

VALORES ORGANIZACIONAIS E INDIVIDUAIS: AUTO-RELATOS DE FUNCIONÁRIOS DE GRANDES E MÉDIAS EMPRESAS DO VALE DO PARAÍBA PAULISTA ¹

Ana Cláudia de Almeida²

Marilsa de Sá Rodrigues Tadeucci³

Ana Regina Ferreira⁴

Nancy Julieta Inocente³

Resumo

Os valores são os critérios utilizados pelas pessoas para avaliar ações, indivíduos e eventos sociais ou organizacionais. Além disso, os valores representam não somente as necessidades individuais, mas também as exigências e demandas culturais internas e externas. Desta forma este trabalho se propõe a analisar os valores organizacionais de empresas de médio e grande porte do vale do Paraíba paulista a partir da percepção dos funcionários. O estudo foi um levantamento com características exploratórias descritivas. A amostra contou com a participação de 80 funcionários com os pré-requisitos de estarem trabalhando na empresa por um período mínimo de um ano e o critério foi o da acessibilidade. O tamanho da amostra possibilitou o tratamento estatístico geral. A coleta de dados foi realizada através de dois instrumentos: Escala de Valores Relativos ao Trabalho (EVT), elaborada por Tamayo e Porto em 2003, e o Inventário de Valores Organizacionais (IVO), elaborado por Tamayo, Mendes e Paz em 2000. Com base nos dados analisados, pode-se perceber que os funcionários estão em busca de um ambiente que ofereça segurança e estabilidade, uma organização que ele possa se fixar sem receios de perder o emprego, já que precisam suprir materialmente suas necessidades pessoais. Valorizam mais o bom relacionamento na empresa e a realização profissional do que obter uma posição de influência dentro da empresa. Isto pode significar que estão mais voltados em alcançar a satisfação pessoal, atuando na área em que sente prazer, do que realizar atividades que não lhe agradem, apenas por prestígio pessoal.

Palavras-chave: Valores; Valores relativos ao trabalho; Valores organizacionais.

ORGANIZATIONAL AND INDIVIDUALS VALUES: EMPLOYEES` REPORT FROM BIG AND MEDIUM SIZED COMPANIES FROM VALE DO PARAIBA

Abstract

Values are the criteria used by people to evaluate actions, individuals and social or organizational events. Besides that, values represent not only individuals necessities but also internal and external cultural requirements and demands. At this way, this work purposes to analyze the organization values from small, medium and large size companies from Vale do Paraíba from employees` perception. The study was a survey with described exploited characteristics. The sample was formed by 80 employees and the pre-requirements were they had to be working at the company for at least 1 year. The criterion utilized was the accessibility one. The size of the sample permitted the general statistics treatment. The collection of data was done thru two tools: Relative Value to work Scale (EUT) elaborated by Tamayo and Porto in 2003 and the Organizational Inventory Values (IVC) elaborated by Tamayo, Mendes and Paz in 2000. Based on analyzed data, it can be noticed that employees are seeking for a safety and established environment and for an organization that provides them the security of not being fired, so that, they need to support their personal necessities. They value more a good relationship in the company and a professional achievement than obtaining an influential position inside the company. This means they are more worried about having a personal satisfaction working in the field they feel themselves realized, than doing activities that don't provide them pleasure.

Key words: Value; Value related to work; Organizational value.

¹ Contribuição técnica ao 64º Congresso Anual da ABM, 13 a 17 de julho de 2009, Belo Horizonte, MG, Brasil.

² Psicóloga - Universidade de Taubaté.

³ Doutor – Universidade de Taubaté.

⁴ Mestranda – Universidade de Taubaté.

1 INTRODUÇÃO

Apesar dos valores das pessoas não serem objeto de observação direta, a maioria dos autores concorda em afirmar que os valores orientam e guiam a vida das pessoas. Existe um grande e continuado esforço dos cientistas para explicar os determinantes diretos e indiretos do comportamento humano.

Os valores são os critérios utilizados pelas pessoas para avaliar ações, indivíduos e eventos sociais ou organizacionais. Além disso, os valores representam não somente as necessidades individuais, mas também as exigências e demandas culturais internas e externas. Os valores intercedem à relação das necessidades com as metas do indivíduo nas organizações.

Este trabalho objetiva descrever, analisar e discutir os valores organizacionais de empresas de médio e grande porte do vale do Paraíba paulista a partir da percepção dos funcionários.

1.1 Revisão da Literatura

Os estudos na área de valores não se mostram como uma novidade do século XXI e sim de muitos anos anteriores. Ros⁽¹⁾ descreve que o estudo de valores humanos se desenvolveu em três etapas: nos antecedentes históricos originários da sociologia e da psicologia, nos desenvolvimentos realizados nos anos setenta e nos anos oitenta e noventa.

A teoria de valores Tamayo⁽²⁾ identifica as principais características dos valores da seguinte forma:

1) *Valores são crenças*: Crenças intrinsecamente ligadas à emoção e não idéias objetivas e frias. Quando valores são ativados, com ou sem nossa consciência, eles eliciam sentimentos positivos ou negativos. Pessoas para quem a independência é um valor importante ficam alertas quando sua independência é ameaçada. Tornam-se agressivas ou desesperadas se não conseguem protegê-la, mas ficam contentes ou mesmo orgulhosas quando podem afirmar sua independência por meio de ações.

2) *Valores são um construto motivacional*: Eles se referem a objetivos desejáveis que as pessoas se esforçam por obter. Justiça, por exemplo, é um objetivo desejável para a maioria das pessoas, na maioria das culturas. Assim como ser saudável, prestativo ou bem-sucedido. Desta forma, justiça, saúde, utilidade e sucesso são todos valores. Valores são importantes para que uma pessoa tenha motivação para agir adequadamente.

3) *Valores transcendem situações e ações específicas*: São objetivos abstratos. Obediência e honestidade, por exemplo, são valores que são relevantes na escola e no trabalho, nos esportes, nos negócios, com a família, amigos ou estranhos. A natureza abstrata dos valores os distingue de conceitos como normas e atitudes, que geralmente se referem a ações, objetos ou situações específicas.

4) *Valores guiam a seleção e avaliação de ações, políticas, pessoais e eventos*: Isto é, valores servem como padrões ou critérios. Nós decidimos se ações, políticas, pessoas ou eventos são bons ou maus, justificados ou ilegítimos, dignos de aproximação ou de refutação, dependendo de se eles facilitam ou prejudicam a consecução de valores. O impacto de nossos valores nas nossas decisões cotidianas raramente é consciente. Nós nos damos conta de nossos

valores quando as ações ou julgamentos que estamos considerando têm implicações conflitantes para diferentes valores que temos.

5) *Os valores são ordenados pela importância relativa aos demais:* Os valores das pessoas formam um sistema ordenado de prioridades axiológicas que as caracteriza como indivíduos. Estes atribuem mais importância à justiça ou ao sucesso, à novidade ou à tradição, à saúde ou à espiritualidade? Essa característica hierárquica dos valores também os distingue de normas e atitudes.

De acordo com Schwartz,⁽³⁾ as características acima são de todos os valores. O que distingue um valor do outro é o tipo de objetivo ou motivação que o valor expressa.

2 OS DEZ TIPOS MOTIVACIONAIS

A teoria de valores define dez tipos motivacionais de acordo com a motivação subjacente a cada um deles. Presume-se que esses tipos motivacionais abrangem o conjunto de valores motivacionalmente distintos reconhecidos entre as culturas. De acordo com a teoria, esses tipos motivacionais tendem a ser universais porque estão baseados em um ou mais dos três requisitos básicos à existência humana, com os quais todos eles ajudam a lidar. Todos os indivíduos e sociedades têm de responder aos seguintes requisitos: as necessidades dos indivíduos como organismos biológicos, requisitos de ação social coordenada e necessidade de sobrevivência e bem-estar dos grupos..

Segundo Tamayo,⁽²⁾ a teoria de valores explica a estrutura dinâmica de relações entre tipos motivacionais. Essa estrutura deriva do fato de que ações na busca de qualquer valor têm consequências que podem conflitar ou ser congruentes com a busca de outros valores. Por exemplo, ações na busca por novidade e mudança (valores de estimulação) tendem a ir contra a preservação de costumes antigos e honrados (valores de tradição). Em contrapartida, a busca por valores de tradição é congruente com a busca de valores de conformidade. Ambos motivam ações de submissão a expectativas externas. Assim, alguns pares de tipos motivacionais competem entre si, enquanto outros são complementares.

Ações que expressam valores têm consequências práticas, fisiológicas e sociais. A pessoa que escolhe o que fazer também pode perceber que as alternativas são psicologicamente dissonantes. E os outros podem impor sanções sociais ao apontar inconsistências práticas e lógicas entre uma ação e os outros valores que a pessoa professa. Obviamente, as pessoas podem e, de fato, buscam valores antagônicos, mas não em uma única ação. Ao invés disso, elas assim o fazem com atos separados, em momentos diferentes e em contextos diferentes.

A estrutura circular na Figura 1 retrata o padrão total de relações teóricas de conflito e congruência entre tipos motivacionais. Quanto mais próximos dois tipos motivacionais estão em qualquer uma das direções ao redor do círculo, mais semelhantes são suas motivações subjacentes. Quanto mais distantes, mais antagônicas são suas motivações subjacentes.

As oposições entre tipos motivacionais antagônicos podem ser resumidas ao se ver os tipos motivacionais como estando organizados em duas dimensões bipolares. Como mostra a Figura 1, uma dimensão contrasta “abertura à mudança” e “conservação”. Essa dimensão captura o conflito entre a ênfase no pensamento e ações independentes do indivíduo, que favorecem a mudança (autodeterminação e estimulação) e a auto-restrição submissa, preservação de práticas tradicionais e proteção da estabilidade (segurança, conformidade, tradição). A Segunda dimensão

contrasta “autopromoção” com “autotranscendência”. Essa dimensão captura o conflito entre a ênfase na aceitação dos outros como iguais e a preocupação com seu bem-estar (universalismo e benevolência) e a busca pelo próprio sucesso relativo e domínio sobre os outros (poder e realização). O hedonismo tem elementos tanto da abertura à mudança quanto de autopromoção.

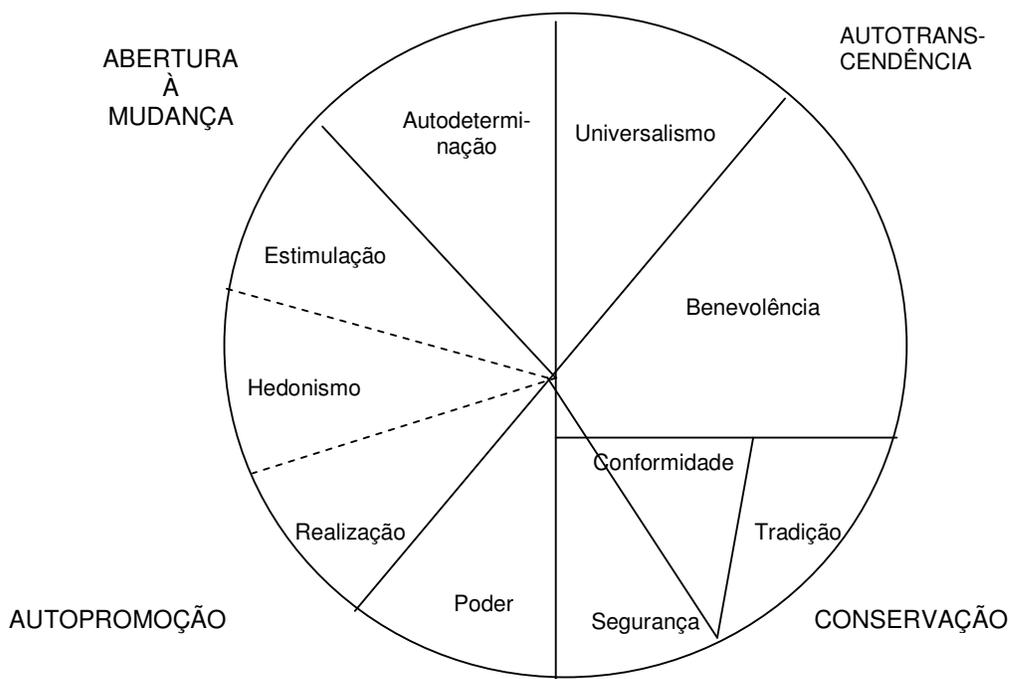


Figura 1. Estrutura Teórica de Relações entre Valores

Apesar de a teoria discriminar dez tipos motivacionais, ela postura que, em um nível mais básico, os valores formam um *continuum* de motivações relacionadas. Esse *continuum* destaca a ênfase motivacional compartilhada por tipos motivacionais adjacentes:

- a) Poder e realização – superioridade social e estima;
- b) Realização e hedonismo – satisfação centrada no indivíduo;
- c) Hedonismo e estimulação – desejo por excitação afetivamente agradável;
- d) Estimulação e autodeterminação – interesse intrínseco em novidade e domínio;
- e) Autodeterminação e universalismo – confiança no próprio julgamento e conforto com a diversidade da existência;
- f) Universalismo e benevolência – promoção de outros e transcendência de interesses egoístas;
- g) Benevolência e conformidade – comportamento normativo que promove relacionamentos íntimos;
- h) Benevolência e tradição – devoção ao grupo primário;
- i) Conformidade e tradição – subordinação do indivíduo em favor de expectativas socialmente impostas;
- j) Tradição e segurança – preservação de arranjos sociais existentes que dão segurança à vida;

- l) Conformidade e segurança – proteção da ordem e da harmonia nas relações;
- m) Segurança e poder – evitação e superação de ameaças, controlando relacionamentos e recursos.

Conceber os valores como organizados em uma estrutura motivacional circular tem uma implicação crucial para as relações dos valores com outras variáveis. Isso implica que todo o conjunto de dez tipos motivacionais se relaciona com qualquer outra variável de uma maneira integrada.⁽²⁾

3 MÉTODO

O estudo foi um levantamento com características exploratórias descritivas. Os estudos exploratórios utilizam-se de métodos bastante úteis no levantamento de hipóteses e pesquisa de variáveis, de uma boa resenha da literatura pertinente, de levantamento de pessoas que tiveram experiências práticas com o problema em estudo e de uma análise de exemplos que estimulem a compreensão do fenômeno. No primeiro momento da pesquisa foi realizado um levantamento bibliográfico, já que este proporciona um grande número de dados à pesquisa em curto espaço de tempo. Para que a pesquisa fosse realizada foi necessário revisar livros, artigos de periódicos e relatórios de pesquisas. Assim, contribuindo para o desenvolvimento do objetivo desta pesquisa.

As amostras foram por acessibilidade e colhidas de funcionários de empresas de médio e grande porte do vale do Paraíba paulista. A amostra por acessibilidade é justificada quando o pesquisador seleciona os elementos a que tem acesso, admitindo que estes possam, de alguma forma, representar o universo. Aplica-se este tipo de amostragem em estudos exploratórios ou qualitativos, onde não há requerido elevado nível de precisão.

A amostra contou com a participação de 80 funcionários com os pré-requisitos já citados, possibilitando o tratamento estatístico.

Esta pesquisa foi realizada com funcionários de empresas de médio e grande porte situadas nas cidades do vale do Paraíba paulista.

A coleta de dados foi realizada através de dois instrumentos: Escala de Valores Relativos ao Trabalho (EVT), elaborada por Tamayo e Porto.⁽⁴⁾ E Inventário de Valores Organizacionais (IVO), elaborado por Tamayo, Mendes e Paz em 2000. O Inventário de Valores Organizacionais é composto apenas por perguntas fechadas, entretanto, investiga valores da organização, por meio de duas dimensões, a real e a desejável. A Escala de Valores Relativos ao Trabalho também é composta apenas por perguntas fechadas que procuram investigar quatro fatores expressos por nossos valores relacionados ao trabalho.

A aplicação dos instrumentos foi realizada individualmente ou em grupos conforme a necessidade. Os respondentes foram contatados pela própria pesquisadora.

Para o tratamento estatístico dos instrumentos foi realizada análise descritiva através da utilização do software Excel.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A pesquisa teve contribuição de 80 profissionais provenientes de diversas empresas de médio e grande porte situadas no vale do Paraíba paulista. Os participantes desta pesquisa responderam a duas escalas que estão em anexo. As

escalas são: Escala de Valores Relativos ao Trabalho, EVT, e Inventário de Valores Organizacionais, IVO . Para não expor os participantes da pesquisa não foram publicados dados pessoais e nem o nome das empresas. Os gráficos e discussões referentes às escalas serão apresentados nas próximas folhas, iniciando com o gráfico da Escala de Valores Relativos ao Trabalho.

4.1 Discussão sobre o Gráfico da Escala de Valores Relativos ao Trabalho

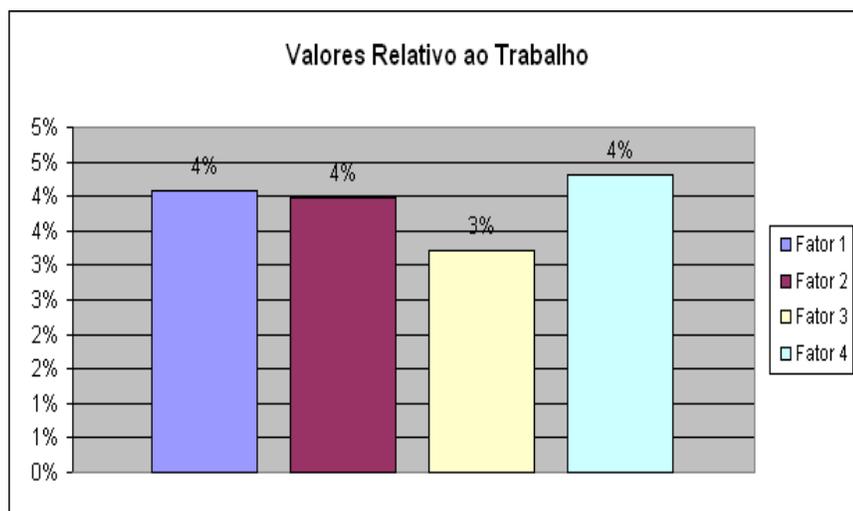


Figura 3. Valores Relativos ao Trabalho.

Legenda :Fator 1 - Realização no trabalho, que se refere à busca de prazer e realização pessoal e profissional, bem como de independência de pensamento e ação no trabalho por meio da autonomia intelectual e da criatividade;Fator 2 - Relações sociais, que se refere à busca de relações sociais positivas no trabalho e de contribuição positiva para a sociedade por meio do trabalho;Fator 3 – Prestígio, que se refere à busca de autoridade, sucesso profissional e poder de influência no trabalho; e,Fator 4 – Estabilidade, que se refere à busca de segurança e ordem na vida por meio do trabalho, possibilitando suprir materialmente as necessidades pessoais.

A amostra para os dados estatísticos resultou em 80 participantes que responderam a Escala de Valores Relativos ao Trabalho (EVT). Segundo Porto e Tamayo⁵, a escala apresentada possui bons índices de confiabilidade podendo ser utilizada em pesquisas e diagnósticos, o que favorece os estudos de valores. Este instrumento contribui significativamente para a compreensão das motivações para o trabalho e para o desenvolvimento de pesquisas sobre conseqüentes dos valores relativos ao trabalho como as escolhas de alternativas de trabalho, de comportamentos no trabalho e avaliações do contexto de trabalho.

Além disso, ainda segundo Porto e Tamayo,⁽⁵⁾ os resultados da análise fatorial apontaram quatro fatores que, do ponto de vista do seu conteúdo, estão relacionados com os quatro fatores de ordem superior da Teoria de Valores de Schwartz.⁽⁴⁾ O Fator Realização no trabalho está associado positivamente a Abertura a mudança, pois favorece a mudança por meio do trabalho autônomo e criativo. O Fator Relações sociais se associa positivamente a Autotranscendência, uma vez que, o trabalho proporciona o alcance de relacionamento social positivo favorecendo o bem-estar das pessoas próximas e da sociedade. O Fator Prestígio possui uma relação com Autopromoção já que proporciona o alcance das metas de sucesso pessoal e influência sobre os outros. E, por último, o Fator Estabilidade está

associado à busca de segurança e manutenção do *status quo* por meio do trabalho, como apresenta o conteúdo do fator Conservação. Essas relações precisariam ser testadas empiricamente em pesquisas futuras para solidificar a teoria dos valores e validar teoricamente o instrumento. Entretanto, os resultados da presente pesquisa apontam para a correspondência entre os quatro fatores dos valores relativos ao trabalho e os quatro fatores de ordem superior dos valores pessoais da teoria de Schwartz.

Com base no exposto acima e no gráfico da Figura 3, podemos observar que o maior escore foi o que se refere ao Fator Estabilidade, ou seja, busca de segurança e ordem na vida por meio do trabalho, possibilitando suprir materialmente as necessidades pessoais. Há a possibilidade de ter sido este o fator com maior índice pelo motivo da incessante busca por uma vaga de emprego, o que em nosso país atualmente, está cada vez mais concorrida e uma vez conquistada o empregado tem a necessidade de sentir-se seguro e estável em seu emprego.

O Fator Prestígio, ao qual se refere à busca de autoridade, sucesso profissional e poder de influência no trabalho, foi o que apresentou o mais baixo escore, o que pode significar que os funcionários participantes desta pesquisa valorizam mais o fato de terem estabilidade, bons relacionamentos e realizarem-se profissionalmente do que obter prestígio dentro da organização.

Os Fatores Realização no trabalho e Relações sociais também apresentaram um alto escore, porém não tão alto como no Fator Estabilidade. Isso aponta à busca de prazer e realização pessoal e profissional, bem como de independência de pensamento e ação no trabalho por meio da autonomia intelectual e da criatividade.

A busca de relações sociais positivas no trabalho e de contribuição positiva para a sociedade por meio do trabalho é referente ao Fator Relações Sociais. Este fator provavelmente obteve um alto escore devido ao fato de nosso país abrigar uma sociedade coletivista, ou seja, como já foi mencionado na introdução deste trabalho, os coletivistas tendem a atribuir o sucesso no trabalho ao apoio dos outros e o fracasso à falta de habilidades e de esforço pessoal.

4.2 Discussão sobre o Gráfico do Inventário de Valores Organizacionais (IVO)

Os mesmos 80 participantes que responderam a Escala de Valores Relativos ao Trabalho (EVT), também responderam ao Inventário de Valores Organizacionais (IVO).

O Inventário de Valores Organizacionais pode ser utilizado em pesquisa, em diagnósticos organizacionais, em intervenções e em estudos da cultura da empresa. Os seis tipos motivacionais do IVO avaliam valores compartilhados que expressam crenças fundamentais sobre o que é bom, correto e desejável em uma organização. Eles permitem identificar componentes da cultura organizacional e diferenciar organizações ou unidades organizacionais a partir de seis aspectos fundamentais da vida organizacional:

(1) A importância atribuída à procura de inovação, de criatividade, e de independência na criação do trabalho (Autonomia); este fator apresentou um alto escore, o que pode significar que as pessoas percebem a organização como um ambiente onde podem inovar, criar e expor suas idéias.

(2) A ênfase na interdependência dos membros da organização e na obtenção de objetivos grupais (Conservadorismo); este fator também apresentou um alto escore, o que pode indicar que os funcionários das empresas valorizam e praticam os trabalhos em grupos.

(3) A relevância dos papéis hierárquicos da estruturação do relacionamento interpessoal e na distribuição de recursos e de poder (Hierarquia); dentre todos os fatores, este foi o que apresentou o maior escore, podendo nos mostrar uma forte tendência á hierarquia dentro das organizações.

(4) A procura efetiva do bem estar de todos os membros da organização e da sua participação nos processos decisórios (Igualitarismo); como este fator apresentou um alto escore, pode significar que a empresa se preocupa com o bem estar de seus funcionários e com o que os mesmo pensam a respeito de mudanças na organização.

(5) A importância dada ao sucesso organizacional e á satisfação dos clientes (Domínio); este fator foi o que apresentou o menor escore, o que pode nos levar a pensar que mesmo que os funcionários sintam-se bem e valorizados no local de trabalho, o domínio que a empresa exerce sobre eles é muito grande, já que, como foi demonstrado o Fator Hierarquia obteve um escore significativo, além do mais, vivemos em um país onde a economia rege a sociedade e as organizações cobram cada vez mais de seus funcionários, este mecanismo funciona como uma troca, ou seja, elas suprem as necessidades deles mas desejam “algo” em troca e este “algo” é o trabalho de qualidade para satisfazer os clientes.

(6) O respeito á natureza e a procura de complementariedade organizacional (Harmonia), como a maioria dos fatores, este também apresentou um alto escore, o que significa que as empresas estão cada vez mais empenhadas com a responsabilidade social, se vêem forçadas a adotar uma postura mais responsável em suas ações.

O Inventário de Valores Organizacionais oferece também a possibilidade de realizar a avaliação em cada um dos tipos motivacionais em dois níveis diferentes: dos valores **reais** e dos valores **desejáveis**. A expressão valores reais refere-se aos valores que, na percepção dos funcionários, são realmente praticados na empresa e á força que eles têm na vida cotidiana da organização. A expressão valores desejados designa a prioridade ou grau de importância que os funcionários gostariam que fosse dada a cada um dos valores apresentados no IVO. Desta forma, o IVO permite avaliar as prioridades axiológicas reais e desejadas da organização. A grande vantagem desta dupla avaliação é que ela permite estabelecer índices de satisfação/insatisfação dos funcionários com as prioridades axiológicas da empresa.

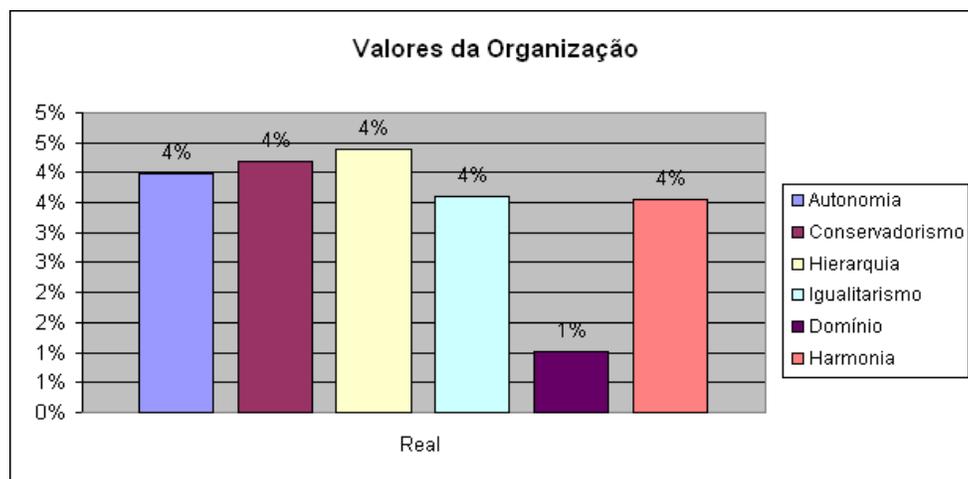


Figura 4. Valores Reais das empresas pesquisadas.

As descrições feitas acima foram em relação aos valores reais das organizações, e estão representadas no gráfico da Figura 4.

O gráfico da Figura 5 é referente aos valores desejáveis na opinião dos funcionários.

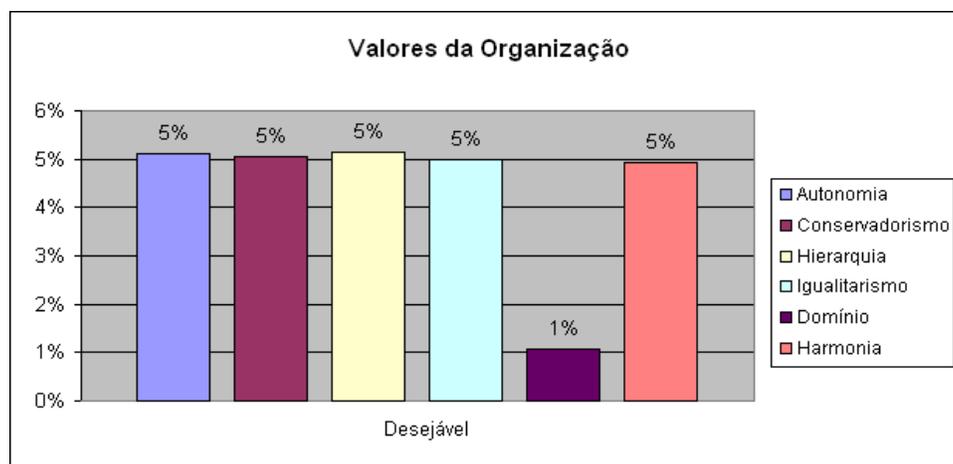


Figura 5. Valores Desejáveis pelos participantes das empresas.

Salvo os Fatores Autonomia, Igualitarismo e Harmonia que se diferenciaram um pouco em relação ao primeiro gráfico, os outros fatores estão muito semelhantes, porém com escores maiores, o que pode demonstrar que os funcionários desejam que as organizações valorizem mais cada um dos fatores avaliados.

O Fator Autonomia obteve um escore maior no gráfico desejável em relação ao real, o que significa que apesar dos funcionários perceberem a organização como um ambiente onde podem inovar, criar e expor suas idéias isto não é o suficiente e desejam que a organização valorize mais este fator.

O mesmo pode-se dizer em relação aos Fatores Igualitarismo e Harmonia, pois embora os funcionários estejam satisfeitos com o valor atribuído pela organização aos referidos fatores, pensam que a mesma poderia valorizá-los mais. Deixando claro que isto não significa que as empresas ignoram estes fatores, mas sim que elas deveriam conferir um maior valor a estes fatores.

Portanto, se compararmos ambos gráficos podemos observar que não há grandes diferenças entre as porcentagens dos valores reais e dos desejáveis, o que hipoteticamente pode significar que os funcionários estejam satisfeitos com as organizações onde trabalham.

5 CONCLUSÃO

O presente trabalho teve como objetivos iniciais: analisar os valores organizacionais de empresas de médio e grande porte do vale do Paraíba paulista a partir da percepção dos funcionários, descrever e discutir quais são os valores organizacionais percebidos pelos funcionários.

Com base nos dados analisados, podemos perceber que os funcionários estão em busca de um ambiente que ofereça segurança e estabilidade, ou seja, uma organização que ele possa se fixar sem receios de perder o emprego, já que, precisa suprir materialmente suas necessidades pessoais.

Valorizam mais o bom relacionamento na empresa e a realização profissional do que obter uma posição de influência dentro da empresa. Isto pode significar que estão mais voltados em alcançar a satisfação pessoal, atuando na área em que sente prazer, do que realizar atividades que não lhe apeteçam, apenas por se manter em uma posição de prestígio.

Percebem a organização como um meio onde eles podem inovar, criar e expor seus pensamentos, além de sentirem que a empresa se preocupa com o bem estar pessoal de todos.

É de grande importância lembrar, que esta tendência não se encontra apenas no âmbito dos funcionários, pois sua adoção já é preocupação e realidade em muitas organizações, já que, funcionários valorizados e satisfeitos com o trabalho são sinônimos de maior produtividade.

A hierarquia é percebida claramente pelos funcionários, sem esquecer que esta vai além da coordenação de pessoas e se estende as demais funções da empresa.

Verificou-se, contudo, que os funcionários, embora buscando um ambiente de trabalho melhor, não se preocupam ainda com o sucesso organizacional e a satisfação dos clientes, sendo que tal combinação é que refletirá diretamente na tão sonhada segurança e estabilidade no emprego.

Quanto aos níveis reais e individuais, podemos perceber que não há discrepância entre os gráficos, o que pode-se entender que os funcionários estão satisfeitos com a empresa onde trabalham.

Frente ao exposto, percebi o quanto a área de estudos de valores mostra-se ampla e aberta a novos investimentos, e não só isso, ficou demonstrada a clara necessidade de trabalho em conjunto entre organização e funcionários para que se atinjam os objetivos em comum, funcionários satisfeitos tornam a organização cada vez mais competitiva dentro de um mercado atualmente e cada vez mais globalizado.

Pelo presente trabalho científico, também foi-me dada a oportunidade de experimentar a forma adequada para pesquisa e coleta dos dados, o trato com os funcionários dos mais variados cargos e organizações do vale do Paraíba paulista, a orientação profissional que me conduziu durante todo tempo mantendo-se o foco na pesquisa científica, conseguindo, através dos resultados obtidos, trazer a importância dos valores organizacionais nos dias atuais, alcançando assim, o objetivo do referido estudo.

REFERÊNCIAS

- 1 ROS, MARÍA; GOUVEIA, VALDINEY V. Psicologia social dos valores humanos. São Paulo: Senac, 2006.
- 2 TAMAYO, ALVARO Cultura e Saúde nas organizações. Porto Alegre: Artmed, 2006.
- 3 SCHWARTZ, SHALOM H. Aspectos universais na estrutura e no conteúdo dos valores humanos. In: ROS, MARÍA; GOUVEIA, VALDINEY V. Psicologia social dos valores humanos. São Paulo: Senac, 2006.
- 4 TAMAYO, ALVARO; PORTO, JULIANA. Valores e comportamento nas organizações. Petrópolis: Vozes, 2005.