



Sistema**Ocemg**

somos **coop** 



# Voluntariado

## *que transforma.*

Cartilha + caderno de exercícios para cooperativas que querem fazer do Dia C uma ação com propósito, método e impacto real.

# O que é o Dia C

O **Dia de Cooperar — Dia C** é o maior movimento de voluntariado do cooperativismo brasileiro. Promovido pelo Sistema OCB em todo o país e, em Minas Gerais, coordenado pela **OCEMG**, ele reúne cooperativas, cooperados, colaboradores, famílias e a comunidade em torno de uma mesma intenção: transformar realidades por meio do trabalho voluntário.

Mais do que uma data, o Dia C é a expressão prática do **7º princípio do cooperativismo — interesse pela comunidade**. É a hora em que a cooperativa coloca seu jeito de fazer — coletivo, organizado, com propósito — a serviço do território onde atua.

Esta cartilha foi construída para apoiar a sua cooperativa em todo o ciclo da ação: do porquê fazer, passando pelos formatos possíveis, até o passo a passo concreto do planejamento, comunicação e operação. Cada seção traz **conteúdo + exercícios**: depois de ler, você encontra perguntas e espaços para preencher junto com o seu time. É o seu caderno de campo.

**Como usar:** leia em grupo, debata as perguntas, anote nos espaços em branco. Ao final, vocês terão um plano consistente para a ação do Dia C — e um material para revisar nos próximos anos.

# Sumário

- 01** Por que voluntariado transforma

---

- 02** Tipos de voluntariado

---

- 03** Impactos: cooperativa, sociedade e voluntário

---

- 04** Princípios do voluntariado que funciona

---

- 05** Os 6Cs do Atados (com exercícios)

---

- 06** Banco de ideias por causa

---

- 07** Comunicação: 5 princípios + canvas

---

- 08** Checklist do organizador

# 01 Por que voluntariado transforma

Voluntariado bem feito é uma das ações mais ganha-ganha que existem — e faz sentido especial para cooperativas.

## Faz sentido para o cooperativismo

Cooperativas com programas consistentes desenvolvem colaboradores, reforçam cultura, melhoram clima, fidelizam talento e ganham marca real no território. Voluntariado entrega impacto social e impacto de negócio.

## Vive o 7º princípio

O voluntariado é a forma mais concreta de viver o **7º princípio do cooperativismo** — **interesse pela comunidade**. Não é tarefa extra: é a cooperativa cumprindo o que ela diz que é, com gente da casa.

## Transforma quem participa

Voluntariar gera pertencimento, empatia, liderança e sentido — antídotos contra solidão e burnout. O voluntário se conecta ao propósito pessoal e profissional pela ação.

## Impacto direto na comunidade

Quase um terço da força de trabalho das ONGs no mundo é voluntária. Sem voluntariado, o terceiro setor não dá conta — e a comunidade perde.

*“Posturas verticalizadas — ‘grupos poderosos ajudando grupos carentes’ — estão ficando para trás. Voluntariado que transforma é troca de saberes entre iguais.” — Atados*

## 02 Tipos de voluntariado

Conhecer os tipos ajuda sua cooperativa a escolher por onde começar e como evoluir.

### CAMPANHAS INTERNAS

#### Campanhas internas — Baixa gestão · baixo engajamento

Arrecadações pontuais (agasalho, material escolar, brinquedos, Natal). Mobilizam rápido e são porta de entrada — mas sozinhas viram assistencialismo.

**Quando faz sentido:** Bom como primeiro passo. Não substitui um programa contínuo.

### VOLUNTARIADO PONTUAL

#### Voluntariado pontual — Gestão média · engajamento médio

Mutirões, reformas, vivências, oficinas e palestras concentrados num único dia. O Dia C clássico mora aqui — mobiliza muita gente ao mesmo tempo e gera pertencimento forte.

**Quando faz sentido:** Ótimo para começar a engajar voluntários em ação direta.

### VOLUNTARIADO RECORRENTE

#### Voluntariado recorrente — Gestão alta · engajamento alto

Cooperados doam tempo de forma periódica — mão na massa (aulas semanais, mentoria mensal) ou pro-bono usando a profissão.

**Quando faz sentido:** Quando a cooperativa quer transformar o Dia C em programa que dura o ano todo.

### VOLUNTARIADO EMPREENDEDOR

#### Voluntariado empreendedor — Gestão alta · impacto alto

Cooperados se apropriam de um desafio social e desenvolvem projetos próprios — sozinhos ou em parceria com ONGs. Nasce produto, programa ou negócio social.

**Quando faz sentido:** Para cooperativas com cultura madura, querendo ir além do dia.

## 03 Impactos do voluntariado

Três frentes em que o voluntariado entrega resultado mensurável.

### Na cooperativa

**70%** dos gestores dizem que voluntariado melhora o clima mais do que happy hour.

**+ retenção** Quem vê a cooperativa como viabilizadora da sua atuação social se mantém por mais tempo.

**Marca real** Mais do que comunicação, conecta a cooperativa ao território com ações concretas.

**Resiliência** Cooperativas com programa consistente atravessam crises com mais força.

### Na sociedade

**1/3** da força de trabalho das ONGs no mundo é composta por voluntários.

**72%** das ONGs olham o voluntariado como essencial para atingir sua missão.

**92%** dos voluntários acreditam que seu esforço fortalece as comunidades.

**US\$ 1,3 tri** é o valor estimado do trabalho voluntário no mundo por ano.

### No voluntário

**+27%** mais chance de conseguir emprego, frente a quem não é voluntário.

**-47%** no risco de mortalidade em pessoas 55+ que voluntariam.

**78%** afirmam que voluntariado desenvolve liderança e tomada de decisão.

**Propósito** Um dos antídotos mais consistentes para a epidemia de solidão.



## 04 Princípios do voluntariado que funciona

- **Parte de uma causa real, não de uma data no calendário.**

O que não é contado, não é lembrado. Cada cooperativa é responsável por monitorar o impacto.

- **É construído COM a comunidade, não PARA ela.**

Quem mora ali sabe melhor o que falta. A escuta vem antes do desenho.

- **Conecta o que a cooperativa sabe fazer com o que o território precisa.**

Voluntariado é mais potente quando usa a habilidade real dos voluntários.

- **Cuida do voluntário como cuida de quem é atendido.**

Voluntário cansado, sem briefing ou sem reconhecimento, não volta.

- **Mede impacto e celebra.**

Cada cooperativa precisa do seu número.

- **Dados + história = impacto.**

Histórias reais com números comprovam o resultado para quem esteve e para quem não esteve.

## 05 Os 6Cs do Atados

Seis movimentos que organizam o voluntariado do início ao fim. Após cada C, exercícios para a sua cooperativa.

## C1 - Criar

*Estruturar a ação a partir de uma escuta real.*

**O que envolve:** Mapear necessidades do território, escolher a causa, definir público, formato, escala e indicadores.

### Armadilha comum

Pular a escuta da ONG/comunidade e desenhar tudo internamente.

## Exercícios — Canvas dos 6Cs

Preencha junto com o seu time. Cada bloco vira parte do plano de ação.

### Nome da ação

Como vamos chamar essa iniciativa? Ex.: Coopera Floresta · Mutirão de Plantio.

---

---

---

### Público beneficiado

Quem será impactado? O que essa pessoa precisa hoje?

---

---

---

### Parceiros envolvidos

Quais organizações, empresas ou coletivos estarão junto?

---

---

---

### Impacto esperado

Que mudança queremos gerar na prática?

---

---

---

## Estruturação e mapeamento de demandas

Qual desafio ou sonho queremos tirar do papel com apoio de voluntários?

---

---

---

## Por que essa ação importa

Por que importa para a organização e para a causa? Qual transformação queremos gerar?

---

---

---

## Perfil do voluntário

Que tipo de voluntário faria sentido? Perfil, habilidades, disponibilidade.

---

---

---

## O que já temos e o que falta

Equipe responsável, cronograma, materiais, processos.

---

---

---

## C2 - Captar

*Mobilizar as pessoas certas, não só as disponíveis.*

**O que envolve:** Definir perfil de voluntário, canais de divulgação, narrativa do convite e meta de inscrição.

### Armadilha comum

Convocar por obrigação ou convocar apenas quem já está engajado.

## Exercícios — Canvas dos 6Cs

Preencha junto com o seu time. Cada bloco vira parte do plano de ação.

### Quem mobilizar

Jovens? Profissionais? Voluntários corporativos? Comunidade local?

---

---

---

### Por que participar

Por que alguém escolheria participar dessa causa? O que torna a experiência significativa?

---

---

---

### Como divulgar

Redes sociais, parceiros, empresas, universidades, boca a boca.

---

---

---

### Mensagem principal

Qual mensagem principal queremos transmitir? O 'porquê' em uma frase.

---

---

---

## C3 - Capacitar

*Preparar quem vai atuar — informação e cuidado.*

**O que envolve:** Briefing sobre a causa, contexto da ONG, código de conduta, expectativas e plano B.

### Armadilha comum

Achar que boa vontade dispensa preparo.

### Exercícios — Canvas dos 6Cs

Preencha junto com o seu time. Cada bloco vira parte do plano de ação.

#### O que precisam saber antes

Sobre a causa, público, contexto e funcionamento da ação.

---

---

---

#### Orientações práticas

Horários, responsabilidades, linguagem, condutas, ferramentas.

---

---

---

#### Acolhimento inicial

Apresentação, integração, dinâmica, treinamento, materiais.

---

---

---

#### Segurança e preparo

Como garantir que o voluntário se sinta seguro e preparado?

---

---

---

## C4 - Coordenar

*Apoiar a jornada do início ao fim do dia.*

**O que envolve:** Cronograma, ponto focal, logística (transporte, alimentação, materiais), comunicação em tempo real.

### Armadilha comum

Improvisar no dia — mesmo a melhor causa vira frustração.

### Exercícios — Canvas dos 6Cs

Preencha junto com o seu time. Cada bloco vira parte do plano de ação.

### Responsável pelos voluntários

Pessoa focal, lideranças, pontos de contato.

---

---

---

### Comunicação durante a ação

WhatsApp, reuniões, check-ins, grupos, planilhas.

---

---

---

### Como saber se está funcionando

Indicadores, feedbacks, participação, impacto percebido.

---

---

---

### Dúvidas, conflitos e desistências

Fluxos de apoio e resolução.

---

---

---

## C5 - Celebrar

*Reconhecer cada pessoa e contar o impacto.*

**O que envolve:** Agradecimento individual, registro fotográfico, devolutiva para a ONG, comunicação do resultado.

### Armadilha comum

Ao não reconhecer, a retenção e o engajamento futuro são desperdiçados.

## Exercícios — Canvas dos 6Cs

Preencha junto com o seu time. Cada bloco vira parte do plano de ação.

### Reconhecer e agradecer

Certificados, mensagens, posts, encontros, depoimentos.

---

---

---

### Resultados a compartilhar

Números, histórias, aprendizados, transformações.

---

---

---

### Encerramento significativo

Celebração, roda de conversa, retrospectiva, registros.

---

---

---

### O que queremos que sintam

Pertencimento, orgulho, conexão, vontade de continuar.

---

---

---

## C6 - Cuidar

*Manter o vínculo com a causa para além do Dia C.*

**O que envolve:** Escuta dos voluntários, manutenção da parceria com a ONG, próximos passos, segurança e bem-estar.

### Armadilha comum

Tratar o Dia C como um evento avulso e perder o vínculo construído.

## Exercícios — Canvas dos 6Cs

Preencha junto com o seu time. Cada bloco vira parte do plano de ação.

### Manter o vínculo

Comunidade, newsletter, grupo, convites futuros.

---

---

---

### Cuidado humano

Escuta, acolhimento, respeito aos limites e tempos.

---

---

---

### Engajamento contínuo

Novas oportunidades, trilhas de participação, protagonismo.

---

---

---

### O que melhorar

Aprendizados, feedbacks, ajustes e próximos passos.

---

---

---

## 06 Banco de ideias por causa

Inspirações para escolher por onde começar — depois adapte ao seu território.

### ● Educação

**Mentoria profissional.** Cooperados apadrinham jovens da rede pública por 1h, contando trajetórias reais.

**Reforma de biblioteca.** Mutirão de pintura, organização do acervo e doação de livros.

**Oficina profissionalizante.** Mini-curso de 4h em finanças, currículo ou empreendedorismo.

**Tarde de leitura.** Cooperados leem para crianças em creches ou escolas de tempo integral.

### ● Saúde e bem-estar

**Mutirão de doação de sangue.** Cooperativa fecha um turno em hemocentro parceiro.

**Campanha de prevenção.** Roda de conversa sobre saúde mental, hipertensão ou nutrição.

**Visita a ILPI.** Cooperados passam uma manhã com idosos: jogos, música, conversa.

### ● Meio ambiente

**Plantio comunitário.** Mutirão de plantio de mudas nativas em parque ou praça.

**Limpeza de área verde.** Coleta de resíduos em rio, parque ou praia, com pesagem.

**Horta urbana.** Construção de horta em escola, abrigo ou comunidade.

### ● Assistência social

**Arrecadação ativa com entrega.** Voluntários organizam e entregam pessoalmente em ONG parceira.

**Tarde em abrigo.** Atividade lúdica, refeição e escuta com pessoas em situação de rua.

**Apoio profissional pro bono.** 4h de consultoria de contadores, advogados ou designers.

### ● Cultura e esporte

**Festival comunitário.** Festa de bairro com música, comida e atividades pra crianças.

**Clínica esportiva.** Aulão de 2h pra crianças da escola pública.

### ● Mutirão

**Mutirão de revitalização.** Praça, centro ou escola revitalizada em um dia.

**Mutirão de pintura.** Muros, salas, fachadas ou grafites colaborativos.

**Marcenaria e mobiliário.** Móveis para ONG, abrigo ou escola parceira.

**Espaço público.** Ação com a prefeitura: limpeza, plantio, pintura, pequenos reparos.

# 07 Comunicação

Como mobilizar voluntários e contar a história depois. Cinco princípios + canvas de comunicação.

## 5 princípios de comunicação

### 1. Propósito claro antes do processo

Comece sempre pelo porquê. As pessoas se engajam quando entendem o impacto que vão gerar, não apenas o que vão fazer. Mostre a causa antes de descrever a tarefa.

### 2. Humanize quem se beneficia

Substitua dados abstratos por histórias reais. “150 crianças atendidas” é menos poderoso do que mostrar o rosto e a história de uma delas. A conexão emocional é o principal motivador do voluntariado.

### 3. Seja específico sobre o que você precisa

Qual o compromisso de tempo, qual habilidade é necessária, quando e onde acontece. Quanto mais concreto, menor a barreira de entrada.

### 4. Mostre que a contribuição individual importa

Voluntários precisam sentir que fazem diferença de verdade, não que são apenas um número. Destaque o papel específico que cada pessoa vai exercer na ação.

### 5. Facilite o próximo passo

A comunicação deve terminar com uma única ação clara e simples. Um botão, um link, um formulário. Cada etapa a mais reduz drasticamente a conversão de interesse em participação.

## Exercícios — Canvas de Comunicação

Os campos da Parte 2 do canvas. Preencha com o seu time.

### Título & chamada

Versão curta (até 5 palavras) + chamada de 1 linha. Ex.: Plante com a gente · No Dia C, a cooperativa devolve sombra ao bairro.

---

---

---

### Mensagem-chave

Se a pessoa só ler uma coisa, o que precisa ficar?

---

---

---

### Convite ao voluntário

Por que vale a pena participar? O que a pessoa leva pra casa? Fale de propósito, aprendizado e pertencimento.

---

---

---

### Como vamos sensibilizar os líderes

Como mostrar o valor do Dia C pra liderança e ganhar o apoio dela? Argumentos de negócio, cultura e propósito.

---

---

---

### Canais & responsáveis

Onde vamos divulgar? Quem cuida de cada canal? WhatsApp, mural, redes, e-mail interno, rádio local.

---

---

---

## **Linha do tempo da comunicação**

O que comunicamos antes, durante e depois? Pré-inscrição → confirmação → lembrete D-1 → registro ao vivo → agradecimento → impacto.

---

---

---

## **Como vamos contar a história**

Quais provas de impacto vamos coletar? Fotos, vídeos curtos, depoimentos, números.

---

---

---

## **Manchete dos sonhos**

Se sua ação sair no jornal no dia seguinte, que manchete você gostaria de ler? Como vai viabilizar?

---

---

---



## 08 Checklist do organizador

Esta seção é o roteiro prático para organizar a ação do Dia C sem deixar nada de fora — de 60 dias antes até a semana seguinte. Use junto com o canvas dos 6Cs. Marque os itens à medida que avançam.

## 60 dias antes — Fundação

*Define o porquê e trava os pilares.*

### Causa & parceria

- Causa definida e alinhada com a cooperativa
- ONG/instituição parceira contatada e aceite formalizado
- Canvas dos 6Cs preenchido em rascunho
- Visita técnica à instituição realizada

### Orçamento & governança

- Verba aprovada
- Responsáveis financeiros definidos (compras e prestação de contas)
- Líder organizador montado, com papéis claros

### Escopo da ação

- Frentes de atividade desenhadas em alto nível
- Número estimado de voluntários definido
- Data e horário fechados com a ONG
- Indicadores de impacto definidos (voluntários, horas, beneficiários, entregas)

## 30 dias antes — Mobilização

*Mobiliza internamente, fecha fornecedores e logística.*

### Voluntariado

- Inscrição aberta (link/formulário no ar)
- Comunicação interna disparada
- Termos de uso de imagem em circulação

### Atividades & lideranças

- Líder definido para cada frente
- Detalhes de atividade definidos (materiais, voluntários, objetivos)
- Convidados / palestrantes / oficinairos confirmados
- Reunião de alinhamento com líderes agendada

### Fornecedores & materiais

- Fornecedores contratados (CNPJ, NF) com cronograma de entrega definido

### Logística com a ONG

- Espaços confirmados (QG, chapelaria, refeitório, vestiário)
- Acessibilidade do espaço validada
- Atividades de rotina da ONG endereçadas
- Plano de transporte e logística dos voluntários
- Plano de comunicação externa definido

## 7 dias antes — Operação fina

*Última semana é onde o evento ganha ou perde.*

### Voluntários prontos

- Capacitação / briefing online realizada
- Lista final de voluntários consolidada
- Kit voluntário pronto (camiseta, crachá, boné)
- Voluntários alocados por frente e papel
- Confirmação ativa dos voluntários inscritos

### Materiais & espaços

- Materiais conferidos e separados por frente
- Sinalização produzida
- Equipamentos da abertura testados

### Alimentação & hidratação

- Cardápio fechado, com opção vegetariana
- Bebedouros / água / gelo garantidos

### Plano B & segurança

- Plano de chuva / imprevisto definido
- Canal de comunicação do dia definido (WhatsApp)

## Véspera — Pré-ação

*O Pré-DVT do material original — vale ouro pra não chegar correndo.*

### Montagem dos espaços

- Materiais distribuídos pelas frentes
- Kits separados por tamanho de camiseta
- Sinalização afixada

### Últimos alinhamentos

- Briefing final com líderes de frente
- Ponto de contato da ONG confirmado
- Horário de abertura e responsável pela chave alinhado

## No dia — Execução

Quatro frentes paralelas: acolher, executar, cuidar, encerrar.

### Acolhimento & abertura

- Recepção e check-in dos voluntários
- Briefing e abertura institucional
- Encaminhamento para as frentes
- Acolhimento e integração com beneficiários

### Execução das frentes

- Coordenadores identificados
- Líderes de frente em ação
- Apoio circulando (água, frutas, lanche, pausas)
- Registro acontecendo (foto, vídeo, depoimento)

### Cuidados & operação

- Manutenção do espaço (banheiros, lixos, reposição)
- Cozinha / alimentação operando
- Comunicação ativa entre líder e ONG

### Encerramento

- Roda de encerramento com depoimentos
- Foto oficial da ação
- Recolhimento de materiais e organização do espaço
- Fechamento formal com ponto de contato da ONG

## Pós-ação — Legado

*O que separa uma ação de um movimento.*

### Reconhecimento

- Agradecimento aos voluntários, líderes e coordenadores
- Certificado de participação emitido (se aplicável)

### Devolutiva & impacto

- Devolutiva pra ONG com números
- Devolutiva pro sponsor com resultados
- Post de impacto publicado (interno e/ou externo)

### Prestação de contas

- Notas fiscais reconciliadas
- Relatório financeiro fechado
- Saldo / sobras definidos com a ONG

### Aprendizados

- Reunião de aprendizados
- Pesquisa de satisfação com voluntários
- Documento de lições aprendidas pra próxima edição

# Boa ação!

Esta cartilha é viva — atualize, anote, leve pra próxima edição. O Dia C é todo dia em que a cooperativa escolhe estar perto da comunidade.

OCEMG · Sistema OCB/MG · Dia de Cooperar