

Altruístas ou Egoístas? Motivações de voluntários universitários dos projetos de educação tutorial e empresas juniores

Altruistic or selfish? Motivations of university volunteers in tutorial education projects and junior enterprises

Matheus de Oliveira Rocha¹ , Patrícia Trindade Caldas² , Janayna Souto Leal³  e Maria Karolayne de Moura Costa⁴ 

¹ Universidade Federal de Campina Grande - UFCG, Graduado em Administração - UFCG, e-mail: rochaomatheus@gmail.com

² Universidade Federal de Campina Grande - UFCG, Doutora em Administração – UFPB, professora da Unidade Acadêmica de Administração e Contabilidade - UFCG, e-mail: patricia.trindade@professor.ufcg.edu.br

³ Universidade Estadual da Paraíba - UEPB, Doutora em Administração – UFPB, professora do Departamento de Administração e Economia - UEPB, e-mail: janaynaleal@servidor.uepb.edu.br

⁴ Universidade Federal do Piauí - UFPI, Mestra em Administração - UFCG, e-mail: karolaaynemc@gmail.com

RESUMO

O objetivo deste artigo é analisar os fatores de motivação de alunos que participam voluntariamente dos Projetos de Educação Tutorial (PETs) e das Empresas Juniores (EJs). Metodologicamente, optou-se por uma pesquisa quantitativa, de caráter exploratório-descritivo, utilizando a escala de motivação para o trabalho voluntário, desenvolvida e validada por Cavalcante (2016), abrangendo os fatores de motivação altruísta, justiça social, afiliativo, aprendizado e egoísta. Na análise dos dados, aplicou-se estatística descritiva, correlação e Teste t. Os principais resultados definem que predomina o fator aprendizado como motivação em ambos os grupos, contudo, seguem sequências hierárquicas distintas em relação aos demais fatores: os membros das Empresas Juniores buscam também por um reconhecimento (motivos mais egoístas), enquanto os dos grupos PETs tendem a buscar solucionar injustiças sociais (motivos mais coletivos). Em síntese, o estudo considerou que os membros dos grupos procuram participar desses projetos com o objetivo de aprender e se desenvolver, explorando as determinadas populações e o seu comportamento no quesito motivação. Enquanto contribuições, focou na gestão de pessoal dos grupos PETs e EJs, compreendendo o que os instiga, como políticas de desenvolvimento humano, construção de cultura organizacional, programa de captação de voluntários, entre outras organizações fora do contexto universitário.

Palavras-chave: Ensino superior. Projeto de Educação Tutorial. Empresa júnior. Motivação. Voluntariado.

ABSTRACT

The objective of this article is to analyze the motivational factors of students who voluntarily participate in Tutorial Education Projects (PETs) and Junior Enterprises (EJs). Methodologically, a quantitative, exploratory-descriptive research approach was chosen, using the motivation scale for volunteer work, developed and validated by Cavalcante (2016), encompassing the motivational factors of altruism, social justice, affiliation, learning, and egoism. Descriptive statistics, correlation, and t-tests were applied to the data analysis. The main results define that the learning factor predominates as a motivator in both groups; however, they follow distinct hierarchical sequences in relation to the other factors: members of Junior Enterprises also seek recognition (more egoistic motives), while those in PET groups tend to seek to solve social injustices (more collective motives). In summary, the study considered that group members seek to participate in these projects with the objective of learning and developing, exploring the specific populations and their behavior in terms of motivation. In terms of contributions, she focused on the personnel management of PETs and EJs groups, understanding what motivates them, such as human development policies, building organizational culture, volunteer recruitment programs, and other organizations outside the university context.

Keywords: Education university. Tutorial education project. Junior company. Motivation. Volunteering.

1 INTRODUÇÃO

A motivação é um aspecto importante para os gestores compreenderem o comportamento humano no âmbito organizacional e entenderem aquilo que impele as pessoas a agir, além de aspectos que influenciam sua escolha e persistência por determinada ação. Segundo Pereira, Da Silva e Durão (2024), a motivação atrelada ao ambiente de trabalho pode ser definida como o grau de disposição que um indivíduo tem em exercer e manter um esforço em direção aos objetivos organizacionais. No trabalho voluntário, as motivações são diferentes do trabalhador tradicional, mas precisam igualmente serem identificadas para auxiliar os gestores de organizações sem fins lucrativos. Segundo Koolen-Maas et. al. (2023), o entendimento das diferenças entre os recursos voluntários pode ajudar gestores e stakeholders a tomar decisões apropriadas.

Cavalcante (2016) destaca que, além do sistema de recompensas diferenciado, aspectos como a carga horária disponibilizada ao vínculo simultâneo a mais de uma organização, aos processos de recrutamento, à racionalidade substantiva, dentre outros, diferenciam o trabalho voluntário do formal. As motivações, inclusive, ditam as principais diferenças entre trabalhadores pagos e voluntários e geram teorias e práticas de gestão específicas.

O voluntariado é a atividade em que o indivíduo dedica o seu tempo para realizar atividades em prol do próximo, possuindo motivações que o determina a praticar esse tipo de trabalho baseadas em objetivos sociais ou individuais. Segundo Caldas e Cavalcante (2025), os voluntários são indivíduos que realizam esforço não obrigatório e não remunerado financeiramente com a intenção de beneficiar outros ou o contexto, contribuindo com a sociedade em busca do bem-estar coletivo e fomento da cidadania.

A Pesquisa Voluntariado no Brasil 2021, realizada pelo Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social (IDIS) (2022), levantou 57 milhões de voluntários ativos no país, cujos dados indicam que 56% dos brasileiros adultos relatam fazer ou já terem feito alguma atividade voluntária. Já os dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2022) demonstram que no ano de 2022, 7,3 milhões de pessoas realizaram trabalho voluntário no Brasil, com um aumento de 603 mil de voluntários em relação a 2019. Mesmo não visando retorno econômico, o voluntariado é um tipo de trabalho que precisa ser gerenciado para obter soluções e serviços sociais às organizações as quais se vinculam, geralmente pertencentes ao Terceiro Setor.

Para Cavalcante (2016), a motivação para o trabalho voluntário é explicada por um conjunto particular de valores, dentre eles o altruísmo, o sentimento de fazer parte de algo, de contribuir, de

transformar um meio, por razões religiosas ou espirituais, do sentimento de culpa, de obrigação ou até mesmo de egoísmo. Stillman e Tonin (2022) acrescentam que embora a motivação para a participação voluntária não seja inteiramente altruísta, o resultado pode beneficiar outros indivíduos, seja promovendo um impacto social ou a sua autovalorização através do outro.

Para entender o que leva as pessoas a realizarem essas determinadas atividades, Cavalcante (2016) desenvolveu uma escala de mensuração para verificar perfis de motivação dos voluntários, levando em consideração cinco fatores: altruísmo, justiça social, afiliativo, aprendizado e egoísta. Estes motivos variam de graus elevados e centrados no altruísmo, apresentando características mais coletivistas e universalistas até perfis mais individualistas à medida que se desce a outro nível.

Chincalová e Black (2021) chamam atenção para o voluntariado em um ambiente específico, o acadêmico, em que elas afirmam que essa atividade explora “competências individuais”, com um foco evidente das esferas acadêmica e empresarial, especialmente pelo olhar do seu desenvolvimento e dos agentes envolvidos em sua gestão (Aglio; Schmidt; Cielo, 2023).

É neste cenário que o presente estudo irá desenvolver sua pesquisa, assim como empresas seniores podem se utilizar do voluntariado, as organizações estudantis são compostas em sua totalidade de voluntários. Assim, parte-se do pressuposto que boa gestão de voluntários é benéfica para ambos os contextos.

Utilizando a abordagem exposta, o presente estudo tem como objetivo analisar os fatores de motivação de alunos que participam voluntariamente dos Projetos de Educação Tutorial (PETs) e das Empresas Juniores (EJs). Esses grupos representam oportunidades para a atuação de alunos voluntários no âmbito do ensino superior, considerados espaços de aprendizado e interação com a sociedade civil, a partir da aplicação da teoria na prática.

Entender os fatores que motivam os estudantes a realizarem essas atividades, que são obrigatórias durante uma graduação, é importante para apoiar a gestão de voluntários desses projetos, tanto no recrutamento e na seleção como no desenvolvimento e manutenção destes colaboradores para a prestação dos serviços à sociedade. Considerando que um curso de graduação já demanda determinado esforço e que essas atividades não são obrigatórias para que discentes consigam o seu diploma, surge a lacuna empírica de entender o que motiva esses indivíduos a participarem desses grupos. Ademais, esse estudo contribui para o enriquecimento do arcabouço teórico ao se propor compreender a motivação do voluntariado universitário. Os seus achados servirão de base para futuros estudos e avanços do campo, assim como também metodológicos.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Voluntariado

O voluntariado vem ganhando atenção de estudiosos pelo papel econômico e social desempenhado para a sociedade, no geral (Smith et al., 2016). Atrelado ao Terceiro Setor, o trabalho voluntário apoia a formação e fiscalização de mercados e lutas específicas, produz valores e inovações sociais, além de se constituir como espaço e oportunidades para a participação civil em prol do bem-estar coletivo. Segundo Caldas (2020), por mais que represente um termo popular, é envolto por discussões e limites conceituais que se confunde com outros conceitos, como o ativismo social, o doador ou solidário, cuidador, carinho etc.

Conforme Salamon e Sokolowski (2016), para ser considerado voluntário é preciso que o indivíduo: produza benefícios para os outros, e não apenas ou, principalmente, para si; não seja remunerado; não efetue trabalho casual ou episódico; não objetive beneficiar familiares ou membros de família próxima; e seja de livre escolha. Tanto pode ser realizado por meio de organização ou individualmente.

A partir do crescimento da presença desse tipo de trabalhador voluntário no mundo e no país, se observou a necessidade de regulamentação da atividade. Assim, no Brasil, criou-se uma lei que regulariza e define o que é o trabalho voluntário, a Lei 9.608 do Código Civil (Brasil, 1998):

Art. 1º Considera-se serviço voluntário, para os fins desta Lei, 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 à pessoa. (BRASIL, 1998).

Conforme a lei exposta (Brasil, 1998), o serviço voluntário não gera vínculo empregatício, mas há a necessidade de comprometimento, que pode ser estabelecido a partir de contrato ou termo de adesão. Diante da legislação existente, percebe-se uma valorização dessa atividade, sendo o voluntário visto como um fator de desenvolvimento da democracia, auxiliando na solução de problemas que não são resolvidos facilmente ou exclusivamente pelo Estado. De acordo com Aquino (2015), pode-se compreender que os voluntários são agentes facilitadores da sociedade e não apenas da atividade assistencialista, desempenhando esforços em prol do bem de terceiros, mas

por expandir e oferecer serviços ligados a diversas áreas, sejam elas de educação, arte, cultura, lazer, entre outros.

Utilizando a responsabilidade social como base para a atividade voluntária, Mascarenhas et al. (2013) afirmam que as razões que levam tanto as pessoas físicas quanto as entidades privadas a participarem do voluntariado são: altruístas, ideológicas, egoístas, materiais, de *status*, sociais, de lazer e de crescimento pessoais. Entender as motivações que levam o voluntário à essa prática ajuda a descobrir sobre os fatores que fazem ele se sentir bem ou realizar as mesmas atividades com um maior desempenho, além de trazer bons resultados tanto para o seu grupo quanto para os beneficiários do projeto. O próximo tópico abordará essa temática.

2.2 Motivação para o Trabalho Voluntário

A motivação é um fator determinante para o sucesso em qualquer atividade. Para a Administração, a motivação indica as forças que levam o indivíduo a realizar determinada tarefa como também o desempenho para sua realização (Vilela, 2010). Ela influencia a produtividade organizacional, a partir do momento que interfere no ânimo, comprometimento e esforço dos indivíduos para alcançar os objetivos organizacionais.

No caso dos trabalhadores voluntários, as forças motivacionais são diferentes do trabalhador assalariado tradicional, sendo elas, muitas vezes, relacionadas à satisfação de necessidades vinculadas à sociedade, à caridade, à cidadania, à religião e, até mesmo, às necessidades egoístas satisfeitas a partir do bem do outro. Partindo de literatura específica sobre motivação de voluntários, como Mostyn (1983), Souza, Medeiros e Fernandes (2006), Souza e Carvalho (2006), Cavalcante (2016) desenvolveu o ‘Modelo Estrutural de Motivações no Trabalho Voluntário’, se destacando pela abordagem quantitativa, multidimensional e de validação no contexto brasileiro. Para o autor, os fatores que identificam as motivações dos voluntários são cinco: altruísta, justiça social, afiliativo, aprendizado e o egoísta.

O fator altruísta reflete os esforços desenvolvidos pelo indivíduo motivados pela sua vontade de realizar atividades voluntárias, não importando as condições da tarefa, apenas com a mentalidade de fazer o bem para a sociedade sem esperar nenhum retorno em troca. Cavalcante (2016) retrata que neste fator, o indivíduo possui uma consciência societal, além de um caráter universalista, sem interesses pessoais envolvidos.

O fator justiça social retrata características pertinentes à cidadania e seus ideais como a igualdade e a justiça social. Busca realizar atividades que resultem no auxílio dos menos capacitados, auxílio a sujeitos e comunidades em situação de exceção, trazendo o resgate da cidadania e do foco no bem-estar coletivo em uma perspectiva local.

O fator afiliativo se relaciona a necessidade de sociabilidade e bem-estar social. Neste perfil, o voluntário busca afiliação a um determinado grupo por meio do voluntariado e também o compartilhamento de algo que tem posse com outros indivíduos, além de ter a oportunidade de encontrar pessoas e fazer novas amizades.

O fator aprendizado aborda o fato de o voluntário possuir a sensação de que aquele seu trabalho vai trazer, simultaneamente, a promoção de aprendizado para si próprio e do receptor da atividade fim. Assim, o voluntário vai procurar desenvolver o seu intelecto e suas competências a partir da atividade voluntária, por meio de ações que estimulam o seu conhecimento e capacidade cognitiva.

Por último, o fator egoísta representa a busca da criação de uma boa imagem, autopromoção ou valorização do seu *status* de voluntário. Segundo o autor, é o posicionamento focado no “eu” e na procura da sua autossatisfação ou promoção pessoal por meio do outro. Para Cavalcante (2016), apesar dessas motivações seguirem uma hierarquia, não há como valorizar o voluntário dependendo do seu perfil motivacional. Em suma, não é porque ele tem motivações egoístas que será um pior voluntário que o altruísta. Porém, identificando o perfil motivacional, será mais fácil gerenciá-lo. Outro ponto importante relatado é que esse perfil motivacional não é constante e muda conforme o momento em que se encontra, desde a expectativa ao iniciar na atividade, na sua permanência, ou durante a sua saída.

Com base nessas perspectivas e do fato que o modelo de Cavalcante (2016) foi validado no contexto brasileiro, ele será usado nesta pesquisa, visto que o estudo se concentra nos PETs e EJs de nacionalidades brasileiras, com perfis de indivíduos participantes característicos das demandas nacionais. Assim, definindo o que leva voluntários membros de empresas juniores e dos grupos PET a realizarem as suas atividades como voluntário.

2.3 Voluntariado no Ensino Superior

A educação é um campo propício para a melhorar a cidadania juvenil (Jones; Mitchell, 2016), inclusive no ensino superior. Segundo Severino (2007), a universidade desenvolve

atividades de pesquisa, ensino e extensão voltadas para a resolução de problemas reais e concretos que digam respeito à comunidade ou a melhoria de vida em sociedade. A dimensão específica da extensão é a que realiza a devolução e interação direta à sociedade e, dentre as formas de envolver os estudantes com as questões coletivas, está o voluntariado. De acordo com Bezjak e Klemenčič (2014), o voluntariado tem sido considerado uma nova dimensão da cidadania.

Dentre os programas presentes no ensino superior em que podem ser observadas a presença de voluntários prestando serviços diretos à sociedade, se destacam as Empresas Júniores (EJ) e os grupos PET. De acordo com o SEBRAE (2017), as Empresas Júniores (EJs) são associações sem fins lucrativos geridas exclusivamente por alunos da graduação, prestando serviços para organizações e a sociedade. Estes alunos aprendem na prática os conceitos e teorias estudados durante a graduação. Em adição, os principais objetivos da empresa júnior é fomentar o aprendizado, aproximar o mercado das universidades, desenvolver a autonomia dos membros em relação à direção e elaborar projetos de consultoria para as empresas.

Trabalhando em rede, as EJs buscam desenvolver, por meio da vivência empresarial, jovens comprometidos e capazes de transformar o país (Brasil Júnior, 2019). A atuação das empresas júniores é baseada e focada nos objetivos da Brasil Júnior, órgão que se encontra no maior nível hierárquico do movimento empresa júnior e regulamentador de toda a rede, é ela quem procura entender as falhas e necessidades da população no quesito empreendedorismo, além de buscar fomentar o desenvolvimento através da mesma temática. Toda essa atividade voluntária é regulamentada pela Lei Nº 13.267 (Brasil, 2016), que deixa claro no art. 3 § 2º que a atividade do empresário júnior é totalmente voluntária: “os estudantes matriculados em curso de graduação e associados à respectiva empresa júnior exercem trabalho voluntário, nos termos da Lei nº 9.608, de 18 de fevereiro de 1998” (Brasil, 1998).

Sobre os grupos PET, segundo o Brasil (2020), estes são formados por estudantes em conjunto com um professor tutor, objetivando realizar atividades baseadas em três pilares: pesquisa, ensino e extensão. De acordo com o Brasil (2016), o PET destina-se a apoiar grupos de alunos que demonstrem potencial, interesse e habilidades destacadas em cursos de graduação das Instituições de Ensino Superior (IES).

O PET possui uma atividade semelhante ao da empresa júnior no que concerne a aplicação dos seus conhecimentos e a busca pelo desenvolvimento durante a graduação. Segundo Tosta (2006, p. 3), “[...] o PET foi criado com o objetivo de melhorar a qualidade do ensino superior,

visando a formação de profissionais de alto nível para todos os segmentos do mercado de trabalho, com destaque especial para a carreira universitária”.

Os pilares das atividades do PET são a pesquisa, o ensino e a extensão. A **pesquisa** envolve atividades que fazem com que o membro não busque pesquisar apenas aquele tema seguido a partir de sua grade curricular, o deixando livre para procurar diversos outros temas. O **ensino** procura desenvolver os membros para uma experiência pedagógica diferente das de grupos de estudos, podendo assim atuar até fora da universidade. E a **extensão** viabiliza a transformação e a produção do conhecimento através da prática. É nesse pilar que se observa principalmente a atuação do ‘PETiano’, termo utilizado para designar os participantes dos programas de educação tutorial, na atividade para com a sociedade.

Analisar as motivações de voluntários vinculados ao PET e a EJ apoiará esse estudo a fim de entender o que os motiva, para assim alcançar-se o objetivo do trabalho. Para tanto, foi realizada uma pesquisa exploratória-descritiva, a qual será apresentada na seção seguinte.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Classifica-se este estudo como uma pesquisa quantitativa, de caráter exploratório-descritivo, visando conhecer o perfil motivacional de voluntários atuantes no ensino superior. Foca-se como sujeitos e contexto da pesquisa, os voluntários vinculados aos grupos PET e Empresa Júnior, atrelados à vários cursos e universidades públicas do nordeste do país. Vale ressaltar que os graduandos não possuem obrigatoriedade para a participação destes projetos, possuindo a autonomia para optarem ou não pelo trabalho.

No PET, os alunos podem atuar sendo bolsistas (em maior quantidade de membros) ou voluntários. A norma geral é que estes grupos sejam formados por 18 alunos do curso, sendo 12 bolsistas e 6 voluntários, além do professor tutor. Já na EJ, há apenas a modalidade de trabalho voluntário, cujos benefícios que os alunos recebem são unicamente para reembolsos dos custos para a realização dos projetos. Ao total, foram 95 voluntários pesquisados, sendo 49 vinculados ao PET e 46 conectados à Empresa Júnior, não considerando nenhum bolsista.

De acordo com a Comissão Executiva Nacional do Programa de Educação Tutorial (CENAPET) (2015), há 213 grupos PET no Nordeste. Porém, apesar dos esforços realizados, não foi encontrada a informação sobre o universo de voluntários nesses grupos por motivos de: alguns grupos não possuírem voluntários; falta de interesse de alunos para participar na condição de

voluntário; e a falta de registros desses membros. Ainda sobre a amostra de PETianos, cada estado consultado possui, no mínimo, 1 respondente.

As empresas juniores, diferentes do PET, não possuem quantidade máxima para membros voluntários. Quanto à amostra, também não houve um valor definido para quantificar o universo de estudo, por motivos de alta volatilidade dos membros e ausência de dados. É válido salientar que a coleta foi realizada no segundo semestre de 2020 e, devido aos impactos causados pela pandemia do COVID-19, algumas pesquisas sobre a quantidade de membros, principalmente pelo Censo e Identidade (pesquisa do próprio movimento para identificação dos membros) não foi ainda realizada. Quanto ao número de Empresas Juniores, foram identificadas a partir do Censo e Identidade da Brasil Júnior em 2018, 1.184 empresas juniores.

Além das dificuldades expostas e principalmente pela pandemia efetivada, também houve dificuldades de identificar e acessar os sujeitos de pesquisa, sendo uma amostragem não probabilística por acessibilidade. Em pesquisa e contato com membros de ambos os projetos, observou-se que o número de voluntários caiu após a grande quantidade destes pedirem desligamento por problemas gerados pela situação global atual. Além do mais, em algumas universidades o número de voluntários para o grupo PET se encontrava baixo por conta do não registro de alguns membros e apenas a participação desses projetos na modalidade bolsista.

Sobre as técnicas de coleta de dados utilizadas, optou-se pela aplicação de questionários *online*, via *Google Forms*, acontecendo do dia 07 de outubro a 04 de novembro de 2020. As variáveis do questionário seguiram o modelo de Cavalcante (2016), na íntegra, possuindo 21 questões específicas para a mensuração da motivação, envolvendo os cinco fatores (altruísmo, justiça social, afiliação, aprendizagem e egoísta) e 14 questões específicas sobre a caracterização dos respondentes. Nas questões específicas do modelo, utilizou-se a escala Likert de 10 pontos, indo de 1 (discordo totalmente) até 10 (concordo totalmente). Optou-se por essa escala por ser multidimensional, permitir mensuração quantitativa e ter sua validação estatística contextualizada no Brasil.

Para a análise dos dados, foram aplicadas estatística descritiva (médias aritméticas, desvios-padrão e coeficiente de variação), assim como Teste t para comparar o perfil motivacional dos grupos analisados e variáveis sociodemográficas, e o uso da correlação para as segundas variáveis citadas. A organização, tratamento e manipulação dos dados foram realizadas via *softwares* Microsoft Excel e SPSS.

Duas hipóteses foram testadas: a hipótese Nula (H_0), que aferiram que os perfis motivacionais de ambos os grupos são iguais, cujas variâncias são homogêneas, possuindo um resultado $p > 0,5$ e; a hipótese alternativa (H_1), na qual o resultado de $p < 0,5$ resulta em variâncias não homogêneas.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Para iniciar a análise dos dados, foi realizada uma pesquisa demográfica para analisar o perfil dos membros do PET *versus* EJ, e, posteriormente, identificar se existe alguma influência entre suas características com seu perfil motivacional (utilizando a análise de correlação e uso do teste t, dispostas *a posteriori* da análise e comparação do perfil motivacional).

4.1 Perfil Demográfico

De acordo com a amostra, a média de idade dos jovens analisados é de 21 anos (desvio padrão de 3,14), sendo a maioria do gênero feminino (64,1). Possuem renda familiar bem variada, mas a maioria de 34,8% possui de 1 até 3 salários-mínimos. No grupo PET, a média dos respondentes é de 22 anos (desvio padrão = 3,82) e sua maioria é do gênero feminino (63,26%). Em relação à renda familiar, 34,69% alegam ter de 1 até 3 salários-mínimos. Já no grupo Empresa Júnior, a média dos respondentes é de 20 anos (desvio padrão de 1,81) e 67,29% é também composto pelo gênero feminino. Sobre a renda familiar, apresentam perfil semelhante ao PET, cuja maioria de 32,61% afirma ter de 1 até 3 salários-mínimos.

É interessante ressaltar o fato de grande parcela dos membros serem mulheres, uma vez que nas universidades, de acordo com o Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais (INEP) (2018), as mulheres representam 57,2% dos estudantes. Além disso, separando em seus devidos grupos, a principal diferença é a média da idade dos membros, o PET possui uma média de 2 anos a mais em relação aos membros da EJ.

Em relação ao trabalho, 82,6% dos respondentes são apenas estudantes, enquanto os outros 17,4% restantes se dividem, não de forma igual, entre autônomos, empregados em empresa privada e servidor público. Enquanto a participação da família em outras atividades voluntárias, 81,5% dos respondentes não possuem ou não reconhecem algum familiar que realize atividades voluntárias,

18,5% responderam que sim. Além do mais, 55,4% dos membros não participaram de outro projeto voluntário anterior ao atual.

No grupo PET, 14% dos membros trabalham em empresa privada e 4,08% são autônomos e 2,04% são servidores públicos, o restante segue sendo apenas estudantes. Em relação a participação da família e ou participação própria em atividades voluntárias, 69,39% dos participantes afirmaram que há parentes que realizaram atividade voluntária e 51,02% afirmam já terem participado de uma atividade voluntária antes da atual.

No grupo Empresa Júnior, 15,22% são autônomos, 4,34% são empregados em empresas privadas e o restante sendo apenas estudantes. Em relação à participação da família ou sua participação em atividades voluntárias, 89% afirmam que não possui familiar realizando atividade voluntária e 65,22% afirmam não participarem de uma atividade voluntária antes da atual. Descritas as principais características sociodemográficas, seguem as análises do perfil motivacional de cada grupo.

4.2 Perfil motivacional

Foi analisado o perfil motivacional de cada grupo, classificando-os em ordem crescente de média dos fatores de motivação. Vale destacar que houve a necessidade de obter valores além da média para verificar se há uma homogeneidade, um desvio padrão e variação nas respostas. Considerando a Tabela 1, segue cada perfil analisado, de modo geral.

Tabela 1. Média Geral dos fatores e comparação dos grupos

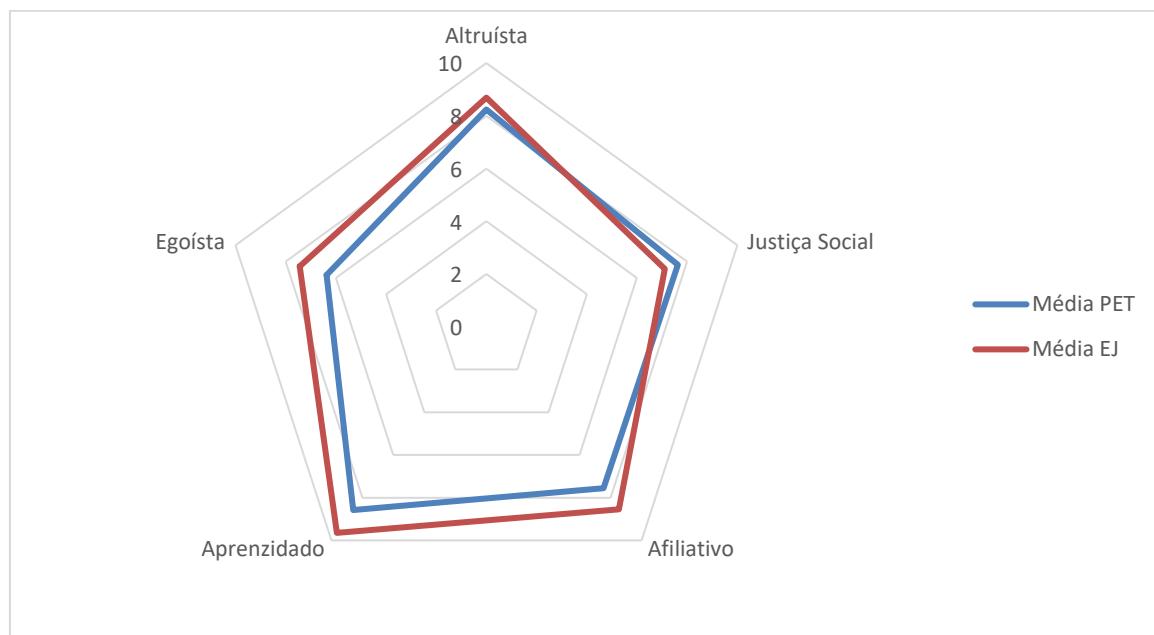
Fator	Média PET	Média EJ	Desvio Padrão PET	Desvio Padrão EJ	C.V PET	C.V EJ
altruista	8,24	8,69	0,56	1,04	6,84%	11,95%
justiça social	7,63	7,11	0,69	0,42	8,98%	5,92%
afiliativo	7,56	8,55	2,3	2,30	13,52%	13,38%
aprendizado	8,58	9,65	0,87	0,55	10,12%	5,71%
egoista	6,37	7,44	2,838	2.98	37,68%	26,73%

Fonte: Dados da pesquisa (2020)

Segundo os dados obtidos, em ambos os grupos, o perfil de motivação que mais se destaca é o de Aprendizado, com médias 8,58 no PET e 9,65 na EJ. Esse resultado talvez derive do local onde as atividades de ambos os grupos são realizadas: as universidades. Segundo Cavalcante

(2016), o voluntário vai possuir a sensação de que aquele seu trabalho vai trazer, simultaneamente, a promoção de si próprio e do receptor da atividade fim, além do mais, o voluntário vai buscar desenvolver o seu intelecto a partir da atividade voluntária.

Figura 1 - Sobreposição das médias dos fatores motivacionais dos grupos pesquisados



Fonte: Dados da Pesquisa (2020).

No entanto, é perceptível, a partir das médias (Ver Figura 1 e Tabela 1), observar que os membros do PET possuem uma variação e hierarquia diferente dos membros das Empresas Juniores. Saindo do fator aprendizado, o grupo PET vai, como segundo fator mais alto em média para o altruísta, em seguida, de justiça social, afiliativo e, por último, egoísta. Já os membros das Empresas Juniores seguem com o fator aprendizado, altruísta, egoísta, afiliativo e, por último, justiça social. Nesse sentido, observa-se que o grupo PET possui forças motivacionais mais voltadas ao âmbito coletivo e social, enquanto o grupo Empresa Júnior possui motivações mais egoístas e individuais. Contudo, as médias dos voluntários da EJ são superiores às do PET, com exceção do fator Justiça Social.

De forma a oferecer maior profundidade ao estudo, foi analisado cada fator motivacional, comparando os resultados entre os grupos e aplicando o teste T para grupos independentes. A sequência analisada seguiu a hierarquia do modelo de Cavalcante (2016). O fator altruísta, segundo Cavalcante (2016), é reconhecido pelo seu auto sacrifício por parte do voluntário, buscando realizar

tarefas em prol do próximo. Possui como indicadores, ajudar os outros, mudar a vida das pessoas, além de levar esperança aos menos favorecidos, contribuir para que outras pessoas tenham oportunidades e fazer algo importante. Analisando os resultados, ambos os grupos obtiveram médias altas quanto à essa motivação.

O grupo PET, conforme a Tabela 2, possui uma maior heterogeneidade nas respostas quanto indicador “mudar a vida das pessoas”, “levar esperança aos menos favorecidos” e “contribuir para que as pessoas tenham oportunidade de viver”. O grupo Empresa Júnior, neste caso, possui apenas no “levar esperança aos menos favorecidos” e “contribuir para que as pessoas tenham oportunidade de viver”. É reconhecido isso pelos valores mais altos, tanto no desvio padrão quanto no coeficiente de variação.

É possível observar, através dos resultados do teste t, encontrados na Tabela 2, que as semelhanças existentes entre ambos os grupos consistem em “levar esperança aos menos favorecidos” e “contribuir para que as pessoas tenham oportunidade de viver”. Contudo, como diferenças, a de principal discrepância entre as médias é no indicador “ajudar aos outros”, com um p-valor de 0,005. Com isso, é percebido que o fator Altruista é mais predominante no grupo Empresa Júnior por possuir maiores médias e uma diferença significante entre a maioria dos indicadores a partir dos valores de p. No entanto, esses resultados não excluem os grupos PET de também o possuir. Ademais, nesse primeiro fator mostra-se que segue com a hipótese alternativa que há diferença entre os grupos, considerando assim a H_1 .

Tabela 2: Fator Altruista

Variáveis	Média PET	Média EJ	D.P PET	D.P EJ	C.V PET	C.V. EJ	Teste T	Valor p
Ajudar os outros.	8,49	9,37	1,72	1,24	20,28%	13,19%	2,845	0,005
Mudar a vida das pessoas.	8,06	9,09	2,04	1,85	25,25%	20,34%	2,566	0,012
Levar esperança aos menos favorecidos.	7,73	7,07	2,20	2,79	28,40%	39,52%	-1,303	0,196
Contribuir para que as pessoas tenham oportunidade de viver.	7,82	8,28	2,01	2,14	25,68%	25,79%	1,097	0,275
Fazer algo importante.	9,10	9,63	1,46	1,08	16,05%	11,24%	1,992	0,049

Média	8,24	8,69	0,56	1,04	12,60%	11,25%	
-------	------	------	------	------	--------	--------	--

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

A justiça social segue sendo o segundo fator predominante para o Grupo PET, possuindo como média geral entre os indicadores, 7,63, enquanto o grupo Empresa Júnior possuindo esse fator como quarto na hierarquia de fatores predominantes de motivação, com a média 7,11. É importante salientar que as maiores médias ligadas ao PET estão vinculadas a alguns dos seus objetivos-fim, que é ajudar as comunidades e melhorar a qualidade de vida destes. Segundo ainda sobre esse grupo, percebeu-se um maior nível de heterogeneidade das respostas, devido ao seu alto desvio padrão e coeficiente de variação.

Conforme a Tabela 3, o grupo PET possui a justiça social com uma média de 7,63 na motivação e tem também uma leve variação das respostas perante a sua média. Enquanto os coeficientes de variação da Empresa Júnior ultrapassam os 30%, representando muita variação nas respostas, os do grupo PET se mantêm em um nível levemente alto, possuindo um valor máximo de 31,25% em apenas um fator, sendo este também o fator de menor média.

Ainda sobre as análises, observa-se na Tabela 3, que apesar das médias serem maiores para o grupo PET, pelo Teste t e valores de p , que há homogeneidade entre os grupos. Só houve diferença entre os grupos no indicador “estou ajudando as comunidades”, onde a média dos PETianos se sobressai em relação aos da EJ.

Tabela 3: Fator justiça social

Variáveis	Média PET	Média EJ	D.P PET	D.P EJ	C.V PET	C.V EJ	Teste T	Valor P
estou ajudando as comunidades	8,63	7,59	1,98	2,91	22,89%	38,36%	-2,060	0,042
corrigindo injustiças sociais nas comunidades	7,10	6,65	2,22	2,84	31,25%	42,66%	-0,863	0,390
melhorar a qualidade de vida das comunidades	7,45	7,33	1,96	2,90	26,29%	39,57%	-0,243	0,808
colaborando na busca dos direitos sociais nas comunidades	7,33	6,89	2,25	2,83	30,70%	41,07%	-0,832	0,407
Média	7,63	7,11	0,69	0,42	8,98%	5,92%		

Fonte: dados da pesquisa (2020).

O grau afiliativo segue, de acordo com a Tabela 4, sendo o quarto fator na hierarquia das motivações tanto dos membros dos grupos PET (com média 6,88), como para o grupo Empresa Júnior (com média 7,7). Este fator é representado, de acordo com Cavalcante (2016), como vinculado ao bem-estar social e do compartilhamento de bens próprios para com os outros do mesmo grupo. Em termos de hierarquia (quarto lugar), talvez por estarem a um determinado tempo naquele ambiente, já houve uma devida interação entre os membros e a sua motivação para fazer parte de um grupo e fazer novos amigos não seja tão necessária. Além do mais, preencher um tempo livre não é necessário, uma vez que o membro estará lá com outros objetivos, sendo estes, o próprio objetivo fim da organização.

Tabela 4: Fator afiliativo

Variáveis	Média PET	Média EJ	D.P PET	D.P EJ	C.V PET	C.V EJ	Teste T	Valor P
pessoas com os mesmos interesses	8,02	8,78	1,79	2,14	22,26%	24,35%	1,890	0,062
fazendo parte de um grupo	7,82	8,85	2,44	2,04	31,19%	23,10%	2,227	0,028
fazendo novos amigos	6,86	8,02	2,67	2,73	38,93%	34,01%	2,103	0,038
Média	7,56	8,55	2,3	2,30	13,52%	13,38%		

Fonte: dados da pesquisa (2020).

Este foi o fator que mais possuiu divergências entre as respostas, chegando a um coeficiente de variação em 60,93% para o grupo PET e 71,69% para o grupo Empresa Júnior no indicador preenchendo tempo livre. Quanto aos resultados do teste t para comparar os que mais possuem médias altas, é notório observar os resultados de valores elevados quanto às médias da Empresa Júnior. Apenas no indicador “pessoas com os mesmos interesses” o valor de *p* segue sendo acima de 0,05, não tendo diferenças significativas entre os grupos.

O fator aprendizado segue liderando como o principal para motivação dos membros de ambos os grupos, segundo as médias da Tabela 5. Por serem projetos inseridos em universidades, o objetivo principal deles, além de uma atividade para com a sociedade, é também o desenvolvimento dos membros. É esse o fator que representa a busca do autodesenvolvimento, enquanto membro, e busca de novas habilidades e desenvolvimento de novas capacidades durante suas atividades para com o próximo (Cavalcante, 2016).

Tabela 5: Fator aprendizado

Variáveis	Média PET	Média EJ	D.P PET	D.P EJ	C.V PET	C.V EJ	Teste T	Valor P
aprendendo a lidar com pessoas	7,33	8,83	2,96	2,33	40,41%	26,42%	2,731	0,008
aprendendo novos conhecimentos	8,88	9,91	1,65	0,35	18,63%	3,58%	4,157	0,000
novos desafios e experiências	9,33	9,96	1,53	0,21	16,43%	2,07%	2,763	0,007
aprendendo algo	8,80	9,91	2,02	0,28	22,97%	2,87%	3,714	0,000
Média	8,58	9,65	0,87	0,55	10,12%	5,71%		

Fonte: dados da pesquisa (2020).

Neste caso, a média do grupo Empresa Júnior segue sendo a maior de todas as médias analisadas com o valor de 9,65, possuindo apenas uma leve redução quanto ao indicador “aprendendo a lidar com pessoas”. Isso pode ser respondido pelo fato da sua motivação estar ligada a desenvolver conhecimentos técnicos. Também fica evidente a pequena diferença entre as respostas desse grupo, uma vez que seu desvio padrão segue sendo em quase todos, menos no indicador relatado acima, abaixo de 1.

No grupo PET, o indicador “novos desafios e experiências” segue sendo a maior média e possuindo um menor desvio padrão em relação aos outros do seu grupo. As médias altas podem ser analisadas, conforme Perold e Tapia (2007) afirmam, que esses grupos oferecem a oportunidade de eles apresentarem suas competências e serem reconhecidas por elas. Convergentemente, Amorim (2018) retrata que voluntários mais jovens e estudantes enxergam a atividade voluntária como uma oportunidade e desafio para novas experiências, além de adicionar novos conhecimentos.

É interessante ressaltar, como ressaltam Souza et al. (2006), que esses indicadores expressam mais para um lado do fator egoísta, no sentido de uma busca mais individualizada de promoção pessoal. Ao interpretar os dados do teste t, foi percebido que todas as variáveis possuem valores significantes, o que representa que todas as médias analisadas no fator foram maiores para as Empresas Juniores. No entanto, não exclui o fato de que este fator também prevalece como o principal para motivar os membros de menores médias.

O fator egoísta, de acordo com a Tabela 6, foi o terceiro fator predominante para o grupo Empresa Júnior, com média de 8,02 e o fator que menos prevalece para o grupo PET, com média 6,77. O fator é representado por uma ideia de uma autopromoção em relação aos outros fatores,

mas que também tem ligação ao fator aprendizado, uma vez que ele espera um retorno. Esse fator não é necessariamente “ruim” para o voluntário. A partir do momento em que ele entende que seus esforços irão ter retornos para si e para o grupo, isso faz com que ele se mantenha motivado.

O membro com perfil egoísta pode ser reconhecido por ter ótimos meios de gerenciamento, de realização de atividades, ou diversos outros pontos. Ressalta-se que os fatores motivacionais não são excludentes, havendo a possibilidade de o indivíduo ter motivações no âmbito mais coletivo, como também no individual (Mascarenhas et al., 2013)

Neste caso, ainda segundo a Tabela 6, encontra-se o grupo Empresa Júnior com uma média moderada e mais alta comparada ao grupo PET. Há um valor alto quanto ao seu desvio padrão e coeficiente de variação, representando uma heterogeneidade em ambos os grupos, conforme a tabela 06. No entanto, no grupo Empresa Júnior, reconhece o seu perfil por fatores como as lideranças em projetos e em equipes. Além do mais, é perceptível que a variação existente por mais que seja alta, ainda ultrapassa a média da escada.

Tabela 6: Fator Egoísta

INDICADOR	Média PET	Média EJ	D.P PET	D.P EJ	C.V PET	C.V EJ	Teste T	Valor P
sendo reconhecido	6,61	8,04	2,66	2,42	40,23%	30,11%	2,737	,007
me sentindo melhor como pessoa	7,71	8,63	2,53	2,31	32,84%	26,80%	1,837	,069
aumentar autoestima	5,80	7,07	3,14	3,58	54,10%	50,67%	1,841	,069
me sentir importante	6,94	8,33	2,93	2,94	42,16%	35,36%	2,303	,024
preenchendo tempo livre	4,82	5,15	2,93	3,69	60,93%	71,69%	0,492	,624
Média	6,37	7,44	2,838	2.98	37,68%	26,73%		

Fonte: Dados da Pesquisa (2020).

Quanto à análise do teste t, os fatores “sendo reconhecido” e “me sentir importante” foram os que resultaram em valores significativos, com 0,007 e 0,024, com médias maiores para as Empresas Juniores. Os membros do grupo PET, através de suas respostas, mostram que ser reconhecido ou se sentir importante não são indicadores para os motivarem. Além do mais, aumentar sua autoestima é um dos indicadores que menos causa motivação para eles. Como relatado anteriormente, o ser reconhecido nas empresas juniores, por se tratar de um ambiente mais empresarial, pode trazer uma maior satisfação para o membro e assim o manter motivado.

Na comparação, houve diferenças significativas entre os grupos no fatores altruísta (sobreposição da EJ sobre o PET nos itens: ‘ajudar os outros’, ‘Mudar a vida das pessoas’ e ‘fazer algo importante’), em justiça social (sobreposição do PET em relação a EJ apenas no indicador ‘estou ajudando as comunidades’), em afiliação (as EJs se sobressaem em todos os indicadores, com exceção do ‘preenchendo tempo livre’), aprendizado (também sobreposição das EJs *versus* PET em todos os itens) e egoístas (as EJs se sobressaindo nos itens ‘sendo reconhecido’ e ‘me sentir importante’).

Pela hierarquia encontrada, o grupo Empresa Júnior transcreve um perfil que abrange tanto a motivação com objetivos mais coletivos quanto objetivos pessoais e individuais, enquanto o grupo PET segue com um perfil de motivação mais para o coletivo. Contudo, os membros voluntários das EJs têm médias superiores aos do PET, sendo mais motivados em todas as esferas, com exceção, do fator Justiça Social.

4.3 Análise das correlações entre perfil motivacional e dados demográficos

Além da comparação dos perfis motivacionais entre os grupos, realizou-se a correlação entre as questões: idade, renda familiar, participação da família em atividades voluntárias e o próprio voluntário em outras ações com o grau de motivação, porém foi realizado com ambos os grupos como um todo, visto que ao analisar os grupos separados, os resultados não demonstraram correlações com valores significantes.

Analizando o grau de correlação entre a idade, não houve um grau elevado ou de grande significância na maioria das questões. No entanto, houve correlações negativas e fracas quanto ao fator aprendizado, nas variáveis “aprendendo novos conhecimentos” e “estou aprendendo algo” conforme mostra a Tabela 7. Representando que haja um indício fraco de que quanto mais velho, tenderá mais a não se motivar com objetivo de aprender algo durante suas atividades.

Tabela 7: Correlação entre idade e motivação

Indicador	Medidas
Aprendendo novos conhecimentos	correlação: - 258 / sig.: ,012
Estou aprendendo algo	correlação: - 311 / sig: ,002

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Quanto à renda familiar, as correlações existentes estão em: participação de parentes participando de outros projetos voluntários, está sendo uma correlação moderada e a maior dentre as desse quesito com o valor -0,500*, participaram anteriormente de projetos voluntários com o valor 0,269* e no fator aprendizado, especificamente no indicador “porque estou aprendendo algo” com -0,261 como mostra a Tabela 8. Dessa forma, ela sugere que quanto mais alta é a renda familiar do parente, mais alta a participação deles em atividades voluntárias, além do mais, interferindo também na participação do voluntário em projetos anteriores. Entretanto, em relação ao fator motivacional, a correlação responde que quanto maior a renda, mais se distancia da motivação de estar aprendendo algo.

Tabela 8: Correlação entre renda familiar e motivação

Indicador	Medida
Porque estou aprendendo algo	correlação: - ,261 / sig: ,000

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Finalizando as correlações, levando em consideração a participação tanto da família quanto do próprio membro, conforme os dados da Tabela 9, houve apenas uma de baixa significância, negativa, na ligação entre membros em outros projetos e as variáveis motivacionais “estou fazendo parte de um grupo” com o grau de correlação de ,285; “aprendendo a lidar com pessoas” com ,235 e “aprendendo novos conhecimentos” com ,288. Butcher (2010) ressalta sobre, explicando que motivações para ajudar os outros decorrem de reflexos de famílias que também participam de atividades voluntárias.

Tabela 9: Correlação entre participação da família

Indicador	Medidas
Estou fazendo parte de um grupo	correlação: ,285 / sig: ,005
Aprendendo a lidar com pessoas	correlação: ,235 / sig: ,022
aprendendo novos conhecimentos	correlação: ,288 / sig: 0,05

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Além do mais, quanto à participação do membro em outros projetos, segundo os dados da Tabela 10, houve uma pequena correlação com o indicador “ser reconhecido”, mostrando que mesmo já participando de outros projetos voluntários, ele não busca ser reconhecido.

Tabela 10: Correlação entre participação prévia em projetos voluntários e motivação

Indicador	Medidas
“ser reconhecido”	correlação: - ,207 / sig: ,044

Fonte: dados da pesquisa (2020)

A partir dos resultados expostos, observou-se os fatores que mantêm os membros de ambos os projetos motivados para continuarem as suas atividades.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste trabalho foi analisar o perfil motivacional de voluntários membros de dois grupos durante o momento, ‘permanência’, para a realização de atividades voluntárias. Diante dos resultados expostos, foi possível observar o que leva os membros desses dois projetos a realizarem essas determinadas atividades voluntárias durante a graduação. Além disso, foi possível compreender algumas influências para a tomada dessas decisões. Diante de toda a análise, compreendeu-se que ambos os grupos possuem o mesmo fator de motivação predominante para permanecerem em seus projetos: o aprendizado. No entanto, foi possível notar que os fatores seguem com predominâncias diferentes.

Na Empresa Júnior, conclui-se que os seus membros buscam desenvolver suas habilidades e adquirir conhecimento. Com o fator predominante o fator ‘aprendizado’, mas também são movidos por alguns objetivos egoístas como, por exemplo, o seu reconhecimento enquanto membro e participante de um projeto voluntário. É necessário ressaltar que possuir esse fator como motivação não o torna o membro ruim ou classificado de uma maneira que diminua seu trabalho, pelo contrário. O fator egoísta pode ser encontrado naqueles que buscam realizar seu trabalho de uma forma profissional e de alta qualidade, podendo ser reconhecido por aquilo que o motiva cada vez mais.

O grupo PET seguiu com a mesma característica inicial de possuir ‘aprendizado’ como fator prevalecente. Porém, seus membros seguem buscando realizar atividades que venham a corrigir injustiças sociais, resultando assim em uma influência dos indicadores da Justiça Social. Ademais, ao finalizar a análise dos fatores de motivação, considera-se que todos os fatores são predominantes nas EJs, com exceção da justiça social. Enquanto no PET, os indicadores egoístas foram os que menos indicaram motivos para a realização dos seus trabalhos.

De forma geral, os voluntários das EJs têm médias superiores de motivação que os PETianos, indicando maior motivação em todos os fatores. O grau ‘aprendizado’ foi o perfil mais exaltado em ambos os grupos, uma vez que eles se encontram em um ambiente educacional, ou seja, dentro de universidades.

Em contrapartida, em relação aos dados demográficos, houve pequenas correlações existentes entre a idade, renda familiar, participação da família e a participação prévia no voluntariado. Os indícios existentes foram vinculados ao fator ‘aprendizado’, como também a participação da família, influenciando na participação desses membros em projetos voluntários.

Em síntese, o estudo considerou que os membros de ambos os grupos procuram participar desses projetos com o objetivo de aprender e se desenvolver. Ainda, o estudo pôde explorar as determinadas populações e seu comportamento em quesito motivação, visto que não há maiores estudos sobre o tema motivação no voluntariado.

O trabalho contribui com a gestão de pessoal dos grupos PETs e EJs, compreendendo o que os motiva, podendo ser desenvolvidas políticas de desenvolvimento humano, construção de cultura organizacional, programa de captação de voluntários, assim como outras organizações fora do contexto universitário que podem se beneficiar para compreender o perfil de seus voluntários jovens, que são estudantes, e atrair voluntários com esse perfil.

Para futuras pesquisas, sugere-se dois caminhos: primeiro, realizar a pesquisa com os mesmos atores, em outras regiões do país considerando que as realidades sociodemográficas podem variar e de alguma forma podem interferir nos resultados, findando com uma análise a nível nacional para maior aprofundamento dessa motivação e comparação a nível nacional, não se descartando a parceria com pesquisadores de outros países, realizando uma comparação com as motivações de outras nações. O segundo caminho é o enfoque em organizações com finalidades e atores diferentes do universo universitário, visto que o aprendizado nesse contexto é um fator preponderante. Assim, instituições com finalidades diferentes podem oferecer resultados variados, expandindo o aprofundamento nos conhecimentos sobre motivação para o voluntariado e, até mesmo, servindo como base para melhorias de gestão em organizações que trabalham com voluntários, sabendo-se o que os motiva, é possível exponenciar essa motivação.

Acredita-se que o presente estudo norteia um caminho para futuros estudos sobre o motivações do trabalho voluntariado, visto que, como já dito, a literatura nacional e internacional não abrange o tema nesses moldes. Além disso, as limitações que surgiram durante a realização

deste trabalho, como por exemplo, a ausência de informações sobre o universo, amostra, abrangência territorial do estudo, visto o quesito tempo para entrega do estudo, foram suavizadas.

Nesse sentido, a pesquisa contribui para a utilização de uma metodologia que analisa o que leva cada voluntário a realizar esse tipo de atividade. Além disso, contribui para um melhor gerenciamento dos membros de cada grupo para que assim, os gerentes responsáveis pela motivação dos integrantes sigam favorecendo o funcionamento da organização e buscando alcançar seus objetivos.

REFERÊNCIAS

- AGLIO, R. V.; SCHMIDT, C. M.; CIELO, I. D. A iniciação científica e o desenvolvimento de competências: o caso de estudantes de secretariado executivo trilíngue da Unioeste. *Ciências Sociais Aplicadas em Revista*, v. 24, n. 44, p. 213-232, 2023.
- AMORIM, A. F. A. **Semeando no voluntariado para colher cidadania**: um estudo sobre motivações para o trabalho voluntário e atitudes cidadãs com voluntários da Saúde no Estado da Paraíba. 2018. Dissertação (Mestrado em Administração), Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB, 2018.
- AQUINO, M. A. G. **Expectativas, adesão e desligamento no trabalho voluntário**: estudos de motivos do voluntariado da fundação cidade viva, João Pessoa/PB 2014. 2015. Dissertação (Mestrado em Administração), Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB, 2015.
- BEZAJAK, S., KLEMENCIC, E. Learning active citizenship through volunteering in compulsory basic education in Slovenia. *Traditiones*, v. 43, n. 3, 2014.
- BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1888. **Lei no 9.608, de 18 de fevereiro de 1998. Dispõe sobre o serviço voluntário e dá outras providências**, 1988.
- BRASIL. Lei no 13.267 de 06 de abril de 2016. **Institui o Código Civil. Disciplina a criação e a organização das associações denominadas empresas juniores, com funcionamento perante instituições de ensino superior**, 2016.
- _____. Ministério da Educação. **Apresentação PET**. 2020, <https://portal.mec.gov.br/pet>.
- _____. Ministério da Educação. **Manual do PET**. 2016 http://portal.mec.gov.br/sesu/arquivos/pdf/PET/pet_manual_basico.pdf.
- BRASIL JÚNIOR. **Censo e Identidade**: relatório de 2018. 2018. [https://static.brasiljunior.org.br/staticfiles/\[BRASIL_JU%CC%81NIOR\]_Censo_e_Identidade_2018.pdf](https://static.brasiljunior.org.br/staticfiles/[BRASIL_JU%CC%81NIOR]_Censo_e_Identidade_2018.pdf).
- BRASIL JÚNIOR. Planejamento Estratégico da Rede 2019-2021. 2020. https://uploads.brasiljunior.org.br/uploads/cms/institutional/file/file/10/Planejamento_Estrategico_da_BJ_2013-2015.pdf.
- BUTCHER, J. Mexican solidarity: findings from a national study. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, v. 21, n. 2, p. 137-161, 2010.

CALDAS, P. T.; CAVALCANTE, C. E. “Pequenas ações, grandes resultados”: relações entre voluntarismo e cidadania. **Cadernos Metrópole**, v. e6368172, 2025. <https://doi.org/10.1590/1984-92302025v32n0017EN>

CALDAS, P. T. **Relações entre voluntariado e cidadania à luz das motivações**. 2020. Tese (Doutorado em Administração), Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB, 2020.

CAVALCANTE, C. E. **Motivação de voluntários**: teoria e prática. 1. ed. Curitiba: Appris, 2016.

CAVALCANTE, C.E., SOUZA, W. J., MÓL, A. L. R. Motivação de voluntários: proposição de um modelo teórico. **RAM, Revista de Administração Mackenzie**, São Paulo, p. 124-156, 2015.

CENAPET. **Listagem de todos os grupos PET existentes em 2015**, 2015. <https://cenapet.wordpress.com/documentos/grupos-pet/>

CHINCALOVÁS, S.; BLACK, M. Voluntariado de estudantes universitários tchecos - experiência e motivação. **Jornal sobre eficiência e responsabilidade em educação e ciência**, v. 14, n. 2, p. 79-88, 2019. DOI: <http://dx.doi.org/10.7160/erjesj.2021.140202>.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2022). Outras formas de trabalho 2018 - Pnad Contínua. Brasília, IBGE.

IDIS. Pesquisa Voluntariado no Brasil 2021. **Instituto Desenvolvendo o Investimento Social**, 2022. <https://www.idis.org.br/o-brasil-conta-com-57-milhoes-de-voluntarios-ativos-segundo-pesquisa-voluntariado-no-brasil-2021/>.

INEP. Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. **Mulheres são maioria na Educação Superior**: Censo. 2018. 2018. http://portal.inep.gov.br/artigo/-/asset_publisher/B4AQV9zFY7Bv/content/mulheres-sao-maioria-na-educacao-superior-brasileira/21206

JONES, L. M.; MITCHELL, K. J. Defining and measuring youth digital citizenship. **New Media and Society**, v. 18, n. 9, p. 2063–2079, 2016.

KOOLEN-MAAS, Stephanie A. et al. Rethinking volunteering as a natural resource: A conceptual typology. **Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly**, v. 52, n. 1, p. 353S-377S, 2023. <https://doi.org/10.1177/08997640221127947>

MASCARENHAS, A. O.; ZAMBALDI, F.; VARELA, C. A. Motivação em programas de voluntariado empresarial: um estudo de caso. **Organizações em contexto**, v. 9, n. 17, jan/jun. 2013. DOI: <http://dx.doi.org/10.15603/1982-8756/roc.v9n17p229-246>.

MOSTYN, B. The meaning of volunteer work: a qualitative investigation. In: HATCH, S. (ORG) (Ed.). **Volunteers: patterns, meanings & motives**. Hertz (Reino Unido). The Volunteer Centre, 1983.

PALASSI, M. P.; VERVLOET, A. M. P. Eleições, mesários e subjetividade: reflexões sobre a produção de sentidos subjetivos a partir da participação voluntária no processo de votação. **Psicologia e Sociedade**, n. 23, p. 312-324, 2011. <https://www.scielo.br/j/psoc/a/K4HSLfx4MzwzBsrW5QgtcLK/?format=pdf&lang=pt>.

PEREIRA, A.; DA SILVA, L.; DURÃO, M. Motivação e satisfação no trabalho: Teorias, impactos e implicações para a gestão organizacional. **RECIMA21 - Revista Científica Multidisciplinar**, v. 5, n. 1, p. e515368-e515368, 2024. <https://doi.org/10.47820/recima21.v5i1.5368>

- PEROLD, H.; TAPIA, M. N. **El Servicio Cívico y el voluntariado en America Latina y el Caribe.** Vol. 2. Buenos Aires: Centro Latinoamericano de Aprendizaje y Servicio Solidario; Johannesburg: Volunteer and Service Enquiry Southern Africa; St. Louis: Washington University, The Center for Social Development; Washington, DC: Innovations in Civic Participation. 2007.
- PNAD CONTÍNUA. *In:* IBGE. 2012. <https://censo.ibge.gov.br/2012-agencia-de-noticias/noticias/24268-pais-tem-7-2-milhoes-de-pessoas-que-fazem-trabalho-voluntario.html>.
- REGO, R.; ZÓZIMO, J.; CORREIA, M. J. Voluntariado em Portugal: do trabalho invisível à validação de competências. **Sociologia, Problemas e Práticas**, n. 83, 2017. DOI: 10.7458/SPP2017836498.
- SALAMON, L. M.; SOKOLOWISKI, S. W. Beyond nonprofits: Re-conceptualizing the third sector. **Voluntas: International journal of voluntary and nonprofit organizations**, v. 27, n. 4, p. 1515-1545, 2016. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11266-016-9726-z>.
- SEBRAE. **Empresa Júnior – o que é? E como funciona? Matéria do Portal Sebrae.** 2017. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/empresa-junior-o-que-e-e-como-funciona,e3a048ae422fe510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 05 de abril de 2022.
- SEVERINO, A. J. **Metodologia do Trabalho Científico.** 23. ed. São Paulo: Cortez, 2007.
- SMITH, D. H., STEBBINS, R. A., & GROTH, J. **The Palgrave handbook of volunteering, civic participation, and nonprofit associations.** London: Palgrave Macmillan, 2016. p. 59–89. 2016.
- SOUZA, W. J.; MEDEIROS, J. P.; FERNANDES, C. L. Trabalho voluntário: elementos para uma tipologia. *In:* **Anais...**, Salvador, BA, Brasil, 10, 2006.
- SOUZA, W.J.; CARVALHO, V. D. Elementos do comportamento organizacional no trabalho voluntário: motivação na Pastoral da Criança à luz da teoria da expectância. **Anais...** v. 30, 2006.
- STILLMAN, S.; TONIN, M. Communities and testing for COVID-19. **Eur. J. Health Econ.** v. 23, p. 617–625. 2022.
- TOSTAR, R. M. et al. Programa de educação tutorial (PET): uma alternativa para a melhoria da graduação. **Psicol. Am. Lat.**, México, n. 8, nov. 2006.
- VILELA, A. **A Importância da Motivação e sua Influência no Ambiente de Trabalho.** 2010. Monografia (Pós-Graduação “Latu-Sensu” em Gestão de Recursos Humanos), Universidade do Planalto Catarinense, Lages, SC.