntário e social é um tema que gera desconforto nos dias de hoje, considerando o cenário que o Brasil e o mundo se encontra, envolvendo crises políticas, desigualdade, violência, conscientização ambiental, entre outros fatores

que possuem grande potencial para afetar a população em gerações tanto que estão presentes hoje, quanto as futuras. Grande parte da população possui a tendência ao individualismo, agindo a favor do agora para ela mesma, fechando os olhos para o mundo fora da rotina em que ela acredita que vive, porém ainda assim existem aqueles que sentem o desconforto e possuem a vontade de fazer algo para que ocorra uma mudança, mesmo que mínima, perante a proporção mundial, mas que para o mundo perante a visão de um indivíduo que não tinha mais esperança para a própria vida, é tudo.

1.4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A metodologia de pesquisa do ponto de vista da sua natureza será classificada como pesquisa aplicada, em que conforme trecho do trabalho de SILVA e MENEZES (2001): objetiva gerar conhecimentos para aplicação prática e dirigidos à solução de problemas específicos, envolve verdades e interesses locais. Do ponto de vista da forma de abordagem do problema será pesquisa qualitativa: considera que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números. A interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados são básicas no processo de pesquisa qualitativa. Não requer o uso de métodos e técnicas estatísticas, o ambiente natural é a fonte direta para coleta de dados e o pesquisador é o instrumento-chave. Os pesquisadores tendem a analisar seus dados indutivamente, o processo e seu significado são os focos principais de abordagem.

1.5 ESTRUTURA DO TRABALHO

O presente trabalho está dividido em 4 capítulos, em que o primeiro capítulo, o introdutório, contém os subcapítulos que abordam as premissas e problemas de pesquisa, os objetivos, a justificativa, os procedimentos metodológicos e a estrutura de trabalho, sendo o item atual.

O segundo capítulo discorre o fundamento teórico para a monografia, em que contempla formas de gestão de pessoas, bases motivacionais e de retenção,

além da metodologia para o desenvolvimento da base da plataforma proposta e instrumentação de dados para o gerenciamento de projetos e gestão social.

No terceiro capítulo é apresentada a aplicação do referencial teórico exposto no segundo capítulo, vinculado ao objetivo de desenvolvimento e forma de aplicação relacionada à gestão da plataforma proposta, bem como suas funcionalidades abordadas e comparativos realizados.

Em relação ao quarto e último capítulo, foram explanados os resultados obtidos, por meio das análises, considerações finais e atingimento dos objetivos propostos inicialmente.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo são abordados temas relacionados à gestão social e ao profissional atuante na área, aprofundando-se nos conceitos relativos às metodologias e ferramentas para retenção de pessoas no âmbito social e voluntário, seus procedimentos e objetivos principais, obtendo-se uma base fundamentada em conceitos idealizados para o entendimento e aplicação de uma plataforma eficaz.

2.1 GESTÃO DE PESSOAS

Para esse tipo de gestão, com base em Rosso (2003), o princípio que líderes devem levar é o de multiplicação ao contrário de zerar ou dividir, cada qual deve focar no desenvolvimento de sua equipe de trabalho para multiplicar e manter os talentos internos. Esse método deve ser aplicado não somente para organizações privadas, mas em projetos e organizações sem fins lucrativos também, pois cada pessoa possui suas competências e habilidades únicas, sendo de grande importância para agregar ao desenvolvimento das organizações e manter a estabilidade de processos e operações, além de motivações e engajamentos para inovação no ramo de sua responsabilidade, sendo assim “Faz parte do estilo de negócios de uma empresa de sucesso nesse tema a forma de se gerenciar a equipe através do estímulo, da participação e da contribuição de todos de importância fundamental, não só no fornecimento de informações, mas também no próprio desenvolvimento do processo adequado” (RUZZARIN, AMARAL e SIMIONOVSKI, 2006).

Para Marras (2000), tem ocorrido mudanças drásticas em áreas tecnológicas, econômicas e de mercado, que tem exigido das organizações exercícios de criatividade e coragem para encarar essas mudanças consideráveis e de velocidade antes não imaginadas, exigindo diferenciais competitivos no meio de globalização, com isso o mercado se vê obrigado a rever conceitos e paradigmas de todas as formas possíveis, para atendimento de novas demandas.

2.2 COMPETÊNCIA

Segundo Dalmau e Tosta (2009), um componente considerado básico para a composição de competências é o conhecimento e para o seu desenvolvimento é necessário compreender que esse é um conceito elástico que é formado ao longo da vida de cada indivíduo, por meio de cursos formais ou atividades informais, na escola e no mundo do trabalho, assim formando o chamado conhecimento tácito e essa transição pode ser representada pelo espiral do conhecimento em que tem o início por meio da troca de experiências entre as pessoas (socialização), para a formação de conceitos e modelos (externalização) e assim o conhecimento tácito se transforma em explícito, após essa etapa o conhecimento é combinado e evoluído para novos conhecimentos, sendo assim aprendido pelos indivíduos integrados nesse meio de aprendizado. Já a habilidade derivada do modo de colocar em prática o conhecimento adquirido ao longo do tempo, e pode ser considerada como segundo componente da competência, sendo essencial para o trabalho em equipe para determinação de parâmetros para o que os membros possam executar, sendo assim os indivíduos que possuem maior domínio de atividades e habilidades críticas para atingirem o desempenho esperado em tarefas do grupo tendem a se ressaltarem como líderes por uma parcela maior de contribuição apresentada.

2.3 MOTIVAÇÃO

Segundo Robbins, DeCenzo e Wolter (2013):

Motivação é a vontade de fazer algo. É condicionada pela capacidade que essa ação tem de satisfazer alguma necessidade individual. Uma necessidade, em nossa terminologia, significa uma deficiência fisiológica ou psicológica que torna atraente a busca por certos objetivos. Uma necessidade insatisfeita cria tensão, que desencadeia um ímpeto para atender à essa necessidade. Quanto maior for a tensão, maior unidade ou esforço serão necessários para reduzir a deficiência que faz que certos indivíduos sintam a tensão. Quando vemos funcionários que trabalham duro em alguma atividade, podemos concluir que resultados parecem atraentes uma vez que eles são levados pelo desejo de satisfazer uma ou mais necessidades que valorizam.

Além disso, Oliveira (2010), afirma que a teoria da motivação mais conhecida é a da Hierarquia das Necessidades Humanas, de Abraham Maslow, em que o foco deriva das necessidades sentidas pelos indivíduos e deve ser estudada indiretamente com base no comportamento humano, em que nós humanos nos movemos sempre motivados para algo e quando se diz desmotivado, é relativo a algo mais específico, sendo assim a motivação não é palpável, pois não a percebemos pelos órgãos dos sentidos e sim por determinado estímulo expresso.

Para Hiriyappa (2018), a motivação depende de circunstâncias, atitudes, desenvolvimento, construção de autoconfiança, padrões de comportamento e inspiração, sendo assim as forças do interior para direcionamentos, sendo além de incentivo próprio, também para outras pessoas como desempenho de papéis e responsabilidades, por um processo psicológico que prove estímulo, direção e persistência para ações de forma voluntária e provoca mudanças e crescimentos tanto individuais quanto coletivos, ligado à desejos de atingir metas e objetivos específicos.

2.4 RETENÇÃO DE PESSOAS

Esse tópico trata de uma estratégia organizacional, em que segundo apresentado por Teixeira, Silveira, Neto e Oliveira (2010), essas ações e processos são percebidos como especiais, pois trazem a representação de esforço para manter os talentos comprometidos com o negócio, porém esses esforços possuem custos que devem ser mensurados e comparados com manutenções de desenvolvimento para a devida compensação referente à aplicação de recursos e análise de investimento.

Conforme apresentado por Souza, Alves, Carvalho e Faria (2015), a turbulência e inconstância do cenário atual corporativo demanda o desenvolvimento de estratégias mais flexíveis para fortalecer a sobrevivência da organização e isso está ligado às contribuições humanas, assim sendo é de extrema importância manter profissionais que se colocam comprometidos, pois nem todos realizam entregas que agregam valor ao negócio em que estão inseridos e reter esses talentos já deixou de ser uma escolha organizacional e se tornou uma imposição da

economia global, sendo um elemento essencial para o sucesso, preservação e consolidação no mercado, por conta do crescente desafio da competitividade.

2.5 METODOLOGIA

A metodologia pode ser entendida como apresentação de como serão os métodos de desenvolvimento de um trabalho. Com base em Dyniewicz (2011), inclui a descrição, de forma breve e objetiva, do caminho a ser seguido para a realização da pesquisa. Ainda, é definida por Barros e Lehfeld (2004) como:

O estudo da melhor maneira de abordar determinados problemas no estado atual de nossos conhecimentos. A metodologia não procura soluções, mas escolhe as maneiras de encontrá-las, integrando os conhecimentos a respeito dos métodos e vigor nas diferentes disciplinas científicas ou filosóficas. (BARROS e LEHFELD, 2004, p.2)

É importante também entender que pesquisar em sentido amplo é, conforme Barros e Lehfeld (2004), “realizar empreendimentos para descobrir, para conhecer algo. A pesquisa constitui um ato dinâmico de questionamento, indagação e aprofundamento”.

2.5.1 Delineamentos metodológicos

Sobre o delineamento Gil (2008) explica que:

O delineamento refere-se ao planejamento da pesquisa em sua dimensão mais ampla, envolvendo tanto a sua diagramação quanto a previsão de análise e interpretação dos dados. Entre outros aspectos, o delineamento considera o ambiente em que são coletados os dados, bem como as formas de controle das variáveis envolvidas.

A pesquisa desenvolvida em um trabalho pode ser por dois métodos: quantitativo, que, com base em Richardson (1999), caracteriza-se por ser um método de investigação que tem o emprego de quantificação das informações exploradas, e/ou método qualitativo, com base no mesmo autor, difere do primeiro à medida que não emprega um instrumental estatístico como base do processo de

análise de um problema e têm como objeto situações complexas ou estritamente particulares.

Com base em Dyniewicz (2011), o estudo de caso coleta e registra dados de um ou mais casos particulares e os organiza em um relatório ordenado e crítico para avaliá-los e, com isso, chegar a conclusões e/ou até propor ações transformadoras.

Sobre estudos descritivos:

Buscam especificar as propriedades, as características e os perfis de pessoas, grupos, comunidades, processos, objetos ou qualquer outro fenômeno que se submeta a uma análise. Ou seja, pretendem unicamente medir ou coletar informação de maneira independente ou conjunta sobre os conceitos ou variáveis a que se referem. (SAMPIERE ET AL, 2013, p.102).

Nesse sentido, com base em Richardson (1999), pesquisas descritivas consideram um objeto de estudo dentro de uma situação, grupo ou indivíduo específicos, ele ainda acrescenta: “estudos de natureza descritiva propõem-se a investigar ‘o que é’, ou seja, a descobrir características de um fenômeno como tal”.

2.6 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Segundo Gerhardt e Silveira (2009), a coleta de dados é a procura por elementos para o esclarecimento do fato que se deseja explorar, em que a relação técnica preparada pelo pesquisador para o devido apontamento e avaliação dos dados deve atender as seguintes condições: confiabilidade, precisão e validade.

Pesquisa bibliográfica, segundo Gerhardt e Silveira (2009), é considerada como a fundadora de toda pesquisa, em que meios bibliográficos é a sua base, sendo assim, as informações são retiradas de fontes escritas, apoiadas por editoras. Com base em Dyniewicz (2011), a pesquisa bibliográfica deve ser organizada em uma sequência lógica e utiliza-se da vasta literatura para estudar e analisar aspectos de um tema, buscando contribuir para pesquisas futuras mais estruturadas.

Questionário, com base em Richardson (1999), é um dos instrumentos de coleta de dados mais comum acerca de grupos sociais e busca descrever as características e medir determinadas variáveis, pode ser de perguntas abertas, fechadas ou misto. Segundo Gerhardt e Silveira (2009) a coleta de dados por

questionário é composta por uma determinada cadeia de perguntas, que devem ser respondidas pelo selecionado, sem que o pesquisador esteja junto, em que possui o objetivo de promover interesses, opiniões, expectativas, sentimentos e situações.

Para aplicação do questionário é necessário identificar uma amostra, a qual pode ser conceituada como “subconjunto de elementos de uma população. A informação recolhida da amostra pode ou não ser generalizada para toda a população” (DYNIEWICZ, 2011, p. 101).

Com base em Richardson (1999), existem vários critérios de classificação de amostras, mas em geral podem ser diferenciadas dentro de dois tipos: probabilísticas, onde os elementos da população têm a mesma chance de serem selecionados, ou não-probabilísticas, que é o caso desta pesquisa, onde são escolhidos por determinados critérios.

Dentro das amostras não-probabilísticas, encontra-se a do tipo acidental, que, conforme Richardson (1999, p. 160), “é um subconjunto da população formado pelos elementos que se pôde obter, porém sem nenhuma segurança de que constituam uma amostra exaustiva de todos os possíveis subconjuntos do universo”. O autor ainda acrescenta que tal tipo de amostra pode ser de utilidade em uma primeira abordagem com o problema, para estabelecimento de hipóteses a serem contrastadas em trabalhos futuros e que não podem ser generalizados seus resultados para a população, visto que não se tem certeza da sua representatividade.

2.7 TECNOLOGIA E SISTEMA DE INFORMAÇÃO

A tecnologia a cada dia se torna mais indispensável no meio corporativo, levando padrão e eficiência para trabalhos de gerenciamento de dados e processamento de informações, segundo definição de Batista (2013), a tecnologia da informação contempla todo e qualquer aparato que possua a capacidade para realizar o tratamento de dados, tanto no formato sistêmico, quanto o esporádico, independente da aplicabilidade.

Segundo Caiçara (2008), sistema de Informação são dados nos quais são de estruturas organizadas, obtendo a execução de uma ou mais atividades, podendo ser um conjunto de eventos que se repetem ciclicamente para a realização de uma

tarefa predefinida. Obtendo significados e relevância, com geração de informações úteis para se obter uma tomada de decisão, com isso no sistema das empresas, encontram-se três componentes básicos, sendo eles: entrada, processamento e saída. A partir da entrada de matéria-prima e mão-de-obra nas empresas, são processadas informações, gerando assim um produto final ou serviço monitorado, por motivos de variações causadas por ambiente externo, podendo assim modificar o sistema disposto pela empresa, bem como suas potenciais necessidades e demandas.

Segundo Ramakrishnsn e Gehrke (2011), o banco de dados é composto por uma coleção de dados e informações que descreve as atividades relacionadas de uma ou mais organizações, em que se pode realizar diversos tipos de gerenciamento dos mesmos para tratamento e uso, considerando o apoio à decisões e análises para diferentes aplicabilidades e aprimoramentos.

2.8 GERENCIAMENTO DE PROJETOS

Conforme apresentado por Xavier e Chueri (2008), para a sobrevivência de organizações modernas, é exigido cada vez mais executar projetos de maneira eficiente, pois os investidores cobram transparência para o aplicar de recursos e resultados gerados a partir deles, tornando mais competitivo o meio de captação de patrocínios e retenção, com isso o devido gerenciamento de projetos visa ações que promovem o planejamento, execução e controle para o alcance de objetivos específicos definidos.

Para Heldman (2005), como cada organização possui seus próprios pontos altos e baixos é importante que o gerente de projetos entenda com o que trabalha, pois cada quais e suas culturas são tão exclusivas quanto os projetos que desenvolvem, com esse conhecimento os gerentes ganham autoridade para realizar escalas de pessoas e conclusões de etapas para o encerramento de projetos.

2.9 GESTÃO SOCIAL

Sobre organizações da sociedade:

O ditado popular “diga-me com quem andas e lhe direi quem és” encontra aqui uma situação imbricada. Terceiro Setor não consegue dizer com assertividade o que é, o que impede os demais setores de andarem com ele. Por outro lado, sabe-se que, mesmo que o Terceiro Setor encontre sua identidade, é natural que seja essencialmente diversa dos demais setores, e então será necessário identificar ainda o que há de comum em todos eles para que possam andar juntos. Em suma, a união definitiva dos três setores requer que encontremos de forma clara o que em suas essências os colocam como semelhantes. (RUGGERI, 2011, p.9).

Segundo Albuquerque (2006), é um imenso desafio inserir o terceiro setor em meios de disciplina clássica para a promoção do diálogo em diversas áreas e construção de bases teóricas mais sólidas, além de possuir características que se manifestem em programas e projetos conforme citado:

- Fazem contraponto às ações do governo: os bens e serviços públicos resultam da atuação do Estado e também da multiplicação de várias iniciativas particulares.
- Fazem contraponto às ações do mercado: abrem o campo dos interesses coletivos para a iniciativa individual.
- Dão maior dimensão aos elementos que as compõem: realçam o valor tanto político quanto econômico das ações voluntárias sem fins lucrativos.
- Projetam uma visão integradora da vida pública: enfatizam a complementação entre ações públicas e privadas.

Conforme Carvalho (2015), o trabalho social é apresentado como estratégico, o agir de forma integrada e com articulações políticas setoriais e que fortalece a ação em rede e territorial, além de potencialização de aportes culturais para prover mudanças e o fortalecer de vínculos sociorrelacionais, de competência comunicativa e participativa, colocando em pauta alternativas para a geração de oportunidades culturais e de trabalho, para vantagens competitivas locais e o desenvolvimento de parcerias com diversos grupos de interesse como a própria sociedade, o governo e o mercado, podendo instaurar novos valores.

2.10 SÍNTESE E CONCLUSÃO DO CAPÍTULO

No presente capítulo foi descrito, com base em conceitos e citações, os fundamentos identificados como pilares principais para estruturar o meio de integração social identificado no capítulo introdutório do trabalho, em relação à aplicabilidade da gestão e sua importância para o ramo organizacional e social, bem como ambos juntos, para levar maior eficiência ao lidar com a gestão das pessoas envolvidas em cada uma das pontas apresentadas anteriormente, sendo elas: organizações sociais, empresas privadas e potenciais voluntários.

Para a idealização da plataforma de integração se faz necessário a utilização dos conceitos de gestão, captação e estímulo contínuo das mesmas, para que possam agregar a cada ação e trabalho desempenhado novas questões a serem destacadas, para que a organização se mantenha competitiva no mercado globalizado e volátil, para que não estacione a ponto de se tornar obsoleta para a população.

Além de ser de extrema importância a formação consolidada de uma base de projeto que possui potencial de expansão expressiva, mas que requer planejamento e preparo para tal. Com isso, deve-se obter uma coleta de dados constante para devidas atualizações e reparos necessários e identificados tanto pelos gestores quanto pelos usuários, levando sempre em conta os valores e objetivos que devem estar claros para todos os envolvidos.

Considerando o exposto, no próximo capítulo se deve à apresentação estrutural e funcional da ferramenta idealizada, colocando em pauta o gerenciamento da plataforma e sua relevância para o problema retratado inicialmente.

3 DESENVOLVIMENTO

Considerando que o terceiro setor possui dificuldade de um vínculo consolidado com os demais setores e áreas organizacionais da sociedade, tem-se muitas oportunidades de trabalho de gestão para estabelecer essa integração, onde por meio de uma plataforma de rede social, três pontas essenciais para o desenvolvimento da sociedade possam se comunicar e apoiar uns aos outros para suprir necessidades que cada qual possui e dificilmente conseguem por seus métodos atuais de comunicação, a seguir serão apresentadas as três pontas citadas e suas principais dificuldades:

- 1º Organizações e projetos/ações sociais: Apresentam dificuldade de estruturação formal, como mão-de-obra fixa, gerenciamento de custos e fontes de receitas;
- 2º Membros da sociedade: Não sabem como se voluntariar ou com o que podem contribuir para o apoio ao desenvolvimento de ações sociais/comunitárias, além de grande parte não possuir uma percepção palpável do seu impacto individual;
- 3º Empresas privadas: Possuem recursos financeiros para investimento e oportunidade de marketing perante novos clientes, para expansão e aprimoramento de sua oferta x demanda.

Diante o cenário apresentado no parágrafo anterior, pode-se visualizar oportunidades bases para o atendimento dos principais interesses desses envolvidos, sendo a ideia principal o desenvolvimento de uma plataforma de integração para o auxílio de gestão e comunicação efetiva, em que por meio de cadastro de organizações sociais, privadas e pessoas físicas, possam oferecer e demandar recursos e serviços.

3.1 SITUAÇÃO DE PLATAFORMAS ATUALMENTE

Foram realizadas pesquisas virtuais em busca de plataformas já existentes que possuam a funcionalidade para o tipo de integração citado no parágrafo introdutório do capítulo 3, com isso foram identificados *sites* que promovem integrações entre organizações sociais e pessoa físicas que buscam vagas de

atuação nessa área e notícias no geral desse ramo, como o Setor3 Senac Portal Especializado em Desenvolvimento Sustentável, também *sites* que colaboram com um teste rápido para verificar o seu perfil e causas que mais se identificam, como o IDIS – Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social, e *sites* que levam engajamentos para voluntários que buscam vagas para trabalho social, organizações sociais que buscam voluntários e empresas que desejam desenvolver programas de responsabilidade social e voluntariado, como o Atados.

Perante as pesquisas apresentadas em parágrafo anterior, foi possível verificar que as plataformas são pouco funcionais e intuitivas e nenhuma das quais fazem uma ligação entre as organizações sociais, empresas privadas e potenciais voluntários.

3.2 PROPORÇÃO DE SMARTPHONES ATIVOS NO BRASIL

Segundo os dados mais recentes do IBGE, sendo de 2019, o Brasil se encontra com aproximadamente 210 milhões de habitantes e conforme a 31ª Pesquisa Anual de Administração e Uso de Tecnologia da Informação, de 2020, tem-se no Brasil 420 milhões de aparelhos digitais ativos e desse número 230 milhões se referem à smartphones, com isso pode-se concluir que no Brasil a média é de 2 aparelhos digitais por habitante, esse número vem crescendo a cada ano e a população está cada vez mais conectada, além das solução para negócios que se tornam integradas a essa era digital.

Com esses dados, pode ser visualizada uma grande margem de oportunidades para implementações e lançamentos de novas plataformas e tecnologias, pois esse meio se tornou mais acessível e possui potencial para crescimento ilimitado.

3.3 VALIDAÇÃO DA METODOLOGIA PROPOSTA

Conforme apresentado no capítulo introdutório, foi estimada a forma de pesquisa como aplicada e abordagem por pesquisa qualitativa, com o objetivo de tratar e desenvolver solução para um problema específico para uma possível aplicação prática, a partir desse ponto e da pesquisa elaborada, foi gerada uma

solução por meio de uma plataforma de integração, em que é fomentada uma análise qualitativa do vínculo que se espera ser gerado por meio dela, associando as necessidades e igualando à um objetivo final em comum, que será apresentado no próximo capítulo, fazendo referência às suas funcionalidades e ciclos iniciados para manter os usuários envolvidos de forma consequente.

3.4 APRESENTAÇÃO DA SOLUÇÃO

- Produto:

Rede social de terceiro setor

- Direcionamento principal:

Estabelecer o processo de criação de uma aplicação de rede social que funcione em multiplataformas, de forma online que conecte voluntários, organizações sociais e apoiadores afim de fomentar o voluntariado no Brasil, de forma intuitiva.

- Parceiros chave:

Dois tipos distintos de entidades parceiras são envolvidas nesse produto, de forma que sejam obtidos mútuos benefício as partes, contanto que seja mantido o foco principal de incentivar e conectar o trabalho voluntário brasileiro, são elas:

- 1) Organizações sociais que façam uso de trabalho voluntário e tenham interesse em arrecadar recursos financeiros e doações em geral com um suporte mais acessível e menos abusivo, além do ganho com visibilidade;

- 2) Empresas que se disponibilizem a oferecer vouchers e outros tipos de vantagens que serão trocados pelos pontos acumulados dentro da plataforma, considerando que por esse meio, terão a oportunidade de se promoverem perante o público da plataforma, além da possibilidade estratégica e econômica de giro, pois esse pode se tornar um canal para que a vantagem oferecida ganhe um impulso, sendo ela um produto ou serviço,

para o lançamento ou o relançamento de um que já não esteja mais em alta, mas que ainda possua potencial.

- Atividades principais:

Serão necessários para o desenvolvimento dessa solução, desenvolvedores e analistas de negócio, suporte jurídico, comunicadores, pessoas experientes em trabalho voluntário, influenciadores sociais e designers gráficos.

Todo o trabalho desenvolvido será feito também de forma voluntária, arquitetada de forma a conciliar o tempo livre dos voluntários.

Devem ser separadas equipes a fim de potencializar a eficiência de cada frente de acordo com cada afinidade, conforme as segregações abaixo:

- 1) Jurídico;
- 2) Financeiro;
- 3) Relacionamento:
 - Comunicação;
 - Parcerias;
 - Organizações sociais;
 - Negócio.
- 4) Desenvolvedores:
 - Android;
 - IOS;
 - WEB;
- 5) Contábil;
- 6) Relações Públicas;
- 7) Suporte Psicopedagógico;
- 8) Design Gráfico.

- Proposta de valor:

Acrescentar mais visibilidade ao trabalho voluntário no Brasil, conectar pessoas para que essas possam compartilhar suas experiências e conhecimentos.

Permitir que empresas que tenham valores alinhados com a progressão da igualdade social e tenham contato com pessoas engajadas e organizações sociais que façam uso de trabalho de resgate.

A solução se sustenta no relacionamento orgânico de 3 vias entre voluntários, organizações sociais e empresas privadas para que essa sinergia seja auto sustentável na manutenção do engajamento e uso da plataforma.

Utilizar os meios de comunicação e tecnologia para facilitar que a desigualdade social no país tenha cada vez mais visibilidade afim de ser combatida e entendida.

Permitir que empresas sejam vistas como responsáveis e interessadas em melhorias e bem comum para todas e todos cidadãos brasileiros.

Tornar tangível o impacto gerado pelas ações dos voluntários - internos e externos - com ferramentas estatísticas, para a demonstração de resultados conforme os dados de giro da plataforma no geral, de forma que seja fortalecido e incentivado o engajamento dos mesmos.

Ser uma plataforma referência para a formação de redes de solidariedade e conscientização, afim de influenciar e engajar as frentes envolvidas de forma direta e indireta, além de ser um meio direcionador para eventos de impacto social e tenha o espaço opcional para se manterem visíveis as notícias e novidades.

- Relacionamento com o usuário:

O relacionamento é dado via redes sociais, a plataforma em si e o engajamento das organizações sociais que centralizarão o trabalho voluntário recebido.

- Canais de Distribuição:

Lojas de aplicativos, como (Apple Store e Google Play), *sites* e redes sociais já difundidas (Twitter, Instagram, Facebook, Tiktok e afins).

- Diferenciais perante demais plataformas:

Para mantermos em foco as retenções de talentos no centro de usuários ativos, serão estabelecidas pontuações conforme engajamento dos mesmos, medidas conforme desafios e metas, que lançados pela gestão da plataforma, forem aceitos e cumpridos, além da frequência de utilização das funcionalidades disponíveis para que o usuário tome seu lugar ao *ranking* para seguir com as suas conquistas e trocá-las por vouchers de produtos ou serviços oferecidos pelas empresas parceiras, podendo usufruir e constatar que por meio de suas ações e

esforços, além de impactar a sociedade, também poderá gerar benefícios próprios e tangíveis, além dos intangíveis já integrados no apoio aos projetos sociais.

A plataforma também disponibilizará frente de engajamento para dar suporte diante voluntários iniciantes oferecendo os devidos direcionamentos necessários para que o mesmo não se frustre de imediato com o seu primeiro contato nesse meio que é tão delicado.

Para manter a transparência efetiva da plataforma um portal para consulta em relação à destinação de recursos será disponibilizada, além da possibilidade de dar e receber *feedbacks* para melhorias contínuas na gestão e meios avaliativos tanto da plataforma quanto dos usuários que participarão de ações, com isso teriam a oportunidade de conquistar selos de certificação para todas as pontas.

3.5 SÍNTESE E CONCLUSÃO DO CAPÍTULO

No capítulo apresentado foi disposta a proposta de solução e realizado comparativo de plataformas já existentes contra a plataforma idealizada, contendo a apresentação das partes vinculadas para a integração mútua em prol do objetivo comum e final de cada qual, conforme o cenário atual no Brasil de proporção da população x a quantidade de aparelhos ativos, que torna mais acessível a utilização da plataforma proposta.

Para futura implementação efetiva, também foi exposto a principal motivação, potenciais parceiros, atividades principais contendo formação de equipes de organização e atuação, proposta de valor, meio de relacionamento com o usuário, canais de distribuição pretendidos para a disseminação e os principais diferenciais constatados.

4 CONCLUSÃO

No decorrer do trabalho foi constatado dificuldade em encontrar conteúdo relacionado ao meio social, porém também se tem um ponto de oportunidade de exploração desse meio, por mais que não seja um assunto novo, é pouco valorizado e integrado socialmente, pois não possui tanta visibilidade, com isso e o estudo realizado acerca do assunto, houve a identificação de uma possível integração entre segundo e terceiro setores, além da população que sempre está em busca de plataformas que trazem novas atividades e que gerem benefícios em comum, além de status sociais, sendo assim, pode-se utilizar os interesses de cada uma das partes para a consolidação e geração desses benefícios em conjunto, por meio da oportunidade de um sistema baseado em moedas de trocas, tanto tangíveis quanto intangíveis, de acordo com o estímulo dos interessados. No decorrer da idealização da plataforma, considerando o diálogo aberto entre os usuários e a gestão, se tem o ensejo para identificação de deficiências ainda não constatadas, mas que futuramente poderão causar impacto social, conforme a construção gradual de novos conceitos e linhas de culturas e valores.

Como sugestão para trabalhos futuros, podem ser desenvolvidos estudos voltados à gestão social eficiente e que trarão visibilidade para o ramo em questão, para a exploração de melhorias contínuas de integração na sociedade e oportunidades de novas ferramentas e métodos de utilização para novos conceitos.

REFERÊNCIAS

- ROSSO, Fabrício. **Gestão ou indigestão de pessoas?**. São Paulo: Loyola, 2003. 152 p.
- RUZZARIN, Ricardo, AMARAL, Augusto Prates de, SIMIONOVSKI, Marcelo. **Sistema integrado de gestão de pessoas com base em competências**. Porto Alegre: Age, 2006. 93 p.
- MARRAS, Jean Pierre. **Administração de recursos humanos: Do operacional ao estratégico**. 3. ed. São Paulo: Futura, 2000.
- DALMAU, Marcos Baptista Lopez, TOSTA, Kelly Cristina Benetti Tonani. **Estratégia de Gestão de Pessoas**. Curitiba: IESDE, 2009.
- ROBBINS, Stephen P., DECENZO, David A., WOLTER, Robert. **Fundamentos de Gestão de Pessoas**. São Paulo: Saraiva, 2013.
- OLIVEIRA, Marco A. **Comportamento Organizacional para a Gestão de pessoas**. São Paulo: Saraiva, 2010.
- HIRIYAPPA B. **Gestão de motivação e suas teorias**. Babelcube, 2018.
- TEIXEIRA, Gilnei Mourão, SILVEIRA, Aristeu Coelho da, NETO, Carlos Pinheiro dos Santos Bastos, OLIVEIRA, Gercina Alves de. **Gestão estratégica de pessoas**. 2ed. Rio de Janeiro: FGV, 2010.
- SOUZA, Vera Lúcia De, ALVES, Carmelita Seno Carneira, CARVALHO, Iêda Maria Vecchioni, FARIA, Patrícia Prado. **Retenção de talentos e valorização profissional**. Rio de Janeiro: FGV, 2015.
- BARROS, A. J. S., LEHFELD, N. A. S. **Fundamentos de metodologia científica**. 2ª ed. São Paulo: Pearson, 2004.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2008.
- RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3.ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 1999. 334 p.
- DYNIWICZ, Ana Maria. **Metodologia de pesquisa em saúde para iniciantes**. 2ª ed. São Caetano do Sul: Difusão, 2011.
- SAMPIERI, Roberto Hernández, COLLADO, Carlos Fernández, LUCIO, María del Pilar Baptista. **Metodologia de pesquisa**. 5ª ed. Pensa, 2013.

GERHARDT, Tatiana, SILVEIRA, Denise. **Métodos de Pesquisa**. 1ª ed. Porto Alegre: UFRGS, 2009.

XAVIER, Carlos Magno da Silva, CHUERI, Luciana de Oliveira Vilanova. **Metodologia de Gerenciamento de Projetos no Terceiro Setor. Uma estratégia para a condução de projetos**. Rio de Janeiro: Brasport, 2008.

RUGGERI, Renê G. **Gerenciamento de projetos no Terceiro Setor**. Rio de Janeiro: Brasport, 2011.

ALBUQUERQUE, Antonio Carlos Carneiro de. **Terceiro Setor História e gestão de organizações**. São Paulo: Summus, 2006.

SILVA, Edna Lúciada, MENEZES, Estera Muszkat. **Metodologia da Pesquisa e Elaboração de Dissertação**. Disponível em: <https://projetos.inf.ufsc.br/arquivos/Metodologia_de_pesquisa_e_elaboracao_de_teses_e_dissertacoes_4ed.pdf>. Acesso em: 29 de setembro 2019.

BATISTA, Emerson de Oliveira. **Sistemas de informação**. 2º ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

CAIÇARA JUNIOR, Cícero. **Sistema Integrado de Gestão ERP: Uma abordagem Gerencial**. 4º ed. Curitiba: IBPEX, 2008.

RAMAKRISHNAN, Raghu, GEHRKE, Johannes. **Sistema de gerenciamento de dados**. 3ª ed. Porto Alegre: AMGH, 2011.

Atados. Disponível em: <<https://www.atados.com.br/>> Acesso em: 14 jul. 2020, 23:21:54.

Senac Setor3. Disponível em: <<http://setor3.com.br/category/terceiro-setor/>> Acesso em: 14 jul. 2020, 19:52:23.

IDIS - Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social. Disponível em: <<https://descubrasuacausa.net.br/home>> Acesso em: 14 jul. 2020, 22:05:14.

IBGE. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/busca.html?searchword=POPULA%C3%87%C3%83O+BRASIL>> Acesso em: 15 jul. 2020, 20:42:34.

31ª Pesquisa Anual de Administração e Uso de Tecnologia da Informação, FGV-SP. Disponível em: <<https://eaesp.fgv.br/ensinoeconhecimento/centros/cia/pesquisa>> Acesso em: 15 jul. 2020, 20:52:20.