



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE**  
**CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

**MATHEUS DE OLIVEIRA ROCHA**

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**PROGRAMA EDUCAÇÃO TUTORIAL (PET) VERSUS EMPRESA JÚNIOR:**  
**ANÁLISE DE MOTIVAÇÃO DE VOLUNTÁRIOS**

**Campina Grande**

**2020**

<sup>1</sup> Graduando do Curso de Administração, Universidade Federal de Campina Grande.  
rochaomatheuss@gmail.com

<sup>2</sup> Doutora em Administração, Universidade Federal de Campina Grande. ptcaldas@yahoo.com.br

**PROGRAMA EDUCAÇÃO TUTORIAL (PET) VERSUS EMPRESA JÚNIOR:  
ANÁLISE DE MOTIVAÇÃO DE VOLUNTÁRIOS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Bacharelado em Administração, da Universidade Federal de Campina Grande, em cumprimento parcial das exigências para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador(a): Prof(a): Patrícia Trindade Caldas, Dra.

**CAMPINA GRANDE**

**2020**

## **PROGRAMA EDUCAÇÃO TUTORIAL (PET) VERSUS EMPRESA JÚNIOR: ANÁLISE DE MOTIVAÇÃO DE VOLUNTÁRIOS**

Matheus de Oliveira Rocha<sup>1</sup>

Patrícia Trindade Caldas<sup>2</sup>

### **RESUMO**

As motivações impulsionam os indivíduos a perseguirem certos rumos e comportamentos, importantes para auxiliar os gestores em busca de comprometimento e produtividade organizacional. No trabalho voluntário essas forças são diferentes do trabalhador tradicional, mas precisam igualmente serem identificadas para auxiliar os gestores de organizações sem fins lucrativos a prestarem serviços de qualidade, inclusive no contexto acadêmico/universitário. Nesse sentido, o objetivo deste trabalho foi de analisar os fatores de motivação dos alunos que participam voluntariamente dos projetos do PET e da Empresa Júnior. 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), com 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 obtidos definem que predomina o fator aprendizado como motivação, no entanto, seguem sequências hierárquicas distintas em relação aos demais fatores: os membros da Empresa Júnior buscam também por um reconhecimento, enquanto os dos grupos PET tendem a buscar solucionar injustiças sociais.

**Palavras-chave:** Motivação. Voluntariado. Empresa Júnior. PET. Ensino Superior.

### **ABSTRACT**

Motivation drives individuals to pursue certain directions and behaviors, which are important to assist managers in search of commitment and organizational productivity. In voluntary work, these forces are different from the traditional work, but they also need to be identified to help managers of nonprofit organizations to provide quality services, including in the academic / university context. In this sense, the objective of this work was to analyze the motivating factors

<sup>1</sup> Graduando do Curso de Administração, Universidade Federal de Campina Grande.  
rochaomatheuss@gmail.com

<sup>2</sup> Doutora em Administração, Universidade Federal de Campina Grande. ptcaldas@yahoo.com.br

of students who voluntarily participate in the PET and Empresa Júnior projects. Methodologically, it was opted for a quantitative research, of exploratory-descriptive character, using the scale of motivation for voluntary work, developed and validated by Cavalcante (2016), with factors of altruistic motivation, social justice, affiliation, learning and selfishness. In the data analysis, descriptive statistics, correlation and t tests were applied. The main obtained results defined that the motivation of both groups is the learning factor, however, they follow different hierarchical sequences in relation to the other factors: the members of the Junior Company also seek recognition, while those of the PET groups tend to seek to solve social injustices.

**Keywords:** Motivation. Volunteering. Junior Enterprise. PET. University education.

## 1. INTRODUÇÃO

A motivação move as pessoas a seguirem determinados percursos e comportamentos, sendo objeto de análise no ambiente organizacional pois pode impactar a produtividade dos trabalhadores, a qualidade dos serviços ofertados e o alcance dos objetivos das organizações. Como as forças que motivam as pessoas são diversas, se torna um desafio para as organizações manter seus funcionários motivados e entusiasmados, sejam eles trabalhadores formais ou voluntários.

Mesmo não visando retorno econômico, o voluntariado é um tipo de trabalho que precisa ser gerenciado para obter retornos sociais às organizações as quais se vinculam, geralmente pertencentes ao Terceiro Setor. Por voluntariado entende-se uma atividade em que o indivíduo dedica o seu tempo para realizar atividades em prol do próximo, este possuindo motivações que o levam a praticar esse tipo de trabalho baseados em objetivos sociais ou individuais. Segundo Rego, Zózimo e Correia (2017) o trabalho voluntário se define como um conjunto de atividades realizadas com o objetivo de promover a inclusão social além de alertar as pessoas sobre ajudar as outras sem nenhum ganho monetário.

Segundo o PNAD Contínua (2016) no ano de 2016, a cada cem pessoas, quatro realizam trabalho voluntário no país. Em números mais concretos, 6,5 milhões de pessoas realizavam atividade voluntária, não se privando a realizar essas atividades apenas em ONGs, como também atividades que possam auxiliar menores grupos de indivíduos. O Nordeste, nesse caso, foi a região brasileira onde menos houve realização voluntária, possuindo uma taxa de 3% proporcional a sua população, atrás do sudeste com a taxa de 3,7%.

Por terem características diferentes, a motivação dos voluntários difere do trabalho assalariado formal. Conforme Oliveira (2010), a motivação é algo que possa surgir a partir de uma necessidade. Porém, essa necessidade vai se diferenciar por ele buscar resultados mais tangíveis, como recompensas financeiras extrínsecas, sendo elas diretas ou indiretas, como por exemplo: salários, prêmios, férias, bonificações (FERREIRA, 2018). Já de acordo com Palassi & Vervloet (2011) a base para a motivação voluntária vem do sentimento de fazer parte de algo ou transformar um meio. Salazar et al (2014) complementa que a participação no voluntariado, seja ela com objetivos altruístas ou egoístas vem da busca do indivíduo em satisfazer necessidades sociais, seja num impacto social ou na sua auto valorização através do outro.

Para entender o que leva as pessoas a realizarem essas determinadas atividades, Cavalcante (2016) desenvolveu uma metodologia para verificar perfis de motivação dos voluntários, levando em consideração cinco fatores: altruísmo, justiça social, afiliativo, aprendizado e egoísta. Neste caso, estes variam entre objetivos em prol da população e do ambiente sem esperar retornos individuais (altruísmo) até beneficiar a si próprio (egoísta).

Utilizando a abordagem exposta, o presente estudo tem como objetivo analisar os fatores de motivação dos alunos que participam voluntariamente dos projetos do Projeto Educação Tutorial (PET) e da Empresa Júnior (EJ), sejam eles focados em beneficiar o próximo, a organização ou a si mesmo. Tais projetos foram escolhidos tanto pelo trabalho de influenciar direta e indiretamente na sociedade e darem oportunidades de participação voluntária aos alunos de graduação.

O PET é um grupo formado por estudantes e professores universitários que impulsiona os alunos a crescer através de si mesmo, expandindo seus conhecimentos seja via pesquisa, ensino ou liderança, como também busca ampliar suas atividades perante a sociedade com atividades de extensão. Já a Empresa Júnior (EJ), também formada por estudantes e professores tutores, busca desenvolver, através da vivência empresarial, jovens comprometidos e capazes de transformar o ambiente que estão inseridos através de atividades e projetos para organizações.

Para atender os objetivos da pesquisa, foi realizada uma pesquisa quantitativa, de caráter exploratório-descritivo. Para a coleta de dados, foi realizada a aplicação de um questionário via *Google Forms* com os membros das EJs e grupos PET da região nordeste do país. Para o tratamento desses dados, foi utilizada estatística descritiva, correlação e Teste T para verificar e comparar o perfil de motivação dos grupos pesquisados.

Estudar a motivação no voluntariado é compreender o que leva as pessoas a realizarem esse tipo de atividade, uma vez que nela não há um retorno financeiro e/ou incentivo tangível,

ou seja, o que motiva os membros são forças intrínsecas e fatores subjetivos para o indivíduo e além do mais, entender o que motiva esses estudantes a realizarem essas atividades não obrigatórias durante uma graduação.

Desta forma, a pesquisa se justifica no sentido de entender o que incentiva esses discentes a participarem desses projetos considerando que um curso de graduação já demanda determinado esforço e essas atividades não são obrigatórias para que estes consigam o seu diploma. Então, faz-se necessário além do exposto, estudar formas de manter o indivíduo engajado durante essas atividades para que os impactos que o membro irá causar enquanto voluntário sejam benéficos para todas as partes envolvidas. Ademais, esse estudo contribui para o enriquecimento do arcabouço histórico e metodológico sobre o tema, em razão de que existe um entrelaçamento de assuntos importantes que possam resultar no desenvolvimento das atividades de grupos voluntários.

Estruturalmente, as próximas seções deste trabalho segue sendo a fundamentação teórica, na qual resgata principais considerações acerca do voluntariado; das motivações para a realização dessa atividade com a explicação do modelo de Cavalcante (2016), utilizado na pesquisa e; um contexto sobre os dois grupos analisados. Em seguida, explica-se a metodologia utilizada para a realização do estudo, seguido da apresentação e discussão dos resultados alcançados. Por fim, expõem-se as considerações finais de toda a pesquisa, além de trazer recomendações para futuras pesquisas com o tema.

## **2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

### **2.1 Voluntariado**

O voluntariado vem ganhando atenção de estudiosos pelo papel econômico e social desempenhado para a sociedade no geral. Segundo Caldas (2020), por mais que seja um termo muito usado no vocabulário popular e ser remetido a uma atividade semelhante à ativismo social, doador ou solidário, o voluntariado é envolto por discussões e limites que vão além desses termos, porém são ligeiramente confundidos.

Ser voluntário está relacionado àquele trabalho que é geralmente relacionado à caridade ou ao assistencialismo, muito presente nas organizações de cunho religioso, mas também perceptível em diversas outras atividades e áreas, como educação, cidadania ou até mesmo ao empreendedorismo. Segundo Escobar (2017) com a globalização, a visão do cidadão mudou em relação a esse tipo de trabalho, principalmente ao perceber que havia a necessidade de mudar

a realidade precária existente, não importando a localização da população beneficiada pelo voluntariado. Vinculado ao Terceiro Setor, gera recursos e renda, formam mercados específicos, influencia a legislação e apoia a participação dos cidadãos na resolução das problemáticas sociais.

A partir do crescimento 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 na qual regulariza e define o que é o trabalho voluntário, a Lei 9.608 do Código Civil:

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.

Conforme a lei exposta, 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.

É de grande importância o trabalho voluntário para a sociedade, visto que já há uma lei que regularize todo esse trabalho. Segundo Ferreira (2013) apud Euro-lex (2013) é relevante a valorização dessa atividade, principalmente por parte da sociedade civil, pois o voluntariado constitui um fator de desenvolvimento da democracia, auxiliando na solução de problemas que não são resolvidos facilmente pelo Estado.

Segundo Soares et al (2016), 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) diz 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. Já Cavalcante (2016) retrata que o que motiva as pessoas a realizarem atividades voluntárias são através de cinco fatores: altruísta, justiça social, afiliativo, aprendizado e egoísta.

É importante estudar o que leva o voluntário à essa prática para descobrir sobre 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. É buscar entender o que faz o nosso motor funcionar (VILELA, 2010). Assim, este trabalho

seguirá com a perspectiva de Cavalcante (2016), levando em considerações os cinco fatores de motivação para o voluntariado.

## **2.2 Motivação para o trabalho voluntário**

A motivação é um fator determinante para o sucesso em qualquer atividade. Segundo Saldanha (2010) a motivação é fundamental para toda e qualquer atividade que se irá realizar, principalmente naquelas em que envolve um esforço maior. Por se tratar de uma questão subjetiva, a motivação vai além de um tema estudado pela administração, se tornando um tema transdisciplinar (SALAZAR et al, 2014). Para a Administração, motivação são as forças ou motivos que levam o indivíduo a realizar determinada atividade como também o desempenho para sua realização (VILELA, 2010).

No entanto, difere-se essa motivação para a motivação em trabalhos voluntários. Cavalcante (2016) define cinco fatores que identificam as motivações dos voluntários: altruísta, justiça social, afiliativo, aprendizado e o egoísta.

O fator altruísta reflete os esforços realizados pelo indivíduo motivados pela sua vontade de realizar atividades voluntárias, não importando as condições da tarefa, apenas com a mentalidade de realizar o bem para a sociedade. Cavalcante (2016) também retrata que neste fator, o indivíduo possui uma consciência societal além de um caráter universalista.

O fator justiça social, retrata características pertinentes a igualdade. Busca realizar atividades que resultem no auxílio dos menos capacitados, trazendo assim igualdade ou equidade a todos. Assim, há um forte vínculo com a ideia de fomento da cidadania.

O fator afiliativo, segundo o autor, retrata a contribuição para o bem-estar social. Neste perfil, o voluntário busca afiliação a um determinado grupo por meio do voluntariado, busca compartilhar algo que tem posse com as pessoas além de ter a oportunidade de encontrar pessoas e fazer novas amizades.

O fator aprendizado retrata o fato do 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 buscar desenvolver o seu intelecto e suas competências a partir da atividade voluntária.

Por último, o fator egoísta, representa a busca da criação de uma boa imagem, auto promoção ou valorização do seu status de voluntário. Segundo o autor, é o posicionamento focado no “eu” e na busca da sua auto satisfação.



Para Cavalcante (2016), apesar dessas motivações seguirem uma hierarquia não há como valorizar o voluntário dependendo do seu perfil motivacional: não é porque ele tem motivações egoístas que será um pior voluntário que o altruísta. Identificando esse perfil, 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: expectativa ao iniciar na atividade, na sua permanência, ou durante a sua saída. Foi analisado durante a pesquisa o período permanência, definido pelo período de até um ano de experiência.

Com base nessas perspectivas, o modelo de Cavalcante (2016) será usado nesta pesquisa, definindo o que leva voluntários membros de empresas juniores e dos grupos PET a realizarem as suas atividades como voluntário. Seguem detalhes de caracterização desses dois projetos universitários.

### **2.3 Empresa Júnior**

Segundo o SEBRAE (2020), Empresa Júnior é uma associação sem fins lucrativos gerida exclusivamente por alunos da graduação, prestando serviços para as empresas e a sociedade. Estes alunos aprendem na prática os conceitos e teorias estudados durante a graduação. Ainda segundo o autor, os principais objetivos da empresa júnior é fomentar o aprendizado dos membros, 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, na qual existe toda uma hierarquia e legislação (Lei Nº 13.267 do Código Civil) para o funcionamento das EJs, buscam desenvolver, por meio da vivência empresarial, jovens comprometidos e capazes de transformar o país (Brasil Júnior, 2019). A atuação das empresas juniores é baseada e focada nos objetivos da Brasil Júnior, órgão que se encontra no maior nível hierárquico do movimento empresa júnior.

No Brasil, a Brasil Júnior é o órgão regulamentador de toda a rede e é ela quem busca entender as falhas e necessidades da população em quesito empreendedorismo, além do mais, busca solucionar esses problemas e fomentar o desenvolvimento através da mesma temática.

A cada três anos é criado um planejamento estratégico da rede que vai explicar para toda as empresas juniores os objetivos que o movimento empresa júnior busca alcançar, impactando a sociedade, através dos serviços de cada empresa e empresário júnior.

Toda essa atividade voluntária é regulamentada por lei, sendo esta a Lei Nº 13.267, de 6 de Abril de 2016. Além do mais, deixa claro que a atividade do empresário júnior é totalmente voluntária. Segundo a Lei, “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”.

## 2.4 Grupos PET

Segundo o MEC (2020), os grupos PET são formados por um grupo de estudantes junto com um professor tutor e possuem realizar atividades baseados em três pilares: pesquisa, ensino e extensão. De acordo com o Manual Básico do PET (2006) 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.

Os grupos PET possuem uma atividade semelhante aos da empresa júnior no que concerne a aplicação dos seus conhecimentos e a busca pelo desenvolvimento durante a graduação. Neste grupo, é oferecida bolsas para os membros, no entanto, há a participação de membros voluntários, estes sendo a unidade amostral da pesquisa, para a realização das mesmas atividades.

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”. Desta forma, a criação dos grupos PET afeta diretamente no mercado de trabalho e na sociedade como um todo, a partir do momento em que busca subir o nível dos profissionais que serão formados a partir de toda aquela vivência além da melhoria contínua dos futuros docentes das instituições de ensino.

Tosta (2006) ao citar sobre os pilares das atividades do PET, discrimina cada um e sua devida importância. Ao falar sobre o pilar pesquisa, ela aponta que são 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. Enquanto o pilar ensino, Tosta (2006) também fala que este vai buscar desenvolver os membros para uma experiência pedagógica diferente das de grupos de estudos, podendo assim atuar até fora da universidade. Finalizando com o pilar extensão, a mesma fala que este viabiliza a transformação e a produção do conhecimento através da prática.

É nesse pilar que se observa principalmente a atuação do Petiano, como podemos chamar os membros dos grupos PET, na atividade para com a sociedade. É de tamanha importância salientar que, por mais que existam diversas atividades para dentro da instituição

de ensino, o membro busca também atingir a sociedade de maneira que traga melhorias em problemas existentes na população.

### **3. METODOLOGIA**

O presente artigo trata-se de uma pesquisa realizada a partir de uma abordagem quantitativa. Definida por Manzato e Santos (2012), este tipo de pesquisa busca medir opiniões, reações, hábitos etc. de um público-alvo através de uma amostra estatisticamente comprovada, ainda, podendo ter indicadores quantitativos desde que o estudo permita. Utilizou-se esse tipo de abordagem uma vez que através dos resultados obtidos e do próprio modelo, era possível adquirir informações quantitativas sobre o caso estudado e sobre os grupos analisados. Além do mais, os dados irão representar de forma clara as características deles.

Para mais, com o objetivo de compreender e descrever a motivação desses dois grupos, a pesquisa possui um caráter exploratório-descritivo, segundo (Gil, 2007) Este tipo de pesquisa tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses. Desta forma, a pesquisa descritiva exige do investigador uma série de informações sobre o que deseja pesquisar, descrevendo os fatos e fenômenos de determinada realidade (TRIVIÑOS, 1987).

Quanto aos sujeitos e contexto da pesquisa, ela foi realizada com os voluntários vinculados aos grupos PET e Empresa Júnior, localizadas nas universidades públicas do nordeste do país. Vale ressaltar que os graduandos não possuem obrigatoriedade para a participação destes projetos, assim, possuindo a autonomia de optarem ou não do trabalho. No PET, os alunos podem atuar sendo bolsistas (em maior quantidade de membros) ou voluntários e na empresa Júnior há apenas a modalidade de trabalho voluntário, cujos benefícios que os alunos recebem são unicamente para reembolsos dos custos existentes para a realização dos projetos. Ao total, foram 95 voluntários pesquisados, sendo 49 vinculados ao PET e 46 conectados à Empresa Junior.

No caso dos voluntários vinculados aos PETs, a norma geral é que estes grupos são formados por 18 alunos do curso, sendo 12 bolsistas e 6 voluntários, além do professor tutor. De acordo com o CENAPET (2015) há 213 grupos PET no nordeste, porém apesar dos esforços realizados, não foi encontrada a informação sobre o universo de voluntários existentes nesses grupos por motivos de: alguns grupos não possuem voluntários, falta de interesse de alunos para participar na condição de voluntário, como também a falta de registros desses membros. Ainda sobre a amostra de PETianos, cada estado consultado possui no mínimo 1 respondente.

Durante a pesquisa, foi realizada a aplicação dos questionários unicamente com os membros voluntários, pois é uma das unidades amostrais da pesquisa.

As empresas Juniores, diferentes do PET, não possuem quantidade máxima para membros voluntários. Quanto a amostra, também não houve um valor definido por motivos de: alta volatilidade dos membros e ausência de dados. Devido aos impactos causados pela pandemia, 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, é importante frisar que houve dificuldades de identificar e acessar os sujeitos de pesquisa diante do período pandêmico no qual houve a coleta de dados. Em pesquisa e contato com membros de ambos os projetos, observou-se que o número de voluntários caíram 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 encontra baixo devido ao 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. Segundo Gil (2008), essa técnica de investigação é composta por um conjunto de questões que são submetidas às pessoas com o intuito de obter informações. Foram aplicados questionários estruturados utilizando a plataforma Google Forms.

As variáveis do questionário utilizado foram adaptadas ao contexto de pesquisa a partir do trabalho de Cavalcante (2016), possuindo 21 questões específicas para a mensuração da motivação, envolvendo os cinco fatores (altruísmo, justiça social, afiliação, aprendizagem e egoísta) e quatorze questões específicas sobre o perfil do voluntário (ver Anexo A).

Para a análise dos dados primários coletados foram aplicados 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, como também o uso da correlação para essas segundas variáveis citadas. A organização, tratamento e manipulação dos dados foi realizado via softwares Microsoft Excel e SPSS.

Ao utilizar o teste t, realizou-se o teste de hipóteses. Segundo Hirakata *et al* (2019) o teste de hipóteses é um método de averiguação para verificar a veracidade de uma afirmação. Neste caso, a verificação da afirmação de existir alguma diferença significativa, em média, entre os grupos. Assim, há duas hipóteses a serem utilizadas: primeiramente, a hipótese Nula ( $H_0$ ), que é assume que as médias entre os grupos do PET e da EJ são iguais ( $p > 0,05$ ) e a hipótese

alternativa ( $H_1$ ) que representa uma afirmação diferente da inicial, ou seja que os grupos analisados apresentam médias diferentes e significantes ( $p < 0,05$ ).

#### **4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS**

Para iniciar a análise dos dados, foi realizada primeiramente uma pesquisa demográfica para analisar qual o perfil dos membros desses dois grupos, além do mais, se existe alguma influência entre suas características com seu perfil motivacional. Para tanto, foi realizada uma análise de correlação e uso do teste t, dispostas a posteriori da análise e comparação do perfil motivacional.

##### **4.1 Perfil Demográfico**

Compreendendo mais sobre o perfil dos membros dos grupos PET e Empresa Júnior estudados, foi percebido que de acordo com a amostra, a média da idade dos jovens analisados é de 21 anos, possuindo um desvio padrão de 3,14. 64,1% são do gênero feminino, 34,8% do gênero masculino e 1,1% definido como outros. Possuem renda familiar bem variada, uma vez que os resultados demonstram como: 27,2% com renda até 1 salário mínimo. 34,8% de 1 até 3 salários mínimos. 14,1% de 3 até 5 salários mínimos e 23,9% acima de 5 salários mínimos.

No grupo PET, a média dos respondentes é de 22 anos, possuindo um desvio padrão de 3,82 e sua maioria são do gênero feminino, com 63,26%. Em relação a renda familiar, 26,53% possuem renda em até 1 salário mínimo. 34,69% de 1 até 3 salários mínimos. 10,20% de 3 até 5 salários mínimos e 28,57% acima de 5 salários mínimos.

Já no grupo Empresa Júnior, a média dos respondentes é de 20 anos, possuindo um desvio padrão de 1,81 e 67,29% do seu grupo é também composto pelo gênero feminino. Em relação a renda familiar, 26,08% possuem renda em até 1 salário mínimo. 32,61% de 1 até 3 salários mínimos. 17,39% de 3 até 5 salários mínimos e 23,91% acima de 5 salários.

É interessante ressaltar o fato de grande parcela dos membros serem mulheres uma vez que nas universidades, de acordo com o INEP (2018) as mulheres representam 57,2% dos estudantes. Além do mais, separando em seus devidos grupos, a principal diferença é a média da idade dos membros onde o PET possui uma média de 2 anos a mais em relação aos membros da Empresa Júnior. Não há uma grande diferença em relação a concentração de renda familiar entre os membros dos grupos PET e Empresa Júnior.

Em relação a 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 reconhece 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 empresa privada e o restante sendo apenas estudantes. Em relação a participação da família ou sua participação em atividades voluntárias, 89% afirma 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 devido padrão e variação nas respostas. Considerando a Tabela 01, podemos analisar cada perfil de modo geral:

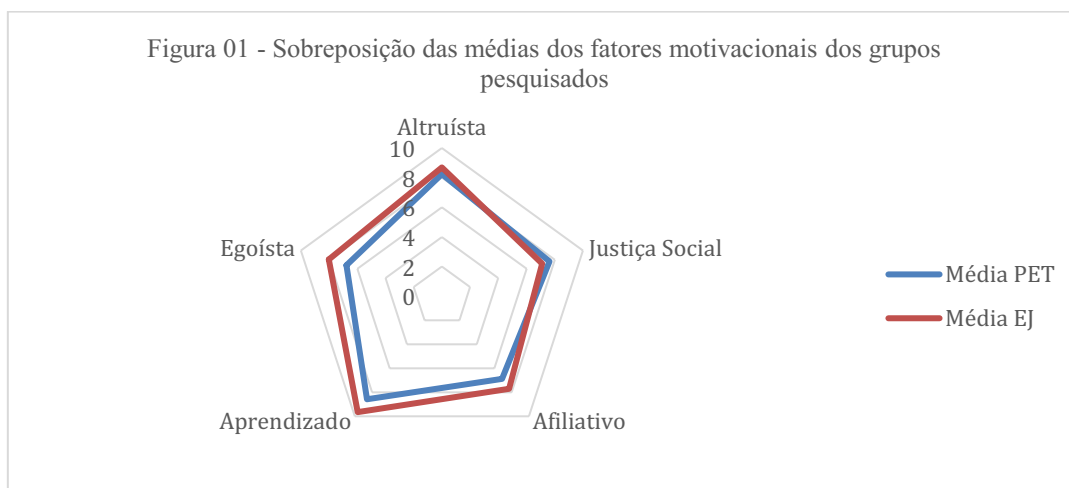
**Tabela 01. Média Geral dos fatores e comparação dos grupos**

Fator	Média PET	Média EJ	Desvio Padrão PET	Desvio Padrão EJ	C.V PET	C.V EJ
Altruísta	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	6,88	7,70	1,46	1,74	21,30%	22,60%
Aprendizado	8,58	9,65	0,87	0,55	10,12%	5,71%
Egoísta	6,77	8,02	0,79	0,68	11,74%	8,46%

fonte: Dados da pesquisa (2020)

Segundo os dados obtidos, ambos os grupos, tanto o PET quanto as Empresas Juniores possuem uma motivação no grau Aprendizado, com médias 8,58 e 9,65 respectivamente. Pode ter tido esse resultado advindo do local onde as atividades de ambos os grupos são realizadas. Por estarem em universidades, os membros podem ter esse fator como principal e predominante para participarem dos grupos. 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.

No entanto, é perceptível a partir das médias (Ver Figura 1), através das médias, 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. Os membros das Empresas Juniores seguem com o fator aprendizado, altruísta, egoísta, afiliativo e por último justiça social. Isso representa que o grupo PET possuem objetivos no âmbito coletivo e social enquanto o grupo Empresa Júnior possuem objetivos mais egoístas, individuais. Contudo, as médias dos voluntários da EJ são superiores às do PET, com exceção do fator Justiça Social.



Fonte: Dados da Pesquisa (2020)

De forma que o estudo fique mais profundo, foi analisado cada fator motivacional e comparando-os 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 ao menos favorecidos, contribuir para que outras pessoas tenham oportunidades e fazer algo importante. Ou seja, buscando ajudar o próximo. Analisando os resultados, ambos os grupos, tanto PET como Empresa Júnior obtiveram médias altas quanto à essa motivação.

O grupo PET, conforme a tabela 02, possui uma maior heterogeneidade nas respostas enquanto 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 02, que as semelhanças existentes entre ambos os grupos é em “levar esperança aos menos favorecidos” e “contribuir para que as pessoas tenham oportunidade de viver”. Como diferenças, a de principal discrepância entre as médias é no indicador “ajudar aos outros”, com um valor de ,005. Além do mais, uma das diferenças encontradas nessa análise é a que o “levar esperança aos menos favorecidos” se encontra sendo a de maior valor para os grupos PET. É interessante perceber esse fato pois essa motivação possa estar vinculada à motivação do grupo quanto ao fator Justiça Social, sendo este, o de maior média em comparação com os das Empresa Juniores.

Com isso, é percebido que o fator Altruísta é mais predominante na grupo Empresa Júnior por possuir maiores médias e uma diferença significativa entre a maioria dos indicadores a partir dos valores de p. No entanto, esses resultados não excluem os grupos PET de também possui-lo. Ademais, nesse primeiro fator mostra-se que segue com a hipótese alternativa que há diferença entre os grupos, considerando assim a  $H_1$ .

**Tabela 02: fator altruísta**

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	,005
Mudar a vida das pessoas.	8,06	9,09	2,04	1,85	25,25%	20,34%	2,566	,012
Levar esperança aos menos favorecidos.	7,73	7,07	2,20	2,79	28,40%	39,52%	-1,303	<b>,196</b>
Contribuir para que as pessoas tenham oportunidade de viver.	7,82	8,28	2,01	2,14	25,68%	25,79%	1,097	<b>,275</b>



Fazer algo importante.	9,10	9,63	1,46	1,08	16,05%	11,24%	1,992	,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 à esse grupo estão vinculadas à alguns dos seus objetivos-fim, que é ajudar as comunidades e melhorar a qualidade de vida destes. Seguindo ainda sobre esse grupo, percebeu-se um maior nível de heterogeneidade das respostas, devido ao seu alto desvio padrão e coeficiente de variação.

Enquanto grupo PET, neste caso em que possui a justiça social com uma média de 7,63 na motivação, tem também uma leve variação das respostas perante a sua média, mesmo assim, considerando moderada o resultado obtido comparado ao outro grupo. Enquanto os coeficientes de variação da Empresa Júnior ultrapassam os 30%, representando um alto grau de 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 03 que todos os resultados identificam que as médias são maiores para o grupo PET e pelos resultados do teste t por todos os valores da coluna “teste t” se encontrarem todas em negativo, além do mais, deixa explícito que o fator justiça social é um fator motivacional predominante no grupo.

Ademais, há duas características importantes ao analisar os resultados do teste t. Primeiramente, o indicador “estou ajudando as comunidades” segue sendo a de maior diferença entre os grupos, uma vez que o valor de p é significativo, sendo ele de ,042 representando assim que os Grupos PET são mais motivados por esse indicador que os grupos Empresa Júnior. Considera-se, analisando as hipóteses existentes na pesquisa que os grupos possui uma devida diferença no fator, mas apenas um possuindo médias maiores em relação ao outro e não que um grupo possui um valor acima da média geral.

Levando em consideração ao teste de hipóteses, comprova-se através dos resultados dos valores de p que há homogeneidade entre os grupos. No entanto, as médias são pouco maiores para o grupo PET, assim, mostrando que o fator é mais predominante para este grupo.

**Tabela 03: fator justiça social**

Variáveis	Média	Média	D.P	D.P	C.V	C.V	Teste T	Valor P
	PET	EJ	PET	EJ	PET	EJ		
estou ajudando as comunidades	8,63	7,59	1,98	2,91	22,89%	38,36%	-2,060	,042
corrigindo injustiças sociais nas comunidades	7,10	6,65	2,22	2,84	31,25%	42,66%	-,863	<b>,390</b>
melhorar a qualidade de vida das comunidades	7,45	7,33	1,96	2,90	26,29%	39,57%	-,243	<b>,808</b>
colaborando na busca dos direitos sociais nas comunidades	7,33	6,89	2,25	2,83	30,70%	41,07%	-,832	<b>,407</b>
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 04 sendo um dos fatores que menos motiva os membros dos grupos PET (com média 6,88) e 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 seja necessário uma vez que o membro estará lá com outros objetivos, sendo estes, o próprio objetivo fim da organização.

Este foi o fator que mais possuiu divergências entre as respostas, chegando há um coeficiente de variação em 60,93% para o grupo PET e 71,69% para o grupo Empresa Júnior no indicador preenchendo tempo livre.

Percebe-se que o que representa a motivação em ambos os grupos em relação ao fator afiliativo é encontrar uma organização formada por pessoas com os mesmos interesses. O que pode responder esse resultado no fator afiliativo, segundo Amorim (2018) que para continuar nesses grupos, é sim necessário conhecer novas pessoas, no entanto não pode ser considerado um fator principal.

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 “preenchendo tempo livre” que houve uma semelhança entre as médias em relação aos

outros indicadores, constando ,624 sendo este primeiramente o único valor não significativo e o valor mais distante de zero e dessa forma, trazendo assim uma maior semelhança entre as respostas. É importante ressaltar que de acordo com os dados da tabela 04, as médias de ambos os grupos para o indicador “percebendo tempo livre” além de serem as menores, são as que mais se aproximam, confirmando a hipótese realizada no teste. No indicador “pessoas com os mesmos interesses” o valor de P segue sendo acima de 0,05 e ao analisar também as médias, percebe-se que há uma semelhança mas não é significativa comparada as dos outros indicadores. Assim, considera-se que o fator afiliativo, pelos valores resultantes tanto das análises das médias quanto do teste t, mostram que ele segue não sendo tão predominante em ambos os grupos comparado aos outros fatores, mas que há uma devida influência.

**Tabela 04: 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	,062
fazendo parte de um grupo	7,82	8,85	2,44	2,04	31,19%	23,10%	2,227	,028
fazendo novos amigos	6,86	8,02	2,67	2,73	38,93%	34,01%	2,103	,038
preenchendo tempo livre	4,82	5,15	2,93	3,69	60,93%	71,69%	,492	<b>,624</b>
Média	6,88	7,70	1,46	1,74	21,30%	22,60%		

fonte: dados da pesquisa (2020)

O fator aprendido segue liderando como o principal para motivação dos membros de ambos os grupos segundo as médias da tabela 05. Por serem projetos inseridos em universidades, o objetivo principal deles além de uma atividade para com a sociedade, é também com os membros. É esse o fator que representa a busca do autodesenvolvimento enquanto membro e busca de novas habilidades e desenvolvimentos de novas capacidades durante suas atividades para com o próximo (CAVALCANTE, 2016).

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 está ligada a desenvolver conhecimentos técnicos. Fica claro 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.

Suas médias altas podem ser respondidas pelo que diz os autores Perold e Tapia (2007) pois esses grupos oferecem a oportunidade deles apresentarem suas competências e serem reconhecidas por elas. Além do mais, 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 que alguns autores, como Souza, Medeiros e Fernandes (2006) apontam que esses indicadores expressam mais para um lado do fator egoísta. De fato, uma vez que o egoísta busca também a 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, isso representa apenas que na comparação entre os grupos, as EJs possuem uma predominância maior em relação aos grupos PET, mas não exclui o fato de que este fator também prevalece como o principal para motivar os membros de menores médias.

**Tabela 05: 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	,008
aprendendo novos conhecimentos	8,88	9,91	1,65	0,35	18,63%	3,58%	4,157	,000
novos desafios e experiências	9,33	9,96	1,53	0,21	16,43%	2,07%	2,763	,007
aprendendo algo	8,80	9,91	2,02	0,28	22,97%	2,87%	3,714	,000
Média	8,58	9,65	0,87	0,55	10,12%	5,71%		

fonte: dados da pesquisa (2020)

O fator egoísta, de acordo com a tabela 06, 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 de acordo com a tabela 06. 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 devido retorno. Esse fator não é necessariamente um fator “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. É importante ressaltar que os fatores motivacionais não são excludentes, havendo a possibilidade do indivíduo ter motivações no âmbito mais coletivo como também no individual (MASCARENHAS ET AL, 2013, apud AMORIN, 2018)

Neste caso, ainda segundo a tabela 06, 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.

Quanto à análise do teste t, os fatores “sendo reconhecido” e “me sentir importante” foram os que resultaram em valores significativos, com ,007 e ,024. Isso mostra que as médias são 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 ambiental mais empresarial, pode trazer uma maior satisfação para o membro e assim o manter motivado.

**Tabela 06: 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	<b>,069</b>
aumentar autoestima	5,80	7,07	3,14	3,58	54,10%	50,67%	1,841	<b>,069</b>
me sentir importante	6,94	8,33	2,93	2,94	42,16%	35,36%	2,303	,024
Média	6,77	8,02	0,79	0,68	11,74%	8,46%		

**fonte: dados da pesquisa (2020)**

Fica claro que o grupo Empresa Júnior transcreve um perfil que abrange tanto um perfil de motivação com objetivos mais coletivos quanto um perfil com objetivos pessoais e individuais enquanto o grupo PET segue com um perfil de motivação mais para o coletivo.

Contudo, os membros voluntários das EJs tem 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 demonstravam correlações com valores significantes.

Analisando o grau de correlação entre a idade, não houve um grau de correlação 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 07. Representando assim que quanto mais velho, tenderá mais a não se motivar com objetivo de aprender algo durante suas atividades.

**Tabela 07: Correlação entre idade e motivação**

Indicador	
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, esta sendo uma correlação moderada e a maior dentre as desse quesito com o valor  $-,500^*$ , participaram anteriormente de projetos voluntários com o valor  $,269^*$  e no fator aprendizado, especificamente no indicador “porque estou aprendendo algo” com  $-,261$  como mostra a Tabela 08.. 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 que quanto maior a renda, mais se distancia da motivação de estar aprendendo algo.

**Tabela 08: Correlação entre renda familiar e motivação**

Indicador	
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 09, 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 09: Correlação entre participação da família**

Indicador	
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 participado de outros projetos voluntários, ele não busca ser reconhecido.

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

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

fonte: dados da pesquisa (2020)

Por fim, todas as análises realizadas durante a produção deste artigo resulta em conclusões de grande importância sobre o que mantém os membros de ambos os projetos motivados a continuarem as suas atividades, além do mais, pode-se entender o perfil dos membros de cada um, assim, buscando formas de melhorias para quem realizará o gerenciamento de cada um.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste trabalho foi analisar o perfil motivacional dos membros de dois grupos durante o momento “permanência” para a realização de atividades voluntárias.

Diante de todo o exposto, foi possível observar o que leva os membros desses dois projetos à realizarem essas determinadas atividades voluntárias durante a graduação. Além do mais, foi possível compreender algumas influências para a tomada dessas decisões. Diante de toda a análise, compreendeu que ambos os grupos possuem o mesmo fator de motivação para permanecerem em seus projetos. No entanto, percebeu-se que os fatores seguem com predominâncias diferentes.

Na Empresa Júnior, conclui-se que os seus membros buscam desenvolver suas habilidades e adquirir conhecimento, sendo assim, com o fator predominante o aprendizado, mas a partir de então busca também alguns objetivos egoístas, como por exemplo o seu reconhecimento enquanto membro e participante de um projeto voluntário.

Não obstante, 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 tão profissional e de alta qualidade que ser reconhecido por aquilo o motiva cada vez mais.

O grupo PET seguiu possuindo a mesma característica inicial de possuir o aprendizado como fator prevacente, porém seus membros seguem buscando realizar atividades que venham a corrigir injustiças sociais, resultando assim em um influência dos indicadores da Justiça Social. Ademais, ao finalizar toda a análise dos fatores de motivação, considerou que todos os fatores são predominantes nas empresas juniores menos o justiça social, enquanto os grupos PET não possuem os indicadores egoístas como motivadores para a realização dos seus trabalhos. Quanto ao fator afiliativo, ele segue sendo um fator que não influencia em ambos os grupos.

Dessa forma, além de toda essa análise realizada, verifica-se também através das hipóteses determinadas no trabalho que em alguns fatores, foram consideradas nulas e em outros, hipóteses alternativas, assemelhando-se ou se diferenciando. Além do mais, no fator aprendizado, na qual houve a semelhança dos grupos em possuírem esse fator como predominante, constatou-se que houve uma hipótese alternativa onde há uma diferença significativa, mostrando que a Empresa Júnior possui esse fator como bem mais motivador em comparação aos membros do grupo PET.



É de grande valia ressaltar que ambos os grupos possuíram o aprendizado como fator de maior predominância uma vez que eles se encontram em um ambiente educacional, ou seja, dentro de universidades.

Em contrapartida, em relação aos dados demográficos, houveram pequenas correlações existentes entre a idade, renda familiar, participação da família e a participação prévia no voluntariado. Os indícios existentes foram unicamente vinculadas 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.

Apesar das limitações que surgiram durante a realização deste trabalho, como por exemplo, a ausência de informações sobre o universo e amostra, tempo para a realização da pesquisa e dificuldade além dos apresentados na metodologia deste trabalho, essa pesquisa contribuiu para validar, mais uma vez, a utilização de uma metodologia que analisa o que leva cada um a realizar esse tipo de atividade, além do mais, contribui para um melhor gerenciamento dos membros de cada grupo para que assim, os gerentes responsáveis pela motivação dos integrantes siga favorecendo o funcionamento da organização e buscando alcançar seus objetivos. Ademais, é sugere-se realizar novas pesquisas sobre o tema, de forma que consiga abranger uma maior amostra para melhores resultados.

## **REFERÊNCIAS**

AMORIM, A. F. A. Semeando no voluntariado para colher cidadania: um estudo sobre motivações para o trabalho voluntário e atitudes cidadãos com voluntários da Saúde no Estado da Paraíba. Dissertação (Mestrado em Administração) - Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal da Paraíba (UFPB), João Pessoa, 2018.

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. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/sileg/integras/839470.pdf>>. Acessado em: 15 out 2020.

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. Disponível em: <[https://www.in.gov.br/materia/-/asset\\_publisher/Kujrw0TZC2Mb/content/id/21173868/do1-2016-04-07-lei-n-13-267-de-6-de-abril-de-2016-21173742](https://www.in.gov.br/materia/-/asset_publisher/Kujrw0TZC2Mb/content/id/21173868/do1-2016-04-07-lei-n-13-267-de-6-de-abril-de-2016-21173742)>. Acessado em: 16 out 2020.

BRASIL JÚNIOR. Censo e Identidade: relatório de 2018. Disponível em: <[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)>. Acessado em: 28 out. 2020.

BRASIL JÚNIOR. Planejamento Estratégico da Rede 2019-2021. Disponível em: <[https://uploads.brasiljunior.org.br/uploads/cms/institucional/file/file/10/Planejamento\\_Estrategico\\_da\\_BJ\\_2013-2015.pdf](https://uploads.brasiljunior.org.br/uploads/cms/institucional/file/file/10/Planejamento_Estrategico_da_BJ_2013-2015.pdf)>. Acessado em: 28 out. 2020

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. Disponível em: <<https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/OC/article/download/6320/pdf>>. Acessado em: 02 nov. 2020.

CALDAS, P. T. et al. Relações entre voluntariado e cidadania à luz das motivações. 2020. 221 f. Tese (Doutorado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal da Paraíba (UFPB). João Pessoa, 2020.

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

Comissão Executiva Nacional do PET. (2015). Listagem de todos os grupos PET existentes em 2015. Disponível em <https://cenapet.wordpress.com/documentos/grupos-pet/>. Acessado em 05 de nov. 2020.

ESCOBAR, E. S. *O voluntariado no Brasil*. 2017. 35 f. Trabalho de Conclusão de Curso – Fundação Getúlio Vargas. Escola de Administração de Empresas de São Paulo. São Paulo, 2017.

FERREIRA, D. F. dos. S. B. O Voluntariado enquanto promotor do empreendedorismo social: o caso da Associação Humanitária dos Bombeiros Voluntários de Mangualde. 2013. Tese de Doutorado. Instituto Politécnico do Porto. Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto. Disponível em: <<https://core.ac.uk/download/pdf/47136935.pdf>>. Acessado em: 15 Out. 2020

FERREIRA, D.; BAIDYA, T. K. N.; FREITAS, A. S. de. A relação entre sistemas de compensação e motivação: um estudo na Universidade Federal do Tocantins (UFT). ETD - Educação Temática Digital, Campinas, SP, v. 20, n. 1, p. 27-48, 2018. DOI: 10.20396/etd.v20i1.8646436. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/etd/article/view/8646436>. Acessado em: 15 nov. 2020.

FNDE. Educação Tutorial. Matéria sobre o Programa de Educação Tutorial (PET). 2017. Disponível em: <<https://www.fnde.gov.br/index.php/programas/bolsas-e-auxilios/eixos-de-atuacao/educacao-tutorial>>. Acessado em: 24 out. 2020

GIL, A. C. Métodos e técnicas de pesquisa social. 5. ed. São Paulo:Atlas, 2007.

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

Hirakata VN, Mancuso ACB, Castro SMJ. Teste de hipóteses: perguntas que você sempre quis fazer, mas nunca teve coragem. Clin Biomed Res [Internet]. 2019 [citado 2019 Ago 23];39(2):181-5. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/hcpa/article/view/93649/pdf>

IBGE. PNAD Contínua 2016: Matéria da Agência de Notícia do IBGE. 2017. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/18566-pnad-continua-2016-90-6-das-mulheres-e-74-1-dos-homens-realizaram-afazeres-domesticos-ou-cuidados-de-pessoas>>. Acessado em: 02 nov. 2020.

INEP. Mulheres são maioria na Educação Superior. Censo. 2018. Disponível em: <[http://portal.inep.gov.br/artigo/-/asset\\_publisher/B4AQV9zFY7Bv/content/mulheres-sao-maioria-na-educacao-superior-brasileira/21206](http://portal.inep.gov.br/artigo/-/asset_publisher/B4AQV9zFY7Bv/content/mulheres-sao-maioria-na-educacao-superior-brasileira/21206)>. Acessado em: 28 out. 2020.

MANZATO, A. J.; SANTOS, A. B.. A elaboração de questionários na pesquisa quantitativa. Universidade Federal de Santa Catarina, 2012. Disponível em: <http://www.inf.ufsc.br/ensino/2012.pdf>. Acessado em: 14 de out. 2020.

MASCARENHAS, André Ofenhejm; ZAMBALDI, Felipe; VARELA, Carmen Augusta. Motivação em programas de voluntariado empresarial: um estudo de caso. *Organizações em contexto*, Vol. 9, N. 17, jan.-jun. 2013.

MASLOW, A. H. *Motivation and personality*. New York, Harper, 1954.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. Apresentação PET. 2020. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/pet>>. Acessado em: 20 out. 2020

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. Manual do PET. 2016. Disponível em: <[http://portal.mec.gov.br/sesu/arquivos/pdf/PET/pet\\_manual\\_basico.pdf](http://portal.mec.gov.br/sesu/arquivos/pdf/PET/pet_manual_basico.pdf)>. Acessado em 30 out. 2020.

Oliveira, M. J. N. O. (2010). Estudo de caso sobre os fatores motivacionais em agências do banco brasileiro. (Tese de mestrado não publicada) Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/30301>>. Acessado em: 01 nov. 2020.

Palassi, M. P., & Vervloet, A. M. P. (2011). Eleições, mesários e subjetividade: reflexões sobre a produção de sentidos subjetivos a partir da participação voluntária no processo de votação. *Psicologia e Sociedade*, 23(2), 312-324

Perold, H., & Tapia, M. N. (2007). *Servicio cívico y voluntariado en Latinoamérica 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.

REGO, R. ;ZÓZIMO, J.;CORREIA, M. J. Voluntariado em Portugal: do trabalho invisível à validação de competências. *Sociologia, Problemas e Práticas*, n. 83, 2017.

SALAZAR, K. de A.; SILVA, A. R. L. da; FANTINEL, L. D. As relações simbólicas e a motivação no trabalho voluntário. *RAM, Rev. Adm. Mackenzie*, São Paulo , v. 16, n. 3, p. 171-200, June 2015 . Available from <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1678-69712015000300171&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1678-69712015000300171&lng=en&nrm=iso)>. Acessado em: 08 Nov. 2020.

SEBRAE. Empresa Júnior – o que é? E como funciona?. Matéria do Portal Sebrae. 2017. Po Disponível em: < <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/empresa-junior-o-que-e-e-como-funciona,e3a048ae422fe510VgnVCM1000004c00210aRCRD>>. Acessado em: 13 out. 2020.

ALCANTARA, S. R. A. S. de ; COELHO, A. L. G. T. ; FORTE, L. I. ; ROCHA, T. L. C. G. . Empreendedorismo e voluntariado: um estudo de caso com o programa Miniempresa da Junior Achievement do Ceará. *Revista de Contabilidade, Ciência da Gestão e Finanças*, v. 3, p. 83-104, 2016 Disponível em: <<http://ojs.fsg.br/index.php/rccgf/article/view/1873>> Acessado em: 03 nov. 2020.

SOUZA, W. J.; MEDEIROS, J. P. de; FERNANDES, C. L. Trabalho voluntário: elementos para uma tipologia. In: X Colóquio Internacional sobre Poder Local, 2006, Salvador. *Desenvolvimento e Gestão Social de Território*. Salvador: NPGA. São Paulo: ANPAD, 2006. p. 1-16.

TOSTA, R. M. et al. Programa de educação tutorial (PET): uma alternativa para a melhoria da graduação. *Psicol. Am. Lat.* [online]. 2006, n.8 [citado 2020-10-15], pp. 0-0 . Disponível em: <[http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-350X2006000400004&lng=pt&nrm=iso](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-350X2006000400004&lng=pt&nrm=iso)>. ISSN 1870-350X.

TRIVIÑOS, A. N. S. Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

VILELA, A. A Importância da Motivação e sua Influência no Ambiente de Trabalho. Rio de Janeiro: Universidade Candido Mendes, 2010. Disponível em:  
 <[https://www.avm.edu.br/docpdf/monografias\\_publicadas/r200039.pdf](https://www.avm.edu.br/docpdf/monografias_publicadas/r200039.pdf)>. acessado em: 14  
 Nov. 2020.

## ANEXOS

Por que eu permaneço no projeto?"		Discordo totalmente					Concordo totalmente				
1	Porque tenho conseguido ajudar (beneficiário da ONG)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

2	Porque tenho conseguido mudar a vida das pessoas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3	Porque tenho levado esperança aos menos favorecidos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4	Porque vejo que (beneficiário da ONG) tem tido oportunidade de viver	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5	Porque considero meu trabalho importante	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6	Porque sinto que estou ajudando as comunidades	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
7	Porque estou corrigindo injustiças sociais nas comunidades	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
8	Porque estou melhorando a qualidade de vida das comunidades	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
9	Porque estou colaborando na busca dos direitos sociais nas comunidades	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10	Porque estou com pessoas com os mesmos interesses	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11	Porque sinto que estou fazendo parte de um grupo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
12	Permaneço na _____ porque estou fazendo novos amigos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
13	Permaneço na _____ porque estou preenchendo tempo livre	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
14	Porque estou aprendendo a lidar com pessoas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
15	Porque estou aprendendo novos conhecimentos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
16	Porque estou tendo novos desafios e experiências	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
17	Porque estou aprendendo algo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
18	Porque estou sendo reconhecido	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

19	Porque estou me sentindo melhor como pessoa	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
20	Porque estou com boa autoestima	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
21	Porque me sinto importante fazendo este trabalho	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Idade: \_\_\_\_\_.

Gênero:

Masculino

Feminino

Qual o seu estado civil?

a) Solteiro(a)

b) Casado(a)

c) Separado(a)/Divorciado(a)

d) Viúvo(a)

Você estudou até qual série?

m) Fundamental Incompleto (1º grau)

n) Fundamental Completo

o) Médio Incompleto (2º Grau)

p) Médio Completo

q) Superior Incompleto

r) Superior Completo

Qual a sua renda familiar mensal? \_\_\_\_\_

Qual a sua ocupação (excetuando-se o trabalho voluntário)?

o) Autônomo

p) Servidor público

q) Empregado de empresa privada

r) Aposentado

s) Dona de casa

t) Estudante

u) Outra: \_\_\_\_\_

Algum outro familiar fez/faz trabalhos voluntários?

SIM  NÃO

Antes de entrar na \_\_\_\_\_, já havia feito outro trabalho voluntário?

SIM  NÃO