

EMPREENDEDORISMO E VALORES HUMANOS: UM ESTUDO CONCEITUAL

Luciano Vignochi¹, Álvaro Guillermo Rojas Lezana², Luciane Camilotti³

Artigo recebido 29/05/2013. Aprovado em 09/02/2014.

RESUMO

O objetivo principal deste artigo foi identificar conceitos de valores humanos em publicações científicas sobre empreendedorismo. Não há um único conceito de valores humanos, gerando diversas abordagens e aplicações do termo em estudos sobre empreendedorismo. Para identificar diferenças conceituais e aplicações práticas, optou-se por realizar uma análise de conteúdo em um portfólio de artigos selecionados em bases de dados. O principal critério de seleção das publicações foi aderência ao tema. Os resultados mostram que valores podem ser definidos como: critérios de julgamento da realidade; aspectos abstratos, cognitivos e afetivos ou características determinantes da personalidade e do comportamento de empreendedores. Valores influenciam a sobrevivência do indivíduo, o crescimento do empreendimento e podem nivelar a congruência do empreendedor e seu propósito de empreendimento com os critérios de convivência social. Ainda foram discriminados resultados de estudos aplicados com vistas a destacar evidências de contribuições práticas de pesquisas sobre valores humanos em empreendedorismo. Futuras investigações para aprofundar e replicar as análises realizadas neste estudo podem contribuir com a formação de empreendedores, a realização de diagnóstico empresarial e com avanços para a consolidação um modelo de desenvolvimento de empresas baseado em valores humanos.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Valores humanos. Personalidade Empreendedora.

Esta obra está licenciada sob uma Licença *Creative Commons Attribution 3.0*.

1 Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). lvignochi1@gmail.com

2 Professor Doutor no programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). alvaro.lezana@ufsc.br

3 Doutora em engenharia da Produção. Professora nas Faculdades SENAI/SC. lcamilotti@gmail.com.

ENTREPRENEURSHIP AND HUMAN VALUES: A CONCEPTUAL STUDY

ABSTRACT

The main objective of this paper was to identify concepts of human values in scientific publications on entrepreneurship. There is no single concept of human values, generating various approaches and applications of the term in studies of entrepreneurship. To identify conceptual differences and practical applications, it was decided to conduct a content analysis on a portfolio of selected articles in databases. The main criterion for selection of publications was adherence to the theme. The results show that values can be set as criteria for judging the reality; abstract aspects, cognitive and affective characteristics and determinants of personality and behavior of entrepreneurs. Values influence the survival of the individual, the growth of the enterprise and can leverage the congruence of the entrepreneur and the purpose of undertaking with the criteria of social coexistence. Still, results were discriminated applied studies in order to highlights evidences of practical contributions to research on human values in entrepreneurship. Future investigations to deepen and replicate analyzes performed in this study may contribute with training of entrepreneurs, business diagnosis and advances to consolidate a model of enterprise development based on human values.

Keywords: Entrepreneurship. Human values. Entrepreneurial personality

The content of GESTÃO.Org is licensed under a Creative Commons Attribution 3.0 license.

1. INTRODUÇÃO

O objetivo principal deste artigo é identificar conceitos de valores humanos em publicações científicas sobre empreendedorismo. Diversos são os conceitos e as definições sobre valores humanos, o que gera diferentes abordagens e aplicações do termo em estudos sobre empreendedorismo. Entretanto, há um eixo central: o consenso de que valores são determinantes do comportamento humano. As razões pelas quais alguns indivíduos comportam-se de modo empreendedor têm relação com determinados valores que os motivam a aproveitar oportunidades (MARTENS; FREITAS, 2008). Valores são conceitos relevantes na compreensão das convicções dos indivíduos para o alcance de seus objetivos. Portanto, seu estudo pode contribuir no desenvolvimento da formação e da prática empreendedora (GOUVEIA, 2009; RODRIGUES et al., 2010). Assim, podem auxiliar na compreensão da motivação humana para atividades empreendedoras.

Ao estudar valores humanos enquanto características da personalidade empreendedora, observa-se que as decisões do empreendedor são pautadas na solução de um conflito entre estes e suas necessidades (SCHWARTZ; BILSKY, 1987; HEMINGWAY, 2005; DE MORI et al., 2004; MARTES, 2010). O resultado deste conflito irá determinar os comportamentos, atitudes e pautar o grau de risco que o empreendedor está disposto a correr para realizar seu empreendimento. No âmbito da organização, os valores representam os princípios individuais e coletivos que balizam as ações da empresa (GIBB, 2002; HAMINGHWAY, 2005; FERNANDEZ; SANTOS, 2008). Portanto, influenciam as decisões dos empreendedores tanto na vida pessoal, quanto nos processos decisórios inerentes ao empreendimento.

Para formar empreendedores, é preciso conhecer seus valores com o objetivo de favorecer seu crescimento (LIMA-FILHO et al., 2009; ARTUSO et al., 2012). Nestes artigos, pressupõe-se que as decisões do empreendedor em sua experiência pessoal e empresarial baseiam-se em valores os quais podem, inclusive, determinar o futuro da organização por ele empreendida.

Além do valor do trabalho, valores econômicos e sociais, também, são considerados importantes na formação do empreendedor e contribuem com a

adequação do perfil ao negócio (PARDINI; SANTOS, 2008). Valores humanos podem nortear métodos de ensino que estimulem a iniciativa, a autoconfiança, a persistência, a independência, o senso de oportunidade, a praticidade, a assertividade, a criatividade, a liderança e o prazer de vender ideias.

Conforme dados do *Global Entrepreneurship Monitor* (XAVIER et al., 2012), o comportamento empreendedor cria novos valores para o mercado e renova o ambiente de negócios. Segundo este relatório (XAVIER et al., 2012), aspirações, atitudes e atividade empreendedora movem o desenvolvimento econômico e social tendo como base os valores sociais. O aprendizado sobre criação de valores econômicos e sociais deve ocorrer de modo integrado para favorecer o desenvolvimento global da sociedade.

A partir de publicações identificadas nas bases de dados *Scopus*, *Web of Knowledge Scielo* e *Google Acadêmico*, foi realizada uma análise de conteúdo. Verificaram-se onde e como diversos conceitos de valores humanos têm sido aplicados em estudos sobre empreendedorismo. Para tanto, foram criadas as seguintes categorias de análise: ano, autores, descrição do conceito, aplicação e resultados alcançados. Por meio destes procedimentos foi possível esclarecer diferenças conceituais e delinear aplicações na área de empreendedorismo para a expressão **Valores Humanos**.

O artigo é composto, primeiro, pela presente introdução. A seguir, está a seção pertinente ao referencial teórico, ou seja, trata do tema Valores Humanos e Empreendedorismo. A terceira seção descreve a metodologia utilizada para o levantamento e análise dos dados. A quarta apresenta e discute os resultados da pesquisa bibliográfica. Por último, estão registradas as considerações finais do artigo e apresentados os créditos para as referências bibliográficas utilizadas.

Espera-se que este estudo venha a contribuir tanto com a formação de empreendedores, quanto com o diagnóstico e o desenvolvimento de empresas com base em valores humanos. Compreender o fenômeno da influência dos valores na ação empreendedora pode suportar a criação de novas ferramentas que auxiliem na formação de empreendedores. Ainda, pode auxiliar no direcionamento para ações adequadas aos valores cultivados por estes em consonância com o meio em que estão inseridos.

2. CONCEITOS DE VALORES HUMANOS EM EMPREENDEDORISMO

É difícil reconhecer a legitimidade conceitual do termo valores, pois este é definido com referência a outros constructos com significados próprios, constituindo-se em um constructo interdisciplinar (GOUVEIA, 2003). Há, portanto, necessidade de explorar os diversos conceitos de valores e procurar compreendê-los em relação a sua própria origem.

Os aspectos mentais, cognitivos, comportamentais e a concepção de valores com base em pré-condições sociais requeridas para a satisfação das necessidades humanas parecem ser elementos que contribuem para melhor compreender o assunto (GOUVEIA, 2003). Sendo assim, valores operam como critérios para orientar o comportamento humano, no sentido de evitar a predominância de necessidades individuais em situações onde a harmonia social possa ser ameaçada.

Os estudos sobre valores humanos têm suas raízes na axiologia, um campo da filosofia. Suas origens podem ser encontradas nos ensinamentos de Sócrates, Platão e Aristóteles sob a forma de virtude ética (HEMINGWAY, 2005). De acordo com o levantamento efetuado por Hemingway (2005) em obras clássicas da filosofia, valores podem ser descritos como: (a) aspectos mentais que definem uma boa vida para si e os outros; (b) padrões de conduta resultantes de recompensas, privação ou castigo recebidos especialmente dos pais, que definem o eu, a sobrevivência e podem ser modificados através da experiência.

Para Lima-Filho et al. (2009) e Artuso et al. (2012) jovens empreendedores podem enfrentar desafios e incertezas do mundo empresarial, apoiados em valores advindos da família e, assim, obter o sucesso. Segundo os autores (LIMA-FILHO et al., 2009; ARTUSO *et al.*, 2012), o valor pelo trabalho é condicionante para a sucessão empresarial, iniciando na família e devendo ser aprimorado nas escolas e cursos de formação profissional. A proximidade com o ambiente empresarial pelas conversas em família, vivência cotidiana e o convívio com amigos empresários contribuem para que o jovem absorva valores ligados ao empreendedorismo.

Williams (1968) considera que os valores têm aspectos cognitivos, afetivos e direcionais que, quando conceituados, tornam-se critérios de preferência, julgamento e escolha. Para Schwartz e Bilsky (1987, p. 551) “valores são representações cognitivas de três tipos de necessidades humanas universais: biológicas com base no organismo, interacionais sociais como requisitos para a coordenação interpessoal e demandas sociais institucionais para o bem-estar e a sobrevivência do grupo”. Schwartz (1992) sintetizou as principais características, que segundo ele, estão implícitas nas concepções postuladas por diversos teóricos e pensadores como segue: (1) valores são crenças ligadas à emoção e, portanto estão vinculados a aspectos subjetivos. (2) valores consistem em um constructo motivacional, pois são vinculados às metas pretendidas pelas pessoas; (3) valores são abstratos porque vão além de atos, normas e situações específicas; (4) valores orientam a seleção de ações, eventos, políticas, isto é, servem como padrões ou critérios de julgamento e (5) valores são ordenados por prioridades individuais, ou seja, há um sistema de prioridade de valores os quais são hierarquizados e distinguem as normas dos atos dos indivíduos.

Ainda, Schwartz (1992), desenvolveu uma escala com dez tipos de valores e seus respectivos impactos na motivação do ser humano. A escala supõe a influência dos valores na motivação e diferenças individuais quanto à escolha de valores para direcionar suas ações. Os valores, no modelo de Schwartz (1992), podem ser classificados em quatro categorias: abertura à mudança (criatividade, liberdade e vida excitante), auto-transcendência (justiça social, igualdade e prestatividade), autoaprimoramento (prazer, sucesso, ambição, autoridade e saúde) e conservadorismo (obediência, humildade, devoção e ordem social). Estes valores possuem diferentes objetivos motivacionais: auto-orientação, estimulação, hedonismo, realização, poder, segurança, conformidade, tradição e benevolência.

Dobricki (2011) aplicou a escala de Schwartz (1992) em um grupo de agricultores suíços e comparou os resultados com a população geral e gestores de pequenas empresas daquele país. Os agricultores apresentaram a maior pontuação na conservação, seguida por auto-transcendência, autoaprimoramento, e, por último, abertura à mudança. Ainda, foi verificado que valores ligados à auto-

transcendência nos agricultores estão relacionados à preocupação com a preservação ambiental.

Para Empinotti (1994) crenças, preferências, aversões, predisposições internas e julgamentos compõem os valores de um indivíduo e determinam sua visão de mundo. Uma tipologia de valores distribuídos em seis grandes categorias foi estabelecida por Empinotti (1994). São elas: (1) valores existenciais os quais são relacionados à vida, saúde, lazer, alimentação, trabalho e economia, por exemplo; (2) valores estéticos, relacionados à percepção e interpretação de estímulos sensoriais; (3) valores intelectuais ligados ao reconhecimento e à ação sobre a realidade, por exemplo, o uso do conhecimento; (4) valores morais referentes aos princípios, normas e regras de convívio social; (5) valores religiosos como aqueles ligados a rituais e escolhas religiosas e, (6) o valor supremo que é Deus.

A importância de valores na concepção de Empinotti (1994) para a formação de empreendedores é destacada por Pardini e Santos (2008). Para os autores, é possível estimular o empreendedorismo por meio da indução de atividades inovadoras capazes de agregar valores econômicos e sociais.

Para Gouveia et al. (2008), valores humanos podem ser entendidos por meio das funções a que servem. Assim, são determinantes do desenvolvimento de diferentes características de personalidade e determinam comportamentos. Os autores (GOUVEIA et al., 2008) desenvolveram uma tipologia para correlacionar valores humanos com vocação pessoal e identificar formas de atuação profissional compatíveis com atributos de personalidade. Foi encontrado no estudo que o empreendedor é uma pessoa geralmente enérgica, agradável, dominadora, ambiciosa, falante, otimista e autoconfiante. Conforme o estudo, estas características de personalidade são sustentadas por valores relacionados a poder, realização e universalismo.

Schumpeter (1982) enfatizou a competência empreendedora dos empresários e atribuiu-lhes o status de mola propulsora do desenvolvimento econômico. Esta posição teórica abriu caminho para compreensão dos fatores determinantes do comportamento empreendedor. Schumpeter (1982, p. 58), definiu os empresários como “um tipo especial e o seu comportamento um problema especial”, além de atribuir-lhes a qualidade de força motriz da economia. Para o autor, o

empreendedor produz desenvolvimento por meio da destruição criativa que lhe permite inovar. Aos empresários, Schumpeter (1982) também creditou a função de executarem mudanças no ciclo econômico ao fazerem uso da competência empreendedora. Esta é transmitida pela herança, pela educação e pela pressão do ambiente (SCHUMPETER, 1982).

Smith (1937) argumentou que, na ação empreendedora, cada indivíduo pretende o seu próprio ganho e, por consequência, pode terminar promovendo o ganho da sociedade. O empreendedor é, então, alguém que visa produzir dinheiro para si e acaba por gerar riqueza e desenvolvimento para uma nação. Portanto, a ética e a função social da empresa podem não ser intencionais por parte do empreendedor no início do negócio, quando ele quer satisfazer suas necessidades básicas para sobreviver (ALLINSON, 1998). Ao longo do tempo, a ética se faz necessária por uma imposição social, algo para além do lucro empresarial. Segundo Allinson (1998), a empresa cumprir funções sociais implica em criar algum valor social, para gerar receita ao empreendedor. Neste sentido, a ética empresarial pode ser tomada como utilitarista.

Para Freud (1933), o modo como o indivíduo irá julgar a realidade e atribuir-lhe valores é transmitido de geração em geração, modelando a forma como sua consciência moral se manifestará na fase adulta. As imposições do ambiente em relação ao modelo assimilado pelo indivíduo irão demandar-lhe comportamentos, ou seja, ações baseadas na sua avaliação a respeito da realidade. Isto também define diversas tipologias de personalidade.

Bruna Jr. et al. (2010) estudaram a influencia de características comportamentais dos empreendedores ao lidarem com desafios e oportunidades ao longo do ciclo de vida dos empreendimentos. Esses autores destacam o papel dos valores como requisitos influentes na compatibilidade entre a pessoa do empreendedor e o negócio, percebendo que valores, assim como as necessidades do empreendedor, devem ser satisfeitos através de investimento de tempo e capital em um empreendimento (BRUNA JR. et al., 2010).

Por outro lado, De Mori et al. (2004), alertam que as decisões em relação ao empreendimento necessitam ser tomadas em consonância com os valores vigentes na época. Eles definem as aspirações do empreendedor em relação à vida pessoal,

à empresa e à sociedade. E, neste aspecto, os valores éticos têm peso importante. As decisões do empreendedor são respostas ou comportamentos valorados em relação às suas necessidades (DE MORI et al., 2004). Empreendedores que não priorizam valores éticos ou morais, por exemplo, tendendo a decidir baseados em suas necessidades e interesses, em detrimento dos valores.

Martes (2010) refere-se ao empreendedor como um ser que conjuga racionalidade econômica e autointeresse por meio de valores modernos que o tornam diferente de um capitalista. Para tanto, baseia-se nos estudos prévios de Schumpeter (1982). O estudo de Martes (2010), também está alinhado com os achados de Bruna Jr. et al. (2010). Segundo esta pesquisa, a empresa é uma fonte de recursos financeiros para que o empreendedor tenha acesso a padrões direcionados por valores econômicos. Ainda, segundo Bruna Jr. et al. (2010), valores estéticos, intelectuais, morais e os ritos organizacionais cumprem papel relevante ao longo do ciclo de vida da empresa, dando suporte à sobrevivência e à competitividade.

Nguyen e Nguyen (2008) em um estudo realizado com empresários vietnamitas encontraram que valores intelectuais e honestidade, por exemplo, são percebidos como mais importantes quando o negócio é bem-sucedido. Além disso, liberdade e autorrespeito foram destacados como valores fundamentais para estes empresários, considerando-se os conflitos passados naquele país. Estas observações podem estar denotando a relevância de valores relacionados a aspectos culturais quando se trata de estudos focados em nações.

Para Hemingway (2005) o fenômeno da Responsabilidade Social Empresarial pode, além de ser movida pela economia, ter resultado da moralidade social orientada por valores pessoais. Desta forma, Hemingway (2005) defende que os valores pessoais podem diferenciar os empreendedores do setor privado ou público dos chamados empreendedores sociais. Valores pessoais orientados para o coletivo, o respeito mútuo e a interação social são característicos deste tipo de empreendedor.

No Modelo de Ciclo de Vida para Empreendimentos Sociais desenhado por Vasconcelos e Lezana (2012), a ação social empresarial está alicerçada em valores de ordem da consciência moral. Os valores sociais com vistas ao desenvolvimento

de liberdades substantivas para a transformação social são o principal critério de referência em empreendimentos sociais.

Nesta seção, observou-se como a literatura sobre valores humanos e empreendedorismo é repleta de conceitos podendo gerar diversas interpretações. Verificou-se, também, uma estreita relação entre os valores do empreendedor, suas características de personalidade, comportamentos e a modalidade de organização por ele empreendida. Além disso, a literatura analisada permite compreender a vida organizacional quando relaciona valores com comportamento empreendedor e modalidade de empreendimento.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Quanto ao tema investigado, a pesquisa é de natureza teórica. Em relação ao conteúdo, enquadra-se como um estudo teórico, pois analisa conceitos e dados oriundos de outros estudos já publicados sobre o assunto. Quanto aos objetivos, é exploratório e descritivo, uma vez busca informações específicas e características do que está sendo estudado (GIL, 2008). Para a análise dos dados, foi utilizada a técnica de Análise de Conteúdo (BARDIN, 2011). Esta técnica facilita o recorte da informação desejada através da divisão do conteúdo em categorias e a condensação textual. A análise dos dados tem caráter qualitativo, uma vez que visa compreender como se chegou aos resultados (MIGUEL, 2012).

Os estudos que compõem o portfólio de estudos analisados foram encontrados nas bases de dados *Scopus*, *Web of Knowledge Scielo* e *Google Acadêmico*. Assim, contemplaram-se uma base de dados nacional e outras duas internacionais. A primeira, *Web of Science*, é uma base multidisciplinar que indexa somente os periódicos mais citados em suas respectivas áreas. *Scopus* é o maior banco de dados de citações de literatura científica revisada por especialistas. A *Scientific Electronic Library Online (SciELO)* é uma biblioteca eletrônica que abrange uma coleção selecionada de periódicos científicos brasileiros. O *Google Scholar* permite pesquisar literatura acadêmica de forma abrangente e conforme sua relevância. Para a busca, utilizaram-se os termos “*enterpr**” and “*human values*”.

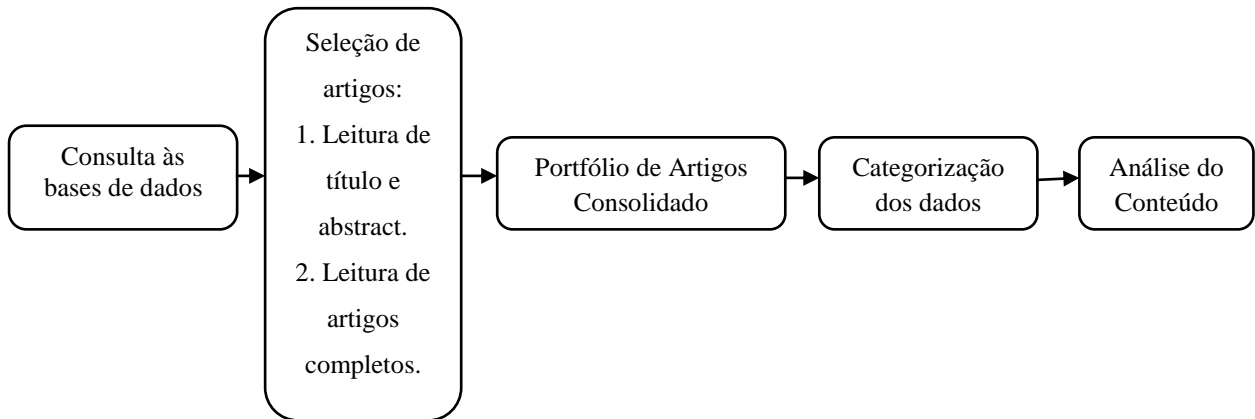
Foram selecionados somente artigos e revisões teóricas por se tratarem de publicações criteriosamente avaliadas pelos pares do meio acadêmico. As publicações são oriundas de periódicos nacionais e internacionais. Não houve corte temporal. O processo de busca nas três bases de dados resultou em 37 artigos.

A seleção teve como critério principal a aderência ao tema Valores Humanos e Empreendedorismo. Houve, portanto, um critério de seleção baseado no foco de pesquisa dos autores, ou seja, no interesse de pesquisa dos mesmos. Observou-se o potencial de contribuição e o nível de conexão do artigo ao objetivo principal da pesquisa (VIANNA et al. 2011): identificar conceitos de valores humanos em estudos sobre empreendedorismo. Ainda, considera-se relevante a influência da capacidade analítica e aspectos subjetivos como a interpretação por parte dos pesquisadores (NEVES, 1996; CRESWELL, 2009; BARDIN, 2011; DENZIN; LINCOLN, 2011) no processo de seleção e análise de artigos. Para a análise dos dados optou-se por discriminar categorias (BARDIN, 2011; MIGUEL, 2012), com vistas a identificar conceitos de valores humanos em publicações científicas sobre empreendedorismo. O processo de seleção resultou em um portfólio com 19 artigos aderentes ao tema, os quais foram analisados.

Criou-se uma estrutura de análise composta pelas seguintes categorias: ano, autores, descrição do conceito, aplicação e resultados alcançados. Supõe-se que identificar implique - no caso deste estudo - em discriminar, associar e verificar aplicações de conceitos de valores humanos em publicações científicas da área de empreendedorismo. Durante a análise dos dados, procurou-se estabelecer conexões entre os estudos conceituais sobre valores e suas aplicações em modelos, metodologias e práticas relacionadas com o empreendedorismo. Portanto, há uma dimensão associativa a qual define uma complementaridade entre os agrupamentos semânticos (BARDIN, 2011) estabelecidos de acordo com o objetivo deste estudo. Assim, levantaram-se os diferentes conceitos de valores humanos, suas aplicações em estudos sobre empreendedorismo e os resultados das mesmas. Uma síntese destes conceitos é desenhada, posteriormente, a partir da interpretação dos resultados da pesquisa.

O Fluxograma¹ mostra os procedimentos metodológicos empregados na pesquisa bibliográfica do presente estudo:

Fluxograma1- Procedimentos Metodológicos



Fonte: Autores

A seguir, são apresentados os dados levantados nos estudos selecionados com sua respectiva análise. Posteriormente, é desenvolvida uma discussão dos resultados da investigação bibliográfica.

4. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Os resultados pertinentes aos estudos aplicados podem indicar limites e possibilidades para sua generalização e contribuir com o estabelecimento de um modelo para a melhoria de empreendimentos. A seguir, apresenta-se os resultados da presente investigação teórica:

Quadro1 - Apresentação dos Resultados

Ano	Autor	Conceito de valores humanos	Aplicação	Principais Resultados
1933	Freud	Valores como critérios de julgamento da realidade que compõem a consciência moral da pessoa.	Vasconcelos e Lezana (2012) - Modelo de Ciclo de Vida para Empreendimentos Sociais.	Ações sociais das empresas estão vinculadas a valores da ordem da consciência moral visando liberdade substantiva.
1968	Williams	(Valores como critérios cognitivos, afetivos e direcionais) de preferência, julgamento e escolha.	Compõe o conceito de valores postulado por Schwartz e Bilsky (1987) e Schwartz (1992).	São critérios para discriminar as categorias de valores de Schwartz e Bilsky (1987) e Schwartz (1992).
1987 1992	Schwartz Schwartz e Bilsky	Valores como representações abstratas, subjetivas e cognitivas das necessidades humanas universais (biológicas, interacionais sociais e institucionais) os quais determinam a motivação dos indivíduos.	Desenvolveram uma escala supondo a influência dos valores na motivação e diferenças individuais quanto à escolha de valores para direcionar suas ações. Dobricki (2011) aplicou o modelo de Schwartz em um grupo de agricultores suíços e comparou com a população e gerentes de pequenas empresas.	Satisfação no trabalho, comprometimento organizacional, confiança nas instituições e dilemas éticos estão entre as variáveis comportamentais relacionadas a prioridades em relação a valores e podem ser testados entre os diversos tipos de personalidade e culturas. Maior pontuação na conservação, seguido por auto-transcendência, autoaprimoramento, e, por último, abertura à mudança.
1994	Empinotti	Valores como crenças, preferências, aversões, predisposições internas e julgamentos que determinam a visão de mundo dos indivíduos.	Allinson (1998) retoma a questão dos valores éticos no empreendedor pela ótica utilitarista, conforme os princípios de Smith (1937). De Mori et al. (2004): identificação dos valores como características dos empreendedores.	O empreendedor visa primeiro, o lucro. Inicialmente a ética e a função social são consequências indiretas da ação empreendedora. Os valores éticos declarados pela empresa são fruto de uma imposição social. O empreendedor baseia-se em valores econômicos dentre outros valores vitais para garantir sua sobrevivência através do empreendimento.

Ano	Autor	Conceito de valores humanos	Aplicação	Principais Resultados
			<p>Valores são conceitos importantes para a formação de empreendedores (PARDINI; SANTOS, 2008).</p> <p>Nguyen e Nguyen (2008): análise de empreendimentos em países segundo valores intelectuais, e culturais.</p> <p>Lima-Filho et al. (2009), Artuso et al. (2012) destacam a transmissão do valor do trabalho (valor existencial) na sucessão de empreendimentos familiares.</p> <p>Bruna Jr et al. (2010): valores como requisitos influentes na compatibilidade entre a pessoa do empreendedor e o negócio.</p> <p>Martes (2010): considera valores vitais em sua análise da pessoa do empreendedor segundo os postulados de Schumpeter (1982).</p>	<p>É possível estimular o empreendedorismo por meio da indução de atividades inovadoras, capazes de agregar valores econômicos e sociais.</p> <p>Os valores culturais determinam a postura do empreendedor frente ao negócio e à nação.</p> <p>O valor do trabalho transmitido no seio de famílias empreendedoras contribui com o enfrentamento de desafios e incertezas e influencia para na obtenção do sucesso de jovens empreendedores.</p> <p>Identificar valores do empreendedor auxilia na composição do negócio adequado e possibilita negociar com os valores vigentes em ambientes específicos.</p> <p>O empreendedor diferencia-se do capitalista na medida em que a empresa é um meio para atender aos padrões vitais conforme suas necessidades.</p>
2005	Hemingway	Valores como aspectos mentais manifestos na conduta que definem o eu, a sobrevivência, os quais são transmitidos por meio da educação e podem ser modificados pela experiência.	<p>Os valores pessoais podem diferenciar os empreendedores privados ou públicos dos empreendedores sociais.</p> <p>O sucesso de empreendedores é influenciado por valores transmitidos no seio familiar (LIMA-FILHO, et al.)</p>	<p>Empreendedores sociais tendem a ser orientados em maior grau por valores coletivos de pertencimento ao grupo e respeito às normas comunitárias e sociais.</p> <p>O discurso do jovem empreendedor é otimista, a história de vida valoriza a independência e a necessidade de garantir seu futuro, conduzindo seu próprio</p>

Ano	Autor	Conceito de valores humanos	Aplicação	Principais Resultados
				caminho.
2008	Gouveia et al.	Valores como atributos determinantes de diferentes tipos de personalidade e seus respectivos comportamentos.	Tipologia para correlacionar valores humanos com vocação pessoal e identificar formas de atuação profissional compatíveis com atributos de personalidade.	O empreendedor é uma pessoa geralmente enérgica, agradável, dominadora, ambiciosa, falante, otimista e autoconfiante. Estas características de personalidade são sustentadas por valores relacionados a poder, realização e universalismo.

Fonte: Autores

Ordenaram-se os dados com a intenção de mostrar como, ao longo do tempo, vêm sendo aplicados os conceitos de valores humanos em estudos de empreendedorismo de acordo com os autores. O Quadro1 foi criado considerando a interpretação dos autores do presente artigo em relação a como os diferentes conceitos foram aplicados, uma vez que muitos estudos não explicitam este critério diretamente. Ainda, observou-se a incidência de poucos estudos aderentes ao tema, o quê limitou a análise pretendida.

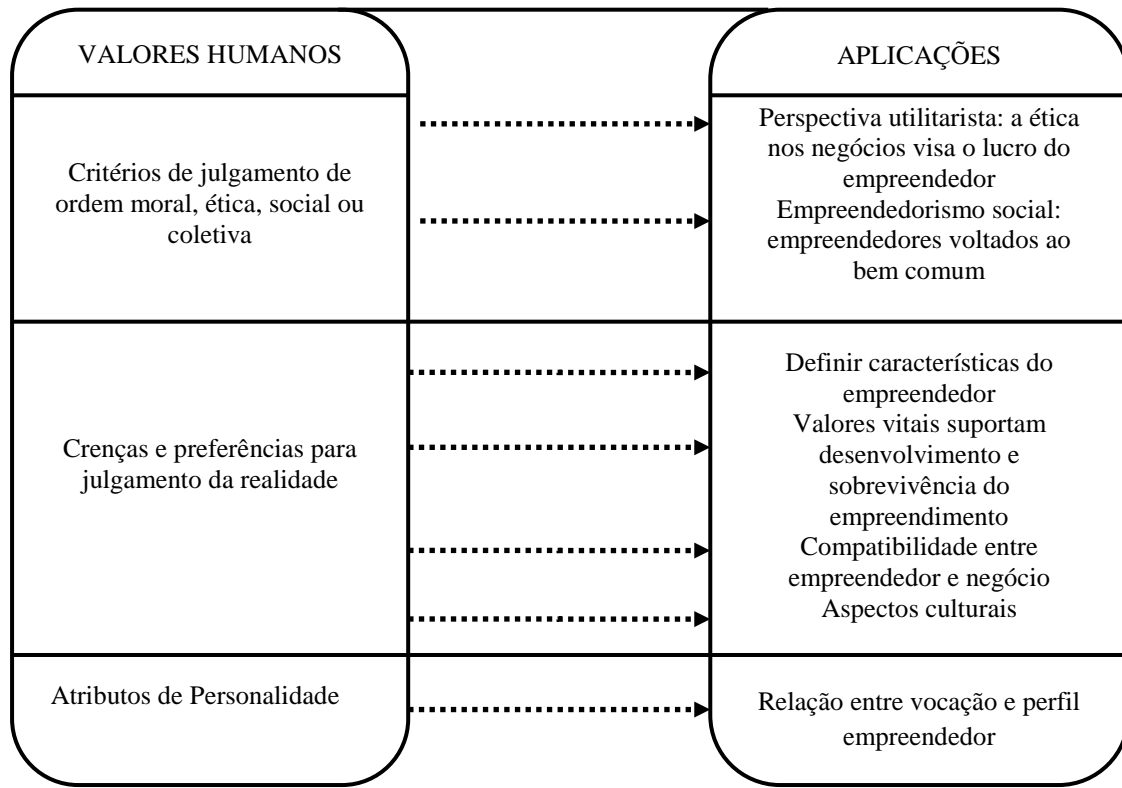
Conforme o Quadro1, valores podem ser considerados: critérios de julgamento moral (FREUD, 1933); critérios de julgamento de ordem cognitiva, afetiva e direcional (WILLIAMS, 1968); representações abstratas e cognitivas de ordem biológica, social e institucional (SCHWARTZ 1992; SCHWARTZ; BILSKY, 1987); critérios de julgamento determinantes da visão de mundo do indivíduo (EMPINOTTI, 1994); critérios para a definição do eu e da sobrevivência transmitidos na educação e mutáveis conforme as experiências de vida (HEMINGWAY, 2005) e atributos determinantes da personalidade e do comportamento humano (GOUVEIA et al., 2008). Nestes conceitos encontram-se relações com a personalidade do indivíduo e o seu respectivo comportamento. Em três incidências, a definição de valores como critérios de julgamento da realidade pode ser aplicada (FREUD, 1933; WILLIAMS, 1968; EMPINOTTI, 1994). Valores, ainda, são associados às necessidades do indivíduo, tais como sua sobrevivência (SCHWARTZ; BILSKY, 1987; SCHWARTZ, 1992) e podem ser modificados pela experiência do indivíduo (HEMINGWAY, 2005), alterando seus comportamentos frente à realidade. Quanto ao papel da

experiência, observa-se que o sucesso de jovens empreendedores é positivamente influenciado pela transmissão de valores favoráveis ao empreendedorismo no ambiente familiar (LIMA-FILHO et al., 2009; ARTUSO et al., 2012). Isto atua de modo favorável em processos de sucessão e aumenta as chances do empreendimento ser bem sucedido.

O critério da experiência (HEMINGWAY, 2005) pode ter implicações importantes para o campo do empreendedorismo concernentes às habilidades do empreendedor de, por exemplo, reavaliar seus critérios de julgamento da realidade ao longo da vida do seu empreendimento. Os aspectos de formação da consciência moral (FREUD, 1933) são fundamentais na medida em que o empresário necessita ser flexível o suficiente para tomar decisões relativas ao empreendimento conforme valores adequados ao estágio em que a organização se encontra. Em um estágio inicial é possível que valores vitais (EMPINOTTI, 1994) ligados à sobrevivência e à economia sejam cruciais (BRUNA Jr. et al., 2010). Em estágios de crescimento mais acelerado é possível que valores intelectuais (EMPINOTTI, 1994) para criação de departamentos e ferramentas de administração sejam critérios adequados ao empreendimento, por exemplo (BRUNA Jr. et al., 2010).

Com relação à aplicação dos conceitos encontrados na pesquisa bibliográfica pode-se observar que: (1) valores como critérios de julgamento de ordem moral, ética, social ou coletiva são vistos pela perspectiva utilitarista ou associados a empreendimentos de caráter social; (2) valores enquanto crenças e preferências para julgamento da realidade são aplicados em estudos para definir características do comportamento empreendedor, o papel dos valores vitais como suporte para o desenvolvimento e sobrevivência do empreendimento, a compatibilidade entre o empreendedor e o negócio, ou aspectos relacionados à cultura de uma nação e (3) valores enquanto atributos de personalidade podem auxiliar na relação entre vocação e perfil empreendedor. Assim, observam-se aplicações conforme a especificidade dos estudos levantados no portfólio de artigos investigados. A Figura1 ilustra os diferentes conceitos identificados a partir da literatura pesquisada e suas respectivas aplicações em estudos sobre empreendedorismo:

Figura1- Conceitos de valores humanos e aplicações em estudos de empreendedorismo



Fonte: Autores

Quanto aos resultados dos estudos pode-se dizer que: (1) valores éticos são considerados uma imposição social; empreendedores sociais tendem a definir o negócio com base em valores de ordem da boa convivência social, da coletividade e do bem comum; (2) valores como critérios abstratos, coletivos e afetivos tendem a direcionar a identificação da personalidade empreendedora, a satisfação com o trabalho e questões institucionais e, (3) os aspectos da personalidade empreendedora são orientados por valores relativos ao desejo de poder, realização pessoal e a uma visão de mundo universalista. A Figura 2 sintetiza os resultados dos estudos investigados para este artigo:

Figura 2 - Conceitos aplicados e respectivos resultados

CONCEITOS APLICADOS		RESULTADOS
Valores Éticos	<p>→</p> <p>→</p>	<p>A ética nos negócios é uma imposição social</p> <p>Empreendedores sociais tendem a orientar suas ações em valores de ordem comunitária</p>
Valores como critérios abstratos, coletivos e afetivos	<p>→</p>	<p>Definem a personalidade, o comportamento e relação do indivíduo com fatores institucionais como satisfação com o trabalho, comprometimento e confiança</p>
Valores relativos ao desejo de poder, realização pessoal e visão universalista	<p>→</p>	<p>São elementos marcantes da personalidade empreendedora</p>

Fonte: Autores

Os critérios de relação entre conceitos, aplicações e resultados encontrados nos estudos pesquisados apontam para possível estruturação de análises mais aprofundadas entre as considerações apontadas neste artigo. É provável que futuras pesquisas para aprofundar a análise proposta neste estudo e verificar a viabilidade da replicação dos procedimentos metodológicos efetuados possam dar origem a um modelo estruturado para diagnosticar e contribuir com o crescimento, a sobrevivência e a sustentabilidade de empreendimentos.

A seguir, serão apresentadas as considerações finais do estudo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo principal deste artigo foi identificar conceitos de valores humanos em publicações científicas sobre empreendedorismo. Foi suposto que as decisões o empreendedor em sua experiência pessoal e empresarial baseiam-se em valores os quais podem, inclusive, determinar o futuro da organização por ele empreendida.

Para atingir o objetivo principal foi realizada uma análise de conteúdo em um portfólio de 19 publicações identificadas nas bases de dados *Scopus*, *Web of Knowledge*, *Scielo* e *Google Acadêmico*. Verificaram-se onde e como diversos conceitos de valores humanos têm sido aplicados em estudos sobre empreendedorismo. Para tanto, foram criadas categorias de análise descritas na seção sobre procedimentos metodológicos.

Os resultados, sem suma, podem ser descritos assim: (1) não há consenso sobre conceito de valores humanos na literatura consultada; (2) valores determinam a personalidade e o comportamento humano; (3) valores ligados à sobrevivência, economia, poder, realização e universalismo podem servir como base para o desenvolvimento personalidade empreendedora; (4) valores culturais abordam temáticas relacionadas a empreendedorismo em nações; (5) valores sociais caracterizam o empreendedorismo social e, (6) a experiência do indivíduo pode alterar sua concepção de valores favorecendo a análise e o desenvolvimento do perfil empreendedor.

Espera-se que este artigo tenha contribuído para a formação de empreendedores, o diagnóstico e o desenvolvimento de empreendimentos baseados em valores humanos. O número reduzido de estudos aderentes ao tema limitou as análises. Pesquisas futuras com vistas a verificar a replicabilidade dos procedimentos metodológicos propostos neste estudo podem contribuir com a criação de um modelo estruturado que relacione valores humanos com empreendedorismo.

REFERÊNCIAS

ALLINSON, R. E. Ethical values as part of the definition of business enterprise and part of the internal structure of the business organization. **Journal of Business Ethics**, n.17, v. 9-10, p. 1015-1028, 1998.

ARTUSO, S. B.; SUTTER, M. B., KRAKAUER, P. V. de C.; POLO, E. F.; ALMEIDA, M. I. R. de. The influences on business students to become entrepreneurs. **African Journal of Business Management**, v.6, n. 42, p. 10616-10624, 2012.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BRUNA Jr., E. D.; ENSSLIN, S. R., ENSSLIN, L. ; LEZANA, A. G. R. ; GARCIA, J. R. Um diagnóstico organizacional com base no ciclo de vida das empresas e características dos empreendedores. **Revista CAP**, n. 04, v.4, p. 23-31, 2010.

CRESWELL, J. W. **Research Design: qualitative, quantitative and mixed methods approaches**. 3a. ed. London: Sage, 2009;

DE MORI, F. (org.); TONELLI, A.; LEZANA, A. G. R.; GUILHON, P. T. **Empreender: identificando, avaliando e planejando um novo negócio**. Florianópolis: Escola de Novos Empreendedores, 2004.

DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. **The SAGE Handbook of Qualitative Research**. 4a. ed.London: SAGE Publications, 2011.

DOBRICKI, M. Basic human values in the Swiss population and in a sample of farmers. **Swiss Journal of Psychology**. n.70, v. 3, p. 119-127, 2011.

EMPINOTTI, M. **Valores a serviço da Pessoa Humana**. Porto Alegre: Edipuc, 1994.

FERNANDES, V. D. H. ; SANTOS, C. P. Orientação empreendedora: um estudo sobre as consequências do empreendedorismo nas organizações. **RAE-eletrônica**, v. 7, n. 1,,2008.

FREUD, S. **New Introductory Lectures on Psycho-analysis**. Hogarth Press, 1933.

GIBB, A. In pursuit of a new 'enterprise' and 'entrepreneurship' paradigm for learning: creative destruction, new values, new ways of doing things and new combinations of knowledge. **International Journal of Management Reviews**, v.4, n. 3, p. 233-269, 2002.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6. ed.São Paulo: Atlas,2008.

GOUVEIA, V. V.; MEIRA, M.; GUSMÃO, E. E., da S.; SOUZA FILHO, M. L.; SOUZA, L. E. C. Valores humanos e interesses vocacionais: um estudo correlacional. **Psicologia em Estudo**, v. 13, n. 3, p. 603-611, 2008.

GOUVEIA,V. V. A natureza motivacional dos valores humanos: evidências acerca de uma nova tipologia. **Estudos em Psicologia**, v. 8, n. 3, p. 431- 443, 2003.

HEMINGWAY, C. Personal values as a catalyst for corporate social entrepreneurship. **Journal of Business Ethics**,v. 60, p. 233-249, 2005.

LIMA-FILHO; D. O.; SPROESSER, R. L.; MARTINS, E. L. C. Empreendedorismo e Jovens Empreendedores. **Revista de Ciências da Administração**, v. 11, n. 24, p. 246-277, 2009.

MARTES, A. C. B. Weber e Schumpeter: a ação econômica do empreendedor. **Revista de Economia Política**, vol. 30, n. 2, p. 254-270, 2010.

MARTENS, C. D. P.; FREITAS, H. Orientação empreendedora nas organizações e a busca de sua facilitação. **Revista Gestão.org**, v.6, n.1, p. 90-108, 2008.

MIGUEL, P. A. C.(org.). **Metodologia de Pesquisa em Engenharia de Produção e Gestão da Produção**. Rio de Janeiro: Elsevier /ABEPRO, 2012.

NEVES, J. L. Pesquisa Qualitativa: características, usos e possibilidades. **Cadernos de Pesquisa em Administração**, v.1, n.3, 1996.

NGUYEN, H-H. D.; NGUYEN N. T. Examining personal values and entrepreneurial motives of vietnamese entrepreneurs in the 21st century: two empirical studies. **African and Asian Studies**, v. 7, n. 2-3, p.141-171, 2008.

PARDINI, D. J.; SANTOS, R. V. Empreendedorismo e interdisciplinaridade: uma proposta metodológica no ensino de graduação. **Revista de Administração da FEAD**, v.5, 2008.

RODRIGUES, C. M. C.; VIEIRA, K. M., RIBAS, F. T. T., ARRUDA, G. S. de., CATARINA G. M. F. S. Relação entre valores pessoais e comprometimento organizacional: O caso das empresas juniores de Santa Maria. **Revista Gestão.org**, v. 8, n. 2, p. 245-264, 2010.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. São Paulo: Nova Cultura, 1982. Tradução de Maria Sílvia Possas.

SMITH, A. **An Inquiry Into the Nature and Causes of the Wealth of Nations**. New York: Modern Library, 1937.

SOUZA, L. E. C. Valores Humanos e Interesses Vocacionais: um estudo correlacional. **Psicologia em Estudo**, v. 13, n. 3, p. 603-611, 2008.

SCHWARTZ, S. H. Universals in the content of values: theoretical advances and empirical tests in 20 countries. **Advances in Experimental Social Psychology**, v.25, p.1-19,1992.

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

VASCONCELOS, A. M. de; LEZANA, A. G. R. Modelo de ciclo de vida de empreendimentos sociais. **Rev. Adm. Pública**, v. 46, n.4, p.1037-1058, 2012.

VIANNA, W. B.; ENSSLIN, L.; GIFFHORN, E. A integração sistêmica entre pós-graduação e educação básica no Brasil: contribuição teórica para um "estado da

arte“. **Revista Ensaio: Avaliação em Políticas Públicas Educacionais.**, v.19, n. 71,2011.

WILLIAMS, R. M.,. Values. In: E. Sills (Ed.), **International encyclopedia of the social sciences**. New York: Macmillan, 1968.

XAVIER, S. R.; KELLEY, D. ;KEW, J.; HERRINGTON, M.;VORDERWULBECKE, A. **Global Entrepreneurship Monitor: 2012 Global Report**. Global Entrepreneurship Association (GEA), 2012.