

# MARKETING SOCIAL E GESTÃO DE VOLUNTÁRIOS EM ONG'S

Marisa R. Ferreira

Estudante de Doutoramento, Faculdade de Economia, Universidade do Porto  
Professora Adjunta, Escola Superior de Tecnologia Gestão de Felgueiras  
Instituto Politécnico do Porto - Casa do Curral, 4610 – 156 Felgueiras  
[mferreira@estgf.ipp.pt](mailto:mferreira@estgf.ipp.pt)

João F. Proença

Professor Associado, Faculdade de Economia, Universidade do Porto  
Rua Dr. Roberto Frias, s/n, 4200-464 Porto  
[jproenca@fep.up.pt](mailto:jproenca@fep.up.pt)

Teresa Proença

Professora Auxiliar, Faculdade de Economia, Universidade do Porto  
Rua Dr. Roberto Frias, s/n, 4200-464 Porto  
[tproenca@fep.up.pt](mailto:tproenca@fep.up.pt)

## Resumo

Este trabalho apresenta um projecto de investigação que relaciona a área do marketing social com a gestão do voluntariado em ONG's. Trata-se de uma primeira reflexão que contextualiza a problemática da gestão de pessoas não remuneradas nessas organizações e introduz diversas questões sobre a gestão das ONG's e do voluntariado. Nomeadamente, qual o papel do voluntariado nas ONG's e quais as principais motivações associadas ao voluntariado? Como é que as ONG's podem recrutar e seduzir de forma eficaz o voluntariado? Qual a particularidade do comportamento organizacional nestas organizações, como, por exemplo, que conflitos surgem entre os corpos profissionalizados e os voluntários nessas organizações?

Palavras-chave: marketing social, voluntariado, ONG's.

## Abstract

This paper presents a research project which relates the social marketing domain with NGOs voluntary management. It is a preliminary reflection which contextualizes the problem of management of not paid people in NGOs. The research introduces several questions related to NGOs management and voluntary work. More specifically what role does voluntary work play in NGOs and what are its main motives? How can NGOs attract and maintain the voluntary workers? What are the particularities of the organizational behavior in such organizations, for example, what type of conflicts arise between professional and voluntary work in NGOs?

Key words: social marketing, voluntary work, NGOs.