

Área: Inovação | Tema: Temas Emergentes em Inovação

**RELAÇÃO ENTRE AÇÃO VOLUNTÁRIA E INOVAÇÃO SOCIAL SOB A ÓTICA DOS VOLUNTÁRIOS
EM ORGANIZAÇÕES SEM FINS LUCRATIVOS**

**RELATIONSHIP BETWEEN VOLUNTARY ACTION AND SOCIAL INNOVATION FROM THE
PERSPECTIVE OF VOLUNTEERS IN NONPROFIT ORGANIZATIONS**

Priscila Bresolin Tisott, Maria Emília Camargo, Jaime João Bettega, Angela Isabel Dos Santos Dullius e

Angela Pellegrin Ansuaj

RESUMO

As mudanças ocorridas nas comunidades e nas organizações nos últimos anos ensejaram um olhar voltado às preocupações sociais e como estas podem ser geradas. Desta forma, o objetivo deste trabalho foi analisar a relação entre a ação voluntária e a inovação social, sob a ótica dos voluntários em organizações sem fins lucrativos. Para tanto, foi realizada uma pesquisa quantitativa, operacionalizada por meio de uma survey. O questionário foi aplicado por meio eletrônico a 112 voluntários em organizações sem fins lucrativos, que foram escolhidos por conveniência. Os dados gerados foram analisados por meio de estatística uni e multivariada, utilizando-se das técnicas de estatística descritiva, análise fatorial e análise de regressão. Desta forma, foi possível identificar que as principais motivações para a ação voluntária são “fazer o bem, ajudando o próximo” e a construção de novas “amizades”. Além disso, a pesquisa permitiu classificar as motivações para o voluntariado em seis principais dimensões, a saber: (i) ganhos de carreira; (ii) altruísmo; (iii) status; (iv) motivações egoístas; (v) autorrealização e; (vi) conhecimento. Também, foi possível classificar as inovações sociais das organizações sem fins lucrativos em que os voluntários atuam em dois tipos: (i) inovações sociais de produto e; (ii) inovações sociais de processo. Ainda, foi possível identificar que, na amostra estudada, as variáveis apresentam comportamento que difere, em partes, das escalas originais, o que enfatiza a importância da não-generalização no que diz respeito às pesquisas científicas. Por fim, identificou-se que as ações voluntárias podem ser consideradas como uma variável preditora da inovação social, explicando a variável dependente em 8,4%.

Palavras-Chave: Voluntariado; Inovação Social; Voluntários; Organizações sem fins lucrativos

ABSTRACT

The changes that have taken place in communities and organizations in recent years have given rise to a look at social concerns and how they can be generated. Thus, the aim of this paper was to analyze the relationship between voluntary action and social innovation, from the perspective of volunteers in nonprofit organizations. Therefore, a quantitative research was carried out, operationalized through a survey. The questionnaire was applied electronically to 112 volunteers in nonprofit organizations, who were chosen for convenience. The generated data were analyzed by univariate and multivariate statistics using descriptive statistics, factor analysis and regression analysis. Thus, it was possible to identify that the main motivations for voluntary action are “doing good, helping others” and building new “friendships”. In addition, the research allowed us to classify motivations for volunteering into six main dimensions, namely: (i) career gains; (ii) altruism; (iii) status; (iv) selfish motivations; (v) self-actualization and; (vi) knowledge. Also, it was possible to classify the social innovations of nonprofit organizations in which volunteers operate in two types: (i) social product innovations and; (ii) social process innovations. Furthermore, it was possible to identify that, in the studied sample, the variables present behavior that differs, in part, from the original scales, which emphasizes the importance of non-generalization with regard to scientific research. Finally, it was identified that voluntary actions can be considered as a predictor variable of social innovation, explaining the dependent variable in 8.4%.

Keywords: Volunteerism; Social Innovation; Volunteers; Nonprofit organizations

RELAÇÃO ENTRE AÇÃO VOLUNTÁRIA E INOVAÇÃO SOCIAL SOB A ÓTICA DOS VOLUNTÁRIOS EM ORGANIZAÇÕES SEM FINS LUCRATIVOS

1 INTRODUÇÃO

Durante muitos anos, cunhou-se o conceito de inovação, associando-o às transformações tecnológicas e a geração de lucro nas empresas. Contudo, com o passar dos anos, as perspectivas dos estudos acerca da inovação evoluíram, deixando de enfatizar somente o caráter econômico e trazendo também a orientação para as necessidades humanas, focalizando a dimensão social (LÉVESQUE, 2004). Já em 1986, Drucker apresentava a inovação como a capacidade de buscar e aproveitar novas oportunidades capazes de satisfazer as necessidades humanas, ou seja, apesar do elemento econômico, era preciso entender, primeiramente, quais seriam estas necessidades (DRUCKER, 1986).

Neste âmbito, surge o conceito de inovação social, o qual, apesar de relativamente recente, possui uma série de definições complementares (OCDE, 2010). Para o Centro de Pesquisa em Inovação Social (CRISES) da Universidade de Quebec, em Montreal, esta constitui uma intervenção iniciada por atores sociais com a finalidade de atender a uma necessidade ou aspiração, criar uma solução ou mesmo aproveitar uma oportunidade de ação, buscando modificar as relações sociais, transformar um quadro de ação ou propor diferentes (novas) orientações culturais (BOUCHARD; LÉVESQUE, 2010).

A partir desta definição é possível compreender que a inovação social é gerada por uma infinidade de atores, sendo eles indivíduos, agrupamentos ou organizações - que podem ser tanto empresas, quanto organizações sem fins lucrativos, como também entidades públicas. Neste âmbito, surge o interesse acerca dos voluntários, os quais constituem indivíduos que exercem trabalho não remunerado e com fins sociais.

A dinâmica do trabalho voluntário no Brasil ainda é um assunto pouco desenvolvido, mas que tem ganhado atenção nos últimos anos. Uma das principais áreas de estudo envolve as motivações para o voluntariado, as quais, na maioria das vezes, envolvem motivos altruístas (MASCARENHAS; ZAMBALDI; VARELA, 2013).

Desta forma, buscando contribuir para os temas supracitados, este artigo teve por objetivo analisar a relação entre a ação voluntária e a inovação social, sob a ótica dos voluntários em organizações sem fins lucrativos. Além dessa seção introdutória, é apresentado o referencial teórico que embasou o estudo e a metodologia utilizada, seguidos pela apresentação e análise dos resultados e as considerações finais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 AÇÃO VOLUNTÁRIA

O voluntariado ou atividade voluntária, de acordo com Freeman (1997) é o trabalho realizado sem a contrapartida de recompensa monetária. Tais atividades criam uma saída social que, por outro meio, exigiria recursos pagos. Para Domeneghetti (2001) a missão do voluntariado é dar sustento e apoio às iniciativas e projetos das entidades, operacionalizar as ações em conjunto com a organização e atender a clientela de todas as formas necessárias. Assim, ao mesmo tempo em que o voluntário se doa para uma instituição, ele também se beneficia de sua ação, seja de maneira espiritual, afetiva, política ou ideológica.

Historicamente, o voluntariado tem sido associado às organizações do terceiro setor, sendo considerado como atividade crítica para o funcionamento das organizações sem fins lucrativos (FREEMAN, 1997). De acordo com Hager (2004), na primeira década do novo

milênio, 81% das organizações sem fins lucrativos dos Estados Unidos da América faziam uso de voluntários em suas atividades.

No Brasil, acredita-se que o voluntariado tenha surgido logo após o descobrimento, com um grupo de voluntários que inaugurou um hospital em 1543, na Capitania de São Vicente (SOBOLH; WIDMAN, 2011). Contudo, inaugurou-se um novo padrão a partir de 1990, com a criação do Programa Voluntários do Conselho da Comunidade Solidária em 1995. Esse Programa tinha por objetivo organizar o movimento no âmbito nacional, criando centros de voluntários de referência, além de ofertar cursos de capacitação destes voluntários (DOHME, 2001).

Atualmente o voluntariado é regido pela Lei 9.608 de 18 de fevereiro de 1998, que foi emendada pela Lei 13.297 de 16 de junho de 2016. Assim, considera-se trabalho voluntário quaisquer atividades não-remuneradas que sejam prestadas por pessoas físicas a entidades públicas de qualquer natureza ou a instituições privadas de fins não lucrativos, as quais tenham objetivos cívicos, culturais, educacionais, científicos, recreativos ou assistenciais. Ainda, o serviço voluntário não gera vínculo empregatício de qualquer natureza, e o prestador do serviço pode ser ressarcido por suas eventuais despesas. (BRASIL, 1998; BRASIL, 2016).

No que diz respeito à motivação para o voluntariado existe uma série de motivos que são aceitos atualmente, tais como preocupações altruístas e humanitárias com relação aos outros; a vontade de oferecer ajuda; a necessidade de satisfazer a si mesmo ou o comprometimento com uma organização (LAFER, 1989; BOZEMAN; ELLEMER, 2009; OKUN; SCHULTZ, 2003). Para Schlinder-Rainman (1980) o principal fator de motivação para voluntários é a oportunidade de participar da solução de problemas e soluções importantes e, para aumentar a motivação, as oportunidades dos voluntários devem possibilitar o desenvolvimento da auto realização pessoal e o serviço significativo para as necessidades dos outros.

Para Clary *et al.* (1998), a resposta para a questão do que motiva uma pessoa a ser voluntária pode ser entendida por meio da compreensão dos processos nos domínios de atitude e persuasão, cognição social, relações sociais e personalidade. Assim, por meio de uma série de testes empíricos, Clary *et al.* (1998) projetaram um instrumento com seis funções motivacionais a fim de avaliar a motivação dos voluntários. Estes seis fatores seriam: (i) valores; (ii) entendimento; (iii) social; (iv) melhoria; (v) ganhos de carreira e; (vi) proteção. O Quadro 1 apresenta uma breve explicação de cada um dos fatores.

Quadro 1 – Fatores para motivação dos voluntários

Fator	Explicação
Valores	Buscar oportunidades que requeiram ações relacionadas ao altruísmo e preocupações humanitárias
Entendimento	Ganhar experiência para adquirir novas habilidades e utilizá-las no mundo real
Social	Fortalecer relações sociais
Melhoria	Interesse em crescimento psicológico para aumento de auto-estima
Ganhos de Carreira	Experiências relativas ao desenvolvimento profissional
Proteção	Superar sentimentos negativos e escapar de problemas pessoais.

Fonte: Elaborado pela autora a partir de Clary *et al.* (1998).

2.2 INOVAÇÃO SOCIAL

De acordo com o Social Innovation, Governance and Community Building da União Européia a inovação social é aquela que surge a partir de e dentro dos movimentos sociais, o que a torna um fenômeno altamente contextual, isto é, depende do contexto local e temporal no qual ocorre (SINGOCOM, 2007). Ainda, de acordo com o mesmo relatório é preciso entender

que a inovação social, em suas dimensões de produto e processo, é caracterizada por três formas de realizações, pelo menos, que são atingidas por meio de ações coletivas, sendo elas:

- a) contribuir com a satisfação de necessidades humanas que não seriam satisfeitas de outra maneira;
- b) aumentar os direitos de acesso de uma população;
- c) melhorar as capacidades humanas, por meio do aumento de capital social, capacitação de grupos sociais específicos e outros.

Para Caulier-Grice *et al.* (2012) a inovação social é caracterizada por meio de quatro elementos centrais: (i) novidade; (ii) a implementação de ideias práticas que atendam a uma demanda social; (iii) sua eficácia com relação às soluções existentes e; (iv) sua potencialidade para melhorar a capacidade de atuação da sociedade.

Ademais, conforme afirmam André e Abreu (2006):

[...] entendemos a inovação social como uma resposta nova e socialmente reconhecida que visa e gera mudança social, ligando simultaneamente três atributos: (i) satisfação de necessidades humanas não satisfeitas por via do mercado; (ii) promoção da inclusão social; e (iii) capacitação de agentes ou actores sujeitos, potencial ou efectivamente, a processos de exclusão/marginalização social, desencadeando, por essa via, uma mudança, mais ou menos intensa, das relações de poder. (ANDRÉ; ABREU, 2006, p. 124).

Assim, é possível perceber que, após um longo período no qual a inovação esteve conectada ao domínio tecnológico, esta noção vem se modificando com o passar dos anos, passando a alcançar novos âmbitos, que não somente o empresarial. De uma mesma forma, a inovação social também passou a ser associada ao terceiro setor, visto que tais organizações são aquelas que mais se preocupam com o bem-estar e os direitos da população (SINGOCOM, 2007).

Para fins deste estudo, utilizou-se o entendimento de Shier e Handy (2015), que descrevem a inovação social a partir de três tipologias: (i) baseada em produto; (ii) baseada em processo e; (iii) socialmente transformadora. De acordo com os autores, inovações baseadas em produto podem criar mudança social - atendendo a necessidades não satisfeitas – por meio do desenvolvimento de novos programas e iniciativas ou adaptações ao enfoque dos programas como resultado de uma necessidade emergente.

Já as inovações baseadas em processo são aquelas que podem criar mudanças sociais criando melhores resultados para usuários de serviços, por meio de adaptações a métodos de interação dentro das organizações e por meio de processos de desenvolvimento organizacional. Já as socialmente transformadoras são aquelas que fazem pelo menos uma destas três coisas: (i) desafiar a política social / pública existente; (ii) promover o desenvolvimento social ou participação comunitária ou; (iii) procurar mudar a percepção negativa do público em relação a um determinado grupo de usuários de problemas ou serviços (SHIER; HANDY, 2015).

3 METODOLOGIA

No que diz respeito aos objetivos, a presente pesquisa assume um caráter exploratório e descritivo, pois pretende prover o pesquisador de um conhecimento amplo a respeito do assunto a ser pesquisado (GIL, 2008) e, ao mesmo tempo, delinear ou analisar as características de fatos ou fenômenos, estabelecidos pelo objeto de estudo (LAKATOS; MARCONI, 2011). No que diz respeito aos procedimentos, este estudo constituiu uma pesquisa transversal operacionalizada por meio de uma *survey*.

A coleta de dados deste trabalho foi realizada através de uma enquete quantitativa descritiva com um questionário estruturado formado de 31 variáveis, com uma escala do tipo *likert* de cinco pontos, com corte transversal, além de uma seção relativa ao perfil dos respondentes. O instrumento de coleta de dados foi formado por três blocos: (i) o primeiro destinado à análise das características relativas às ações voluntárias; (ii) o segundo destinado à tipologia das inovações sociais e; (iii) o terceiro relativo ao perfil dos respondentes.

O primeiro bloco, referente às características relativas às ações voluntárias possuía 19 variáveis e foi adaptado a partir dos estudos de Güntert, Neufeind e Wehner (2014) e Mascarenhas, Zambaldi e Varela (2013). Já o segundo bloco foi adaptado a partir do estudo de Shier e Handy (2015). Após a montagem do questionário, este foi validado por três especialistas da área de Administração. O questionário foi inserido na plataforma Google Forms e o *link* para resposta foi disponibilizado por meio eletrônico aos respondentes.

No desenvolvimento desta pesquisa, foi utilizada uma amostra composta por indivíduos residentes no estado do Rio Grande do Sul, que atuam como voluntários em organizações sem fins lucrativos. Foi utilizado um processo de amostragem não probabilística por conveniência, na qual a escolha dos participantes da amostra são os que estão disponíveis para fazer parte do estudo e que tenham condições de prestar as informações necessárias (HAIR Jr. *et al.*, 2009).

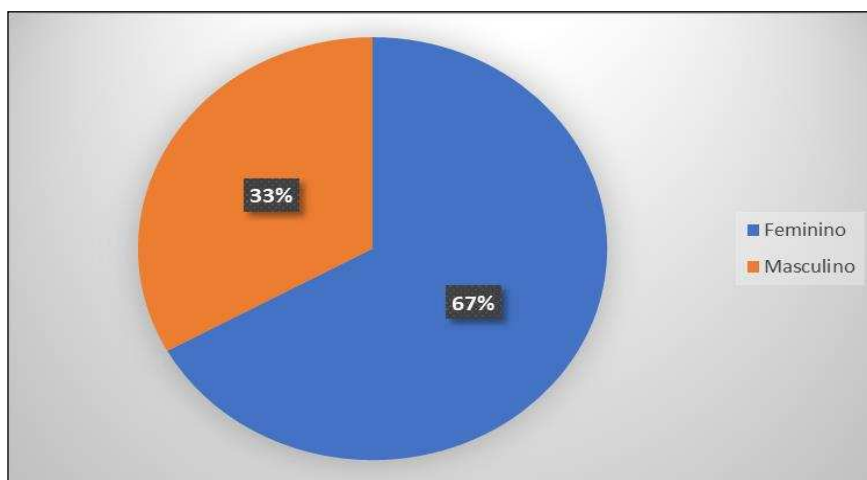
A amostra foi dimensionada com base em Hair *et al.* (2009) que sugere a utilização de no mínimo 3 respondentes por questão do instrumento de coleta de dados. A amostra final foi de 112 participantes que atuam como voluntários. Como procedimento para a análise dos dados, definiu-se o método de estatística uni e multivariada, utilizando-se de frequências relativas, de análise de correlação, análise fatorial e regressão linear.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1 CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA

A pesquisa realizada contou com 112 respondentes, cuja caracterização é apresentada a seguir. No que diz respeito ao gênero, foi possível identificar que 67% dos respondentes eram do gênero feminino, enquanto 33% eram do gênero masculino, conforme Figura 1.

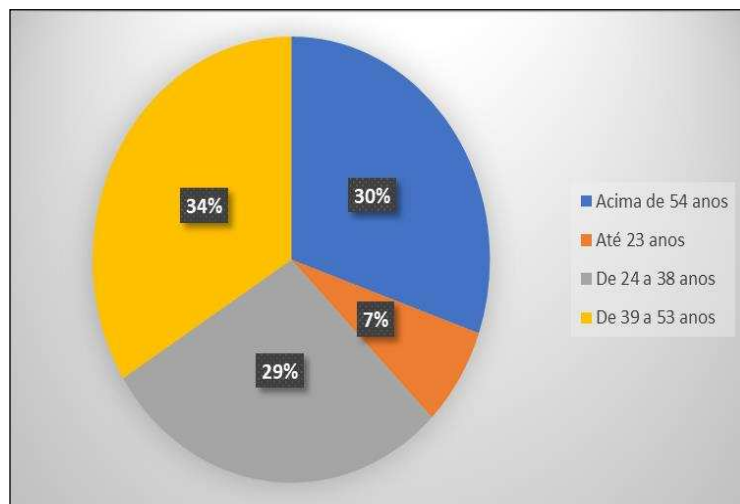
Figura 1 – Representação gráfica do gênero dos participantes



Fonte: Dados da pesquisa (2019).

Já no que diz respeito à faixa etária, percebeu-se que a maioria dos respondentes (34%) possuía entre 39 e 53 anos, seguido pela faixa etária de acima de 54 anos (30%). Os resultados podem ser vistos na Figura 2.

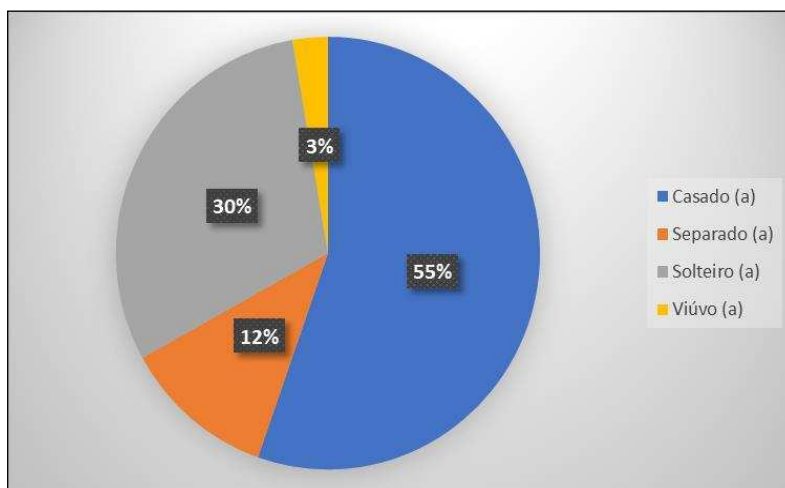
Figura 2 – Representação gráfica da faixa etária dos respondentes



Fonte: Dados da pesquisa (2019).

No que tange ao estado civil, 55% dos respondentes eram casados e 30% dos respondentes solteiros. Os resultados estão descritos na Figura 3.

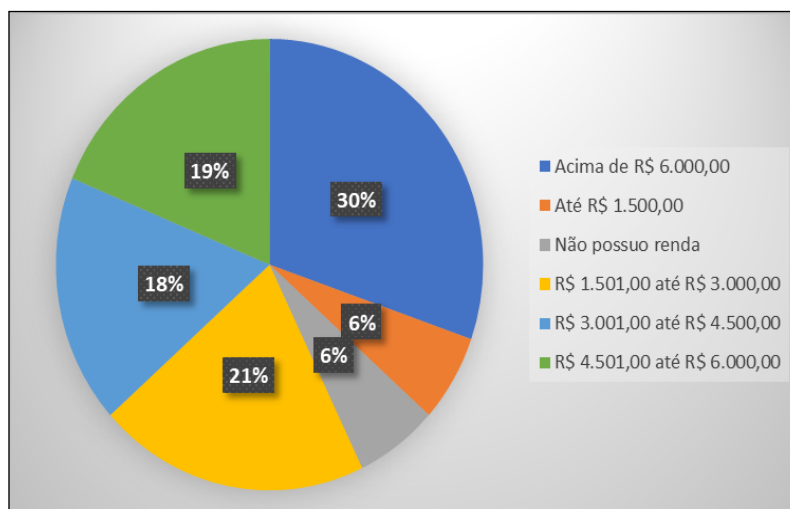
Figura 3 – Representação gráfica do estado civil dos respondentes



Fonte: Dados da pesquisa (2019).

Com relação à renda dos respondentes, 30% destes possuem renda superior a R\$ 6.000,00, enquanto 21% possuem renda entre R\$ 1.500,00 e R\$ 3.000,00. Cabe ressaltar que 6% dos respondentes afirmaram não possuir renda e, ainda assim, realizam trabalho voluntário. Os resultados referentes à renda podem ser vistos na Figura 4.

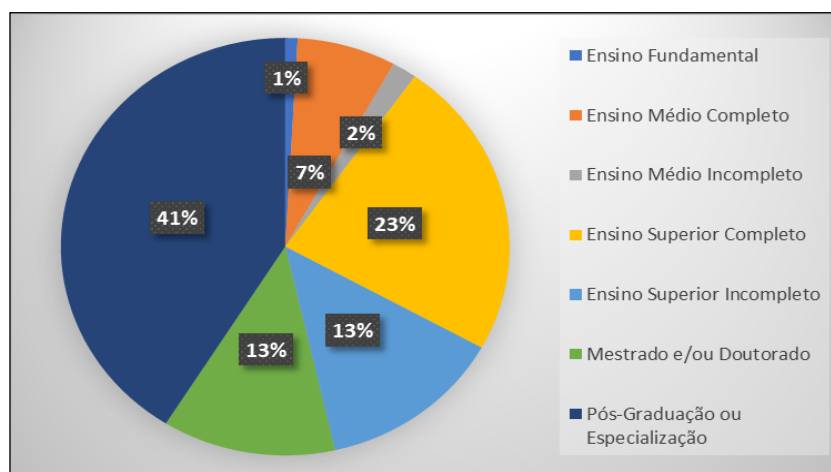
Figura 4 – Representação gráfica da faixa salarial dos respondentes



Fonte: Dados da pesquisa (2019).

No que diz respeito à escolaridade, percebe-se que a maioria dos respondentes tem um alto nível de escolaridade, visto que 41% afirmaram ter pós-graduação ou especialização e 23% afirmaram ter ensino superior completo. Esses resultados estão descritos na Figura 5.

Figura 5 – Representação gráfica da escolaridade dos participantes

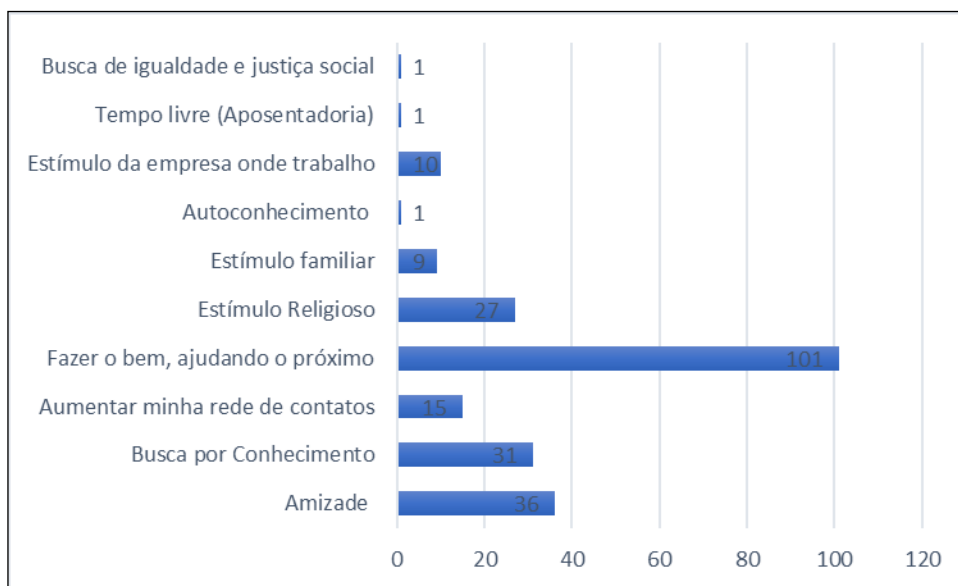


Fonte: Dados da pesquisa (2019).

Quando perguntados acerca da frequência com que realizam ações voluntárias, foi possível perceber que os respondentes – em sua maioria – o fazem com frequência semanal (41%) ou mensal (33%). De uma mesma forma, quando perguntados quantas horas haviam se dedicado às ações voluntárias em um ano, 64% dos respondentes afirmaram ter doado mais de 31 horas de seu tempo ao trabalho voluntário.

Finalmente, quando perguntados acerca das causas que os levam a praticar trabalho voluntário, foi possível perceber que a motivação principal seria “fazer o bem, ajudando o próximo” (101 respostas), seguido pela motivação da “amizade” (36 respostas) e da “busca por conhecimento” (31 respostas). A Figura 6 traz os resultados desta questão.

Figura 6 – Representação gráfica das causas que os levam a praticar trabalho voluntário



Fonte: Dados da pesquisa (2019).

De uma forma geral, percebe-se que os respondentes desta pesquisa foram, em sua maioria, pessoas maduras, com alto nível educacional e alto nível de renda, o que permite que possam doar um pouco de seu tempo em questões altruístas, como fazer bem.

4.2 ANÁLISE DE CONFIABILIDADE DO INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Para se analisar os dados através da Análise Fatorial é necessário verificar se o instrumento de coleta de dados possui consistência interna. Assim, um dos principais testes que mede a consistência interna de um instrumento de coleta de dados é o Alfa de Cronbach (PESTANA; GAGEIRO, 2008). A medida de confiabilidade Alfa de Cronbach, pode ser vista na Tabela 1.

Tabela 1 – Medida de confiabilidade

Medidas de confiabilidade	
Alfa de Cronbach	N de itens
0,874	31

Fonte: Dados da pesquisa (2019).

O instrumento composto de 31 questões (variáveis) apresentou um Alfa de Cronbach de 0,874, ou seja, pode ser considerado como muito bom (PESTANA; GAGEIRO, 2008).

4.3 ANÁLISE DOS PRESSUPOSTOS BÁSICOS

No que diz respeito à análise dos pressupostos básicos, conforme indicam Hair *et al.* (2009), o único pressuposto a ser atendido para a realização da análise fatorial é a linearidade. Desta forma, a linearidade dos dados foi identificada por meio da correlação de Pearson e é apresentada na Tabela 2.

Tabela 2 – Coeficientes de Correlação de Pearson

Correlações			
		INOVAÇÃO_SOCIAL	VOLUNTARIADO
INOVAÇÃO SOCIAL	Correlação de Pearson	1	,289**
	Sig. (2 extremidades)		,002
	n	112	112
VOLUNTARIADO	Correlação de Pearson	,289**	1
	Sig. (2 extremidades)	,002	
	n	112	112

Fonte: Dados da pesquisa (2019).

Foi possível identificar a correlação entre os construtos ao nível de significância de 0,01 (2 extremidades), ou seja, é atendido o pressuposto da linearidade.

4.4 ANÁLISE FATORIAL

Inicialmente, foi verificada a adequação dos dados para serem tratados através da análise fatorial, utilizando-se os testes de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) e de Esfericidade de Bartlett. Os valores do teste KMO e de esfericidade de Bartlett, estão apresentados na Tabela 3.

Tabela 3 – Teste de KMO e Bartlett

Teste de KMO e Bartlett		
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adequação de amostragem.		0,766
Teste de esfericidade de Bartlett	Qui-quadrado aprox.	1,257
	df	465
	Sig.	,000

Fonte: Dados da pesquisa (2019).

Observando-se os valores obtidos para os testes, pode-se afirmar que eles atendam aos pressupostos sugeridos para a aplicação da análise fatorial, ou seja, o valor do teste KMO quanto mais próximo de 1 melhor e o Teste de esfericidade de Bartlett deve apresentar $p < 0,05$ (HAIR *et al.*, 2009).

Logo após, foram analisadas as comunalidades de todas as variáveis relativas aos construtos. Observou-se – para o construto de ações voluntárias - que todos os valores das comunalidades iniciais eram superiores a 0,5, com exceção da variável 19. Portanto, com exceção desta variável, as demais possuem os valores recomendados por Hair *et al.* (2009). Para que se pudesse considerar a variável 19, foram transformadas as variáveis 17, 18 e 19 em uma única variável, gerando uma nova tabela de comunalidades, a partir dessa transformação.

Também, foram analisadas as comunalidades referentes ao construto inovação social. Neste construto, identificou-se a necessidade de exclusão da variável 30, visto que a comunalidade desta ficou abaixo de 0,5 (0,446). Com esta ação, foi identificado que as comunalidades são superiores a 0,5, o que permite a continuidade da análise fatorial.

A Tabela 4 apresenta a matriz de componentes obtidas na fatoração do construto voluntariado. A escolha do número de fatores foi realizada com base no critério de Kaiser, ou seja, os valores iniciais (*autovalores*) > 1 . Pode-se verificar que as variáveis se agruparam em 06 fatores. O modelo consegue explicar 70,54% da variância dos dados originais.

Tabela 4 – Valores da variância total explicada para o construto voluntariado

Variância total explicada						
Componente	Valores próprios iniciais			Somadas de extração de carregamentos ao quadrado		
	Total	% de variância	% cumulativa	Total	% de variância	% cumulativa
1	4,426	26,035	26,035	4,426	26,035	26,035
2	2,692	15,837	41,873	2,692	15,837	41,873
3	1,563	9,196	51,069	1,563	9,196	51,069
4	1,255	7,385	58,453	1,255	7,385	58,453
5	1,082	6,366	64,819	1,082	6,366	64,819
6	,973	5,724	70,543	,973	5,724	70,543
7	,890	5,236	75,780			
8	,745	4,380	80,160			
9	,639	3,757	83,917			
10	,524	3,081	86,998			
11	,502	2,954	89,952			
12	,412	2,423	92,375			
13	,355	2,088	94,463			
14	,307	1,805	96,268			
15	,248	1,457	97,725			
16	,219	1,289	99,014			
17	,168	,986	100,000			

Método de extração: análise do componente principal.

Fonte: Dados da pesquisa (2019).

A Tabela 5 apresenta a matriz de componentes obtidas na fatoração do construto inovação social. Pode-se verificar que as variáveis se agruparam em 02 fatores. O modelo consegue explicar 60,34% da variância dos dados originais.

Tabela 5 – Valores da variância total explicada do construto de inovação social

Variância total explicada						
Componente	Valores próprios iniciais			Somadas de extração de carregamentos ao quadrado		
	Total	% de variância	% cumulativa	Total	% de variância	% cumulativa
1	5,425	49,320	49,320	5,425	49,320	49,320
2	1,212	11,018	60,337	1,212	11,018	60,337
3	,925	8,407	68,744			
4	,658	5,982	74,727			
5	,656	5,968	80,694			
6	,504	4,581	85,275			
7	,452	4,109	89,384			
8	,358	3,250	92,635			
9	,304	2,768	95,403			
10	,286	2,603	98,006			
11	,219	1,994	100,000			

Método de extração: análise do componente principal.

Fonte: Dados da pesquisa (2019).

A matriz após a rotação dos fatores permite uma classificação mais precisa dos fatores em que se agruparam as variáveis do construto voluntariado. A matriz rotada está na Tabela 6. Os seis fatores foram denominados baseando-se na literatura acerca do tema, a saber: (i) ganhos de carreira; (ii) altruísmo; (iii) status; (iv) motivações egoístas; (v) autorrealização e; (vi) conhecimento.

Tabela 6 – Matriz rotada dos fatores do construto voluntariado

Matriz de componente rotada						
	Componente					
	Carreira	Altruísmo	Status	Mot. egoístas	Autorrealização	Conhecimento
O voluntariado vai me ajudar / me ajudou a ter sucesso na profissão que eu escolher / escolhi.	,828					
O voluntariado me permite explorar diferentes opções de carreira.	,805					
Ao realizar uma ação voluntária, posso fazer novos contatos que podem ajudar no meu negócio ou carreira.	,717					
As experiências como voluntário ficam bem no meu currículo.	,646					
Realizo ação voluntária porque eu posso fazer algo por uma causa que é importante.		,873				
Realizo ação voluntária porque eu sinto que é importante ajudar os outros.		,853				
Realizo ação voluntária porque estou realmente preocupado com os beneficiários que eu estou ajudando.		,741				
Pessoas que eu conheço compartilham o interesse em realizar ações voluntárias.			,825			
O voluntariado é uma atividade importante para as pessoas com quem me relaciono.			,733			
Algumas pessoas da alta sociedade que tenho contato realizam ações voluntárias.			,688			
Grande parte dos meus amigos são voluntários.			,547			
O voluntariado faz-me sentir importante.				,838		
O voluntariado faz-me sentir necessário.				,731		
A ação voluntária me permite explorar minhas próprias forças e fraquezas.					,670	
O voluntariado faz-me sentir melhor comigo mesmo e desempenhar meu papel como cidadão, além de me permitir fazer novas amizades.					,539	
A ação voluntária me permite aprender coisas através das experiências obtidas diretamente						,789
A ação voluntária me permite aprender lidar com diversas pessoas.						,681

Fonte: Dados da pesquisa (2019).

A Tabela 7 apresenta a matriz após a rotação dos fatores do construto de inovação social. Os construtos foram denominados de: (i) inovação social baseada em processo e; (ii) inovação social baseada em produto, de acordo com caracterização prévia da literatura.

Tabela 7 – Valores da matriz rotada do construto inovação social

Matriz de componente rotada		
	Componente	
	Processo	Produto
O projeto / Instituição incorpora práticas investigativas para identificar as necessidades da população.	,797	
O projeto / Instituição cria novos departamentos administrativos para atingir às necessidades que surgem.	,782	
O projeto / Instituição muda as formas pelas quais os membros da equipe interagem com os usuários dos serviços.	,737	
O projeto / Instituição muda as posições administrativas existentes dentro da organização para atingir novas demandas.	,736	
O Projeto / Instituição se envolve em iniciativas para mudar as percepções públicas sobre um grupo de usuários ou um problema social.	,710	
O projeto / Instituição adapta o nível de suporte provido aos usuários dos serviços, de acordo com a necessidade de cada um.	,618	
O Projeto/ Instituição participa de iniciativas que objetivam aumentar o bem-estar da comunidade em geral.		,800
O Projeto / Instituição cria ou introduz novos métodos para atuar junto aos usuários dos serviços.		,739
O projeto / Instituição adapta os serviços existentes para atender às necessidades que surgem na comunidade.		,685
O Projeto / Instituição cria novas formas de relacionamento entre os colaboradores ou voluntários com os usuários e outras partes interessadas.		,660
O Projeto / Instituição introduz programas de entrega de serviços totalmente novos para atender uma necessidade que surge.		,573
Método de extração: Análise do Componente principal.		
Método de rotação: Varimax com normalização de Kaiser.		

Fonte: Dados da pesquisa (2019).

É importante ressaltar que os agrupamentos gerados pela pesquisa diferem dos agrupamentos gerados nas escalas originais. No que tange ao construto voluntariado, o estudo de Mascarenhas, Zambaldi e Varela (2014) permitiu agrupar as variáveis em 5 fatores, sendo eles: (i) motivações altruístas e ideológicas; (ii) motivações de crescimento pessoal; (iii) motivações de status; (iv) motivações sociais e; (v) motivações materiais. O estudo realizado diferiu, pois, a partir da análise dos dados, foram gerados 6 fatores – ainda que muitas similaridades possam ser encontradas entre os resultados.

Já no que diz respeito à inovação social, o estudo original – de Shier e Handy (2015) apresentou 3 fatores que representam a tipologia da inovação social, sendo eles: (i) baseadas em produto; (ii) baseadas em processo e; (iii) socialmente transformadoras. No estudo realizado, foi possível agrupar as tipologias em apenas dois fatores, sendo as inovações baseadas em produto e em processo.

4.5 ANÁLISE DE REGRESSÃO

4.5.1 Impacto das ações voluntárias na inovação social

Esta análise tem como objetivo verificar se a inovação social, que é um construto de segunda ordem, é formada em parte pelas ações voluntárias. Os coeficientes do modelo estão apresentados na Tabela 8.

Tabela 8 – Valores dos coeficientes de regressão

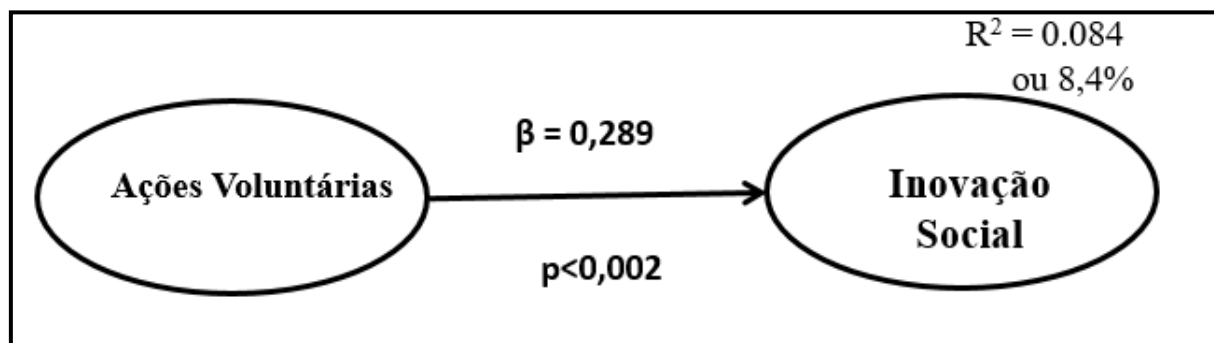
Modelo		Coeficientes ^a				
		Coeficientes não padronizados		Coeficientes padronizados	t	Sig.
B	Erroβ padrão	Beta				
1	(Constante)	2,141	,602		3,555	,001
	VOLUNTARIADO	,450	,142	,289	3,170	,002

a. Variável dependente: IN_SOCIAL

Fonte: Dados da pesquisa (2019).

Os resultados apontam que o construto voluntariado ou ações voluntárias explica 8,4% da inovação social percebida. A Figura 7 apresenta o modelo resultante do impacto das ações voluntárias na inovação social.

Figura 7 – Representação do impacto das ações voluntárias na inovação social



Fonte: Dados da pesquisa (2019).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo geral deste estudo foi analisar a relação entre a ação voluntária e a inovação social, sob a ótica dos voluntários em organizações sem fins lucrativos. Para tanto, em um primeiro momento, foi necessário analisar as principais características das ações voluntárias sob a ótica dos voluntários em organizações sem fins lucrativos. Desta forma, foi possível identificar que as principais motivações para a ação voluntária são “fazer o bem, ajudando o próximo” e a construção de novas “amizades”. Além disso, a pesquisa permitiu classificar as motivações para o voluntariado em seis principais dimensões, a saber: (i) ganhos de carreira; (ii) altruísmo; (iii) status; (iv) motivações egoístas; (v) autorrealização e; (vi) conhecimento.

Também, foi possível identificar os tipos de inovação social existentes nas organizações sem fins lucrativos, o que permitiu o entendimento de que, sob a ótica dos voluntários, pode-se classificar as inovações sociais das organizações sem fins lucrativos em que estes atuam em dois tipos: (i) inovações sociais de produto e; (ii) inovações sociais de processo.

Buscou-se, ainda, identificar se os fatores das escalas originais se agrupavam com a mesma estrutura na amostra estudada, foi e possível identificar que, na amostra estudada, as variáveis apresentam comportamento que difere, em partes, das escalas originais, o que enfatiza a importância da não-generalização no que diz respeito às pesquisas científicas.

Já com relação à existência de relação entre as ações voluntárias e a inovação social em organizações sem fins lucrativos foi possível identificar que as ações voluntárias podem ser consideradas como uma variável preditora da inovação social, explicando a variável dependente em 8,4%. Por fim, é possível entender que – para além do campo teórico – existe uma relação que pode ser comprovada empiricamente entre as ações voluntárias e a inovação social, ensejando a realização de outras pesquisas acerca dos temas. Contudo, as variáveis apresentaram comportamento que difere do agrupamento proposto nas escalas originais, o que pode caracterizar uma diferenciação em virtude da cultura nacional.

No campo gerencial, o entendimento acerca das principais motivações que levam os indivíduos a realizarem ação voluntária – bem como o entendimento acerca da tipologia de inovação social entendida pelos voluntários – possibilita às organizações do terceiro setor uma forma de organização mais focada no que diz respeito à gestão dos seus processos. Assim, estas organizações podem realizar atividades focadas na atração e retenção de seus voluntários, com vistas a aumentar o impacto de suas ações sociais e, desta forma, contribuir para a criação de um ecossistema de inovação social.

5.1 LIMITAÇÕES E RECOMENDAÇÕES PARA TRABALHOS FUTUROS

As limitações do estudo residem no fato de que a amostra foi estabelecida por conveniência, o que não permite a generalização dos resultados. Ademais, não foi especificada a região do Estado do Rio Grande do Sul a que pertencem os respondentes, o que pode gerar vieses na pesquisa, em virtude da alta heterogeneidade de pensamento da população.

Assim, sugere-se a realização de pesquisas futuras cujas amostras sejam mais abrangentes, além da possibilidade de seccionar a amostra de acordo com a região de origem dos respondentes. Outra sugestão é a de realizar uma etapa qualitativa, que permita corroborar os achados da pesquisa quantitativa.

REFERÊNCIAS

ANDRÉ, I.; ABREU, A. Dimensões e espaços da inovação social. **Finisterra**, v. 41, n. 81, 2006.

BOUCHARD, M.; LÉVESQUE, B. **Économie sociale et innovation: l'approche de la régulation, au coeur de la construction québécoise de l'économie sociale**. CRISES, Centre de recherche sur les innovations sociales, 2010.

BOZEMAN, E.; ELLEMERS, N. Intrinsic need satisfaction and the job of attitudes of volunteers versus employees working in a charitable organization. **Journal of Occupational and Organizational Psychology**, v. 82, p. 897-914, 2009.

BRASIL. **Lei nº 13.297, de 16 de junho de 2016**. Altera o art. 1º da Lei nº 9.608, de 18 de fevereiro de 1998, para incluir a assistência à pessoa como objetivo de atividade não remunerada reconhecida como serviço voluntário. Brasília, DF: Presidência da República, [2016]. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19608.htm. Acesso em: 01. mar. 2019.

BRASIL. **Lei nº 9.608, de 18 de fevereiro de 1998**. Dispõe sobre o serviço voluntário e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, [1998]. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9608.htm. Acesso em: 01. mar. 2019.

CAULIER-GRICE, J. *et al.* Defining social innovation. **A deliverable of the project: “The theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in Europe” (TEPSIE), European Commission–7th Framework Programme, Brussels: European Commission, DG Research, 2012.**

CLARY, E. G. *et al.* Understanding and assessing the motivations of volunteers: a functional approach. **Journal of personality and social psychology**, v. 74, n. 6, p. 1516, 1998.

DOHME, V. A. **Voluntariado: equipes produtivas: como liderar ou fazer parte de uma delas**. Editora Mackenzi, 2001.

DOMENEGHETTI, A. M. **Voluntariado-gestão do trabalho**. Editora Esfera, 2001.

DRUCKER, P. F. The changed world economy. **Foreign affairs**, v. 64, n. 4, p. 768-791, 1986.

FREEMAN, R. B. Working for nothing: The supply of volunteer labor. **Journal of Labor Economics**, v. 15, n. 1, Part 2, p. S140-S166, 1997.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. Editora Atlas SA, 2008.

GÜNTERT, S. T.; NEUFEIND, M.; WEHNER, T. Motives for event volunteering: Extending the functional approach. **Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly**, v. 44, n. 4, p. 686-707, 2015.

HAGER, M. A. Volunteer management practices and retention of volunteers. 2004.

HAIR, J. F. **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração**. Porto Alegre: Bookman, 2009. xii, 471 p. ISBN 9788536304496.

LAFER, B. Predicting performance and persistence in hospice volunteers. **Psychological Reports**, v. 65, n. 2, p. 467-472, 1989.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. Metodologia científica. rev. e ampl. **São Paulo: Atlas**, 2011.

LÉVESQUE, B. Empreendedor coletivo e economia social: outra forma de empreender. **Revista virtual de gestão de iniciativas sociais**, v. 1, p. 44-64, 2004.

MASCARENHAS, A. O.; ZAMBALDI, F.; VARELA, C. A. Motivação em programas de voluntariado empresarial: um estudo de caso. **Revista Organizações em Contexto**, v. 9, n. 17, p. 229-246, 2013.

OCDE, Organização Para Cooperação e Desenvolvimento Econômico. **Studies on SMEs and Entrepreneurship SME's: entrepreneurship and innovation**. Paris: OCDE Publishing, 2010.

OKUN, M. A.; SCHULTZ, A. Age and motives for volunteering: testing hypotheses derived from socioemotional selectivity theory. **Psychology and aging**, v. 18, n. 2, p. 231, 2003.

PESTANA, M. H.; GAGEIRO, J. N. **Análise de dados para ciências sociais: a complementaridade do SPSS**. Lisboa: Silabo, 2008.

SHIER, M. L.; HANDY, F. From advocacy to social innovation: A typology of social change efforts by nonprofits. **Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations**, v. 26, n. 6, p. 2581-2603, 2015.

SINGOCOM. **Eu research on social sciences and humanities: Social innovation, governance and community building**. 2007. Disponível em: <<http://cordis.europa.eu/documents/documentlibrary/100123951EN6.pdf>>. Acesso em: 20 mar. 2019.

SOBOLH, T.; WIDMAN, S. **Voluntariado, a possibilidade da esperança: cenário do trabalho voluntário no Brasil**. Sociedade Beneficente Israelita Brasileira Hospital Albert Einstein, 2011.