

Área Temática: Filosofia, Cristianismo Administração e Gestão

OS PRINCÍPIOS RELIGIOSOS DO VOLUNTARIADO COMO GERADOR DE SATISFAÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS

Prof. Dr. Roberto Gardesani - Universidade Presbiteriana Mackenzie

Prof. Dr. Francisco Américo Cassano - Universidade Presbiteriana Mackenzie

Prof. Ms. Nelson Marinho Benseny - Universidade Presbiteriana Mackenzie

Assistente de Pesquisa Camila de Oliveira Andrade - Voluntária

Resumo

O estudo da satisfação no trabalho tem se tornado relevante para as organizações, já que muitas empresas passaram a identificar tal variável como diferencial estratégico. O estudo tem como objetivo descrever a influência dos valores religiosos, caracterizados pelo trabalho voluntário, sobre a satisfação dos funcionários. Através de revisão bibliográfica, reuniu-se literatura capaz de caracterizar o voluntariado como uma ação de caráter religioso inspirado na filosofia cristã, e, simultaneamente, analisar a sua influência na satisfação dos funcionários. Como resultado do estudo, identificou-se que a participação em projetos voluntários sugere uma alteração significativa na satisfação dos mesmos e mostra que freqüentemente os valores e comportamentos típicos dos funcionários predominam no comportamento organizacional.

Palavras-chave: Voluntariado; Satisfação; Valores Religiosos

Abstract

The study of the satisfaction in the work if it has become excellent for the organizations, since many companies had started to identify such strategically variable as distinguishing. The study it has as objective to describe the influence of the religious values, characterized for the voluntary work, on the satisfaction of the employees. Through bibliographical revision, literature was congregated capable to characterize the volunteers collectively one as an action of religious character inspired in the Christian philosophy, and, simultaneously, to analyze its influence in the satisfaction of the employees. As result of the study, it was identified that the participation in voluntary

projects suggests a significant alteration in the satisfaction of same and the sample that frequently the values and typical behaviors of the employees predominate in the organizational behavior.

Keywords: Volunteers collectively; Satisfaction; Religious values

Introdução

Com as empresas exigindo metas cada vez mais audaciosas e desafiadoras em relação às questões de qualidade e produtividade no trabalho, aspectos que possam influenciar e auxiliar os funcionários e colaboradores neste sentido passam a ser questões relevantes na Gestão de Pessoas e Equipes.

No Brasil a competitividade empresarial pode ser focada nas ações empresariais que atendam ao mesmo tempo, os problemas sociais e as necessidades empresariais.

Pesquisas recentes feitas na região sudeste do país, pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) na região sudeste do país, demonstra que uma grande quantidade de empresas desta região, realiza atividades sociais por motivos humanitários e estas, têm como principais resultados percebidos, a satisfação pessoal dos participantes e as melhorias nas condições de vida da comunidade.

No âmbito mundial, países desenvolvidos têm a clareza desse novo momento. A legislação francesa, por exemplo, obriga a publicação de 'Balanço Social' das empresas há mais de 25 anos, mostrando a relevância da prestação de conta social para a sociedade e exaltando aquelas empresas que exercem sua responsabilidade social. Essa preocupação com o aspecto social no mundo pode ser visualizada através do próprio engajamento das Nações Unidas neste tema, a qual reconhece a indispensável ajuda dos voluntários para enfrentar desastres e calamidades, pobreza, subdesenvolvimento, e que promoveu o Ano Internacional do Voluntariado em 2001 (VOLUNTÁRIO, 2004).

Portanto, uma empresa alinhada aos fatores morais e éticos contidos nas práticas religiosas, promove seu crescimento econômico por meio de sua atuação social e com o envolvimento dos funcionários, obtém ganhos de imagem institucional, melhoria do clima organizacional via aumento da satisfação pessoal.

Uma empresa que zela pela qualidade de vida, angaria o carinho e o respeito de seus trabalhadores e ganha uma eficiente ferramenta voltada para a retenção de talentos, reduzindo a rotatividade e elevando a produtividade afirma Lima Filho apud BOURDON (2002).

O autor também menciona que o incentivo dos funcionários na participação em projetos sociais como voluntários está se transformando em um diferencial para as empresas, gerando satisfação pessoal e motivação no trabalho, que são motivos mais do que suficientes para que a empresa invista em responsabilidade social.

O *website* do Centro Acadêmico de Administração Universidade Federal do Piauí – CAADIVFPI (2004) divulgou através de uma pesquisa realizada pela IBM que existe uma conexão entre o moral dos funcionários, satisfação no trabalho e lealdade para com a empresa e, o trabalho voluntário. Na pesquisa, cerca de 75% dos entrevistados afirmaram, que uma organização que pratica responsabilidade social, por meio de um Programa de Trabalho Voluntário Empresarial (PTVE) atrai e mantém os melhores profissionais.

Pelo que foi exposto, verificar a existência de relação entre as prática religiosas do trabalho voluntário e a satisfação dos funcionários define o objetivo principal deste estudo. Tal objetivo teve como base a análise da bibliografia disponível e acessível sobre o assunto.

Como roteiro, primeiramente levantou-se informações sobre conceitos introdutórios das práticas religiosas que mostram aderência ao trabalho voluntário e por fim, procurou-se perceber, como tais variáveis podem influenciar na satisfação dos funcionários a ponto de gerar aumento na produtividade.

1. Fundamentação Teórica

O tema voluntariado vem ganhando importância na concepção de toda a sociedade, passando a ser o foco das atenções de várias empresas. Para o melhor entendimento do tema proposto, fez-se necessário, inicialmente, uma breve explicação do surgimento da responsabilidade social, seu conceito, classificação, características, uma vez que o voluntariado faz parte da mesma proposta.

Já em relação à satisfação, visando descrever a importância da satisfação para as organizações, buscou-se primeiramente o entendimento do conceito de Comportamento Organizacional, sendo a satisfação, juntamente com outros componentes, um dos fatores que o influenciam.

1.1 Práticas Religiosas e o Trabalho Voluntário

O mundo religioso leva ao enriquecimento da esfera social com a contribuição da esfera religiosa, mas esta é realizável a partir de num primeiro momento, no nível

individual, com a ênfase na *solidariedade*, onde ocorre o chamado para a ação a partir do desejo genuíno de “agir sobre as estruturas” e poder transformar aquelas situações que levam à desigualdade e à exclusão; num segundo momento - momento de abertura para a esfera social, quando passa a ser crucial a vivência de uma fé relacional e; no terceiro, acontece na própria esfera social, pois essa inserção na história, no mundo secularizado, também implica necessariamente a convivência com uma *pluralidade* de visões de mundo, convivência esta impensada até então e que significa interação na esfera social.

É um caminho seguro para a participação e representa a solidariedade, transcendência e pluralismo passam a ser idéias-chave nesse processo. PAIVA (1999)

Gibson et al (1981) afirma que os valores são definidos como a constelação de preferências, aversões, pontos de vistas, deveres, inclinações internas, julgamentos racionais e irracionais, preconceitos e padrões de associação que determinam a visão do mundo de uma pessoa. Foram definidos 6 tipos de orientação para valores, sendo eles: a descoberta da verdade, do saber; a busca da utilidade, praticidade; os aspectos artísticos; a valorização das pessoas e seus sentimentos; a busca pelo poder, competição; e a orientação mística, religiosa.

Para Daft (1980), antecedentes familiares e valores espirituais fornecem princípios para os gerentes dirigirem os negócios. O desenvolvimento moral viria em forma de estágios que refletiriam em decisões de comportamento para auferir recompensas ou evitar castigos. As pessoas entenderiam como um nível aceitável de desenvolvimento moral, quando alcançassem o conjunto de padrões definidos e aceitos como um bom comportamento por colegas e sociedade.

Para Queiruga (1995), na percepção dos grupos muitos grupos religiosos, os reflexos do “dando e recebendo, impacta no crescimento individual e no sentimento da maior união com os outros.

Para Corullón (2004) os motivos que mobilizam as pessoas ao trabalho voluntário podem derivar de caráter religioso, ou seja, a prática do bem salva a alma; ou social e política, a prática de tais valores zelará pela manutenção da ordem social e pelo progresso do homem.

Cada vez mais pessoas vivenciam por meio do voluntariado, que há mais prazer em dar do que em receber, que no âmbito de ser, e que este não é um luxo, um hobby, uma moda ou um simples ‘necessito sentir-me bem. PIDGEON (1998)

Atualmente, as empresas estão inseridas em um mundo globalizado, cada vez

mais instável. Por este motivo, elas estão mudando seu papel e começam a se preocupar com questões que não existiam antes, como, por exemplo, a responsabilidade social praticando a cidadania empresarial.

O trabalho voluntário pode variar de um apoio informal fora do horário de trabalho à programas formais da empresa, onde o voluntário utiliza horas de seu trabalho para se dedicar em alguma atividade. GARAY (2001).

O programa formal de voluntariado empresarial pode ser definido segundo Fisher & Falconer (2001) como “qualquer forma de apoio formal ou organizado de uma empresa a empregados ou aposentados que desejam servir, voluntariamente, uma comunidade, com seu tempo e habilidades”. Isto significa que o funcionário deve trabalhar sem remuneração em um programa estruturado para beneficiar estranhos.

Mas, há também, outras formas de voluntariado, porém menos puros que os primeiros. O *Copyright National Journal Group* (PROQUEST:1998) também considera voluntários aqueles indivíduos que são estudantes voluntários como uma condição de graduação, ou aqueles recebem menos do que sua remuneração real e, aqueles que trabalham para família e amigos.

De acordo com Fisher & Falconer (2001) “há muitas formas de estimular o voluntariado, além de dispensar o funcionário no horário de trabalho”. A forma mais observada segundo os autores é a ajuda da empresa nos projetos que os funcionários atuam como voluntários, seguida do “estímulo ao envolvimento de funcionários em projetos sociais da empresa e a coordenação da criação de grupos de voluntários”.

Por força da Lei, o serviço voluntário é a “atividade não remunerada, prestada por pessoa física a entidades públicas de qualquer natureza ou a instituições privadas sem fins lucrativos que tenham objetivos cívicos, culturais, educacionais, científicos, recreativos ou de assistência social”. No quesito natureza jurídica do serviço voluntário, estabelece que “o serviço voluntário não gera vínculo empregatício nem obrigação de natureza trabalhista, previdenciária ou afim”.

Corullón (2004), realizou um estudo pelos Direitos da Criança, e define voluntário como um ator social e agente de transformação, que presta serviços não remunerados em benefício da comunidade, doando parte de seu tempo e conhecimentos para realizar um trabalho gerado pela energia do seu impulso solidário, atendendo as necessidades dos próximos, quanto aos imperativos de uma causa, e as suas próprias motivações pessoais, sejam de caráter religioso, cultural, filosófico, político e emocional.

Para a ONU - Organização das Nações Unidas (2004) conceitua o voluntário como sendo parte de quase todas as civilizações e sociedades. O serviço voluntário é definido como trabalho sem remuneração, sem benefício e sem perspectiva de carreira que os indivíduos realizam para o bem estar da sua vizinhança e comunidade. Pode tomar forma de costume tradicional de ajuda mútua para respostas comunitárias em tempos de crise, e esforço para ajudar as soluções de conflitos e erradicação da pobreza, além do bem estar e progresso dos países industrializados e em desenvolvimento.

1.1.1 Trabalho Voluntário nas Empresas

Os programas de voluntariado nas organizações estão ajudando a construir uma força de trabalho de qualidade, além de prover benefícios nas relações entre público e comunidade. PIDGEON (1998)

O motivo que leva as empresas a incentivar o voluntariado dentro das organizações sociais, é que hoje em dia, as entidades sociais necessitam muito mais de outros recursos do que exclusivamente dinheiro, e o voluntariado é o recurso que toda empresa pode oferecer LINS (2000). Além do mais, “as ações de voluntariado aproximam o ser humano, abrem caminho para reduzir as desigualdades sociais e permitem alcançar o desenvolvimento social”, onde as ações voluntárias nas indústrias unem as equipes e mostra que para fazer o bem à comunidade não é preciso tirar dinheiro do bolso. RISSONI (2004)

Segundo Vilhena (2002), os projetos sociais que são baseados no voluntariado apresentam resultados mais positivos, ou seja, a empresa que aposta na colaboração dos funcionários e incentiva-os a doar parte de seu tempo e de suas habilidades para o bem estar da comunidade apresenta um diferencial para o mundo corporativo.

O programa de voluntários na empresa ajuda a atrair e manter as pessoas de quem precisa, a construir habilidades e atitudes que fortalecem o comprometimento com a organização, fortalece a lealdade à empresa, incentiva a criatividade, a confiança, a persistência e o trabalho em grupo e aumenta a satisfação no trabalho. PORTAL VOLUNTÁRIO (2004).

1.1.2 Trabalho Voluntário e Funcionários

Além do significado de voluntariado, é necessário entender os fatores mais relevantes pelos quais a empresa e os voluntários participam de tais projetos.

A prática do voluntariado tem aumentado bastante no Brasil, apresentando uma

das maiores porcentagens no número de voluntários entre os países em desenvolvimento, saltando de 1.041 em 1988, para aproximadamente 4.000 em 1998, segundo pesquisa realizada pelo Instituto de Estudos Religiosos do Rio de Janeiro, divulgada pelo *Washington Post* apud *Copyright Hoke Communications* (PROQUEST, 2001). De acordo com estudiosos a razão deste aumento foi a falta de habilidade no Brasil com o setor público, apresentando graves problemas sociais e pobreza.

Outros fatores podem ser considerados essenciais para fazer com que um trabalhador se torne voluntário, tais como solidariedade, cidadania, desejo de ser útil e importante. Além disso, ele possui um desejo e motivação em ter um compromisso de ajudar a comunidade e buscar uma satisfação pessoal. GARAY (2001).

Pidgeon (1998), relaciona alguns pontos que podem ser alcançados pelo funcionário ao se tornar voluntário: aumento da qualidade de vida, tornar-se criativo e experiência de trabalhar com diversos grupos de indivíduos. Afirma também que estes benefícios podem ajudar o indivíduo tanto pessoalmente e profissionalmente e, que por trazer uma realização pessoal, acaba por ajudar qualquer um que esteja ao seu redor (família, amigos, etc). O voluntariado tem um retorno de valor que pode ter um efeito na performance do trabalho individual.

Dohme (2001), acredita que os itens que levam as pessoas a realizarem o trabalho voluntário são: “fazer a diferença”, ou seja, fazer algo significativo, através de uma definição clara que lhe dará a sensação de realização; “usar habilidades”, em outras palavras, às vezes o voluntário está capacitado ou gosta de determinada atividade, mas não tem onde realizá-la; “satisfação em fazer parte de um grupo”, nos quais as pessoas que dele fazem parte, possuem valores semelhantes e por fim, “identificação pessoal com a causa”, seja por ter se identificado por problemas que tiveram consigo ou com um parente próximo.

1.2 Satisfação dos funcionários

Atualmente, a importância das questões comportamentais dentro das organizações está ganhando mais atenção, procurando entender o comportamento humano em toda a sua complexidade. E, nessa conjectura, o Comportamento Organizacional “investiga o impacto que indivíduos, grupos e estruturas têm sobre o comportamento dentro das organizações com o propósito de aplicar este conhecimento em prol do aprimoramento da eficácia de uma organização” ROBBINS (1998).

Para George & Jones (2002) o Comportamento Organizacional é “o estudo dos

fatores que têm um impacto em como os indivíduos e grupos reagem a um ato dentro das organizações e como estas administram seus ambientes”.

É possível afirmar que o Comportamento Organizacional, juntamente com todas as suas variáveis, são ferramentas que permitem verificar como o ambiente afeta o desempenho dos seus funcionários.

A satisfação pode ser explicada sob dois pontos de vista: o primeiro é o enfoque do cliente, e o segundo é dos funcionários com seu trabalho. A satisfação tem a sua relevância inserida “na crença de que empregados satisfeitos são mais produtivos do que empregados insatisfeitos”, e foi abordada com mais detalhes por ser um dos principais focos deste projeto. O segundo enfoque de satisfação é em relação ao trabalho, que pode ser definida segundo Robbins (2002), como a atitude geral de uma pessoa em relação ao trabalho que realiza, trabalho este que vai muito além das atividades óbvias, como organizar papéis ou atender clientes. O trabalho requer a convivência com colegas e superiores, a obediência a regras e políticas organizacionais, o alcance de padrões de desempenho e a aceitação de condições de trabalho geralmente abaixo do ideal, entre outras coisas.

Geralmente, a satisfação dos funcionários em relação ao seu trabalho costuma centrar-se em seus efeitos sobre o desempenho dos mesmos, além de dizer respeito “aos sentimentos e crenças que as pessoas tem sobre seus atuais empregos” GEORGE & JONES (2002) e ROBBINS (2002).

A “satisfação no trabalho é um sentimento agradável que resulta da percepção de que nosso trabalho realiza ou permite a realização de valores importantes relativos ao próprio trabalho”. São apontados três componentes de suma importância na definição da satisfação no trabalho: os valores, a importância dos valores e a percepção. A primeira é definida como “exigências subjetivas existentes na mente das pessoas”; a segunda é “a importância que as pessoas atribuem a esses valores, e essas diferenças são cruciais na determinação de seu grau de satisfação no trabalho”; e, finalmente, a terceira, segundo a qual “a satisfação está baseada em nossa percepção da situação atual em relação aos nossos valores”. WAGNER & HOLLENBECK (2002)

Com isso, é possível afirmar que a satisfação é a forma como os empregados se sentem em relação ao ambiente no qual trabalham, e que este sentimento irá influenciar nas outras variáveis, como será apresentado a seguir.

1.2.1 Satisfação e Variáveis do Comportamento Organizacional

A satisfação no trabalho pode ser relacionada às outras variáveis do comportamento organizacional, tais como: produtividade, absenteísmo e rotatividade.

Em relação à produtividade, pode-se notar que as empresas que possuem funcionários satisfeitos têm uma maior produtividade do que as que não possuem. ROBBINS (2002).

Já Davis & Newstrom (1992) afirmam que “empregados satisfeitos, na realidade, podem apresentar alto, médio ou baixo desempenho”, já que eles podem continuar “apresentando o padrão de desempenho que anteriormente trouxe a eles satisfação”; além disso, também dizem que, a relação existente é a de que o melhor desempenho do funcionário (maior produtividade) traz recompensas para ele, o que gera satisfação.

Os conceitos de satisfação e motivação não devem ser confundidos, ou até mesmo definidos erroneamente. É um mito considerar que a satisfação é um determinante da motivação e do desempenho. O que existe, na realidade é a satisfação antecipada, que leva à motivação, ou seja, é “a possibilidade de ter satisfação no futuro com a obtenção da recompensa”. LAWLER apud REIS NETO & MARQUES (2003).

A satisfação para Reis Neto & Marques (2003), é o resultado das recompensas que o indivíduo recebe e valoriza, ou seja, é determinada pelo nível de recompensa individual.

Para se ter um resultado positivo no desempenho (motivação) não basta somente aumentar a satisfação. O que motiva o funcionário é sua expectativa de recebimento da recompensa e satisfação e não o estar satisfeito.

1.2.2 Teorias de Satisfação no Trabalho

A seguir serão apresentadas algumas teorias de satisfação no trabalho, onde “a maioria das teorias apresentadas parte do pressuposto de que a satisfação no trabalho depende do grau em que coincide o que um indivíduo procura no seu trabalho com o que realmente retira dele”. TAMAYO (2000)

A primeira teoria citada por Salancik & Pfeffer apud Tamayo (2000), é a do Modelo do Processamento da Informação Social, onde:

“os empregados formam as suas atitudes e a sua satisfação ou insatisfação no trabalho a partir da informação” sobre valores, crenças e interesses disponíveis no seu contexto de trabalho que “determina as atitudes, o comportamento e a própria satisfação

do empregado”

A segunda teoria é sobre o Modelo Dinâmico da Satisfação no Trabalho, que “considera os valores do empregado como um dos determinantes da satisfação”, sustentando-se:

“em três variáveis básicas que determinam a qualidade e a quantidade da satisfação no trabalho: as diferenças entre o valor real da situação de trabalho e o valor nominal da pessoa; as mudanças no nível de aspirações; os comportamentos emitidos para enfrentar os problemas. BRUGGEMAN et al apud TAMAYO (, 2000).

Com isso, os autores citados anteriormente, dividem a satisfação no trabalho em seis formas:

- Satisfação progressiva que consiste no maior nível de aspirações dos empregados, que provoca e procura aumentar o seu nível de satisfação;
- Satisfação estabilizada, onde “o empregado sente-se satisfeito e mantém estável o seu nível de aspirações”;
- Satisfação resignada é resultante de um processo onde o empregado se sente relativamente insatisfeito, reduzindo o seu nível de aspirações fazendo com que seja compatível com as condições de trabalho;
- Insatisfação construtiva, onde o empregado insatisfeito se esforça para manter o nível de aspirações estável, aumentar o nível de resistência à tolerância, e tentar transformar as condições de trabalho;
- Insatisfação fixa, onde o empregado se sente insatisfeito, não reduzindo o nível de aspirações e nem tenta transformar a situação de trabalho;
- Pseudo-satisfação que “expressa uma situação de desamparo”, onde “o empregado está insatisfeito, sente-se frustrado, mas considera os problemas como insolúveis”, ou seja, é uma “negação das condições negativas de trabalho realizada por meio de uma distorção perceptiva”.

Uma outra teoria, denominada Teoria da discrepância, elaborada por Locke apud Tamayo (2000) tem como ponto central de que a “satisfação no trabalho ser função dos valores importantes para o empregado que podem ser obtidos por meio do trabalho”, ou seja, “a satisfação no trabalho resulta na percepção de que o cargo, ou a função, exercido pelo empregado permite a satisfação de valores importantes para ele”. E para

McFarlim & Rice apud Tamayo (2000), “existem dois determinantes críticos da satisfação no trabalho: o grau de importância que o empregado atribuído a cada aspecto do trabalho e a discrepância entre as características reais do seu trabalho e as características desejadas”.

2. Procedimentos Metodológicos

Este estudo se caracteriza como um ensaio teórico de cunho exploratório onde, optou-se pelo tratamento dos dados feito pela Análise de Conteúdo com a abordagem qualitativa, por meio de seu significado e não de suas quantidades, tendo em vista principalmente a natureza dos conteúdos de objeto da pesquisa como da maior facilidade de tradução de seus elementos através de seu significado.

2.1. Problema de pesquisa

O problema de pesquisa, segundo Lakatos e Marconi (2005) e ainda Cervo e Bervian (2004), que se procura responder neste trabalho é caracterizado da seguinte forma: A prática dos princípios religiosos do trabalho voluntário influencia a satisfação dos funcionários ?

Assim sendo, teve como proposta, verificar a ocorrência e a natureza das reações do fenômeno observado que possam orientar estudos confirmatórios posteriores.

2.2. Objetivos

Para Lakatos e Marconi (2005), toda pesquisa deve ter um objetivo determinado para saber o que se vai procurar e o que se pretende alcançar. O objetivo torna explícito o problema, aumentando os conhecimentos sobre determinados assuntos.

Cervo e Bervian (2004) consideram que os objetivos gerais procuram determinar, com clareza e objetividade, o propósito do pesquisador com a realização do estudo, enquanto que os objetivos específicos procuram aprofundar as intenções expressas no objetivo geral.

O objetivo deste estudo, portanto, é o de identificar a existência de influências na satisfação dos funcionários, diante da participação em projetos sociais.

2.3. Coleta e Tratamento de Dados

Foi feita uma leitura das bibliografias com o intuito de identificar as unidades de registro. Em seguida, os dados colhidos foram tratados por meio do método de “Análise

de Conteúdo”, onde essas unidades foram classificadas em categorias relacionadas aos objetivos específicos. Logo após, na fase de exploração do material, os dados foram codificados para condensar as informações fornecidas pela análise e, então, foram propostas interpretações relacionadas aos objetivos previstos conforme, Bardin(1977).

3. Considerações Finais

Conforme pode ser observado neste estudo, atualmente, as ações que contribuem para o desenvolvimento social são causas abraçadas pelas mais diversas camadas da sociedade, tanto no que diz respeito às pessoas na sua individualidade, quanto pelas empresas que, procuram contribuir para o crescimento da sociedade através dos meios que eles possuem.

Mediante o estudo foi possível levantar evidências de que a participação voluntária influencia a satisfação do funcionário com seu trabalho.

Também percebeu-se que o voluntariado é uma atividade que estimula a cidadania dos participantes e no que concerne à satisfação, notou-se que esta é estimulada por uma emoção, ou sentimento, despertado com muita frequência, já que a ação voluntária envolve práticas altruístas por parte dos indivíduos que a fazem, proporcionando aos envolvidos, o aumento sensível na satisfação dos funcionários, além de fortalecer o comprometimento com a organização e o aumento da produtividade no trabalho.

Os anseios das pessoas segundo as obras pesquisadas, parecem revelar que o trabalho voluntário é a parte da consciência humana intimamente ligada às práticas religiosas de atender ao próximo, sobretudo, os que são menos desprovidos.

Apesar das limitações de um ensaio teórico, foram percebidas evidências mesmo que subjetivamente, que o problema de pesquisa foi respondido e sugere-se portanto para futuros estudos, a aplicação de uma pesquisa quantitativa em empresas, para confirmação dos resultados alcançados.

Bibliografia

BARDIN, Laurence (1977). **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70.

BOURDON, André. Social S.A. – Credibilidade que dá Lucro. **Revista Conjuntura Econômica**. São Paulo: FGV, v. 56, n. 02, p. 31-35, fev. 2002.

CENTRO Acadêmico de Administração Universidade Federal do Piauí (CAADIVFPI).

Disponível em: <<http://members.fortunecity.com/adm6/Revista.htm>>. Acesso em: 20 set. 2004.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia científica**. 5ª ed. São Paulo: Prentice-Hall, 2004.

COPYRIGHT National Journal Group. *Why People Give Their Time*. Washington, fev. 1998, v. 30, n. 02, p. 59. **Government Executive**. Disponível em: <http://gateway.proquest.com/openurl?url_ver=Z39.8820048res_dat=xri:pqd&rft_val_fmt=info:ofi/fmt:kev:mtx:journal&genre=article&rft_datxri:pqd:did=000000026161767&svc_dat=xri:pqdil:fmt=txt>. PROQUEST - Acesso em: 25 set. 2004.

CORULLÓN, Mônica. **O que é Voluntariado?**. Disponível em: <http://www.voluntarios.com.br/oque_e_voluntariado.htm>. Acesso em: 03 abr. 2004.

DAFT, Richard L. e BRADSHAW, Patricia J. **The process of horizontal differentiation: two models**. *Administrative Science Quarterly*, 1980.

DAVIS, Keith; NEWSTROM, John W. **Comportamento Humano no Trabalho**. 1 ed. Vol. 1, São Paulo: Pioneira, 1992.

DOHME, Vânia. **Voluntariado: Equipes Produtivas – Como Liderar ou Fazer Parte de uma Delas**. São Paulo: Mackenzie, 2001.

FISHER, Rosa Maria; FALCONER, Andres Pablo. Voluntariado Empresarial – Estratégias de Empresas no Brasil. **RA USP – Revista de Administração**. São Paulo: v. 36, n. 03, p. 15 - 27, jul./set. 2001.

GARAY, Ângela Beatriz Burato Scheffer. Programa de Voluntariado Empresarial: Modismo ou Elemento estratégico para as Organizações?. **RA USP – Revista de Administração**. São Paulo: v. 36, n. 03, p. 06 - 14, jul./set. 2001.

GEORGE, Jennifer & JONES, Gareth. **Understanding and Managing Organizational Behavior**. 3º ed.. New Jersey: Prentice Hall, 2002.

GIBSON et al. **Organizações: comportamento, estrutura, processos**. São Paulo: Atlas, 1981

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA (IPEA) – **Pesquisa de Ação Social das Empresas**. Disponível em: <www.ipea.gov.br/acaosocial/article1603.html>. Acesso em: 05 Set 2008.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2005.

LINS, José Pedro. Programas de Voluntários Incentivados e Desenvolvidos por Empresas. **Revista Senac**, São Paulo, p. 75 - 78, jul 1999 – jul. 2000.

ORGANIZAÇÃO das Nações Unidas. Disponível em: <<http://www.un.org>>. Acesso em: 31 mar. 2004.

PAIVA, Angela Randolpho. **Valores religiosos na construção da cidadania: estudo comparativo**. Brasil- Estados Unidos. Tese apresentada ao Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro. www.iuperj.br/biblioteca/teses 10 Set 2008

PIDGEON, Walter P.. *The Universal Benefits of Volunteering*. 3 ed.. New York: John Wiley & Sons, Inc., 1998.

QUEIRUGA, T. A. **A revelação de Deus na realização humana**. São Paulo: Paulus, 1995; Idem. **Do terror de Isaac ao Abbá de Jesus**. São Paulo: Paulinas, 2001.

REIS NETO, Mário Teixeira; MARQUES, Antônio Luiz. A Satisfação dos Profissionais de Informática com os Fatores Motivacionais: Um Estudo sobre Expectativas e Percepções. **Revista de Negócios – Publicação Trimestral do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da FURB**. São Paulo, vol. 08, n. 04, p. 239 – 250, out./dez. 2003.

RISSONI, Renato. Uma Nova Onda. **Mogi News**, São Paulo, 29 de abril de 2004. Suplemento Especial, p. 02.

ROBBINS, Stephen. **Comportamento Organizacional**. 8. ed. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos Editora S.A., 1998.

_____. **Comportamento Organizacional**. 9. ed. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos Editora S.A., 1998.

TAMAYO, Álvaro. Prioridades Axiológicas e Satisfação no Trabalho. **RA USP - Revista de Administração**, São Paulo, v. 35, n. 02, p. 37 - 47, abr./jun. 2000.

VOLUNTÁRIO. Disponível em: <<http://www.voluntario.com.br>>. Acesso em: 04/09/04

WAGNER III, John & HOLLENBECK, John. **Comportamento Organizacional: Criando Vantagem Competitiva**. São Paulo: Saraiva, 2002.