

## CATEGORIAS E FATORES DE MOTIVAÇÃO PARA O VOLUNTARIADO: ASPECTOS PESSOAIS, PROFISSIONAIS, SOCIAIS E IDEOLÓGICOS

Gabriela Zanandrea

José Alfredo Nahas

### // resumo

Esta pesquisa teve como objetivo discutir os motivadores que afetam a intenção de continuar o voluntariado. Trata-se de uma pesquisa quantitativa, com coleta de dados feita por meio de questionário eletrônico enviado por *e-mail* e redes sociais entre março e maio de 2019, que contou com uma amostra final não probabilística de 754 participantes. O questionário foi composto de 40 afirmativas que demandavam respostas de uma escala Likert de 5 pontos, organizadas a partir de categorias e fatores (GEMELLI, 2015). Os resultados sugerem que os principais fatores que influenciaram a motivação dos respondentes para continuar o trabalho voluntário foram: a) valores/ entendimento (voluntariado é bom para o mundo e para o próprio indivíduo); b) motivos sociais (voluntariado representa uma maneira de fortalecer as relações sociais); e c) *networking* (voluntariado estabelece redes de relacionamentos). Esses resultados contribuem para a compreensão de elementos que motivam a intenção de continuar o trabalho voluntário e, assim, apontam para indícios que podem ser utilizados pelas organizações para aperfeiçoarem seus programas de voluntariado.

**| palavras-chave:** voluntariado | perfil de voluntários | motivação de voluntários.

## OS ARTIGOS GIFE

A série Artigos GIFE publica reflexões e análises de pesquisadores brasileiros de diferentes áreas do saber com o objetivo de estimular, ampliar e disseminar a produção de conhecimento qualificado sobre o campo da filantropia, do investimento social privado e da sociedade civil no Brasil.

A partir da premissa de que a produção de conhecimento sobre esses temas tem um papel fundamental na expansão, diversificação e qualificação da ação pública pela sociedade, a iniciativa também pretende contribuir para ampliar as conexões entre o setor, as universidades e os centros de pesquisa, promovendo e apoiando o envolvimento de novos atores com a temática e a circulação ampliada de ideias em torno dela.

Este texto integra a quinta edição dos Artigos GIFE, que propõe a publicação mensal de artigos selecionados por meio de chamada pública e convite a autores especialistas em temáticas específicas e relevantes para o setor, buscando apoiar e fomentar a produção de conhecimento sobre o investimento social no Brasil.

---

## O GIFE

O Grupo de Institutos Fundações e Empresas (GIFE) é uma organização sem fins lucrativos que reúne associados de origem empresarial, familiar ou independente que investem em projetos de interesse público. Criado em 1989 como grupo de troca e colaboração e institucionalizado em 1995 por 25 organizações, tornou-se referência no campo da filantropia e do investimento social privado no Brasil.

Nesses mais de 25 anos de atuação, tem contribuído para o fortalecimento de práticas e ações a serviço do bem comum no país, trabalhando para expandir, qualificar e fortalecer o investimento social privado, diversificar e ampliar atores e recursos, criar referências e estimular boas práticas de gestão, bem como articulando o setor com a sociedade e a agenda pública. Atualmente, o GIFE reúne mais de 160 associados que, somados, aportam mais de 3 bilhões de reais por ano em projetos próprios e no apoio a projetos de terceiros.

## INTRODUÇÃO

Nas sociedades contemporâneas, principalmente em um contexto de países em desenvolvimento, os esforços exercidos pelas instituições do Estado e as soluções do mercado revelam-se insuficientes para garantir o bem-estar de todos os indivíduos que delas fazem parte. Nesse contexto, destaca-se a importância de iniciativas e ações pró-sociais empreendidas no âmbito da sociedade civil, a exemplo do trabalho voluntário (PILATI e HEES, 2011).

O voluntariado é entendido como um comportamento de ajuda planejado, não obrigatório, quando indivíduos contribuem com seu talento, tempo e energia para beneficiar estranhos, sem que haja compensação financeira por isso (GIBELMAN e SWEIFACH, 2008; CHACÓN et al., 2017). Esse tema tem recebido cada vez mais atenção, pois envolve a participação de um considerável número de indivíduos e atividades essenciais para o funcionamento de muitas organizações (AGOSTINHO e PAÇO, 2012). A atuação dos voluntários representa um valor social inquestionável para a sociedade civil (AGOSTINHO e PAÇO, 2012), bem como se revela um elemento crítico para as organizações sem fins lucrativos.

As organizações sem fins lucrativos enfrentam inúmeros desafios, que exigem desempenhos eficazes e eficientes diante das limitações financeiras com as quais são confrontadas. Por isso, muitas vezes embasam seus serviços em atividades de voluntariado (ABORAMADAN et al., 2019). Além dos resultados positivos para a organização e para a sociedade, o trabalho voluntário também produz benefícios para o próprio voluntário, como melhorias significativas na qualidade de vida, maior satisfação, propósito e melhores resultados no envelhecimento (MILBOURN, BLACK e BUCHANAN, 2019).

No Brasil, em 2018, segundo dados do IBGE (2019), o voluntariado foi praticado por cerca de 4,3% da população acima dos 14 anos, apresentando uma queda de 1,6% em relação ao ano anterior, após alta de 13% entre 2016 e 2017. Nesse sentido, há um desafio contínuo no recrutamento e retenção de voluntários, principalmente em um contexto de mudança, caracterizado por um declínio na quantidade de tempo que as pessoas dedicam às atividades voluntárias (MALINEN, ALGERA e MANKKINEN, 2019).

Dados mais recentes, que consideram o contexto da pandemia do novo coronavírus (covid-19), mostraram que, apesar de a emergência ter contribuído para mobilizar e engajar colaboradores em atividades voluntárias, cerca de um terço das empresas respondentes paralisou seus programas de voluntariado corporativo devido às medidas de distanciamento social (COMUNITAS, 2021, p. 110). Outro estudo aponta que 44% das organizações da sociedade civil (OSC) respondentes reduziram seu quadro de voluntários ativos como um dos efeitos negativos da pandemia (MOBILIZA e REOS PARTNERS, 2020, p. 10).

Diante disso, torna-se fundamental compreender as motivações que levam voluntários a se manterem ativos nessas atividades (MILBOURN, BLACK e BUCHANAN, 2019). Uma quantidade significativa de pesquisas examina os fatores que impulsionam o voluntariado, apontando diversas razões (ABORAMADAN et al., 2019; ARANDA, ZAPPALÀ e TOPA, 2019). Contudo, não há consenso na literatura quanto aos fatores mais influentes (MERRILEES, MILLER e YAKIMOVA, 2020), bem como

pouca atenção tem sido dada a diferenças nas motivações para os indivíduos continuarem no trabalho voluntário (ABORAMADAN et al., 2019; MALINEN, ALGERA e MANKKINEN, 2019). Compreender os fatores que podem influenciar a intenção de se voluntariar é essencial para o desenvolvimento de estratégias eficazes de recrutamento e gerenciamento de voluntários (MALINEN, ALGERA e MANKKINEN, 2019).

Desse modo, considerando o contexto brasileiro, é necessário compreender melhor o comportamento dos voluntários e os fatores que podem interferir na intenção de continuidade pelos indivíduos. Esta pesquisa teve como objetivo traçar um perfil de voluntários, ainda que não probabilístico, e determinar motivadores que afetam a intenção de continuar o trabalho voluntário. Para isso, este texto encontra-se dividido em quatro itens: o primeiro apresenta os fundamentos conceituais para o desenho de pesquisa e a construção do questionário; o segundo descreve os procedimentos metodológicos utilizados neste estudo; o terceiro discute os resultados obtidos em 754 questionários respondidos; e, por fim, o quarto item apresenta as principais conclusões.

## 1 MOTIVAÇÃO PARA O VOLUNTARIADO

Com a relevância do voluntariado nas organizações sem fins lucrativos, as pesquisas enfatizam a importância de examinar as motivações e os comportamentos dos voluntários (ABORAMADAN et al., 2019), já que se acredita que os indivíduos têm expectativas e motivações diferentes em relação ao trabalho voluntário (NEWTON, BECKER e BELL, 2014).

A natureza do voluntariado é multimotivacional (ROBINSON, KOCMAN, SPEYER & GERASOPOULOS, 2021). Nesse sentido, Gemelli (2015) propôs um *framework* agrupando as principais categorias, divididas em fatores motivacionais, encontrados na literatura nacional e internacional. Posteriormente, realizou um estudo qualitativo abordando o voluntariado em organizações do terceiro setor no Brasil, constatando que as motivações abrangiam fatores pessoais, como o desejo de ser útil, feliz e mais realizado com o trabalho voluntário, bem como o reconhecimento trazido por essa atuação. Além disso, os voluntários eram motivados também por questões profissionais, já que destacaram o voluntariado como um meio para facilitar a rede de relacionamentos e contatos profissionais. Paralelamente, as motivações sociais e ideológicas também foram apontadas como influenciadores da motivação dos voluntários. Este estudo adotou as categorias e os fatores encontrados por Gemelli (2015), que já condensavam uma ampla gama de motivadores investigados em estudos anteriores.

A categoria de motivação pessoal é composta pelos fatores de valores/entendimento, proteção e reconhecimento pela realização do trabalho voluntário. O primeiro, valores/entendimento, abrange as motivações dos indivíduos que veem o trabalho voluntário como um meio para novas experiências e para demonstrar suas preocupações altruístas e humanitárias (PILATI e HEES, 2011). Nesse fator estão incluídas as pessoas que se motivam por acreditar que é importante, tanto para si quanto para os outros, ser prestativo para a sociedade, vendo no voluntariado uma forma de ajudar a melhorar o mundo. No fator de proteção, as motivações centram-se em se autoproteger de sentimentos negativos. O trabalho voluntário pode servir para minimizar a culpa por ser mais afortunado do que outros e, também, para resolver problemas pessoais (CLARY et al., 1998; PILATI e HEES, 2011). O último fator da categoria de motivação pessoal, reconhecimento, traz questões que traduzem a esperada aprovação da atuação voluntária pela sociedade (BOZ e PALAZ, 2007).

Motivações profissionais também podem influenciar a decisão de realizar ou continuar o trabalho voluntário, e é a segunda categoria pesquisada. Esse comportamento é formado pelos fatores relacionados a *networking* e carreira. O fator *networking* considera o voluntariado como um meio de estabelecer contatos interpessoais, formando uma rede de relacionamentos (BANG, ALEXANDRIS

e ROSS, 2008). Do mesmo modo, no fator carreira, a motivação para realizar o trabalho voluntário ocorre pela possibilidade de obtenção de ganhos e experiências profissionais (PILATI e HEES, 2011).

A motivação social, por sua vez, abrange aspectos estudados por um único fator, chamado social/ engrandecimento, que entende que o trabalho voluntário representa uma maneira para fortalecer relações sociais e elevar a autoestima, mantendo o estado de espírito do voluntário positivo (PILATI e HEES, 2011).

Motivações ideológicas também são apontadas na literatura como relevantes para o voluntariado. Um primeiro fator, de atitude em relação às organizações de caridade, traz questões sobre a identificação do indivíduo com a causa de uma organização (WEBB, GREEN e BRASHEAR, 2000). E, por fim, o fator religiosidade remete à crença religiosa dos voluntários (ABREU et al., 2015).

Essas categorias e seus respectivos fatores foram empregados neste estudo devido à sua importância para afetar a intenção positiva dos voluntários de continuar desempenhando esse papel, ou seja, continuar atuando como membro voluntário em atividades características de voluntariado (BLAU e HOLLADAY, 2006). Estudar a intenção comportamental dos indivíduos é uma oportunidade de entender suas atividades futuras (CHO, LI e WU, 2019).

## 2 METODOLOGIA

Esta pesquisa é resultado de uma colaboração entre a ONG Parceiros Voluntários e a Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS) com a finalidade de traçar um perfil de voluntários e determinar os motivadores que afetam a intenção das pessoas de continuarem essa atividade. Para tanto, foi feita uma pesquisa quantitativa, cuja coleta de dados envolveu a aplicação de questionário estruturado, composto por duas sessões principais: (i) a primeira dedicada aos fatores que motivam para continuar o trabalho voluntário, formada por 40 questões, cujas respostas utilizaram escala Likert de cinco pontos, variando de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente); (ii) a segunda sessão tinha questões a respeito de características para possibilitar traçar um perfil dos voluntários respondentes da pesquisa.

Para mensurar as motivações para continuar o voluntariado foi feito um tratamento estatístico em que foram utilizados, como variáveis independentes, os oito fatores expostos na seção anterior, organizados em categorias por Gemelli (2015): quatro fatores propostos inicialmente por Clary et al. (1998) e adaptados ao contexto brasileiro por Pilati e Hees (2011) – valores/ entendimento, proteção, carreira e social/ engrandecimento; motivadores relacionados ao reconhecimento (BOZ e PALAZ, 2007); *networking* (BANG, ALEXANDRIS e ROSS, 2008); atitude em relação às organizações de caridade (WEBB, GREEN e BRASHEAR, 2000); e religiosidade (ABREU et al., 2015). A variável dependente, ou seja, a intenção de continuar o voluntariado, foi mensurada a partir da adaptação de uma escala de intenção de comportamento proposta por Bruner, Hensel e James (1998).

O questionário foi aplicado entre março e maio de 2019, com o envio de um *link* de formulário eletrônico por *e-mail* ou redes sociais para indivíduos que haviam realizado ações voluntárias há pelo menos um ano. Os participantes foram selecionados de modo não probabilístico a partir de uma base de contatos de 9.142 indivíduos da ONG Parceiros Voluntários e de divulgação da pesquisa em redes sociais.

A amostra resultou em 754 questionários respondidos, com a maioria dos indivíduos provenientes do Rio Grande do Sul (75,9%), seguido por São Paulo (13,8%), Rio de Janeiro (2,0%) e Minas Gerais (1,9%). Os demais estados representam 6,6% da amostra obtida. Com os dados coletados, seguiu-se a etapa de análise por meio do *software* estatístico SPSS, realizando análise descritiva (frequências e estatísticas de tendência central) e análise de regressão linear múltipla, conforme sugestões de Hair et al. (2009). Na regressão linear múltipla, os oito fatores motivadores são usados para verificar sua capacidade de previsão do comportamento do construto dependente: a intenção de continuar o trabalho voluntário.

### 3 RESULTADOS

O perfil demográfico dos respondentes foi descrito a partir das características de gênero, idade, religião, renda mensal, estado civil, nível de escolaridade e ocupação. Os resultados estão apresentados na Tabela 1. Observou-se que mais de três quartos dos respondentes eram do gênero feminino (75,5%), com idade entre 30 e 39 anos (23,3%). A maioria (29,4%) tinha pós-graduação *lato sensu* (MBA/ especialização) e eram casados ou tinham união estável (45,1%). Um quarto deles eram funcionários da iniciativa privada (24,9%).

A maior parte dos participantes declarou ser da religião católica (36,9%), enquanto 23,6% declararam não ter religião. Outras religiões foram declaradas por 10,1% dos respondentes (Umbanda, Universalista, Testemunhas de Jeová, Cristã, Luterana, Judaica, Israelita, Islã, Espírita, Daimista, Budista, Bahá'í, Anglicana, nas palavras dos respondentes) e houve indivíduos que afirmaram ser agnósticos ou acreditar em Deus mas não ter religião definida.

A renda mensal dos respondentes foi analisada a partir da classificação proposta pela FGV Social (2014), que apresenta as faixas de renda de acordo com as classes sociais. A maioria dos respondentes da pesquisa enquadrou-se na Classe C, com uma renda mensal entre R\$ 2.005,00 a R\$ 8.640,00.

**Tabela 1 - Características demográficas dos respondentes**

Características demográficas	%	Características demográficas	%
<b>Gênero</b>		<b>Estado civil</b>	
Feminino	75,5	Casado/ união estável	45,1
Masculino	24,0	Solteiro	41,0
Outro	0,5	Separado/ divorciado	11,5
		Viúvo	2,4
<b>Idade</b>		<b>Nível de escolaridade</b>	
Menor ou igual a 18 anos	5,3	Ensino fundamental incompleto	0,4
De 19 a 29 anos	22,9	Ensino fundamental completo	1,1
De 30 a 39 anos	23,3	Ensino médio incompleto	3,3
De 40 a 49 anos	19,5	Ensino médio completo	8,8
De 50 a 59 anos	18,3	Ensino superior completo	26,8
De 60 a 69 anos	9,0	Pós-graduação <i>lato sensu</i>	29,4
Acima de 70 anos	1,7	Pós-graduação <i>stricto sensu</i>	8,8
<b>Religião</b>		<b>Ocupação</b>	
Católica	36,9	Funcionário (a) da iniciativa privada	24,9
Não tenho religião	23,6	Estudante	15,0
Espírita	18,4	Servidor (a) público	12,7
Evangélica	11,0	Autônomo (a)	11,5
Outra	10,1	Aposentado (a)	9,9
		Desempregado (a)	6,9
<b>Renda mensal</b>		<b>Empreendedor (a)</b>	
Até R\$ 1.254,00	20,4	Empreendedor (a)	5,6
De R\$ 1.255,00 a R\$ 2.004,00	19,4	Consultor (a)	2,4
De R\$ 2.005,00 a R\$ 8.640,00	44,4	Dono (a) de casa	2,0
De R\$ 8.641,00 a R\$ 11.261,00	7,4	Outro	9,0
Acima R\$ 11.261,00	8,4		

Fonte: elaboração própria.

Os participantes foram questionados a respeito de suas atividades voluntárias. As respostas podem ser vistas na Tabela 2.

**Tabela 2 - Características das atividades voluntárias**

Características das atividades	%	Características das atividades	%
<b>Tempo em que realiza voluntariado</b>		<b>Tipos de organização</b>	
Menos de 1 ano	20,8	Associação de bairro	13,7
De 1 a 3 anos	22,5	Centros de voluntariado	21,8
De 3 a 5 anos	12,2	Espaços públicos, praças, parques	10,3
De 5 a 7 anos	5,6	Instituição de assistência social	29,8
De 7 a 9 anos	4,9	Instituição de saúde	15,0
De 9 a 11 anos	6,8	Instituição educacional	22,5
Acima de 11 anos	27,2	Instituição religiosa	25,1
		Órgão do governo	4,1
		Programa de voluntariado de empresas	20,6
		Outro	19,5
<b>Frequência do voluntariado</b>		<b>Público-alvo do voluntariado</b>	
Diariamente ou quase diariamente	8,8	Público em geral	43,8
Pelo menos 1 vez por semana	29,6	Crianças/ adolescentes	46,7
Pelo menos 1 vez por mês	15,0	Jovens	26,9
Pelo menos 3 ou 4 vezes nos últimos 12 meses	14,9	Adultos	22,7
1 ou 2 vezes nos últimos 12 meses	8,8	Idosos	22,4
Sem frequência definida	23,1	Famílias	17,1
		Moradores de rua	10,9
<b>Horas dedicadas ao voluntariado (por mês)</b>		Pessoas com deficiência	14,7
Até 1 hora	3,4	Meio ambiente	10,1
De 1 a 3 horas	16,4	Animais	9,4
De 4 a 6 horas	13,4	Outros	5,4
De 7 a 9 horas	6,4		
De 10 a 12 horas	9,8		
Acima de 12 horas	15,4		
Eventualmente/ Sem horas definidas	35,1		

Fonte: elaboração própria.

A maioria dos respondentes realiza atividades voluntárias pelo menos uma vez por semana (29,6%), mas sem carga horária definida (35,1%). A maior parte deles está envolvida em atividades voluntárias há mais de 11 anos (27,2%) – esse grupo é caracterizado pela faixa etária entre 40 e 59 anos. As instituições de assistência social são as que receberam maior apoio (29,8%), preponderando iniciativas voltadas a crianças e adolescentes (46,7%).

Em seguida, os participantes foram perguntados a respeito dos fatores que os motivam a ser voluntários (Tabela 3). Para interpretar os valores médios do nível de concordância de cada item, a escala interpretativa pode ser considerada da seguinte forma: (i) médias entre 1,00 a 1,49 foram entendidas como discordo totalmente; (ii) médias entre 1,50 a 2,49 foram entendidas como discordo; (iii) médias entre 2,50 a 3,49 foram entendidas como neutro; (iv) médias entre 3,50 a 4,49 foram entendidas como concordo; e (v) médias entre 4,50 a 5,00 foram entendidas como concordo totalmente.

**Tabela 3 – Variáveis independentes: fatores que motivam para o voluntariado**

Fatores	Questões	M	DP
<b>Motivos pessoais</b>			
Valores/ entendimento M = 4,56; DP = 0,43	VA1 - Gosto de ser prestativo para a sociedade.	4,77	0,48
	VA2 - Por meio do voluntariado eu posso ajudar a melhorar o mundo.	4,80	0,48
	VA3 - Fazer algo de bom a outras pessoas é importante para mim.	4,88	0,37
	VA4 - O voluntariado me ajuda a compreender como o mundo poderia ser melhor.	4,68	0,61
	VA5 - O trabalho voluntário é uma boa forma de fazer justiça.	4,01	1,04
	VA6 - Eu aprendo com a carência (afetiva, financeira, psicológica, etc.) do outro.	4,48	0,85
	VA7 - No voluntariado eu perco preconceitos.	4,52	0,81
	VA8 - Eu me sinto ativo graças ao trabalho voluntário.	4,37	0,90
Proteção M = 3,34; DP = 0,98	PR1 - O voluntariado me auxilia na resolução dos meus próprios problemas.	3,95	1,07
	PR2 - O trabalho voluntário me ajuda a entender os problemas da minha vida.	3,78	1,13
	PR3 - Trabalhar voluntariamente é uma forma de esquecer meus problemas.	3,23	1,39
	PR4 - O trabalho voluntário diminui a minha culpa por ter mais que muitos.	2,40	1,41
Reconhecimento M = 2,54; DP = 0,98	RE1- Acredito que o reconhecimento pelo trabalho voluntário não é importante. O importante é ajudar as pessoas necessitadas.	4,06	1,23
	RE2- Considero importante o reconhecimento por meio de visitas das pessoas que ajudei.	2,69	1,31
	RE3- Considero importante o reconhecimento por meio de telefonemas das pessoas que ajudei.	2,60	1,31
	RE4- Considero importante o reconhecimento por meio de anúncios da organização voluntária.	2,93	1,38
	RE5 - Considero importante o reconhecimento público através de premiações.	2,57	1,33
<b>Motivos profissionais</b>			
Networking (M = 4,79; DP = 0,37)	NE1 - O trabalho voluntário permite que eu interaja com os outros.	4,78	0,48
	NE2 - O trabalho voluntário permite que eu trabalhe com pessoas diferentes.	4,83	0,47
	NE3 - O trabalho voluntário permite que eu conheça pessoas.	4,85	0,42
	NE4 - O trabalho voluntário permite que eu desenvolva relacionamentos com outras pessoas.	4,73	0,53
Carreira (M = 3,28; DP = 1,03)	CA1 - O trabalho voluntário funciona como uma porta de entrada para a minha carreira profissional.	3,15	1,29
	CA2 - Como voluntário eu faço contatos para trabalhos remunerados.	2,47	1,33
	CA3 - O voluntariado auxilia na minha capacitação para um emprego.	3,39	1,34
	CA4 - Como voluntário eu aprendo coisas úteis para minha carreira.	4,14	1,06
<b>Motivos sociais</b>			
Social/ engrandecimento (M = 4,35; DP = 0,49)	S01 - O voluntariado me permite fazer bons amigos.	4,60	0,66
	S02 - O voluntariado me permite criar vínculos afetivos com outros voluntários.	4,37	0,81
	S03 - Trabalhar voluntariamente aumenta minha autoconfiança.	4,40	0,77
	S04 - Trabalhar como voluntário(a) aumenta minha autoestima.	4,40	0,81
	S05 - Participando do trabalho voluntário aprendo a lidar com situações diferentes.	4,75	0,51
	S06 - As pessoas próximas de mim valorizam o trabalho voluntário.	4,00	0,92
	S07 - Meus amigos veem o voluntariado como algo importante.	3,95	0,96
<b>Motivos ideológicos</b>			
Atitude em relação às organizações de caridade (M = 4,27; DP = 0,64)	AT1 - O dinheiro dado a instituições de caridade vai para boas causas.	4,21	0,85
	AT2 - Minha imagem de organizações de caridade é positiva.	4,21	0,85
	AT3 - Organizações de caridade têm sido bem-sucedidas em ajudar os necessitados.	4,01	0,87
	AT4 - Organizações de caridade desempenham uma função útil para a sociedade.	4,63	0,64
Religiosidade (M = 3,96; DP = 1,21)	RE1 - Acredito que a vida tem significado por causa da existência de um Deus.	4,06	1,34
	RE2 - Acredito que a vida tem significado porque haverá algo depois da morte.	3,76	1,38
	RE3 - Acredito que tudo de bom que existe no mundo tem origem em Deus.	3,95	1,37
	RE4 - Acredito que eu experimento a bondade de Deus na paz da natureza.	4,10	1,29

Fonte: elaboração própria.

Nota: M= média, DP = desvio-padrão.

Foram 12 os itens (30%) que apresentaram médias acima de 4,5, ou seja, classificados como concordo totalmente; 18 itens (45%) enquadraram-se na categoria concordo. Os demais enquadraram-se nas categorias neutro (7 itens, 17,5%) e discordo (3 itens, 7,5%). Não houve itens classificados como discordo totalmente. Isso pode mostrar que diferentes elementos podem interferir na motivação das pessoas em realizarem trabalho voluntário.

Especificamente, os pontos que apresentaram médias mais altas referiam-se à percepção do voluntário de que fazer algo bom para outras pessoas é importante (4,88) e de que o trabalho voluntário possibilita que se conheça novas pessoas (4,85) e que se trabalhe com pessoas diferentes (4,83). De modo geral, o fator de valores/ entendimento e de *networking* apresentaram as maiores médias nas respostas.

No que se refere à variável dependente, a intenção de continuar o voluntariado, as médias das questões (Tabela 4) se concentraram acima de 4,5, demonstrando uma tendência para a intenção do comportamento dos respondentes para a prática do voluntariado.

**Tabela 4 - Variável dependente: intenção de continuar o voluntariado**

Fatores	Questões	M	DP
<b>Intenção de continuar o voluntariado</b>			
Intenção de continuar o voluntariado M = 4,74; DP = 0,465	M01 - Provavelmente continuarei realizando trabalho voluntário.	4,76	0,49
	M02 - Existe a intenção de que eu continue realizando trabalho voluntário.	4,80	0,45
	M03 - Possivelmente continuarei realizando trabalho voluntário.	4,77	0,51
	M04 - É certo que continuarei realizando trabalho voluntário.	4,66	0,65

Fonte: elaboração própria.

Nota: M= média, DP = desvio-padrão.

Em seguida, por meio da regressão múltipla, buscou-se verificar se a influência dos oito fatores era estatisticamente significativa na vontade dos respondentes de continuarem no voluntariado. Dentre os oito fatores investigados, foi constatado que valores/ entendimento, *networking*, carreira, social/ engrandecimento, atitude em relação às organizações de caridade e religiosidade impactam na motivação em continuar no trabalho voluntário, com destaque a impactos positivos de valores/ entendimento, motivos sociais e *networking*.

Os resultados mostraram também que proteção e reconhecimento não influenciaram na decisão dos respondentes de continuar realizando o voluntariado, ou seja, para os participantes, o fato de o trabalho voluntário representar uma oportunidade para reduzir sentimentos negativos parece não influenciar na sua motivação. Ao mesmo tempo, o reconhecimento público pelas atividades de voluntariado tampouco parece influenciar a motivação do público investigado.

Outro importante indício desta pesquisa refere-se ao fato de a dimensão carreira (busca de experiências e ganhos relacionados à atuação profissional) influenciar negativamente a motivação para continuar realizando trabalho voluntário, ou seja, quanto mais a motivação para o trabalho voluntário estava relacionada com a ideia de obter experiência e ganhos para a atuação profissional, menor era a motivação para continuar no trabalho voluntário. A tabela 5 apresenta a força das relações ( $\beta$ ) e o nível de significância ( $p$ ).

**Tabela 5 – Fatores que motivam a intenção de continuar o trabalho voluntário**

	Coefficientes padronizados ( $\beta$ )	p
Valores → Motivação	0,146	0,001**
Proteção → Motivação	0,013	0,761
Reconhecimento → Motivação	-0,059	0,106
Networking → Motivação	0,079	0,037*
Carreira → Motivação	-0,128	0,001**
Sociais → Motivação	0,246	0,000**
Atitude → Motivação	0,077	0,034*
Religiosidade → Motivação	0,101	0,004**

Fonte: elaboração própria.

Notas: \* Relação estatisticamente significativa ao nível de 0,05. \*\* Relação estatisticamente significativa ao nível de 0,01.

O poder explicativo do modelo ( $R^2$ ) resultou em 0,197, o que permite afirmar que as variáveis preditoras do modelo (valores, proteção, reconhecimento, *networking*, carreira, sociais, atitude e religiosidade) explicam 19,7% da motivação de continuar no trabalho voluntário. Tendo por base as análises realizadas, pode-se afirmar que a intenção em continuar no voluntariado é expressa como segue.

$$\text{Intenção de continuar o voluntariado} = 0,146 \text{ valores} + 0,079 \text{ networking} - 0,128 \text{ carreira} + 0,246 \text{ sociais} + 0,034 \text{ atitude} + 0,101 \text{ religiosidade.}$$

#### 4 DISCUSSÕES E CONCLUSÕES

O presente estudo teve como objetivo verificar os motivadores que afetam a intenção das pessoas de continuar com o trabalho voluntário.

Os respondentes da pesquisa concordaram ou concordaram totalmente com 30 dos 40 itens motivacionais investigados. Os achados sugerem que diferentes fatores motivam os indivíduos a continuar o trabalho voluntário, sendo consistente com estudos recentes da literatura (ARANDA, ZAPPALÀ e TOPA, 2019). Fatores relacionados a valores/ entendimento, *networking*, sociais/ engrandecimento, atitude em relação às organizações de caridade e religiosidade foram identificados como os que influenciam positivamente a motivação dos voluntários. A literatura – como Clary et al. (1998), Webb, Green e Brashear (2000), Abreu et al. (2015) e Aboramadan et al. (2019) – corrobora os resultados obtidos.

Esses achados podem sugerir que o fato de os respondentes perceberem e entenderem que o voluntariado é algo que proporciona resultados positivos não apenas para o mundo, mas para si mesmos, de que o trabalho voluntário permite estabelecer novas conexões, profissionais e não profissionais, e de que incentiva a autoconfiança e a autoestima, têm impacto na motivação em continuar atuando como voluntários.

Proteção e reconhecimento não foram considerados importantes pelos participantes – ou seja, para os respondentes, o trabalho voluntário não parece representar uma oportunidade de reduzir sentimentos negativos – e, tampouco, o reconhecimento público pelas atividades de voluntariado apresentou influência na motivação do público investigado. Desse modo, estes achados contrapõem os de Shields (2009), que indicavam que o reconhecimento e prêmios por participação em trabalho voluntário interferem na intenção de continuar nessas atividades.

Outra sugestão dos resultados desta pesquisa é que o fator carreira (busca de experiências e ganhos relacionados à atuação profissional) influencia negativamente, com significância estatística, a motivação de continuar realizando trabalho voluntário. Estes resultados contrariam alguns achados da literatura que afirmam que, muitas vezes, os indivíduos podem se voluntariar devido a motivações relacionadas à carreira, percebendo o voluntariado como benéfico na obtenção de experiências, habilidades ou contatos profissionais (CLARY et al., 1998; ABORAMADAN et al., 2019). Por outro lado, Horstmann et al. (2017) constataram que a influência da motivação carreira foi apenas marginalmente significativa (ao nível de 10%); por isso, sugerem que se deve buscar qual pode ser a motivação dos voluntários a partir de fatores relacionados à carreira para, então, enfatizar os benefícios que a ação voluntária pode propiciar nesse âmbito, como certificados e possibilidades no desenvolvimento de diferentes habilidades. Sobre esse aspecto, Shields (2009) afirma que os benefícios do voluntariado, como a oportunidade de aprimorar as habilidades profissionais e a conquista de realizações pessoais, precisariam ser enfatizados para atrair esses indivíduos.

Limitações no presente estudo devem ser consideradas. A primeira delas é quanto ao uso de dados provenientes de uma amostragem não probabilística. Assim, os achados observados dizem respeito à opinião dos participantes desta pesquisa, por isso a generalização para outros contextos e voluntários deve ser analisada com cautela. Além disso, neste estudo foram considerados motivadores, tanto individuais quanto organizacionais, que explicam a intenção em continuar o trabalho voluntário conforme identificado por Gemelli (2015), porém tal conjunto de fatores ainda representa uma seleção. Outras motivações poderiam ser significativas e incluídas em estudos futuros, por exemplo a vocação para o trabalho voluntário, conforme sugerido recentemente por Faletihan, van Burg, Thompson e Wempe (2021). Também é necessário considerar que o tratamento estatístico dos dados não foi realizado com técnicas mais sofisticadas.

Estudos sobre a motivação dos indivíduos para continuar realizando trabalhos voluntários são importantes para sua gestão eficaz. As conclusões desta pesquisa contribuem para o entendimento dos fatores que motivam o voluntário e apontam indícios que podem ser mais bem investigados em pesquisas futuras.

## **AGRADECIMENTOS**

Os autores gostariam de agradecer aos professores da Universidade do Vale do Rio dos Sinos e colaboradores da ONG Parceiros Voluntários que participaram da coleta e análise dos dados e forneceram importantes contribuições para a realização desta pesquisa, especialmente Profa. Claudia Cristina Bitencourt, Prof. Fernando de Oliveira Santini e Maria Elena Pereira Johannpeter, idealizadora e criadora da ONG Parceiros Voluntários. Os autores também gostariam de agradecer o apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

## REFERÊNCIAS

- ABORAMADAN, Mohammed et al. Volunteering drivers and continuation will: the role of engagement. **Journal of Management Development**, 2019.
- ABREU, Madalena Eça; LAUREANO, Raul M.; SILVA, Rui Vinhas; DIONÍSIO, Pedro. Volunteerism, compassion and religiosity as drivers of donations practices. **International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing**, v. 20, n. 3, p. 256-276, 2015.
- AGOSTINHO, Denise; PAÇO, Arminda. Analysis of the motivations, generativity and demographics of the food bank volunteer. **International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing**, v. 17, n. 3, p. 249-261, 2012.
- ARANDA, Mercedes; ZAPPALÀ, Salvatore; TOPA, Gabriela. Motivations for volunteerism, satisfaction, and emotional exhaustion: the moderating effect of volunteers' age. **Sustainability**, v. 11, n. 16, p. 44-77, 2019.
- BANG, Hyejin; ALEXANDRIS, Konstantinos; ROSS, Stephen D. Validation of the revised volunteer motivations scale for international sporting events (VMS-ISE) at the Athens 2004 Olympic Games. **Event Management**, v. 12, n. 3-4, p. 119-131, 2008.
- BLAU, Gary; HOLLADAY, Blair E. Testing the discriminant validity of a four-dimensional occupational commitment measure. **Journal of Occupational and Organizational Psychology**, v. 79, n. 4, p. 691-704, 2006.
- BOZ, Ismet; PALAZ, Serap. Factors influencing the motivation of Turkey's community volunteers. **Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly**, v. 36, n. 4, p. 643-661, 2007.
- BRUNER, Gordon C.; HENSEL, Paul J.; JAMES, Karen E. **Marketing scales handbook: a compilation of multi-item measures**. Chicago: American Marketing Association, v. 2, 1998.
- CHACÓN, Fernando et al. Volunteer functions inventory: a systematic review. **Psicothema**, v. 29, n. 3, p. 306-316, 2017.
- CHO, Heetae; LI, Chunxiao; WU, Yandan. Understanding sport event volunteers' continuance intention: an environmental psychology approach. **Sport Management Review**, v. 23, n. 4, p. 615-625, 2020.
- CLARY, E. Gil et al. Understanding and assessing the motivations of volunteers: a functional approach. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 74, n. 6, p. 1516, 1998.
- COMUNITAS. **Benchmarking do investimento social corporativo (BISC) 2020**. 2021. Disponível em: [https://www.comunitas.org/wp-content/uploads/2021/05/BISC\\_2020\\_Relat%C3%B3rioFinal\\_DIGITAL.pdf](https://www.comunitas.org/wp-content/uploads/2021/05/BISC_2020_Relat%C3%B3rioFinal_DIGITAL.pdf). Acesso em: nov. 2021.
- FALETEHAN, A. F.; VAN BURG, E.; THOMPSON, N. A.; WEMPE, J. Called to volunteer and stay longer: the significance of work calling for volunteering motivation and retention. **Voluntary Sector Review**, v. 12, n. 2, p. 235-255, 2021.
- FGV SOCIAL. Faixa de renda. 2014. Disponível em: <https://cps.fgv.br/qual-faixa-de-renda-familiar-das-classes>. Acesso em: fev. 2019.

GEMELLI, Catia Eli. **Motivações para o trabalho voluntário sob a perspectiva do indivíduo**: um estudo de caso na ONG Junior Achievement. Dissertação (Mestrado em Administração). Universidade do Vale do Rio dos Sinos. 2015.

GIBELMAN, Margaret; SWEIFACH, Jay. Acting on our values: do social workers volunteer? **Social Work**, v. 53, n. 1, p. 53-64, 2008.

HAIR, J. F.; BLACK, W. C.; BABIN, B. J.; ANDERSON, R. E.; TATHAM, R. L. **Análise multivariada de dados**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

HORSTMANN, Aike C.; WINTER, Stephan; RÖSNER, Leonie; KRÄMER, Nicole C. SOS on my phone: an analysis of motives and incentives for participation in smartphone-based volunteering. **Journal of Contingencies and Crisis Management**, v. 26, n. 1, p. 193-199, 2018.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Trabalho**. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho.html>. Acesso em: out. 2021.

MALINEN, Sanna; ALGERA, Puck; MANKKINEN, Teija. Volunteer motivations in the Finnish fire service. **International Journal of Emergency Services**, v. 9, n.1, p. 21-33, 2019.

MERRILEES, Bill; MILLER, Dale; YAKIMOVA, Raisa. Volunteer retention motives and determinants across the volunteer lifecycle. **Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing**, v. 32, n. 1, p. 25-46, 2020.

MILBOURN, Ben; BLACK, Melissa H.; BUCHANAN, Angus. Why people leave community service organizations: a mixed methods study. **Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations**, v. 30, n. 1, p. 272-281, 2019.

MOBILIZA e REOS PARTNERS. **Impacto da COVID-19 nas OSCs brasileiras**: da resposta imediata à resiliência. Disponível em: <https://sinapse.gife.org.br/download/impacto-da-covid-19-nas-osc-brasileiras-da-resposta-imediata-a-resiliencia-sumario-executivo>. Acesso em: nov. 2020.

NEWTON, Cameron; BECKER, Karen; BELL, Sarah. Learning and development opportunities as a tool for the retention of volunteers: a motivational perspective. **Human Resource Management Journal**, v. 24, n. 4, p. 514-530, 2014.

PILATI, Ronaldo; HEES, Maria Alexandra Gaiofatto. Evidências de validade de uma versão brasileira do Inventário de Funções do Voluntariado-IFV. **Psico-USF**, v. 16, n. 3, p. 275-284, 2011.

SHIELDS, Peggy O. Young adult volunteers: recruitment appeals and other marketing considerations. **Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing**, v. 21, n. 2, p. 139-159, 2009.

WEBB, Deborah J.; GREEN, Corliss L.; BRASHEAR, Thomas G. Development and validation of scales to measure attitudes influencing monetary donations to charitable organizations. **Journal of the Academy of Marketing Science**, v. 28, n. 2, p. 299-309, 2000.

## OS AUTORES

**Gabriela Zanandrea**  
[gabi.zanandrea@gmail.com](mailto:gabi.zanandrea@gmail.com)

Pós-doutoranda em Administração pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). Doutora em Administração pela Universidade de Caxias do Sul (UCS), com período de doutorado sanduíche na Universidade de Aveiro, Portugal (2018).

---

**José Alfredo Nahas**  
[josealfredo@parceirosvoluntarios.org.br](mailto:josealfredo@parceirosvoluntarios.org.br)

Graduado em Administração pela Faculdades Unidas Católica de Mato Grosso do Sul, MBA em Gestão Estratégica pela Universidade Federal de MS. Atua no terceiro setor desde 2004, liderando a ONG Parceiros Voluntários.

**artigos**  
**GIFE**

Supervisão: **José Marcelo Zacchi e Gustavo Bernardino**

Coordenação: **Karen Polaz**

Produção editorial: **Gleice Regina Guerra**

Apoio: **Carolina Magosso, Graziela Santiago e Patricia Kunrath**

Comitê de seleção: **Andréa Wolffenbüttel, Graziella Comini,**

**Marcos Paulo Lucca Silveira e Patricia Loyola**

Diagramação: **Alastra, Comunica.**

Impressão: **Forma Certa**

ISSN: 2674-8061

DOI: 10.33816/gife.20210301a5

© 2021 GIFE - Grupo de Institutos Fundações e Empresas



Este material é disponibilizado sob a licença Creative Commons Atribuição Não Comercial 4.0 Internacional.  
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>

As opiniões e análises expressas nesta publicação não necessariamente refletem as do GIFE.

Apoio institucional:

**Alana**

**Ford Foundation**

**Fundação Bradesco**

**Fundação Lemann**

**Fundação Tide Setubal**

**Instituto Unibanco**

**Laudes Foundation**