



Ferramenta de Previsão

Projeto 2017-1-FI01-KA204-034696

Aviso Legal

Os autores deste documento adotaram todas as medidas disponíveis para que o seu conteúdo seja preciso, consistente e lícito. No entanto, nem o consórcio do projeto nem os parceiros individuais que implícita ou explicitamente participam na criação e publicação deste documento possuem qualquer tipo de responsabilidade que possa ocorrer devido ao uso de seu conteúdo.

Esta publicação foi produzida com a assistência do Programa ERASMUS +. O conteúdo desta publicação é da exclusiva responsabilidade do consórcio FutVol e não pode, de forma alguma, ser considerado como refletindo as opiniões do Programa ERASMUS +.



FERRAMENTA DE PREVISÃO

Como podem os voluntários descobrir o que pode acontecer no futuro e ajudar a organização a alcançar os seus objetivos? Apresentamos aqui um modelo e ferramentas para ajudar!

A ideia desta ferramenta é combinar informações das partes interessadas da organização, ou seja, diferentes grupos de pessoas e organizações. Estas informações devem definir um debate e permitir que a organização desenhe um plano de ação. A ideia é encontrar informações sobre o que **diferentes pessoas acham que pode acontecer-nos no futuro** (ou seja, a comunidade do voluntário) e, **através de uma combinação de diferentes visões**, obter uma visão geral do que acontecerá no futuro.

O voluntário pode descobrir o que diferentes partes interessadas pensam, uma por uma, usando as nossas ferramentas e ideias, ou podem usar as suas próprias ideias. Há também uma directriz para facilitar este trabalho e workshops futuros usando o nosso modelo. Daremos alguns exemplos práticos usando uma ONG ambiental local como exemplo.

Modelo de previsão

Deve começar o seu trabalho considerando quem são as suas partes interessadas.

Qualquer organização voluntária tem as suas próprias partes interessadas cujos interesses e expectativas fazem parte da missão da organização. O intuito geral duma organização é o alcance dos seus objetivos (tal como a melhoria do meio ambiente local) e satisfazer as necessidades das partes interessadas. Qualquer confusão sobre o conjunto de expectativas específicas das partes interessadas podem levar a situações críticas no curto ou médio prazo ou pode levar a crises existenciais no longo prazo. **Por esta razão, a análise do conjunto específico das partes interessadas é de relevância estratégica** - possibilitará a identificação da relação específica como aquela que vem a seguir (Fig.1):

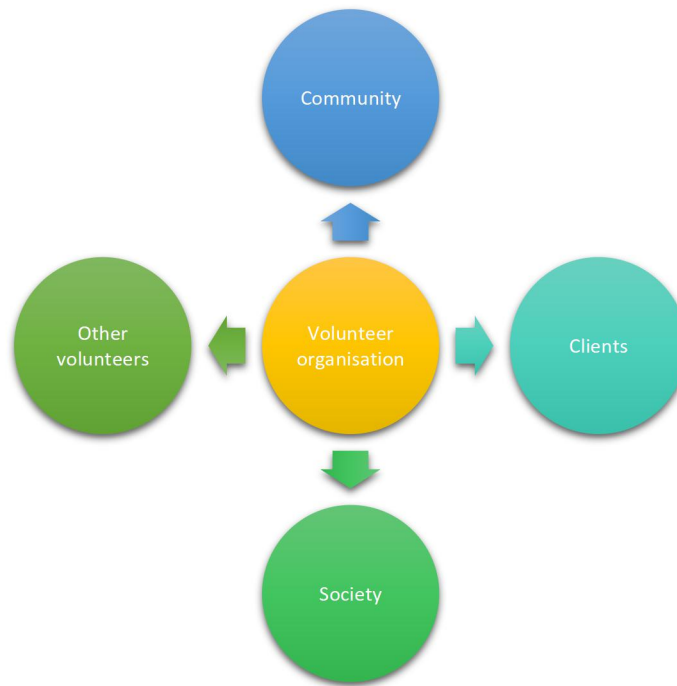


Fig.1

A questão principal de análise das partes interessadas é:

Como satisfazemos as expectativas das partes interessadas?

Para responder a esta questão, é importante fazer mais questões através de quatro etapas básicas:

Primeira etapa:

Quem são exatamente as nossas partes interessadas?

Antes de começarmos a trabalhar, precisamos de esclarecer quem são exactamente os atores específicos da nossa organização de voluntários que podem ser nomeados sob cada um dos quatro tipos representados na Fig.1. Quem são os nossos clientes a quem o nosso trabalho é direcionado diretamente ou indiretamente? Quem são as pessoas e/ou organizações que formam a nossa comunidade local? Isto inclui o nosso município, outras organizações voluntárias? Quem mais? Podem definir “sociedade” de forma mais específica?

Segunda etapa:

As partes interessadas nomeadas sob cada tipo precisam de ser classificadas por ordem de importância para a organização voluntária. Essa importância pode diferir dependendo do objetivo da análise (Fig.2). Isto precisa ser feito para pensar sobre onde a mudança pode ser alcançada e planear o uso de recursos.



PARTES INTERESSADAS	FRACA INFLUÊNCIA	FORTE INFLUÊNCIA
FORTE INTERESSE	Útil se eles se tornarem apoiantes da organização	Precisam de ser integrados
FRACO INTERESSE	Pouco ou nenhum efeito na organização	Perigoso ou muito útil para a organização se eles se interessarem

Exemplo prático:

A ONG ambientalista decide que os políticos locais são uma parte interessada muito importante numa campanha para incentivar a reciclagem, que foi considerada uma conquista importante em cinco anos. O problema é que eles têm pouco interesse, pois custa dinheiro. A organização acha que deve ser prudente ouvi-los e pensar em maneiras que poderiam ajudar.

Fig.2

Terceira etapa:

O quão importantes são as nossas partes interessadas?

Após a classificação, é preciso responder à pergunta:

- Quais são as expectativas de cada parte interessada específica em relação ao relacionamento com a nossa organização?

Esta visão pode influenciar a classificação inicial na etapa 2 e levar a alterações.

Quarta etapa:

Quão bons somos a corresponder às expectativas das partes interessadas?

Para as partes interessadas selecionadas, precisamos identificar como atender às suas expectativas:

- O que fazemos para atender às expectativas das partes interessadas? Sabemos como satisfazer as pessoas no nosso trabalho? O que está bem? O que poderia ser melhor? O que iremos fazer?



Depois de ter definido as suas partes interessadas, pode começar a descobrir as ideias deles. Esta é a forma como o nosso modelo para combinar ideias funciona:

<p>O que acho que nos pode acontecer (à nossa organização)</p> <p>questões que os voluntários perguntam por si próprios</p>	<p>O que os outros voluntários e a nossa organização acham que pode acontecer (à nossa organização)</p> <p>questões que os voluntários perguntam a outros voluntários Análise de tendências na nossa associação ou organização (nº. de membros etc.)</p>	<p>O que os nossos clientes acham que nos pode acontecer</p> <p>questões que os voluntários perguntam às pessoas com quem trabalham</p>
<p>O que a nossa comunidade acha que nos pode acontecer (à nossa organização)</p> <p>Observações sobre o que acontece na nossa cidade</p>	<p>O que a sociedade acha que nos pode acontecer (à nossa organização)</p> <p>Observações obtidas através de buscas on-line via termos como “o futuro”</p>	<p>O que realmente vai acontecer?</p> <p>análise Plano de ação</p>

Já identificou as suas partes interessadas. Assim sendo, segue-se um exemplo concreto de como pode identificar os seus clientes:

Exemplo Prático:

A ONG ambiental considerou que os seus potenciais clientes incluem famílias locais e escolas que precisam de saber como proteger o ambiente local. Eles identificaram políticos locais para representar a comunidade, e a imprensa local para representar a sociedade antes de se iniciarem na descoberta das suas ideias.



Aqui encontram-se dicas para descobrir acerca das ideias das diferentes partes interessadas. Pode usá-las ou pensar acerca das suas próprias questões e métodos. Estas ideias podem dar-lhe um início mas é importante fazer isto mais fácil possível!

1. O que acho que nos pode acontecer?

- Como acha que será o voluntariado daqui a 10, 20 ou 30 anos? Anote as suas ideias.
- Como será o seu próprio futuro?

2. O que os outros voluntários e a nossa organização acham que pode acontecer?

- Pergunte a outros voluntários como acham que será o voluntariado em 10, 20 ou 30 anos.
- Pesquise no Google “o futuro do voluntariado”. Terá muitos resultados e artigos sobre o futuro do voluntariado.
- Procure centros de voluntariado na sua cidade natal e converse com as pessoas que selecionam voluntários. O que é que eles acham que o futuro pode oferecer para o voluntariado?
- Envolve-se com outros voluntários nas redes sociais (Facebook, twitter, etc). Quais são os seus pensamentos sobre o futuro? As opiniões são divididas? Ou a maioria das pessoas concorda em algumas ideias comuns?
- Procure estatísticas na sua organização. Quantos membros tiveram antes e agora? Quem se ofereceu antes e quem agora? Que tipo de coisas os voluntários faziam antes e agora? O que nos diz essa informação sobre o que pode acontecer no futuro?
- Entre em contacto com ONGs por e-mail e faça perguntas como “teremos mais ou menos voluntários em 10 anos?” e “O voluntariado irá tornar-se predominante no futuro?”. Compare as respostas das várias organizações.
- Com base na pesquisa realizada, quais são suas previsões para o futuro do voluntariado? Os resultados mais prováveis são positivos ou negativos.

Exemplo Prático:

Na ONG ambientalista, os voluntários sentiram que isso depende muito das opiniões gerais das pessoas sobre o meio ambiente. Se houver preocupação, haverá mais voluntários. Também sentiram que haveria mais micro-voluntariado feito online.



3. O que os nossos clientes acham que nos pode acontecer ?

1ª questão: Quem são os nossos clientes? O perfil dos nossos clientes pode mudar no futuro?

A resposta a esta questão depende:

- Do perfil da organização, e alcance - localmente, num local específico ou regional - e o âmbito do seu trabalho
- De como ativa e atinge os clientes: diretamente ou usando TIs (redes sociais, sites).

2ª questão: Qual o papel dos voluntários no relacionamento com o cliente da organização? Qual é a natureza do trabalho voluntário?

A resposta pode depender:

- Das competências do voluntário: competências técnicas - "trabalhar com pessoas". Quais dessas competências serão necessárias ou precisaremos de algo mais?
- Das preferências do voluntário: por exemplo, que percentagem de voluntários prefere trabalhar com pessoas.
- De como a organização trabalha em relação aos seus clientes.

Também deve considerar questões como: O voluntariado no futuro estará relacionado à competência tecnológica? O "trabalho com as pessoas" será um elemento permanente do trabalho dos voluntários?

3ª questão: Quem são os voluntários? Quais são as principais características sociodemográficas dos voluntários?

- Existem diferenças geracionais /culturais nos recursos acedidos por voluntários numa determinada organização?
- Quais são as competências dos voluntários em várias categorias etárias, por exemplo: o que os jovens de 20 anos ou mais ou pessoas de 50 anos podem fazer e o que preferem em relação aos clientes?
- As diferenças podem gerar conflitos?



Onde encontrar essa informação:

- **Revisão de sites e organizações:** - análise do conteúdo e atividades de organizações não-governamentais. Identificação dos clientes da organização, dependendo do perfil da organização, - análise da oferta de voluntários - o que oferecem as organizações de voluntários? Com que frequência o voluntariado é associado ao trabalho direto com o cliente da organização? Que tipo de pessoas as organizações precisam? Qual é a oferta do serviço voluntário? Que competências são usadas nessas ofertas?
- **Dados estatísticos, pesquisa:** - análise dos próprios voluntários em termos de características sociais/demográficas/culturais? Quais são os valores e necessidades de diferentes grupos geracionais?

Exemplos Práticos:

A ONG ambientalista considerou que os seus clientes eram famílias e escolas locais. Atualmente, são alcançados principalmente pelas redes sociais, pois os seus voluntários já existentes são bem jovens, mas há pouco contacto direto. Os interesses dos clientes dependem de atitudes ambientais em geral.

4. O que a nossa comunidade acha que nos pode acontecer ?

Possíveis formas de coletar informações:

- Siga notícias locais ou outros meios de comunicação. Acompanhe as notícias (na TV ou no rádio, jornais, revistas, ou online) durante alguns dias. Escolha entre 1 a 2 itens de notícias que possam afetar o seu voluntariado ou a sua organização no futuro. Analise-os respondendo às seguintes perguntas:
 1. Isto afeta o meu voluntariado de forma positiva, neutra ou negativa?
 2. Isso afeta-nos (a nossa organização) de maneira positiva, neutra ou negativa?
 3. O que diz esta notícia sobre o mundo ao nosso redor?
- Visite a sua biblioteca local, centro comunitário ou outros lugares onde as pessoas se encontram. Pergunte às pessoas o que acham que pode acontecer no futuro. O que isso reflete sobre o que pode acontecer consigo ou com a sua organização voluntária? Também pode perguntar às pessoas: “O que acha que pode acontecer no futuro?”



- Quando encontrar os seus amigos ou familiares em casa, durante um café, em festas de aniversário, etc., pergunte-lhes o que acham que pode acontecer no futuro. Existe alguma coisa relevante para o seu voluntariado? Se quiser descobrir as suas visões específicas, também lhes pode perguntar.
- Visite o site e meios de comunicação do município da sua cidade. Existe alguma coisa que acha que possa ser relevante para a sua organização no futuro? Tente responder às seguintes perguntas:
 1. Isto afeta o meu voluntariado de forma positiva, neutra ou negativa?
 2. Isso afeta-nos (a nossa organização) de maneira positiva, neutra ou negativa?
 3. O que diz esta notícia sobre o mundo ao nosso redor?

Exemplo prático:

A ONG ambientalista considerou que os seus políticos locais eram atores vitais na comunidade local. Eles analisaram o site da cidade e verificaram que não havia muita coisa em relação ao ambiente. Verificou-se ser problemático do ponto de vista da publicidade.

4. O que a sociedade acha que nos pode acontecer

Possíveis formas de coletar informações:

- Observações das notícias: acompanhe as notícias (na TV ou no rádio, nos jornais ou na internet) durante alguns dias. Escolha 2 itens de notícias que possam afetar o seu voluntariado ou a sua organização no futuro. Analise-os respondendo às seguintes perguntas:
 1. Isto afeta o meu voluntariado de forma positiva, neutra ou negativa?
 2. Isso afeta-nos (a nossa organização) de maneira positiva, neutra ou negativa?
 3. O que diz esta notícia sobre o mundo ao nosso redor?
- Observações de pesquisas online

Use um mecanismo de pesquisa online. Digite termos como "o futuro do voluntariado", "voluntariado" ou um termo que tenha a ver com a área em que é voluntário. Analise os resultados da sua pesquisa e selecione duas fontes que considere interessantes ou úteis. Analise-os respondendo às seguintes perguntas:



1. Isto afeta o meu voluntariado de forma positiva, neutra ou negativa?
2. Isso afeta-nos (a nossa organização) de maneira positiva, neutra ou negativa?
3. O que diz esta notícia sobre o mundo ao nosso redor?

- Observações nas redes sociais

Se usa redes sociais como Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, YouTube ou outros, reserve um tempo para acompanhar o seu fluxo de notícias. O que as pessoas falam e que tipo de conteúdo partilham? Existe alguma coisa que pareça relevante do ponto de vista do voluntariado? Como é que isso pode afetar o futuro da sua organização?

- Observações nas escolas/universidade/trabalho

Se trabalha ou é estudante, ouça o que as pessoas ao seu redor têm a dizer. O que as pessoas falam? Existe alguma coisa que pareça relevante do ponto de vista do voluntariado? Como é que isso pode afetar o futuro da sua organização?

- Detetar “sinais fracos”

Notou pequenas coisas ao seu redor que podem estar a mudar ou que acha perturbadoras? Essas coisas podem ser sinais fracos que podem ou não afetar o seu voluntariado. Anote-os durante alguns dias e partilhe com seus amigos. Faça as seguintes perguntas:

1. Isto afeta o meu voluntariado de forma positiva, neutra ou negativa?
2. Isso afeta-nos (a nossa organização) de maneira positiva, neutra ou negativa?
3. O que diz esta notícia sobre o mundo ao nosso redor?

Exemplo prático:

A ONG local debateu sobre isso e considerou que os meios de comunicação locais eram a sua parte mais importante. Verificaram no jornal local e encontraram um artigo sobre reciclagem. Consideraram que poderia ser um sinal positivo sobre o crescente interesse público.

5. Análise. O que realmente vai acontecer?

Ao analisar as informações coletadas, irá precisar de reunir diferentes pontos de vista e relacionar as expectativas das partes interessadas umas com as outras. Também poderá considerar o que é semelhante nas informações coletadas de diferentes partes interessadas e onde elas diferem umas das outras.



A directriz de facilitação inclui ideias sobre como fazer isto, e aqui explicamos como as visões das partes interessadas podem ser abordadas.

6. Plano de ação

Depois de analisar e debater as suas informações, terá uma ideia do que está por vir. Para criar um plano, devem ser feitas as seguintes perguntas:

- O que queremos alcançar? Como é que as coisas que vemos que irão acontecer nos ajudam ou nos impedem de alcançar isso?
- De que competências precisamos? Já as temos ou precisamos de outra coisa?
- De quem precisamos para fazer isto? Temos as pessoas certas e pessoas suficientes?
- Com quem precisamos de nos relacionar para alcançar os nossos objetivos e o que lhe podemos oferecer?
- De que recursos precisamos?

Este debate irá trazê-lo ao seguinte resultado:

→ **O que fará a nossa organização?**

→ **Como é que o vamos fazer?**

Exemplo prático:

A organização decidiu que precisa de trabalhar com escolas locais, meios de comunicação e políticos. Para isso, precisava de informações sobre a tomada de decisões, competências para inspirar os jovens nas escolas e competências para fazer vídeos no telemóvel. Percebeu que não conseguia trabalhar sozinha porque tinha recursos limitados, então decidiu pedir à associação de moradores locais para trabalhar com eles e encontrar formação sobre as competências que estavam em falta.
