



---

Seção de Publicação do artigo: Artigo Original

---

**Fatores Motivacionais de Voluntários em Eventos Esportivos no Brasil:  
Uma Reflexão para Gestores Esportivos**

**Motivational Factors of Volunteers at Brazilian Sports Events:  
A Reflection for Sports Managers**

**Factores de Motivación de los Voluntarios en Eventos Deportivos en Brasil:  
Una Reflexión para los Gestores Deportivos**

---

**Gustavo Bavaresco**

Universidade Federal do Paraná  
gustavobava@gmail.com

**Thiago Santos**

Universidade Europeia (Portugal)  
thiago.santos@universidadeeuropeia.pt

**Fernando Marinho Mezzadri**

Universidade Federal do Paraná  
mezzadri@ufpr.br

**Maria José Carvalho**

Universidade do Porto (Portugal)  
mjc@fade.up.pt

---

**Resumo**

O voluntariado em eventos esportivos é uma prática que traz benefícios tanto para os recursos humanos quanto para o funcionamento das entidades organizadoras, acrescentando valor ao evento e à vida dos participantes. A natureza do esporte atrai inúmeros voluntários, motivados por diversas razões que variam conforme as características do evento ou da organização. As motivações dos voluntários podem variar de Expressão de Valores; Patriotismo e Comunidade; Contatos Interpessoais; Orientação de Carreira; Crescimento Pessoal; Recompensas Extrínsecas; e Amor ao Esporte. Cada motivação pode ser diferente de voluntário para voluntário, mas todas podem se complementar e fundam o voluntariado. Diante da diversidade e tamanho dos eventos esportivos é necessário oferecer uma experiência positiva aos atletas/participantes, sendo que os voluntários fazem parte da organização destes eventos. Esta investigação

teve como objetivo principal apresentar uma descrição sobre a motivação de voluntários em eventos esportivos no contexto brasileiro. Além de contribuir para a compreensão da organização promotora a perspectiva de que o voluntário é uma necessidade em eventos esportivos, bem como uma possível reflexão e possíveis estratégias para a captação destes recursos humanos. Como metodologia utiliza-se uma abordagem qualitativa descritiva a fim realizar uma análise de conteúdo caracterizando as motivações dos voluntários e apresentando uma reflexão aos gestores para a possibilidade de melhor aproveitar estes recursos humanos. Os resultados revelaram um questionário adaptado e validado para o contexto brasileiro, sendo possível utilização em futuros estudos. Além disso, a motivação de voluntários em eventos esportivos no Brasil está conectada aos fatores acima mencionados, com exceção das Recompensas Extrínsecas, nossa amostra de 255 voluntários não considerou este fator como importante para ser um voluntário em eventos esportivos. Observa-se uma amostra de homens (55,3%) e mulheres (44,7%), a idade variou de 18 a 73 anos, com média de 34,85 anos. Muitos já foram voluntários em mais de um evento esportivo e participaram de megaeventos e não-megaeventos. Identificamos a influência das motivações, a percepção de valor e o comportamento futuro dos voluntários em eventos esportivos no Brasil. Os resultados revelaram algumas diferenças nas motivações a fim de proporcionar um possível desenvolvimento da gestão esportiva. As motivações dos voluntários influenciaram significativamente os valores simbólicos e utilitários, além de impactarem o comportamento futuro dos mesmos. Este estudo representa um passo relevante para explorar as motivações dos voluntários em eventos esportivos, relacionando-as com diferentes fatores, valores como o utilitário e simbólico, e o comportamento futuro. Este trabalho visa contribuir para a melhoria do voluntariado no Brasil e apresenta implicações importantes tanto no âmbito científico quanto gerencial, apontando uma reflexão para os gestores de eventos esportivos.

**Palavras-chave:** Voluntariado. Motivação. Valores. Comportamento futuro. Gestores. Eventos.

### Abstract

Volunteering at sports events is a practice that benefits both human resources and the functioning of organizing entities, adding value to the event and the lives of the participants. The nature of sports attracts numerous volunteers, motivated by various reasons that vary according to the characteristics of the event or organization. Volunteer motivations can range from Expression of Values; Patriotism and Community; Interpersonal Contacts; Career Orientation; Personal Growth; Extrinsic Rewards; and Love for the Sport. Each motivation may differ from volunteer to volunteer, but they can all complement each other and form the foundation of volunteering. Given the diversity and scale of sports events, it is necessary to offer a positive experience to athletes/participants, as volunteers are part of the organization of these events. The main objective of this research was to provide a description of volunteer motivation in sports events within the Brazilian context. In addition to contributing to the understanding by the promoting organization of the perspective that volunteers are essential for sports events, it also aims to offer possible reflections and strategies for attracting these human resources. The methodology used is a qualitative descriptive approach to conduct a content analysis characterizing the motivations of volunteers and presenting reflections to managers on how to better utilize these human resources. The results revealed an adapted and validated questionnaire for the Brazilian context, which can be used in future studies. Additionally, the motivation of volunteers in sports events in Brazil is connected to the aforementioned factors, except for Extrinsic Rewards, as our sample of 255 volunteers did not consider this factor important for volunteering at sports events. The sample consisted of men (55.3%) and women (44.7%), with ages ranging from 18 to 73 years, averaging 34.85 years. Many had previously volunteered at more than one sports event, including both mega-events and non-

mega-events. We identified the influence of motivations, value perception, and future behavior of volunteers in sports events in Brazil. The results revealed some differences in motivations to potentially aid the development of sports management. Volunteer motivations significantly influenced symbolic and utilitarian values, as well as impacting their future behavior. This study represents an important step in exploring volunteer motivations at sports events, relating them to different factors, values such as utilitarian and symbolic, and future behavior. This work aims to contribute to the improvement of volunteering in Brazil and presents important implications in both scientific and managerial spheres, offering reflections for sports event managers.

**Keywords:** Volunteering. Motivation. Values. Future behavior. Managers. Events.

## Resumen

Voluntariar-se em eventos esportivos é uma prática que beneficia tanto os recursos humanos como o funcionamento de las entidades organizadoras, adicionando valor ao evento e a las vidas de los participantes. La naturaleza del deporte atrae a numerosos voluntarios, motivados por diversas razones que varían según las características del evento u organización. Las motivaciones de los voluntarios pueden ir desde la expresión de valores, el patriotismo y la comunidad, los contactos interpersonales, la orientación profesional, el crecimiento personal, las recompensas extrínsecas y el amor por el deporte. Cada motivación puede diferir de un voluntario a otro, pero todas pueden complementarse y formar la base del voluntariado. Dada la diversidad y la escala de los eventos deportivos, es necesario ofrecer una experiencia positiva a los atletas/participantes, ya que los voluntarios forman parte de la organización de estos eventos. El objetivo principal de esta investigación fue proporcionar una descripción de la motivación de los voluntarios en eventos deportivos dentro del contexto brasileño. Además de contribuir a la comprensión por parte de la organización promotora de que los voluntarios son esenciales para los eventos deportivos, también tiene como objetivo ofrecer posibles reflexiones y estrategias para atraer estos recursos humanos. La metodología utilizada es un enfoque cualitativo descriptivo para llevar a cabo un análisis de contenido que caracteriza las motivaciones de los voluntarios y presenta reflexiones a los gerentes sobre cómo utilizar mejor estos recursos humanos. Los resultados revelaron un cuestionario adaptado y validado para el contexto brasileño, que puede ser utilizado en futuros estudios. Además, la motivación de los voluntarios en eventos deportivos en Brasil está conectada con los factores mencionados, excepto las recompensas extrínsecas, ya que nuestra muestra de 255 voluntarios no consideró este factor importante para el voluntariado en eventos deportivos. La muestra consistió en hombres (55.3%) y mujeres (44.7%), con edades que van desde los 18 hasta los 73 años, con un promedio de 34.85 años. Muchos habían voluntariado previamente en más de un evento deportivo, incluyendo tanto mega-eventos como no mega-eventos. Identificamos la influencia de las motivaciones, la percepción de valor y el comportamiento futuro de los voluntarios en eventos deportivos en Brasil. Los resultados revelaron algunas diferencias en las motivaciones que podrían ayudar al desarrollo de la gestión deportiva. Las motivaciones de los voluntarios influyeron significativamente en los valores simbólicos y utilitarios, así como en su comportamiento futuro. Este estudio representa un paso importante en la exploración de las motivaciones de los voluntarios en eventos deportivos, relacionándolos con diferentes factores, valores como utilitarios y simbólicos, y comportamiento futuro. Este trabajo tiene como objetivo contribuir a la mejora del voluntariado en Brasil y presenta importantes implicaciones tanto en el ámbito científico como en el gerencial, ofreciendo reflexiones para los gestores de eventos deportivos.

**Palabras Clave:** Voluntariado. Motivación. Valores. Comportamiento futuro. Gestores. Eventos.

## Introdução

Tem sido recorrente o número de eventos esportivos nos últimos anos, em especial após a pandemia de COVID-19. Neste sentido, organizadores de eventos esportivos vêm lidando com a gestão nas suas mais variadas manifestações. Diante das diversas fases que encontramos na gestão, como, o controle, a direção, a organização, o planejamento e a avaliação, considera-se na gestão do esporte que as organizações apliquem e organizem seus recursos, seja, humano, financeiro e material, no sentido de garantir que seus objetivos sejam alcançados (O'Boyle, 2017; Rocha & Bastos, 2011).

A abordagem à gestão do esporte pode se dar de diferentes maneiras e visões, além disso, quando pensamos em eventos esportivos, observamos que são considerados como catalisadores para o turismo, economia e mesmo marketing do local que é realizado (Fourie & Santana-Gallego, 2011; Oliveira et al., 2019). Independente do tamanho do evento esportivo existe a necessidade e a habilidade de oferecer qualidade nos serviços oferecidos, apontando como um fator crucial para organizadores de eventos esportivos (Yong et al., 2011).

Em meio a eventos esportivos, os organizadores se deparam com a necessidade de encontrar pessoas que possam ajudar e trabalhar, assim necessitando de recursos humanos para o bom andamento do seu evento. Muitos dos eventos esportivos veem o sucesso e sua sustentabilidade por meio de voluntários (Cuskelly et al., 2006; Engelberg et al., 2014). Os voluntários desempenham um papel crucial nos esportes, independentemente da sua escala. O envolvimento dos voluntários em eventos esportivos pode ocorrer de várias formas, motivado por diferentes razões, como a busca por socialização, bem-estar, desenvolvimento pessoal, oportunidade de participação ativa, paixão pelo esporte e sentimento de pertencimento à comunidade, entre outros fatores que incentivam seu engajamento envolverem (Bang & Ross, 2009; Morrow-Howell et al., 2009).

Nesse contexto, conforme apontam os autores Bang and Chelladurai (2009), Bang and Ross (2009), Hallmann and Harms (2012) e VanSickle et al. (2015), os fatores motivacionais que contribuem para a satisfação dos voluntários em eventos esportivos podem auxiliar as organizações a criar experiências mais enriquecedoras. Isso, por sua vez, favorece a retenção dos voluntários para futuros eventos. Dessa forma, este estudo visa contribuir e agregar valor à importância do voluntariado para organizações e eventos esportivos, buscando enriquecer a literatura existente sobre a motivação dos voluntários em eventos esportivos no contexto brasileiro.

No Brasil o voluntariado é mais facilmente ligado a questões sociais e religiosas diferente de outros países como Canadá e Austrália que possuem um vasto número de voluntários em organizações esportivas (Bavaresco, Santos, Mezzadri, et al., 2022; Lemos et al., 2016; VanSickle et al., 2015; Wicker, 2017). Neste sentido, o objetivo deste estudo é apresentar uma descrição sobre a motivação de voluntários em eventos esportivos no contexto brasileiro. Busca-se estimular a compreensão do organizador de eventos esportivos sobre o voluntário e sua necessidade em

eventos esportivos, bem como uma possível provocação e reflexão da atuação destes recursos humanos.

## Procedimentos Metodológicos

Esta pesquisa possui uma abordagem qualitativa descritiva, expondo assim um grupo e contexto específico (Creswell, 2013). Utilizaremos como base de conhecimento a dissertação de mestrado intitulada “A motivação de voluntários em eventos esportivos no Brasil” do autor Gustavo Bavaresco, a fim de apresentar as diferentes motivações encontradas em voluntários no esporte e realizar uma análise crítica sobre como organizadores de eventos esportivos podem utilizar destas motivações a seu favor (Bavaresco, 2018).

A fim de compreender que a dissertação está pautada na metodologia quantitativa, ao apresentar a descrição do fenômeno aqui estudado, entende-se que os resultados ao caráter interativo entre o objetivo proposto no estudo e o universo do campo de atuação compreende uma abordagem tanto qualitativa como quantitativa, ao modo que iremos proceder com uma análise qualitativa dos resultados encontrados. Ainda que sejam apresentados resultados quantitativos, a análise dos dados se dá a partir de uma análise de conteúdo caracterizando as motivações dos voluntários e apresentando uma reflexão aos gestores.

## Resultados e Discussão

Seguindo o objetivo proposto, os resultados e discussão no presente estudo mostram a motivação de voluntários em eventos esportivos no Brasil. Como observado na introdução, a respectiva gestão de eventos esportivos apresenta algumas necessidades para seu bom andamento, entre cada uma das organizações apontando a possibilidades de características distintas focando em seus esforços para o sucesso de sua gestão e evento. Neste sentido, encontramos em voluntários, um recurso humano indispensável para o andamento dos eventos esportivos. Assim, entendemos o voluntariado como qualquer atividade em que um indivíduo investe tempo e esforço para beneficiar outra pessoa, grupo ou organização, sem receber qualquer compensação financeira ou material em troca, mas as atividades realizadas são proveitosas tanto para o beneficiado como para o beneficente (Wilson, 2000).

Inicialmente o questionário utilizado é baseado nos estudos de motivação voluntária de Bang and Chelladurai (2009) com as questões de amor ao esporte (Bang et al., 2009; Bang & Ross, 2009). Todos os itens foram adaptados para a realidade brasileira e realizado um procedimento de tradução retro tradução para assegurar que as escalas de medida (os itens) não fujam da versão original em inglês (Banville et al., 2000). Todos os itens estão em uma escala Likert sendo 1 Discordo totalmente e 7 Concordo totalmente. A validação do questionário foi realizada por meio de uma

análise fatorial confirmatória que revelou um ajuste adequado para as dimensões do fator proposto, fornecendo evidências da validade fatorial e da validade convergente da medição do estudo (Bagozzi & Yi, 1988).

A pesquisa foi enviada para diversas redes sociais (Facebook; Instagram; e-mail; entre outros meios) no período de 2 meses resultando em 312 voluntários que responderam ao questionário. Após uma verificação minuciosa das respostas, somente 255 foram consideradas válidas, atendendo a todos os critérios de inclusão (Bavaresco, 2018; Bavaresco, Santos, Mezzadri, et al., 2022). Assim, a investigação de mestrado citada anteriormente aponta para uma caracterização de voluntários. Considera-se homens (55,3%) e mulheres (44,7%), a idade variou de 18 a 73 anos, com média de 34,85 anos. Além disso, cerca de metade da amostra (48,6%) participou como voluntário de uma a três vezes e (20,8%) participou mais de sete vezes. No entanto, os voluntários de dois tipos diferentes de eventos possuem características diferentes. Enquanto nos megaeventos a maioria dos voluntários era do sexo feminino (42,1%), nos eventos não-megaeventos esportivos a maioria dos voluntários era do sexo masculino (61,7%). Para clarificar, utilizamos da metodologia de Gratton et al. (2000) para categorizar as tipologias de eventos esportivos, sendo um megaevento esportivo de tipo A e um não-megaevento esportivo de tipo D.

Ao observarmos as motivações dos voluntários em eventos esportivos encontramos diferentes fatores que podem estar conectados ao voluntário, entre eles estão a expressão de valores, patriotismo ou envolvimento da comunidade, contatos interpessoais, orientação profissional, crescimento pessoal e amor ao esporte, revelando-se adequadas para o nosso estudo (Bavaresco, 2018; Bavaresco, Santos, Mezzadri, et al., 2022). Ao contrário, o fator recompensas extrínsecas foi notado negativamente no estudo, significando que para a amostra deste estudo voluntários brasileiros não se voluntariam para receber algo em troca como uma recompensa (exemplo, uniformes, comida, ingressos), haja visto que existe estudo que é verificado positivamente (Kim et al., 2018).

Com base na literatura e em nossas pesquisas sobre a motivação de voluntários em eventos esportivos no Brasil, podemos considerar que a **Expressão de Valores** pode significar o desejo de contribuir para a sociedade e ajudar o próximo, o desejo de ajudar o evento, fazer algo de valor e garantir o sucesso do evento, possui a maior correlação entre os voluntários (Clary et al., 1998; Farrell et al., 1998). O **Patriotismo e Comunidade** tem como significado o sentimento de orgulho e pertencimento, a fidelidade ao país/comunidade, amor e orgulho pelo país/comunidade (VanSickle et al., 2015). Os **Contatos Interpessoais** possuem a oportunidade de fazer novos amigos e expandir a rede social, a interação com outras pessoas e desenvolvimento de relacionamentos no evento (Fairley et al., 2007; McDougale et al., 2011). A **Orientação de Carreira** possui o ganho de experiência prática e oportunidades de networking e transferência de competências para futuros trabalhos (Jarvis & Blank, 2011; Pierce et al., 2014). O **Crescimento Pessoal** tem como objetivo o desenvolvimento de habilidades pessoais e profissionais, sentimento de ser necessário e importante, apresentação de novas perspectivas e aumento da autoestima (Bang et al., 2009). Já as

**Recompensas Extrínsecas** têm os benefícios tangíveis, como ingressos gratuitos e uniformes (Bang & Chelladurai, 2009), novamente, sendo que este fator não foi encontrado em nossa amostra. Por fim, o **Amor ao Esporte** possui o envolvimento em atividades esportivas por amor ao esporte de (Dickson et al., 2015; Johnson et al., 2017; Ma & Draper, 2017; Pierce et al., 2014).

Considera-se que além das motivações existem suas consequências em eventos esportivos, designadamente a satisfação, um comportamento futuro na possibilidade de retornar a se voluntariar, e valores utilitários e simbólicos que podem influenciar os voluntários. Neste sentido, a **satisfação** está intimamente ligada a questões da experiência que a pessoa tem como sendo um voluntário do evento esportivo (Chelladurai & Kerwin, 2017; Green & Chalip, 2004). Já o **comportamento futuro** está conectado a um impacto positivo no trabalho do voluntário, sentem-se tão engajados e comprometidos que acaba influenciando na retenção e retorno do seu trabalho em eventos futuros (Hallmann & Harms, 2012; Kim et al., 2013; Mykletun & Himanen, 2016). Por fim, os valores, o **valor utilitário** está relacionado às percepções das funções convenientes do evento para o anfitrião, enquanto o **valor simbólico** refere-se às percepções sobre o prestígio do evento para o anfitrião (Biscaia et al., 2017; Rust et al., 2004; Yoshida et al., 2013).

Como resultado das motivações dos voluntários e suas consequências observamos a proposta de um modelo conceitual para a motivação, Figura 1. Esta proposta apresenta a motivação como o constructo central com seus fatores e consequências conectados.

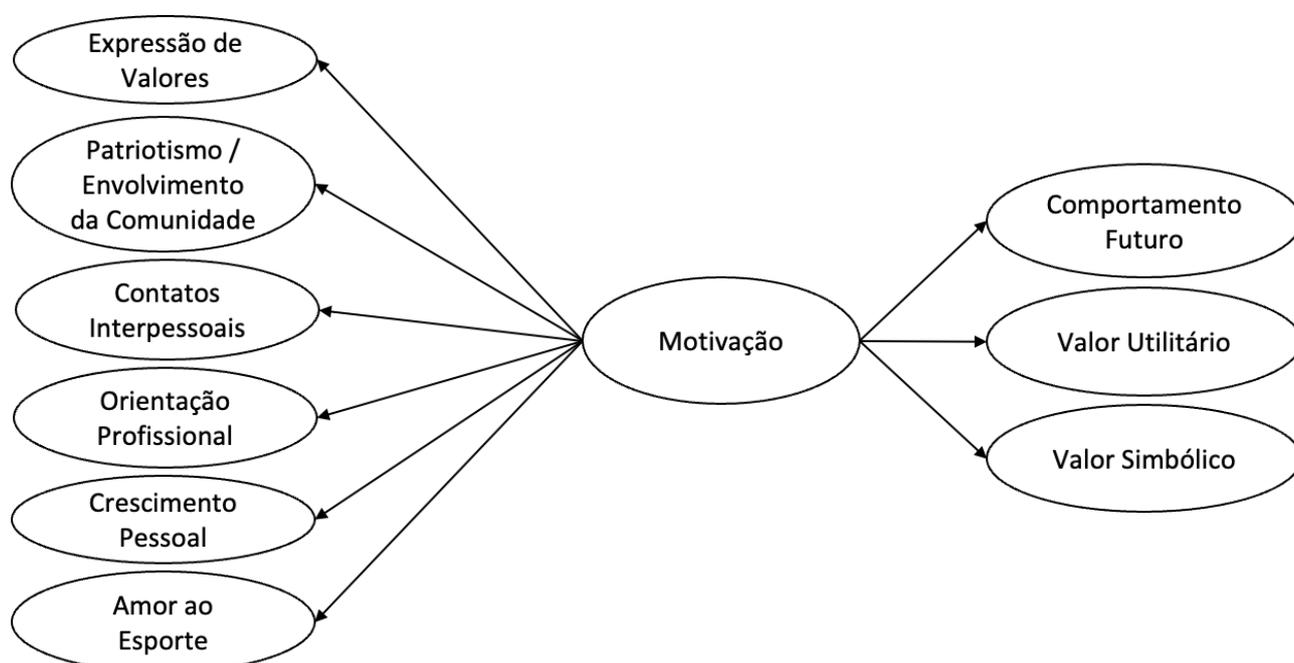


Figura 1: Motivação de voluntários em eventos esportivos no Brasil, seu comportamento futuro e valores (retirado de Bavaresco, Santos, Camargo, et al. (2022)).

A partir deste modelo (Figura 1) fica evidenciado uma forte relação da motivação com os fatores e além disso uma relação positiva com os valores utilitário e simbólico e finalizando com

uma forte relação ao comportamento futuro estabelecendo uma retenção e retorno destes voluntários em futuros eventos esportivos (Bavaresco, Santos, Camargo, et al., 2022; Bavaresco, Santos, Mezzadri, et al., 2022).

De maneira geral, tomados em conjunto os resultados desta investigação, é possível gerar inúmeras interpretações e hipóteses que podem ser levadas para a prática da gestão do esporte, em especial a prática da gestão de eventos esportivos, a prática dos recursos humanos. Assim, esta pesquisa indica que as motivações estão fortemente conectadas aos voluntários e que possuem uma influência positiva na retenção destas pessoas em continuar voluntariando além de seus valores utilitário e simbólico que foram percebidos como positivos. Assim, também aponta que a percepção de valor agregado ao voluntariado influencia o comportamento futuro dos voluntários, sugerindo que experiências positivas podem aumentar a probabilidade de participação futura em eventos esportivos.

Neste sentido elencamos algumas perguntas sobre como o organizador de eventos esportivos tem lidado com as questões do voluntariado? Será que é difícil encontrar voluntários para eventos esportivos? Como os gestores lidam com as características individuais dos voluntários? Como colocar na balança os problemas que podem ser gerados nos eventos e como os voluntários podem resolvê-los da melhor maneira possível? Estas perguntas e muitas outras que podem vir a surgir nos levam a refletir no atual momento em que as organizações de eventos esportivos estão no país, embora muitas delas possam usufruir de voluntários existem inúmeras que não utilizam ou possuem dificuldades em atrair voluntários, durante o processo desta pesquisa se torna claro que estas organizações necessitam de atrair voluntários por meio de suas motivações, além de carecer melhorar sua gestão nos recursos humanos voluntários.

Assim, os autores propõem algumas recomendações e possíveis soluções para que as organizações de eventos esportivos possam melhorar seu contato com voluntários. Baseados nos resultados encontrados nós encorajamos as organizações a divulgarem mais oportunidades de trabalho voluntário em eventos esportivos, locais que a populações encontre de fácil acesso, como redes sociais. Além disso, levar em consideração as motivações aqui descritas para atrair voluntários. Observar em eventos esportivos passados onde inserir o voluntário da melhor maneira possível, a fim de que esta pessoa se sinta útil e atraída pelo trabalho. Estabelecer mecanismos que facilitem a conversa entre todos, escutar a opinião das pessoas, pontos positivos e negativos, realizar *feedbacks*. Realizar programas, interações entre voluntários, fazer com que estas pessoas se sintam conectadas com todos da equipe, engajar as pessoas pode proporcionar benefícios às organizações.

## Considerações finais

É considerado que baseado no conhecimento das motivações de voluntários em eventos esportivos são complexas e influenciadas por diversos fatores. A compreensão dessas motivações pode ajudar na melhoria das estratégias de gestão e captação de voluntários para eventos futuros. O estudo é relevante por contribuir para o desenvolvimento da gestão esportiva, oferecendo *insights* valiosos sobre como as motivações dos voluntários podem ser melhor compreendidas e aproveitadas para o sucesso dos eventos esportivos no Brasil. Este texto, assim como as outras pesquisas citadas, sugerem a necessidade de estudos contínuos para aprofundar a compreensão sobre o tema e otimizar a gestão do voluntariado em eventos esportivos brasileiros.

Espera-se que com esta pesquisa gestores possam tomar conhecimento e refletir sobre suas ações nos eventos esportivos. Além disso, almeja-se que o futuro dos eventos esportivos no país sejam cada vez mais geridos com qualidade e possam usufruir cada vez mais de voluntários e ocorra um desenvolvimento da área esportiva, caso contrário, a produção deste tipo evento visa a ser mais difícil e menos prazerosa. Para finalizar apontamos um contributo para a relevância do campo teórico do voluntariado, assim como para o campo prático da atuação do voluntário em eventos esportivos.

## Referências Bibliográficas

- Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models [journal article]. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(1), 74-94.
- Bang, H., Alexandris, K., & Ross, S. d. (2009). Validation of the revised volunteer motivations scale for international sporting events (VMS-ISE) at the Athens 2004 Olympic Games. *Event Management*, 12(3/4), 119-131.
- Bang, H., & Chelladurai, P. (2009). Development and validation of the volunteer motivations scale for international sporting events (VMS-ISE). *International Journal of Sport Management and Marketing*, 6(4), 332-350.
- Bang, H., & Ross, S. D. (2009). Volunteer motivation and satisfaction. *Journal of Venue and Event Management*, 1(1), 61-77.
- Banville, D., Desrosiers, P., & Genet-Volet, Y. (2000). Translating questionnaires and inventories using a cross-cultural translation technique. *Journal of Teaching in Physical Education*, 19(3), 374-387.
- Bavaresco, G. (2018). *A motivação de voluntários em eventos esportivos no Brasil*. Dissertação de Mestrado. Faculdade de Desporto da Universidade do Porto. Porto. Disponível em: <https://hdl.handle.net/10216/116356>

- Bavaresco, G., Santos, T., Camargo, P., Mezzadri, F. M., & Carvalho, M. J. (2022). The motivation, perception of values and future behavior of volunteers in sports events. *Revista Brasileira de Educação Física e Esporte*, 36, e36185472.
- Bavaresco, G., Santos, T., Mezzadri, F. M., & Carvalho, M. J. (2022). Volunteer motivation in sports events in Brazil. *Journal of Physical Education*, 33(1), e-3337.
- Biscaia, R., Correia, A., Santos, T., Ross, S., & Yoshida, M. (2017). Service quality and value perceptions of the 2014 FIFA World Cup in Brazil. *Event Management*, 21(2), 201-216.
- Chelladurai, P., & Kerwin, S. (2017). *Human resource management in sport and recreation* (3 ed.). Human Kinetics.
- Clary, E. G., Snyder, M., Ridge, R. D., Copeland, J., Stukas, A. A., Haugen, J., & Miene, P. (1998). Understanding and assessing the motivations of volunteers: A functional approach. *Journal of personality and social psychology*, 74(6), 1516-1530.
- Creswell, J. W. (2013). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4 ed.). Sage Publications.
- Cuskelly, G., Hoye, R., & Auld, C. (2006). *Working with volunteers in sport: Theory and Practice*. Routledge.
- Dickson, T. J., Darcy, S., Edwards, D., & Terwiel, F. A. (2015). Sport mega-event volunteers' motivations and postevent intention to volunteer: The Sydney World Masters Games, 2009. *Event Management*, 19(2), 227-245.
- Engelberg, T., Skinner, J., & Zakus, D. (2014). What does commitment mean to volunteers in youth sport organizations? *Sport in Society*, 17(1), 52-67.
- Fairley, S., Kellett, P., & Green, B. C. (2007). Volunteering Abroad: Motives for Travel to Volunteer at the Athens Olympic Games. *Journal of Sport Management*, 21(1), 41-57.
- Farrell, J. M., Johnston, M. E., & Twynam, G. D. (1998). Volunteer motivation, satisfaction, and management at an elite sporting competition. *Journal of Sport Management*, 12(4), 288-300.
- Fourie, J., & Santana-Gallego, M. (2011). The impact of mega-sport events on tourist arrivals. *Tourism Management*, 32(6), 1364-1370.
- Gratton, C., Dobson, N., & Shibli, S. (2000). The economic importance of major sports events: A case-study of six events. *Managing Leisure*, 5(1), 17-28.
- Green, B. C., & Chalip, L. (2004). Paths to volunteer commitment: Lessons from the Sydney Olympic Games. In R. A. Stebbins & M. Graham (Eds.), *Volunteering as Leisure/Leisure as Volunteering: An International Assessment* (pp. 49-67). CABI Publishing.
- Hallmann, K., & Harms, G. (2012). Determinants of volunteer motivation and their impact on future voluntary engagement: A comparison of volunteer's motivation at sport events in

equestrian and handball. *International Journal of Event and Festival Management*, 3(3), 272-291.

- Jarvis, N., & Blank, C. (2011). The importance of tourism motivations among sport event volunteers at the 2007 World Artistic Gymnastics Championships, Stuttgart, Germany. *Journal of Sport & Tourism*, 16(2), 129-147.
- Johnson, J. E., Giannoulakis, C., Felver, N., Judge, L. W., David, P. A., & Scott, B. F. (2017). Motivation, satisfaction, and retention of sport management student volunteers. *Journal of Applied Sport Management*, 9(1), 30-50.
- Kim, E., Fredline, L., & Cuskelly, G. (2018). Heterogeneity of sport event volunteer motivations: A segmentation approach. *Tourism Management*, 68, 375-386.
- Kim, S., Hong, S. I., & Andrew, D. P. (2013). Sustainable volunteerism at a major international sporting event: The impact of perceived event prestige. *Journal of Applied Sport Management*, 5(4), 49-72.
- Lemos, S. L., Neto, F. S. A., & Cavalcante, C. E. (2016). O voluntariado eventual em competições esportivas. *Gestão e Sociedade*, 10(27).
- Ma, X., & Draper, J. (2017). Motivation and satisfaction of marathon volunteers: How important is volunteers' level of running experience? *Journal of Convention & Event Tourism*, 18(1), 41-59.
- McDougle, L. M., Greenspan, I., & Handy, F. (2011). Generation green: Understanding the motivations and mechanisms influencing young adults' environmental volunteering. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 16(4), 325-341.
- Morrow-Howell, N., Hong, S.-I., & Tang, F. (2009). Who benefits from volunteering? Variations in perceived benefits. *The Gerontologist*, 49(1), 91-102.
- Mykletun, R. J., & Himanen, K. (2016). Volunteers at biking race events: Antecedents of commitment and intention to remain volunteering at future events. *Sport, Business and Management: An International Journal*, 6(3), 246-273.
- O'Boyle, I. (2017). Sport Governance. In T. Bradbury & I. O'Boyle (Eds.), *Understanding sport management: International perspectives* (pp. 145-158). Routledge.
- Oliveira, J. S. A., Bavaresco, G., & Carvalho, M. J. (2019). Corrida de São João de Braga: Qualidade de serviços e intenções de recomendação dos participantes. *Motrivivência*, 31(60), 01-22.
- Pierce, D., Johnson, J., Felver, N., Wanless, E., & Judge, L. (2014). Influence of Volunteer Motivations on Satisfaction for Undergraduate Sport Management Students. *Global Sport Business Journal*, 2(2), 63-72.
- Rocha, C. M., & Bastos, F. C. (2011). Gestão do esporte: Definindo a área. *Revista Brasileira de Educação Física e Esporte*, 25, 91-103.

- Rust, R. T., Lemon, K. N., & Zeithaml, V. A. (2004). Return on marketing: Using customer equity to focus marketing strategy. *Journal of Marketing*, 68(1), 109-127.
- VanSickle, J. L., Pierce, D. A., & Diacin, M. (2015). Volunteer motivations at the 2012 Super Bowl. *International Journal of Event and Festival Management*, 6(3), 166-181.
- Wicker, P. (2017). Volunteerism and volunteer management in sport. *Sport Management Review*, 20(4), 325-337.
- Wilson, J. (2000). Volunteering. *Annual Review of Sociology*, 26(1), 215-240.
- Yong, J. K., James, Z., Kevin, C., & Donna, P. (2011). Assessment of event quality in major spectator sports. *Managing Service Quality: An International Journal*, 21(3), 304-322.
- Yoshida, M., James, J. D., & Cronin Jr, J. J. (2013). Value creation: Assessing the relationships between quality, consumption value and behavioural intentions at sporting events. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 14(2), 51-73.

*Recebido em: Junho, 2024*

*Aprovado em: Julho, 2024*

---

A **Revista de Gestão e Negócios do Esporte** utiliza o [Open Journal Systems](#) (versão 3.3.0.9), sistema open source, preservando assim, a integridade dos artigos em ambiente de acesso aberto.

---