

**Relação entre Valores Pessoais e Comprometimento Organizacional:
O Caso das Empresas Juniores de Santa Maria***

Relationship between Personal Values and Organizational Commitment: The Case of
Junior Companies of Santa Maria

Cláudia Medianeira Cruz Rodrigues¹
Kelmara Mendes Vieira²
Fábio Teodoro Tolfo Ribas³
Giovana Silva de Arruda⁴
Graciele Maria Frois Santa Catarina⁵

Resumo

Este estudo objetiva verificar se existe relação entre os valores pessoais e o comprometimento organizacional em membros de empresas juniores. Essas empresas são associações civis sem fins lucrativos que objetivam proporcionar aos estudantes de graduação a aplicação e o aprimoramento dos conhecimentos teóricos adquiridos durante sua formação acadêmica. Foram aplicados questionários em uma amostra de 119 membros de oito empresas juniores da cidade de Santa Maria, no Rio Grande do Sul. O instrumento utilizado para a coleta de dados foi composto por três partes. A parte inicial objetiva identificar o perfil da amostra investigada, a segunda parte, baseada em Medeiros (2003), busca verificar aspectos referentes ao comprometimento organizacional e a terceira parte, desenvolvida a partir do estudo de Gouveia et al. (2008), visa a identificar os valores pessoais. Para análise dos dados foram realizados testes de estatísticas descritivas, além de correlações entre os valores pessoais e os construtos do comprometimento organizacional e da

* Artigo recebido em 23.05.2009, aprovado 11.02.2010.

¹ Doutora, Professora da UFRGS, Endereço: Rua Eça de Queiroz, 43/404, Porto Alegre/RS, 90670-020, E-mail: claudia.rodrigues@sai.ufrgs.br.

² Doutora, Professora da Universidade Federal de Santa Maria, E-mail: kelmara@smail.ufsm.br.

³ Mestrando em Administração pela Universidade Federal de Santa Maria, E-mail: fabiotolfo@hotmail.com.

⁴ Mestranda em Administração pela UFSM, E-mail: giovana.arruda@yahoo.com.br.

⁵ Mestranda em Eng.da Produção pela UFSM, E-mail: gracielefrois@yahoo.com.br.

aplicação de modelos de regressão. Os resultados evidenciaram que os valores pessoais *Obediência* e *Prestígio* são os únicos que apresentaram correlações significativas com todos os construtos do comprometimento organizacional.

Palavras-chave: Valores Pessoais; Comprometimento Organizacional; Empresas Juniores.

Abstract

This study aims to determine if there is relationship between personal values and organizational commitment in members of junior companies. These companies are non-profit associations that aim to provide to students, improvements of theoretical knowledge acquired during their academic education. Questionnaires were used in a sample of 119 students members of eight junior companies of Santa Maria, Rio Grande do Sul. The instrument used for data collection was composed of three parts. The initial part aims to identify the profile of the sample, the second part, based on Medeiros (2003), looks to verify the organizational commitment and the third part, developed from the study by Gouveia et al. (2008), aims to identify the personal values. Data analysis was performed tests of descriptive statistics, and correlations between personal values and constructs of organizational commitment and application of regression models. The results showed that personal values: *Obedience* and *Prestige* are the only ones that showed significant correlations with all the constructs of organizational commitment.

Key-words: Personal Values, Organizational commitment, Junior Companies.

1. Introdução

As organizações precisam adaptar-se às constantes mudanças econômicas, políticas e sociais que são características do atual ambiente globalizado. A relação entre indivíduo e organização sofre influência dessas gradativas transformações, pois a competição acirrada reflete nas decisões tomadas e repercute na vida das pessoas quando em situação de trabalho, em especial, no seu comprometimento. Compreender e modificar o comportamento humano no contexto das organizações é uma busca do estudo aprofundado do comprometimento organizacional, este que pode ser explicado como um processo de vínculo do indivíduo com a organização (RIBAS E TRINDADE, 2008).

No intuito da busca contínua para entender o comportamento humano, surge a necessidade de compreender a base que motiva as ações das pessoas, os valores individuais, que permeiam as atitudes e os comportamentos. Visto que estes são convicções básicas de que um modo específico de conduta ou de valores finais é individualmente ou socialmente preferível a um outro modo (ROBBINS, 2002).

Tanto o estudo do comprometimento organizacional como dos valores pessoais, são diversos e complexos, sendo influenciados por múltiplos antecedentes, como a escolaridade que é um dos fatores de maior importância na transformação de uma sociedade e, de acordo com Drucker (2002), a educação influencia diretamente no desenvolvimento da economia. A geração, a sistematização e a difusão do conhecimento desempenham um papel de considerável relevância no

mercado econômico (COLENCI JR, 1992) e a aquisição contínua de conhecimento é a mola propulsora do desenvolvimento (PERUSSI FILHO, 2001).

Neste sentido, sobressai-se a relevância do papel desempenhado pelas instituições de ensino, uma vez que estas são as responsáveis pela disseminação da educação no país. Cruz Júnior (2006) ressalta que o sistema educacional brasileiro, muitas vezes, apenas apresenta as ferramentas gerenciais para seus acadêmicos, não ensinando de que forma elas podem ser aplicadas na prática, restando, assim, uma lacuna de difícil preenchimento.

Por outro lado, Dal Piva, Pilatti e Kovaleski (2005) destacam que já se percebe a movimentação de algumas Instituições de Ensino Superior (IES) no sentido de gerar um ambiente de construção do conhecimento e facilitar a integração entre a academia e o mundo empresarial. Exemplo de iniciativas para potencializar a prática empreendedora durante o processo de formação do indivíduo é o incentivo à formação e ao desenvolvimento das Empresas Juniores (EJ). Tais empresas são compostas por alunos de graduação que realizam projetos e serviços e são assistidos por professores das IES, caracterizando-se como organizações civis, sem fins lucrativos que possuem a finalidade de fomentar o empreendedorismo de seus associados (CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS JUNIORES - CBEJ, 2008).

Dada a importância de incentivo deste tipo de empreendimento, uma vez que elas ajudam a despertar determinadas características e habilidades necessárias para o ingresso de seus membros no mercado de trabalho, bem como a fornecer suporte à formação acadêmica destes, o objetivo deste estudo é verificar se existe relação entre os valores pessoais e o comprometimento organizacional em membros de empresas juniores.

A justificativa para a realização do presente estudo está baseada na idéia de que os valores representam um construto de especial relevância para o entendimento de diversos fenômenos sociopsicológicos. Pesquisas a respeito têm demonstrado sua importância para a explicação, por exemplo, de preconceito, comportamentos anti-sociais, identidade social, bem-estar subjetivo, entre outros (TEIXEIRA, 2008). Da mesma forma, acredita-se ser possível relacionar a teoria dos valores para a explicação do comprometimento organizacional, no contexto específico de ação e atuação das Empresas Juniores.

No desenvolvimento do estudo proposto apresenta-se, inicialmente, o referencial teórico, no qual serão abordados os valores pessoais e o comprometimento organizacional. Essa seção está subdividida em itens que contemplam a compreensão dos valores humanos e o desenvolvimento da teoria funcionalista dos valores. São abordadas, ainda, as denominações do comprometimento organizacional e a multidimensionalidade da terminologia. Na seção seguinte é apresentada a metodologia de pesquisa, a qual explicita a caracterização do estudo, a descrição da amostra e o instrumento utilizado para a coleta de dados. A seguir, apresenta-se os resultados encontrados a partir do desenvolvimento da pesquisa. Por fim, são apresentadas algumas considerações acerca do estudo realizado, limitações e sugestões para pesquisas futuras.

2. Referencial Teórico

Nesta seção serão abordados aspectos pertinentes aos valores pessoais e ao comprometimento organizacional, a fim de fornecer um embasamento teórico a respeito do tema estudado e facilitar o entendimento da aplicação desta pesquisa.

2.1 Valores Humanos

Os valores pessoais representam convicções a respeito do que se considera importante para alcançar objetivos. Eles justificam as opções e escolhas entre o que é bom ou mal, certo ou errado, bonito ou feio, adequado ou inadequado (ZANELLI e SILVA, 2008). Conforme Teixeira (2008), os valores individuais assumem a natureza benevolente dos seres humanos, servindo como padrões gerais de orientação e representando crenças individuais, institucionais e sociais, além de serem parcimoniosos entre si.

A obra de Rokeach (1973), *The nature of human values*, é considerada a base dos estudos na temática de valores. Conforme Gouveia et. al., (2008), a obra reuniu abordagens que suprimiram as aspirações de diversas disciplinas como antropologia, filosofia, sociologia e inclusive a psicologia. Também foi capaz de diferenciar o conceito de valores de outros temas que antes eram de certa forma mal interpretados e tidos como similares, como traços de personalidade e atitudes. Assim, "esse construto conseguiu um espaço importante quando deixou de ser concebido como atributo de um objeto e passou a ser tratado como critério do desejável ou como um tipo de orientação"(TEIXEIRA, 2008). Na obra também foi apresentado o primeiro instrumento de mensuração dos valores pessoais, que demonstrou sua importância ao desenvolver a centralidade no sistema cognitivo das pessoas, reunindo dados sobre seus antecedentes e conseqüentes.

O histórico brasileiro de pesquisas relacionadas a valores envolveu os estudos de Gunther (1981) que validou para a realidade brasileira o instrumento de valores de Rokeach (1973), seguido por Tamayo (1988), que em 1986 pesquisou as numerosas e aparentemente díspares diferenças observadas entre adolescentes, estudantes universitários e adultos. Em seguida, em um estudo internacional, Schwartz e Bilsky (1987) publicaram uma obra sobre a estrutura universal dos valores humanos e, posteriormente, Schwartz ampliou o estudo, formando um grupo de pesquisa em diversos países para validar a teoria dos valores, que apresentou dez tipos motivacionais universais (TAMAYO e PORTO, 2005). Concomitantemente, diversos estudos foram realizados para construir instrumentos que mensurassem os valores individuais (PASQUALI e ALVES, 2004; TAMAYO e SCHWARTZ,1993) e organizacionais (TAMAYO, MENDES e PAZ, 2000; TAMAYO e GONDIM, 1996).

Não obstante, Gouveia (2008) inquieto com os questionamentos que o cercavam a respeito da natureza dos valores, dos métodos utilizados para mensurá-los, das compatibilidades e conflitos que haviam entre si e dos tipos que caracterizam cada um dos valores pessoais, desenvolveu uma

nova teoria, a teoria funcionalista, cuja característica predominante baseia-se no fato que os valores possuem natureza benevolente e compatíveis entre si. A teoria funcionalista dos valores humanos tem sido construída desde meados dos anos 90 e sua abordagem pode ser vista como uma forma de estudar os valores através de uma perspectiva integradora, parcimoniosa e teoricamente fundamentada, não oposta às teorias anteriores, mas complementar. Esta nova visão está caracterizada por quatro suposições centrais, ou seja: (i) natureza humana dos valores (assume somente a natureza benevolente ou positiva dos seres humanos), (ii) valores como princípio guia individual (os valores servem como padrões gerais de orientação para os comportamentos dos indivíduos, não sendo específicos a uma determinada situação, como ocorre com as atitudes), (iii) base motivacional dos valores (esses como representações cognitivas das necessidades humanas) e (iv) valores com caráter terminal (apenas valores terminais são considerados no modelo *Questionário dos Valores Básicos (QVB)*, pois como uma representação cognitiva de necessidades, esses compreendem metas superiores, que vão além de metas imediatas e biologicamente urgentes) (TEIXEIRA, 2008).

A partir destas características, Teixeira (2008, p. 55) denomina valores como:

Conceitos ou categorias sobre estados desejáveis de existência que transcendem situações específicas e assumem diferentes graus de importância, guiando a seleção ou avaliação de comportamentos e eventos e representando cognitivamente as necessidades humanas.

Gouveia (2008) identificou duas funções consensuais dos valores: (1) guiam as ações humanas (*tipo de orientação*) e, (2) expressam suas necessidades (*tipo motivador*). Os valores expressos como guias de comportamentos humanos, primeira função, são identificados pela dimensão funcional denominada tipo de orientação, com três possibilidades: social, central e pessoal. Indivíduos guiados por valores sociais são centrados na sociedade ou têm foco interpessoal; já àqueles guiados por valores pessoais são egocêntricos ou têm um foco intrapessoal. Alguns valores não são completa ou exclusivamente sociais ou pessoais e, assim, ficam classificados como centrais.

A segunda função dos valores é dar expressão cognitiva às necessidades humanas, identificada pela dimensão funcional do tipo de motivador: materialista (pragmático) ou humanitário (idealista). Os valores materialistas são relacionados a idéias práticas e uma ênfase nestes valores indica uma orientação para metas específicas e regras normativas. Por outro lado, os valores humanitários expressam uma orientação universal, baseada em idéias e princípios mais abstratos. Dar importância a valores humanitários é coerente com um espírito inovador e uma mente aberta, indicando depender menos de bens materiais e considerar as pessoas iguais entre si, apreciando suas relações interpessoais.

Com união das duas funções dos valores, seis subfunções específicas são originadas: experimentação, realização, existência, suprapessoal, interacional e normativa. Os três tipos de orientação são representados por duas subfunções cada: social (normativa e interacional), central

(existência e suprapessoal) e pessoal (realização e experimentação). De forma similar, três subfunções representam cada um dos tipos motivadores: materialista (existência, normativa e realização) e humanitário (suprapessoal, interacional e experimentação). Como resultado final, seis grupos são formados: social-materialista, central-materialista, pessoal-materialista, social-humanitário, central-humanitário e pessoal-humanitário.

Em graus diferentes, as seis subfunções dos valores enfatizam o ajuste do indivíduo à sociedade e às suas instituições, mas também acentuam a sobrevivência do indivíduo. Cabe salientar que alguns valores são mais relacionados com a busca de ajustamento social do que outros, especialmente aqueles que dão ênfase à orientação social e ao motivador materialista, isto é, os valores que cumprem a subfunção normativa ou seus tipos motivacionais correlatos, por exemplo, conformidade e tradição (GOUVEIA, 2008).

É importante mencionar que a estrutura das funções e subfunções dos valores tem sido confirmada em amostras transculturais de estudantes e não-estudantes do Brasil, Alemanha, Espanha, Filipinas, Nova Zelândia e Reino Unido, evidenciando a importância dos valores pessoais como base do processo decisório dos comportamentos e atitudes individuais. Para mensurar os valores conforme a teoria funcionalista (GOUVEIA, 2003) foi desenvolvido um questionário estruturado com dezoito perguntas ou valores específicos, sendo três para cada uma das seis funções, denominado Questionário dos Valores Básicos (QVB). Nele, cada valor é avaliado independentemente como um princípio que guia a vida da pessoa, que precisa indicar o quanto o considera importante, em uma escala de resposta com sete pontos, variando de 1 (Totalmente não importante) a 7 (Extremamente importante).

O Quadro 01 sintetiza a estrutura do modelo proposto para a teoria funcionalista dos valores humanos.

SUBFUNÇÕES	CARACTERÍSTICAS	VALORES PRESENTES
Existência	Representada cognitivamente pelas necessidades fisiológicas mais básicas (por exemplo, comer, beber, dormir) e a necessidade de segurança. Ela é compatível com orientações sociais e pessoais dentro do domínio motivador materialista, pois o propósito principal dos valores de existência é assegurar as condições básicas para a sobrevivência biológica e psicológica do indivíduo.	Saúde, sobrevivência e estabilidade pessoal.
Realização	As necessidades de auto-estima são representadas por valores desta subfunção que representa um motivador materialista, mas com uma orientação pessoal. Tais valores se originam de um princípio pessoal para guiar a vida dos indivíduos, enquanto focalizam realizações materiais; a realização pode ser uma exigência para interações sociais prósperas e funcionamento institucional adequado.	Êxito, prestígio e poder.
Normativa	Esta é a terceira subfunção com um motivador materialista, mas tem uma orientação social. A necessidade de controle e as pré-condições imprescindíveis para alcançar todas as necessidades (ou demandas institucionais e sociais) são cognitivamente representadas por valores desta subfunção. Reflete, portanto, a importância de preservar a cultura e as normas convencionais. Endossar valores normativos evidencia uma orientação vertical, na qual a obediência à autoridade é importante.	Tradição, obediência e religiosidade
Suprapessoal	Assim como ocorre com <i>existência</i> , a subfunção suprapessoal tem uma orientação central. Os valores desta subfunção representam as necessidades estéticas e de cognição, bem como a necessidade superior de auto-realização. Valores suprapessoais ajudam a	Conhecimento maturidade e beleza

	organizar e categorizar o mundo de uma forma consistente, fornecendo clareza e estabilidade na organização cognitiva da pessoa.	
Experimentação	Valores desta subfunção representam um motivador humanitário, mas com uma orientação pessoal. A necessidade fisiológica de satisfação, em sentido amplo, ou a suposição do princípio de prazer (hedonismo) é representada por valores desta subfunção. Seus valores contribuem para a promoção de mudanças e inovações na estrutura de organizações sociais.	Sexualidade, prazer e emoção
Interacional	Esta é a terceira subfunção que representa um motivador humanitário, mas sua orientação é social. O destino comum e a experiência afetiva entre indivíduos são acentuados por valores desta subfunção. Representa as necessidades de pertença, amor e afiliação. Tais valores são essenciais para estabelecer, regular e manter as relações interpessoais.	Afetividade, convivência e apoio social

Quadro 01 – Teoria funcionalista dos valores humanos.

Fonte: Teixeira (2008).

A seguir será abordado o tema comprometimento organizacional, cujo objetivo fundamental é esclarecer a essência e o desenvolvimento do vínculo do indivíduo com a organização.

2.2 Comprometimento Organizacional

As últimas décadas foram marcadas pelo interesse crescente de estudiosos sobre a compreensão das bases psicológicas de ligação entre colaborador e organização. A partir da década de 1980, conforme Filenga e Siqueira (2006), surgiu o interesse pelo aprofundamento do estudo do comprometimento organizacional, pois pesquisadores evidenciaram que era uma variável que influenciava o alcance dos objetivos e metas organizacionais.

O comprometimento organizacional pode ser entendido como um estado psicológico que caracteriza a ligação entre indivíduos e organização (MEYER e ALLEN, 1991). Robbins (2002) acrescenta que esse tema pode ser ainda entendido como uma atitude na qual o trabalhador se identifica com a empresa e seus objetivos, desejando manter-se parte dessa organização. Bastos, Brandão e Pinho (1996) acrescentam que o comprometimento pode ser equiparado com sentimentos de auto-responsabilidade por um determinado ato, especialmente se eles são percebidos como livremente escolhidos, públicos e irrevogáveis.

No entender de Morin (2001), o comprometimento organizacional constitui o principal indicador de eficácia de uma empresa, pois relatos de estudos de Eric Trist, a partir da década de 1950, retrataram que a insatisfação dos trabalhadores no setor de minas do Reino Unido era causada menos pelo salário do que pela organização do trabalho. Dessa forma, ele procurou compreender quais fatores influenciavam no comprometimento organizacional.

Mowday, Porter e Steers (1982) foram os precursores do aprofundamento dos estudos de comprometimento organizacional, cabendo salientar dois fatos da obra. Primeiro, que não foi possível chegar a um consenso sobre o conceito do termo, apesar de elencarem dez autores diferentes. E, segundo, foi abordado enfaticamente a dimensão afetiva, diferente dos estudos

atuais que retratam três a quatro dimensões (MEDEIROS E ENDERS, 1998; MEDEIROS et al., 1999). As dimensões demonstram correlatos, como motivação, satisfação, *stress* e envolvimento e, são causadores de conseqüentes, como desempenho, alternativas de trabalho, intenção de procurar outro emprego ou deixar a organização, pontualidade, rotatividade e absenteísmo. (SCHEIBLE, 2004).

Assim, em uma forma de descrever a presença de mais de um componente no comprometimento, alguns autores utilizaram expressões distintas. Mowday, Porter e Steers (1982) denominam de tipologias do comprometimento; Becker (1992) denomina as diversas dimensões como bases do comprometimento; Meyer e Allen (1991) consideram como componentes do comprometimento. Na verdade, todos estão se referindo aos construtos do comprometimento organizacional, utilizado por Medeiros (2003), o qual foi base para o desenvolvimento deste estudo. A seguir são relacionados os componentes do comprometimento organizacional segundo diferentes autores.

Primeiramente, o construto do *Comprometimento Afetivo (AFE)*, trabalhado arduamente no clássico estudo de Mowday, Porter e Steers (1982), enfatiza a natureza afetiva do indivíduo com os objetivos e valores da organização, ressaltando o sentimento de lealdade, o desejo de permanecer e de esforçar-se pela empresa. Os autores salientam que essa dimensão "representa algo além da simples lealdade passiva a uma organização. Ela envolve uma relação ativa, na qual o indivíduo deseja dar algo de si próprio para contribuir para o bem-estar da organização." (MOWDAY, PORTER e STEERS, 1982, p. 27).

O segundo grande enfoque, denominado *Comprometimento Instrumental (INS)*, é visto como a função das recompensas e custos associados, ditas também como conseqüências prévias, impondo limites ou restringindo ações futuras (BASTOS, 1993). O autor ainda exemplifica que os investimentos, sejam eles desenvolvimento de habilidades ou contribuições em benefícios em longo prazo, tornam custoso o abandono do indivíduo da organização.

O terceiro enfoque denomina-se *Comprometimento Normativo (NOR)*, um conjunto de normas internalizadas pelo indivíduo para que ele se comporte de forma congruente aos objetivos e interesses organizacionais (BASTOS, 1993). Weiner e Vardi (1990, p. 300) colaboraram com a caracterização deste enfoque enfatizando que "indivíduos comprometidos apresentam certos comportamentos não por que eles calculam que, em os apresentando, obterão benefícios pessoais, mas por que eles acreditam que é certo e moral fazê-lo".

Em estudo posterior desenvolvido por Medeiros (2003), foi verificada a existência de mais um construto importante a ser analisado quanto ao comprometimento organizacional, denominado de *Comprometimento Afiliativo (AFI)*. Este construto refere-se ao anseio de fazer parte da organização, denotando o sentimento de integração. Dessa forma, estar comprometido afiliativamente exprime um vínculo de coesão, fruto das relações sociais. Destaca-se que o uso de técnicas e cerimônias reforçam o sentimento de fazer parte da empresa, contribuindo positivamente para a coesão do grupo e resultando em maior comprometimento afiliativo (MEDEIROS, 2003).

Assim, o comprometimento organizacional seria composto, de acordo com Medeiros (2003), por quatro construtos: *Comprometimento Afetivo*, *Comprometimento Afiliativo*, *Comprometimento Normativo* e *Comprometimento Instrumental*. Foi este o modelo de comprometimento organizacional utilizado no desenvolvimento desta pesquisa.

3. Método de Pesquisa

Este estudo caracteriza-se como sendo descritivo e quantitativo. Na pesquisa descritiva o pesquisador deve coletar uma série de informações sobre seu objeto de estudo, tendo como principal objetivo informar sobre situações, fatos, opiniões ou comportamentos da população analisada, buscando, assim, mapear a distribuição de um fenômeno (TRIVINÕS, 2007). Já a pesquisa quantitativa é conceituada como uma metodologia que impõe a estrutura pré-determinada ao respondente, diminuindo a heterogeneidade da coleta dos dados e conferindo mais confiabilidade aos resultados (RICHARDSON, 1989). Assim, foi desenvolvida uma *survey*, que consiste em uma estratégia direcionada à descoberta de fatos e à determinação de atitudes e opiniões, além de auxiliar no entendimento de comportamentos, realizando, para tal, avaliação, análise e descrição de uma amostra (BAKER, 2001).

A partir do contato com o Núcleo de Empresas Juniores de Santa Maria (NEJSM), obteve-se acesso às empresas participantes. Apenas uma dentre as cinco empresas-membro não teve disponibilidade para participar da pesquisa. Através dessas EJ's que fazem parte do NEJSM, obteve-se contato com outras três empresas que ainda não estão cadastradas, consultando um total de 119 membros.

O instrumento utilizado para a coleta de dados foi composto por três partes: (1) identificação de aspectos do perfil da amostra investigada (idade, sexo, curso, renda...); (2) verificação de aspectos referentes ao comprometimento organizacional; (3) identificação dos valores pessoais.

A segunda parte do questionário é composta pelo instrumento desenvolvido por Medeiros (2003), constituído de 30 questões e estruturado em escala *Likert* de seis pontos, que varia de "discordo totalmente" a "concordo totalmente". O referido instrumento foi desenvolvido na tese de doutorado do respectivo autor e visa a avaliar se o comprometimento pode ser explicado por um conjunto de dimensões de relações simultâneas e complexas e que se relacionam, na tentativa de explicar o vínculo predominante em um contexto organizacional. A terceira parte é composta por instrumento desenvolvido por Gouveia et al. (2008), constituído por 18 valores pessoais, estruturado em escala *Likert* de sete pontos, que varia de "totalmente não importante" a "extremamente importante".

Inicialmente procedeu-se a uma análise descritiva, cuja finalidade foi traçar o perfil da amostra e verificar o comportamento das variáveis pertencentes aos instrumentos de valores pessoais e comprometimento organizacional através da análise da média, mediana e desvio padrão. Posteriormente, buscou-se identificar a confiabilidade interna para cada construto do

comprometimento organizacional, através do coeficiente *Alpha de Crombach*. Para verificar a relação entre os construtos do comprometimento com os valores pessoais, entre os construtos do comprometimento com eles próprios e entre o *Comprometimento Organizacional* como um todo e os valores pessoais, em geral efetuou-se uma análise de correlação, a qual envolve a mensuração da força de uma relação entre duas variáveis (AAKER, KUMAR e DAY, 2004).

Posteriormente foi aplicada uma análise de regressão, a fim de verificar o comportamento das variáveis de maior significância para a explicação do modelo encontrado, pois verifica as relações entre uma variável métrica dependente e uma ou mais variáveis independentes. Para o modelo de regressão estimado, foram testados os pressupostos de normalidade (Teste KS), autocorrelação (Durbin Watson), multicolinearidade (Tolerância - TOL) e homocedasticidade (Teste Pesaran Pesaran). Para o processamento e análise dos dados foi utilizado o *software "Statistical Package for the Social Sciences- SPSS 10.0"*.

4. Análise de Resultados

Foram consultados 119 membros de 8 empresas juniores da cidade de Santa Maria, no estado do Rio Grande do Sul. Constatou-se que a maioria dos entrevistados (53 %) concentra-se praticamente em duas das oito empresas juniores (Objetiva e Aead). Em relação ao sexo há predominância do gênero feminino (54,6%). Observou-se, também, que 91,7% são gaúchos e apenas 8,3% são naturais de outros estados.

A amostra compõe-se, predominantemente, de indivíduos solteiros (97,5%), com renda média familiar entre R\$ 2.075,01 e R\$ 4.150,00 reais mensais (30,1%), matriculados no turno diurno (89,5%) e no sexto semestre (29,6%). Os quatro primeiros cursos, que concentram a grande maioria dos estudantes da amostra (77,30%) são: Administração (41,7%), Ciências Contábeis (13,9%), Desenho Industrial (13%) e Engenharia Florestal (8,7%). O resultado demonstrou que 54,20% da amostra exerce atividade extra na Universidade, como estágio (16,1%). Além disso, 36,90% dos entrevistados participam da empresa júnior há um período compreendido entre seis e oito meses, dedicando de duas a quatro horas semanais (32,5%).

Em relação às variáveis dos construtos do *Comprometimento Organizacional*, o Quadro 02 constata a percepção compartilhada entre os entrevistados sobre o sentimento de estar comprometido com a organização.

Construtos	Variáveis	Média	Mediana	Desvio Padrão
A F E T I V O	15 - Eu me identifico com a filosofia desta organização.	5,21	5,00	0,76
	16 - Eu concordo com as práticas adotadas pela minha organização.	4,72	5,00	0,91
	17 - Eu acredito nos valores e objetivos desta organização.	5,36	5,00	0,71
	18 - Eu sempre me esforço demasiadamente para que a empresa atinja seus objetivos.	4,90	5,00	0,94
	19 - Eu gostaria de trabalhar nesta empresa por muitos anos.	4,59	5,00	1,23

(AFE)

	20 – Esta organização valoriza os bons princípios.	5,23	5,00	0,81
	Média geral AFE	5,00	-	0,89
A F I L I A T I V C (AFI)	21 – Nesta empresa, eu sinto que faço parte do grupo.	5,06	5,00	0,99
	22 – Eu realmente sinto que nesta empresa somos uma grande família.	4,34	4,00	1,13
	23 – Sinto que sou plenamente integrado a esta empresa.	4,69	5,00	1,03
	24 – Se um dia vier a deixar esta empresa sentirei bastante saudade daqui.	5,19	5,00	0,90
	25 – Fazer parte do grupo é o que me leva a lutar por esta empresa.	4,60	5,00	1,00
	26 – Tenho uma imensa satisfação em fazer parte desta empresa.	5,23	5,00	0,79
	27 – Sinto que meus colegas me consideram como membro da equipe de trabalho.	5,00	5,00	0,92
	28 – Sou reconhecido por todos na empresa como um membro do grupo.	4,81	5,00	1,06
		Média geral AFI	4,86	-
I N S T R U M E N T A L	29 – Para me manter na empresa, procuro sempre fazer o que é esperado de mim.	5,04	5,00	0,81
	30 – Procuro não transgredir as regras aqui, pois assim sempre manterei meu emprego.	4,66	5,00	1,16
	31 – Importante é fazer sempre o trabalho solicitado, não adianta ficar querendo mostrar resultados.	3,10	3,00	1,37
	32 – Se todos fizessem sempre o necessário não haveria demissões na empresa.	3,73	4,00	1,37
	33 – Não gostaria de deixar minha empresa, já investi bastante da minha vida aqui.	3,55	4,00	1,29
	34 – Acredito que esta empresa me dá benefícios que dificilmente encontraria em outro trabalho.	4,26	5,00	1,35
	35 – Esta empresa me dá muitos benefícios que compensam trabalhar aqui.	4,61	5,00	1,09
		Média geral INS	4,13	-
N O R M A T I V O (NOR)	36 – Empregado tem a obrigação de sempre cumprir suas tarefas.	4,47	5,00	1,07
	37 – Uma das coisas mais importantes na empresa é cumprir suas normas e regulamentos.	4,42	5,00	1,05
	38 – O bom desempenho na empresa é uma decorrência de sempre se respeitar suas regras.	4,11	4,00	1,08
	39 – Todo empregado deve buscar atingir os objetivos da empresa.	5,19	5,00	0,76
	40 – O bom empregado deve se esforçar para que a empresa tenha os melhores resultados possíveis.	5,44	6,00	0,67
	41 – Todo empregado deve dedicar-se de corpo e alma a sua empresa.	4,69	5,00	1,05
	42 – Eu me sinto culpado se não consigo realizar bem minhas tarefas.	4,91	5,00	1,19
	43 – Eu tenho obrigação em desempenhar bem minha função na empresa.	5,25	5,00	0,76
	44 – Eu me sinto obrigado a fazer as coisas cada vez melhor aqui na empresa.	4,91	5,00	1,03

	Média geral NOR	4,82	-	0,50
--	------------------------	-------------	----------	-------------

Quadro 02: Média, mediana e desvio padrão referentes aos construtos do comprometimento organizacional.
Fonte: Elaborado pelos autores, com base nos dados da pesquisa.

No construto de *Comprometimento Afetivo* (AFE), a variável com média de maior valor (5,23) está relacionada à percepção positiva da valorização de bons princípios, salientando que a média geral do grupo (5,00) atingiu índice satisfatório de concordância. O construto referente ao *Comprometimento Afiliativo* (AFI) demonstrou maior média (5,23) no que concerne à satisfação em fazer parte da empresa, enfatizando que a média geral do grupo (4,86) é positiva em relação ao ponto médio (3,5) da escala *Likert* adotada. A partir da proximidade dos valores encontrados para as médias e medianas de cada variável do grupo percebe-se a simetria das respostas.

O *Comprometimento Instrumental* (INS) indicou resultados insatisfatórios se comparado com os demais construtos do comprometimento organizacional, dado que as médias das variáveis apresentaram valores baixos e os desvios padrão valores elevados. A maior média (5,04) encontrada, neste grupo, diz respeito à concordância à afirmativa *para me manter na empresa, procuro sempre fazer o que é esperado de mim*. Já a menor média (3,10) demonstra a discordância parcial dos entrevistados em relação à afirmativa *importante é fazer sempre o trabalho solicitado, não adianta ficar querendo mostrar resultados*. Analisando a média geral (4,13) verifica-se que os entrevistados concordam parcialmente com as afirmativas pertencentes ao construto.

A maior média (5,61) do *Comprometimento Normativo* (NOR) demonstra a concordância dos respondentes com a afirmativa de que todo empregado deve buscar atingir os objetivos da empresa. O desvio padrão verificado para essa variável (0,50) é o mais baixo de todos os construtos.

A média, a mediana e o desvio padrão dos valores pessoais são apresentados no Quadro 03.

Variáveis	Média	Mediana	Desvio Padrão
45 - SEXUALIDADE . Ter relações sexuais; obter prazer sexual.	5,02	5,00	1,43
46 - ÊXITO . Obter o que se propõe; ser eficiente em tudo que faz.	6,08	6,00	0,92
47 - APOIO SOCIAL . Obter ajuda quando a necessite; sentir que não está só no mundo.	6,00	6,00	0,9
48 - CONHECIMENTO . Procurar notícias atualizadas sobre assuntos pouco conhecidos; tentar descobrir coisas novas sobre o mundo.	6,02	6,00	1,02
49 - EMOÇÃO . Desfrutar desafiando o perigo; buscar aventuras.	4,82	5,00	1,22
50 - PODER . Ter poder para influenciar os outros e controlar decisões; ser o chefe de uma equipe.	4,64	5,00	1,15
51 - AFETIVIDADE . Ter uma relação de afeto profunda e duradoura; ter alguém para compartilhar seus êxitos e fracassos.	5,92	6,00	1,15
52 - RELIGIOSIDADE . Crer em Deus como o salvador da humanidade; cumprir a vontade de Deus.	4,61	5,00	1,85

53 – SAÚDE. Preocupar-se com sua saúde antes mesmo de ficar doente; não estar enfermo.	5,72	6,00	1,19
54 – PRAZER. Desfrutar da vida; satisfazer todos os seus desejos.	5,7	6,00	0,97
55 – PRESTÍGIO. Saber que muita gente lhe conhece e admira; quando velho receber uma homenagem por suas contribuições.	5,23	5,00	1,16
56 – OBEDIÊNCIA. Cumprir seus deveres e obrigações do dia a dia; respeitar seus pais, os superiores e os mais velhos.	5,55	6,00	1,05
57 – ESTABILIDADE PESSOAL. Ter certeza de que amanhã terá tudo o que tem hoje; ter uma vida organizada e planejada.	5,71	6,00	1,15
58 – CONVIVÊNCIA. Conviver diariamente com os vizinhos; fazer parte de algum grupo, como: social, religioso, esportivo, entre outros.	5,58	6,00	1,03
59 – BELEZA. Ser capaz de apreciar o melhor da arte, música e literatura; ir a museus ou exposições onde possa ver coisas belas.	4,77	5,00	1,16
60 – TRADIÇÃO. Seguir as normas sociais do seu país; respeitar as tradições da sua sociedade.	4,59	5,00	1,31
61 – SOBREVIVÊNCIA. Ter água, comida e poder dormir bem todos os dias; viver em um lugar com abundância de alimentos.	6,01	6,00	1,06
62 – MATURIDADE. Sentir que conseguiu alcançar seus objetivos na vida; desenvolver todas as suas capacidades.	6,35	6,00	0,72
Média geral	5,46	-	0,52

Quadro 03: Média, mediana e desvio padrão das questões referentes às variáveis dos valores pessoais.

Fonte: Elaborado pelos autores, com base nos dados da pesquisa.

Pode-se afirmar que os valores referentes à emoção, ao poder, à religiosidade, à beleza e à tradição são os valores de menor importância segundo os entrevistados. Cabe salientar que o valor correspondente à tradição foi o que apresentou menor média (4,59).

Os valores que dizem respeito à sexualidade, ao prazer, ao prestígio, à obediência, à estabilidade individual, à convivência, à saúde e à afetividade apresentaram média entre 5 e 6 na escala *likert*, correspondendo, respectivamente, a importante e muito importante. Figuraram entre muito importante (6) e extremamente importante (7) os seguintes valores: êxito, apoio social, conhecimento, sobrevivência e maturidade, sendo esta última a que apresentou maior média (6,35).

A seguir, no Quadro 04, verifica-se a análise da consistência interna dos construtos do comprometimento organizacional. Para a avaliação da confiabilidade dos construtos foram calculados os *Alphas de Crombach*. Conforme Hair et al. (2005), a consistência interna do construto, para que seja considerada satisfatória, deve possuir os valores iguais ou superiores a 0,6.

Comprometimento Organizacional	Variáveis Originais	Alfa Inicial	Variáveis Excluídas	Alfa Final
Afetivo (AFE)	15,16,17,18,19,20	0,7492	-	0,7492
Afiliativo (AFI)	21,22,23,24,25,26,27,28	0,8652	-	0,8652
Instrumental (INS)	29,30,31,32,33,34,35	0,6819	-	0,6819
Normativo (NOR)	36,37,38,39,40,41,42,43,44	0,3615	39	0,6203
Comprometimento (CO)	Todas as variáveis acima	0,7980	-	0,7980

Quadro 04: *Alphas de Cronbach* iniciais e finais dos construtos do comprometimento organizacional.

Fonte: Elaborado pelos autores, com base nos dados da pesquisa.

Todos os construtos resultaram em índices aceitáveis de *Alpha de Cronbach*, com exceção do grupo referente ao *Comprometimento Normativo*. Para validar o respectivo construto foi necessário excluir uma variável (39). Verificada a consistência, cada construto foi obtido a partir da média das variáveis originais.

A fim de verificar a existência de relação entre as dimensões do comprometimento organizacional com os valores pessoais, calculou-se o coeficiente de correlação de *Pearson*, disposto no Quadro 05.

CORRELAÇÕES	AFE	AFI	INS	NOR	CO
SEXUALIDADE	0,156	0,123	0,031	0,287**	0,193*
ÊXITO	0,161	0,046	0,031	0,327**	0,180
APOIO SOCIAL	0,079	0,208*	0,079	0,212*	0,204*
CONHECIMENTO	-0,005	0,038	-0,086	0,216*	0,054
EMOÇÃO	0,023	0,169	0,029	0,112	0,122
PODER	0,152	0,111	0,002	0,188*	0,147
AFETIVIDADE	0,009	0,028	0,009	0,145	0,066
RELIGIOSIDADE	0,069	0,052	0,032	0,132	0,087
SAÚDE	0,057	0,062	-0,072	0,144	0,063
PRAZER	0,096	0,126	0,108	0,244**	0,195*
PRESTÍGIO	0,266**	0,219*	0,096	0,318**	0,292**
OBDIÊNCIA	0,272**	0,267**	0,175	0,364**	0,359**
ESTABILIDADE PESSOAL	0,169	0,009	-0,002	0,315**	0,152
CONVIVÊNCIA	0,196*	0,373**	0,062	0,154	0,281**
BELEZA	0,033	0,169	0,081	0,128	0,146
TRADIÇÃO	0,210*	0,143	-0,002	0,133	0,157
SOBREVIVÊNCIA	0,085	-0,002	0,032	0,106	0,065
MATURIDADE	0,018	0,119	-0,001	0,226*	0,131
AFETIVO (AFE)		0,717**	0,276**	0,333**	0,748**
AFILIATIVO (AFI)			0,444**	0,352**	0,854**
INSTRUMENTAL (INS)				0,318**	0,706**
NORMATIVO (NOR)					0,665**

** Correlação é significativa a 0,01

* Correlação é significativa a 0,05

Quadro 05 – Matriz de correlação entre os construtos do comprometimento organizacional e os valores pessoais.

Fonte: Elaborado pelos autores, com base nos dados da pesquisa.

A maior correlação positiva encontrada entre os construtos do comprometimento organizacional e dos valores pessoais foi entre o valor convivência e o construto *Afiliativo* (0,373). Este resultado vai ao encontro da teoria proposta por Medeiros (2003), a qual denota que o

Revista Gestão.Org – 8 (2):245-264 – Mai/Ago 2010

Comprometimento Afiliativo é fruto dos vínculos das relações sociais em uma organização, enquanto o valor convivência é centrado no sentido de identidade, indicado pela idéia de pertencer a grupos sociais e conviver com vizinhos.

O *Comprometimento Normativo* foi, dentre os construtos, aquele que obteve correlação com maior número de valores pessoais. Enquanto os comprometimentos *Afetivo* e *Afiliativo* apresentaram correlação com apenas quatro valores, o *Comprometimento Normativo* se correlacionou, de forma significativa, com dez valores pessoais, dentre os quais o que apresentou correlação mais significativa foi *Obediência* (0,364).

Prestígio e *Obediência* foram os dois únicos valores que apresentaram correlação com os construtos *Afetivo*, *Afiliativo* e *Normativo* concomitantemente. Já o *Comprometimento Instrumental* não apresenta correlação com nenhum valor pessoal, resultado este que pode advir do fato de que os membros das empresas juniores não são remunerados, sendo o trabalho compreendido por eles como uma espécie de voluntariado. A teoria denomina que o vínculo do indivíduo com a organização através do custo-benefício é a essência do *Comprometimento Instrumental* (BASTOS, 1993).

A internalização dos valores (AFE), o sentimento de pertencer ao grupo (AFI) e o cumprimento das normas da organização (NOR), estão ambos relacionados aos valores *prestígio* (importância do contexto social, como ter uma imagem pública reconhecida) e *obediência* (importância de cumprirem-se os deveres e as obrigações diárias, além das normas da sociedade) (TEIXEIRA, 2008).

Entre os construtos do comprometimento organizacional, a maior correlação encontrada foi entre o *Comprometimento Afetivo* e o *Afiliativo* (0,717). Esse valor revela a relação forte e positiva existente entre estes grupos, evidenciando que o vínculo dos indivíduos com a organização centrada nas relações sociais (AFI), está relacionado a internalização dos valores e objetivos da organização (AFE), conforme a abordagem de Medeiros (2003).

De um modo geral, na última coluna do Quadro 5, verifica-se a ocorrência de correlações positivas e fracas entre o comprometimento geral e cada um dos valores pessoais (das 18 correlações, apenas 6 são significativas). Por outro lado, todos os construtos do comprometimento apresentaram correlação positiva e forte, com o *Comprometimento Organizacional* (CO) geral, sendo que a maior correlação verificada foi com o construto *Afiliativo* (0,854). Esse resultado evidencia que o desejo de afiliação, no sentido de integrar-se e sentir-se parte da organização, é o que tem maior relação positiva com o comprometimento organizacional como um todo.

Para avaliar a influência dos valores pessoais no comprometimento organizacional foram estimados modelos de regressão (Quadro 06). Nesse estudo, foi utilizado como método de estimação o *stepwise*, o qual evidencia apenas as variáveis significativas.

Variável Dependente	Constante		Obediência		Prestígio		Convivência		R ²	Teste F	
	Valor	Sig	Coef.	Sig	Coef.	Sig	Coef.	Sig		Valor	Sig
Afetivo (AFE)	3,712	0,000	0,221	0,018	0,213	0,023			0,101	7,277	0,001
Afiliativo (AFI)	2,502	0,000			0,264	0,000	0,402	0,000	0,194	14,440	0,000
Normativo (NOR)	3,791	0,000	0,281	0,003					0,070	9,486	0,003
Comprometimento (CO)	2,955	0,000	0,222	0,017	0,243	0,007	0,237	0,009	0,186	9,850	0,000

Quadro 06 – Valores da constante, coeficiente Beta, significância, coeficiente de determinação ajustado (R²) e Teste F para os modelos de Regressão.

Fonte: Elaborado pelos autores, com base nos dados da pesquisa.

A partir da análise de regressão rodada com as variáveis independentes (valores pessoais) e com as variáveis dependentes (construtos do comprometimento e comprometimento geral) pelo método linear, constatou-se que todos os modelos existem, pois através da análise das variâncias (ANOVA) os resultados encontrados para o Teste F foram significativos. O R² ajustado nos casos apresentados explicam o modelo em, respectivamente, 10,1% (AFE), 19,4% (AFI), 7% (NOR) e 18,6% (CO). Dessa forma, estruturou-se as seguintes equações (Quadro 07):

Equações do modelo de regressão	
Afetivo =	3,712 + 0,221 Obediência + 0,213 Prestígio + e
Afiliativo =	2,502 + 0,402 Convivência + 0,264 Prestígio + e
Normativo =	3,791 + 0,281 Obediência + e
Comprometimento =	2,955 + 0,222 Obediência + 0,243 Prestígio + 0,237 Convivência + e

Quadro 07 – Equações do modelo de regressão.

Fonte: Elaborado pelos autores com base nos dados da pesquisa.

Constata-se que Prestígio e Obediência apresentam pesos equivalentes para o construto *Afetivo*, bem como Obediência, Prestígio e Convivência para o construto *Comprometimento Organizacional*. Já no construto *Afiliativo*, a Convivência tem peso superior ao Prestígio, sendo esta a que melhor explica esta dimensão.

A verificação da autocorrelação, da normalidade, da homocedasticidade e da multicolinearidade do modelo são apresentadas no Quadro 08, através dos testes de Durbin Watson, KS (Kolmogorov-Smirnov), Pesaran Pesaran e Tol (Tolerância).

Variável dependente	Durbin Watson	KS	Pesaran	Tol
		sig	sig	
AFE	1,0802	0,0656	0,061	0,944
AFI	1,854	0,65	0,129	0,987
NOR	2,121	0,07	0,666	
CO	1,922	0,707	0,897	0,88

Quadro 08 – Testes dos pressupostos do modelo.
Fonte: Elaborado pelos autores, com base nos dados da pesquisa.

Verifica-se que os resíduos não são autocorrelacionados, tendo em vista que os resultados encontrados para todos os modelos, no teste Durbin Watson, ficaram dentro dos parâmetros estipulados. Além disso, para verificar o pressuposto da normalidade foi utilizado o teste KS, a partir do qual constatou-se que os erros encontrados para as variáveis são normais, visto que todos apresentam significância superior a 0,05. O pressuposto da homocedasticidade foi constatado através do teste Pesaran Pesaran. Os resultados obtidos demonstram que os erros são homocedásticos para todas as variáveis, já que apresentaram significância superior a 0,05. Já a ausência de multicolinearidade entre as variáveis foi verificada através da Tolerância (valores maiores que 0,10), indo ao encontro da teoria.

5. Considerações Finais

Este estudo objetivou verificar se existe relação entre os valores pessoais e o comprometimento organizacional em membros de empresas juniores de Santa Maria. Para tanto, realizou-se uma pesquisa quantitativa junto a 119 integrantes de oito empresas juniores. O perfil predominante dos entrevistados compõe-se por jovens do sexo feminino, com idade média de 21 anos, solteiros, matriculados no turno diurno do sexto semestre de graduação.

Apenas seis das dezoito correlações apresentadas entre os valores pessoais e o comprometimento organizacional foram consideradas significativas e, mesmo assim, muito baixas, contrariando a hipótese central desta pesquisa. Ressalta-se que os valores Prestígio e Obediência foram os únicos a se correlacionar com todos os construtos do comprometimento, inclusive com o *Comprometimento Organizacional* como um todo. Já as correlações entre os construtos do comprometimento foram positivas e significativas, corroborando com a ideia de que o comprometimento organizacional apresenta diversas dimensões, que podem contribuir para sua explicação, uma vez que a associação entre os fatores não é perfeita.

Dentre os valores que apresentaram maior correlação (Prestígio e Obediência, seguidos de Convivência e Apoio Social) com o construto do *Comprometimento Organizacional*, verificou-se que são aqueles que estão relacionados com características grupais, com exceção do Prestígio, e que, por outro lado, os valores que apresentaram menor correlação (sexualidade e prazer) com o *Comprometimento Organizacional* foram aqueles que estão ligados a características individuais.

Prestígio é uma meta motivacional pessoal e, por outro lado, Obediência é uma meta motivacional social. Desta forma, o individual e o coletivo estão sendo confrontados através dos resultados obtidos neste estudo, evidenciando um contraponto no que diz respeito à motivação do comportamento humano. Relacionando a necessidade humana materialista dos valores Prestígio e Obediência, com a tipologia (Individual/Coletiva) é possível inferir que o Prestígio é a busca

egocêntrica através de metas específicas e que a Obediência é a busca de metas específicas através do cumprimento das normas da sociedade ou da organização.

Nenhum dos modelos obtidos, apesar de atenderem aos pressupostos estatísticos, apresentou alto grau de explicação, indicando que os valores estudados não contribuem expressivamente para o entendimento do comprometimento dos membros com as empresas juniores. Resultado semelhante foi encontrado por Finegan (2000), que verificou não existir efeito significativo dos valores pessoais sobre comprometimento organizacional.

Ressalta-se, em função dos resultados encontrados neste estudo, que os modelos utilizados sobre os valores pessoais e o comprometimento organizacional devem ser replicados em contextos diferentes para uma análise mais profunda a cerca da existência de relação entre eles.

Referências

- AAKER, D.; KUMAR, V.; DAY, G. **Pesquisa de marketing**. São Paulo: Atlas, 2004.
- BAKER, M. Selecting a research methodology. **The Marketing Review**, v. 1, p. 373-397, 2001.
- BASTOS, A. Comprometimento organizacional: um balanço dos resultados e desafios que cercam essa tradição de pesquisa. **Revista de Administração de Empresas**, v. 33, p. 52-64, maio/jun. 1993.
- BASTOS, A.; BRANDÃO, M.; PINHO, A. Comprometimento organizacional: explorando este conceito entre servidores de instituições universitárias. In: **Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós- Graduação em Administração - ENANPAD**. Rio de Janeiro, v. 9, p. 289-310, 1996.
- BECKER, T. Foci and bases of commitment: are they distinctions worth making? **Academy of Management Journal**, v. 35, n. 1, p. 232-244, 1992.
- CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS JUNIORES. CBEJ, 2008. Disponível em: <<http://www.brasiljunior.org.br>>. Acesso em: 01/12/2008.
- COLENCI JR, A. **Um estudo de sistematização da tecnologia de fixação por parafusos de alta resistência, no caso brasileiro**. 1992. Tese (Doutorado em Engenharia Mecânica) – Universidade de São Paulo, São Carlos, 1992.
- CRUZ JUNIOR, J. *et al.* Empreendedorismo e educação empreendedora: confrontação entre a teoria e prática. **REVISTA UFSC - Revista de Ciências da Administração**, v.8, n.15, 2006.
- DAL PIVA, A.; PILATTI, L.; KOVALESKI, J. Desenvolvimento organizacional: uma contribuição dos acadêmicos que atuam na Empresa Junior da FADEP. In: IX SIMPÓSIO INTERNACIONAL PROCESSO CIVILIZADOR - TECNOLOGIA E CIVILIZAÇÃO, 2005, **Anais...** Ponta Grossa, 2005.
- DRUCKER, P. **Inovação e espírito empreendedor**: prática e principio. São Paulo: Pioneira Thompson, 2002.
- FILENGA, D.; SIQUEIRA, M. O impacto de percepções de justiça em três bases de comprometimento organizacional. **RAUSP**, v. 41, p. 431-441, 2006.
- FINEGAN, J. The impact of person and organizational values on organizational commitment. **Journal of Occupational and Organizational Psychology**, n. 73, p. 149-169, 2000.
- GOUVEIA, V. et al. Teoria funcionalista dos valores humanos. In: TEIXEIRA, M. **Valores humanos e gestão**: novas perspectivas. 2. Ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008.

- GOUVEIA, V. A natureza motivacional dos valores humanos: evidências acerca de uma nova tipologia. **Estudos em Psicologia**, v. 8, n. 3, 2003. Disponível em: <<http://www.scielo.br>>. Acesso em: 03 Mar. 2009.
- GUNTER, H. Uma tentativa de traduzir e adaptar a escala de valores de Rokeach para uso no Brasil. **Arquivos Brasileiros de Psicologia**, v. 33, p. 58-72, 1981.
- HAIR, J. et al. **Fundamentos de Métodos de pesquisa em administração**. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- MEDEIROS, C.; ENDERS, W. Validação do Modelo de conceitualização de três componentes do comprometimento organizacional. **RAC - Revista de Administração Contemporânea**, v.2, n.3, p. 67-87, set./dez, 1998.
- MEDEIROS, C. **Comprometimento organizacional**: um estudo de suas relações com características organizacionais e desempenho nas empresas hoteleiras. 2003. 166f. Tese (Doutorado em Administração) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2003.
- MEDEIROS, C. et al. Três (ou quatro?) componentes do comprometimento organizacional. In: **Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós- Graduação em Administração – ENANPAD**. Foz do Iguaçu – CD-ROM, 1999.
- MEYER, J.; ALLEN, N. A three component conceptualization of organizational commitment. **Human Resource Management Review**, v. 1, n. 1, p. 61-89, 1991.
- MORIN, E. Os sentidos do trabalho. **RAE**, v. 41, n.3, p.8-19, 2001.
- MOWDAY, R.; PORTER, L.; STEERS, R. **Employee organization linkages**: a psychology of commitment, absenteeism and turnover. New York: Academic Press, 1982.
- PASQUALI, L. ALVES, A. Validação do Portraits Questionnaire - PQ de Schwartz para o Brasil. **Avaliação Psicológica**. v.3, n. 2, p.73-82, Porto alegre, nov. 2004. Disponível em: <<http://pepsic.bvs-psi.org.br/scielo>> Acesso em: 14/10/2008.
- PERUSSI FILHO, S. **Uma avaliação da contribuição das cooperações universidade-empresa e inter-empresas para a competitividade das empresas industriais do pólo tecnológico de São Carlos**. 2001. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) -Escola de Engenharia de São Carlos (EESC), São Carlos, 2001.
- RIBAS, F.; TRINDADE, L. Comprometimento Organizacional: Um estudo Qualitativo Sob a Percepção dos Líderes. In: **XII Simpósio de Ensino Pesquisa e Extensão - SEPE**, 2008.
- RICHARDSON, R. **Pesquisa Social**: métodos e técnicas. 2.ed. São Paulo: Atlas, 1989.
- ROBBINS, S. **Fundamentos do comportamento organizacional**. São Paulo: Prentice-Hall, 2002.
- ROKEACH, M. **The nature of human values**. New York: Free Press, 1973.
- SCHEIBLE, A. **Comprometimento no trabalho**: um estudo de caso de suas relações com desempenho e prática de gestão. Dissertação (Mestrado Profissional em Administração) – Escola de Administração da Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2004.
- SCHWARTZ, S.; BILSKY, W. Toward a universal psychological structure of human values. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 53, p. 550-562, 1987.
- TAMAYO, A. Autoconcepto, sexo y estado civil. **Acta Psiquiátrica y Psicológica de América Latina**, v. 32, p. 207-214, 1986.
- TAMAYO, A. Influência do sexo e da idade sobre o sistema de valores. **Arquivos Brasileiros de Psicologia**, 38, 91-104, 1988.
- TAMAYO, A.; GONDIM, M. Escala de valores organizacionais. **RAUSP**, v. 31, n. 2, p. 62-72, 1996.
- TAMAYO, A.; MENDES, A.; PAZ, M. Inventário de valores organizacionais. **Estudos de Psicologia**, v.5, n.2, Jul./Dez., 2000. Disponível em: <<http://www.scielo.br>>. Acesso em: 14 Out. 2008.

TAMAYO, A; PORTO, J. (Orgs). **Valores e comportamento nas organizações**. Rio de Janeiro, RJ: Editora Vozes, 2005.

TAMAYO, A.; SCHWARTZ, S. Estrutura motivacional dos valores. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, v. 9, p. 329-348, 1993.

TEIXEIRA, M. (Org.). **Valores humanos e gestão**: novas perspectivas. São Paulo: Editora Senac, 2008.

TRIVIÑOS, A. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 2007.

WEINER, Y.; VARDI, Y. Relationships between organizational culture and individual motivation – a conceptual integration. **Psychological Reports**, v. 67, p.295-306, 1990.

ZANELLI, J.; SILVA, N. **Interação humana e gestão**: a construção psicossocial das organizações de trabalho. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2008.