

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS – UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
NÍVEL MESTRADO

CATIA ELI GEMELLI

MOTIVAÇÕES PARA O TRABALHO VOLUNTÁRIO SOB A PERSPECTIVA DO
INDIVÍDUO: UM ESTUDO DE CASO NA ONG JUNIOR ACHIEVEMENT

SÃO LEOPOLDO

2015

CATIA ELI GEMELLI

MOTIVAÇÕES PARA O TRABALHO VOLUNTÁRIO SOB A PERSPECTIVA DO
INDIVÍDUO: UM ESTUDO DE CASO NA ONG JUNIOR ACHIEVEMENT

Dissertação apresentada como requisito parcial
para a obtenção do título de Mestre, pelo
Programa de Pós-Graduação em Administração
da Universidade do Vale do Rio dos Sinos –
UNISINOS.

Área de concentração: Estratégias
Organizacionais

Orientadora: Dra. Claudia Cristina Bitencourt
Coorientadora: Dra. Ana Clarissa Santos

SÃO LEOPOLDO

2015

G322m Gemelli, Cátia Eli

Motivações para o trabalho voluntário sob a perspectiva do indivíduo :
um estudo de caso na ONG Junior Achievement / por Cátia Eli
Gemelli. – 2015.

131 f.: il., 30 cm.

Dissertação (mestrado) — Universidade do Vale do Rio dos Sinos,
Programa de Pós-Graduação em Administração, 2015.

Orientação: Profa. Dra. Claudia Cristina Bitencourt ;
Coorientação: Profa. Dra. Ana Clarissa Santos.

1. Motivações. 2. Voluntariado. 3. Terceiro setor. I. Título.

CDU 364.044.66

Catálogo na Fonte:

Bibliotecária Vanessa Borges Nunes - CRB 10/1556

Catia Eli Gemelli

Motivações para o Trabalho Voluntário sob a Perspectiva do Indivíduo: Um Estudo de Caso
na ONG Junior Achievement

Dissertação apresentada como requisito parcial
para a obtenção do título de Mestre, pelo
Programa de Pós-Graduação da Universidade
do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos

Aprovado em / /2015.

BANCA EXAMINADORA

Amarolinda Zanela Klein – Universidade do Vale do Rio dos Sinos

Adriane Ferrarini – Universidade do Vale do Rio dos Sinos

Bruno Fernandes – Universidade Positivo

Ana Clarissa Santos – Universidade do Vale do Rio dos Sinos

Claudia Cristina Bitencourt - Universidade do Vale do Rio dos Sinos

Prof. Dra. Claudia Cristina Bitencourt (orientadora)

Visto e permitida a impressão
São Leopoldo, 15/07/2015.

Profª Drª Claudia Cristina Bitencourt
Coordenadora PPG em Administração

Às minhas professoras do ensino fundamental que sempre viram algo mais na menina sonhadora refugiada em seus livros e a fizeram almejar ser Mestre.

AGRADECIMENTOS

Agradeço inicialmente aos que me deram a vida e que, apesar da distância, são meus maiores apoiadores. Meus queridos e amados pais e minhas amadas irmãs, obrigada! Vocês são o meu alicerce, o porto seguro para onde sempre poderei retornar.

A Deus e aos santos e santas da minha fé. Foram minhas crenças que, em diversos momentos de desespero, me trouxeram calma e coragem.

Aos meus amigos e amigas que torceram e me apoiaram, e compreenderam meus momentos de ausência, especialmente as minhas ex-colegas de faculdade Aline Stieven, Fabiele Rosset e Raquel Roman que são minhas eternas incentivadoras, e à Andressa Coelho, minha amiga de fé.

Aos professores da Unisinos pelos ensinamentos, principalmente ao professor Luiz Paulo Bignetti, por ser um professor inspirador e ter me desafiado a ir sempre além; à professora Amarolinda Klein, pela dedicação e carinho que demonstra aos alunos; e ao professor Luiz Inácio Gaiger pelo esforço e incentivo na nossa busca por outros horizontes.

Aos meus colegas da turma de mestrado 2013/1. Não consigo imaginar uma turma mais unida e apoiadora. Em especial aos colegas Marcelo Torres, Rodrigo, Gabrielle, Maitê e, aos que ofereceram um apoio fundamental na etapa quantitativa do trabalho, Roselei e Francisco. Nossa amizade foi um dos presentes que esse mestrado me propiciou.

À minha colega de mestrado e grande amiga Gisele Hidalgo pelo companheirismo e apoio demonstrados ao longo dessa jornada. Compartilhamos ideais, crenças e sonhos mas, acima de tudo, compartilhamos a força de luta diante das adversidades. Obrigada por me fazer acreditar.

Às minhas colegas de trabalho nas quais me espelho e sempre busco conselhos e palavras de coragem. Vocês sempre me incentivaram e me orgulho em poder chamá-las de colegas, minhas queridas Andreia Meinerz, Aline Noimann, Fernanda Albuquerque, Daniela Sanfelice e Maria Augusta Martiarena e, aquela a quem considero como irmã, Elisa Daminelli.

À Junior Achievement, que me recebeu de portas abertas e me deu todo apoio; espero sinceramente poder contribuir na sua trajetória com este trabalho. Especialmente à Daisy Costa, ao João Zaffari, ao Matheus Wecki e ao Daniel Fernandes que sempre atenderam aos meus pedidos com generosidade e solicitude.

Aos professores do ensino fundamental, médio e ensino superior que sempre acreditaram no meu potencial e me instigaram a seguir a carreira acadêmica, com destaque ao professor Luís Fernando Cantele, eterno paraninfo.

Aos meus amigos e ex-colegas de trabalho de Bento Gonçalves por me encorajarem a buscar a carreira acadêmica e ingressar no mestrado. Meu tempo na companhia de vocês foi de muitas alegrias e aprendizado.

A todos os entrevistados, por terem me recebido com tanta atenção e disposição para contribuir.

Em especial a minha querida orientadora Dra. Claudia Bitencourt, e a minha coorientadora Dra. Ana Clarissa Santos, pelas orientações, incentivo, carinho, paciência e extrema dedicação. Esse trabalho só foi possível porque tive vocês ao meu lado. Meus eternos agradecimentos.

"De todas as coisas que podemos conceber neste mundo ou mesmo, de maneira geral, fora dele, não há nenhuma que possa ser considerada como boa sem restrição, salvo uma 'boa vontade'"
(KANT, 1991).

RESUMO

O Terceiro Setor surgiu como resposta aos diversos tipos de problemas sociais decorrentes de crises, estruturais e conjunturais e busca atender às necessidades sociais não supridas pelo Estado e nem pelas empresas. As Organizações sem fins lucrativos (ONGs) que constituem esse setor dependem, em grande parte, do voluntariado para a realização das suas atividades. As mudanças nos contextos do mercado de trabalho vivenciadas nas últimas décadas atingem também essas organizações, aumentando a sua preocupação com a atração e a retenção desses voluntários. Para que consigam melhorar o seu processo de recrutamento e ter sucesso na permanência desses indivíduos em atividade, essas organizações precisam conhecer quais são as motivações que os levam a se voluntariarem. Percebeu-se que esses indivíduos se mostram mais satisfeitos e dispostos a permanecerem na atividade voluntária quanto maior a congruência entre as suas expectativas e as experiências reais no trabalho. Diversas ONGs que possuem projetos de longa duração começaram a identificar em seu grupo de voluntários indivíduos que participaram do projeto como alunos e agora retornam ao mesmo para atuarem como voluntários. Com estas perspectivas, este estudo buscou investigar como as motivações para o trabalho voluntário podem variar entre indivíduos que foram beneficiados por um projeto de ação voluntária durante sua trajetória escolar, em comparação com indivíduos que não vivenciaram esta experiência. A partir da questão de pesquisa e à luz do referencial teórico propôs-se um *framework* integrando as categorias e considerando todas as dimensões de motivações existentes para a realização do trabalho voluntário: Pessoais, Sociais, Profissionais e Ideológicas. Definiu-se como objeto de estudo o projeto de maior duração desenvolvido no estado do Rio Grande do Sul por uma ONG atuante em todo o país. Para o estudo utilizou-se a metodologia quali-quantitativa, organizada em duas fases distintas e que alimentavam a etapa subsequente. Na primeira fase, qualitativa, composta por entrevistas e coleta de dados secundários, a pesquisadora procurou compreender o contexto do projeto e identificar o surgimento de novas categorias além daquelas propostas pelo *framework*. Os resultados serviram como subsídio para a elaboração do instrumento de pesquisa da segunda fase, de caráter quantitativo, na qual se buscou, por meio da análise de correlação bivariada e multivariada, identificar e compreender as possíveis relações entre as motivações do voluntário e a sua participação anterior como beneficiário do projeto. Os resultados demonstram que a participação como beneficiário do projeto não interfere significativamente nas motivações do indivíduo voluntário. Identificou-se porém que a escolaridade tem

correlação significativa com direção negativa com algumas subcategorias de motivações. O fator de motivação mais destacado pelos voluntários participantes da pesquisa foi a Reciprocidade, subcategoria proposta pelo *framework* desenvolvido por esse estudo.

Palavras-chave: Motivações. Voluntariado. Terceiro Setor

ABSTRACT

The third sector has emerged as an answer to different kinds of social problems caused by structural critical state and search to meet the social needs that the state doesn't cover and not even the companies. Non-Governmental Organizations (NGOs) that are part of this sector depend on volunteering work to realize their activities. The labor market has suffered changes in its context in the past decades that somehow affected these organizations, increasing their worries with attraction and retention of volunteers. To make the recruiting process better, and to have success in maintaining these individuals in action, these organizations need to know what are the motivations and what was the main reason or reasons that made them to be volunteers. Results have shown that these individuals are more satisfied and willing to keep on their volunteering activities, when their expectations and real experiences are fulfilled. Many NGOs that have long duration projects start identifying in their peer group, individuals that have participated as students in their previous projects and now return as volunteers. With these perspectives, this study searched to investigate how volunteering work motivation can vary among beneficiaries who have participated in a volunteering project during the educational path, in comparison with individuals who have not gone through it. Based on researching and using theoretical background, a *framework* has been proposed, integrating categories and considering all the dimensions and their motivations to realize the volunteering work: Personal, Social, Professional and Ideology. A project of long duration was chosen as an object of study, developed in Rio Grande do Sul State by a NGO that operates in the whole country. In the study, it was used a qualitative-quantitative approach, organized in two distinct phases able to feed the subsequent phase. The first phase, qualitative, consisting of interviews and secondary data collection, the researcher tried to comprehend the project context and identify the appearance of new categories, besides the ones already proposed by the *framework*. The results served as subsides to create an instrument of researching to the second phase of quantitative character that searched by bivariate and multivariate analysis correlation, identifying and comprehending possible relations between volunteering motivations and their prior participation as beneficiaries of the project. The results have shown that participation as beneficiary of the project doesn't interfere significantly in the individual's motivations as volunteer. It was identified that schooling has a significant correlation with negative direction in some subcategories of motivations. Motivation factor

more considered by volunteering participants were reciprocation, subcategory proposed by the *framework* developed to this study.

Key-Words: Motivation. Volunteer. Third Sector.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1: MAPA CONCEITUAL.....	54
FIGURA 2: FASES DO PROGRAMA.....	67
FIGURA 3: OS ATORES DO PROGRAMA MINIEMPRESA.....	67
FIGURA 4: POSTAGENS EM REDES SOCIAIS PARA ATRAÇÃO DE VOLUNTÁRIOS.....	69
FIGURA 5: POSTAGENS EM REDES SOCIAIS PARA SENSIBILIZAÇÃO DE VOLUNTÁRIOS.....	69
FIGURA 6: POSTAGENS EM REDES SOCIAIS PARA SENSIBILIZAÇÃO DE VOLUNTÁRIOS.....	70
FIGURA 7: MAPA DE FREQUÊNCIA DE PALAVRAS - COMPETÊNCIAS DESENVOLVIDAS PELOS ADVISERS.....	72
FIGURA 8: FREQUÊNCIA DE PALAVRAS GERAL.....	87
FIGURA 9: MAPA DE FREQUÊNCIA DE PALAVRAS VOLUNTÁRIOS.....	88

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1: MOTIVAÇÕES ALTRUÍSTAS E EGOÍSTAS.....	38
QUADRO 2: HIERARQUIA DE VALORES.....	40
QUADRO 3: PRINCIPAIS TIPOS DE MOTIVAÇÕES PARA O VOLUNTARIADO...41	
QUADRO 4: SÍNTESE DOS MOTIVOS ALEGADOS PARA ATUAÇÃO VOLUNTÁRIA.....	42
QUADRO 5: CATEGORIAS DE MOTIVAÇÕES PARA O TRABALHO VOLUNTÁRIO.....	57
QUADRO 6: ETAPAS DA PESQUISA.....	60
QUADRO 7: TIPOS DE DADOS.....	60
QUADRO 8: DADOS DOS ENTREVISTADOS.....	61
QUADRO 9: ESTATÍSTICA DESCRITIVA DAS MOTIVAÇÕES.....	94
QUADRO 10 – MOTIVAÇÕES DOS VOLUNTÁRIOS FORAM ACHIEVERS.....	99
QUADRO 11 – MOTIVAÇÕES DOS VOLUNTÁRIOS QUE NÃO FORAM ACHIEVERS.....	100
QUADRO 12: CORRELAÇÃO DE PEARSON – PARTICIPAÇÃO DO PROJETO COMO ACHIEVER X IDADE.....	102
QUADRO 13: COMPARAÇÃO DOS GRUPOS X IDADE.....	103
QUADRO 14: CORRELAÇÃO DE PEARSON – PARTICIPAÇÃO DO PROJETO COMO ACHIEVER X ESCOLARIDADE.....	103
QUADRO 15 – COMPARAÇÃO ENTRE GRUPOS X ESCOLARIDADE.....	104
QUADRO 16: CORRELAÇÃO DE PEARSON – ESCOLARIDADE X IDADE.....	104
QUADRO 17 – CORRELAÇÕES SIGNIFICATIVAS MOTIVAÇÕES X ESCOLARIDADE.....	105
QUADRO 18: CORRELAÇÃO DE PEARSON – IDADE X Q6.....	106
QUADRO 19: CORRELAÇÃO DE PEARSON – PARTICIPAÇÃO COMO ACHIEVER X Q15.....	107
QUADRO 20: REGRESSÃO LINEAR MÚLTIPLA.....	108

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 - GÊNERO.....	90
GRÁFICO 2 - ESCOLARIDADE.....	92
GRÁFICO 3 – PARTICIPAÇÃO COMO ACHIEVER.....	93

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ONG – Organização não-governamental sem fins lucrativos

JA – Junior Achievement

JARS – Junior Achievement Rio Grande do Sul

JAW – Junior Achievement Mundial

NEXA – Núcleo de ex-achievers

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	18
1.1 Definição do Problema.....	20
1.2 Objetivo Geral.....	22
1.2.1 Objetivos Específicos.....	22
1.3 Justificativa.....	22
2 REVISÃO TEÓRICA.....	26
2.1 Terceiro Setor.....	26
2.2 Trabalho Voluntário.....	31
2.3 Motivações para a Realização do Trabalho Voluntário.....	36
2.3.1 Motivações Pessoais.....	43
2.3.2 Motivações Sociais.....	45
2.3.3 Motivações Profissionais.....	48
2.3.4 Motivações Ideológicas.....	51
3 MÉTODO.....	55
3.1 Escolha do método.....	55
3.2 Seleção do Caso.....	59
3.3 Etapas da Pesquisa.....	59
3.4 Análise dos dados.....	63
4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS.....	66
4.1 A Organização Junior Achievement e o Projeto Miniempresa.....	66
4.1.1 Categorias Identificadas nas Entrevistas.....	73
4.1.1.1 Motivações Pessoais.....	73
4.1.1.3 Motivações Profissionais.....	80
4.1.1.4 Motivações Ideológicas.....	85
4.1.1.5 Frequência das Categorias de Motivações nas Entrevistas.....	87
4.2 Análise dos Dados Quantitativos.....	90
4.2.1 Análises Bivariadas (Análise de Correlação de Pearson).....	102
4.2.2 Análises Multivariadas (Regressão linear múltipla).....	107
5. CONCLUSÃO.....	110
REFERÊNCIAS.....	113
APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA.....	120

APÊNDICE B – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO.....	121
APÊNDICE C – ELEMENTOS PARA A IDENTIFICAÇÃO DAS CATEGORIAS DE MOTIVAÇÕES NAS ENTREVISTAS.....	122
APÊNDICE D – QUESTIONÁRIO APLICADO NA PESQUISA.....	124
APÊNDICE E – ELEMENTOS PARA IDENTIFICAÇÃO DAS CATEGORIAS DE MOTIVAÇÕES NO QUESTIONÁRIO.....	128
APÊNDICE F – VISUALIZAÇÃO DO QUESTIONÁRIO DISPONÍVEL NO LINK DO SURVEYMONKEY.....	131

1 INTRODUÇÃO

Apesar dos estudos relacionados ao trabalho voluntário terem registrado um crescimento nos últimos anos, com uma maior visibilidade tanto no meio acadêmico quanto nas organizações, pouco se tem debatido sobre as motivações para a sua realização. Além disso, no campo da gestão, os estudos já desenvolvidos sobre o tema carecem de abordagens teóricas que integrem os modelos conceituais existentes.

Muito se fala sobre as motivações para o trabalho remunerado normalmente exercido no mercado, existindo diversas teorias já consagradas sobre o tema como a “Teoria das Necessidades” de Abraham Maslow (1954), a “Teoria da Expectativa” de Victor Vroom (1964), a teoria X e Y de McGregor (1973) e a “Teoria dos Traços” de David McClelland (1975). Evidentemente, existem diferentes motivos para a realização desse tipo de trabalho e aquele exercido de forma voluntária.

Souza e Medeiros (2012) refletem que as motivações para o trabalho voluntário são diferenciadas por este se tratar da doação e recebimento de contatos humanos e convivência com outras pessoas sob o contrato social espontâneo, ao invés da relação contratual formal, inerente ao trabalho de natureza econômica.

Os indivíduos que desempenham atividades voluntárias manifestam o seu interesse baseados em diferentes motivações, geralmente relacionadas aos seus valores, crenças e experiências de vida.

Para Dohme (2001) um fator que realça ainda mais as particularidades do trabalho voluntário é que o indivíduo trabalha em algo que gosta e cuja atividade escolheu desempenhar. Desta forma, compreender as motivações do voluntário é fundamental para entender seu ingresso e permanência em uma organização.

Os contextos do mercado de trabalho mudaram em um curto intervalo de tempo, tornando-se ainda mais complexos e exigindo uma nova compreensão dos paradigmas de voluntariado e do desenvolvimento de novas estratégias para seu recrutamento, gestão e retenção (LIEN, 2010).

Com as mudanças ocorridas, as organizações não-governamentais sem fins lucrativos (ONGs) passam a se preocupar com o gerenciamento de sua estrutura administrativa, que engloba seus aspectos financeiro e estratégico (SOUZA; COSTA, 2013). Além disso, o

crecente aumento da necessidade de se ter voluntários traz para as ONGs o desafio e a preocupação de atrair mais indivíduos (MARTORE; GIL, 2006).

Em seu estudo Azevedo (2007) aponta duas questões primordiais em relação ao voluntariado: o recrutamento e a evasão. Para a autora o desconhecimento das motivações e expectativas do indivíduo ao se voluntariar estaria diretamente relacionado ao grande índice de evasão. Os voluntários abandonam as atividades por não terem suas motivações atendidas, aumentando assim o deficit de voluntários para a realização dos projetos por parte das ONGs. Os autores Mesch, Tschirhardt, Perry e Lee (1998) também destacam a preocupação com a evasão, pois perder voluntários valorizados é caro para qualquer organização, aumentando os custos com o recrutamento e treinamento e diminuindo a confiança da equipe de trabalho.

Clary et. al, (1998) acreditam que para que as ONGs consigam melhorar o seu processo de recrutamento e ter sucesso na permanência dos voluntários nas atividades, é preciso haver uma harmonização entre as motivações desse indivíduo e as suas funções e situações durante a realização do trabalho. Stevens (1991) corrobora com essa afirmação ao concluir que os voluntários se mostram mais satisfeitos e dispostos a permanecerem no cargo quanto maior a congruência entre as suas expectativas e as experiências reais no trabalho. Em estudo posterior, Clary e Snyder (1999) encontraram resultados que reforçaram essa asserção. Os participantes da pesquisa foram expostos a diferentes mensagens e sentiram-se mais propensos à voluntariar-se naquelas que correspondiam às suas motivações.

Todas essas dificuldades encontradas nos processos de atração e retenção de voluntários tem levado diversas ONGs a observarem com maior atenção os seus grupos de trabalho. Algumas delas perceberam em seu quadro de voluntários indivíduos que já possuíam histórico na organização, mas como beneficiários de um de seus projetos. Ou seja, são pessoas que participaram de um projeto e foram atendidos por voluntários e, posteriormente, procuraram esta mesma organização se candidatando para atuarem, especialmente nos projetos em que participaram.

Com essa situação, as ONGs passaram a ver nos indivíduos já atendidos pelos seus projetos potenciais colaboradores para suas atividades. Para que essa atração e retenção seja possível é preciso então compreender as motivações desse novo perfil de voluntários.

A ONG escolhida para a realização desta pesquisa está inserida neste contexto descrito. Trata-se da Junior Achievement (JA), organização educativa sem fins lucrativos que atua no Brasil desde o ano de 1984 e tem como objetivo despertar o espírito empreendedor

nos jovens, ainda em sala de aula. Dentre os diversos projetos oferecidos pela JA está o Miniempresa, projeto voltado aos alunos dos segundos anos do ensino médio de escolas públicas e privadas. Este projeto acontece há 20 anos no estado Rio Grande do Sul (RS) e, entre o atual quadro de voluntários (“*advisers*”)¹, atuantes nas suas atividades, encontram-se diversos ex-participantes (“*ex-achievers*”)².

Com estas perspectivas, esta pesquisa busca construir um modelo conceitual que integre as categorias de motivações existentes para a realização do trabalho voluntário. A partir dessa categorização procura-se identificar se existem (e quais são) diferenças nas motivações para o trabalho voluntário entre indivíduos que foram beneficiários de um projeto durante sua trajetória escolar, em comparação com indivíduos que não vivenciaram esta experiência.

1.1 Definição do Problema

O aumento da complexidade do mercado de trabalho vivenciado nas últimas décadas ampliou a importância das estratégias de atração e retenção de talentos por parte das organizações. Este cenário atinge especialmente as organizações do Terceiro Setor, cujas particularidades tornam essas estratégias ainda mais significativas.

Para atrair e manter o seu quadro de voluntários torna-se fundamental que essas organizações compreendam que motivações levam esses indivíduos a doarem o seu tempo e esforço de trabalho de forma espontânea. Autores como Stevens (1991), Clary, Snyder, e Ridge (1992), Clary et. al, (1998), Clary e Snyder (1999), Dohme (2001) e Azevedo (2007) identificaram em seus estudos uma ligação entre as motivações do indivíduo e seu ingresso e permanência no voluntariado.

As decisões do voluntário sobre o início e a continuidade de sua prestação de serviços são influenciadas pelo fato da atividade em particular se encaixar ou não com os objetivos e as necessidades próprias desse indivíduo (CLARY; SNYDER, 1999). Os autores Clary, Snyder, e Ridge (1992) salientam que os indivíduos permanecem com as organizações por longos períodos quando as suas experiências como voluntários preenchem as suas

¹ *Adviser*: é o “conselheiro”. Voluntário que atua no projeto Miniempresa ensinando e coordenando as atividades dos alunos participantes.

² *Achiever*: é o “empreendedor”. Aluno atendido pelo projeto miniempresa. Ex-achiever é um ex-aluno do programa.

motivações. Os voluntários se mostram mais satisfeitos e dispostos a permanecerem no cargo quanto mais percebem a congruência entre as suas expectativas e as experiências reais no trabalho (STEVENS, 1991).

Quando o voluntário está satisfeito com a sua experiência e reconhece benefícios na atividade que está realizando, a probabilidade de que continue a colaborar com determinada organização é maior (CANAN; GOLDBERG-GLEN, 1991). Diante disto, percebe-se a importância de compreender as motivações dos voluntários não apenas para atrair novos indivíduos, como também para garantir a permanência daqueles que já atuam no voluntariado.

A ONG Junior Achievement Rio Grande do Sul (JARS) necessita, anualmente, de cerca de 160 voluntários para a realização do seu projeto Miniempresa, só na cidade de Porto Alegre. O projeto acontece ainda em diversas outras cidades do estado, mobilizando um grande número de colaboradores. A captação e retenção desse quadro de voluntários é um desafio constante para a JA e vem se amplificando com o crescimento no número de escolas atendidas pelo projeto, e também pela escassez de indivíduos dispostos a atuar voluntariamente nessas atividades.

Dentro do seu quadro de voluntários a JARS vem observando um crescimento no número de *ex-achievers* que procuram a instituição para atuar no projeto Miniempresa, do qual foram participantes enquanto alunos do segundo ano do ensino médio. Esse fenômeno também é observado em outras ONGs que possuem programas de longa duração. Essas organizações percebem nesse acontecimento uma grande oportunidade para captar mais voluntários para suprir as necessidades dos seus projetos.

Para a captação e retenção de voluntários as ONGs precisam identificar e compreender quais fatores os motivam para a realização dessas atividades. A existência de indivíduos que foram beneficiados por um programa de voluntariado e que retornam às ONGs para atuarem voluntariamente pode representar um novo perfil de voluntários, com motivações diferentes daquelas dos demais integrantes. Diante deste cenário e do foco escolhido para a pesquisa, procura-se responder a seguinte questão.

Como as motivações para o trabalho voluntário podem variar entre indivíduos que foram beneficiados por um projeto de ação voluntária durante sua trajetória escolar, em comparação com indivíduos que não vivenciaram esta experiência?

1.2 Objetivo Geral

Compreender as diferenças nas motivações para o trabalho voluntário entre indivíduos que foram beneficiários de um projeto de ação voluntária durante sua trajetória escolar, em comparação com indivíduos que não vivenciaram esta experiência.

1.2.1 Objetivos Específicos

- Construir uma categorização de motivações utilizando os modelos conceituais existentes.
- Identificar as motivações para o trabalho voluntário por parte dos indivíduos que atuam no projeto “Miniempresa”.
- Comparar as motivações para o trabalho voluntário entre os indivíduos que atuam no projeto “Miniempresa” e foram beneficiados pelo projeto enquanto alunos, e os voluntários que não são ex-participantes do projeto.

1.3 Justificativa

No âmbito acadêmico registrou-se um crescimento no número de publicações relacionadas ao estudo das motivações para a realização do trabalho voluntário, no entanto a questão da motivação dos voluntários nas organizações brasileiras do terceiro setor ainda é tratada de forma muito sumária na literatura, como afirma Sampaio (2004). Em pesquisa realizada até o mês de março de dois mil e quinze, nas bases de dados EBSCO, *ScienceDirect* e SCIELO associando as palavras chaves VOLUNTEER MOTIVATIONS, VOLUNTEER SATISFACTION, VOLUNTEER, VOLUNTARIADO e TRABALHO VOLUNTÁRIO, encontram-se poucos estudos, em particular no Brasil, a respeito do tema. Além disso, observou-se que esses estudos ainda são analisados de forma isolada, não apresentando nenhuma proposta que integre os modelos conceituais existentes, com foco na gestão.

Autores como McCurley e Lynch (1998), Anderson e Shaw (1999), Coelho (2000), Yeung (2004), Prouteau e Wolff (2007), e Cavalcante et. al. (2012) apresentaram modelos de categorização de motivações para o trabalho voluntário, no entanto mantiveram o foco na

discussão sociológica e filosófica do tema, diferenciando as motivações como altruístas ou egoístas.

Como afirmaram Clary e Snyder (1999), as motivações são multifacetadas, não podendo ser perfeitamente classificadas como sendo altruístas ou egoístas. Além disso, a análise do trabalho voluntário a partir dessa ótica oferece poucos resultados significativos no campo da gestão.

Ademais, não foi identificado nenhum estudo sobre as motivações para o trabalho voluntário que considere esse contexto onde ex-beneficiários de ações voluntárias retornam às suas instituições para oferecerem seu trabalho de forma espontânea e gratuita.

A maior parte dos estudos voltados ao Terceiro Setor ou ao trabalho voluntário utilizam ainda uma única metodologia para a investigação dos fenômenos, sendo ela qualitativa (GARAY, 2001; FERREIRA; PROENÇA; PROENÇA, 2008; PICCOLI ; GODOI, 2012; MASCARENHAS; ZAMBALDI; VARELA, 2013) ou quantitativa (CLARY; SNYDER; RIDGE, 1992; MESCH; TSCHIRHARDT; PERRY, 1998; CLARY; SNYDER, 1999; VILLELA; SILVA, 2001; PAPADAKIS; GRIFFIN; FRATER, 2004; DIAS; PALASSI, 2007; JIMÉNEZ; FUERTES; ABAD, 2009). Este trabalho trata-se de um estudo quanti-quali e integra as duas metodologias de forma complementar. Acredita-se que ocorre um ganho substancial na combinação das duas metodologias de investigação, tendo em vista os objetivos propostos que buscam compreender uma situação em loco, seu contexto e peculiaridades. Aprofundando-se na análise dos motivos que conduzem o indivíduo ao trabalho voluntário e, de forma complementar, busca-se ainda ter uma ideia sobre a diferença que pode existir entre ter uma experiência prévia, ter desenvolvido uma consciência social preliminarmente, para então desenvolver o trabalho voluntário. Na etapa quantitativa busca-se afirmar se de fato existe alguma diferença nas motivações entre os dois grupos de indivíduos analisados.

Outra lacuna encontrada nos estudos a respeito do trabalho voluntário é a necessidade de situá-lo dentro do novo contexto do mercado de trabalho. O trabalho voluntário, vem ganhando novos sentidos e significados e compreender esse fenômeno e sua complexidade é um desafio científico atual (DIAS; PALASSI, 2007). Espera-se que os voluntários se tornem cada vez mais "profissionalizados", para ajustarem-se às estruturas de mercado. É preciso compreender de que forma o voluntariado está se adaptando a nova era de serviços sociais (WARBURTON; SMITH-MERRY; ROGERS, 2011). Será essa uma busca genuína por um

trabalho baseado na identificação pessoal ou uma necessidade que se estabelece o mercado de trabalho que valoriza esse tipo de ação voluntária?

As contribuições desta pesquisa não se limitarão ao campo acadêmico, atingindo resultados também no campo da gestão. A gestão de qualquer organização representa um desafio crescente dentro dos cenários atuais de alta complexidade. No contexto do terceiro setor o nível de complexidade é ainda maior tendo em vista as suas peculiaridades: foco em serviços, escassez de recursos, trabalho por projetos, identificação de uma causa ou valor social, etc.

Como destacam Pereira et. al. (2013) as funções organizacionais neste setor tornam-se mais abrangentes e requerem cuidados especiais, considerando que neste contexto os recursos, via de regra, são escassos em termos materiais, financeiros e humanos, merecendo destaque os voluntários, que não buscam a simples remuneração financeira do trabalho. Os autores Mesch, Tschirhardt, Perry e Lee (1998) destacam que perder voluntários valorizados é oneroso para a organização, por isso a investigação nessa área, buscando compreender a evasão, é tão importante. A interrupção de um programa por falta de voluntários aumenta as despesas de recrutamento e formação, e ainda diminui a confiança de uma equipe profissional na utilização de voluntários.

Além disso, o contexto contemporâneo mudou e está impulsionando a necessidade de novas estratégias para o recrutamento, gestão e retenção do indivíduo voluntário (LIEN, 2010). Para a criação e retenção de suas equipes as organizações não-governamentais precisam compreender o que motiva os indivíduos que se oferecem para atuarem como voluntários. Compreender por que as pessoas se voluntariam é significativo para manter a satisfação do voluntário com o seu papel dentro da organização.

Para o autor Yeung (2004), a pesquisa sobre motivação no voluntariado é importante por duas razões essenciais: primeiro, a motivação de um indivíduo voluntário reflete a realização e a continuidade da atividade de voluntariado tanto de um ponto de vista teórico, quanto de um ponto de vista prático. Em segundo lugar, a área de pesquisa sobre as motivações para o trabalho voluntário reflete e explora a noção sociológica de futuro comprometimento e participação desses indivíduos.

Portanto, identificar as motivações específicas dos voluntários que possuem ou não uma experiência como beneficiários de um projeto de voluntariado podem fornecer não somente contribuições teóricas e práticas, mas também uma maior exploração das motivações

que afetam a satisfação desses indivíduos, a sua permanência nos projetos em que atuam e a intenção de se voluntariarem para projetos futuros.

Por fim, as autoras Silva e Villela (2008) destacam que o trabalhador voluntário é automotivado para esta atividade, não necessitando de constantes estímulos externos, como nas organizações empresariais normalmente remuneradas, algo que vem sendo buscado há décadas por essas instituições. É possível, portanto, que as organizações empresariais percebam e se apropriem dos elementos da dinâmica do Terceiro Setor, a fim de encontrar, na razão substantiva, novos fatores de motivação para o desenvolvimento de suas atividades. Os resultados dessa pesquisa podem, portanto, contribuir também para este campo da gestão.

2 REVISÃO TEÓRICA

Este capítulo apresenta a discussão teórica que embasa essa dissertação englobando os temas: Terceiro Setor, Trabalho Voluntário e Motivações para o Trabalho Voluntário, destacando as dimensões que integram a Motivação.

2.1 Terceiro Setor

Como resposta aos diversos tipos de problemas sociais decorrentes de crises, estruturais e/ou conjunturais, têm se fortalecido, de modo particular, as organizações sem fins lucrativos que prestam assistência social por meio do exercício de atividades fundamentadas no trabalho voluntário (CAVALCANTE, et. al., 2012). O terceiro setor tem sido um dos agentes imprescindíveis no processo de assistência às populações carentes, em razão de sua política baseada na execução de projetos e programas capazes de incentivar a geração de emprego e renda, bem como despertar as comunidades para a exploração de atividades que possam assegurar sua sobrevivência (MANÃS; MEDEIROS, 2012).

Essas organizações distinguem-se das dos outros setores por dois principais fatores, segundo Szazi (2000): elas não visam o lucro (como as organizações de mercado) e nem são dirigidas por qualquer uma das instâncias do Estado ou do Mercado. Já Salamon (1998), destaca quatro seguintes características que distinguem essas organizações: não-governamentais, não visam o lucro, possuem alto grau de autogerenciamento e um grande nível de ação voluntária.

A importância das ações e dos programas oriundos dessas organizações não governamentais (ONGs) tem crescido no Brasil desde os anos 1990 (LANDIM; SCALON, 2001; GOLDBERG, 2001). O crescimento da atuação dessas ONGS também é destacado por Salamon (1998) ao salientar que a sociedade está passando por um novo período histórico representado pelo alto crescimento das associações e organizações do terceiro setor, motivadas pelos valores da liberdade e iniciativa individual em conjunto com o da solidariedade. Esse crescimento tem se intensificado ainda devido ao contexto atual pautado pelo enfraquecimento do Estado de bem-estar social e pelo fortalecimento do mercado, gerando enormes desigualdades sociais, dentre outros fatores (MOURA; SOUZA, 2007).

Para Salamon (1998) o grande crescimento desse setor pode ser atribuído às pressões de três origens distintas: de baixo, na forma dos movimentos populares espontâneos; de fora, através da ação de diversas instituições públicas e privadas; e de cima, sob a forma de políticas de governo.

De acordo com Camargo et al (2001apud DIAS; PALASSI, 2007), alguns fatores foram definitivos para o surgimento do Terceiro Setor e a sua participação mais efetiva na sociedade, sendo:

a) a crise do estado de bem-estar social (acúmulo das funções de Estado protetor e regulador, gerando ônus para os cofres públicos e burocracia); *b) a crise do desenvolvimento* (supressão da renda, elevação dos índices inflacionários, aumento da demanda pelo aprimoramento de questões sociais degradadas, parte significativa da população relegada a um patamar inferior na pirâmide social); *c) a crise do meio ambiente* (consciência sobre as conseqüências dos negócios nas áreas de saúde pública e de qualidade de vida); *d) a crise do socialismo* (lacuna na área de assistência social a ser cumprida pelas novas entidades não estatais); *e) a expansão dos meios de comunicação* (fluxo de informações entre localidades remotas, facilitando o contato com associados, parceiros e especialistas na área) e; *f) o crescimento econômico* (formação da classe média urbana nas décadas de 60 e 70 – com propriedade de formar opiniões e conviver proximamente com adversidades sociais – com o poder de liderar o empreendimento de ações filantrópicas).

Para os autores Pace, Oliveira e Alkmin (2012) as organizações do terceiro setor estão assumindo responsabilidades deixadas pelos outros setores da sociedade. Silva (2010) caracteriza este setor como um derivado de uma conjugação entre as finalidades do primeiro setor e a natureza do segundo, sendo composto por organizações que não são integrantes do governo, mas visam a benefícios coletivos e de organizações de natureza privada, mas que não objetivam gerar lucros. Esses dois elementos (não visarem lucro e não serem dirigidas por qualquer instância do Estado) são indispensáveis para distinguir essas organizações das demais setores (SAMPAIO, 2004).

É um setor que tem atuação pública, porém não vinculada à esfera governamental, formado por organizações privadas, independentes e, de maneira destacável, de caráter não-lucrativo (PEREIRA, 2013). Apesar de não buscar lucro, precisam pensar na sua sustentabilidade, a partir de uma gestão dos recursos. Coelho (2000) define o Terceiro Setor como um guarda-chuva que engloba organizações privadas que não dependem do Estado, não têm fins lucrativos, reinvestem todo seu saldo financeiro na própria organização e possuem um objetivo social, que é a produção de um bem coletivo em detrimento de um bem particularista.

O que se pode perceber é que o terceiro setor envolve um conjunto de ações e finalidades que vão desde a questão filantrópica, abrangem ações de cidadania e defesa do ser humano, luta pela inclusão social e o fortalecimento dos movimentos sociais, além de outras atitudes imprescindíveis para a sociedade como um todo (MANÃS; MEDEIROS, 2012).

Este setor procura, portanto, atender às necessidades sociais não supridas nem pelo Estado, nem pelas empresas, objetivando maior consolidação democrática. As organizações desse segmento possuem aspectos estruturais e operacionais distintos, se comparados ao primeiro e ao segundo setor (PEREIRA, 2013; SAMPAIO, 2004). Em linhas gerais, podemos afirmar que o Terceiro Setor é o espaço da economia ocupado especialmente pelo conjunto de entidades privadas, sem fins lucrativos, que realizam atividades complementares às públicas, visando contribuir para a solução de problemas sociais, orientadas ao bem comum (MANÃS; MEDEIROS, 2012).

Alves (2002) sugere outras nomenclaturas alternativas para “Terceiro Setor”, sendo: Organizações Não Governamentais (ONGs), Setor Voluntário, Economia Social, Setor Filantrópico e Setor da Caridade. Entretanto o termo Terceiro Setor permanece como o mais usual na literatura.

Para Fernandes (1994), Cardoso (1997) e Cunha et. al. (2011) no Brasil, o termo consagrado para essas entidades é ONG, contudo a nomenclatura Terceiro Setor começou a ser utilizada recentemente para designar fenômenos e questões referentes a um universo de organizações da sociedade civil, como as iniciativas provenientes da sociedade destinadas à criação de bens públicos, como por exemplo, a conscientização para os diversos direitos que compõem o conceito de cidadania. Além da inclusão dessas iniciativas, Cardoso (1997), defende também a de entidades de defesa dos direitos de grupos da população, de proteção ao meio ambiente e de promoção de esporte, lazer e turismo.

Os autores Manãs e Medeiros (2012) abordam ainda que as organizações do Terceiro Setor estão ganhando grande importância, sendo capazes de gerar empregos e gerar renda, além de defender diferentes interesses da sociedade. A média salarial dos empregos gerados pelo setor chega a variar entre 2,9 e 4,5 salários, o que constitui uma média realmente significativa e que se projeta muito acima da grande maioria dos empregos pertencentes ao setor público e privado. Para os autores, esses dados demonstram a potencialidade do terceiro setor diante do contexto socioeconômico, culminando, assim, com resultados que merecem atenção específica por parte do Poder Público e da própria sociedade.

No Brasil a origem das organizações do Terceiro Setor está muito ligada com iniciativas de caráter religioso. O papel da religião é importante neste setor e ajuda a compreender o desenvolvimento do voluntariado e porque ele é tão presente em determinados contextos (WUTHNOW, 1991). Com a promulgação da Constituição de 1988, este setor vivenciou diversas melhorias no contexto brasileiro:

Sem dúvida, a referida Constituição promoveu um grande avanço para os programas assistenciais voltados para as populações carentes. Dessa maneira, o terceiro setor passou a se projetar de forma mais sólida, a ponto de tornar-se cada vez mais imprescindível à sociedade já que, conforme mencionado, o setor público e as instituições filantrópicas por si só não asseguravam as condições suficientes para atender as necessidades básicas de todo o contingente de pessoas e famílias carentes (MANÃS; MEDEIROS, 2012).

Nas últimas décadas essas organizações começaram a sofrer a influência de outros aspectos da sociedade e iniciaram a busca por uma maior profissionalização. Como resultado disso, em 1991 foi criada a Associação Brasileira de ONGs (Abong). Mesmo que suas práticas gerenciais apresentam certo nível de informalidade, vem crescendo uma maior preocupação com essas práticas advinda da conscientização da precariedade do serviço e da pressão de novos agentes financiadores (CUNHA et. al., 2011).

Os autores Pace, Oliveira e Alkmin (2012) corroboram com essa busca pela profissionalização destacando que nos últimos tempos aparecem, nos documentos produzidos e divulgados por organizações do terceiro setor de maior porte e com maior visibilidade, termos como ‘controle’, ‘eficácia’, ‘coordenação’, ‘planejamento’, ‘estratégia’ e ‘desempenho’, que exemplificam essa tendência.

A expansão geográfica de suas áreas de atuação, assim como a busca por recursos financeiros, capacitação de pessoal, gestão de recursos, articulações com outros setores da sociedade, somados a outros desafios, impulsionaram essas entidades na direção de uma gestão mais organizada e estruturada (CUNHA et. al., 2011).

Fontes (2001) afirma que este processo de profissionalização almejado por este segmento precisa considerar as suas diferenças em relação aos demais, como a origem dos recursos, o perfil dos *stakeholders* e a forma de relacionamento interno e externo. No contexto deste segmento é fundamental a visão do ser humano como o centro das relações sociais internas e externas, tendo implicações no tipo de gestão praticado. Cunha et. al. (2011) também atentam para a necessidade de cuidado com essas diferenças ao destacarem que, apesar da aproximação entre a visão gerencial de uma ONG e a de uma empresa do setor

privado, resultante dessa nova visão gerencial, administrar organizações guiadas por valores é um pouco diferente de administrar organizações do setor privado ou mesmo do setor público.

Essa tendência para uma maior profissionalização é uma resposta desde setor às complexas mudanças vivenciadas no mercado de trabalho. Salamon (1998) destaca que essas organizações precisam abandonar a informalidade e dar maior atenção à institucionalização necessária para transformar sucessos isolados em realizações permanentes. Esse aprimoramento da gestão gera uma mudança gradual no comportamento e linguajar das ONGs (COELHO, 2000).

Apesar dos caráter social das suas atividades, as organizações não-governamentais (ONGs) não estão isentas das influências do mundo do trabalho e também têm sofrido com a falta de recursos, sendo em especial com a escassez de pessoal (CAVALCANTE, et. al., 2012). Os autores Papadakis, Griffin e Frater (2004) atribuem o aumento na escassez de voluntários a fatores como o crescimento do número de organizações sem fins lucrativos, diminuindo a piscina de voluntários, a concorrência para o recrutamento voluntário entre as organizações, e problemas na retenção dos voluntários de uma organização.

Para Sampaio (2004) a maior parte da literatura ligada ao terceiro setor parte da premissa de que esses agentes e organizações desconhecem as técnicas de administração de empresas, e que seu futuro depende portanto do estabelecimento de parcerias com os demais setores para a obtenção de recursos e profissionalização de seus gestores.

Para a sustentabilidade e crescimento dessas organizações a atenção precisa voltar-se à gestão de suas equipes. Desta forma, os gestores do terceiro setor precisarão dar mais atenção a processos como o de treinamento (SALAMON, 1998). O fato das equipes serem compostas, em grande parte, por trabalhadores voluntários, amplia a complexidade dessa gestão. Como destaca Szazi (2000), as organizações deste setor podem contratar profissionais para realizar as suas atividades, não perdendo por isso a sua caracterização como pertencentes ao Terceiro Setor, no entanto, a maior parte das atividades deste setor são realizadas por profissionais voluntários.

Quanto à composição dessas equipes, as organizações do terceiro setor podem ser classificadas, de acordo com a sua relação com o voluntariado. Serapioni (2013) as distingue entre organizações cujas operações dependem diretamente do voluntariado, e organizações onde profissionais empregados e voluntários desenvolvem atividades conjuntamente. Em ambos os tipos de organizações, o voluntariado oferece o suporte para que as organizações do

terceiro setor desempenhem suas atividades. Destaca-se, portanto, a importância do trabalho voluntário para o Terceiro Setor.

2.2 Trabalho Voluntário

A atuação de uma organização não-governamental (ONG) sem fins lucrativos depende do envolvimento de diferentes atores, figurando com especial destaque o trabalho dos voluntários. Estes atuam na execução de atividades das mais diversas naturezas, incluindo aquelas ligadas à gestão.

O trabalho voluntário é importante na sociedade, uma vez que envolve a prestação de apoio gratuito para aqueles que precisam de ajuda. O voluntariado pode ser aplicado em qualquer segmento da sociedade, contribuindo para o resgate da cidadania, devolvendo a indivíduos a autoestima e a dignidade perdidas pelo acometimento de uma doença ou por problemas sociais (SOUZA; COSTA, 2013).

Os voluntários podem atuar como agentes sociais que mantêm a sociedade coesa, contribuindo para um bem público maior através do estabelecimento do capital social (WARBURTON; SMITH-MERRY; ROGERS, 2011). A ação voluntária deve estar presente para que uma instituição se configure como inserida no terceiro setor (SALAMON; ANHEIER, 1997).

Considera-se trabalho voluntário, para fins da legislação, conforme o artigo 1º da Lei 9608/98:

A atividade não remunerada, prestada por pessoa física a entidade pública de qualquer natureza, ou a instituição privada de fins não lucrativos, que tenha objetivos cívicos, culturais, educacionais, científicos, recreativos ou de assistência social, inclusive mutualidade.

Esta lei exige que seja assinado um termo de adesão entre o voluntário e a organização, identificando o prestador e o tomador de serviços, apresentando ainda a natureza do trabalho e as condições para o seu exercício, como o local e a carga horária.

A Organização das Nações Unidas – ONU define o trabalho voluntário como sendo “a atividade voluntária que não inclui benefícios financeiros, é levada a cabo atendendo à livre e espontânea vontade de cada um dos indivíduos e traz vantagens a terceiros, bem como ao próprio voluntário” (UNITED, 2001).

Para os autores Souza e Medeiros (2012), o trabalho voluntário trata-se da ação espontânea e não remunerada exercida por pessoas que, pelos mais diferentes motivos (religiosos, familiares, políticos ou simplesmente pessoais), disponibilizam o seu tempo e o seu trabalho em prol da melhoria da sociedade em que vivem. Esse serviço voluntário não gera vínculos empregatícios nem obrigações de natureza trabalhista (SZAZI, 2000) e trata-se de uma prática social tradicional (PINHEIRO, 2002).

A relação do voluntário com o seu meio de convívio é reforçado pelo autor Garay (2001) que o descreve como um ator social e agente de transformação, que presta serviços não remunerados em benefício da comunidade, doando seu tempo e conhecimentos. O voluntário é um indivíduo que oferece o seu serviço a uma determinada organização, sem esperar uma compensação monetária, e seu serviço origina benefícios ao próprio indivíduo e a terceiros (SHIN; KLEINER, 2003). A ideia do trabalho voluntário pressupõe, até certo ponto, renúncia ao benefício próprio, em favor do interesse, do bem-estar e do progresso do outro e de coletividades (SOUZA; MEDEIROS, 2012).

Entre os critérios para a definição de trabalho voluntário a ONU (2001) também aborda a questão da remuneração, considerando nesta categoria o trabalho não executado buscando ganhos financeiros. Abre-se uma ressalva apenas para o reembolso de gastos como transporte e alimentação, desde que dentro do valor pago pelo mercado, objetivando não excluir da atividade indivíduos que possuem limitações financeiras.

Mas, apesar dessa crença comum de que o voluntário é alguém que doa o seu tempo para ajudar os outros sem expectativa de pagamento ou outro benefício material para si mesmo, os autores Wilson e Musick (2000) afirmam que isso não significa que o trabalho voluntário é de nenhuma consequência para quem o executa. Quando uma pessoa se voluntaria, ela não está somente dando algo de si a outra pessoa, mas estará recebendo igualmente alguma recompensa em troca (CNAAN; GOLDBERG-GLEN, 1991).

Os autores Teodósio (2002) e Ferreira, Proença e Proença (2008) reforçam essa abordagem ao refletir que o fato deste “não ser remunerado” deve ser entendido como “não remunerado monetariamente”, pois existem outras formas de retribuição ou pagamento relacionadas a essa forma de trabalho, como de ordem emocional, ideológica, simbólica ou profissional. O voluntário é um indivíduo que oferece o seu serviço a uma determinada organização, sem esperar uma compensação monetária, mas esse serviço origina benefícios que não se relacionam só a terceiros, mas também ao próprio indivíduo.

Os autores (WILSON; MUSICK, 2000; TEODÓSIO, 2002; FERREIRA; PROENÇA; PROENÇA, 2008; SOUZA; MEDEIROS, 2012) corroboram que existem diferenças entre o que motiva o trabalho voluntário e o que motiva o trabalho normalmente remunerado. Além disso, existem outros atributos que podem ser identificados como fatores que diferenciam o trabalho exercido pelo voluntário: o trabalho é exercido sob total adesão aos fins propostos; o voluntário trabalha em algo que gosta e que escolheu; o voluntário acrescenta amor ao trabalho que desenvolve (DOHME, 2001).

A ação voluntária vem registrando um crescimento nos últimos anos e passou a atuar não apenas na área da saúde, mas em muitas outras, acompanhando o fortalecimento das ONGs (SOUZA; COSTA, 2013). As iniciativas em prol do trabalho voluntário estão proliferando, multiplicado-se os investimentos, encontros e seminários sobre o tema, tendo como principal objetivo a capacitação de voluntários e a promoção de novas adesões (PINTO; GUEDES; BARROS, 2006).

O tema ganhou força com a institucionalização do ano de 2001 como o ano do voluntariado pela Organização das Nações Unidas – ONU. Esse foi eleito por agentes das Comunidades Solidárias Internacionais como o Ano Internacional do Voluntariado, visando justamente trazer novos adeptos às práticas voltadas para o campo social. Compreendendo a importância da realização do trabalho voluntário, algumas instituições americanas educacionais estão agora exigindo que os alunos participem da comunidade, realizando atividades de serviços voluntários como parte do seu currículo de estudos e mesmo como uma condição de graduação (SOBUS, 1995).

As ações voluntárias registram crescimento também no contexto empresarial (FISCHER; FALCONER, 2001; TEODÓSIO, 2002; DIAS; PALASSI, 2007), ocorrendo uma profusão de programas de voluntariado corporativo, que direcionam, apoiam e incentivam os empregados para atuação voluntária na sociedade. Esse exercício de atividade voluntária pode ser, inclusive, avaliado como quesito nos processos de recrutamento e seleção nas organizações (TEODÓSIO, 2002).

Entre os estudos é constante o destaque no grande número de mulheres atuando em atividades voluntárias. Os autores Campos e Bresolin (2001) analisaram os números de voluntários atuantes no estado de Minas Gerais e identificaram uma quantidade superior de mulheres (56,9%) desempenhando trabalhos voluntários, em comparação com a participação masculina (43,1%). Na pesquisa realizada na Pastoral da Criança do estado do Ceará os

autores Moura e Souza (2007), identificaram que 96,6% dos voluntários eram do sexo feminino.

Os autores Campos e Bresolin (2001) afirmam que a constante preocupação feminina com as causas sociais pode explicar as diferenças de percentual de participação entre homens e mulheres. Os resultados das análises da literatura sobre o tema demonstram uma participação mais efetiva dos respondentes do sexo feminino nas pesquisas de voluntariado (MACHADO; FREDEBON, 2008).

Mesmo sendo condicionada por um conjunto de valores e motivações, a prática do voluntariado depende de ações pensadas para seu crescimento. Serapioni (2013) afirma que esses valores precisam ser disseminados através da gestão e qualificação dos voluntários. Para o autor, o crescimento no interesse no Terceiro Setor reflete também em um aumento na qualificação dos indivíduos que atuam nele.

Os autores Parboteeah, Cullenb e Lim (2004) diferenciam o trabalho voluntário como sendo informal ou formal. O voluntariado informal inclui comportamentos espontâneos e de iniciativa do indivíduo, como por exemplo ajudar os vizinhos ou idosos. Já o voluntariado formal caracteriza-se por comportamentos semelhantes, mas que se enquadram no âmbito de uma organização, e estando assim enquadrados, precisam de uma preocupação com a sua gestão. O voluntariado formal é mais suscetível de ser investigado e utilizado pelas organizações.

Para os autores Souza et al (2003), Dias e Palassi (2007), Lien (2010) e Souza e Costa (2013), o contexto do trabalho voluntário vem sofrendo mudanças. Mesmo ainda pautando-se na solidariedade, as ONGs e os profissionais voluntários buscam novos objetivos, preocupando-se com a eficiência do trabalho prestado. Os ambientes mais complexos exigem uma nova compreensão dos paradigmas de voluntariado e do desenvolvimento de novas estratégias para seu recrutamento, gestão e retenção.

O voluntariado constitui uma parte substancial do trabalho produtivo para muitas sociedades, e atendendo aos benefícios que o voluntariado pode trazer para uma organização, entendemos que mais atenção deve ser dada a este fenômeno, em particular ao fenômeno do voluntariado formal (FERREIRA; PROENÇA; PROENÇA, 2008).

Aperfeiçoar os processos organizativos e de gestão do voluntariado possui papel decisivo para a permanência dos voluntários nos programas em que estão enquadrados

(SERAPIONI, 2013). De acordo com o autor, as pessoas são mais propensas a serem voluntárias quando sentem que uma organização é bem gerida e fará bom uso do seu tempo. Clary et al (1998) apontam ainda que o voluntário nem sempre tem a compreensão exata dos motivos que o levam a exercer ou permanecer no voluntariado e os treinamentos organizados por uma boa gestão são importantes para o seu esclarecimento.

Diversos autores destacam a relação entre as motivações do indivíduo voluntário e sua permanência nas organizações (CLARY; SNYDER; RIDGE, 1992; FISCHER; SCHAFFER, 1993; MESCH; TSCHIRHARDT; PERRY; LEE, 1998; CLARY; SNYDER, 1999; AZEVEDO, 2007) salientando a importância de compreendê-las e atendê-las como estratégia de retenção. A investigação sobre as motivações de voluntários foi provocada pela noção de que a correspondência a esses motivos é um recurso chave para o efetivo recrutamento de novos voluntários e, ainda, que a qualidade do ajuste entre os motivos e incentivos oferecidos aos voluntários capacitados é fundamental para mantê-los (CLARY; SNYDER; RIDGE, 1992).

As estratégias de recrutamento e de retenção dessas pessoas são mais efetivas quando as ONGs atentam para as necessidades e motivações específicas dos seus voluntários (FISCHER; SCHAFFER, 1993). A tarefa de comunicação dessas organizações precisa ser desenvolvida de forma que a mesma consiga captar e manter voluntários e para isso essa comunicação deve considerar a variedade de fatores que influenciam os indivíduos e os fazem se sentirem motivados a se engajarem e doarem o seu tempo para programas de voluntariado (FERREIRA; PROENÇA; PROENÇA, 2008). Assim, do ponto de vista aplicado, é importante aprender sobre os fatores que levam as pessoas a se voluntariar em diferentes organizações, para entender esses fatores e usá-los com sucesso no planejamento, recrutamento e processo de gestão (PAPADAKIS; GRIFFIN; FRATER, 2004).

As decisões do voluntário sobre o começo e a continuidade de sua prestação de serviços são influenciadas pelo fato da atividade em particular se encaixar ou não com os objetivos e as necessidades próprias desse indivíduo (CLARY; SNYDER, 1999). Os autores Clary, Snyder, e Ridge (1992) salientam que os indivíduos permanecem com as organizações por longos períodos quando as suas experiências como voluntários preenchem as suas motivações. Os voluntários se mostram mais satisfeitos e dispostos a permanecerem no cargo quanto mais percebem a congruência entre as suas expectativas e as experiências reais no trabalho (STEVENS, 1991).

Quando o voluntário está satisfeito com a sua experiência e reconhece benefícios na atividade que está realizando, a probabilidade de que continue a colaborar com determinada organização é maior (CANAAN; GOLDBERG-GLEN, 1991). Os autores Perreira, Proença e Proença (2008) destacam ainda outro aspecto importante: as motivações que atraem os voluntários podem ser distintas das que os fidelizam ou os retêm na organização. Por isso a importância de compreender as motivações iniciais, para poder compará-las com as motivações em períodos posteriores de permanência do voluntário.

Serapioni (2013) recomenda que as organizações, por um lado, captem as opiniões e motivações dos voluntários e, por outro, envolva-os na promoção de um modelo de gestão que corresponda as suas necessidades. A satisfação dos voluntários é fundamental para a atração e retenção destes indivíduos e compreender o que os motiva é essencial em ambos os cenários. Concluindo, a gestão do voluntariado transforma-se em um crescente desafio às organizações, onde compreender as motivações dos indivíduos assume um papel central.

2.3 Motivações para a Realização do Trabalho Voluntário

Para iniciar esse tema é necessário conceituar o termo *motivação*. Entende-se como motivação, para efeito desta pesquisa, o motivo, ou razão, que direciona o comportamento de determinada pessoa, sendo um processo psicológico complexo que resulta de uma interação entre o indivíduo e o ambiente que o rodeia. A motivação para o trabalho é um conjunto de forças que fazem com que um indivíduo inicie um comportamento relacionado com o trabalho e determine a sua forma, direção, intensidade e duração (LATHAN; PINDER, 2005).

Muito se fala sobre as motivações para o trabalho remunerado normalmente exercido no mercado, existindo diversas teorias já consagradas sobre o tema como a “Teoria das Necessidades” de Abraham Maslow (1954), a “Teoria da Expectativa” de Victor Vroom (1964), a teoria X e Y de McGregor (1973) e a “Teoria dos Traços” de David McClelland (1975). Evidentemente, existem diferentes motivos para a realização desse tipo de trabalho e aquele exercido de forma voluntária.

A extensa literatura existente acerca do comportamento de indivíduos profissionalizados nas organizações não pode ser generalizada e aplicada a indivíduos voluntários porque existem diferenças importantes entre estes dois grupos de trabalhadores (FERREIRA; PROENÇA; PROENÇA, 2008).

As autoras Silva e Vilela (2008) realizaram um estudo comparativo entre os fatores que motivam os trabalhadores voluntários em comparação com o normalmente remunerado. Este estudo concluiu que as motivações dos voluntários e dos trabalhadores remunerados são bem distintas, pois o voluntário é automotivado enquanto o normalmente remunerado precisa buscar no trabalho o atendimento das suas necessidades, priorizando a sua sobrevivência. Como o trabalhador voluntário é automotivado para esta atividade, ele não carece de estímulos externos permanentes, como nas organizações empresariais.

Cuskelly, McIntyre, e Boag (1998) também abordaram as diferenças entre as motivações dos dois tipos de trabalhos. Para eles os voluntários tendem a motivar-se e comprometer-se mais profundamente para as organizações em que atuam dado que os serviços de voluntários são mais baseados em valores e menos tangíveis do que os dos trabalhadores normalmente remunerados.

Diversos autores já abordaram o tema “motivações para o trabalho voluntário”, mas ainda não existem estudos validados que integrem as abordagens, considerando todas as suas dimensões.

Autores como Horton-Smith (1981), Perry, (1996), McCurley e Lynch (1998), Anderson e Shaw (1999), Coelho (2000), Yeung (2004), Prouteau e Wolff (2007), e Cavalcante et. al. (2012), Souza e Medeiros (2012), Mascarenhas, Zambaldi e Varela (2013), entre outros, discutem e diferenciam as motivações para o trabalho voluntário a partir de duas abordagens: altruísta e egoísta. Essa conceituação é chamada de “modelo dos dois fatores” e foi desenvolvida por Horton-Smith em 1981.

Este modelo envolve dois argumentos opostos: o de que toda ação voluntária é motivada por um desejo egoísta em benefício próprio, baseando-se em uma preocupação do indivíduo para si mesmo, em relação ao argumento de que a ação às vezes é baseada em uma preocupação para com o outro (CLARY e SNYDER, 1999).

Segundo os autores, as razões altruístas são as mais apontadas por pessoas engajadas em trabalhos voluntários (MASCARENHAS; ZAMBALDI; VARELA, 2013), sendo consideradas altruístas os motivos que envolvem o desejo de ajudar os outros e servir a comunidade. O autor Perry (1996) define ainda essas motivações como uma predisposição para responder a motivos como o auto-sacrifício, a compaixão, a justiça social, e o dever cívico.

Para os autores Mesch, Tschirhardt, Perry e Lee (1998), a sociedade valoriza o altruísmo e condena o uso de atividades deste tipo com objetivos egoístas, como posicionamento social, diversão e socialização, por isso há uma tendência social das pessoas alegarem motivações altruístas para a realização do trabalho voluntário. Portanto, nem sempre esse destaque a essas motivações podem ser um resultado dessa pressão social.

As motivações egoístas estariam voltadas para o emprego, a obtenção de compensação, ganhando uma oportunidade para socializar e fazer amigos, e assegurar uma maneira construtiva de usar tempo de lazer (SHERROT, 1983 apud MESCH, TSCHIRHARDT; PERRY; LEE, 1998).

Os autores McCurley e Lynch (1998) criaram uma categorização diferenciando as motivações a partir dessas duas perspectivas: altruísta e egoísta.

Quadro 1: Motivações Altruístas e Egoístas

Categoria da Motivação	Alegações Subjetivas
Altruísta	Ajudar aos outros Obrigação de retribuir por algo recebido Dever cívico Convicção religiosa Fazer uma diferença no mundo Crença na causa
Egoísta (Interesse Próprio)	Adquirir experiência Desenvolver novas habilidades Constituir amizades Causar boa impressão a alguém Sentir-se importante e útil Exibir capacidade de liderança Experimentar novos estilos de vida e culturas Prazer e alegria

Fonte: McCurley e Lynch (1998)

Clary e Snyder (1999) afirmam que as motivações são multifacetadas, não podendo ser perfeitamente classificadas como sendo altruístas ou egoístas. Além disso, muitos pesquisadores são céticos em relação a definição puramente altruísta para a atuação voluntária

e insistem que, mesmo quando as pessoas alegam que desejam ajudar às outras, suas reais motivações são muito mais complexas (FISCHER; SCHAFFER, 1993).

Os autores Cnaan e Goldberg-Glen (1991) realizaram seu estudo baseados no modelo de dois fatores e concluíram que os voluntários possuíam tanto motivos altruístas como egoístas e adicionaram ainda uma outra perspectiva à discussão, ao descobrirem que os voluntários não faziam distinção entre os motivos. Além disso, os pesquisadores identificaram que os voluntários não agiam por um único motivo ou uma única categoria de motivos.

Clary e Snyder (1999) também observaram que um mesmo voluntário pode possuir motivações diferentes para a realização das suas atividades. Os autores observaram em sua pesquisa que dois terços dos respondentes assinalaram duas ou mais motivações como importantes para seu início e permanência nas atividades voluntárias que desempenham. Essas motivações podem portanto caracterizar um voluntário como altruísta e egoísta ao mesmo tempo. As motivações tornam-se uma combinação dos motivos egoístas e altruístas (CANAAN; GOLDBERG-GLEN, 1991).

Para fim deste estudo, optou-se por não utilizar-se as abordagens que diferem as motivações como “altruístas” ou “egoístas” visto que o objetivo não é a compreensão filosófica das motivações, mas sim uma categorização que possibilite a sua compreensão dentro do campo da gestão. A diferenciação altruísta e egoísta atribui valores buscando designar, subjetivamente, graus diferenciados de nobreza à ação (MOURA; SOUZA, 2007), não sendo esse o pressuposto deste trabalho. Além disso, a evolução dos estudos na área demonstram que a categorização proposta pelo modelo dos dois fatores restringe a compreensão das motivações. Os resultados das pesquisas sugerem que é potencialmente importante usar uma abordagem com base em mais de uma dimensão de motivação para o voluntariado (GEISER; OKUN; GRANO, 2014).

Um estudo realizado em 2012 por Cavalcante, Souza, Ribeiro da Cunha, Nascimento e Fernandes buscou validar um instrumento quantitativo para a investigação de motivações para o trabalho voluntário dentro da Pastoral da Criança da Paraíba e do Rio Grande do Norte. A partir da investigação teórica esses autores construíram as categorias (chamadas de níveis), baseados principalmente no autor Mostyn (1993), descrevendo essa categorização como “Hierarquia dos Cinco A's” representada no quadro 1.

Optou-se por não utilizar-se essa categorização neste estudo pelo fato da mesma considerar apenas as dimensões Pessoal (Ajuizado), Social (Ajustado) e Ideológica

(Amigável, Afetivo e Altruísta). Não considerando, portanto, a dimensão profissional do indivíduo, e esta possui um papel fundamental na compreensão do trabalho voluntário dentro do contexto da gestão.

Quadro 2: Hierarquia de Valores

Níveis	Descrição
Altruísta	retrata a percepção subjetiva de auto-sacrifício por parte do voluntário, envolvendo risco, insalubridade e periculosidade, sob a perspectiva da consciência de espécie ou de questionamento em torno das condições gerais de vida de seres humanos. Nesse caso, há uma consciência societal;
Afetivo	reúne motivos relativos ao sentimento de auxílio a sujeitos e comunidades em situações de exceção, via fornecimento de apoio direto aos menos aptos e prósperos tais como idosos, crianças, desabilitados e pacientes em hospitais, estando o voluntário interessado no resgate da cidadania, numa perspectiva local;
Amigável	contempla motivos vinculados à avaliação subjetiva de contribuição para o bem-estar social, e de desafortunados em particular, sob uma perspectiva amistosa, em que o voluntário se sente compartilhando algo próprio com alguém em dado espaço organizacional;
Ajustado	reúne motivos de uma forma específica de aprimoramento social não centrada em temas cruciais ou aflitivos, mas que, de alguma forma, transmite ao voluntário a sensação de estar, simultaneamente, promovendo a si próprio e a vida do receptor sob uma interação grupal;
Ajuizado	congrega motivos centrados na sensação de privilégios, de status e de proteção, estando o voluntário interessado na construção e projeção da auto-imagem ou na promoção pessoal junto a indivíduos e coletividades. Trata-se de um posicionamento centrado no eu, portanto, egoísta em essência.

Fonte: Cavalcante et. al. 2012 adaptado de Mostyn (1993)

Os autores Souza e Costa (2013) realizaram uma investigação na literatura sobre motivações para o trabalho voluntário e, baseados nessa pesquisa, apresentaram uma categorização:

Quadro 3: Principais tipos de motivações para o voluntariado

Tipos de Motivação	Objetivos
Altruísmo	Ajudar os outros Fazer algo que valha a pena Sentido de missão A organização ajuda aquele que precisa Preocupação com a Natureza Forma de solidariedade Ajudar a determinada instituição
Pertença	Ajudar a determinada instituição Contato social (fazer novos amigos, conhecer pessoas, sentido de pertença) Ser bem-aceito por um grupo ou comunidade Contato com pessoas que tenham o mesmo interesse Pertencer a uma instituição (um clube, por exemplo) Dar algo e ser útil a uma comunidade
Ego e Reconhecimento Social	Pertencer a uma instituição (um clube, por exemplo) Dar algo e ser útil a uma comunidade Interesse nas atividades de uma organização Sentimentos de autoestima, confiança, e satisfação, respeito e reconhecimento Contatos institucionais Carreira profissional Ter mais conhecimento e estar envolvido em programas do governo
Aprendizagem e Desenvolvimento	Carreira profissional Ter mais conhecimento e estar envolvido em programas do governo Novos desafios, experiências Aprender e ganhar experiência

	Possibilidade de poder exercer uma profissão Enriquecimento pessoal e alargar horizontes
--	---

Fonte: Souza e Costa, 2013

Nesta categorização os autores não conseguem distinguir alguns objetivos e categorizá-los de forma clara. Além disso, não consideram o fator religião, elencado como muito importante por diversos autores.

Outra categorização já utilizada é proposta por Mascarenhas, Zambaldi e Varela (2013), baseados nos autores Fischer e Schaffer (1993):

Quadro 4: Síntese dos motivos alegados para atuação voluntária

Categoria	Teoria
Motivações altruístas	Pesquisas apontam para o “ajudar”, ou “fazer o bem” como a razão mais alegada para o voluntariado.
Motivações ideológicas	Voluntários alegam causas específicas ou ideologias para o engajamento em atos voluntários.
Motivações egoístas	As pessoas envolvem-se em atos voluntários para satisfazer necessidades do ego, como, por exemplo, aprovação social.
Motivações materiais	Incluem benefícios para a própria pessoa ou família. Segundo muitos teóricos, as pessoas são voluntárias prevendo benefícios materiais futuros.
Motivações de status	O desejo de adquirir conhecimento profissional, contatos e reconhecimento é mais acentuado em pessoas em idade de trabalho e em estudantes.
Motivações sociais	Encontrar pessoas e fazer amigos são motivos alegados por muitos voluntários.
Motivações de lazer	O voluntariado é uma forma de lazer para muitas pessoas. Muitos voluntários

	respondem que se engajam nestas atividades por terem “tempo livre”.
Motivações de crescimento pessoal	O aprendizado, o crescimento pessoal e o desenvolvimento espiritual são motivos importantes para o voluntariado.

Fonte: Mascarenhas, Zambaldi e Varela (2013), baseados nos autores Fischer e Schaffer (1993)

Essa categorização se aproxima da proposta por este estudo, mas optou-se por não utilizá-la por citar os motivos “altruístas” e “egoístas” que não fazem parte do pressuposto deste trabalho, e também por não considerar as motivações profissionais do indivíduo.

A partir da investigação aprofundada da literatura propõe-se uma categorização que considera as quatro dimensões do trabalho voluntário: Pessoal, Social, Profissional e Ideológica. Apesar de ainda não validada, essa categorização possui embasamento a partir de estudos de autores como Kohan (1965); Hagerty (1992); Pidgeon (1997); Serva (1997); Teodósio (2002); Ferreira; Proença e Proença (2008); Monteiro e Maia (2009); Choi e Chou (2010); Martins; Berusa e Siqueira (2010); Warburton, Smith-Merry e Rogers (2011) e Souza e Medeiros (2012).

2.3.1 Motivações Pessoais

Ao demonstrarem o interesse na realização do trabalho voluntário, muitos indivíduos apresentaram como motivação o atingimento de objetivos pessoais, sendo eles: o desejo de sentir-se útil, a satisfação pessoal e o reconhecimento social.

Kohan (1965) identificou em diversos voluntários o forte desejo de sentir-se útil, como um indivíduo que atua servindo e contribuindo para a sociedade. O trabalho voluntário pode partir de motivos que impulsionam indivíduos a realizar atividades que não proporcionarão retorno financeiro, mas, sim, reconhecimento, agradecimento e sentimento de que o trabalho que está sendo realizado é útil, tem valor para alguém e interfere positivamente na sociedade (SOUZA; MEDEIROS, 2012).

Os autores Anderson e Moore (1978) concluíram com seu estudo que, mesmo podendo possuir várias razões para dedicar-se ao voluntariado, o desejo das pessoas sentirem-se úteis

superam as outras razões, sendo essa a maior motivação para o trabalho voluntário. Cnaan e Goldberg-Glen (1991) também identificaram essa motivação como a mais citada pelos pesquisados. Os voluntários declararam perceber no voluntariado uma oportunidade para fazer algo que vale a pena. Para essas pessoas a realização da ação voluntária resulta em prazer e felicidade em promover o bem coletivo (MOURA; SOUZA, 2007).

Os voluntários estudados por Piccoli e Godoi (2012) destacaram esse sentimento de gostar do que fazem, sentindo-se bem com isso e se motivando a permanecer no voluntariado. As autoras Silva e Villela (2008) demonstraram em seu estudo que, com relação aos sentimentos decorrentes da realização do trabalho voluntário, sentir-se mais feliz e mais realizado foram os fatores predominantes entre os entrevistados.

São sentimentos que podem ser encontrados no trabalho voluntário e que resgatam a racionalidade substantiva do indivíduo, até agora pouco frequente nas organizações empresariais, muitas das quais ainda não se apropriaram dos valores da sociedade pós-industrial, como emotividade, desestruturalização de tempo e de espaço, criatividade e flexibilização das relações de trabalho (SILVA; VILLELA, 2008).

As pesquisas realizadas por Cnaan e Goldberg-Glen (1991) e Jiménez; Fuertes; Abad (2008) apontam a satisfação pessoal como uma importante motivação que atrai os voluntários. Nos resultados de Cnaan e Goldberg-Glen (1991) sentir-se bem consigo mesmo foi a segunda motivação mais citada pelos respondentes. Já Jiménez; Fuertes; Abad (2008) encontraram a satisfação pessoal como a primeira motivação mais citada. Os autores inclusive relacionam o atendimento a essa motivação com a retenção do voluntário. Para eles quanto maior a satisfação pessoal, maior o tempo de permanência do voluntário na atividade.

Os autores Warburton, Smith-Merry E Rogers (2011) também identificaram em suas pesquisas um alto índice de satisfação pessoal no desenvolvimento do trabalho voluntário, principalmente em indivíduos mais velhos. Para esses, o trabalho voluntário é uma oportunidade para fazer algo que vale a pena, usar suas habilidades e sua experiência e ainda manter um contato social. Esses indivíduos também percebem na ação voluntária uma oportunidade para envelhecerem de uma forma mais saudável e, principalmente, produtiva.

Para Cavalcante, et. al. (2012) e Ferreira; Proença e Proença (2008) as recompensas ou benefícios, associados ao voluntariado, podem relacionar-se também com necessidades do ego e de reconhecimento social. Ser reconhecido como um indivíduo que atua voluntariamente na sociedade representa uma motivação para grande parte dos voluntários.

Para muitos voluntários esse reconhecimento por outras pessoas se transforma em uma visão positiva (MONTEIRO; MAIA, 2009) e estima (OMOTO; SNYDER, 1995). Esse reconhecimento pode funcionar ainda como um “salário emocional”, uma “remuneração motivacional” dos voluntários que é muito esquecida na gestão do voluntariado (SERAPIONI, 2013). As organizações devem buscar, portanto, a implementação de estratégias de reconhecimento para contribuir para maiores graus de satisfação dos voluntários.

O autor lista algumas estratégias de reconhecimento valorizadas pelos voluntários estudados: realização de festividades com os voluntários; entrega de certificados e diplomas; entrega de prêmios; envio de cartas de reconhecimento assinadas pela direção; recolha de *feedbacks* e sugestões dos voluntários; convite para que os voluntários relatem suas experiências para outras pessoas.

2.3.2 Motivações Sociais

Muitos autores (DOHME, 2001; HAGERTY, 1992; BUSSEL; FORBES, 2001; FERREIRA; PROENÇA; PROENÇA, 2008; SILVA; VILLELA, 2008; MONTEIRO; MAIA, 2009; CHOI; CHOU, 2010; SHYE, 2010; SOUZA; MEDEIROS, 2012; CAVALCANTE et. al., 2012, PICCOLI; GODOI, 2012) identificaram que diversos indivíduos tornam-se voluntários por motivações caracterizadas como sociais, sendo elas: o senso de pertencimento, a construção de laços de amizade e a reciprocidade.

Para Dohme (2001) o voluntário busca atingir objetivos sociais, em prol da comunidade, buscando uma participação efetiva, a aceitação e a harmonia em um grupo. Os autores Hagerty (1992), Bussel e Forbes (2001), Ferreira; Proença e Proença (2008); Monteiro e Maia (2009), Choi e Chou (2010), Shye (2010) e Souza e Medeiros (2012) reforçam essa ideia ao descrevem o senso de pertencimento como um motivador para o trabalho voluntário, estando relacionado com a necessidade de afiliação e de se fazer amigos dentro de uma comunidade.

Este senso de pertencimento é definido por Hagerty (1992) como a experiência de envolvimento pessoal num sistema ou num ambiente, de forma que as pessoas sintam-se parte integrante desse mesmo sistema ou ambiente. Desta forma, esse senso está ligado ao

sentimento de importância e valorização perante o grupo, de forma que a pessoa se sinta bem e esteja adaptada a ele (MONTEIRO; MAIA, 2009).

Para os autores esse pertencimento se configura como uma característica da personalidade do ser humano:

A personalidade se desenvolve segundo três factores primordiais, nomeadamente: visão positiva (procura de reconhecimento pelos outros, principalmente desde os primeiros anos de vida, o que tem como resultado uma auto-estima positiva); empatia (relação de bem-estar com os outros, onde o indivíduo se sente compreendido e consegue colocar-se satisfatoriamente no lugar dos outros), e ainda o estabelecimento de boas relações interpessoais. A necessidade de satisfação do sentimento de pertença motiva para o estabelecimento e manutenção de relações com os outros o que o leva a estabelecer relações interpessoais e procurar sentir-se aceite (MONTEIRO; MAIA, 2009).

Para Choi e Chou (2010) a motivação de senso de pertencimento é muito mais elevada nos indivíduos mais velhos. Para estes o trabalho voluntário possibilita um enraizamento social em um momento na vida em que podem estar experimentando a perda social e pessoal.

O trabalho voluntário parte, portanto, de motivos que impulsionam indivíduos a fazer algo pelo próximo, a estar disposto para se expor a situações desafiantes, que não proporcionarão retorno financeiro, mas, sim, reconhecimento, agradecimento e sentimento de que o trabalho que está sendo realizado é útil, tem valor para alguém e interfere positivamente na sociedade (SOUZA; MEDEIROS, 2012).

Pode-se afirmar que as pessoas se tornam voluntárias a fim de conseguir satisfação pela participação em um grupo, o que quer dizer que elas sentem necessidade de fazer parte de objetivos e de significados mais amplos da vida grupal, para obter a satisfação decorrente da dependência, da afeição, e da situação social (COHEN, 1964 apud SOUZA; MEDEIROS, 2012). Essas pessoas vêem o trabalho voluntário como uma oportunidade de ajudá-los a adaptar-se e conviver com grupos sociais que são importantes para eles, servindo, assim, uma função social (PAPADAKIS; GRIFFIN; FRATER, 2004).

Os autores McCurley e Lynch (1998), Moura e Souza (2007) e Choi e Chou (2010) sugerem que, para a população em geral, a possibilidade de desenvolver amizades e ganhar um sentido de pertença à comunidade figuram entre as necessidades mais significativas. As oportunidades de estar com os amigos e fazer novas amizades são ampliadas quando o indivíduo realiza atividades voluntárias (CAVALCANTE, et. al., 2012). Muitos indivíduos se engajam em ações voluntárias para estar com os amigos ou pela oportunidade de estarem

engajados em uma atividade que é vista com bons olhos por outras pessoas que consideram importantes (CLARY et. al., 1998).

Na pesquisa realizada por Moura e Souza (2007), os voluntários destacaram fortemente o fato de gostarem de conviver com outras pessoas e de construir laços de amizade como motivador para a participação no trabalho voluntário. Os resultados podem variar por diferentes grupos na comunidade. No entanto, eles mostram que o interesse com base na qualidade de vida está envolvido em uma rede social e cultural que reflete a necessidade de se considerar os outros.

A busca de novas relações de amizade e de reconhecimento social foram aspectos que também puderam ser verificados nas respostas dos pesquisados por Silva e Villela (2008). Quanto aos sentimentos gerados pelo desenvolvimento do trabalho voluntário, os pesquisados relataram sentirem-se mais felizes, mais realizados, mais cidadãos, mais em paz com sua consciência, além de ter melhorado o relacionamento com a família e com os amigos.

Essas motivações sociais baseiam-se também nos princípios de funcionamento das organizações do terceiro setor que diferem das demais formas econômicas. Serva (1997) observou que essas organizações realizam atividades econômicas marcadas, sobretudo, pela predominância do princípio da reciprocidade, contrariamente à economia de mercado, na qual predomina o intercâmbio comercial.

Analisando os princípios do agir econômico, Sabourin (2011) reforça essa visão destacando que as atividades econômicas não são motivadas apenas pelo interesse material individualista ou corporativista. Muitas dessas atividades incluem também a preocupação com a satisfação das necessidades dos demais, com a manutenção do laço social.

Possuindo uma condição de interdependência, o ser humano é um ser social que busca o sentimento de pertencimento a uma coletividade. Segundo Gaiger (2013) o princípio da reciprocidade fundamenta a construção dos vínculos sociais. “Podemos cultivar vínculos de pertença, identidade e confiança com os nossos próximos, ou nutri-los espiritualmente com uma coletividade maior – de pessoas semelhantes, embora possam ser desconhecidas – a qual sentimos pertencer” (GAIGER, 2013).

Desta forma, a realização do trabalho voluntário pode pautar-se no sentimento de necessidade de retribuição e também de doação para a perpetuação do auxílio, sendo esse o conceito de reciprocidade. Monteiro e Maia (2009) ressaltam que são pelas experiências de

vida anteriores que se molda o sentimento de pertença atual, as quais, sendo positivas, podem levar o sujeito a desenvolver motivação para o envolvimento, assim como potencializar o desenvolvimento e atribuição de valor à ligação aos outros. Um indivíduo pode desejar participar de um grupo para perpetuar um vínculo que representou uma experiência positiva.

Mesmo não caracterizando a motivação como sendo de reciprocidade, os autores McCurley e Lynch (1998) citam o conceito ao afirmar que a “obrigação de retribuir por algo recebido” motiva o indivíduo a realizar uma ação voluntária. Piccoli e Godoi (2012) também não utilizaram essa categoria no seu estudo sobre voluntariado, mas destacaram nos resultados que uma característica marcante dos voluntários entrevistados era o fato deles próprios ou de seus parentes terem sido pacientes da unidade de saúde na qual decidiram voluntariar-se. Em um sistema de reciprocidade a doação pode representar a garantia de socorro futuro, realimentando a ajuda mútua de parte a parte (GAIGER, 2013).

2.3.3 Motivações Profissionais

Muitos voluntários percebem nestas ações uma possibilidade de ampliar as suas oportunidades no campo profissional. A predisposição para agir em prol do benefício dos outros cada vez mais tem se misturado com interesses particulares como aperfeiçoamento de currículo e vivência profissional dos voluntários (AZEVEDO, 2007). Esses indivíduos reconhecem no trabalho voluntário oportunidades para novas experiências de aprendizagem e de exercício de conhecimentos, competências e habilidades (CLARY, et. al. 1998). A realização de trabalhos voluntários pode também facilitar o aumento das redes de relacionamentos e contatos profissionais (PIDGEON, 1997; CHOI; CHOU, 2010).

O aumento da rede de relacionamentos, bem como o desenvolvimento de novas habilidades e a aquisição de experiência podem possibilitar a oportunidade de conseguir emprego ou ter uma ascensão na carreira. Segundo Warburton, Smith-Merry e Rogers (2011), alguns voluntários entrevistados em suas pesquisas relataram que foram convidados para entrevistas de emprego a partir da realização de ações voluntárias.

Além de ter suas habilidades expostas, o aumento da cadeia de relacionamentos por meio do trabalho voluntário permite que se conheçam as habilidades de outros profissionais. Ao se conhecer o trabalho e as capacidades de outras pessoas, revelam-se oportunidades da

utilização de talentos muitas vezes imprevistas (MASCARENHAS; ZAMBALDI; VARELA, 2013).

Algumas pessoas tornam-se voluntárias, porque sabem que ganhar novas experiências e habilidades irá ajudá-las a melhorar e permitir que subam na carreira mais rápido. Pode representar um caminho para encontrar um trabalho melhor pago ou conseguir emprego mais estável (CHRISTAUSKAS; PETRAUSKIENE; MARCINKEVICIUTE, 2012), sendo uma motivação que Gidron (1978) define como sendo indiretamente econômica.

A autora Azevedo (2007) destaca que diversos voluntários, que ainda são estudantes, consideram o trabalho voluntário realizado como uma experiência profissional nos processos de recrutamento em que participam, visto que, muitas vezes, ainda não possuem uma experiência formal de trabalho. Esses indivíduos percebem uma valorização do trabalho voluntário pelo mercado de trabalho, onde as empresas o reconhecem como uma espécie de estágio formador de bons profissionais, dadas às experiências vivenciadas que agrega ao profissional (COELHO, 2000).

Em seus estudos, McCurley e Lynch (1998), Ferreira; Proença e Proença (2008) , Cavalcante, et. al.(2012) e Mascarenhas, Zambaldi e Varela (2013) destacam a oportunidade de adquirir conhecimentos e de desenvolver competências no âmbito profissional como uma motivação para o trabalho voluntário. Para muitos voluntários o uso e desenvolvimento de habilidades profissionais, como a tomada de decisões, a postura democrática e o trabalho em equipe, são benefícios adquiridos com a experiência da atividade voluntária (MASCARENHAS, ZAMBALDI; VARELA, 2013). Para esses, o voluntariado ajuda a aumentar o seu conhecimento do mundo e de desenvolver e praticar habilidades que poderiam passar sem praticar, satisfazendo assim uma função de entendimento (PAPADAKIS; GRIFFIN; FRATER, 2004).

Muitos indivíduos possuem maior dificuldade em desenvolver essas habilidades em organizações com fins lucrativos e identificam na dinâmica social diferenciada das ONGs um espaço para esse desenvolvimento. Ao diferir do trabalho normalmente remunerado, a atividade voluntária pode resultar em novas oportunidades de conhecimento e de crescimento pessoal e profissional (SOUZA; MEDEIROS, 2012) como ter a capacidade de comunicação oral e verbal aumentadas, já que no ambiente sem fins lucrativos esta capacidade é amplamente explorada, o que mais dificilmente acontece em um ambiente com fins lucrativos (MASCARENHAS; ZAMBALDI; VARELA, 2013).

As autoras Silva e Villela (2008) também abordam as facilidades de atuação e a maior flexibilidade que a diferença de contexto entre as organizações de trabalho voluntário e as normalmente remuneradas propiciam:

No trabalho voluntário as políticas administrativas são mais flexíveis, propiciando maior liberdade e participação dos voluntários em todo o processo de trabalho, gerando mais facilmente, a satisfação das necessidades de auto-realização. É visto como uma possibilidade do indivíduo ter controle e sobre suas ações e maior liberdade para desenvolvê-las, o que pode provocar efeitos psicológicos satisfatórios (SILVA; VILLELA, 2008).

Um benefício adicional levantado pelos voluntários é que, por não estarem em dívida com a organização ou seus gestores para a sua subsistência, eles podem oferecer uma crítica construtiva e feedback aberto a esses gestores, o que também auxilia no seu desenvolvimento profissional (CUSKELLY; MCINTYRE; BOAG, 1998).

No estudo sobre trabalho voluntário realizado por Mascarenhas, Zambaldi e Varela (2013), a motivação de desenvolvimento profissional é a segunda mais citada pelos respondentes. Para eles, a experiência é um grande aprendizado. A nova visão de mundo, adquirida pela participação nos programas, é extremamente enriquecedora, tanto pessoal como profissionalmente:

O crescimento pessoal e profissional pela aquisição de novas visões de mundo, pelo contato com novas realidades e novas lógicas de pensamento, é um fator motivador que aparece e cresce em importância no decorrer da participação do voluntário. A experiência adquirida leva também a uma mudança em sua autopercepção, já que sua realidade é constantemente comparada à realidade do outro (MASCARENHAS; ZAMBALDI; VARELA, 2013).

Outra oportunidade de desenvolvimento possibilitada pelo trabalho voluntário, segundo Pidgeon (1997), é o envolvimento direto no processo de planejamento estratégico, diferentemente da maior parte das atividades desenvolvidas no trabalho normalmente remunerado. Em uma ONG o voluntário pode ter mais contato com o pensamento estratégico, por meio da atuação em conjunto no planejamento das atividades e isso influencia positivamente na carreira do indivíduo.

Ainda segundo o autor, a natureza própria das atividades desenvolvidas nas organizações sem fins lucrativos permitem métodos mais flexíveis de trabalho e o

atendimento de diversas demandas diferentes, contribuindo para o desenvolvimento de uma maior adaptabilidade do voluntário no meio profissional.

2.3.4 Motivações Ideológicas

Para alguns indivíduos o trabalho voluntário só é motivado quando o seu sentido está alinhado com as suas ideologias. Neste caso, representam motivações a crença na causa e os vínculos religiosos.

Souza e Medeiros (2012) afirmam que o vínculo a um ideal ou missão e a importância do valor social têm sido constantemente relatados como elementos fundamentais no trabalho voluntário. Os indivíduos precisam sentir uma identificação com a causa da organização. Algumas pessoas começam o voluntariado porque acreditam nos objetivos da organização e estão seguros de que podem ajudar de uma forma ou de outra na resolução de vários problemas (CHRISTAUSKAS; PETRAUSKIENE; MARCINKEVICIUTE, 2012).

Para esses voluntários o voluntariado está diretamente ligado aos seus valores pessoais:

O voluntário sente-se motivado quando pode contribuir para a diminuição do sofrimento ou das injustiças ou quando traz alegria ou contribui para a autossuficiência de outras pessoas, sentindo-se como agente construtor de comunidade, ou, ainda, quando o trabalho realizado fortalece a visão pessoal de mundo, permitindo difundir valores individuais (SOUZA; MEDEIROS, 2012).

Os autores McCurley e Lynch (1998) corroboram com essa visão e também elencam a crença na causa como um grande motivador para o trabalho voluntário. O voluntário sente que têm uma missão a cumprir (GARAY, 2001); (FERREIRA; PROENÇA; PROENÇA, 2008) e deseja disseminar uma cultura ou uma ideia na qual acredita (SOUZA; COSTA, 2013).

Desta forma, é comum a referência de que para engajar-se em um projeto é imprescindível que o voluntário tenha verdadeiro interesse pelo trabalho desenvolvido e entusiasmo pelos objetivos do projeto ou instituição (SOUZA e MEDEIROS, 2012). O vínculo a um ideal ou missão e a importância do valor social têm sido relatados como elementos fundamentais nesse tipo de trabalho (GARAY, 2001).

No estudo sobre trabalho voluntário realizado por Mascarenhas, Zambaldi e Varela (2013), a motivação ideológica foi elencada como sendo a principal motivação dos

respondentes. Para eles a atuação nos programas de voluntariado foi resultado da necessidade de tomar uma atitude que consideraram necessária, ante um grande problema social.

Os autores Souza e Costa (2013), destacam que quando o voluntário não se interessa mais pela filosofia adotada pela organização, ou considera que a mesma deixou de representar as crenças e ideais em que ele acredita, esse indivíduo provavelmente abandonará as suas atividades.

Em suas pesquisas, Hwang, Grabb e Curtis (2005), Martins, Berusa e Siqueira (2010) e Piccoli e Godoi (2012) identificaram que a fé em algo superior também motiva muitos indivíduos a realizarem o trabalho voluntário. Ter alguma crença religiosa parece ser uma constante no que tange o voluntariado, estando presente inclusive durante a realização das atividades em alguns grupos de voluntários, como identificaram Piccoli e Godoi (2012):

A religiosidade, também, foi confirmada pelo pesquisador em suas observações do Diário de Campo, pois a oração do Pai Nosso, bem como pedidos e agradecimentos a Deus são rotinas na abertura dos trabalhos, durante e ao final de cada terapia e ao cabo dos turnos de trabalho.

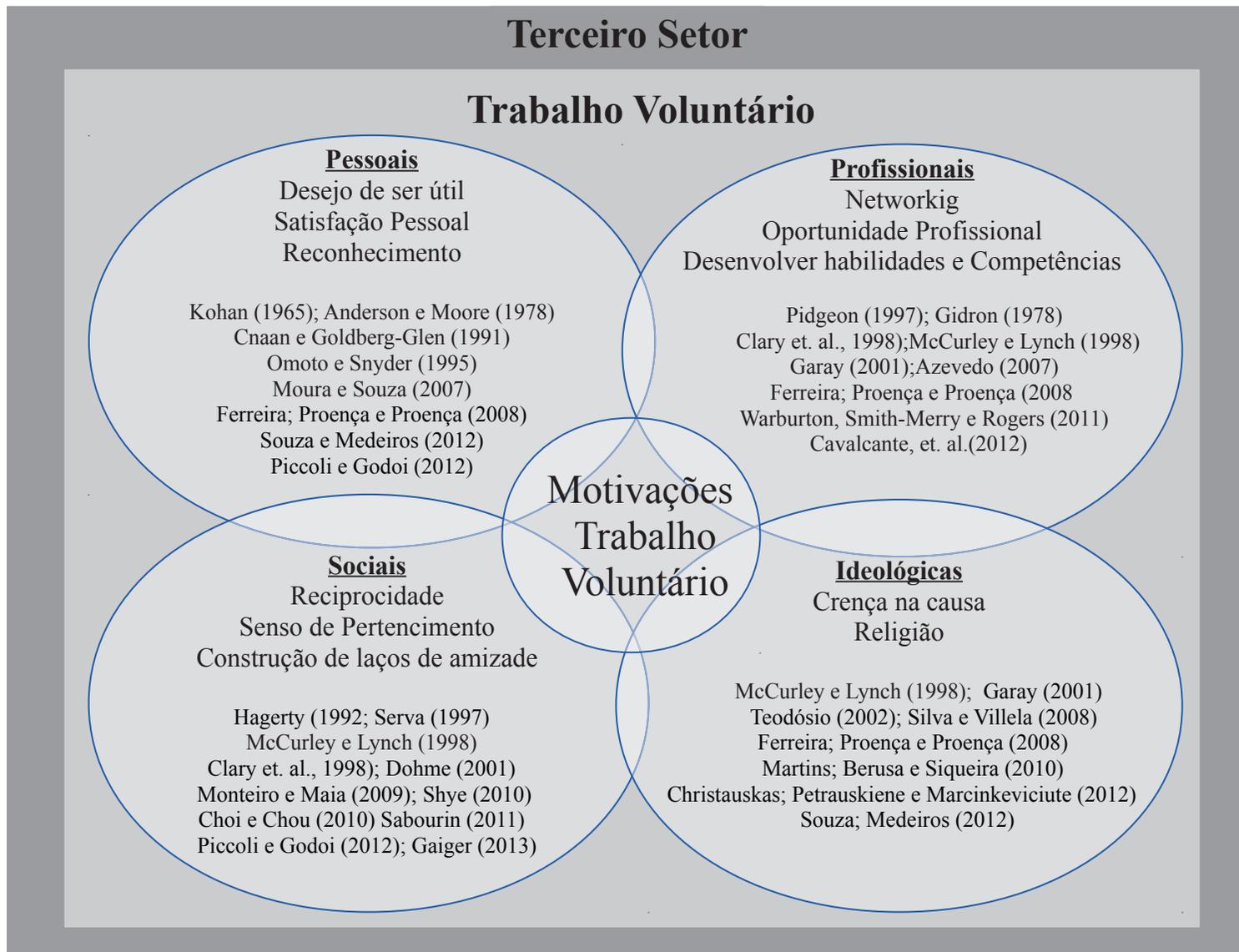
O aspecto religioso também é abordado por Wuthnow (1991), Teodósio (2002), Silva e Villela (2008), Souza e Medeiros (2012) e Souza e Costa (2013) ao destacarem que diversas organizações sem fins lucrativos foram criadas e são mantidas até hoje ligadas à instituições de caráter religioso. Essas instituições desenvolvem entre os seus seguidores a cultura da realização do trabalho voluntário pautadas na disseminação da caridade.

No estudo das autoras Silva e Villela (2008) foi expressivo o relato dos voluntários pesquisados quanto a fatores motivacionais relativos a solidariedade humana, religião e caridade. Para Souza e Costa (2013) a ação voluntária evoluiu e passou a ser um ato de cidadania, mas ainda se caracteriza fortemente como um ato de ação religiosa.

Para finalizar a revisão teórica, a figura 1 apresenta o mapa conceitual com o *framework* que embasará este estudo. Dentro do contexto do Terceiro Setor, o estudo se insere no Trabalho Voluntário se aprofundando nas quatro dimensões das suas Motivações: Pessoais, Sociais, Profissionais e Ideológicas. Observa-se que essas quatro dimensões encontram-se conectadas e, por vezes, existe uma sobreposição entre elas. Isso acontece no intuito de (1) demonstrar movimento/mobilização, (2) considerar que pode haver influência mútua entre as dimensões e (3) que a motivação é uma composição dessas dimensões, podendo ter pesos

diferentes conforme as percepções do indivíduo sobre o que é importante para ele/ela ao desenvolver o trabalho voluntário ou por que o faz.

Figura 1: Mapa Conceitual



Fonte: Elaborado pela autora com base no referencial teórico

3 MÉTODO

Neste capítulo são descritos os procedimentos metodológicos adotados para a realização do estudo evidenciando-se os seguintes aspectos: a abordagem metodológica, as etapas da pesquisa, o procedimento de coleta, e análise dos dados. Este estudo trata-se de uma pesquisa qualitativa-quantitativa, a partir de um estudo de caso que possui como foco o indivíduo, analisando-o dentro do contexto da organização.

3.1 Escolha do método

O trabalho proposto baseia-se em um estudo qualitativo e quantitativo desenvolvido em uma ONG atuante no estado do Rio Grande do Sul, tendo como unidade de análise o seu projeto de maior duração. O foco do estudo é o indivíduo voluntário, analisado dentro do contexto em que se insere dentro da organização.

Mesmo tendo como foco de estudo o indivíduo, essa pesquisa se caracteriza como um estudo de caso, pois o indivíduo é analisado dentro do contexto de uma organização. O estudo de caso é uma estratégia de pesquisa que permite descrever e entender o relacionamento entre os fatores do caso estudado, bem como as relações dentro das situações (Boyd; Westfall; Stanley, 1989).

O fato da pesquisa aprofundar-se no contexto de uma única organização não diminui a contribuição dos seus resultados para a construção do conhecimento, estendendo-se para outras organizações ou contextos. Como destaca o autor Minayo (2010):

O objeto de estudo das ciências sociais é histórico. Isto significa que cada sociedade humana existe e se constrói num determinado espaço e se organiza de forma particular e diferente de outras. Por sua vez, todas as que vivenciam a mesma época histórica tem alguns traços comuns, dado o fato de que vivemos num mundo marcado pelo influxo das comunicações. Igualmente, as sociedades vivem o presente marcado por seu passado e é com tais determinações que constroem seu futuro, numa dialética constante entre o que está dado e o que será fruto de seu protagonismo.

A ênfase desta pesquisa é em eventos contemporâneos e em seu contexto, sendo possível o acesso às pessoas, documentos e observações do processo, o que reforça a escolha do método de estudo de caso (YIN, 2005). O desenvolvimento da pesquisa seguiu as três fases recomendadas pelos autores Yin (2005), André (2005) e Martins (2008) quando se trata de um

estudo de caso, sendo elas a fase exploratória (momento em que a pesquisadora buscou compreender o contexto estudado), fase de coleta de dados e fase de análise sistemática dos dados.

A primeira fase do estudo caracteriza-se como qualitativa que, de acordo com Flick (2004), é sugerida quando o pesquisador procura entender o processo social, na análise de casos em sua peculiaridade temporal e local, observando as expressões e atividades das pessoas em seus contextos. A questão fundamental é entender as categorias dos participantes e ver como eles agem em atividades concretas (SILVERMAN, 2009).

Selecionou-se esse método pois o objetivo inicial foi compreender o fenômeno social que seria estudado, com caráter exploratório. Como autor Silverman (2009) recomenda, a pesquisa qualitativa pode ser usada para explorar um tema em particular visando montar um estudo quantitativo.

A segunda fase do estudo caracteriza-se como quantitativa, indicada pelo autor Silverman (2009) quando se objetiva a realização de inferências a populações maiores, utilizando-se de medidas para determinar os fatos com que o estudo está relacionado.

O método foi selecionado visando alcançar o objetivo da segunda fase que é identificar quais são as motivações para o trabalho voluntário dos indivíduos e correlacionar as categorias, buscando um relacionamento entre as características dos respondentes (ter sido ou não um *achiever*) e as motivações para a participação no projeto Miniempresa.

A partir da revisão da literatura foram levantadas quatro categorias de Motivação, conforme o quadro 5. Cada categoria é composta também por subcategorias, sendo três dentro das motivações Pessoais, três nas Sociais, três nas Profissionais e duas nas Ideológicas.

Quadro 5: Categorias de Motivações para o Trabalho Voluntário

Motivações		
Categoria	Subcategorias	Referencial Teórico
Pessoais	Desejo de ser útil	Kohan (1965); Anderson; Moore (1978); Cnaan; Goldberg-Glen (1991); Piccoli; Godoi (2012); Souza; Medeiros (2012)
	Satisfação Pessoal	Moura; Souza (2007); Ferreira; Proença; Proença (2008); Silva; Villela (2008); Jiménez; Fuertes; Abad (2008); Warburton; Smith-Merry; Rogers (2011)
	Reconhecimento (ego)	Cavalcante, et. al. (2012); Souza; Medeiros (2012); Ferreira; Proença; Proença (2008), Monteiro; Maia (2009); Omoto; Snyder (1995)
Sociais	Reciprocidade	Gaiger (2013); Serva (1997); Sabourin (2011); Monteiro; Maia (2009); Piccoli; Godoi (2012)
	Senso de Pertencimento	Hagerty (1992); Bussel; Forbes (2001); Papadakis; Griffin; Frater (2004); Ferreira; Proença; Proença (2008); Shye (2010); Choi; Chou (2010)
	Construção de laços de amizades	McCurley; Lynch (1998); Clary et. al., 1998); Bussel; Forbes (2001); Dohme (2001); Moura; Souza (2007); Shye (2010); Cavalcante, et. al.(2012)
Profissionais	Networking	Pidgeon (1997); Choi; Chou (2010)
	Desenvolver habilidades e competências	Gidron (1978); Azevedo (2007); Warburton; Smith-Merry; Rogers (2011); Christauskas; Petrauskiene; Marcinkeviciute (2012)
	Oportunidade profissional	McCurley; Lynch (1998); Clary et. al., 1998); Papadakis; Griffin; Frater (2004); Ferreira; Proença; Proença (2008); Warburton; Smith-Merry; Rogers (2011); Cavalcante, et. al.(2012); Christauskas; Petrauskiene; Marcinkeviciute (2012); Mascarenhas; Zambaldi;Varela (2013)
Ideológicas	Crença na Causa	McCurley; Lynch (1998); Christauskas; Petrauskiene; Marcinkeviciute (2012); Souza; Medeiros (2012); Garay (2001); Ferreira; Proença; Proença (2008); Souza; Costa, 2013

	Religião (fé em algo superior)	Teodósio (2002); Hwang; Grabb; Curtis (2005); Silva; Villela (2008); Martins; Berusa; Siqueira (2010); Souza; Medeiros (2012); Piccoli; Godoi (2012)
--	--------------------------------	--

Fonte: Elaborado pela autora baseando-se na revisão da literatura

3.2 Seleção do Caso

A ONG selecionada para este estudo foi a Junior Achievement Rio Grande do Sul (JARS). A Junio Achievement foi fundada nos EUA em 1919 e iniciou sua atuação no Brasil em 1994, no estado do Rio Grande do Sul. O objetivo principal da instituição é fomentar o espírito empreendedor através de projetos educacionais.

A ONG foi escolhida por atender aos seguintes requisitos:

- a) ser uma organização não-governamental sem fins lucrativos reconhecida pela sua forte atuação no estado do Rio Grande do Sul;
- b) possuir um projeto de voluntariado de longa duração, no caso o programa Miniempresa que já está em funcionamento há 20 anos;
- c) possibilitar o acesso aos dados do projeto, oferecendo amplo apoio à pesquisa;
- d) demonstrar interesse em utilizar os resultados da pesquisa para melhorar o seu processo de gestão quanto à atração e retenção de voluntários;
- e) possuir no seu quadro de voluntários do projeto Miniempresa indivíduos que foram beneficiados pelo mesmo durante sua trajetória escolar, e que agora retornam para atuarem como voluntários.

O principal fator determinante para a escolha da ONG foi o fato da mesma identificar a grande presença de ex-beneficiários dos seus programas atuando como voluntários. Essa situação permite a comparação das motivações entre os dois grupos de indivíduos, objetivo principal desta pesquisa.

3.3 Etapas da Pesquisa

O quadro 6 apresenta as duas fases principais que desenvolveram a pesquisa. Na primeira fase foram usados dados primários e secundários. Optou-se pela utilização também de dados secundários pois, além de sua fácil disponibilidade, eles oferecem outras contribuições como destaca Churchill (1999), ajudando a entender melhor o problema sob investigação, provendo informações para comparação, com os quais os dados primários

podem, posteriormente, serem confrontados. No caso desta pesquisa, os dados secundários somaram-se aos primários.

Quadro 6: Etapas da Pesquisa

Etapas da Pesquisa	Instrumento	Objetivo
Etapa 1: Qualitativa (investigativa)	Participação como observadora em um treinamento de voluntários, aplicação de entrevistas semi-estruturadas e coleta de dados secundários nos arquivos e sites da JA	Investigar as categorias de motivação a partir do levantamento bibliográfico e compreender o contexto do trabalho voluntário dentro do projeto
Etapa 2: Quantitativa	Aplicação de questionários	Identificar as motivações mais presentes e comparar os dois grupos de voluntários

Fonte: Elaborado pela autora

Quadro 7: Tipos de dados

Tipo de dados	Dados utilizados na pesquisa
Primários	Entrevistas Semi-estruturadas Dados da aplicação de questionários
Secundários	Depoimentos coletados do site oficial da Junior Achievement no Rio Grande do Sul e da página da organização no facebook

Fonte: Elaborado pela autora

Para uma aproximação inicial, a pesquisadora participou como observadora em um treinamento de uma equipe de voluntários, para compreender como a Junior Achievement realiza a capacitação e também a sua aproximação com os indivíduos que participarão do projeto Miniempresa. Já durante o andamento da pesquisa, participou-se ainda da formatura anual das Miniempresas da região metropolitana, onde estavam presentes 39 grupos de *achievers* com seus respectivos *advisers*.

Inicialmente foram aplicadas entrevistas, método que os autores Bauer e Gaskell (2002) recomendam quando o objetivo é mapear e compreender o mundo da vida dos

respondentes, pois esta fornece os dados básicos para o desenvolvimento e a compreensão das relações entre os atores sociais e sua situação. Na entrevista dá-se um grande peso aos relatos verbais dos sujeitos para obter informações sobre os estímulos ou experiências a que estão expostos e para o conhecimento de seus comportamentos (SELLTIZ; WRIGHTSMAN; COOK, 1987).

As entrevistas foram semi-estruturadas, baseadas nas categorias levantadas a partir da revisão bibliográfica, buscando investigar com profundidade a relação dos voluntários com o trabalho desenvolvido no programa “Miniempresa” da JA, com relação às suas motivações. Todos os entrevistados assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Apêndice B) antes da gravação das entrevistas.

A decisão do tipo de entrevista a ser empregado justifica-se por sua flexibilidade, permitindo não apenas que o entrevistado se expresse em detalhe quanto ao assunto da entrevista, mas também pode eliciar os contextos sociais e pessoais de crenças e sentimentos (SELLTIZ; WRIGHTSMANN; COOK, 1987). As perguntas abertas e flexíveis proporcionam um melhor acesso às visões, às interpretações dos eventos, aos entendimentos, às experiências e às opiniões dos entrevistados (SILVERMAN, 2009).

As entrevistas foram realizadas com voluntários das cidades de Porto Alegre e de Taquara, visando abordar o contexto da região metropolitana e também do interior do Estado. Foram aplicadas 13 entrevistas nos meses de novembro e dezembro de 2014 e janeiro e fevereiro de 2015, conforme apresenta o quadro 8.

Quadro 8: Dados dos entrevistados

Função	Tempo de atuação na ONG	Data da entrevista	Tempo de entrevista
Diretor Executivo	5 anos	09/02/15	55min
Coordenadora do Projeto Miniempresa no Estado do RS	2 anos	14/11/14	1h10min
Coordenador do Núcleo de Ex-Achievers (NEXA)	3 anos	14/11/14	48min
Voluntário	3 edições Miniempresa	28/11/14	32min
Voluntário	1 edição Miniempresa	28/11/14	26min
Voluntária	2 edições Miniempresa	02/12/14	21min

Voluntária	2 edições Miniempresa	02/12/14	22min
Voluntário	2 edições Miniempresa	02/12/14	34min
Voluntário (ex-achiever)	3 edições Miniempresa	14/11/15	28min
Voluntária (ex-achiever)	2 edições Miniempresa	09/02/15	37min
Voluntário (ex-achiever)	2 edições Miniempresa	09/02/15	21min
Voluntário (ex-achiever)	1 edição Miniempresa	09/02/15	19min
Voluntário (ex-achiever)	1 edição Miniempresa	09/02/15	29min

Fonte: Elaborado pela autora

Nesta fase também foram coletados dados secundários dos arquivos disponibilizados pela JA e do site oficial e página do Facebook da ONG. Nesses locais a JA mantém alguns depoimentos coletados dos seus voluntários nos últimos três anos com a finalidade de utilizá-los em estratégias de atração de novos indivíduos.

O objetivo desta primeira etapa de pesquisa foi compreender o contexto do desenvolvimento do trabalho voluntário dentro do projeto, identificando as categorias de motivações. Tendo em vista o seu caráter exploratório, esta etapa ainda investigou o possível surgimento de alguma nova categoria não levantada na revisão da literatura.

Na segunda fase foram aplicados questionários, conforme Apêndice D, que foram enviados para o *mailing* da JARS, ou seja, para o endereço eletrônico de todos os voluntários cadastrados no banco de dados da ONG. Para auxiliar na construção, envio e armazenamento do questionário, utilizou-se o aplicativo *SurveyMonkey* (Apêndice F) que permite a criação de um *link* de acesso ao questionário, tornando o seu envio rápido e prático. Além disso, a pesquisadora pode acompanhar em tempo real o andamento no número de respondentes.

Percebeu-se que um fator dificultante para a coleta de respostas foi a insegurança por parte dos voluntários em acessar um link desconhecido. Alguns voluntários responderam o e-mail solicitando que o questionário fosse enviado em anexo para que respondessem e retornassem. Mesmo sendo um processo muito mais trabalhoso, alguns respondentes sentiram-se mais seguros desta forma, e foram atendidos.

Outro fator dificultante foi a desatualização do *mailing* de cadastro de voluntários da JARS. Com as trocas de coordenadores do programa Miniempresa ocorridas ao longo dos 20

anos de atuação da ONG, vários contatos de voluntários foram perdidos. Além disso, a maior parte dos *advisers* cadastra o seu e-mail profissional para contato e, quando esses voluntários mudam de empresa, esquecem de atualizar o cadastro junto a JARS. Sendo assim, muitos e-mails enviados com o questionário deram erro por inexistência do endereço.

Para alcançar o número de respondentes almejado a pesquisadora utilizou como ferramenta de apoio a rede social *facebook*. Acessando a página da JARS foi possível identificar vários voluntários, que foram contatados por mensagem. A maior parte desses voluntários contatados por esse meio, além de retornar a mensagem, ofereceu-se para encaminhar o questionário para os demais membros da miniempresa onde atuava.

Foram coletados 129 questionários respondidos. Segundo o autor Hair et al. (2005a, p. 98), o tamanho mínimo de uma amostra deve ser igual ou superior a 100 respondentes. “Como regra geral, o mínimo é ter pelo menos cinco vezes mais observações do que o número de variáveis a serem analisadas”. No instrumento utilizado nesta fase da pesquisa, foram definidas 24 afirmações, sendo que, então, o número mínimo de respondentes seria de 120 questionários válidos.

Durante a construção do questionário tomou-se o cuidado de intercalar as afirmações para que as categorias fossem contempladas tanto no início, quanto no meio e no final do questionário. Desta forma, mesmo que o respondente tenha diminuído a atenção dispensada ao questionário durante o seu andamento, nenhuma categoria ficou prejudicada.

É importante ressaltar que tanto as entrevistas quanto os questionários passaram por um pré-teste buscando a identificação de possíveis necessidades de alterações por problemas, tais como a formulação, sequência ou tamanho das questões. Os respondentes dos pré-testes das entrevistas foram voluntários da Miniempresa da cidade de Osório. Os respondentes dos pré-testes dos questionários foram dois membros da equipe de gestão do projeto Miniempresa na JA e seis voluntários.

3.4 Análise dos dados

Para a análise dos dados coletados na primeira fase, utilizou-se a técnica de análise de conteúdo que consiste em descobrir os núcleos de sentido que compõem uma comunicação cuja presença ou frequência signifiquem alguma coisa para o objetivo analítico visado (BARDIN, 2009) enfatizando o conteúdo das mensagens, tanto escrita quanto oral (FLICK,

2004). A principal vantagem que tal método analítico possui sobre os métodos mais indutivos é a maior facilidade de comparação entre os diferentes casos, pois a formalização do procedimento origina categorias que permitem essa ação (FLICK, 2004).

A análise de conteúdo foi auxiliada pela utilização do software Nvivo (versão 10), que, conforme as autoras Mozzato e Grzybovski (2011), além da finalidade básica de facilitar e agilizar as análises, tem a função tanto de validar como de gerar confiança, qualificando o material coletado. Foram criados quatro grupos de nós para agrupar os resultados das análises das motivações: Pessoais, Sociais, Profissionais e Ideológicas. Para facilitar a visualização dos resultados foi gerado um mapa de palavras, ainda no software NVivo, com as categorias de motivações identificadas.

Os dados coletados a partir dos questionários da segunda etapa passaram por uma análise estatística realizada com o auxílio do software SPSS (*Statistical Package for Social Science*). As variáveis nominais e ordinais foram analisadas através de estatística descritiva para a identificação do perfil da amostra.

As variáveis intervalares, que são as motivações apresentadas em uma escala intervalar de 1 à 5, foram analisadas inicialmente por uma estatística descritiva apresentando a média das questões e o seu desvio padrão. O desvio padrão permite verificar a precisão das medidas, pois mede os desvios em relação à média avaliando o grau de dispersão entre as variáveis (DANCEY; REIDY, 2013). A análise descritiva a partir das médias, considerando o desvio padrão, objetivou a identificação das motivações mais significativas para os voluntários atuantes no projeto Miniempresa.

Posteriormente realizou-se uma análise bivariada correlacionando as motivações com as demais variáveis. As variáveis nominais (Gênero e Participação no projeto como *achiever*) e Ordinais (Idade, Escolaridade e Número de edições) foram transformadas em variáveis intervalares para serem rodadas no SPSS e permitirem a correlação.

O propósito da análise de correlação é descobrir se existe um relacionamento entre as variáveis, que é improvável de acontecer por erro amostral e improvável de ser espúrio (DANCEY; REIDY, 2013). O objetivo é identificar se as motivações são associadas a alguma das demais variáveis, indicando que existe relação entre ambas.

Foram consideradas correlacionadas as variáveis que apresentaram nível de significância $p < 0,005$, com o r de Pearson interpretado da seguinte forma: $r = 1$ “relação

perfeita”; r entre 0,99 e 0,70 “relação forte”; r entre 0,69 e 0,40 “relação moderada” e r entre 0,39 e 0,01 “relação fraca”.

Para responder ao questionamento se existem (e quais são) diferenças nas motivações para o trabalho voluntário entre indivíduos que foram beneficiários de um projeto durante sua trajetória escolar, em comparação com indivíduos que não vivenciaram esta experiência, foi gerada uma regressão linear múltipla. Utilizou-se como variável dependente a participação no projeto como *achiever* e variáveis independentes as motivações.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Este capítulo se destina a contextualizar o leitor em relação ao ambiente em que o estudo de caso foi desenvolvido, bem como apresentar os principais resultados e análises da pesquisa de campo. Primeiramente, procede-se à apresentação da ONG Junior Achievement e, em seguida, são apresentadas cada etapa da pesquisa com seus resultados, gerando assim, subsídios para a etapa subsequente.

4.1 A Organização Junior Achievement e o Projeto Miniempresa

A Junior Achievement trata-se de uma associação educativa sem fins lucrativos, mantida pela iniciativa privada, cujo objetivo é despertar o espírito empreendedor nos jovens, ainda na escola, estimulando o seu desenvolvimento pessoal, proporcionando uma visão clara do mundo dos negócios e facilitando o acesso ao mercado de trabalho.

Fundada em 1919, nos Estados Unidos, essa organização é considerada a maior e mais antiga organização de educação prática em negócios, economia e empreendedorismo do mundo. Atualmente está presente em 120 países e, no Brasil, possui unidades em todos os Estados e no Distrito Federal.

A Junior Achievement Rio Grande do Sul (JARS) foi criada no ano de 1994, e o primeiro programa desenvolvido pela organização no Estado foi o Miniempresa, programa que permanece sendo aplicado até os dias atuais, completando 20 anos de desenvolvimento no Estado.

O Programa Miniempresa proporciona a estudantes do 2º ano do Ensino Médio a experiência prática em economia e negócios, na organização e na operação de uma empresa. É desenvolvido em 15 semanas, em jornadas semanais, com duração de 3h30min, realizadas nas escolas, geralmente à noite. Os estudantes aprendem conceitos de livre iniciativa, mercado, comercialização e produção. É um programa acompanhado por quatro profissionais voluntários das áreas de marketing, finanças, recursos humanos e produção. Neste Programa, são explicados os fundamentos da economia de mercado e da atividade empresarial através do método Aprender-Fazendo, em que cada participante se converte em um miniempresário (JA, 2014).

Durante a realização do projeto, os alunos vivenciam a experiência prática do mundo dos negócios ao constituírem uma empresa, desenvolvendo um produto, captando o capital social através da venda de ações a terceiros, produzindo e vendendo o produto escolhido. A

miniempresa criada divide-se em 4 departamentos, sendo eles: Recursos Humanos, Produção, Financeiro e Marketing.

Cada departamento conta com um *adviser*, que trata-se de um voluntário que assume a responsabilidade de orientar os *achievers* durante a realização de todas as atividades da referida área. Ao final das 15 semanas de atividade, a empresa é encerrada e o valor recolhido retorna aos acionistas em forma de lucro ou prejuízo. Os valores correspondentes aos impostos recolhidos são doados a uma organização sem fins lucrativos da comunidade, escolhida pelos *achievers* sob a orientação dos *advisers*.

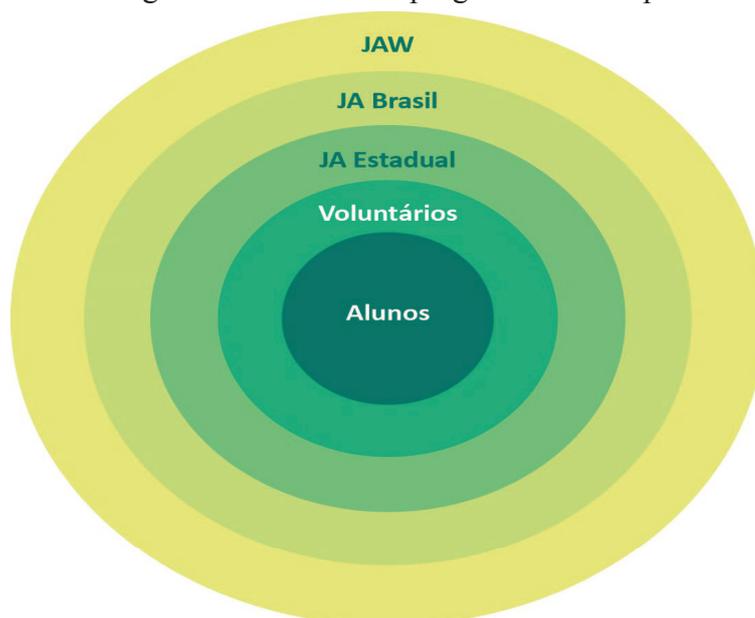
A figura 2 apresenta a evolução das atividades ao longo das quinze semanas (jornadas):

Figura 2: Fases do Programa



Fonte: Junior Achievement

Figura 3: Os atores do programa Miniempresa



Fonte: Junior Achievement.

A figura 3 apresenta os 5 atores envolvidos no projeto. A JAW trata-se da Junior Achievement Mundial, com sede nos Estados Unidos, que é quem autoriza os programas que podem ser desenvolvidos e fornece a metodologia para a sua realização. A JA Brasil atua na gestão geral do programa, no estabelecimento de metas e na captação dos recursos para a sua manutenção. A JA Estadual realiza as atividades necessárias para a realização do programa como: captação e treinamento dos voluntários, divulgação dos programas, busca e manutenção de parcerias, organização do fornecimento de materiais, etc. Os voluntários são os atores que atuam diretamente com os beneficiários do programa, que são os alunos. A captação de voluntários representa um dos maiores desafios para a JARS, conforme declaração da equipe gestora do programa miniempresa, e exige muito tempo e esforço:

*“(..)é difícil é um baita trabalho e leva uns 2 meses de busca intensa de voluntários pra dar conta das miniempresas que temos só em Porto Alegre..”
(Diretor Executivo)*

Essa captação para a formação das equipes de *advisers* acontece na seguinte escala:

- primeiramente a JARS entra em contato com as empresas investidoras, buscando o apoio com a indicação de funcionários que possam atuar como *advisers*;
- depois a organização entra em contato com os voluntários já fidelizados que costumam atuar todos os anos no programa;
- após, tem-se as pessoas da sociedade que entram em contato com a JARS pelo site, facebook e por meio de ligações (em geral essas pessoas tomaram conhecimento do programa por matéria no jornal, pelas redes sociais ou porque alguém próximo foi *achiever* ou *adviser*);
- e, por fim, a JARS usa a própria rede da escola que deseja a realização do programa, solicitando que a mesma se mobilize por meio do seu círculo de pais e mestres, professores e comunidade escolar para conseguir esses voluntários.

Como afirmam os autores Papadakis, Griffin e Frater (2004) e Cavalcante et. al (2012) apesar do caráter social das suas atividades, as ONGs não estão isentas das influências do mundo do trabalho e também têm sofrido com a falta de recursos, sendo em especial com a escassez de pessoal, como destacado pela coordenadora do Programa Miniempresa da Junior Achievement:

*“(..)algumas vezes não conseguimos abrir o número de miniempresas desejado pelas escolas porque não temos um número suficiente de voluntários...”
(Coordenadora do Programa)*

A JARS reconhece nas suas redes sociais um importante veículo de comunicação que pode auxiliá-la na captação de voluntários. Diante disso, a organização divulga postagens específicas que visam sensibilizar e atrair indivíduos para atuarem como *advisers*. As figuras 4, 5 e 6 mostram algumas dessas postagens.

Figura 4: Postagens em redes sociais para atração de voluntários



Fonte: Junior Achievement

Figura 5: Postagens em redes sociais para sensibilização de voluntários



Fonte: Junior Achievement

A equipe gestora do programa tem buscado aprimorar a sua comunicação com o público por meio das redes sociais:

“Nós começamos a ver as redes sociais como uma ferramenta de captação de voluntários há apenas um ano e meio, mas ainda estamos muito longe do que a gente deseja ser. De alguma forma nós precisamos colocar mensagens que as pessoas sintam mais desejo de compartilhar. Por isso a ideia de colocar depoimentos com o nome do voluntário porque esse compartilhará e sua rede de amigos pode ser incentivada.” (Diretor Executivo)

Como se pode observar nas figuras 5 e 6, grande parte dessas postagens se referem a depoimentos de voluntários que atuam ou atuaram no programa. Além de sensibilizarem outros indivíduos, essa prática é uma das indicadas por Serapioni (2013) para uma boa prática de Reconhecimento. Para o autor o convite para que os voluntários relatem suas experiências para outras pessoas faz com que os mesmos sintam-se reconhecidos e valorizados pela organização e, ao mesmo tempo, demonstra a outros indivíduos algumas das motivações que terão atendidas ao optarem por tornarem-se voluntários no programa.

Figura 6: Postagens em redes sociais para sensibilização de voluntários



Fonte: Junior Achievement

Todos os voluntários participantes do programa recebem uma certificação ao final da miniempresa, destacando seu importante papel para a realização do programa. Além disso, todos os anos a JARS e a JA promovem diversas premiações para as miniempresas participantes. Alguns desses prêmios são: melhor miniempresa (regional, estadual e nacional), melhor produto (regional, estadual e nacional), melhor setor de marketing (regional), melhor setor de Recursos Humanos (regional), melhor relações comunitárias (regional) e melhor equipe de *advisers* (regional), além de outras premiações em ações promovidas em parceria com outras organizações como SEBRAE e empresas como a Hewlett Packard (HP).

A equipe gestora do programa reconhece nessa certificação e nessas premiações uma importante ação de reconhecimento do trabalho dos voluntários, tornando-se uma estratégia para a sua retenção e também para a atração de novos indivíduos.

“Todos recebem um certificado no final e quem não vai na formatura por exemplo sempre busca ou manda e-mail solicitando, então dá pra ver que é importante pra eles terem esse certificado.”(Coordenadora do Programa)

Serapioni (2013) também destaca essas duas ações (entrega de certificados e diplomas e entrega de prêmios) como boas práticas de reconhecimento que devem ser praticadas pelas ONGs.

Todos os voluntários passam por uma capacitação antes de iniciarem as suas atividades na miniempresa. Essa capacitação é realizada pela gestora do programa no RS e efetua-se *in loco*, ou seja, na escola onde as atividades serão realizadas. Durante essa capacitação, são abordadas as habilidades e competências que poderão ser desenvolvidas pelo *adviser* durante sua trajetória no programa. Elas são representadas pela figura 7 que foi criada pela JARS utilizando alguns dos depoimentos coletados de seus voluntários.

Mesmo não tendo realizado nenhum estudo sobre as motivações dos seus voluntários, a JARS reconhece o desenvolvimento de habilidades e competências como um fator motivador para o ingresso dos seus voluntários, como indicam os autores McCurley e Lynch (1998); Clary et. al., 1998; Papadakis, Griffin e Frater (2004); Ferreira; Proença e Proença (2008); Warburton, Smith-Merry e Rogers (2011); Cavalcante, et. al.(2012); Christauskas; Petrauskiene e Marcinkeviciute (2012); Mascarenhas, Zambaldi e Varela (2013). Destacar o desenvolvimento dessas habilidades e competências durante o treinamento, é uma estratégia adotada pela JARS para ampliar as motivações de ingresso dos voluntários.

Figura 7: Mapa de Frequência de Palavras - Competências desenvolvidas pelos *advisers*



Fonte: Junior Achievement

A JARS conta ainda com um importante apoio na divulgação do projeto Miniempresa e captação de voluntários, trata-se do NEXA – Núcleo de Ex-achievers. O NEXA é uma associação formada por jovens que participaram dos programas da Junior Achievement e resolveram continuar integrados à ONG. Seu principal objetivo é intensificar e manter o vínculo entre os Ex-Achievers, a JARS e o Empresariado.

O núcleo foi fundado no ano de 1996 por iniciativa de uma ex-achiever do RS, e começou a ganhar forças e se tornar mais atuante a partir do ano 2000. O perfil do associado do NEXA é de jovens, entre 16 e 24 anos de idade, que estão buscando qualificar-se para enfrentar o mercado de trabalho. Enquanto estão vinculados ao NEXA, os associados participam de palestras, onde executivos e empreendedores compartilham suas histórias de sucesso (JARS, 2015).

Um dos trabalhos do NEXA é incentivar os ex-achievers a se voluntariarem:

“Nós temos um projeto que é o Adviser Júnior, onde pegamos aquele ex-achiever e colocamos ele ajudando um adviser para não perder o vínculo e também ir aprendendo. Geralmente tem um monte de achievers querendo ser advisers júnior nem conseguimos atender todos. Além disso o NEXA oferece outras coisas também como palestras exclusivas e treinamentos específicos apenas para associados que são Advisers.” (Coordenador do NEXA JARS)

Além de manter vínculo com o empreendedorismo, o NEXA proporciona a seus associados o desenvolvimento de ações sociais e atividades voluntárias, formando cidadãos preocupados com o meio ambiente e comunidade (JARS, 2015). Esse incentivo para que os

associados ao núcleo se voluntariem oferece uma contribuição fundamental para a formação das equipes de voluntários da JARS.

4.1 Categorias Identificadas nas Entrevistas

As entrevistas realizadas na primeira fase da coleta de dados foram transcritas e analisadas com o auxílio do software de análise qualitativa NVivo, assim como os depoimentos coletados no site e página da rede social da JARS. Para essa análise utilizou-se a técnica de análise de conteúdo que enfatiza o conteúdo das mensagens, tanto escrita quanto oral (FLICK, 2004) e consiste em descobrir os núcleos de sentido que compõem uma comunicação cuja presença ou frequência signifiquem alguma coisa para o objetivo analítico visado (BARDIN, 2009).

As categorias de análise, definidas a partir da revisão bibliográfica, foram organizadas em quatro grandes grupos, e esses grupos subdivididos em subcategorias: Motivações Pessoais (Desejo de ser útil, Satisfação Pessoal e Reconhecimento), Motivações Sociais (Construção de Laços de Amizade, Senso de Pertencimento e Reciprocidade), Motivações Profissionais (Desenvolver Habilidades e Competências, Oportunidade de Emprego e Networking) e Motivações Ideológicas (Crença na Causa e Religião).

4.1.1 Motivações Pessoais

A categoria Motivações Pessoais subdivide-se em: a) desejo de ser útil, b) satisfação pessoal e c) reconhecimento. Relaciona-se com as motivações ligadas diretamente ao bem estar do indivíduo voluntário. Todos os elementos relacionados a essa categoria foram identificados nas entrevistas.

O desejo de ser útil pode ser definido como a vontade de fazer algo que é importante para outras pessoas e o sentimento de orgulho por reconhecer-se como um indivíduo que atua servindo e contribuindo para a sociedade (KOHAN, 1965; MOURA; SOUZA, 2007). Esses elementos foram identificados ao longo das entrevistas:

“O que motiva a gente é até difícil de explicar. A vontade de ajudar os outros é uma coisa que vem de dentro da pessoa.”(Voluntário)

“O mundo anda tão individualizado e tu olhar pro lado e ver que tem gente que precisa da gente e tu ajudar, tu sente que se torna uma pessoa melhor.”(Voluntária)

Ao relatarem o orgulho que sentem pelo trabalho que realizam, os voluntários demonstram que consideram a sua contribuição importante, tanto para os indivíduos beneficiados, como para a sociedade em geral.

Para muitos voluntários a realização da deste trabalho é uma oportunidade para fazer algo que vale a pena (GOLDBERG-GLEN, 1991) e resulta em prazer e felicidade em promover o bem coletivo (MOURA; SOUZA, 2007). Eles sentem que estão ajudando outras pessoas e isso é motivo de orgulho.

“(...)sinceramente pra mim é um orgulho fazer parte disso, ser um voluntário que atua na cidade.” (Voluntário)

Os entrevistados que já estão afastados do mercado de trabalho, reconhecem no trabalho voluntário uma oportunidade para sentirem-se úteis para a sociedade, fazendo algo que vale a pena, usando suas habilidades e suas experiências e ainda mantendo um contato social (WARBURTON; SMITH-MERRY; ROGERS, 2011). A JARS identifica essa motivação em sua equipe de voluntários:

“Em Taquara a gente tem um senhor de 80 anos que é um ex-contador e ele tem uma energia que contagia todo mundo, ele une e motiva os outros advisers e pega a galerinha e deixa eles bem loucos. Ele atuou muitos anos na área, profissional estabelecido na cidade pequena e a gente percebe que ele quer muito passar o que sabe, então ele é adviser na área de finanças. Ele se sente útil sendo adviser.” (Coordenadora do Programa)

A satisfação pessoal também foi uma motivação destacada pelos voluntários durante as entrevistas. Muitos voluntários relatam que se sentem bem consigo mesmo ao realizarem atividades de ação voluntária:

“Eu me senti muito satisfeito com minha atuação como voluntário. Eu tive que me dedicar mas eu fiz a diferença na vida deles e senti uma satisfação enorme com isso.”(Voluntário)

Ao acreditarem que o seu trabalho beneficia outras pessoas, muitos voluntários sentem-se mais felizes e mais realizados, sendo uma remuneração não financeira do tempo

dedicado às atividades voluntárias (SOUZA; MEDEIROS, 2012). Ou seja, a satisfação sentida ao realizarem o trabalho voluntário funciona como uma gratificação pelo seu tempo e esforço e essa sensação de bem-estar motiva os indivíduos a permanecerem no voluntariado.

“É que a gente se sente realizada, mais leve, que está fazendo algo em prol dos outros e isso não tem preço.” (Voluntária)

“Porque é algo gratificante pra mim ser voluntário. Não tenho palavras assim, porque é algo que pra minha vida é importante e eu sinto muito orgulho disso” (Voluntário ex-achiever)

As recompensas ou benefícios, associados ao voluntariado, podem relacionar-se também com necessidades do ego e de reconhecimento social (FERREIRA; PROENÇA; PROENÇA, 2008). Ser reconhecido como um indivíduo que atua voluntariamente na sociedade representa uma motivação para muitos voluntários, como foi observado nas entrevistas:

“Gosto muito de ser visto como voluntário (...) Não sei, talvez pelo status de que eu estou ajudando alguém e fazendo algo não só em meu benefício mas também para ajudar outras pessoas.” (Voluntário ex-achiever)

“Então se cada um se doar um pouco pra comunidade que está inserido, ajudar os outros, só vai ganhar. Vai ganhar conhecimento, vai ganhar notoriedade na sociedade. As pessoas veem o que tu tá fazendo.” (Voluntário)

Para alguns voluntário esse reconhecimento por outras pessoas se transforma em uma visão positiva (MONTEIRO; MAIA, 2009) e estima (OMOTO; SNYDER, 1995) e pode trazer diversos benefícios na sua relação com a comunidade em que atuam:

“Eu tenho comércio dentro da cidade e é muito importante que a comunidade veja. Elas já olham pra gente com mais simpatia, que a gente seja parceiro da comunidade.” (Voluntário)

Foi possível identificar durante as entrevistas que esse benefício do reconhecimento é muito mais valorizado pelos voluntários que atuam nas cidades menores, como no caso de Taquara. O organizador do grupo de *advisers* dessa cidade é quem convida os demais membros para serem voluntários e ser convidado para participar é motivo de orgulho e até de status. Além disso, a relação desses indivíduos com sua comunidade torna-se mais estreita,

visto que a quantidade de habitantes é significativamente menor do que nas cidades da região metropolitana, tornando o reconhecimento ainda mais importante.

Esse reconhecimento pode funcionar ainda como um “salário emocional”, uma “remuneração motivacional” dos voluntários que é muito esquecida na gestão do voluntariado (SERAPIONI, 2013). A JARS já reconhece a importância do reconhecimento para a atração e retenção de voluntários e preocupa-se em atender essa motivação:

“Isso mexe muito com os voluntários, eles gostam desse reconhecimento. Esse ano na formatura nós distribuimos muitos prêmios e quanto mais prêmios possíveis pudermos melhor. Tem que premiar e reconhecer. O voluntário deseja isso, esse reconhecimento e essa oportunidade de ter isso na carreira. A gente reconhece essa vontade que é de qualquer colaborador e ainda maior no voluntário, pois ele o reconhecimento é só o mérito e não financeiro.”(Diretor Executivo JARS)

Consciente de que organizações devem buscar, a implementação de estratégias de reconhecimento para contribuir para maiores graus de satisfação, e portanto retenção dos seus voluntários (SERAPIONI, 2013), a JARS oferece premiações durante as formaturas das Miniempresas e percebe como essa ação de reconhecimento afeta na formação e manutenção das equipes de *advisers*:

“(...)todos querem ganhar e as equipes que ganham dificilmente se desfazem. Nas cidades e escolas que ganham sempre aparece mais gente querendo participar.”(Coordenadora do Programa)

“Teve um caso de adviser que sentiu que foi injusto, que reclamou de como foi a premiação e deixou de ser, chegou a desistir de ser adviser.” (Coordenador do NEXA JARS)

Todas as subcategorias relacionadas com a categoria de Motivações Pessoais foram, portanto, identificadas durante a análise de conteúdo das entrevistas. Percebeu-se que essas motivações são mais destacadas pelos voluntários que não são ex-achievers. Ressalta-se que a maior parte desses indivíduos já estão inseridos na comunidade e no mercado de trabalho, sendo que muitos são gestores ou proprietários de empresas. Isso pode justificar a grande importância dada por esses indivíduos para o reconhecimento e, principalmente, para a satisfação pessoal.

4.1.2 Motivações Sociais

As subcategorias relacionadas com as motivações sociais são: a) o senso de pertencimento, b) a construção de laços de amizade e c) a reciprocidade. O senso de pertencimento está relacionado com a experiência de envolvimento pessoal num sistema ou num ambiente, de forma que as pessoas sintam-se parte integrante dos mesmos (HAGERTY, 1992) com uma participação efetiva em um grupo (DOHME, 2001). Essa integração e valorização da participação foi identificada durante as entrevistas:

“A gente tem grupos de trabalho voluntário e uma forte integração. A gente troca dicas e às vezes dependendo da atividade a gente convida pessoal de outra cidade, que é do grupo, pra vir participar, ajudar.” (Voluntário)

O senso de pertencimento está ligado ao sentimento de importância e valorização perante o grupo, de forma que a pessoa se sinta bem e esteja adaptada a ele (MONTEIRO e MAIA, 2009) e sinta harmonia em um grupo (DOHME, 2001). Sentir que o grupo é unido faz com que o voluntário se sinta acolhido e tenha o desejo de reencontrar esse grupo sempre que possível.

“Por mais que a gente já se conhecesse, a gente acaba se fortalecendo mais. Toda semana quando a gente se encontra lá é uma festa assim. A turma é bem unida, se dá muito bem.” (Voluntária)

Muitos indivíduos podem se engajar em ações voluntárias por reconhecerem nelas uma oportunidade para estar com os amigos (CLARY et. al., 1998) e também fazer novas amizades (CAVALCANTE, et. al., 2012). Essa motivação também foi identificada nas entrevistas:

“Eu fiz amigos também. Vários dos amigos que saio hoje são colegas que conheci nos trabalhos com as miniempresas.” (Voluntária ex-achiever)

Alguns indivíduos veem o trabalho voluntário como uma oportunidade de ajudá-los a adaptar-se e conviver com grupos sociais que são importantes para eles, servindo, assim, uma função social (PAPADAKIS; GRIFFIN; FRATER, 2004).

“O aprendizado e conhecer pessoas novas. Sou muito tímido, então sempre tive dificuldade com pessoas.” (Voluntário ex-achiever)

Como as atividades voluntárias no programa exigem uma forte comunicação entre todos os *advisers*, a timidez acaba sendo vencida pela necessidade de interação. A oportunidade de construir novas relações de amizade torna-se ainda mais importante quando o indivíduo reconhece em si mesmo essa dificuldade de estabelecer relações sociais.

O fato de gostarem de conviver com outras pessoas e de construir laços de amizade é um fator motivador para diversos indivíduos realizarem trabalho voluntário (MOURA; SOUZA, 2007) e satisfazer essa motivação pode garantir a sua permanência nas atividades.

“Aqui em Taquara a gente consegue até fazer com que as pessoas fiquem mais como voluntários. O pessoal que entra acaba formando laços de amizade, porque a cidade é pequena, aí as pessoas se conhecem e fica mais fácil ir atraindo gente pra atuar.” (Voluntário)

Como há o estabelecimento de relações de amizade, muitos voluntários permanecem pelo desejo de reencontrar esses colegas de voluntariado e também para não prejudicarem o grupo ao qual pertencem, e que depende da colaboração de todos.

A realização do trabalho voluntário pode também pautar-se no sentimento de necessidade de retribuição e também de doação para a perpetuação do auxílio, sendo esse o conceito de reciprocidade, que é o princípio que fundamenta a construção dos vínculos sociais (GAIGER, 2013). Essa motivação foi identificada nas entrevistas:

“E a gente devolve pra comunidade um pouquinho daquilo que ela nos dá.” (Voluntário)

O sentimento de obrigação de retribuir algo que foi recebido pode motivar o indivíduo a realizar uma ação voluntária (MCCURLEY; LYNCH, 1998) assim como o desejo de cultivar vínculos de pertença, identidade e confiança com pessoas semelhantes, embora possam ser desconhecidas (GAIGER, 2013). Muitos voluntários são ex-achievers, ou seja, participaram do projeto Miniempresa como alunos e sentiram-se motivados a retornar ao projeto como voluntários. É muito presente em suas entrevistas o desejo de retribuir o que aprenderam no projeto, permitindo que outros jovens tenham acesso aos benefícios que receberam:

“A principal motivação foi de poder levar a outros jovens aquilo que eu aprendi e tentar aprimorar cada vez mais. Tentar com a minha experiência tornar a experiência deles no projeto ainda melhor. Quando eu participei tinha 15 anos, era super fechado e tímido e a miniempresa me modificou todo tanto pessoalmente quanto profissionalmente.”(Voluntário ex-achiever)

“Eu participei primeiramente do projeto como achiever em 2011 e meus advisers eram muito presentes. Quando saí eu decidi participar do NEXA e eu me apaixonei tanto por tudo que aprendi como achiever que vi que sendo adviser teria a oportunidade de devolver aquilo que aprendi e ensinar para outras pessoas.” (Voluntário ex-achiever)

Muitos retornam às mesmas escolas onde vivenciaram a experiência do projeto como *achievers* e relatam que isso torna a atividade ainda mais significativa, demonstrando o forte vínculo criado com a participação no projeto:

“(...)eu fui adviser no mesmo colégio em que eu estudei e participei da miniempresa como achiever. Aí foi mais compensador ainda.(Voluntário ex-achiever)”

Monteiro e Maia (2009) ressaltam que são pelas experiências de vida anteriores que se molda o sentimento de pertença atual, as quais, sendo positivas, podem levar o sujeito a desenvolver motivação para o envolvimento, ou seja, um indivíduo pode desejar participar de um grupo para perpetuar um vínculo que representou uma experiência positiva. Esse elemento fica evidenciado na análise das entrevistas:

“Eu me tornei voluntária por ter sido achiever.”(Voluntária ex-achiever)

“Eu gostei muito da minha experiência como achiever, ela foi muito importante para o meu crescimento e eu queria passar tudo aquilo que eu aprendi para outras pessoas. Aí então eu achei muito interessante essa ideia de ser adviser de outras pessoas que, assim como eu, queriam aprender.” (Voluntário ex-achiever)

“Eu também fui achiever na paixão, por amor em conhecer e aprender coisas novas. Eu aprendi a gerenciar não só o negócio mas as minhas ideias também e aí eu tive vontade de ver outras pessoas aprendendo isso.”(Voluntário ex-achiever)

Como a participação no projeto como *achievers* representou uma experiência bastante positiva para esses indivíduos, eles motivam-se a retornarem ao programa como *advisers*, para que essa experiência seja disponibilizada também para outros jovens. Ao destacarem o

que aprenderam, desenvolveram e ganharam como *achivers* eles demonstram o desejo de retribuir esses benefícios, perpetuando o auxílio.

Todas as subcategorias relacionadas às Motivações Sociais foram, portanto, identificadas na análise de conteúdo das entrevistas, com destaque para a Reciprocidade. Essa motivação foi fortemente destacada pelos voluntários que são ex-participantes do projeto, demonstrando que a experiência positiva que vivenciaram influenciou na sua decisão de se tornarem voluntários.

4.1.3 Motivações Profissionais

A categoria Motivações Profissionais subdivide-se em: a) Desenvolvimento de Habilidades e Competências, b) Oportunidade Profissional e c) Networking e estão relacionadas com o desejo do indivíduo de ampliar as suas oportunidades no campo profissional.

A realização de atividades voluntárias pode representar uma oportunidade para que muitos indivíduos desenvolvam novas oportunidades no campo profissional. Esses indivíduos reconhecem no trabalho voluntário oportunidades para adquirirem novas experiências de aprendizagem e de exercício de conhecimentos, competências e habilidades (CLARY, et. al. 1998). Essa motivação foi fortemente identificada nas entrevistas, sendo reconhecida pela própria JARS, principalmente quanto aos ex-achievers:

*“(...)eles vêem no voluntariado uma oportunidade de apreender mais, tipo já aprendi na Miniempresa então sendo adviser vou aprender ainda mais e vou ensinar o que eu sei, além disso vão ter contato com outros empresários, outros advisers e assim criar relações que é o que a gente busca com o NEXA.”
(Coordenador do NEXA)*

Muitos voluntários ainda não atuam no mercado de trabalho e reconhecem no voluntariado uma oportunidade de adquirirem experiência e também desenvolver habilidades que serão importantes para a área em que desejam trabalhar.

“Pra mim ser voluntário sempre significou um ganho de experiência e eu quero continuar minha carreira na área de Comunicação, então ser adviser de marketing ajuda muito. E aí eu ia e as pessoas diziam: “mas tu trabalha e não

ganha nada” e eu sempre respondia “ganho sim, ganho experiência”. É um ganho muito mais importante que o material .”(Voluntária ex-achiever)

E mesmo os voluntários que já atuam no meio profissional reconhecem que podem desenvolver outras habilidades e competências com o voluntariado. Para eles o voluntariado ajuda a aumentar o seu conhecimento do mundo e de desenvolver e praticar habilidades que poderiam passar sem praticar, satisfazendo assim uma função de entendimento (PAPADAKIS; GRIFFIN; FRATER, 2004).

“Falar pra mais pessoas realmente está sendo um aprendizado porque até então eu só falava em reuniões internas da minha empresa e é bem diferente.” (Voluntário)

“Eu tenho uma paixão por aprender e também da ideia de ensinar, apesar de não ter muita paciência. E como adviser você precisa aprender a ter paciência, então foi uma das coisas que desenvolvi. Isso é muito interessante porque além de ensinar eu aprendi também.”(Voluntário ex-achiever)

Como muitos desses voluntários atuam na área empresarial há muitos anos, essas novas experiências podem servir, inclusive, para atualizarem os seus conhecimentos relacionados à gestão.

“É uma maneira da gente dar uma reciclada nos conhecimentos da gente” (Voluntário)

A JARS destaca que alguns voluntários decidem atuar em áreas nas quais ainda não possuem grande experiência, buscando exatamente desenvolver essas habilidades e aprender algo novo.

“(...)o presidente do NEXA, o anterior, ele foi adviser e ele é design então ele poderia ser adviser no marketing, mas ele disse assim: não, eu quero ser financeiro, porque eu já trabalho com mkt todo dia e quero aprender algo novo. Muito da ideia de ser voluntário é isso, pegar uma área que tu não conhece e aprender.” (Coordenador do NEXA)

Muitos indivíduos possuem maior dificuldade em desenvolver essas habilidades nas empresas em que trabalham e identificam na dinâmica social diferenciada das ONGs um espaço para esse desenvolvimento. Ao diferir do trabalho normalmente remunerado, a atividade voluntária pode resultar em novas oportunidades de conhecimento e de crescimento

peçoal e profissional (SOUZA; MEDEIROS, 2012), e esse elemento é abordado pelos voluntários durante as entrevistas:

“Tu não é empregado daquelas pessoas, tu tá trabalhando junto, tem liberdade e aprende de uma maneira mais leve.” (Voluntária ex-achiever)

Essa relação de liberdade destacada pela voluntária é vista como um benefício adicional por muitos voluntários. Por não possuírem vínculo empregatício com a organização, eles podem oferecer uma crítica construtiva e *feedback* aberto a esses gestores, o que também auxilia no seu desenvolvimento profissional (CUSKELLY; MCINTYRE; BOAG, 1998).

Algumas pessoas tornam-se voluntárias, porque acreditam que ganhar novas experiências e habilidades irá ajudá-las a melhorar e permitir que subam na carreira mais rápido. Pode representar um caminho para encontrar um trabalho melhor pago ou conseguir emprego mais estável (CHRISTAUSKAS; PETRAUSKIENE; MARCINKEVICIUTE, 2012), já que muitas organizações valorizam os profissionais que possuem experiência de voluntariado.

“Hoje em dia o voluntariado está em alta e as pessoas e empresas veem com bons olhos as pessoas que fazem esse tipo de coisa.” (Voluntário ex-achiever)

“Porque as empresas já sabem que isso diferencia. Que quem trabalha aqui na Junior Achievement teve esse preparo pra lidar com pessoas, trabalhar em grupo, se comunicar e isso é muito valorizado pelas empresas.” (Voluntária ex-achiever)

Esses indivíduos percebem uma valorização do trabalho voluntário pelo mercado de trabalho, onde as empresas o reconhecem como uma espécie de estágio formador de bons profissionais, dadas às experiências vivenciadas que agrega ao profissional (COELHO, 2000). Os entrevistados destacam a intenção de valorizar o currículo ao adicionar nele a experiência com o trabalho voluntário. Para muitos esse adicional pode diferenciá-los dos demais candidatos ao disputar uma vaga de emprego.

“(...)gosto muito de ser vista como alguém que ajudou na formação, no crescimento de alguém. E por vezes também é importante pro currículo. Por exemplo hoje vale muito estar lá que tu foi voluntário.” (Voluntária ex-achiever)

Os voluntários que ainda são estudantes consideram o trabalho voluntário realizado como uma experiência profissional nos processos de recrutamento em que participam, visto que,

muitas vezes, ainda não possuem uma experiência formal de trabalho (AZEVEDO, 2007). Esse é o caso de diversos jovens voluntários que são ex-achievers. Muitos acabaram de ingressar no ensino superior e percebem no projeto Miniempresa a oportunidade de desenvolverem habilidades relacionadas com a área em que desejam atuar, e também de adquirir experiência que possa enriquecer o seu currículo.

“Eu pretendo seguir a área de psicologia e como adviser eu aprendo muita coisa sobre gerenciar ideias, lidar com pessoas. E isso eu posso até colocar no meu currículo.”(Voluntário ex-achiever)

A JARS relata inclusive que, ao finalizarem o programa, todos os *advisers* recebem um certificado de participação. Aqueles que não conseguem participar da cerimônia de formatura para a retirada dos certificados no local entram em contato com a JARS imediatamente solicitando o envio ou indo fazer a retirada do mesmo. Erros na grafia do nome do *adviser* no certificado são também imediatamente relatados e muitos mencionam que precisam do certificado correto para anexá-lo ao currículo.

Mas não são apenas os voluntários que desejam adquirir ou mudar de emprego que reconhecem a importância do trabalho voluntário para a carreira profissional. Muitos profissionais buscam a atividade voluntária para aumentarem sua valorização na própria organização em que atuam.

“A GERDAU tem muitos voluntários no projeto e eles fazem muito isso, procuram coisas que não sabem e aprendem. NA GERDAU é uma empresa que incentiva os funcionários a serem voluntários. A DELL também e aí eles falam “ah a minha empresa valoriza quem é voluntário”, então alguns buscam ser até pra serem mais valorizados na empresa.”(Coordenadora do Programa)

A GERDAU é inclusive uma das organizações mantenedoras da ONG Junior Achievement RS, e por isso, incentiva os seus colaboradores a atuarem nos projetos que são desenvolvidos pela JARS. Os voluntários podem contribuir com a experiência desenvolvida na empresa, compartilhando-a com os *achievers*.

A realização de trabalhos voluntários pode também facilitar o aumento das redes de relacionamentos e contatos profissionais (PIDGEON, 1997; CHOI; CHOU, 2010), ou seja, desenvolver o *networking*. Essa motivação também é fortemente identificada nas entrevistas:

“Ter sido adviser é algo que te rende muito, digamos assim, assunto. Eu sei que em qualquer evento empresarial que eu for é só tocar nesse assunto, relatar essas experiências com esses jovens e isso me ajuda a me relacionar, a fazer um bom networking.” (Voluntário)

“Hoje em dia você estar envolvido e interagindo com pessoas além de estar aprendendo eu também acabo conhecendo outras pessoas e até mesmo de acabar sendo convidada para participar de atividades. Alguns dos advisers eu não conhecia e conheci na miniempresa ou nas visitas técnicas, então o networking vai aumentando e isso pode trazer oportunidades depois.” (Voluntária)

O aumento dessas relações e contatos profissionais pode auxiliar na ascensão da carreira ou até garantir uma oportunidade de conseguir um emprego. Essa motivação é destacada principalmente pelos voluntários que são ex-achievers, já que a maioria ainda está iniciando no mercado de trabalho.

“Eu sou um cara quieto, falo pouco, e como voluntário eu preciso falar, me abrir e conheço outras pessoas também que podem me ajudar no futuro. Os outros advisers até dizem que se eu precisar posso procurar ele para conseguir uma oportunidade.” (Voluntário ex-achiever)

“Dentro do NEXA fica claro que o principal é isso, mas muitos também buscam fazer contatos, conhecer donos de empresa e mostrar o seu trabalho pra tentar ser contratado futuramente ou tentar uma indicação dele.” (Coordenador do NEXA)

Por fim, além de ter suas habilidades expostas, o aumento da rede de relacionamentos por meio do trabalho voluntário permite que conheçam as habilidades de outros profissionais. Ao conhecer o trabalho e as capacidades de outras pessoas, revelam-se oportunidades da utilização de talentos muitas vezes imprevistas (MASCARENHAS; ZAMBALDI; VARELA, 2013). Como diversos voluntários são empresários, durante a atuação no projeto Miniempresa eles podem identificar jovens com potencial para atuarem nas organizações em que são gestores.

“Tem gente lá que até desperta interesse na gente e quem sabe futuramente a gente consiga captar talentos lá de dentro, porque hoje o recrutamento e seleção estão bem difíceis e a gente vai identificando alguns deles que podem ser bons para a empresa no futuro.” (Voluntário)

Todas as subcategorias de motivações profissionais foram identificadas nas entrevistas. Percebeu-se que as motivações profissionais, principalmente as relacionadas com

a aquisição de experiência, habilidades e competências e valorização do currículo foram mais citadas pelos voluntários ex-achievers. Em geral esses voluntários estão ingressando ou buscando crescimento na carreira profissional, o que pode justificar a maior importância dada a essas motivações por parte desses indivíduos.

4.1.4 Motivações Ideológicas

Para alguns indivíduos o trabalho voluntário só é motivado quando o seu sentido está alinhado com as suas ideologias. Nesta categoria, representam motivações a) a crença na causa e b) os vínculos religiosos.

O vínculo a um ideal ou missão e a importância do valor social têm sido constantemente relatados como elementos fundamentais no trabalho voluntário. Os indivíduos precisam sentir uma identificação com a causa da organização, um verdadeiro interesse pelo trabalho desenvolvido e entusiasmo pelos objetivos do projeto ou instituição (SOUZA; MEDEIROS, 2012). Identificou-se nas entrevistas a forte ligação dos voluntários com a causa do projeto:

“Um colega nosso descobriu esse projeto e nos apresentou, nos propôs a ideia e nós achamos interessante e abraçamos a causa.”(Voluntário)

Muitos voluntários são profissionais da área de gestão, o que aumenta sua identificação com o objetivo principal do projeto, que é fomentar o empreendedorismo entre os jovens em idade escolar.

“(…)tem uma leva de voluntários, esses mais experimentados de trajetória empresarial que são apaixonados pelo tema. Que amam o empreendedorismo e veem nele uma solução para o crescimento do nosso país e assumem a JA como a principal ferramenta pra gente causar essa transformação.”(Diretor Executivo)

Algumas pessoas começam o voluntariado porque acreditam nos objetivos da organização e estão seguros de que podem ajudar de uma forma ou de outra na resolução de vários problemas (CHRISTAUSKAS; PETRAUSKIENE; MARCINKEVICIUTE, 2012). Sentem-se um agente construtor da sociedade (SOUZA; MEDEIROS, 2012) e que é sua responsabilidade realizar esse trabalho.

“Eu acredito que tudo depende da gente. Que se a gente não fizer ninguém vai fazer; então isso sim me motivou. E eu vejo quão nobre é o trabalho da JA e eu acredito muito nisso.”(Voluntária)

Alguns voluntários sentem que têm uma missão a cumprir, uma mensagem a passar (GARAY, 2001); (FERREIRA; PROENÇA; PROENÇA, 2008) e deseja disseminar uma cultura ou uma ideia na qual acredita (SOUZA; COSTA, 2013).

“Quando tu é voluntário tu passa uma mensagem assim como tu recebe muitas outras.”(Voluntária ex-achiever)

A religiosidade também foi identificada na análise das entrevistas, apesar de ter sido com pouca intensidade. Algumas instituições religiosas desenvolvem entre os seus seguidores a cultura da realização do trabalho voluntário pautadas na disseminação da caridade (TEODÓSIO, 2002). Apenas uma voluntária afirmou ter a religião como um motivador para a realização do trabalho voluntário:

“Desde pequena o voluntariado foi muito presente na minha religião. A gente faz até cursos de formação. Desde pequena eu frequentava o movimento juvenil de jovens judeus.”(Voluntária ex-achiever)

Grande parte das pesquisas relacionadas ao trabalho voluntário foram realizadas em organizações com cunho religioso como em uma Igreja Evangélica (YEUNG, 2004); na Pastoral da Criança (MOURA; SOUZA, 2007); em uma Instituição Espírita (PICCOLI; GODOI, 2012). As demais ONGs onde as pesquisas foram aplicadas relacionam-se principalmente com assistência social e assistência à saúde. Nesses estudos os aspectos ideológicos, principalmente relacionados ao elemento Religião, foram fortemente identificados.

Entretanto a JARS não possui nenhum vínculo com instituições de caráter religioso e os voluntários que atuam no projeto Miniempresa são, em geral, profissionais da área de gestão. Isso pode justificar a baixa incidência da motivação religiosa entre esses indivíduos. Os autores Souza e Costa (2013) destacam que, apesar de ainda estar relacionada à ação religiosa em diversas instâncias, a ação voluntária está evoluindo e passando a ser um ato de cidadania. Essa evolução que fica fortemente evidenciada entre as motivações dos voluntários da JARS.

4.1.5 Frequência das Categorias de Motivações nas Entrevistas

Com a ajuda do software Nvivo (versão 10), foram gerados mapas de frequências de palavras, permitindo identificar quais os termos mais citados nos depoimentos e entrevistas dos voluntários. As figuras 8, 9 e 10 apresentam esses mapas de frequência.

A figura 8 apresenta a frequência de palavras das entrevistas e depoimentos de todos os respondentes, sem distinção entre os que foram ou não *achievers*. Pode-se perceber que as palavras mais destacadas se relacionam com a categoria de Motivações Profissionais, sendo: Aprendizado e Experiência (Motivação de Desenvolver Habilidades e Competências) e oportunidade (Motivação de Oportunidade de Emprego). Aparecem também, apesar de em menor intensidade, os termos: *networking*, crescimento, currículo e conhecimento, também relacionados a essa categoria.

Em segundo plano destacam-se os termos relacionados às Motivações Sociais: Reciprocidade e Amizade; e também os termos relacionados às Motivações Pessoais: Satisfação, Reconhecimento e Orgulho.

E em menor intensidade, mas ainda presente, encontra-se a categoria de Motivações Ideológicas, com os termos: religião e crença.

Figura 8: Frequência de palavras geral

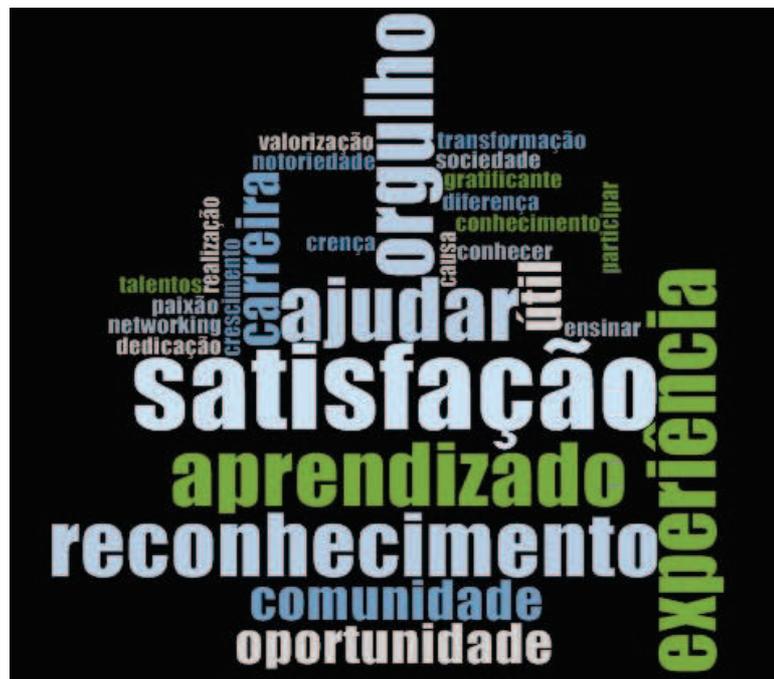


Fonte: Elaborado pela autora a partir das entrevistas

A figura 9 apresenta a frequência de palavras das entrevistas e depoimentos dos voluntários que não são ex-achievers, ou seja, que não foram beneficiários do programa antes de se tornarem voluntários. Os termos em maior destaque no mapa de palavras desse grupo de entrevistados se relacionam com a categoria de Motivações Pessoais, sendo: Satisfação, Reconhecimento e Orgulho.

Em seguida, os termos mais destacados se relacionam com a categoria de Motivações Profissionais: Aprendizado, Experiência e Oportunidade. As categorias de Motivações Sociais e Ideológicas aparecem com pouca intensidade.

Figura 9: Mapa de frequência de palavras voluntários



Fonte: Elaborado pela autora a partir das entrevistas

A figura 10 apresenta o mapa de intensidade de palavras dos voluntários que são ex-achievers. Ou seja, ingressaram no programa como alunos e, após a sua conclusão, voltaram à JARS como voluntários.

Figura 10: Mapa de frequência de palavras voluntários ex-achievers



Fonte: Elaborado pela autora a partir das entrevistas

Os termos em maior destaque das entrevistas desse grupo de voluntários se relacionam com as Motivações Profissionais, sendo: Aprendizado, Oportunidade, Currículo, Experiência e *Networking*.

Em segundo lugar destacam-se as categorias de Motivações Sociais, sendo: Amizade e Reciprocidade. As categorias de Motivações Pessoais e Ideológicas aparecem com pouca intensidade, mas ainda sim estão presentes.

Os mapas de palavras ilustram as diferenças identificadas nas entrevistas entre os voluntários que vivenciaram ou não a experiência como beneficiários do programa. Os ex-achievers parecem valorizar fortemente os benefícios profissionais e sociais relacionados ao trabalho voluntário. Já os demais voluntários valorizam mais os benefícios pessoais e também os profissionais.

Além disso, para explicar essas diferenças, além da experiência vivenciada, destaca-se uma diferença percebida entre as idades dos entrevistados. Em geral, os ex-achievers são mais jovens que os demais voluntários e estão ingressando ou buscando crescimento no mercado de trabalho. Essa diferença de idade pode influenciar nas motivações para o ingresso no voluntariado. Ainda, durante a experiência como *achievers* esses voluntários relatam terem

desenvolvidos novas habilidades e competências, tendo sido uma importante experiência de aprendizado. Muitos retornam ao programa buscando ampliar esses conhecimentos e também garantir que outros jovens tenham acesso a eles.

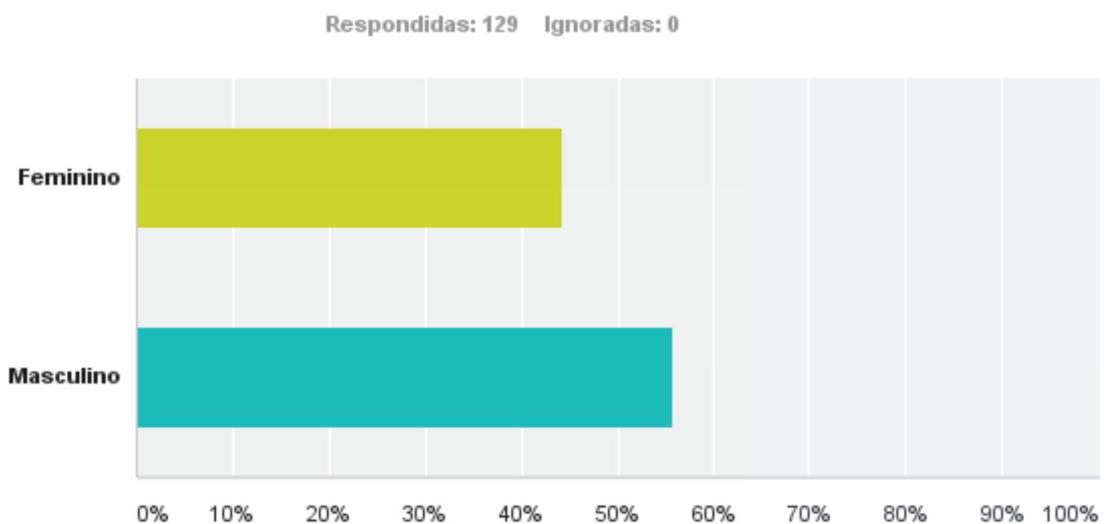
Os voluntários que não foram *achievers* procuram o programa buscando contribuir para o projeto por acreditarem na causa. Eles também reconhecem no voluntariado uma oportunidade para adquirir novas experiências, mas além disso desejam realizar uma atividade da qual sintam orgulho e que lhes traga satisfação e reconhecimento.

4.2 Análise dos Dados Quantitativos

A análise quantitativa inicia-se por uma análise descritiva com o objetivo de caracterizar os participantes da pesquisa, apresentando o seu perfil. Para a descrição dos respondentes quanto ao gênero, à idade, à escolaridade, ao número de edições do projeto em que atuou e se participou do mesmo como *achiever*, foi realizada uma distribuição por frequência.

O gráfico 1 apresenta os resultados do perfil dos respondentes quanto ao gênero. Dos 129 respondentes, 44% (57) são do gênero feminino e 56% (72) do gênero masculino.

Gráfico 1 – Gênero



Fonte: surveymonkey com base nos dados dos respondentes

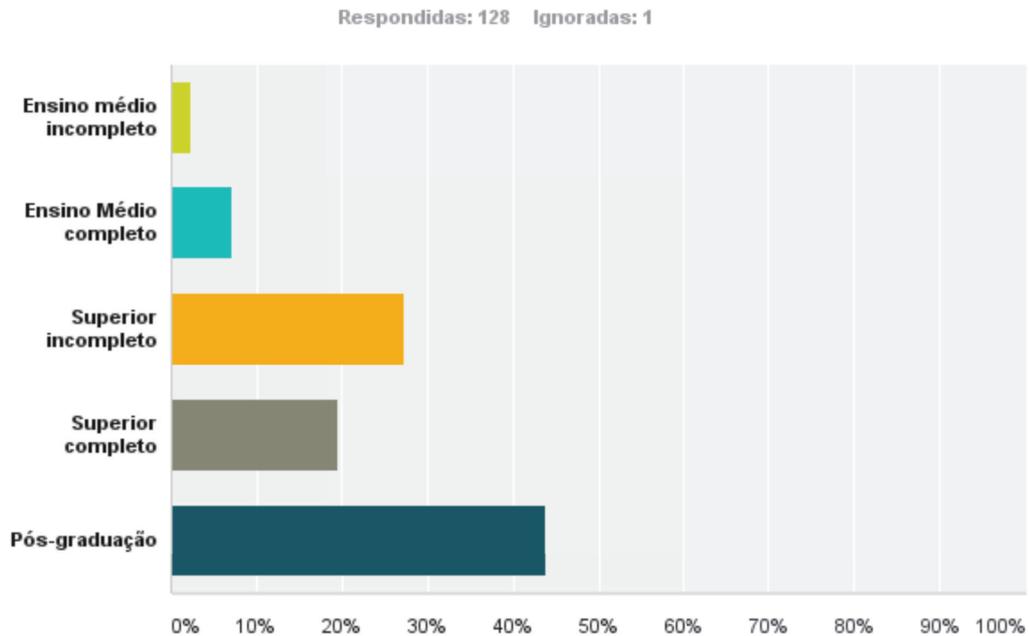
Este resultado demonstra uma importante diferenciação entre o perfil de voluntários respondentes desta pesquisa, em comparação com a maioria dos estudos realizados sobre o tema. A maior parte dos autores (CLARY, SNYDER; RIDGE, 1992; CAMPOS; BRESOLIN, 2001; YEUNG, 2004; MOURA; SOUZA, 2007; SILVA; VILLELA, 2008; MACHADO; FREDEBON, 2008; JIMÉNEZ; FUERTES; ABAD, 2009) registrou uma porcentagem significativamente maior de mulheres entre os grupos de voluntários estudados.

Essa diferença em relação à literatura pode ser explicada pelo tipo de organização estudada. Os estudos acima listados foram realizados em grande parte nas áreas da saúde e assistência social, ou em organizações de caráter religioso. A JARS atrai como voluntários principalmente profissionais da área de gestão, o que pode explicar a maior incidência de indivíduos do gênero masculino.

Quanto à idade, o perfil de respondentes mostrou-se bastante jovem, sendo que 30,23% possuem entre 18 e 25 anos; 29,46% entre 26 e 30 anos; 11,63% entre 31 e 35 anos; 13,95% entre 36 e 40 anos e 14,73% com mais de 41 anos. Ou seja, mais de 40% dos participantes possuem menos de 30 anos. Esse perfil jovem pode ser explicado pelo forte trabalho de atração de voluntários que a JARS vem realizando junto aos ex-achievers por meio do NEXA. Esse núcleo promove palestras e encontros entre os ex-beneficiários do projeto Miniempresa e os incentiva fortemente a retornarem ao programa como voluntários.

Em relação à Escolaridade, como apresentado no Gráfico 2, percebe-se que o grau de escolaridade dos respondentes é muito alto sendo que 60% da amostra possui ensino superior completo e destes 44% já possuem pós-graduação. Apenas 35% dos participantes não possui o ensino superior completo. Como o programa exige dos voluntários conhecimentos básicos na área de Gestão, muitos já são formados e especializados nas áreas de Contabilidade, Marketing, Publicidade e Propaganda, Direito e, principalmente, Administração.

Gráfico 2 – Escolaridade

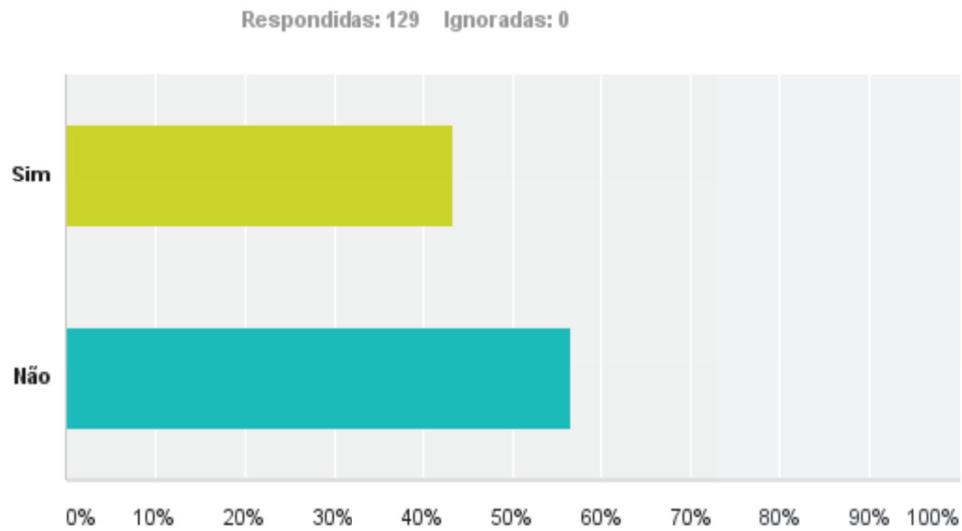


Fonte: surveymonkey com base nos dados dos respondentes

Quanto ao número de edições do projeto em que atuaram, 46% responderam que atuaram apenas em 1 edição; 40% de 2 a 4 edições; 9% de 5 a 8 edições e 5% em mais de 8 edições. Ou seja, a maior parte dos voluntários (54%) retornou ao projeto para atuar em mais edições.

Por fim, ainda em relação ao perfil dos voluntários respondentes, 44% responderam que são ex-achievers, ou seja, participaram do projeto como alunos durante a sua trajetória escolar, e 56% são voluntários que atuam no projeto, mas não vivenciaram essa experiência.

Gráfico 3 – Participação como achiever



Fonte: surveymonkey com base nos dados dos respondentes

As motivações foram apresentadas no questionário como variáveis intervalares, através de uma escala de cinco pontos tipo *Likert*, sendo 1 equivale a “discordo totalmente” e 5 “concordo totalmente”. O quadro 9 apresenta a estatística descritiva das motivações com o valor mínimo e máximo, a média e o desvio padrão de cada questão. As motivações estão dispostas em ordem decrescente conforme a média encontrada para cada uma delas.

Quadro 9: Estatística descritiva das motivações

	Categoria	Subcategoria	Mínimo	Máximo	Média	Desvio padrão
Eu quero que o projeto continue ajudando outros adolescentes	Social	Reciprocidade	1	5	4,80	,616
Eu desejo um mundo melhor	Ideológica	Crença na causa	1	5	4,70	,663
O trabalho voluntário me faz sentir bem	Pessoal	Satisfação pessoal	2	5	4,66	,657
Eu quero fazer algo de valor	Pessoal	Desejo de ser útil	1	5	4,64	,717
Eu acredito que esse trabalho ajudará a sociedade	Pessoal	Desejo de ser útil	1	5	4,63	,697
Identifico-me com o trabalho realizado pelo projeto	Ideológica	Crença na causa	1	5	4,63	,699
Gosto de fazer parte de um grupo de trabalho voluntário	Social	Senso de Pertencimento	2	5	4,52	,699
Eu sinto que é importante para ajudar os outros	Pessoal	Desejo de ser útil	1	5	4,46	,720
Eu quero desenvolver relacionamento com outras pessoas	Social	Construção de laços de amizade	2	5	4,45	,730
Realizando o trabalho voluntário posso conhecer e trabalhar com outros profissionais	Profissional	Networking	1	5	4,41	,839
Durante o trabalho voluntário posso construir laços de amizade	Social	Construção de laços de amizade	1	5	4,31	,881
Entrei no projeto Miniempresa para aprender e ganhar experiência	Profissional	Desenvolvimento de Habilidades e Competências	1	5	4,25	1,004
No projeto posso desenvolver habilidades que não desempenho no meu trabalho remunerado	Profissional	Desenvolvimento de Habilidades e Competências	1	5	4,23	,976
Quero devolver para a sociedade todos os benefícios que já recebi	Social	Reciprocidade	1	5	4,06	1,079
Eu posso fazer novos contatos que possam me ajudar no meu negócio ou carreira	Profissional	Networking	1	5	4,05	1,071
O mercado de trabalho valoriza os profissionais que atuam como voluntários	Profissional	Oportunidade Profissiona	1	5	4,04	,926
Me sinto acolhido ao fazer parte de um grupo de trabalho voluntário	Social	Senso de Pertencimento	1	5	3,94	1,052
A experiência como voluntário valoriza meu currículo	Profissional	Oportunidade Profissiona	1	5	3,94	1,056
O voluntariado faz-me sentir importante	Pessoal	Satisfação pessoal	1	5	3,87	1,038

Eu quero ser reconhecido como um indivíduo que atua voluntariamente na sociedade	Pessoal	Reconhecimento	1	5	3,81	1,078
Participar do projeto como achieveer foi importante para o meu crescimento	Social	Reciprocidade	1	5	3,71	1,429
A realização do trabalho voluntário é um gesto de fé	Ideológica	Religião	1	5	3,49	1,302
Realizando esse trabalho aumentará o meu prestígio diante da comunidade	Pessoal	Reconhecimento	1	5	3,32	1,126
Minha fé recomenda a realização de um trabalho voluntário	Ideológica	Religião	1	5	2,98	1,392

Fonte: Elaborado pela autora com base nos *outputs* do SPSS

O desvio padrão mede os desvios em relação à média avaliando o grau de dispersão entre as variáveis (FREITAS; MASCAROLA, 2002). Considerando que o desvio padrão encontrado é baixo (mínimo 0,616 e máximo 1,429) conclui-se que ocorreu uma baixa variação entre as respostas obtidas, ou seja, as respostas se concentraram em torno da média, sendo mais homogêneas e tornando os dados mais representativos. Observa-se que nas motivações com maiores médias o desvio padrão foi ainda menor, aumentando o seu nível de representatividade .

A motivação mais considerada pelos respondentes é a Reciprocidade, subcategoria das Motivações Sociais, com média de 4,80 e desvio padrão de apenas 0,613. O princípio da Reciprocidade relaciona-se com a construção de vínculos sociais, pautando-se no sentimento de retribuição e também de doação para a perpetuação do auxílio (GAIGER, 2013). A afirmação assinalada pelos participantes refere-se ao seu desejo de que o projeto Miniempresa continue ajudando outros adolescentes, ou seja, eles doam o seu tempo e dedicação para esse trabalho voluntário por desejarem a perpetuação do auxílio prestado pelo projeto.

A segunda motivação com maior significância para os voluntários participantes da pesquisa é a Crença na Causa, subcategoria das Motivações Ideológicas. A afirmação “Eu desejo um mundo melhor” representa o vínculo dos respondentes a um ideal ou a uma missão (GARAY, 2001). Por desejarem um mundo melhor esses indivíduos se dedicam ao projeto de voluntariado, acreditando que essa ação trará resultados para a construção de um mundo melhor.

A ONG estudada faz uma intensa campanha de divulgação da sua Missão que é “despertar o espírito empreendedor nos jovens, ainda na escola, e proporcionar uma visão clara do mundo dos negócios” (JA, 2014). Os alunos participantes do projeto vivenciam essa ideologia, assim como os voluntários. Por ter essa missão tão amplamente divulgada, a JA atrai diversos voluntários que acreditam fortemente no objetivo da ONG e sentem-se motivados a participar justamente por terem verdadeiro interesse pelo trabalho desenvolvido e entusiasmo pelos objetivos do projeto ou instituição (SOUZA; MEDEIROS, 2012)

As Motivações Pessoais se apresentam como a terceira, quarta e quinta motivações mais destacadas pelos respondentes, sendo a Satisfação Pessoal e o Desejo de ser útil as subcategorias referentes às afirmações assinaladas. Com média de 4,66 a afirmação “O trabalho voluntário me faz sentir bem” obteve ainda o mínimo de 2, ou seja, nenhum respondente discordou totalmente da afirmação.

Como afirmam Souza e Medeiros (2012), o trabalho voluntário pode partir de motivos que impulsionam indivíduos a realizar atividades que não proporcionarão retorno financeiro, porém, reconhecimento, agradecimento e sentimento de que o trabalho que está sendo realizado é útil, tem valor para alguém e interfere positivamente na sociedade. Ao sentir-se bem, que o seu trabalho tem valor e que está contribuindo para a sociedade o voluntário recebe uma gratificação não financeira pelo seu esforço e dedicação.

Grande parte dos estudos sobre as motivações para o trabalho voluntário (KOHAN, 1965; ANDERSON; MOORE, 1978; CNAAN; GOLDBERG-GLEN, 1991; MOURA; SOUZA, 2007; SILVA; VILLELA, 2008; JIMÉNEZ; FUERTES; ABAD, 2008; WARBURTON; SMITH-MERRY; ROGERS, 2011; SOUZA; MEDEIROS, 2012; PICCOLI; GODOI, 2012) também encontraram as motivações pessoais como fortemente influenciadoras dos indivíduos voluntários. Sendo assim, esse resultado corrobora com os já demonstrados pela literatura em questão.

As Motivações Profissionais aparecem abaixo na relação de motivações, sendo a décima motivação a ser considerada com a afirmação referente ao *Networking*. Logo após as demais subcategorias dessa motivação são citadas, com o Desenvolvimento de Habilidades e Competências e Oportunidade Profissional. Apesar da posição na lista de médias das motivações, essa categoria apresenta médias altas (4,41 à 3,94), confirmando-se como uma importante motivadora para o indivíduo voluntário.

As afirmações relacionadas com a subcategoria Religião (Motivações Ideológicas) aparecem como antepenúltimas e últimas, com média de apenas 3,32 e 2,98. Esse resultado de baixa incidência da motivação relacionada à Religião já havia sido identificado durante a análise dos dados qualitativos e difere do encontrado na literatura (TEODÓSIO; 2002; HWANG; GRABB; CURTIS, 2005; SILVA; VILLELA, 2008; MARTINS; BERUSA; SIQUEIRA, 2010; SOUZA; MEDEIROS, 2012; PICCOLI; GODOI, 2012). Esse resultado pode ser justificado pela natureza do trabalho desenvolvido pela ONG que não possui nenhum vínculo com instituições de cunho religioso, de assistência social ou de assistência à saúde, ao contrário tem como objetivo preparar o jovem para o mercado de trabalho e o empreendedorismo.

Para visualizar as médias das motivações entre grupos, os quadros 10 e 11 apresentam as médias das motivações separadas entre os voluntários que participaram do projeto como *achievers* e aqueles que não vivenciaram essa experiência. Os quadros apresentam ainda o

limite inferior e superior das médias, considerando um intervalo de confiança de 95%. Analisando esses limites pode-se observar que a variação é baixa, principalmente nas motivações mais consideradas pelos respondentes.

Tanto para os voluntários que foram *achievers* quanto para os que não foram a subcategoria Reciprocidade foi a que obteve a maior média. Analisando o quadro das médias de motivações dos voluntários que foram *achievers*, percebe-se ainda que as duas afirmações mais consideradas referem-se à Reciprocidade.

Quadro 10 – Motivações dos voluntários foram *achievers*

Limites da Média com Intervalo de Confiança de 95%						
	Categoria	Subcategoria	Limite Inferior	Limite Superior	Média	Erro padrão
Eu quero que o projeto continue ajudando outros adolescentes	Social	Reciprocidade	4,86	5,00	4,93	,035
Participar do projeto como achiever foi importante para o meu crescimento	Social	Reciprocidade	4,75	4,96	4,85	,055
Eu desejo um mundo melhor	Ideológica	Crença na causa	4,54	4,88	4,71	,084
Identifico-me com o trabalho realizado pelo projeto	Ideológica	Crença na causa	4,57	4,84	4,71	,067
Eu acredito que esse trabalho ajudará a sociedade	Pessoal	Desejo de ser útil	4,55	4,83	4,69	,068
O trabalho voluntário me faz sentir bem	Pessoal	Satisfação pessoal	4,50	4,85	4,67	,086
Eu quero fazer algo de valor	Pessoal	Desejo de ser útil	4,49	4,83	4,66	,086
Eu quero desenvolver relacionamento com outras pessoas	Social	Construção de laços de amizade	4,40	4,77	4,58	,092
Gosto de fazer parte de um grupo de trabalho voluntário	Social	Senso de Pertencimento	4,39	4,73	4,56	,085
Eu sinto que é importante para ajudar os outros	Pessoal	Desejo de ser útil	4,39	4,73	4,56	,085
Realizando o trabalho voluntário posso conhecer e trabalhar com outros profissionais	Profissional	Networking	4,33	4,71	4,52	,094
Durante o trabalho voluntário posso construir laços de amizade	Social	Construção de laços de amizade	4,30	4,70	4,50	,102
Entrei no projeto Miniempresa para aprender e ganhar experiência	Profissional	Desenvolvimento de Habilidades e Competências	4,21	4,70	4,45	,121
Quero devolver para a sociedade todos os benefícios que já recebi	Social	Reciprocidade	4,03	4,58	4,31	,137
No projeto posso desenvolver habilidades que não desenvolvi no meu trabalho remunerado	Profissional	Desenvolvimento de Habilidades e Competências	4,06	4,49	4,27	,108
Eu posso fazer novos contatos que possam me ajudar no meu negócio ou carreira	Profissional	Networking	3,93	4,43	4,18	,125
O mercado de trabalho valoriza os profissionais que atuam como voluntários	Profissional	Oportunidade Profissional	3,93	4,36	4,15	,108
Me sinto acolhido ao fazer parte de um grupo de trabalho voluntário	Social	Senso de Pertencimento	3,88	4,38	4,13	,125
A experiência como voluntário valoriza meu currículo	Profissional	Oportunidade Profissional	3,75	4,25	4,00	,124
O voluntariado faz-me sentir importante	Pessoal	Satisfação pessoal	3,52	4,07	3,80	,138

Eu quero ser reconhecido como um indivíduo que atua voluntariamente na sociedade	Pessoal	Reconhecimento	3,32	3,95	3,64	,156
A realização do trabalho voluntário é um gesto de fé	Ideológica	Religião	3,24	3,92	3,58	,170
Realizando esse trabalho aumentará o meu prestígio diante da comunidade	Pessoal	Reconhecimento	3,05	3,64	3,35	,145
Minha fé recomenda a realização de um trabalho voluntário	Ideológica	Religião	2,36	3,10	2,73	,184

Fonte: Elaborado pela autora com base nos *outputs* do SPSS

Quadro 11 – Motivações dos voluntários que não foram *achievers*

Limites da Média com Intervalo de Confiança de 95%						
	Categoria	Subcategoria	Limite Inferior	Limite Superior	Média	Erro padrão
Eu quero que o projeto continue ajudando outros adolescentes	Social	Reciprocidade	4,53	4,89	4,71	,090
Eu desejo um mundo melhor	Ideológica	Crença na causa	4,52	4,85	4,68	,082
O trabalho voluntário me faz sentir bem	Pessoal	Satisfação pessoal	4,49	4,80	4,64	,079
Eu quero fazer algo de valor	Pessoal	Desejo de ser útil	4,44	4,80	4,62	,091
Eu acredito que esse trabalho ajudará a sociedade	Pessoal	Desejo de ser útil	4,40	4,78	4,59	,095
Identifico-me com o trabalho realizado pelo projeto	Ideológica	Crença na causa	4,27	4,75	4,56	,096
Gosto de fazer parte de um grupo de trabalho voluntário	Social	Senso de Pertencimento	4,31	4,65	4,48	,087
Eu sinto que é importante para ajudar os outros	Pessoal	Desejo de ser útil	4,20	4,56	4,38	,091
Eu quero desenvolver relacionamento com outras pessoas	Social	Construção de laços de amizade	4,17	4,52	4,34	,088
Realizando o trabalho voluntário posso conhecer e trabalhar com outros profissionais	Profissional	Networking	4,11	4,55	4,33	,109
No projeto posso desenvolver habilidades que não desempenho no meu trabalho remunerado	Profissional	Desenvolvimento de Habilidades e Competências	3,95	4,46	4,21	,128
Durante o trabalho voluntário posso construir laços de amizade	Social	Construção de laços de amizade	3,94	4,39	4,17	,112
Entrei no projeto Miniempresa para aprender e ganhar experiência	Profissional	Desenvolvimento de Habilidades e Competências	3,85	4,34	4,10	,124
O mercado de trabalho valoriza os profissionais que atuam como voluntários	Profissional	Oportunidade Profissional	3,72	4,19	3,96	,118

Eu posso fazer novos contatos que possam me ajudar no meu negócio ou carreira	Profissional	Networking	3,67	4,22	3,95	,136
Eu quero ser reconhecido como um indivíduo que atua voluntariamente na sociedade	Pessoal	Reconhecimento	3,71	4,18	3,95	,117
O voluntariado faz-me sentir importante	Pessoal	Satisfação pessoal	3,67	4,17	3,92	,125
A experiência como voluntário valoriza meu currículo	Profissional	Oportunidade Profissional	3,63	4,17	3,90	,136
Quero devolver para a sociedade todos os benefícios que já recebi	Social	Reciprocidade	3,61	4,13	3,87	,130
Me sinto acolhido ao fazer parte de um grupo de trabalho voluntário	Social	Senso de Pertencimento	3,53	4,06	3,79	,133
A realização do trabalho voluntário é um gesto de fé	Ideológica	Religião	3,10	3,73	3,42	,158
Realizando esse trabalho aumentará o meu prestígio diante da comunidade	Pessoal	Reconhecimento	3,03	3,58	3,31	,138
Minha fé recomenda a realização de um trabalho voluntário	Ideológica	Religião	2,85	3,50	3,18	,162
Participar do projeto como achiever foi importante para o meu crescimento	Social	Reciprocidade	2,45	3,07	2,76	,156

Fonte: Elaborado pela autora com base nos *outputs* do SPSS

Para a comparação entre grupos buscando identificar a possível associação entre as variáveis é necessária a utilização de análises bivariadas e multivariadas. Para a correlação entre as variáveis bivariadas serão aplicadas as técnicas de Correlação de *Pearson*.

4.2.1 Análises Bivariadas (Análise de Correlação de *Pearson*)

A análise bivariada considera duas variáveis intervalares a fim de investigar a sua possível associação (FREITAS; MASCAROLA, 2002). Para essa investigação foram geradas tabelas cruzadas no SPSS e consideradas as correlações quando o nível de significância foi menor que 0,005 ($p < 0,005$).

Para a análise do coeficiente r de *Pearson*, utilizou-se a seguinte interpretação conforme os autores Freitas e Mascarola (2002) e Dancey e Reidy (2013): $r = 1$ “relação perfeita”; r entre 0,99 e 0,70 “relação forte”; r entre 0,69 e 0,40 “relação moderada”; r entre 0,39 e 0,01 “relação fraca”. Devido ao grande volume de *outputs* do *software* SPSS, serão apresentadas apenas as correlações significativas. As variáveis Sexo e Número de edições do projeto em que atuaram não apresentaram correlação significativa com nenhuma das demais variáveis.

O quadro 12 apresenta a correlação significativa entre as variáveis Participação no projeto como *achiever* e Idade, com $p < 0,001$. O coeficiente de r de *Pearson* (-0,627) demonstra uma relação moderada entre as variáveis. A direção do relacionamento é negativa indicando que os valores altos de uma variável são associados com valores baixos de outra variável (DANCEY; REIDY, 2013).

Quadro 12: Correlação de *Pearson* – Participação do projeto como *achiever* x Idade

		Idade
Participou do projeto como <i>achiever</i> antes de se tornar voluntário	Correlação de <i>Pearson</i>	-,627
	Sig. (2 extremidades)	,000
	N	129

Fonte: Elaborado pela autora com base nos *outputs* do SPSS

Neste caso, os respondentes que participaram do projeto como *achievers* antes de se tornarem voluntários apresentam uma média de idade inferior em comparação com os demais voluntários. O quadro 13 mostra a distribuição dos dados por frequência e facilita essa identificação, sendo que dos 56 respondentes do grupo de voluntários ex-achievers, 34 possuem entre 18 e 25 anos.

Quadro 13: Comparação dos grupos x idade

	Idade					Total
	Entre 18 e 25 anos	Entre 26 e 30 anos	Entre 31 e 35 anos	Entre 36 e 40 anos	mais de 41 anos	
Participou_do_projeto_ Não como_aluno_achiever_	5	22	10	17	19	73
antes_de_tornar_volun Sim tário	34	16	5	1	0	56
Total	39	38	15	18	19	129

Fonte: Elaborado pela autora com base nos *outputs* do SPSS

Essa faixa etária identificada no grupo de voluntários que participaram do projeto como *achievers* converge com o perfil de idade dos associados ao NEXA (16 a 24 anos). O núcleo realiza um intenso trabalho a fim de proporcionar aos seus associados oportunidades de desenvolvimento, incluindo a ação voluntária. Além disso, busca a manutenção do vínculo entre os seus associados e a JARS, incentivando-os a se voluntariarem no projeto Miniempresa.

Os voluntários respondentes que são ex-achievers também apresentam escolaridade menor que os demais respondentes. Essa relação com direção negativa comprova-se pelos resultados de p (0,001) e r de *pearson* (-0,465), apresentados no quadro 14.

Quadro 14: Correlação de *Pearson* – Participação do projeto como *achiever* x Escolaridade

	Escolaridade	
Participou do projeto como <i>achiever</i> antes de se tornar voluntário	Correlação de <i>Pearson</i>	-,465
	Sig. (2 extremidades)	,000
	N	128

Fonte: Elaborado pela autora com base nos *outputs* do SPSS

A análise descritiva apresentada no quadro 15 ajuda a visualizar esse resultado. A maior parte dos voluntários que não são ex-achievers já possui pós-graduação, e nenhum respondente deste grupo está cursando o ensino médio ou possui apenas essa escolaridade. Esse nível de escolaridade maior por parte dos voluntários que não foram *achievers* pode ser justificado pela diferença de idades apresentada no quadro anterior.

Quadro 15 – Comparação entre grupos x Escolaridade

		Escolaridade					Total
		Ensino médio incompleto	Ensino médio completo	Superior incompleto	Superior completo	Pós- graduação	
Participou_do_projeto_co	Não	0	0	15	13	44	72
mo_aluno_achiever_antes	Sim	3	9	20	12	12	56
_de_tornar_voluntário							
Total		3	9	35	25	56	128

Fonte: Elaborado pela autora com base nos *outputs* do SPSS

Outra correlação significativa encontrada é em relação as variáveis Escolaridade e Idade. Com nível de significância $p < 0,001$ e coeficiente r de *Pearson* 0,507, identifica-se um relacionamento positivo onde os valores altos de uma variável tendem a ser associados aos valores altos de outra variável. No caso, quanto maior a idade, maior a escolaridade dos respondentes.

Quadro 16: Correlação de *Pearson* – Escolaridade x Idade

		Idade
Escolaridade	Correlação de Pearson	,507
	Sig. (2 extremidades)	,000
	N	128

Fonte: Elaborado pela autora com base nos *outputs* do SPSS

Algumas das variáveis de motivação (Q9, Q12, Q15, Q16, Q17, Q18 e Q24) apresentaram associação significativa com a Escolaridade, conforme apresentado no Quadro 17. Percebe-se que todos os relacionamentos são com direção negativa, ou seja, quanto maior a escolaridade, menor a média da motivação.

Na literatura sobre o tema encontram-se poucas considerações sobre a relação da escolaridade com as motivações dos voluntários. Os resultados encontrados nesse estudo podem ser justificados pela natureza do trabalho realizado pela ONG. A JARS objetiva a formação empreendedora dos jovens participantes dos seus projetos e, para isso, precisa contar com uma equipe de voluntários altamente preparada, sendo que muitas funções exigem a formação na área de gestão.

Quadro 17 – Correlações Significativas Motivações x Escolaridade

		Escolaridade
Q9 Entrei no projeto Miniempresa para aprender e ganhar experiência	Correlação de Pearson Sig. (2 extremidades) N	-,270 ,002 127
Q12 Eu sinto que é importante para ajudar os outros	Correlação de Pearson Sig. (2 extremidades) N	-,276 ,002 127
Q15 Participar do projeto como achiever foi importante para o meu crescimento	Correlação de Pearson Sig. (2 extremidades) N	-,415 ,000 120
Q16 Me sinto acolhido ao fazer parte de um grupo de trabalho voluntário	Correlação de Pearson Sig. (2 extremidades) N	-,333 ,000 126
Q17 Durante o trabalho voluntário posso construir novos laços de amizade	Correlação de Pearson Sig. (2 extremidades) N	-,252 ,005 125
Q18 Realizando o trabalho voluntário posso conhecer e trabalhar com outros profissionais	Correlação de Pearson Sig. (2 extremidades) N	-,262 ,003 12
Q24 Quero devolver para a sociedade todos os benefícios que já recebi	Correlação de Pearson Sig. (2 extremidades) N	-,255 ,004 12

Fonte: Elaborado pela autora com base nos *outputs* do SPSS

Com exceção da Q15, as demais apresentam uma associação fraca, com coeficiente *r* de Pearson entre 0,39 e 0,01. A Q9 e Q12 se referem às Motivações Profissionais (Desenvolvimento de Habilidades e Competências e *Networking*). Conclui-se que os voluntários que possuem graus de escolaridade mais altos se preocupam menos com a

aquisição de experiência e aprendizado e com a construção de redes de relacionamento profissionais. Tendo um grau de escolaridade mais elevado, possivelmente esses voluntários já possuem suas carreiras estabilizadas e procuram o voluntariado justamente com a motivação de compartilhar suas experiências e aprendizados.

A relação moderada identificada pelo coeficiente r de *Pearson* – 0,415, entre a Q15 (Participar do projeto como *achiever* foi importante para o meu crescimento) e a Escolaridade pode ser justificada pelo fato dos respondentes que assinalaram essa afirmação serem *achievers*. A média de idade desse grupo, conforme já relatado, é mais baixa que os demais voluntários e a relação Idade x Escolaridade é significativa com relacionamento positivo, ou seja, quando menor a idade, menor a escolaridade. Sendo assim, os participantes que assinalaram a Q15 são mais jovens e portanto possuem menor escolaridade que os demais.

A variável Q6 (Eu quero desenvolver relacionamento com outras pessoas) apresentou uma correlação moderada (r -0,302) com a variável Idade. Sendo um relacionamento com direção negativa, conclui-se que quanto maior a idade, menor a motivação de Criar Laços de Amizade. Segundo a literatura (CHOI; CHOU, 2010; CLARY et. al, 1998), essa motivação é forte entre indivíduos de idade mais avançada, principalmente aqueles que já estão aposentados. No entanto, dentre os participantes desta pesquisa apenas 14,7% possuem mais de 41 anos, o que justifica essa discordância da literatura. Pode-se concluir ainda que os voluntários mais jovens apresentam uma maior predisposição para utilizar o voluntariado no desenvolvimento de relacionamento com outras pessoas.

Quadro 18: Correlação de *Pearson* – Idade x Q6

		Idade
Q6 “Eu quero desenvolver relacionamento com outras pessoas”	Correlação de <i>Pearson</i>	-,302
	Sig. (2 extremidades)	,001
	N	128

Fonte: Elaborado pela autora com base nos *outputs* do SPSS

Por fim, identificou-se uma relação significativa entre os respondentes que foram *achievers* antes de se tornarem voluntários e a Q15 (Participar do projeto como *achiever* foi importante para o meu crescimento). O coeficiente r de *Pearson* 0,734 demonstra que essa relação é considerada forte, com direção positiva. Esse resultado pode ser justificado pelo fato

da afirmação ser direcionada aos voluntários que são ex-achievers, por citar a experiência de participação no projeto.

Quadro 19: Correlação de *Pearson* – Participação como *achiever* x Q15

		Participou do projeto como <i>achiever</i> antes de se tornar voluntário
Q15 Participar do projeto como <i>achiever</i> foi importante para o meu crescimento	Correlação de <i>Pearson</i>	0,734
	Sig. (2 extremidades)	,000
	N	121

Fonte: Elaborado pela autora com base nos *outputs* do SPSS

Apesar dessa associação poder ser explicada pela formulação da afirmação que cita a experiência, e portanto é direcionada aos voluntários ex-achievers, esse resultado apresenta uma importante conclusão. Confirma-se a forte incidência da motivação referente à Reciprocidade. Como aponta a literatura, o indivíduo pode desejar participar de um grupo para perpetuar um vínculo que lhe representou uma experiência positiva (MONTEIRO; MAIA, 2009). Neste caso, a participação como beneficiário do projeto foi uma experiência positiva para esses voluntários que decidiram retornar ao mesmo tendo como uma motivação o desejo de proporcionar essa mesma experiência a outros jovens.

4.2.2 Análises Multivariadas (Regressão linear múltipla)

Para responder ao questionamento se existem (e quais são) diferenças nas motivações para o trabalho voluntário entre indivíduos que foram beneficiários de um projeto durante sua trajetória escolar, em comparação com indivíduos que não vivenciaram esta experiência, foi gerada uma regressão linear múltipla. Utilizou-se como variável dependente a participação no projeto como *achiever* e como variáveis independentes as motivações.

O quadro 20 apresenta a regressão linear múltipla entre as variáveis “participação no projeto como *achiever*” e as “motivações”. Como destacado, apenas a Q15 indica uma correlação significativa, com sig. < 0,001. Esse resultado já havia sido identificado nas análises bivariadas em que cada motivação foi considerada como uma variável independente.

Quadro 20: Regressão linear múltipla

Modelo	Coeficientes				t	Sig.
	Coeficientes não padronizados		Coeficientes padronizados			
	B	Erro padrão	Beta			
(Constante)	,758	,353			2,147	,035
Q1	,033	,077	,048		,428	,670
Q2	,025	,082	,032		,302	,763
Q3	-,060	,047	-,122		-1,279	,205
Q4	-,029	,098	-,032		-,295	,769
Q5	-,059	,068	-,087		-,876	,383
Q6	-,052	,069	-,078		-,745	,458
Q7	-,046	,056	-,094		-,837	,405
Q8	,017	,058	,034		,286	,776
Q9	,046	,059	,090		,786	,434
Q10	,007	,086	,008		,076	,939
Q11	,054	,041	,139		1,334	,186
Q12	,169	,085	,239		1,997	,049
Q13	-,082	,056	-,170		-1,451	,151
Q14	,029	,049	,063		,593	,555
Q15	,258	,028	,745		9,056	,000
Q16	-,041	,052	-,088		-,791	,431
Q17	,030	,080	,054		,382	,703
Q18	-,001	,070	-,002		-,016	,987
Q19	-,023	,059	-,043		-,396	,693
Q20	-,028	,059	-,056		-,484	,630
Q21	,028	,105	,039		,263	,793
Q22	-,076	,036	-,208		-2,094	,039
Q23	-,068	,093	-,087		-,729	,468
Q24	,037	,049	,074		,759	,450

Fonte: Elaborado pela autora com base nos *outputs* do SPSS

Os resultados das análises quantitativas demonstram que todas as subcategorias de motivações apresentadas pelo *framework* se confirmaram, sendo que a subcategoria Reciprocidade (Motivação Social) foi a mais considerada pelos respondentes, principalmente pelos voluntários que participaram do projeto enquanto estudantes. A subcategoria Religião

(motivação ideológica) foi a que apresentou a menor média. Esse resultado já havia sido evidenciado na etapa qualitativa.

A dimensão profissional, apesar de ter sido confirmada, foi a menos considerada pelos respondentes da etapa quantitativa. Na fase qualitativa essa dimensão foi a mais citada pelos entrevistados. Essa discrepância entre os resultados das duas fases pode ser respondida, novamente, pela natureza do trabalho realizado pela ONG. Durante a formação dos voluntários a JARS aborda fortemente a importância do aprendizado e da experiência proporcionados pelo projeto, tanto para os *achievers* quanto para os *advisers*. Desta forma, durante as entrevistas, os voluntários citaram muito do que lhes foi apresentado durante essa formação e demais eventos e comunicações da JARS.

5. CONCLUSÃO

Este trabalho buscou investigar como as motivações para o trabalho voluntário podem variar entre indivíduos que foram beneficiados por um projeto de ação voluntária durante a sua trajetória escolar, em comparação com indivíduos que não vivenciaram esta experiência. Para o desenvolvimento do estudo foi selecionado o projeto de maior duração no estado do Rio Grande do Sul, realizado por uma ONG atuante em todo o país.

Durante a revisão teórica não foi identificado nenhum modelo conceitual que integrasse todas as dimensões de motivações para o trabalho voluntário. Desta forma, o estudo iniciou-se pela construção de um *framework* que considerasse essas quatro dimensões: Pessoal, Social, Profissional e Ideológica. A partir dessa construção foi desenvolvida uma categorização com categorias e subcategorias de motivações, baseando-se em todos os elementos abordados pela literatura.

Para o estudo utilizou-se a metodologia quali-quantitativa, organizada em duas fases distintas e que alimentavam a etapa subsequente. Na primeira fase, qualitativa, composta por entrevistas e coleta de dados secundários, a pesquisadora procurou compreender o contexto do projeto e identificar o surgimento de novas categorias além daquelas propostas pelo *framework*.

Todas as subcategorias de motivação propostas pelo *framework* foram citadas durante a etapa qualitativa, não surgindo nenhum novo elemento, e se confirmaram durante a etapa quantitativa. A subcategoria Reciprocidade foi a mais destacada pelos respondentes, principalmente pelos voluntários que participaram do projeto como *achievers*. A subcategoria menos considerada foi a Religião.

Na correlação entre as motivações e a experiência de participação do projeto antes de tornar-se voluntário, a única subcategoria que apresentou uma variação significativa foi a Reciprocidade. Esses indivíduos se sentem mais motivados pelo desejo de doação para a perpetuação do auxílio que os demais voluntários. A partir desse resultado pode-se concluir que a experiência como *achievers* foi importante para esses indivíduos e, por isso, eles sentem-se motivados a retornar ao projeto para proporcionar essa mesma experiência a outros jovens.

Outra correlação significativa identificada foi entre a escolaridade e as motivações profissionais, tendo uma direção negativa. Ou seja, quanto maior o nível de escolaridade dos

respondentes, menor a motivação desses indivíduos em voluntariar-se buscando a aquisição de experiência e aprendizado e com a construção de redes de relacionamento profissionais.

Em termos de contribuição teórica este estudo avança em uma discussão sobre o trabalho voluntário abordando um contexto que difere do trabalho normalmente remunerado. O *framework* desenvolvido nesse trabalho integra todas as dimensões de motivações para o trabalho voluntário, respondendo a uma lacuna encontrada nos estudos sobre o tema. Além disso, a categorização aborda pela primeira vez a subcategoria Reciprocidade, que apesar de já ter sido mencionada em alguns estudos, ainda não havia sido investigada.

Em termos de contribuição para o campo da gestão o estudo demonstra a importância da formação de associações de ex-participantes de projetos de voluntariado como estratégia para a captação de voluntários. Os resultados também demonstram o importante papel que o voluntariado desempenha para o aprendizado de estudantes, proporcionando uma importante experiência que é valorizada pelo mercado de trabalho. Esse aspecto pode contribuir para o desenvolvimento de metodologias por parte das instituições de ensino.

Quanto à contribuição metodológica, o estudo desenvolveu uma investigação qualitativa-quantitativa, apresentando um *framework* que pode ser utilizado em outros estudos sobre as motivações para o trabalho voluntário. A complementaridade entre as metodologias foi particularmente importante para esse estudo tendo em vista: a) Ainda não haver um modelo validado sobre motivação para o trabalho voluntário. Os modelos existentes focam o trabalho remunerado que apresenta motivações muito diferentes do trabalho voluntário. b) A necessidade de se compreender o contexto do trabalho voluntário, da ONG e do projeto em questão, para melhor interpretar os dados referentes a motivação para o trabalho voluntário, tendo em vista que o contexto tem uma influência direta nesse tipo de trabalho; c) A etapa quantitativa permite uma compreensão ampla da situação da organização, sendo possível generalizar os resultados do estudo para a organização. Contudo, a generalização para outras ONGs e para um outro contexto de trabalho voluntário não é recomendado, tendo em vista as peculiaridades e natureza da organização e do trabalho desenvolvido.

Como limitações do estudo, pode ser apontada a dificuldade em obter respondentes para a fase quantitativa. A desatualização do banco de dados da organização estudada não permitiu o acesso a todos os voluntários, visto que muitos alteraram seus endereços de e-mails e os mais antigos não constavam mais no cadastro. Além disso, alguns respondentes não quiseram acessar o link do questionário por receio, visto que o mesmo era desconhecido. Foi

necessário traçar uma nova estratégia ao longo da pesquisa para que fosse obtido um número satisfatório de respostas.

Sugere-se que em estudos futuros busque-se identificar a relação entre as motivações dos indivíduos voluntários e a sua permanência na organização, especialmente entre os dois grupos observados nesse estudo: voluntários que foram ou não beneficiários de um projeto de voluntariado. Outra sugestão de estudo é identificar os principais fatores que influenciam no afastamento do voluntário das atividades de uma organização, buscando auxiliar as ONGs na identificação e solução das suas possíveis falhas, visando a retenção desses indivíduos.

REFERÊNCIAS

- ANDERSON, M. J. e SHAW, R. N. A comparative evaluation of qualitative data analytic techniques in identifying volunteer motivation in Tourism. **Tourism Management**, vol. 20, n.1, 1999.
- ALVES, M. A. Terceiro Setor: as origens do conceito. In: Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração, ENANPAD. Salvador/Ba, 2002.
- AZEVEDO, Débora Costa de. Voluntariado corporativo: motivações para o trabalho voluntário. In: Encontro Nacional de Engenharia de produção, Foz do Iguaçu/PR, 2007.
- BARDIN L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2009.
- BAUER, M. GASKELL, G. **Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002.
- BRASIL. Presidência da República, Casa Civil. **Lei nº 9.608, de 18 de fevereiro de 1998**. Disponível em <<http://www.planalto.gov.br/>>. Acesso em 06.nov.2014.
- BUSSEL, H.; FORBES, D. Understanding the volunteer market: the what, where, who and why of volunteering. **International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing**, v. 7, n. 3, 2001.
- CAVALCANTE, E. C.; SOUZA, W. S.; CUNHA, A. S.; NASCIMENTO, M. A.; FERNANDES, L. T. “Por Que Sou Voluntário?”: Etapa de Construção de Escala. **Revista Pretexto**, v. 3, n. 2, 2012.
- CAMPOS, W. T.; BRESOLIN, A. B. Voluntariado: tendência de crescimento?. Cadernos Fundata, São Paulo, set. 2001. Disponível em: < <http://www.fundata.org.br/Artigos%20-%20Cefeis/03%20-%20VOLUNTARIADO.pdf>>. Acesso em 10 nov. 2014.
- CLARY, E. G., SNYDER, M., RIDGE, R. Volunteers Motivations: A Functional Strategy for the Recruitment, Placement, and Retention of Volunteers. **Nonprofit Management and Leadership**, 1992.
- CLARY, E.G., SNYDER, M., RIDGE, R.D., COPELAND, J., STUKAS, A.A., HAUGEN, J., & MIENE, P. . Understanding and assessing the motivations of volunteers: A functional approach. **Journal of Personality and Social Psychology**, 74, 1998.
- CLARY, E. G.; SNYDER, M. The Motivations to Volunteer: Theoretical and Practical Considerations. **American Psychological Society**, Vol. 8, N. 5, October, 1999
- CHRISTAUKAS, C.; PETRAUSKIENE, R.; MARCINKEVICIUTE, L. Theoretical and Practical Aspects of Volunteer Organization Members (Volunteers) Motivation. **Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics**, v. 23, 2012.

CNAAN, R. A.; GOLDBERG-GLEN, R. S. Measuring motivation to volunteer in human services. **Journal of Applied Behavioral Science**, v. 27, 1991.

COELHO, S.. **Terceiro Setor: um estudo comparado entre Brasil e Estados Unidos**. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2000.

COLLIS, J.; HUSSEY, R. **Pesquisa em Administração: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

CUNHA, L. T., ALBUQUERQUE, E. P. CABRAL, A. C. PESSOA, M. N. SANTOS, S. M. Configuração da Estrutura Organizacional no Terceiro Setor: O Caso Edisca. **REGE**, São Paulo/SP, v. 18, 2011.

CUSKELLY, G., MCINTYRE, M., BOAG, A. A longitudinal study of the development of organizational commitment amongst volunteer sport administrators. **Journal of Sport Management**, vol 12, 1998.

DANCEY, C. REIDY, J. **Estatística sem matemática para psicologia**. Porto Alegre: Penso, 2013.

DIAS, R. A. M.; PALASSI, M. P. Produção Científica Sobre o Voluntariado: uma Análise a Partir dos Artigos Publicados nos Principais Eventos e Revistas Nacionais de Administração. VI CONFERENCIA REGIONAL DE ISTR PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE, Salvador/BA, 2007.

DOHME, V.. Voluntariado – equipes produtivas: como liderar ou fazer parte de uma delas. São Paulo: **Mackenzie**, 2001.

DRUCKER, P. **Administração de organizações sem fins lucrativos: princípios e práticas**. São Paulo: Pioneira. 1994.

FERREIRA, M.; PROENÇA, T.; PROENÇA, J. As motivações no trabalho voluntário. **Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão**, 2008.

FISCHER, R. M.; FALCONER, A. P. Voluntariado empresarial: estratégias de empresas no Brasil. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 36, n.3, 2001.

FISCHER, L.; SCHAFFER, K. **Older volunteers: a guide to research and practice**. Newbury Park: Sage, 1993.

FLICK, U. **Uma introdução à pesquisa qualitativa**. 2ª. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

FONTES, M. **Marketing Social Revisado: Novos paradigmas do Mercado Social**. Florianópolis: Cidade Futura, 2001.

FREITAS, H. MASCAROLA, J. Da observação à decisão: métodos de pesquisa e de análise quantitativa e qualitativa de dados. **RAE-eletrônica**, 2002.

GAIGER, L. I. Economia Solidária e Metautilitarismo: Apontamentos. Texto de Circulação Restrita – Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, 2013.

GARAY, A. B. Voluntariado Empresarial: Modismo ou elemento estratégico? In: Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração. ENANPAD. Campinas/SP, 2001.

GEISER, C. OKUN, M. GRANO, C. Who is motivated to volunteer? A latent profile analysis linking volunteer motivation to frequency of volunteering. **Psychological Test and Assessment Modeling**, Vol. 56, 2014.

GIDRON, B. Volunteer work and its rewards. **Volunteer Administration**, 1978.

GOLDBERG, R. **Como as empresas podem implementar programas de voluntariado**. Instituto Ethos, 2001.

HAGERTY, B. M. Sense of Belonging: a vital mental health concept. **Archives of Psychiatric Nursing**, 1992.

HAGERTY, B. M. PATUSKY, K. Developing a Measure of Sense of Belonging. **Nursing Research**, 1995.

HAIR, J. F.; ANDERSON, R. E.; TATHAM, R. L.; BLACK, W. C. **Análise Multivariada de Dados**. 5 ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

HWANG, M.; GRABB, E.; CURTIS, J. Why get involved? Reasons for voluntary association activity among Americans and Canadians. **Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly**, v. 34, 2005.

JIMÉNEZ, M. L. V.; FUERTES, C. F.; ABAD, M. J. S.. Satisfacción em el voluntariado: estructura interna y relación con la permanência in las organizaciones. **Psicothema**, v. 21, n.1, 2009.

JUNIOR ACHIEVEMENT RS. **[Imagens de divulgação]**. Disponível em <<https://www.facebook.com/juniorachievements?fref=ts>>. Acesso em 10. dez. 2014.

JUNIOR ACHIEVEMENT. **Histórico e Informações Institucionais**. Disponível em <<http://www.jabrasil.org.br/jabr/junior-achievement/institucional>>. Acesso em 15. dez. 2014.

KOHAN, F. **Entrenamiento para voluntarias en servicio social**. Buenos Aires: [s.n.], 1965.

LANDIM, L.; SCALON, M. C. **Doações e trabalho voluntário no Brasil: uma pesquisa**. Rio de Janeiro: Sete Letras, 2001.

LATHAM, G. P.; PINDER, C. C. Work motivation theory and research at the dawn of the Twenty-First Century. **Annual Reviews Psychology**, vol. 56, 2005.

MACHADO, A. C. M.; FREDEBON, E. A.. Reflexões sobre o voluntariado e o voluntarismo na perspectiva de gênero no Estado do Pará. In: Empreendedorismo em organização - SEMEAD, São Paulo/SP, agosto de 2008.

MANÃS, A. MEDEIROS, E. Terceiro Setor: Um Estudo Sobre a sua Importância no Processo de Desenvolvimento Socio-Econômico. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, João Pessoa, v. 2, n. 2, jul./dez. 2012.

MARTINS, G. A. **Estudo de caso: uma estratégia de pesquisa**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MARTINS, M. C.; BERUSA, A. A.; SIQUEIRA, S. Humanização e Voluntariado: estudo qualitativo em hospitais públicos. **Revista Saúde Pública**, v. 44., n.5, 2010.

MASCARENHAS, A. O.; ZAMBALDI, F.; VARELA, C. A. Motivação em programas de voluntariado empresarial: um estudo de caso. **Revista Organizações em Contexto**, vol. 9, n. 17, 2013.

MARTORE, L. M. C.; GIL, A. C. O voluntariado diante das mudanças políticas e econômicas: uma potencialidade de realização visível. **Caderno de Saúde**, v.1, n.1, 2006.

MASLOW, Abraham. **Motivation and personality**. New York: Harper e Brothers, 1954.

MCCLELLAND, David. **Power motivation and organizational leadership**. New York: Irvington, 1975.

McCURLEY, S.; LYNCH, R. **Essencial volunteer management**. 2. ed. Londres: The Directory of Social Change, 1998.

MESCH, J. Debra; TSCHIRHARDT, Mary; PERRY, L. James; LEE, Geunjoo. Altruists or Egoists? Retention in Stipended Service. **Nonprofit Management e Leadership**, vol. 9, 1998.

MINAYO, M.C.S. (Org.). **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. 29 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

MONTEIRO, I. S.; MAIA, A. Propriedade psicométricas da versão portuguesa do instrumento de avaliação ao sentimento de pertença. In: **Revista de Ciências da Saúde de Macau**, v.9, n.1, 2009.

MOURA, L. R. SOUZA, W. J. Elementos do Trabalho Voluntário na Pastoral da Criança: Características e Motivos. **Holos**, Ano 23, Vol. 3, 2007.

MOZZATO, A. R. GRZYBOVSKI, D. Análise de Conteúdo como Técnica de Análise de Dados Qualitativos no Campo da Administração: Potencial e Desafios. **RAE**, Curitiba. Jul./Ago, 2009.

ONU. **Handbook on Non-Profit Institutions in the System of National Accounts**. United Nations, New York: 2003.

PACE, E. S.; OLIVEIRA, A. M.; ALKMIM, W. F. A Criação de Valor na Gestão da Mão de Obra Voluntária no Terceiro Setor. **Revista de Administração da UNIMEP**, v.10, n.3, 2012.

PAPADAKIS, K. GRIFFIN, T. FRATER, J. Understanding Volunteers' Motivations. **Northeastern Recreation Research Symposium**, 2004.

PARBOTEEAH, K. P.; CULLENB, J. B. e LIM, L. Formal volunteering: a cross-national test. **Journal of World Business**, vol. 39, n.º 4, 2004.

PEREIRA, R. et al.. Especificidades da Gestão no Terceiro Setor. **Revista Organizações em Contexto**. Vol. 9. n. 18, 2013.

PERRY, J. L. Measuring Public Service Motivation: An Assessment of Construct Reliability and Validity. **Journal of Public Administration Research and Theory**, Vol. 1996.

PICCOLI, P. GODOI, C. Motivação para o trabalho voluntário contínuo: uma pesquisa etnográfica em uma organização espírita. O&S, Salvador/BA, 2012.

PIDGEON, W. **The Universal Benefits of Volunteering**. New York: Jon Wiley & Sons, 1997.

PINTO, J. B. M.; GUEDES, M. A.; BARROS, V. A. de. Trabalho voluntário, solidariedade e política: um estudo com os agentes da Pastoral Carcerária de Belo Horizonte. In: PIMENTA, S. M.; SARAIVA, L. A. S.; CORRÊA, M. L. (Org.). **Terceiro setor: dilemas e polêmicas**. São Paulo: Saraiva, 2006.

PROUTEAU, L. e WOLFF, F.-C. On the relational motive for volunteer work. **Journal of Economic Psychology**, vol. 29, n.º 3, 2007.

SABOURIN, E. Teoria da Reciprocidade e sócio-antropologia do desenvolvimento. Porto Alegre: **Sociologias**, 2011, Vol 27.

SALAMON, L. A emergência do terceiro setor. **Revista de Administração**, v. 33, n. 1, 1998.

SALAMON, Lester M. e ANHEIER, Helmut K. **Defining the nonprofit sector: A crossnational analysis**. Manchester University Press, 1997.

SELLTIZ, C.; WRIGHTSMAN, L.; COOK, S. **Métodos de Pesquisa nas Relações Sociais**. 2. ed. São Paulo: EPU, 1987.

SERAPIONI, M. (Org). **Voluntariado em Portugal: Contextos, atores e práticas**. Fundação Eugenio de Almeida. Onda-graf: Coimbra, 2013.

SERVA, M. A racionalidade substantiva demonstrada na prática administrativa. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 37, n. 2, p. 18-30, 1997.

SILVA, Neyde Maria de Faria Thomé da; VILLELA, Lamounier Erthal. Fatores motivacionais no trabalho voluntário: uma análise dialética à luz da sociedade pós-industrial. 2001.

SHIN, S. e KLEINER, B. H. How to manage unpaid volunteers in organisations. **Management Research News**, 2003

SHYE, S. The motivation to volunteer: A systemic quality of life theory. **Social Indicators Research**. Vol. 98, 2010.

SILVA, C. E. Gestão, legislação e fontes de recursos no terceiro setor brasileiro: uma perspectiva histórica. **Revista de Administração Pública**. Vol 44. 2010.

SILVA, N. M. F. T. VILLELA, L. E. Fatores Motivacionais no Trabalho Voluntário: Uma Análise Dialética à Luz da Sociedade Pós-Industrial. **Revista ANGRAD**, vol. 9, n. 4, 2008.

SILVERMAN, David. **Interpretação de dados qualitativos: Métodos para análise de entrevistas, textos e interações**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

SOBUS, M.S. Kerstin. Mandating community service: Psychological implications of requiring prosocial behavior. **Law and Psychology Review**, 1985.

SOUZA, W. J. MEDEIROS, J. P. Trabalho Voluntário: Motivos para a sua realização. **Revista de Ciências da Administração**, vol. 14. n. 33, 2012.

SOUZA, L. F., COSTA, H. G. Motivação para o voluntariado: Uma análise de sua evolução na literatura. IX Congresso Nacional de Excelência em Gestão. Rio de Janeiro/RJ, 2013.

STEVENS, E. S. Toward Satisfaction and Retention of Senior Volunteers. **Journal of Gerontological Social Work**, 1991.

SZAZI, Eduardo. **Terceiro Setor: regulação no Brasil**. São Paulo: Peirópolis, 2000.

TEODÓSIO, A. S. Voluntariado: entre a utopia e a realidade da mudança social. In: Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração. ENANPAD. Salvador/BA, 2002.

TENÓRIO, F. G. (Org.). **Gestão de ONGs: principais funções gerenciais**. 9. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005.

VROOM, Victor. **Work ad Motivation**. New York: John Wiley, 1964.

WARBURTON, J.; SMITH-MERRY, J.; e ROGERS, M. Recruiting and Retaining Volunteers in local New South Wales HACC Community Services: A Volunteer Perspective. La Trobe University, 2011.

WILSON, J.; MUSICK, M. **Effects of volunteering on the volunteer**. Law & Contemporary Problems , vol. 62, 2000.

YEUNG, A. B. The octagon model of volunteer motivation: results of a phenomenological analysis. **International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations**, vol. 15, n.1, 2004.

YIN, R.K. **Estudo de caso:** planejamento e métodos. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA

Ao iniciar a entrevista, a pesquisadora apresenta-se, explicando o objetivo da pesquisa e a origem do trabalho, tomando o cuidado para não fornecer informações que possam influenciar nas respostas. O roteiro geral está descrito a seguir:

- 1) Conte-me em linhas gerais como você se tornou um voluntário.*
- 2) Como você chegou até o projeto Miniempresa?*
- 3) Por que decidiu se tornar um voluntário?*
- 4) Por que você permanece atuando como um voluntário?*

Deve-se ressaltar que, sendo uma entrevista semiestruturada, outras perguntas serão realizadas a cada entrevistado de acordo com o seu depoimento.

APÊNDICE B – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Prezado(a), gostaríamos de convidá-lo para participar como voluntário(a) da nossa pesquisa intitulada: **Motivações para o Trabalho Voluntário no Projeto Miniempresa.**

Sua participação consistirá em responder as perguntas a serem realizadas sob a forma de uma **entrevista** que será gravada para posterior transcrição. Suas respostas serão tratadas de forma **anônima e confidencial**, isto é, em nenhum momento será divulgado o seu nome em qualquer fase do estudo.

Sua participação é **voluntária**, portanto você poderá recusar-se a responder qualquer pergunta ou desistir de participar e retirar seu consentimento a qualquer momento. Não haverá nenhum custo ou quaisquer compensações financeiras pela sua participação.

Durante todo o período da pesquisa você tem o direito de tirar qualquer dúvida ou pedir qualquer outro esclarecimento pelo e-mail catia.gemelli@osorio.ifrs.edu.br.

As informações desta pesquisa serão **confidenciais** e serão divulgadas apenas em eventos ou publicações científicas, não havendo identificação dos voluntários.

Assinatura do Participante Voluntário

Assinatura do Pesquisador Responsável

Data: ___/___/___

Dados da Pesquisadora: Catia Eli Gemelli

Instituição: Unisinos/ PPG Administração

E-mail: catia.gemelli@osorio.ifrs.edu.br

**APÊNDICE C – ELEMENTOS PARA A IDENTIFICAÇÃO DAS CATEGORIAS DE
MOTIVAÇÕES NAS ENTREVISTAS**

Categoria	Subcategoria	Bases Teóricas	Elementos
<u>Pessoais</u>	Desejo de ser útil	Kohan (1965); Anderson ; Moore (1978); Cnaan; Goldberg-Glen (1991); Souza; Medeiros (2012); Piccoli; Godoi (2012)	Sentimento de que o trabalho que está sendo realizado é útil. Acreditar que o trabalho desenvolvido tem valor para alguém. Crença de que o trabalho interfere positivamente na sociedade.
<u>Pessoais</u>	Satisfação pessoal	Moura; Souza (2007); Ferreira; Proença; Proença (2008); Jiménez; Fuertes; Abad (2008); Silva; Villela (2008); Warburton, Smith-Merry; Rogers (2011)	Sensação de bem estar pelo dever cumprido. Sentimento de que faz algo que vale a pena.
<u>Pessoais</u>	Reconhecimento	Cavalcante, et. al. (2012); Souza e Medeiros (2012); Ferreira; Proença; Proença (2008), Monteiro; Maia (2009); Omoto; Snyder (1995)	Desejo de ser reconhecido como um indivíduo que atua voluntariamente na sociedade. Ser percebido e lembrado como voluntário.
<u>Sociais</u>	Reciprocidade	Gaiger (2013); Serva (1997); Sabourin (2011); Monteiro; Maia (2009); Piccoli; Godoi (2012)	Sentimento de necessidade de retribuição e também de doação para a perpetuação do auxílio.
<u>Sociais</u>	Senso de Pertencimento	Hagerty (1992); Bussel; Forbes (2001); Papadakis, Griffin; Frater (2004); Ferreira Proença; Proença (2008); Shye (2010); Choi; Chou (2010)	Busca a participação efetiva no grupo. Sentir-se integrante de um grupo específico.
<u>Sociais</u>	Construção de laços de amizade	McCurley; Lynch (1998); Clary et. al., (1998); Bussel; Forbes (2001); Dohme (2001);	Identificação de uma oportunidade de desenvolvimento de laços de amizade.

		Moura; Souza (2007); Shye (2010; Cavalcante, et. al.(2012)	
Profissionais	Networking	Pidgeon (1997); Choi; Chou (2010)	Percepção de uma oportunidade de aumento das redes de relacionamentos profissionais.
Profissionais	Oportunidade Profissional	Gidron (1978); Azevedo (2007); Warburton, Smith-Merry; Rogers (2011); Christauskas; Petrauskiene; Marcinkeviciute (2012)	Ideia de que a atuação voluntária possibilita a oportunidade de conseguir um emprego novo, ou uma oportunidade profissional melhor.
Profissionais	Desenvolver habilidades e competências	McCurley; Lynch (1998); Clary et. al., 1998); Papadakis, Griffin; Frater (2004); Ferreira; Proença; Proença (2008); Warburton, Smith-Merry; Rogers (2011); Cavalcante, et. al. (2012); Christauskas; Petrauskiene; Marcinkeviciute (2012); Mascarenhas, Zambaldi; Varela (2013)	Percepção de um espaço para desenvolver novas habilidades e conhecimentos. Busca de um ambiente paralelo ao profissional para desenvolver-se.
Ideológicas	Crença na Causa	McCurley; Lynch (1998); Christauskas; Petrauskiene; Marcinkeviciute (2012); Souza; Medeiros (2012); Garay (2001); Ferreira; Proença; Proença (2008)	Crença e/ou entusiasmo pelos objetivos da organização e da importância de sua atuação nela. Sentimento de missão a cumprir. Desejo de disseminar uma ideia.
Ideológicas	Religião (fé em algo superior)	Teodósio (2002); Hwang; Grabb; Curtis (2005); Silva e Villela (2008); Martins; Berusa; Siqueira (2010); Souza; Medeiros (2012); Piccoli; Godoi (2012)	Influência da fé no desejo de ser voluntário. Busca por cumprir um dever como praticante de sua religião.

APÊNDICE D – QUESTIONÁRIO APLICADO NA PESQUISA

Caro(a) voluntário(a),

O presente questionário faz parte de uma pesquisa de dissertação de mestrado pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS, e gostaria de pedir a sua colaboração para a realização desse estudo.

Você não será identificado(a) e as respostas serão utilizadas unicamente para fins de pesquisa. Desde já agradeço a contribuição!

1. Dados pessoais

a. Sexo:	b. Idade:	d. Escolaridade
<input type="checkbox"/> Masculino	<input type="checkbox"/> Entre 18 e 25 anos	<input type="checkbox"/> Ensino médio incompleto
<input type="checkbox"/> Feminino	<input type="checkbox"/> Entre 26 e 30 anos	<input type="checkbox"/> Ensino Médio completo
	<input type="checkbox"/> Entre 31 e 35 anos	<input type="checkbox"/> Superior incompleto
	<input type="checkbox"/> Entre 36 e 40 anos	<input type="checkbox"/> Superior completo
	<input type="checkbox"/> mais de 41 anos	<input type="checkbox"/> Pós-graduação

Atuou como voluntário (adviser) em quantas edições da Miniempresa?

- Apenas 1 edição
- De 2 a 4 edições
- De 5 a 8 edições
- Mais de 8 edições

Participou do projeto como aluno (achiever) antes de se tornar voluntário (adviser)?

- Sim
- Não

Por que você decidiu se tornar um voluntário do projeto Miniempresa?

Afirmação	Discordo	Discordo	Indiferente	Concordo	Concordo
	Totalmente	Parcialmente		Parcialmente	Totalmente
Eu quero fazer algo de valor					

O trabalho voluntário me faz sentir bem					
Eu quero ser reconhecido como um indivíduo que atua voluntariamente na sociedade					
Eu quero que o projeto continue ajudando outros adolescentes					
Gosto de fazer parte de um grupo de trabalho voluntário					
Eu quero desenvolver relacionamento com outras pessoas					
Eu posso fazer novos contatos que possam me ajudar no meu negócio ou carreira					
A experiência como voluntário valoriza o meu currículo					
Entrei no projeto Miniempresa para aprender e ganhar experiência					
Identifico-me com o trabalho realizado pelo projeto					
A realização do trabalho voluntário é um gesto de fé					
Eu sinto que é importante para ajudar os outros					
O voluntariado faz-me sentir importante					
Realizando esse trabalho aumentará o meu prestígio diante da comunidade					
Participar do projeto					

como achieveer foi importante para o meu crescimento					
Me sinto acolhido ao fazer parte de um grupo de trabalho voluntário					
Durante o trabalho voluntário posso construir novos laços de amizade					
Realizando o trabalho voluntário posso conhecer e trabalhar com outros profissionais					
O mercado de trabalho valoriza os profissionais que atuam como voluntários					
No projeto posso desenvolver habilidades que não desempenho no meu trabalho remunerado					
Eu desejo um mundo melhor					
Minha fé recomenda a realização de trabalho voluntário					
Eu acredito que esse trabalho ajudará a sociedade					
Quero devolver para a sociedade todos os benefícios que já recebi					

Você permanece sendo voluntário do projeto?

Sim

Não

Por quê?

**APÊNDICE E – ELEMENTOS PARA IDENTIFICAÇÃO DAS CATEGORIAS DE
MOTIVAÇÕES NO QUESTIONÁRIO**

Afirmações	Elementos	Subcategoria	Categoria
<p>Eu quero fazer algo de valor</p> <p>Eu sinto que é importante para ajudar os outros</p> <p>Eu acredito que esse trabalho ajudará a sociedade</p>	<p>Sentimento de que o trabalho que está sendo realizado é útil</p> <p>Acreditar que o trabalho desenvolvido tem valor para alguém</p> <p>Crença de que o trabalho interfere positivamente na sociedade.</p>	Desejo de ser útil	Pessoais
<p>O trabalho voluntário me faz sentir bem</p> <p>O voluntariado faz-me sentir importante</p>	<p>Sensação de bem estar pelo dever cumprido</p> <p>Sentimento de que faz algo que vale a pena</p>	Satisfação pessoal	Pessoais
<p>Eu quero ser reconhecido como um indivíduo que atua voluntariamente na sociedade</p> <p>Realizando esse trabalho aumentará o meu prestígio diante da comunidade</p>	<p>Desejo de ser reconhecido como um indivíduo que atua voluntariamente na sociedade</p> <p>Ter seu valor reconhecido na comunidade</p>	Reconhecimento	Pessoais
<p>Eu quero que o projeto continue ajudando outros adolescentes</p> <p>Participar do projeto como aluno (achiever) foi importante para o meu crescimento</p> <p>Quero devolver para a sociedade todos os benefícios que já recebi</p>	<p>Sentimento de necessidade de retribuição e também de doação para a perpetuação do auxílio</p>	Reciprocidade	Sociais
<p>Gosto de fazer parte de um grupo de trabalho voluntário</p>	<p>Busca a participação efetiva no grupo</p>	Senso de Pertencimento	Sociais

Me sinto acolhido ao fazer parte de um grupo de trabalho voluntário	Sentir-se integrante de um grupo específico		
Eu quero desenvolver relacionamento com outras pessoas Durante o trabalho voluntário posso construir novos laços de amizade	Identificação de uma oportunidade de desenvolvimento de laços de amizade	Construção de laços de amizade	Sociais
Eu posso fazer novos contatos que possam me ajudar no meu negócio ou carreira Realizando o trabalho voluntário posso conhecer e trabalhar com outros profissionais	Percepção de uma oportunidade de aumento das redes de relacionamentos profissionais	Networking	Profissionais
A experiência como voluntário valoriza o meu currículo O mercado de trabalho valoriza os profissionais que atuam como voluntários	Ideia de que a atuação voluntária possibilita a oportunidade de conseguir um emprego novo, ou uma oportunidade profissional melhor	Oportunidade Profissional	Profissionais
Entrei no projeto Miniempresa para aprender e ganhar experiência No projeto posso desenvolver habilidades que não desempenho no meu trabalho remunerado	Percepção de um espaço para desenvolver novas habilidades e conhecimentos Busca de um ambiente paralelo ao profissional para desenvolver-se	Desenvolvimento de Habilidades e Competências	Profissionais
Identifico-me com o trabalho realizado pelo projeto Eu desejo um mundo melhor	Crença e/ou entusiasmo pelos objetivos da organização e da importância de sua atuação nela. Desejo de disseminar	Crença na causa	Ideológicas

	<p>uma ideia</p> <p>Sentimento de missão a cumprir</p>		
<p>A realização do trabalho voluntário é um gesto de fé</p> <p>Minha fé recomenda a realização de trabalho voluntário</p>	<p>Influência da fé no desejo de ser voluntário</p> <p>Busca por cumprir um dever como praticante de sua religião</p>	Religião (fé em algo superior)	Ideológicas

APÊNDICE F – VISUALIZAÇÃO DO QUESTIONÁRIO DISPONÍVEL NO LINK DO SURVEYMONKEY

Resumo Criar questionário Coletar respostas Analisar os resultados

Seja o primeiro a responder

Pré-visualizar e testar Imprimir Próximo →

PÁGINA 1 Lógica de página Mais opções

+ Adicionar logotipo

Pesquisa Voluntários Junior Achievement

Pesquisa Trabalho Voluntário JA

Caro(a) voluntário(a),
O presente questionário faz parte de uma pesquisa de dissertação de mestrado pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS, e gostaria de pedir a sua colaboração para a realização desse estudo.
Você não será identificado(a) e as respostas serão utilizadas unicamente para fins de pesquisa.
Desde já agradeço a contribuição!

1. Sexo

2. Idade

3. Participou do projeto como achiever antes de tornar-se voluntário (adviser)?

4. Escolaridade

5. Por que você decidiu se tornar um voluntário do projeto Miniempresa?

EDITOR

- Múltipla escolha
- Menu suspenso
- Matriz/Escala de classificação
- Matriz de menus suspenso **Atualizar**
- Classificação
- Net Promoter Score
- Caixa de texto única
- Várias caixas de texto
- Caixa de comentários
- Informações de contato
- Data/Hora
- Texto
- Imagem
- Teste de texto A/B **Atualizar**

BANCO DE PERGUNTAS

LÓGICA

OPÇÕES

TEMAS