

VALORES RELATIVOS AO TRABALHO: OS NORTEADORES DA ATUAÇÃO DE MEMBROS DE EMPREENDIMENTOS SOCIAIS

LETÍCIA LENGLER

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA (UFSM)
llenglerworld@yahoo.com

VÍVIAN FLORES COSTA

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA (UFSM)
vivianfc13@gmail.com

TAÍS DE ANDRADE

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA (UFSM)
tais0206@gmail.com

LISIANE PELLINI FALLER

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA (UFSM)
lisifaller@gmail.com

GABRIELLE LOUREIRO DE ÁVILA COSTA

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA (UFSM)
gabrielle.adm01@yahoo.com.br

VALORES RELATIVOS AO TRABALHO: OS NORTEADORES DA ATUAÇÃO DE MEMBROS DE EMPREENDIMENTOS SOCIAIS

Introdução

O empreendedorismo social tem emergido e impulsionado uma nova ótica de desenvolvimento (CRUZ, 2013), pautada na inovação, em vez da mera réplica de empreendimentos ou práticas existentes, e, principalmente, na criação de valor social, ao invés de riqueza pessoal e dos acionistas (AUSTIN, STEVENSON; WEI-SKILLERN, 2006). Neste campo, um dos focos de discussão refere-se as características distintas dos indivíduos que participam dessas iniciativas socialmente dirigidas (KROPP, YITSHAKI; SNYDER, 2017).

Conforme explicam Sobral e Gimba (2012), o sistema de valores de cada pessoa está presente em distintos aspectos de sua vida, revelando-se nas suas escolhas e na forma como dirige o seu relacionamento com outros indivíduos em sociedade. Especialmente, os valores do trabalho, foco desta pesquisa, assumem um papel significativo nos estudos organizacionais, pois são considerados um dos importantes orientadores do comportamento dos indivíduos no ambiente laboral (TAMAYO *et al.*, 2001; TEIXEIRA *et al.*, 2006).

O interesse pelo estudo dos valores relativos ao trabalho destes membros de empreendimentos sociais pode ser explicado pela função social do trabalho como fonte de renda e, principalmente, participação social (PORTO; TAMAYO, 2003), e também pelo papel privilegiado que tem no alcance das metas individuais, visto que as pessoas passam a maior parte do tempo no trabalho (PORTO; TAMAYO, 2008). Como salientam Porto e Tamayo (2008), a investigação dos valores relativos ao trabalho permite compreender os motivos que levam as pessoas a se envolver com o que trabalham.

Desta forma, partiu-se do seguinte questionamento: “Como os valores relativos ao trabalho contribuem com a atuação dos membros de empreendimentos sociais?” Para tanto, o presente estudo tem como objetivo analisar os valores relativos ao trabalho que norteiam a atuação de membros de empreendimentos sociais. Assim, delineou-se uma pesquisa de caráter descritivo e de natureza qualitativa, na qual participaram 24 membros de cinco diferentes empreendimentos sociais integrantes de uma incubadora social.

Por fim, ressalta-se que, além desta seção introdutória, o presente estudo contempla mais seis seções. Nas seções dois e três são apresentados pressupostos teóricos relacionados aos valores pessoais e valores relativos ao trabalho, bem como uma articulação que contempla, primeiramente, perspectivas conceituais acerca do tema empreendedorismo social e, em seguida, suas interações com os valores. Na seção quatro, são enfatizados os aspectos metodológicos relacionados à coleta e análise dos dados, para posteriormente (seção cinco) apresentar e analisar os resultados encontrados. Na última seção são detalhadas as considerações acerca do estudo realizado, limitações e sugestões para pesquisas futuras.

2 Valores pessoais e valores relativos ao trabalho

Os valores pessoais têm sido foco de diversos estudos nos vários ramos da ciência, tais como a Psicologia, Sociologia, Filosofia, Administração e Antropologia, objetivando a compreensão dos relacionamentos entre os indivíduos e diversos ambientes onde atuam (GOMES, 2009). As pesquisas realizadas por Schwartz, que sucederam Rokeach (1968), servem como referência para os pesquisadores no campo de valores, sendo os mesmos descritos como “coisas da mente que estão relacionadas com a visão que as pessoas têm de uma boa vida para eles mesmos e seus companheiros” (RESCHER, 1969).

Assim, Rokeach (1973) acrescenta que além de reforçar a autoimagem dos indivíduos, a natureza moral dos valores levam eles a funcionarem de acordo com os interesses da

sociedade. Tal visão é compartilhada por Schwartz e Blinsky (1987) que concluíram que os valores pessoais correspondem a representações cognitivas de três exigências humanas universais: necessidades biológicas do indivíduo, necessidades sociais de interação, necessidades sócio institucionais de sobrevivência e bem-estar dos grupos (SCHWARTZ; BILSKY, 1987; SCHWARTZ, 1992).

Com base nessas exigências, Schwartz (1992; 2006) desenvolveu uma tipologia, evidenciada na Figura 1, contendo dez tipos motivacionais de valores, organizados nas dimensões: (i) abertura à mudança, envolvendo os valores autodeterminação, estimulação e hedonismo; (ii) conservação, constituída pelos valores segurança, conformidade e tradição; (iii) autopromoção, envolvendo os valores poder, realização e hedonismo; e (iv) autotranscendência, abrangendo os valores universalismo e benevolência.

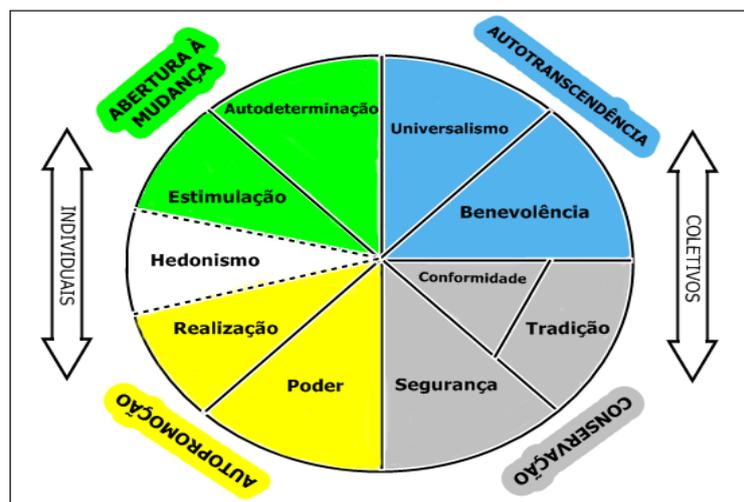


Figura 1 - Estrutura teórica da relação entre valores

Fonte: Adaptado de Schwartz (2006).

A estrutura das relações entre os tipos de valores motivacionais postulados pela teoria de Schwartz indica que quanto mais afastados os valores estiverem em qualquer uma das direções ao redor do círculo, mais desfavoráveis são suas motivações subjacentes, podendo gerar grande conflito se situadas em posição oposta. E quanto mais contíguo os valores estiverem, mais similares são suas motivações subjacentes (SCHWARTZ, 1992). Dentre os tipos motivacionais de Schwartz (1992), delineados na Figura 1, Melo e Domenico (2012) os definem da seguinte forma:

- **Autodeterminação:** caracterizado por pensamento e ação independente, criatividade, liberdade e escolha de objetivos próprios;
- **Estimulação:** metas consistem em novidade e desafio na vida;
- **Hedonismo:** representado pela procura do prazer ou gratificação sensual;
- **Realização:** sucesso pessoal mediante a demonstração de competência;
- **Poder:** status social e prestígio, controle ou domínio sobre pessoas e recursos;
- **Segurança:** harmonia e estabilidade da sociedade, dos relacionamentos e de si mesmo;
- **Conformidade:** obediência, restrição de ações, inclinações e impulsos que tendem a contrariar os outros e as normas sociais;
- **Tradição:** respeito, compromisso e aceitação dos costumes da sociedade;
- **Benevolência:** conservar e fortalecer o bem-estar de pessoas próximas;
- **Universalismo:** compreensão, agradecimento, tolerância e proteção do bem-estar de todas as pessoas, bem como da natureza.

Os estudos de Schwartz (1992) revelaram, ainda, que cinco tipos de valores motivacionais servem a interesses individuais e não têm preocupação com o bem-estar do outro e com a natureza (hedonismo, autodeterminação, poder, estimulação e realização), opondo-se a outros três tipos de valores motivacionais (benevolência, tradição e conformidade) que servem a interesses coletivos. Os tipos de valores motivacionais no limite entre esses, tais como universalismo e segurança, compõe elementos que servem tanto a interesses individuais quanto coletivos. Também, é importante colocar que o tipo de valor motivacional hedonismo está presente na abertura a mudança e na autopromoção, tomando parte em um dos polos de cada dimensão (SCHWARTZ, 2006).

Ainda, alguns autores dividem os tipos motivacionais em duas dimensões (OLIVEIRA; TAMAYO, 2004): a) **abertura à mudança** versus **conservação**: opõe valores que ressaltam pensamento e atuação interdependente (autodeterminação, estimulação e hedonismo) e valores que enfatizam a auto prescrição, a constância, a manutenção de práticas tradicionais (segurança, conformidade e tradição) sendo os primeiros favoráveis a mudanças; b) **autopromoção** versus **autocondescendência** contrasta valores relativos aos tipos de valores motivacionais, sendo que no primeiro pólo encontram-se (poder, realização e hedonismo) valores que tem relação com a busca de realização pessoal e domínio e, no polo da autocondescendência encontram-se (universalismo e benevolência) valores que ressaltam o bem-estar dos outros.

Cabe destacar que este entendimento acerca dos valores pessoais é importante visto que, como retomam Veiga e Parreira (2015), existe uma ideia de paralelismo entre a estrutura de valores pessoais e a de valores relativos ao trabalho, foco deste trabalho. Pois, conforme explicam Sagie, Elizur e Koslowsky (1996), cada aspecto da vida o indivíduo contempla uma estrutura de valores específica como, por exemplo, o trabalho.

Os valores do trabalho são definidos por Porto e Tamayo (2003) como princípios ou crenças sobre metas ou recompensas desejáveis, as quais os indivíduos buscam por meio do trabalho e que norteiam o seu comportamento, as suas avaliações sobre os resultados e a escolha de alternativas de trabalho. No Brasil, alguns estudos já foram concretizados no sentido de recomendar um modelo teórico para o estudo desse tipo de valores, como, por exemplo, o que possibilitou a construção da Escala de Valores Relativos ao Trabalho (EVT) (PORTO; TAMAYO, 2003) e o de Porto e Pilati (2010), que embasou o desenvolvimento do presente estudo, no qual apresentaram uma nova versão da EVT, a Escala Revisada de Valores Relativos ao Trabalho (EVT-R).

Na busca de uma maior aproximação com a Teoria de Valores de Schwartz (1992, 2005), Porto e Pilati (2010) consolidaram um modelo teórico integrador de valores do trabalho e, ao mesmo tempo, o que indicaram ser adequado ao contexto brasileiro. Propuseram, assim, uma escala composta pelas seis dimensões identificadas e caracterizadas no Quadro 1.

Dimensões da EVT-R	Caracterização
Autodeterminação e estimulação	associada ao pensamento e à ação independente, à novidade e ao desafio
Segurança	relacionada à estabilidade e à independência financeira
Conformidade	relativa ao compromisso e à aceitação de normas e de rotinas de trabalho
Universalismo e benevolência	referente à compreensão, à tolerância e à proteção do bem-estar dos outros
Realização	relacionada ao sucesso pessoal por meio de demonstração de competência de acordo com padrões sociais
Poder	associada ao status social e prestígio , ao controle ou ao domínio sobre outras pessoas e recursos.

Quadro 1 - Dimensões da Escala Revisada de Valores Relativos ao Trabalho (EVT-R)

Fonte: Porto e Pilati (2010).

Dessa forma, a literatura aponta que a EVT-R pode auxiliar pesquisas no sentido de ampliar a compreensão de como os valores do trabalho afetam as escolhas e comportamentos no trabalho. Além disso, permitindo uma avaliação mais completa para compreender os desejos dos trabalhadores e sugerir novas relações entre os valores e resultados no trabalho.

3 Empreendedorismo social: perspectivas conceituais e suas interações com os valores

Embora a linguagem do empreendedorismo social possa ser relativamente recente, o fenômeno em si possui já uma longa tradição que data dos séculos XVIII e XIX (INSTITUTO DE EMPREENDEDORISMO SOCIAL, 2017). Shaw e Carter (2007) resgatam que desde aquela época os filantrópicos e detentores de negócios, como Robert Owen, já demonstravam alguma preocupação com o bem-estar dos seus empregados ao iniciarem movimentos buscando melhorarem as suas vidas ao nível do trabalho, educação e cultura. Para Haugh (2007), o empreendedorismo social combina os benefícios do empreendedorismo com a resolução de objetivos sociais e ambientais e tem potencial para auxiliar os indivíduos economicamente e socialmente em todas as comunidades no mundo.

Ressalta-se que o empreendedorismo social é muito mais que filantropia ou caridade na medida em que promove uma solução duradoura, atraente e sustentável para os problemas sociais (NGA; SHAMUGANATHAN, 2010). Assim, observa-se que o empreendedorismo social tem uma maior probabilidade de ocorrer em contextos onde existem problemas socioeconômicos, ambientais e culturais significativos.

Dentre os exemplos mais conhecidos de empreendedores sociais Mair e Marti (2006) ressaltam: 1) Muhammad Yunus, que em 1976 criou o Grammen Bank para erradicar a pobreza e trazer *empowerment* às mulheres no Bangladesh; 2) Venkataswamy, que em 1976 estabeleceu diretrizes para o Aravind Eye Hospital disponibilizar serviços para prevenir a cegueira por meio de cirurgia de catarata com custo muito abaixo dos valores praticados no mercado; 3) Ibrahim Abouleish, que em 1977 iniciou a Sekem, uma empresa social responsável por desenvolver instituições escolares (escolas, universidades e centros de educação para adultos) e centros médicos, responsável por impactar na redução das consequências do uso de pesticida na produção de algodão do Egito. O elemento comum nesses três casos de empreendedorismo social reside na criatividade em relação à combinação de recursos (que geralmente são inexistentes) para impactar em um problema social existente de forma a alterá-lo positivamente (MAIR; MARTÍ, 2006).

No entanto, o empreendedorismo social também pode ocorrer em outros contextos (DACIN, DACIN; MATEAR, 2010), envolvendo empreendedores individuais que estabeleceram negócios sociais, como os exemplificados anteriormente. Para exemplificar, o interesse pelo contexto dos empreendedores de organizações privadas tradicionais, cita-se Bonfanti, Battisti e Pasqualino (2016) que consideraram as dimensões inovação, pró-atividade e gestão do risco, de Weerawardena e Mort (2006), para analisar seis indústrias italianas. Já no contexto dos empreendedores de organizações de natureza coletiva, têm-se como exemplo os coordenadores e membros de associações de hortigrangeiros ou de artesãos que foram objeto do estudo multi-casos de Godói-de-Souza *et al.* (2014). Ao se considerar os empreendedores que atuam na esfera pública e/ou no terceiro setor, utiliza-se para fins de exemplificação a pesquisa realizada por Souza, Xavier Filho e Sousa (2013), sobre o Programa Empreender, com base nas entrevistas do secretário de desenvolvimento econômico da prefeitura do município em questão, que foi responsável pelo programa e pela criação de uma fábrica de sabão ecológica. Ainda, para exemplificar a relevância dos empreendedores sociais no terceiro setor, Cohen e Peachey (2015) buscaram compreender as motivações, os impactos e o contexto que levou uma atleta engajar-se em uma iniciativa para o desenvolvimento do esporte com moradoras de rua, por meio do futebol.

Dentre as diferentes nomenclaturas, autores como Dees (2001) e Bornstein e Davis (2010) abordam o fato de que empreendedores sociais sempre existiram, mas eram reconhecidos com diferentes nomes. As características dos empreendedores sociais são diversas: são indivíduos visionários (LONDON; MORFOPOULOS, 2010), com habilidade para ver o mundo de uma forma diferente; eles são pessoas apaixonadas e proativas (ASHTON, 2010; DACIN, DACIN; MATEAR, 2010) que querem mudar e lutar por aquilo que eles realmente acreditam; eles tem um forte senso de justiça e ética (MAIR; MARTÍ, 2006; KICKUL; THOMAS, 2010); são persistentes (DEES, 2001; STEINEROWSKI, JACK; FARMER, 2008); inovadores (STEINEROWSKI, JACK; FARMER, 2008; LONDON; MORFOPOULOS, 2010) com capacidade de recrutar e motivar outros indivíduos para a sua causa a fim de construir redes de pessoas essenciais para alcançar seus objetivos (BORNSTEIN; DAVIS; 2010); e com forte capacidade de liderança (MAIR; MARTÍ, 2006).

Ao se considerar o que motiva os empreendedores sociais, percebe-se que o comportamento dos indivíduos pode sofrer influência do individualismo e do coletivismo, elencado nas variáveis das dimensões culturais de Hofstede (1991). O autor destacou a necessidade de se considerar que os indivíduos são fruto do capital social, ou seja, não se pode considerar apenas as questões intrínsecas do indivíduo, como características e traços de personalidade, pois os mesmos são influenciados pelas relações que estabelecem ao longo de suas vidas com a sociedade em que vivem, com a família, com a escola e com os amigos.

Nesse mesmo sentido, Godoy *et al.* (2014) propôs uma abordagem tridimensional para compreender que o empreendedor social é influenciado tanto pela dimensão individual, como também pela grupal e a ambiental. Dentre os fatores individuais que influenciam o empreendedor social os autores apontam as necessidades de realização, afiliação e poder discutidas no trabalho seminal de McClelland (1961), os valores como por exemplo autodeterminação, universalismo, benevolência, poder e realização advindos da tipologia de Schwartz (1992) e as competências como conhecimento, habilidade e atitude discutidas por Fleury e Fleury (2004).

Ao estudar os valores pessoais como catalisadores do empreendedorismo social, Hemingway (2005) com base em Schwartz e Blinsky (1987) e Rokeach (1979) propõem que os valores dominantes com foco no senso de coletivismo e responsabilidade com a sociedade - em oposição à orientação individualista, podem ser aplicados aos empreendedores sociais. De acordo com a proposição da autora, os empreendedores sociais estão motivados para uma agenda social focando não só na sua função enquanto indivíduo, mas também no âmbito social em relação aos benefícios que o mesmo pode contribuir para com a sociedade.

Hemingway (2005) discute ainda que o empreendedor social valoriza a necessidade de realização pessoal, a busca constante por desafios, a necessidade de autonomia e independência e possuem alto senso de responsabilidade e competência social. Também com base em Rokeach (1979), que descreve os valores como sendo orientados para o foco no pessoal ou no social (centrados na esfera do indivíduo ou da sociedade), Hemingway (2005) exemplifica que valores como ambição ou prazer podem ser descritos como aqueles que atendem a esfera relativa aos interesses individualistas, enquanto que responsabilidade e auxílio podem ser percebidas como interesses coletivistas. Dessa forma, percebe-se que os valores operando em diferentes esferas, com interesses individualistas e/ou coletivistas, também podem ser considerados como norteadores do comportamento do empreendedor social.

4 Método

Para identificar os valores relativos ao trabalho que norteiam a atuação de membros de empreendimentos sociais, optou-se em realizar uma pesquisa de carácter descritivo e de natureza qualitativa. Na compressão de Malhotra (2012), a pesquisa descritiva delinea as

características e percepções em relação a determinado fato ou objeto. Além disso, visa expor com precisão situações, opiniões ou comportamentos da população analisada (TRIVIÑOS, 2007).

No que tange a sua abordagem, Sampieri, Collado e Lucio (2006) explicam que a pesquisa qualitativa caracteriza-se por possuir uma realidade a ser descoberta, sendo essa realidade construída pelos indivíduos que fornecem significado ao fenômeno. Para Minayo (2010) deseja oferecer ampla e progressiva compreensão do processo em análise e sua subjetividade, trazendo à tona aspectos da realidade que extrapolam a quantificação.

Participaram da pesquisa 24 membros de cinco diferentes empreendimentos sociais integrantes de uma incubadora social, implantada por uma instituição federal de ensino superior, situada no sul do Brasil. A fim de preservar as identidades dos empreendimentos e dos entrevistados, os mesmos foram identificados e enumerados por meio de códigos (YIN, 2016), conforme o apresentado no Quadro 2.

Empreendimento	Nº de entrevistados	Identificação dos entrevistados
A	3	EA1, EA2 e EA3
B	3	EB4, EB5 e EB6
C	3	EC7, EC8 e EC9
D	8	ED10, ED11, ED12, ED13, ED14, ED15, ED16 e ED17
E	7	EE18, EE19, EE20, EE21, EE22, EE23 e EE24

Quadro 2 - Entrevistados

Fonte: dados da pesquisa.

Para a coleta dos dados elaborou-se um roteiro de entrevista, a partir de teorias sobre o tema da pesquisa, principalmente o estudo de Porto e Pilati (2010), o qual apresenta a EVT-R. Assim, além de uma seção sobre o perfil dos entrevistados (idade, sexo, estado civil, escolaridade e tempo de participação no empreendimento), os aspectos contemplados na literatura de referência foram integralizados em questões abertas, permitindo aos entrevistados manifestarem sua percepção de modo amplo e detalhado. Entre as questões do roteiro, destaca-se, como exemplo: *“Em relação ao trabalho, o que você mais valoriza?”* Para responder as perguntas, contou-se com o apoio de um Disco de Valores (Figura 2), uma ferramenta de medida de valores relativos ao trabalho desenvolvida por Faller (2017). O referido disco tem como objetivo simplificar a compreensão do que é importante em termos de valores no trabalho, principalmente ao considerar indivíduos com diferentes escolaridades. Ao responder as perguntas, os entrevistados puderam consultar os valores contidos no Disco, apontando para aquele ou aqueles que considerassem mais importante, em relação ao seu trabalho.



Figura 2 – Disco de valores

Fonte: Faller (2017).

Destaca-se que os valores que constam no disco fazem parte das categorias de análise definidas pelos temas essenciais acerca dos valores relativos ao trabalho, considerando as dimensões da EVT-R (PORTO; PILATI, 2010): DESAFIO, compreendido na dimensão de Autodeterminação e estimulação; INDEPENDÊNCIA FINANCEIRA, relacionada ao valor Segurança; COMPROMISSO, relacionado ao valor Conformidade; BEM-ESTAR DOS OUTROS, associado ao valor do trabalho Universalismo e benevolência; SUCESSO PESSOAL, contido na compreensão da dimensão Realização; e PODER.

As entrevistas individuais em profundidade foram gravadas e transcritas, com permissão dos entrevistados. Após estes procedimentos, realizou-se o tratamento e interpretação dos dados qualitativos, valendo-se da análise de conteúdo, que segundo Bardin (2014), abrange as iniciativas de explicitação, sistematização e expressão do conteúdo evidente da comunicação, com a finalidade de se efetuarem deduções lógicas e justificadas a respeito da origem das mensagens.

5 Resultados

O perfil dos entrevistados evidencia o predomínio do sexo feminino, possuindo entre 16 e 69 anos de idade, sendo que grande parte destes possui mais de 40 anos. Em relação ao estado civil a maioria dos integrantes dos projetos é casada, com escolaridade desde o ensino fundamental até indivíduos com pós-graduação, havendo o predomínio de participantes com o ensino médio. Quanto ao tempo no empreendimento, a maior possui mais de cinco anos de participação. O Quadro 3 ilustra o perfil dos entrevistados.

Empr.	Entrevistados	Idade	Sexo	Estado civil	Escolaridade	Tempo no empreendimento
A	EA1	45 anos	Feminino	Casada	Ensino Médio	1 ano
	EA2	40 anos	Feminino	Solteira	Ensino Médio Técnico	7 anos
	EA3	43 anos	Feminino	Casada	Ensino Médio	4 meses
B	EB4	55 anos	Feminino	Solteira	Ensino Fundamental	10 anos
	EB5	40 anos	Feminino	Casada	Ensino Médio	5 meses
	EB6	51 anos	Feminino	Casada	Pós-graduação	10 anos
C	EC7	47 anos	Masculino	Casado	Ensino Médio	8 anos
	EC8	42 anos	Masculino	Solteiro	Ensino Superior	8 anos
	EC9	24 anos	Masculino	Solteiro	Ensino Médio	8 anos
D	ED10	34 anos	Feminino	Solteiro	Ensino Fundamental	1 ano
	ED11	60 anos	Feminino	Casado	Ensino Superior	4 anos
	ED12	42 anos	Feminino	Divorciada	Ensino Fundamental	8 anos
	ED13	48 anos	Feminino	Viúva	Ensino Superior	4 anos
	ED14	42 anos	Feminino	Casada	Ensino Superior	1 ano
	ED15	57 anos	Feminino	Divorciada	Ensino Médio	4 anos
	ED16	52 anos	Feminino	Viúva	Ensino Médio	3 anos
ED17	16 anos	Feminino	Solteira	Ensino Médio (inc.)	4 anos	
E	EE18	62 anos	Feminino	Casada	Ensino Médio	12 anos
	EE19	60 anos	Masculino	Casado	Ensino Médio	12 anos
	EE20	58 anos	Feminino	Casado	Ensino Superior	12 anos
	EE21	69 anos	Feminino	Divorciada	Ensino Médio	4 anos
	EE22	67 anos	Masculino	Casado	Ensino Fundamental	12 anos
	EE23	66 anos	Feminino	Solteira	Ensino Médio	17 anos
	EE24	69 anos	Feminino	Divorciada	Ensino Médio	4 anos

Quadro 3 - Perfil dos entrevistados

Fonte: dados da pesquisa.

Em seguida, foram contempladas as categorias de análise definidas pelos temas essenciais acerca dos valores relativos ao trabalho (Desafio, Independência financeira,

Compromisso, Bem-estar dos outros, Sucesso pessoal e Poder). Por meio dos elementos de análise, foram selecionados os principais trechos pertinentes às entrevistas, como mostram os Quadros 4 a 8.

5.1 Desafio

Para Porto e Pilati (2010) o valor Autodeterminação e estimulação compreende aspectos relacionados ao desafio e ao aperfeiçoamento constante (OLIVEIRA; TAMAYO, 2004). Como pode ser evidenciado na maioria dos relatos dos entrevistados apresentados no Quadro 4, o Desafio aparece como um valor central na realização do trabalho nos empreendimentos sociais.

Categoria de análise: Desafio	
Trechos das entrevistas	Empr/Entr
“Tu está aberta pra coisas novas e não ter medo dos desafios, que eles não são poucos. Todos os dias eu tenho desafios. Todos os dias a gente tem que <i>enfrenta</i> ”.	A/EA3
“E pra mim, acho que eu sô um cara que gosta de desafios, né. É um desafio. <i>Lidá</i> com criança é um desafio (...) de <i>procurá</i> educar outro alguém. Contribuir, de alguma maneira, né, pra educação desse outro alguém”.	B/EB4
“Quando eu olho eu acho que desafio pra mim é o principal. Se eu tivesse que <i>colocá</i> numa graduação eu colocaria ele. Como desafio, como primeiro”.	B/EB5
“Isso aqui tá sendo um desafio, né? Por que um desafio? Porque a gente começou diferente, né? Se unir em prol de uma coisa e luta alí, né? Porque cada uma tem uma cabeça, cada uma tem uma ideia. E ali a gente une tudo numa coisa só”.	C/EC7
“Olha, eu gosto muito do desafio, por exemplo. Que, é uma coisa que sempre chama muita atenção. Gosto de <i>tá</i> sempre com essas novidades, né”.	C/EC8
“Eu achei legal esse desafio porque a gente espera que tenha o crescimento (...) a gente vai empurrando e levando em frente e quanto mais gente, melhor (...) a gente se sente bem quando consegue trazer gente nova <i>pro grupo</i> ”.	D/ED11
“A gente vê que tem desafios né, isso é importante”.	D/ED12
“O desafio, eu acho, muito importante <i>pra</i> gente, assim ó: o que tu te propõem a <i>fazê</i> – se tu te propor a <i>fazê</i> alguma coisa, assim, que... tu nunca fez, né (...) é muito importante. Tu <i>consegui fazê</i> isso é muito importante(...) É um grande desafio, tu aprende, passa pra outras pessoas e tu tem a tua independência”.	D/ED13
“Eu acho que até <i>dá</i> pra dizer que é um desafio no dia a dia, porque tu <i>tá</i> trabalhando, tu não sabe o que o outro lado vai dizer daquilo que tu <i>tá</i> fazendo”.	E/EE18
“Aqui <i>pra</i> mim eu acho que é o desafio, que me move a participar”.	E/EE23

Quadro 4 - Categoria de análise: Desafio

Fonte: dados da pesquisa.

Através dos dados obtidos, observou-se que a maioria dos membros sente-se movida por grandes desafios, associados, principalmente, às atividades, ao crescimento e à profissionalização dos empreendimentos. Há um envolvimento coletivo em relação ao enfrentamento desses desafios, bem como a superação de dificuldades e estimulação individual, como o crescimento pessoal e profissional. Estes aspectos podem ser visualizados nos depoimentos das entrevistadas ED14 e EE21:

Hoje eu me sinto muito feliz, sei que posso realizar tudo o que eu quero. O que eu não sei, eu posso contar com ajuda (...). Tudo o que eu quero, eu vou conseguir, vencer meus desafios, sucesso pessoal (Entrevistada ED14).

Porque é um desafio né, cada vez a gente vai vendo outras coisas, outras prioridades e vai avançando, né, é um desafio. Pra mim todos os dias é uma renovação, tu vai

conhecendo... eu quero mais, aprender e crescer. Então é um desafio, né (Entrevistada EE21).

Como destacado por Hemingway (2005), indivíduos caracterizados como empreendedores sociais valorizam a busca constante por desafios, bem como a autonomia e independência. No presente estudo, a maioria dos membros dos empreendimentos sociais evidenciou a prioridade ao valor Autodeterminação e estimulação, relacionado aos desafios enfrentados tanto na esfera profissional, como pessoal.

5.2 Independência financeira

A Independência financeira está relacionada ao valor Segurança, o qual compreende a estabilidade e a busca de segurança, através do trabalho (PORTO; TAMAYO, 2003), com o objetivo de possuir uma renda necessária que possibilite suprir materialmente as necessidades pessoais (ROS, SCHWARTZ; SURKISS, 1999). Somente para cinco respondentes, este valor foi considerado prioritário. Os depoimentos apresentados no Quadro 5 evidenciam algumas perspectivas acerca da independência financeira.

Categoria de análise: Independência financeira	
Trechos das entrevistas	Empr/Entr
“Mas eu acho que vai <i>sê</i> uma coisa boa. Vai <i>sê</i> um ganho extra também, né. (...) porque aqui eu tenho o meu salário. (...) porque voluntário eu não posso <i>sê</i> . Eu tenho dois filhos, né. Então eu preciso.”	A/EA2
“Mais independência financeira. Fazer o que tu quiser, tu vai querer a independência.”	C/EC7
“A gente tá dando uns passos pra poder andar com as próprias pernas, né, sem precisar de ajuda. Aí, ao invés de uma renda alternativa, ela passa pra renda principal.”	C/EC8
“Eu acho que eu priorizo, assim ó: em primeiro lugar a independência financeira. (...) eu acho que representa assim... tu pode <i>tê</i> o teu dinheiro, <i>tê</i> tua vida, <i>tê</i> tuas coisas. Entende? Tu pode <i>dizê</i> que aquilo é teu. Que tu adquiriu aquilo com o teu trabalho. Não <i>dependê</i> de ninguém, não <i>dependê</i> do marido pra <i>comprá</i> uma blusa; do irmão pra dá dez reais. Sabe? Entende? Então eu sempre priorizei muito a independência financeira. Sabe? Eu sempre digo pra minha sobrinha que casamento não é a coisa mais importante; mais importante é a vida profissional da gente, porque a partir daí tu pode qualquer coisa.”	D/ED13

Quadro 5 - Categoria de análise: Independência financeira

Fonte: dados da pesquisa.

O momento atual vivenciado pelos empreendimentos sociais investigados, os quais estão vinculados a uma incubadora social, pode ter contribuído para a perspectiva de seus membros quanto à independência financeira. A maioria dos entrevistados demonstrou expectativas positivas quanto à formalização, à profissionalização e ao crescimento dos empreendimentos, que, futuramente, poderão garantir financeiramente melhores condições a seus membros, como destaca a entrevistada EE7: “*Eu acho que a incubadora pode contribuir, no sentido assim ó, de nos dar condições de qualificar o nosso trabalho, né. Nos orientar a abrir toda parte administrativa e jurídica também! Pra fazer as coisas dentro do possível, né, dentro dos limites.*”.

5.3 Compromisso

O valor Conformidade está relacionado ao compromisso e à aceitação de normas e de rotinas de trabalho (PORTO; PILATI, 2010). Neste estudo, a maioria dos entrevistados destacou o Compromisso como um fator determinante de sua atuação no trabalho nos empreendimentos sociais investigados. O Quadro 6 apresenta alguns depoimentos com estas evidências.

Categoria de análise: Compromisso	
Trechos das entrevistas	Empr/Entr
“Se eu tenho compromisso de cumprir com aquilo (...) se é bom pra eles, é bom pra mim (...) já tá bom.”	A/EA1
“Ah, o compromisso, né, que eu tenho com eles. Com as crianças, né. Porque a primeira coisa são as crianças, né.”	A/EA2
“A gente acaba assumindo um compromisso, né, de mantê, de fazê <i>funciona</i> as coisas, né - de <i>mantê</i> funcionando pra que esses que são os participantes continuem tendo essa qualidade de vida, né, que eles tão tendo. Eu acho que esse é um compromisso social que eu tenho”.	B/EB4
“E o compromisso, também, assim, porque eu quando eu entro (...) sempre no desafio eu faço o máximo que dá, de me <i>comprometê</i> . Pra que dê certo o negócio. Então é isso que eu tô fazendo agora. Também, se a gente não se <i>comprometê</i> tu sabe que não vai longe. Tem que tê compromisso”.	C/EC8
“Tem que <i>tê</i> um compromisso, assim, né. Porque ali não é coisa pra <i>brincá</i> , né. Aqui não é uma brincadeira”.	D/ED10
“Existe muito compromisso nosso mesmo e muita ajuda. A gente nunca tem ajuda de fora, é o grupo que se ajuda”.	D/ED11
“Tem que ter compromisso, isso é o mais importante né”.	D/ED13
“Com o teu trabalho tu tem que <i>tê</i> o compromisso”.	E/EE20

Quadro 5 - Categoria de análise: Compromisso

Fonte: dados da pesquisa.

Como visualizado no Quadro 6, os depoimentos sugerem haver um compromisso dos indivíduos com as atividades desenvolvidas nos empreendimentos, e especialmente, com as pessoas envolvidas em tais ações. Weerawardena, McDonald e Mort (2010) destacam que, para promover um real impacto social, os empreendimentos sociais devem permanecer sustentáveis, isto é, sobreviver. Para tanto, torna-se necessário o compromisso de seus membros, o que foi constatado no presente estudo.

Os relatos permitiram depreender que os membros desses empreendimentos sociais são pessoas comprometidas e que se colocam à frente, se doam “*de corpo e alma*”, como destacou a entrevistada ED15. Estes aspectos podem ser também associados ao elemento vontade, destacado por Jiao (2011), como o desejo cognitivo, relacionado ao grau de vontade do indivíduo em iniciar as atividades de empreendedorismo social. Para Elkington e Hartigan (2013), os empreendedores sociais mostram uma determinação obstinada que os impulsiona a assumir riscos e identificar soluções práticas para problemas sociais, como pode ser percebido neste estudo.

5.4 Bem-estar dos outros

O fator Bem-estar dos outros, associado ao valor do trabalho Universalismo e benevolência, compreende a tolerância e proteção do bem-estar de outros indivíduos (PORTO; PILATI, 2010). Este fator está relacionado à dimensão Autotranscendência, proposta por Schwartz (2006), a qual visa o bem-estar da sociedade e a harmonia no convívio social, tendo como prioridade os interesses da coletividade. O Quadro 7 ilustra os depoimentos dos entrevistados acerca do Bem-estar dos outros.

Categoria de análise: Bem-estar dos outros	
Trechos das entrevistas	Empr/Entr
“Eu sempre gostei, assim, de <i>agradá</i> as pessoas. Então, isso aí eu sempre tive”.	A/EA2

“E aí, a partir dessa ação da escola eu acabei percebendo a possibilidade de <i>realizá</i> um projeto onde eu pudesse unir todas essas minhas questões pessoais, antigas, assim, com a questão da música, da possibilidade de realizar algo na música que pudesse fazer a diferença na vida de algumas pessoas”.	B/EB5
“Ah, eu, assim, <i>tô</i> bem... elas me ajudam e eu ajudo elas, também, né. É, tipo assim, uma família. Ai, eu me sinto bem. Como assim eu falei... de <i>ajudá</i> o grupo a <i>crescê</i> , a <i>tê</i> mais, assim – como é que eu vô te <i>dizê</i> -, <i>aprendê fazê</i> mais coisa. A colega me ajuda... me ensina uma coisa; eu ensino outra pra ela. É isso”.	D/ED10
“Sobre o bem-estar dos outros, eu acho que faz muito bem pra gente, a gente <i>podê</i> , assim, <i>ajudá</i> alguém como aqui no projeto, né. É muito importante, assim, pra gente, né. Faz bem, sabe. E é muito bom sabe, assim ó: fulano cresceu e eu dei a mão pra ele e ele se foi, entende? Então tu <i>vê</i> ele lá adiante já encaminhado; já, sabe. Isso faz muito bem. Em qualquer sentido, assim, né, da vida”.	D/ED13
“Ah, não sei, eu acho assim que eu sou sempre útil, <i>tô</i> sempre pronta pra ajudar os outros”.	E/EE21

Quadro 6 - Categoria de análise: Bem-estar dos outros

Fonte: dados da pesquisa.

A análise dos depoimentos de grande parte dos entrevistados evidenciou a prioridade ao fator Bem-estar dos outros. Como ilustra o Quadro 7, os entrevistados destacaram a ajuda aos outros como algo prioritário em sua atuação nos empreendimentos sociais. Existe um forte espírito de grupo e uma vontade coletiva de desenvolver os indivíduos que participam destes projetos, seja financeira ou socialmente, como aponta o depoimento da entrevistada EE20: “*sozinha eu não faço nada... mas, em conjunto, cada um fazendo a sua parte, a gente faz a diferença*”. Para Tamayo (2007), o bem-estar, associado à Autotranscendência, está vinculado ao relacionamento positivo dos indivíduos e ao bem-estar das pessoas próximas e da sociedade, visando à harmonia no convívio social.

O auxílio voluntário denota também a importância do suporte aos demais membros participantes dos empreendimentos, no sentido de colaborar com a formação e autonomia dos indivíduos em relação ao trabalho que executam, contribuindo para criação de valor social. Esta perspectiva pode ser confirmada por meio dos relatos das entrevistadas EA1: “*Eu me sinto bem, porque eu acho que estou passando para as minhas gurias. Para elas seguir (...) se um dia eu não puder mais fazer;*”; ED1: “*É interessante eu poder ensinar alguém e ver ele andar com as suas próprias pernas e que eles estão interessados;*”; e EC9: “*Na minha vida o projeto representa, assim, um espaço, né, de... troca, de aprendizado, de crescimento, né (...) a ideia é de dá oportunidade pra quem é carente, pra quem realmente precisa, né (...) a gente tem que fazê a diferença onde existe a necessidade (...) se constrói uma coisa se pensando em comunidade.*”.

Sob este aspecto, Di Domenico, Tracey e Haugh (2010) entendem que a criação de valor social está ligada às necessidades não satisfeitas de comunidades e ambientes pobres em recursos, focando na criação de algo (material, produto/serviço, ou negócio) (SCHUMPETER, 1996). Desse modo, o empreendedorismo social se concentra essencialmente na criação de valor social e no espírito de compartilhar as inovações e ideias abertamente com vistas a replicações mais amplas (MAIR, ROBINSON; HOCKERTS, 2006).

5.5 Sucesso pessoal

A dimensão Autopromoção congrega os valores associados aos interesses individuais, incluindo a realização e o sucesso pessoal. Para Schwartz (2006), a realização está relacionada ao Sucesso pessoal por meio de demonstração de competência de acordo com padrões sociais. Como podem ser visualizados nos relatos apresentados no Quadro 8, poucos entrevistados destacaram a prioridade ao sucesso pessoal.

Categoria de análise: Sucesso pessoal	
Trechos das entrevistas	Empr/Entr
“Primeiro lugar a minha... o meu prazer, eu gosto daquilo que eu faço.”	E/EE18
“Eu acho que eu valorizo o sucesso pessoal, entende? Que é uma coisa assim, que eu tô de bem comigo mesmo. E <i>vô</i> me sentir bem. Não é o sucesso assim, reconhecimento dos outros do meu trabalho. Isso é pessoal, é meu. Eu que me sinto bem com o que eu faço.”	E/EE24

Quadro 8 - Categoria de análise: Sucesso pessoal

Fonte: dados da pesquisa.

Estes resultados remetem à compreensão que ao participarem de empreendimentos sociais, os membros possuem perspectivas coletivas em relação ao sucesso. Como sugere Jiao (2011) o objetivo explícito do empreendedorismo social concentra-se na criação de valor social, sendo o impacto social sobre a comunidade seu principal resultado (DEFOURNY; NYSSSENS, 2008). Desta forma, depreende-se que o sucesso tende a estar vinculado a perspectivas sociais e coletivas, como pode ser visualizado no relato da entrevistada EB4:

Na minha vida o projeto representa, assim, um espaço de troca de aprendizado, de crescimento, né... A ideia é dar oportunidade para quem é carente, pra quem realmente precisa... a gente tem que fazer a diferença onde realmente existe a necessidade... Então... representa muita coisa, nesse sentido, porque dessa forma tu sai da tua pequenez como pessoa, como cidadão comum e participa da vida dos outros, né (Entrevistada EB4).

Por fim, cabe destacar ainda que nenhum entrevistado mencionou a prioridade ou importância atribuída ao valor Poder, também associado a dimensão Autopromoção.

5.6 Panorama sobre os valores relativos ao trabalho dos membros dos empreendimentos sociais

De maneira geral, os resultados obtidos neste estudo sugerem que as prioridades axiológicas dos membros dos empreendimentos sociais em relação ao trabalho compreendem, em sua maioria, os interesses coletivos. Visando ilustrar estas prioridades, elaborou-se a Figura 3.

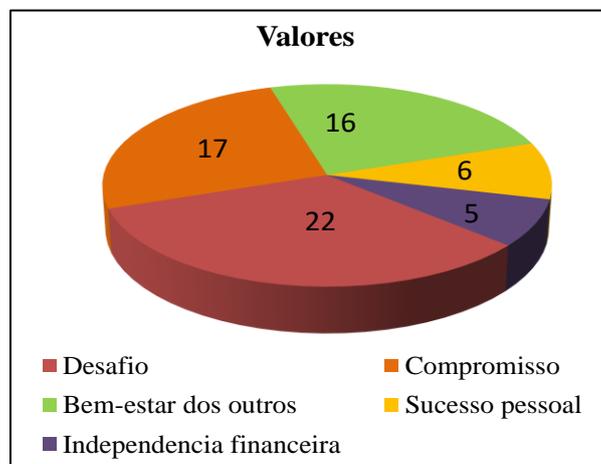


Figura 3 – Valores prioritários dos membros dos empreendimentos sociais

Fonte: dados da pesquisa

Os membros dos empreendimentos sociais investigados relataram priorizar os valores relacionados ao Desafio (22 entrevistados), associado aos interesses individuais, ao

Compromisso (17 entrevistados) e ao Bem-estar dos outros (16 entrevistados), relacionados aos interesses coletivos. Considerando que o valor Segurança, representado pela Independência financeira, congrega interesses tanto individuais como coletivos (SCHWARTZ, 2006), o presente panorama demonstra haver o predomínio dos interesses sociais em detrimento dos interesses individuais. Ainda, ao considerar o desafio, os entrevistados destacaram sua associação, especialmente às atividades relacionadas aos empreendimentos, e em menor incidência ao desafio pessoal, reforçando a primazia em relação à coletividade. Ressalta-se que alguns indivíduos destacaram mais de um valor como prioritário, o que resultou em um número de valores superior ao número de entrevistados.

Tais achados reforçam as perspectivas de mencionar que os empreendedores sociais, “preocupam-se com a demonstração de justiça e construção da comunidade. O comportamento ético manifesta-se na busca do bem-estar geral, no tratamento equânime e igualitário e na busca das garantias de liberdades individuais” (OLIVEIRA *et al.*, 2016, p. 308). Da mesma forma, Austin, Stevenson e Wei-Skillern (2006) destacam também, que a missão social configura-se como a condutora do empreendedorismo social, indicando que esta constitui a base explicativa do posicionamento de seus membros, como corroborado neste estudo.

Considerações finais

O presente estudo visou identificar os valores relativos ao trabalho que norteiam a atuação de membros de empreendimentos sociais. Em linhas gerais, os seus resultados sinalizam que os indivíduos participantes dos empreendimentos analisados percebem os valores relativos ao trabalho a partir de interesses predominantemente coletivos. Constatou-se o envolvimento e prioridade ao Desafio, inerente à própria atuação nessas organizações, ao Compromisso, associado à sobrevivência e crescimento dos empreendimentos e ao Bem-estar dos outros, corroborando o envolvimento dos indivíduos em prol da proteção e valorização dos interesses da coletividade.

Acredita-se que este estudo tenha contribuído para ampliar as considerações acerca dos valores relativos ao trabalho e do empreendedorismo social, a partir da análise da perspectiva de indivíduos pertencentes a organizações sociais, os quais atuam em um cenário com características distintas das organizações tradicionais. Como destacam Di Domenico, Tracey e Haugh (2010), o foco de atuação dos empreendedores sociais centra-se na criação de valor social, buscando satisfazer necessidades não satisfeitas de comunidades e ambientes pobres em recursos. Tal cenário exige constante necessidade de adaptação, interação e compromisso dos envolvidos na superação dos desafios e no bem-estar da coletividade. Os achados do presente estudo revelaram haver uma consonância entre os valores relativos ao trabalho dos membros com o foco de atuação dos empreendimentos aos quais pertencem.

Este estudo possibilitou um novo olhar para os valores relativos ao trabalho no contexto do empreendedorismo social, considerado tema emergente nos estudos organizacionais. As reflexões que surgem com os achados desta pesquisa, sinalizam que os valores assumem um papel central no estímulo aos comportamentos dos membros que atuam em prol do empreendedorismo social, podendo contribuir na conduta individual e conseqüentemente na viabilidade e continuidade dessas organizações.

Como limitações da pesquisa, evidencia-se a utilização da abordagem qualitativa que, mesmo sendo de extrema importância para compreensão dos resultados, apresenta limitações quanto a sua abrangência. Assim, estudos futuros podem aprofundar o tema incluindo estudos quantitativos, bem como a inclusão de outros temas, relacionando-os aos valores e ao empreendedorismo social, como, por exemplo, o sentido do trabalho e o comprometimento organizacional.

REFERÊNCIAS

- ASHTON, R. **How to be a social entrepreneur, make money and change the world**. Capstone: Chichester, 2010.
- AUSTIN, J.; STEVENSON, H.; WEI-SKILLERN, J. Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both? **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 30, n. 1, p. 1-22, 2006.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2014.
- BONFANTI, A.; BATTISTI, E.; PASQUALINO, L. Social entrepreneurship and corporate architecture: evidence from Italy. **Management Decision**, v. 54, n. 2, p. 390 – 417, 2016.
- BORNSTEIN, D.; DAVIS, S. **Social entrepreneurship: what everyone needs to know**. New York: Oxford University Press, 2010.
- COHEN, A.; PEACHEY, J. W. The making of a social entrepreneurs: from participant to cause champion within a sport-for-development context. **Sport Management Review**, v. 18, p. 111-125, 2015.
- CRUZ, G. As duas faces do empreendedorismo social. **Revista Eletrônica do Mestrado em Administração da Universidade Potiguar**, v. 4, n. 1, p. 9-20, 2013.
- DACIN, P.; DACIN, M. E.; MATEAR, M. Social entrepreneurship: Why we don't need a new theory and how we move forward from here. **Academy of Management Perspectives**, v. 24, n.3, p.38-57, 2010.
- DEES, J. G. The meaning of social entrepreneurship (2001). Center for the advancement of social entrepreneurship. Disponível em: http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf. Acesso em outubro de 2016.
- DEFOURNY, J.; NYSSSENS, M. Conceptions of Social Enterprises in Europe and the United States: convergences and divergences. **Journal of Social Entrepreneurship**, v.1, n.1, p.32-53, 2010.
- DI DOMENICO, M.; TRACEY, P.; HAUGH, H. Social Bricolage: Theorizing social value creation in social enterprises. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, v. 34, n. 4, p. 681-703, 2010.
- ELKINGTON, J.; HARTIGAN, P. **The power of unreasonable people: how social entrepreneurs create markets that change the world**. Harvard Business Press, 2013.
- FALLER, L.P. **Valores no trabalho, identificação social e organizacional: o fio condutor para permanência das mulheres em atividades laborais**. 2017. Tese (Doutorado em Administração) – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, 2017.
- FLEURY, A.; FLEURY, M. T. L. **Estratégias empresariais e formação de competências: um quebra-cabeça caleidoscópico da indústria brasileira**. São Paulo: Atlas, 2004.
- GODÓI-DE-SOUZA, E.; BUENO, J. M.; SOUSA, M. G. SANTOS, L. T. O perfil do empreendedor social e suas dimensões de atuação: seis casos no município de Uberlândia. **Revista Interdisciplinar de Gestão Social**, v. 3, n.1, p. 33-56, 2014.
- GOMES, D. C. Valores Pessoais e Gestão do Conhecimento Organizacional. **Revista Eletrônica do Mestrado Profissional em Administração da Universidade Potiguar**, v.1, n. 2, p. 21-33, 2009.
- HAUGH, H. New strategies for a sustainable society: the growing contribution of social entrepreneurship. **Business Ethics Quarterly**, v. 17, p.743-749, 2007.
- HEMINGWAY, C. A. Personal values as catalyst for corporate social entrepreneurship. **Journal of Business Ethics**, v. 60, p. 233-249, 2005.
- HOFSTEDE, G. **Cultures and organizations: software of the mind – Intercultural cooperation and its importance for survival**. London: McGraw-Hill, 1991.

INSTITUTO DE EMPREENDEDORISMO SOCIAL. Empreendedorismo Social. Disponível em: <http://www.ies.org.pt/conhecimento/empreendedorismo_social> Acesso em janeiro de 2017.

JIAO, H. A conceptual model for social entrepreneurship directed toward social impact on society. **Social Enterprise Journal**, v. 7, n. 2, p. 130-149, 2011.

KICKUL, J.; THOMAS, S. **Understanding social entrepreneurship**: the relentless pursuit of mission in an ever changing world. New York: Routledge, 2010.

KROPP, F.; YITSHAK, R.; SNYDER, C. T. The Path of the Social Entrepreneur: A Narrative Analysis Approach. **The Customer is NOT Always Right? Marketing Orientations in a Dynamic Business World**. Springer, Cham, 2017.

LONDON, M.; MORFOPOULOS, R. G. **Social entrepreneurship**: how to start successful corporate social responsibility and community-based initiatives for advocacy and change. New York: Taylor & Francis. 2010.

MAIR, J. E.; MARTÍ, I. Social entrepreneurship: A source of explanation, prediction and delight. **Journal of World Business**, v. 41, p. 36-44, 2006.

MAIR, J.; ROBINSON, J.; HOCKERTS, K. **Social Entrepreneurship**. New York: Palgrave Macmillan, 2006.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada**. 6ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

MCCLELLAND, D. C. **The Achieving society**. New York: VanNostrand, 1961.

MELO, W. F.; DOMENICO, S. M. R. A Influência dos Valores Organizacionais no Desempenho de Agências Bancárias. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 16, n.1, p. 137-156, 2012.

MINAYO, M. C. S. **O Desafio do Conhecimento: Pesquisa Qualitativa em Saúde**. 12ª ed. São Paulo: Hucitec, 2010.

NGA, J.; SHAMUGANATHAN, G. The influence of personality traits and demographic factors on social entrepreneurship start up intentions. **Journal of Business Ethics**, v. 95, p. 259-282, 2010.

OLIVEIRA, A. F.; TAMAYO, A. Inventário de perfis de valores organizacionais. **Revista de Administração**, v. 39, n. 2, p. 129-140, 2004.

OLIVEIRA, I.R.; CAMARGO, L.M.; FEIJÓ, M.L.; CAMPOS, D.C.; GOULART, E. Empreendedorismo social, pós-modernidade e psicologia: compreendendo conceitos, atuações e contextos. **Gerais: Revista Interinstitucional de Psicologia**, v. 9, n. 2, p. 290-311, 2016.

PORTO, J. B.; PILATI, R. Escala revisada de valores relativos ao trabalho-EVT-R. **Psicologia: Reflexão e Crítica**, v. 23, n. 1, p. 73-82, 2010.

PORTO, J. B.; TAMAYO, A. Escala de Valores Relativos ao Trabalho - EVT. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, v. 19, n. 2, p.145-152. 2003.

PORTO, J. B.; TAMAYO, A. Valores do Trabalho. In: SIQUEIRA, M. M. M. **Medidas do Comportamento Organizacional**. Porto Alegre: Artmed, 2008.

RESCHER, N. **Introduction to Value Theory**. New Jersey: Prentice Hall. 1969.

ROKEACH, M. **Beliefs, attitudes and values**. San Francisco: Jossey-Bass. Inc., 1968.

ROKEACH, M. **The nature of human values**. New York: Free Press, 1973.

ROKEACH, M. **Understanding human values**. New York: Free Press, 1979.

ROS, M.; SCHWARTZ, S.H.; SURKISS, S. Basic individual values, work values and the meaning of work. **Applied Psychology: An International Review**, v.48, n. 2, p. 49-71, 1999.

SAGIE, A.; ELIZUR, D.; KOSLOWSKY, M. Work values: a theoretical overview and a model of their effects. **Journal of Organizational Behavior**, v.17, p. 503-514, 1973, 1996.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, P. B. **Metodologia de Pesquisa**. São Paulo: McGraw-Hill, 2006.

SCHUMPETER, J. **Essays: managers, innovation, bussiness cycles and capitalism evolution.** Oeiras: Celta Ed., 1996.

SHAW, E.; CARTER, S. Social entrepreneurship: theoretical antecedents and empirical analysis of entrepreneurial processes and outcomes. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, v. 14, n. 3, p. 418 – 434, 2007.

SCHWARTZ, S. H. Universals in the content and structure of values: Theory and empirical tests in 20countries. In: ZANNA, M. (Ed.). **Advances in experimental social psychology.** New York: Academic Press, 1992.

SCHWARTZ, S. H. A theory of cultural values and some implications for work. **Applied Psychology: An International Review**, v. 48, n. 1, p. 23-46, 1999.

SCHWARTZ, S. H. Há aspectos universais na estrutura e no conteúdo dos valores humanos? In: ROS, M.; GOUVEIA, V. V. (Orgs). **Psicologia social dos valores humanos: desenvolvimentos teóricos, metodológicos e aplicados.** São Paulo: Senac, 2006.

SCHWARTZ, S. H.; BILSKY, W. Toward a universal structure of human values. **Journal of Personality and Social Psychology**, v.53, n.3, p.550-562, 1987.

SOBRAL, F. J. de A.; GIMBA, R. F. As prioridades axiológicas do líder autêntico: um estudo sobre valores e liderança. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 13, n. 3, edição especial, p. 96-121, 2012.

SOUZA, L. K. V. e, XAVIER FILHO, J. L. J., SOUSA, J. L. Empreendedorismo Social e o Programa “Empreender Comunidade” da Prefeitura Municipal de Garanhuns/PE: O Caso da Fábrica de Sabão Ecológico do Vale do Mundaú. In: Encontro Nacional da Anpad, 2013, Rio de Janeiro, **Anais...** Rio de Janeiro: XXXVIII EnANPAD, 2013.

STEINEROWSKI, A.; JACK, S.; FARMER, J. Who are the social entrepreneurs and what do they actually do? **Journal of Social Entrepreneurship**, v. 28, n. 21, 2008.

TAMAYO, A. Impactos dos valores da organização sobre o estresse ocupacional. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 1, n.2, p. 20-33, 2007.

TAMAYO, A. et al. Prioridades axiológicas e comprometimento organizacional. **Psicologia: teoria e pesquisa**, v. 17, n. 1, p. 27-35, 2001.

TEIXEIRA, M. L. et al. Sentidos de vida: um estudo transcultural entre gestores brasileiros e portugueses. **Organizações & Sociedade**, v. 13, n. 38, p. 15-30, 2006.

TRIVIÑOS, A. N. **Introdução a Pesquisa em Ciências Sociais: A Pesquisa Qualitativa em Educação.** São Paulo: Atlas, 2007.

VEIGA, H. M. D. S.; PARREIRA, S. M. Perfil Empreendedor: Análise de suas Relações com Valores Relativos ao Trabalho e Auto-Eficácia Para Criar. **Revista Gestão Organizacional**, v.8, n.3, p.3-27, 2015.

WEERAWARDENA, J.; MCDONALD, R. E.; MORT, G. S. Sustainability of nonprofit organizations: an empirical investigation. **Journal of World Business**, v. 45, p. 346–356, 2010.

WEERAWARDENA, J.; MORT, G. S. Investigating social entrepreneurship: a multidimensional model. **Journal of world business**, v. 41, p. 21-35, 2006.

YIN, R. K. **Pesquisa qualitativa do início ao fim.** Porto Alegre: Penso, 2016.