



**Dia Solidário:
voluntariado que
transforma vidas**





Título do case:

Dia Solidário: voluntariado que transforma vidas

Categoria:

ESG – Environmental, Social and Governance

Nome e cargo dos participantes:

Fernanda Amaral

Diretora de Comunicação,
Relações Institucionais e ASG

Bianca Carillo

Comunicação
Responsável por RSC & RIGOV

Carolina Musa

Comunicação
Responsável por ASG & Branding

Nome da empresa:

Companhia Distribuidora de Gás
do Rio de Janeiro - CEG

Naturgy

Região de realização das ações:

Rio de Janeiro – RJ

Sumário

1. Contexto que originou a estratégia

2. Estratégia escolhida

3. Comunicação da sustentabilidade

4. Período do projeto

5. Investimento no projeto

6. Evidências de resultados

Contexto que originou a estratégia

Perfil da empresa

A Naturgy é uma multinacional espanhola, com presença em mais de 20 países, que atende cerca de 16 milhões de clientes do mercado de gás e energia elétrica. No Brasil, detém a concessão de três distribuidoras de gás: Capital e Região Metropolitana (Ceg); Interior (Ceg Rio) e em São Paulo (GNSPS). Juntas, atendem mais de 1,1 milhão de clientes e acumulam investimentos de R\$ 12 bilhões no Brasil, desde 1997.

Também integram o grupo no país as empresas Naturgy Soluções e GPG. A Naturgy destaca-se pela qualidade do serviço, desenvolvimento de oportunidades para seus colaboradores e impacto positivo na sociedade. A empresa mantém uma cultura focada em diversidade, segurança e saúde. Estabelece parâmetros de atuação através das Políticas de Responsabilidade Corporativa e de Direitos Humanos tanto para funcionários quanto para as empresas.

O grupo Naturgy possui uma imagem simples, global, sustentável, moderna, eficiente e próxima, facilitando a compreensão e identificação com a empresa. **Transforming together** é a ideia central do propósito do Grupo, que compreende de quatro valores:

- > Visão de Futuro;
- > Movidos pela Excelência;
- > Orientado para as Pessoas;
- > Um só Planeta.



presente
em **20** países



12 bilhões
de investimentos



+ 1,1 milhão
clientes no país





Desafios e oportunidades do mercado

Em julho de 1997 a Naturgy ganhou a licitação para a distribuição de gás natural no estado do Rio por 30 anos. Desde a privatização, esse mercado passou por uma profunda transformação. Foi um desafio ao qual a Naturgy se adaptou e se empenhou para entregar, cada vez mais, eficiência, com mais investimentos e, também, mais inovação para atender à transição energética.

As inovações tecnológicas contribuíram para aumentar a segurança, reduzir perdas e melhorar a confiabilidade do fornecimento. Entre as oportunidades do setor, destacam-se o biogás e os Corredores Sustentáveis, que são parte de uma iniciativa mundial para estabelecer o gás natural veicular (GNV) como combustível de transição para veículos pesados.



Objetivos de negócio

1.

A Naturgy quer transformar-se, enfrentando os desafios e promovendo as oportunidades da transição energética. Empenhada em gerar valor para cada um dos seus negócios e mercados, a Naturgy quer estabelecer uma relação de proximidade, transparência e confiança com colaboradores, clientes, acionistas e colaboradores. A empresa está totalmente comprometida com a sustentabilidade, a sociedade e a governança corporativa e tem avançado de forma significativa na incorporação de uma cultura ASG (Ambiental, Social e Governança).

Está comprometida também com o desenvolvimento econômico e social das regiões em que desenvolve suas atividades.

Além dos projetos de voluntariado, investe em Educação, com foco na inserção no mercado de trabalho (Projetos Energia do Sabor e Jovens Profissionais das Mídias Digitais) e em Educação ambiental e consumo consciente e seguro do gás natural (Projeto Energia para Crescer e campanhas de segurança).



Desde 2023, esses projetos têm como premissa de suas inscrições que as turmas sejam compostas com cerca de **50% de mulheres**





Uma das principais ações da Naturgy é o **Dia Solidário**, projeto de voluntariado corporativo global – que começou em 2012, no Brasil – no qual funcionários dos 20 países em que a Naturgy está presente contribuem anualmente, de forma voluntária, com a doação do valor de um dia de salário. A empresa dobra o montante arrecadado, investindo em projetos selecionados nos países onde o grupo atua.

No Brasil, desde que foi criado, o Dia Solidário teve uma boa receptividade, proporcionando o desenvolvimento de projetos de sucesso, voltados para apoio a pessoas em situação de vulnerabilidade social, com foco na profissionalização.

A manutenção do projeto “Dia Solidário” representa um desafio que exige comprometimento, planejamento e esforço contínuo. A busca por novos apoiadores para garantir a sustentabilidade financeira e ampliar o alcance das iniciativas é, portanto, o principal objetivo.

Entre os projetos do Dia Solidários destacamos o Energia do Sabor, que forma jovens no mercado de gastronomia; o curso de Jovens profissionais das mídias digitais; e o Energia do Futuro, cursos técnicos de gasistas para profissionais do mercado, com qualificação na área de gás canalizado.

O Dia Solidário permitiu também a realização do programa de bolsas universitárias para cursar Gamificação, na Unifacens (em Sorocaba, São Paulo); e de cursos de formação técnica em Segurança do Trabalho e Enfermagem, na Academia de Educação, do sul do estado do Piauí.



Situações críticas que levaram a promover o tema da sustentabilidade

1.

A manutenção do projeto “Dia Solidário” representa um desafio que exige comprometimento, planejamento e esforço contínuo. Um dos obstáculos está na mobilização de voluntários dentro da empresa, pois a adesão de colaboradores dispostos a doar um dia de salário por ano é um processo que demanda conscientização constante sobre o impacto do projeto.

A execução dos projetos exige uma coordenação eficaz entre as diferentes partes envolvidas, como a associação Dia Solidário, a Naturgy e as instituições parceiras (PUC, UniLaSalle e SENAI).

Outro objetivo fundamental é garantir que a formação profissional oferecida atenda às necessidades do setor e das comunidades atendidas, garantindo que os participantes se sintam preparados e motivados para a inserção no mercado de trabalho.

Ao investir na capacitação de jovens vulneráveis nas áreas de gastronomia, gás e audiovisual, a Naturgy busca também **mudar o panorama de baixa participação feminina** nesses setores (30% na gastronomia, 20% no audiovisual e menos de 25% no gás), **reservando 50% das suas vagas para mulheres** e, com isso, promovendo inclusão, diversidade e criando um futuro mais justo e igualitário. As parcerias com a PUC, UniLaSalle e SENAI ampliam o impacto dos projetos, oferecendo capacitação integrada, desenvolvendo habilidades socioemocionais e estimulando o empreendedorismo.



Estratégia escolhida

2.

Transformar juntos é um dos nossos principais valores e o Dia Solidário é a concretização dessa premissa. Com 50% das vagas para mulheres, os projetos apoiados reduzem o desemprego e a desigualdade social, e fortalecem a reputação da empresa.

Nos últimos dois anos, o programa Dia Solidário patrocinou o desenvolvimento de três projetos: Energia do Sabor, Energia do Futuro e Jovens Profissionais das Mídias Digitais.



Projetos apoiados pelo Dia Solidário no Brasil

Energia do Sabor

Cerca de 300 formados em parceria com a universidade UniLaSalle (Niterói)



A Todo Gás

Mais de 500 especializados em gás canalizado pelo SENAI



Curso de Audiovisual

Mais de 100 jovens formados em parceria com a PUC



Energia do Sabor

Desde 2012, forma jovens de 17 a 25 anos, com renda familiar de até 3 salários-mínimos, em gestão de cozinha internacional, aptos a trabalhar com hotelaria e gastronomia. Já se formaram cerca de 300 profissionais com alta taxa de empregabilidade.



Cerca de 300 profissionais



A Todo Gás

Parceria com o Senai há 15 anos, já formou mais de 500 profissionais com alta qualificação e reconhecimento. Oferece cursos técnicos gratuitos para qualificação na área de gás canalizado. As aulas práticas são realizadas em salas equipadas para recriar situações reais.



500
profissionais



Jovens profissionais das mídias digitais, em parceria com a PUC-Rio

Parceria com a PUC e o NEAM (Núcleo de Estudos e Ação sobre o Menor). Desde 2019 o curso oferece aulas de operação de câmera, edição de imagem, iluminação e inglês. Desde o início, formou mais de 100 jovens, de 14 a 18 anos, do ensino médio de escola pública, todos em situação de vulnerabilidade socioeconômica.



100
jovens



Nos últimos 12 anos, esses projetos capacitaram mais de 900 jovens, que passaram a ter uma profissão e uma oportunidade no mercado de trabalho. No entanto, a continuidade desses programas depende diretamente da participação dos colaboradores. Em 2023, o total de sócios colaboradores na empresa era de 38 pessoas. No início de 2024, esse número permaneceu o mesmo e, com isso, a área de Comunicação da Naturgy identificou que era preciso criar mais engajamento e incentivar a adesão de novos sócios, através da realização de uma campanha.



12
anos



900
jovens



38
sócios
colaboradores





Quantas histórias
você pode transformar
em único dia?

Seja voluntário
do Dia Solidário.
Saiba mais!



O que é o Dia Solidário?

Um programa de responsabilidade social da Naturgy, presente em mais de 20 países, impulsionado pela parceria entre a empresa e seus colaboradores.

Como é ser voluntário do Dia Solidário?

- Os voluntários doam o valor de 1 dia de salário e a Naturgy dobra o resultado arrecadado.
- A verba é destinada aos projetos apoiados pelo Dia Solidário no Brasil, gerando oportunidade de trabalho, esperança e renda para jovens e adultos em situação vulnerável.



Projetos
apoiados pelo
Dia Solidário
no Brasil



Energia do Sabor

Mais de 250 formados em gastronomia e hotelaria pela UniLaSalle



"A Todo Gás"

Mais de 500 especializados em gás natural pelo SENAI



Curso de Audiovisual

Mais de 100 jovens formados em parceria com a PUC-Rio



Nos últimos 12 anos,
mais de 850 pessoas foram
capacitadas, mantendo
nosso compromisso com
o desenvolvimento
econômico e social onde
atuamos.



Acesse o vídeo
de apresentação
dos projetos,
com depoimentos.

Quer ser um voluntário?

Escreva para
carillo@naturgy.com,
e informe seu nome,
área e interesse
em participar.



A sua doação é energia de transformação.
Seja voluntário!



Comunicação da sustentabilidade

3.

Estratégias

Buscando impactar os colaboradores da empresa e envolvê-los ainda mais com todos os projetos do Dia Solidário, a área de Comunicação deu início a uma ampla campanha interna com o objetivo de ampliar o número de sócios do programa. O mês escolhido para começar a campanha foi setembro/24, já que, ao aderir ao projeto, o desconto do valor é feito diretamente no pagamento do mês de outubro.

Com o objetivo de reforçar e garantir as ações futuras para continuidade e ampliação dos projetos apoiados, a campanha usou; além dos meios internos descritos a seguir; o reforço dos posts nas redes sociais da Naturgy.

Públicos

O público envolvido na campanha interna foram os cerca de **400 colaboradores** da Naturgy e o público beneficiado são as **900 pessoas que participaram** dos projetos ao longo dos anos.

Mensagens

O compromisso da Naturgy vai além da energia: queremos impactar positivamente a sociedade e contribuir para um desenvolvimento social sustentável. Queremos levar os colaboradores a ingressar neste projeto e envolvê-los ainda mais com todas as ações de ESG, despertando neles o orgulho de fazer parte de uma mudança social.



Canais e peças utilizadas

A campanha foi feita por meio de comunicados, e-mail marketing, adesivação na sede (catraca de entrada, espelhos de banheiro, portas dos elevadores). Teve ainda reforço nas redes sociais da Naturgy.

Os colaboradores que são sócios receberam um pin acompanhado de uma carta de agradecimento. Além de reconhecer o envolvimento dos voluntários, essa ação também despertou a curiosidade dos demais colaboradores, gerando mais interesse e informação sobre a iniciativa. Com isso, incentivamos a participação e ampliamos a divulgação visual do projeto dentro da empresa.

Pin Dia Solidário



Além disso, foram produzidas matérias na newsletter semanal “Entre Nós”, comentando sobre cada um dos projetos patrocinados. Dessa forma, os colaboradores ficaram mais familiarizados com o programa de uma forma geral. Conhecer mais a fundo a iniciativa foi essencial para a novas adesões.

“Fico feliz em saber que uma pequena contribuição é capaz de gerar tantas transformações na vida dos outros”.

Felipe Muller,
gestor técnico de Clientes Industriais e GNV

Portal Dialogar



A área de Comunicação também fez a divulgação externa de releases sobre as inscrições para os cursos do Dia Solidário.



Vídeos do Programa

Em maio de 2023, a área de Comunicação produziu um vídeo sobre os projetos sociais da Naturgy, onde são destacadas as iniciativas do Dia Solidário. O vídeo, que tem cerca de oito minutos, foi posteriormente decupado para falar de cada um dos projetos, de forma individual. Esses vídeos estão presentes nas redes sociais da Naturgy – Instagram, Facebook, LinkedIn e YouTube – e foram divulgados na newsletter interna. Para apoiar a campanha, um QR Code com o link do vídeo foi inserido nas peças de comunicação interna para que os colaboradores pudessem ver os projetos de uma forma mais próxima, gerando assim identificação e pertencimento às ações promovidas.

3.

Os projetos têm impactado positivamente a vida de muitas pessoas, refletindo o compromisso com a transformação social. Veja o vídeo para conhecer as iniciativas com mais detalhes.



**Assista
ao vídeo**



Esse vídeo foi compartilhado e exibido em eventos internos de relevância, como a Retrospectiva 2023 e Desafios 2024, além do Encontro Diretivos 2024. Nesses eventos, um dos jovens beneficiados pelo projeto em parceria com a PUC, voltado para o audiovisual, foi o fotógrafo oficial e teve a chance de aplicar seus conhecimentos, mostrando o impacto positivo do projeto. Sua participação reforçou a relevância do patrocínio, tornando claro o valor do investimento feito por quem apoia a iniciativa, evidenciando os resultados tangíveis do projeto na vida dos participantes.

Essa ação gerou um aumento no interesse e engajamento, resultando em novas adesões ao projeto Dia Solidário.





Período do projeto

Em maio de 2024 a área de Comunicação da Naturgy fez um levantamento e entendeu que o número de sócios do Dia Solidário poderia ser expandido com uma campanha que trabalhasse o pertencimento dos colaboradores e que resultasse na ampliação do número de sócios do programa. Durante dois meses, a Comunicação definiu as ações e os pontos básicos da campanha interna e começou a divulgação massiva das peças. A campanha foi veiculada nos eventos a partir de agosto, e divulgada massivamente na comunicação interna e nas redes sociais a partir de setembro de 2024.



Investimento no projeto

As ações desenvolvidas, campanha interna, vídeo, redes sociais e projetos, tiveram um custo total de R\$ 1.023.290,62, descritos a seguir:

- > Criação e produção das peças (Flávia da Matta Design) para a campanha, incluindo adesivação e produção do pin: R\$ 15.540,62
- > Produção e edição do vídeo com a Do Rio Filmes: custo total de R\$ 32.750,00.
- > Patrocínio do vídeo nas redes sociais: R\$ 5.000,00
- > Valor dos projetos patrocinados: o orçamento dos projetos sociais soma mais de R\$ 970.000,00.



+ 970 mil
investidos em
projetos sociais

5.



Resultados

A campanha do Dia Solidário alcançou ótimos resultados em 2024 e a empresa tem agora, em 2025, 50 sócios do programa, o que representa 14% do seu quadro de funcionários. Considerando-se que em 2023 e 2024 o número de apoiadores vinha se mantendo em 38 sócios, as ações desenvolvidas pela área de Comunicação se mostraram eficientes.

Nos últimos anos, mais de 900 pessoas foram capacitadas graças ao Dia Solidário. A repercussão nas redes sociais alcançou no ano **1.223.203 impressões**, levando a **13.175 interações diretas**, como curtidas, comentários e compartilhamentos.

Internamente, na empresa, os colaboradores têm hoje um *approach* muito maior com todas as atividades do Dia Solidário.

“Durante o Encontro Diretivos, tive a oportunidade de ver ao vivo uma pessoa que teve a vida transformada. Isso me motivou ainda mais para me tornar parte desse projeto. Esse é meu primeiro ano e pretendo continuar fazendo parte pelo resto da minha jornada na empresa”.

Fabiano Mourão Sepúlveda,
gerente de Compras e Instalações,



Os vídeos sobre o Dia Solidário foram postados nas redes sociais da Naturgy (LinkedIn, Instagram e Facebook) alcançando um total de 1.223.203 impressões e 13.175 interações.



+ 1,2 mi
impressões

19 de março

Tema:

Jovens
profissionais
do audiovisual

LinkedIn



1.330
impressões



60
engajamento

Instagram



1.998
impressões



73
engajamento

Facebook



X
impressões



3
engajamento

25 de abril

Tema:

Jovens
profissionais
de mídia digital

Instagram



1.757
impressões



83
engajamento

2 de outubro

Tema:

Energia
do sabor (Reels)

LinkedIn



41.677
impressões



1.673
engajamento

15 de novembro

Tema:

Dia solidário

LinkedIn



24.113
impressões



551
engajamento

Instagram



1.088
impressões



843
engajamento

Facebook



283.118
impressões



848
engajamento



21 de novembro

Tema:
Energia
do futuro

LinkedIn



937
impressões



72
engajamento

Instagram



2.197
impressões



70
engajamento

Facebook



819
impressões



6
engajamento

29 de novembro

Tema:
Jovens
profissionais
de mídia

LinkedIn



893
impressões



51
engajamento

Instagram



864
impressões



46
engajamento

Facebook



640
impressões



3
engajamento

18 de dezembro

Tema:
Energia
do sabor

LinkedIn



28.288
impressões



747
engajamento

Instagram



440.346
impressões



8.079
engajamento

Facebook



393.138
impressões



776
engajamento

6.



Quando afirma em seus valores fundamentais que é orientada para as pessoas, a Naturgy assume efetivamente uma postura ativa nesse sentido. Seus projetos de Responsabilidade Social Corporativa provam ser bem estruturados quando levam a resultados concretos, como é o caso do Dia Solidário. A recepção bem-sucedida das ações para ampliação do número de sócios apoiadores do programa é uma das comprovações dessa relação direta.

Merece destaque a transversalidade das ações executadas, já que a própria Naturgy cuidou de se aproximar da nova realidade que proporcionou aos integrantes do projeto, convidando alunos e ex-alunos para participar de eventos internos da empresa. No caso dos cursos de culinária, por exemplo, os estudantes para chefes de cozinha participaram de eventos da Naturgy, preparando cardápios em diversas ocasiões. Os jovens formados no curso de audiovisual têm sido convidados para fazer as fotos e filmagens de encontros e eventos na empresa. Essa proximidade enriquece o programa e traz pertencimento para os jovens estudantes e para os colaboradores.

6.



