

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

**VALORES ORGANIZACIONAIS E PESSOAIS E
COMPORTAMENTOS ECOLÓGICOS: UMA
INVESTIGAÇÃO NO CONTEXTO DA GESTÃO
SOCIOAMBIENTAL**

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

Thiago Antonio Beuron

Santa Maria, RS, Brasil

2012

**VALORES ORGANIZACIONAIS E PESSOAIS E
COMPORTAMENTOS ECOLÓGICOS: UMA INVESTIGAÇÃO
NO CONTEXTO DA GESTÃO SOCIOAMBIENTAL**

Thiago Antonio Beuron

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para obtenção do grau de **Mestre em Administração**

Orientador: Prof. Dr. Vitor Francisco Schuch Junior

Santa Maria, RS, Brasil

2012

B567v Beuron, Thiago Antonio

Valores organizacionais e pessoais e comportamentos ecológicos : uma investigação no contexto da gestão socioambiental / por Thiago Antonio Beuron. – 2012.

143 p. : il. ; 30 cm

Orientador: Vitor Francisco Schuch Junior

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Santa Maria, Centro de Ciências Sociais e Humanas, Programa de Pós-Graduação em Administração, RS, 2012

1. Gestão socioambiental 2. Valores organizacionais 3. Valores pessoais 4. Sustentabilidade 5. Comportamento ecológico I. Schuch Junior, Vitor Francisco II. Título.

CDU 658:504.06

Ficha catalográfica elaborada por Simone G. Maisonave – CRB 10/1733
Biblioteca Central da UFSM

**Universidade Federal de Santa Maria
Centro de Ciências Sociais e Humanas
Programa de Pós-Graduação em Administração**

A Comissão Examinadora, abaixo assinada,
aprova a Dissertação de Mestrado

**VALORES ORGANIZACIONAIS E PESSOAIS E COMPORTAMENTOS
ECOLÓGICOS: UMA INVESTIGAÇÃO NO CONTEXTO DA GESTÃO
SOCIOAMBIENTAL**

elaborada por
Thiago Antonio Beuron

como requisito parcial para obtenção do grau de
Mestre em Administração

COMISSÃO EXAMINADORA:


Vitor Francisco Schuch Júnior, Dr.
(Presidente/Orientador)


Lúcia Rejane da Rosa Gama, Dr.(UFSM)


Edson Keyso de Miranda Kubo, Dr. (USCS)

Claudia Maffini Gomes, Dr. (UFSM)
(Membro Suplente)

Santa Maria, 29 de fevereiro de 2012

RESUMO

Dissertação de Mestrado
Programa de Pós-Graduação em Administração
Universidade Federal de Santa Maria

VALORES ORGANIZACIONAIS E PESSOAIS E COMPORTAMENTOS ECOLÓGICOS: UMA INVESTIGAÇÃO NO CONTEXTO DA GESTÃO SOCIOAMBIENTAL

AUTOR: THIAGO ANTONIO BEURON
ORIENTADOR: VITOR FRANCISCO SCHUCH JUNIOR
Data e Local da Defesa: Santa Maria, 29 de Fevereiro de 2012.

Novas arquiteturas organizacionais orientadas na busca pela sustentabilidade exigem um repensar dos valores organizacionais e pessoais, bem como dos comportamentos que sejam coerentes com esse contexto cultural. Desse modo, o presente estudo teve como objetivo primordial investigar os valores organizacionais, os valores pessoais e os comportamentos ecológicos individuais em uma empresa inserida no contexto da sustentabilidade. Adotou-se a pesquisa exploratória e descritiva, utilizando-se uma abordagem quantitativa. Por meio de um *survey* com os colaboradores da organização, foi aplicado o instrumento composto por três escalas, o Inventário de Perfis de Valores Organizacionais, de Oliveira e Tamayo (2004), o Questionário de Perfis de Valores (QVP), de Tamayo e Porto (2009) e a Escala de Comportamento Ecológico (ECE), de Pato e Tamayo (2006). Foram identificados os perfis de valores predominantes da empresa bem como dos indivíduos, além dos comportamentos ecológicos que os mesmos apresentam. Os resultados apontaram, ainda, que muitos comportamentos não fazem parte da rotina dos indivíduos e que, embora estes declarem ter consciência sobre o tema, ainda não praticam muitos comportamentos e ações efetivas. Entre os principais achados, destacam-se as relações encontradas entre os valores organizacionais e pessoais. Quanto às relações entre os valores e os comportamentos ecológicos, apenas os valores pessoais apresentaram relações com esses comportamentos e esses se manifestaram em sentido diferente dos pressupostos iniciais.

Palavras-chave: Valores Organizacionais. Valores Pessoais. Comportamento Ecológico. Sustentabilidade.

ABSTRACT

Mastership Dissertation
Program of Post-Graduation on Business Administration
Federal University of Rio de Janeiro

ORGANIZATIONAL AND PERSONAL VALUES AND THE ECOLOGICAL BEHAVIOR: AN INVESTIGATION IN THE CONTEXT OF SOCIAL AND ENVIRONMENTAL MANAGEMENT

Author: THIAGO ANTONIO BEURON
Supervisor: VITOR FRANCISCO SCHUCH JUNIOR
Date and defense: Santa Maria, February 29th 2012.

New organizational architectures oriented in the search for sustainability require a new thinking on the organizational and personal values as well as the coherent behaviors in this cultural context. Thus, the current study aimed to investigate the organizational and personal values as well as the individual ecological behavior in a company included in this sustainability context. An exploratory and descriptive research was adopted by using a quantitative approach. By means of a survey with the employees, it was applied an instrument composed of three scales, the Inventory of Organizational Values, by Oliveira and Tamayo (2004), the Questionnaire of Value Profiles (QVP, in Portuguese), by Tamayo and Porto (2009) and the Scale of Ecological Behavior (ECE, in Portuguese), by Pato and Tamayo (2006). The predominant company and people's values were identified along with the ecological behaviors that they present. The results also pointed out that many behavior acts are not usual habits although they state that they are aware about this theme but do not act effectively on it. Among the main findings there are the relationships found in these organizational and personal values. Concerned to the relations between the ecological values and behavior only the personal values showed relations with these behaviors and they showed to be different from the initial presumed values.

Key words: Organizational Values. Personal Values. Ecological Behavior. Sustainability.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Síntese dos eventos acerca da sustentabilidade	38
Quadro 2 - Visão Cartesiana versus Visão Sustentável	40
Quadro 3 - Diferentes abordagens do Comportamento Ecológico	50
Quadro 4 - Fatores de IPVO, Correspondência com os Tipos Motivacionais de Valores e Metas dos Valores Organizacionais	65
Quadro 5 - Variáveis que compõem o instrumento de Valores Pessoais	70
Quadro 6 - Variáveis que compõem o instrumento de Valores Organizacionais	72
Quadro 7 - Variáveis que compõem o bloco de Comportamentos Ecológicos	73
Quadro 8 - Síntese do Método	80

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Pirâmide de Responsabilidade Social de Carroll	44
Figura 2 - Sete Revoluções da Sustentabilidade	45
Figura 3 - Estrutura Teórica de relações entre valores	58
Figura 4 - Modelo de Pesquisa	77
Figura 5 - Representação da faixa etária	81
Figura 6 - Representação do Estado Civil	82
Figura 7 - Representação do Escolaridade	82
Figura 8 - Representação da Renda Familiar Mensal	83
Figura 9 - Setores de Atuação na Empresa	83

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Estatística descritiva Valores Pessoais	85
Tabela 2 - Estatística descritiva Valores Organizacionais	89
Tabela 3 - Estatística descritiva dos Comportamentos Ecológicos	93
Tabela 4 - Resultados da Análise Fatorial Exploratória Valores Pessoais .	96
Tabela 5 - Resultados da Análise Fatorial Exploratória Valores Organizacionais	100
Tabela 6 - Resultados da Análise Fatorial Exploratória dos Comportamentos Ecológicos	104
Tabela 7 - Correlações significativas entre os tipos motivacionais	107
Tabela 8 - Correlações entre os valores de orientação biosférica e os comportamentos ecológicos	108
Tabela 9 - Correlações entre os valores de orientação egoística e os comportamentos ecológicos	109
Tabela 10 - Correlações valores de orientação social-altruística e os comportamentos ecológicos	109

LISTA DE APÊNDICES

APÊNDICE A QUESTIONÁRIO ESTRUTURADO	131
--	-----

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	21
1.1 Situação-problema	23
1.2 Objetivos	25
1.2.1 Objetivo geral	25
1.2.2 Objetivos específicos	25
1.3 Justificativa	25
1.4 Estrutura do trabalho	26
2 O CONTEXTO DA SUSTENTABILIDADE	29
2.1 A sustentabilidade	35
2.1.1 A trajetória das preocupações com o contexto socioambiental	35
2.1.2 Conceito de sustentabilidade	39
2.1.3 A Sustentabilidade nas organizações	46
2.1.4 Da sustentabilidade ao comportamento pró-ambiental	49
2.2 Os valores	54
2.2.1 Teoria de valores	54
2.2.2 Valores pessoais	59
2.2.3 Valores organizacionais	61
2.2.4 Valores e comportamentos ecológicos	66
3 MÉTODO	69
3.1 Classificação, delineamento e abordagem da pesquisa	69
3.2 Variáveis da pesquisa	70
3.2.1 Variáveis de valores pessoais	70
3.2.2 Variáveis de valores organizacionais	71
3.2.3 Variáveis de comportamentos ecológicos	73
3.3 Apresentação e justificativa das hipóteses	74
3.4 Desenho conceitual de pesquisa	77
3.5 Instrumento de pesquisa	77
3.6 Coleta de dados	78
3.7 Seleção da unidade de análise e amostragem	78
3.8 Tratamento e análise dos dados	80
3.9 Síntese do método	80
4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	81
4.1 Análises descritivas	81
4.1.1 Caracterização do perfil dos participantes	81
4.1.2 Análise dos itens de perfis de valores pessoais	85
4.1.3 Análise descritiva dos itens do Inventário de perfis de valores organizacionais	88
4.1.3 Análise dos itens de comportamento ecológico	93
4.2 Análise fatorial exploratória	95
4.2.1 Análise fatorial exploratória da escala de valores pessoais	96
4.2.2 Análise fatorial exploratória da escala de valores organizacionais	99
4.2.2 Análise fatorial exploratória da escala de comportamentos ecológicos	103
4.3 Relações entre valores organizacionais, valores pessoais e comportamentos ecológicos	106
4.3.1 Relações entre valores organizacionais e pessoais	106

4.3.2 Relações entre valores pessoais e comportamentos ecológicos	108
4.3.3 Relações entre valores organizacionais e comportamentos ecológicos	110
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	111
REFERÊNCIAS	111
APÊNDICES	129

INTRODUÇÃO

Os debates de longo alcance questionam cada vez mais o significado do crescimento, prosperidade e progresso, à luz das crises econômicas e ambientais, apontando a necessidade de uma nova compreensão do significado do ser humano (BINA; VAZ, 2011). Diversas formas de organização do mundo contemporâneo apontam para o surgimento de um paradigma do desenvolvimento humano sustentável e ressaltam a importância das empresas nas decisões e nas ações que visam oportunidades equitativas nos segmentos mais vulneráveis do meio social (GLADWIN; KENNEL; KRAUSE, 1995). Em tal paradigma, a sustentabilidade requer fundamentalmente a redução da miséria no mundo e a inserção de milhões de pessoas na economia de mercado todos os anos (ALMEIDA, 2002).

As iniciativas organizacionais têm buscado cada vez mais o exercício de um desenvolvimento vinculado à resolução de alguns conflitos latentes na sociedade. Ou seja, compatibilizar o crescimento a um padrão que se mostre sustentável, procurando respeitar os limites naturais e as liberdades substantivas dos indivíduos (SEN, 2000).

Esse desenvolvimento sustentável, capaz de satisfazer as necessidades das gerações atuais sem comprometer a capacidade das gerações futuras, conceito este amplamente difundido desde a Comissão Brundtland, em 1987, é exercido por meio da integração das dimensões econômicas, sociais e ambientais em todas as esferas e níveis da sociedade, inclusive na corporativa. Consolidar a aplicação do tripé da sustentabilidade torna-se um desafio para as empresas, tendo em vista a necessidade de atender às expectativas de todas as partes interessadas nas diferentes dimensões (STEURER *et al.*, 2005).

Para os ambientalistas, os problemas ambientais estão relacionados ao comportamento humano, e qualquer esforço pró-ambiental, exige necessariamente mudanças no comportamento humano individual (ZELEZNY; SCHULTZ, 2000; OSKAMP, 2000). Stern (2000) define comportamentos pró-ambientais como aqueles capazes de gerar impactos positivos sobre a disponibilidade de materiais ou energia do ambiente, ou ainda pela influência positiva na alteração da estrutura e dinâmica dos ecossistemas. Tais ações ecológicas são cada vez mais discutidas como

essenciais para diminuir os problemas ambientais e para promover o desenvolvimento sustentável.

Ao operacionalizar o conceito de desenvolvimento sustentável, Steurer *et al.* (2005), apontam dois níveis a serem observados: o macroeconômico e o microeconômico. Para esses autores o conceito de desenvolvimento sustentável é concebido a priori no ambiente macroeconômico, para posteriormente chegar ao nível que interessa neste estudo, o individual/microeconômico. Este nível abrange a organização, utilizando-se de conceitos como: sustentabilidade corporativa, responsabilidade social empresarial e gestão socioambiental para especificar tal abordagem.

No ambiente organizacional, qualquer inovação ou alteração em um componente desencadeia um processo de mudança que impacta diretamente o comportamento organizacional. Burke e Litwin (1992), ao apresentarem dois tipos de mudança, a transacional e a transformacional, enfatizam a relevância da segunda no que tange as transformações estruturais, indicadas por mudanças em aspectos como cultura, missão e valores da organização.

Os valores influenciam o comportamento dos indivíduos, bem como suas escolhas e decisões (ROKEACH, 1973; SCHWARTZ, 1992). Algumas pesquisas enfatizam a importância dos valores humanos para explicar comportamentos pró-ambientais (AXELROD; LEHMAN, 1993; CLARK *et al.*, 2003; STERN, 2000).

Ao compartilhar dos mesmos valores dentro da organização, desenvolvem-se práticas organizacionais específicas consideradas adequadas ao contexto no qual a empresa está inserida (TAMAYO; PORTO, 2005).

Neste cenário em que surgem novas arquiteturas organizacionais baseadas na busca por uma gestão sustentável, as empresas gerenciam as dimensões sociais, econômicas e ambientais, adaptam e melhoram seus processos, atrelando a marca a uma imagem ética e socialmente responsável, a fim de gerar competitividade no mercado (ALIGLERI; ALIGLERI; KRUGLIANSKAS, 2009). Tais organizações podem ser tratadas como o que foi chamado por Collins e Porras (1995) de empresas “feitas para durar”, já que estas mantêm valores e ideologia fundamentados em outras razões de ser além da busca única pelo resultado econômico.

Durante o repensar dos processos e práticas organizacionais, ocorre a reformulação da própria identidade organizacional, a qual adapta os valores

organizacionais ao encontro dos novos pressupostos (VASCONCELOS; CRUBELLATE, 2004). Os valores podem ser entendidos como: crenças, constructos motivacionais, princípios que norteiam a seleção e avaliação de ações políticas, pessoas e eventos. São capazes de ultrapassar situações e ações específicas, influenciando diretamente o comportamento organizacional (WILLIAMS, 1968; KLUCKHOHN, 1951; SCHWARTZ, 1992). Torna-se então imprescindível estudar a sustentabilidade como uma questão cultural e comportamental incorporada em todos os níveis organizacionais. Este estudo objetivou melhor compreender os valores existentes e os comportamentos ecológicos em uma organização inserida no contexto da gestão sustentável.

1.1 Situação-problema

As organizações passaram a incorporar preocupações relativas ao desenvolvimento sustentável. Mas, de acordo com Carrieri (2000), as ações têm se limitado a solucionar problemas emergenciais, já que algumas organizações preocupam-se apenas com a legislação, com a qualidade dos produtos ou com a exploração de um eonegocio. Tornam-se necessários estudos que procurem esclarecer como se processa a incorporação dessa nova política na filosofia das organizações e qual a dinâmica estabelecida nesse processo.

Na tentativa de manter alguma competitividade as organizações incorporam o desenvolvimento sustentável em sua política, tornando a gestão cada vez mais complexa, principalmente porque a adoção de um novo posicionamento requer valores, crenças e visão de futuro que suportem tal comportamento (GRAY; BEBBINGTON; WALTERS, 1993). Tal contexto exige das organizações, a inserção de variáveis sociais e ambientais em sua filosofia e nas ações e comportamentos dos colaboradores, suscitando uma série de indagações acerca da complexidade desse fenômeno.

A adoção de uma gestão socioambiental se reflete nos valores e comportamentos dos colaboradores? Existe convergência entre os valores pessoais e organizacionais em uma organização inserida no contexto da sustentabilidade? Como incorporar os valores estabelecidos socialmente aos valores organizacionais? Quais são as mudanças influenciadas pelo paradigma centrado na sustentabilidade, nos valores e comportamentos organizacionais e pessoais?

A partir do momento em que as pessoas passaram a se preocupar com o comportamento social das organizações foram também influenciadas a modificar seus métodos e propósitos, trazendo-os ao encontro dos anseios da sociedade (ALIGLERI; ALIGLERI; KRUGLIANSKAS, 2009). O comportamento social das organizações torna-se explícito no modo de conduzir as atividades internas, que deverão levar em consideração os impactos gerados para os interessados internos, bem como, nas relações com as partes interessadas externas à organização, que sofrem as consequências advindas de uma determinada decisão tomada pela empresa. Assim, requer um compromisso de toda a organização, envolvendo todos os níveis hierárquicos, da alta administração ao nível operacional, afetando toda a estrutura organizacional, uma vez que pressupõe conceitos, valores e técnicas gerenciais. Necessita, portanto, ser incorporado à estratégia da empresa para melhorar os resultados a serem alcançados (ZADEK, 1998).

Gray, Bebbington e Walters (1993) explicitam a necessidade de incorporação da gestão sustentável no plano da cultura da organização, em todos os níveis. Tal necessidade apresenta-se justamente para que não se caia no vazio de um discurso “verde” que seja incoerente com as práticas que permeiam a organização. Os valores possuem papel central na estratégia da organização, por meio desses, a organização “expressa as suas metas e se afirma como diferente na sociedade e no mercado. Na escolha dos seus valores e na prioridade dada aos mesmos a organização inspira-se nos valores da sociedade e nos valores dos seus membros” (TAMAYO, 2007, p. 21). Destaca-se ainda, o paralelismo entre os valores pessoais e organizacionais, que de acordo com Tamayo (2005, p.162) “refere-se a metas comuns, perseguidas tanto pelo trabalhador quanto pela organização e cuja obtenção constitui a base da felicidade da pessoa como do sucesso da empresa”.

Ao refletir este momento de incorporação dos preceitos da sustentabilidade nas organizações chega-se a questão principal que este estudo pretende investigar:

Como se configuram os valores organizacionais, pessoais e os comportamentos ecológicos em uma organização inserida no contexto da sustentabilidade?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo geral

O presente estudo tem como objetivo central *investigar os valores organizacionais, pessoais e os comportamentos ecológicos individuais em uma empresa inserida no contexto da sustentabilidade.*

1.2.2 Objetivos específicos

- I. Caracterizar o perfil dos pesquisados.
- II. Analisar o conjunto de valores pessoais.
- III. Analisar o conjunto de valores organizacionais.
- IV. Identificar os comportamentos ecológicos individuais predominantes.
- V. Analisar as relações entre valores organizacionais e pessoais e os comportamentos ecológicos.

1.3 Justificativa

O macroambiente tem incitado nas organizações uma nova cultura de comportamentos ecologicamente corretos, que vão além das estratégias de oferecer produtos com qualidade, preços adequados, e serviços notáveis. Para Aligleri, Aligleri e Kruglianskas (2009), as empresas que não repensarem esse comportamento não terão o crescimento e a competitividade necessários para se manter no mercado. As ferramentas de gestão, isoladamente, não garantem sucesso, pois dependem da cultura e do contexto na qual são executadas. Considerar o contexto da cultura dentro da organização tornou-se fundamental já que as organizações dirigidas por valores tem tido sucesso quando o assunto é competitividade (LOUETTE, 2008).

Destaca-se a contribuição teórica que esta pesquisa poderá proporcionar, pois de acordo com Aligleri, Aligleri e Kruglianskas (2009, p.8) “a preocupação com posturas socialmente corretas, ambientalmente sustentáveis e economicamente viáveis estará cada vez mais presente entre os temas de gestão”. Corroborando com

o posicionamento dos autores, Pato (2004) evidencia que os estudos sobre o comportamento ecológico dos brasileiros são ínfimos e carece de pesquisas para desvendar a complexidade de tal fenômeno, o que reafirma a emergência da temática deste estudo.

Conforme Morgan (1996, p. 444): “Os gerentes podem influenciar a evolução da cultura estando a par das consequências simbólicas das suas ações e tentando promover valores desejados”. Esta pesquisa torna-se relevante à medida que busca melhor compreender o processo de internalização de uma cultura pró-ambiental nos indivíduos e avança no sentido da utilização de uma gestão do comportamento ecológico aplicado no âmbito organizacional.

Ao problematizar que “[...] para que uma organização avance numa estruturação de uma gestão sustentável, é importante transformá-la em um valor corporativo” (ALIGLERI; ALIGLERI; KRUGLIANSKAS, 2009, p. 21). Esta pesquisa busca justamente preencher a lacuna de estudos que relacionam a adoção do novo modelo de gestão e suas influências nos valores organizacionais.

Para Tamayo (2007, p.22) “a simples opção pelo estudo sistemático e empírico dos valores organizacionais constitui uma contribuição válida para o desenvolvimento desta área”. Pretende-se fornecer resultados importantes para que as organizações possam refletir sobre os valores culturais capazes de gerar um novo comportamento organizacional, fornecendo subsídios para a gestão de pessoas e para o planejamento estratégico das empresas.

Diante do exposto, este estudo justifica-se por sua relevância tanto teórica quanto empírica, uma vez que busca melhor compreender os comportamentos ambientais nas organizações e sua influência nos valores pessoais e organizacionais.

1.4 Estrutura do trabalho

O presente estudo foi estruturado da seguinte forma: capítulo introdutório; referencial teórico; procedimentos metodológicos; resultados e considerações finais.

O segundo capítulo apresenta uma breve reflexão acerca do contexto da sustentabilidade, da importância da cultura e dos valores nesta perspectiva de desenvolvimento. O referencial teórico traz ainda, uma perspectiva histórica do desenvolvimento sustentável, suas dimensões, conceitos e aplicação nas

organizações, partindo para o comportamento pró-ambiental e para apresentação da teoria de valores, valores pessoais e organizacionais, abordando ainda os estudos que relacionam os valores e os comportamentos ecológicos.

A terceira seção introduz os procedimentos metodológicos que apoiaram a operacionalização da pesquisa. É apresentada a estratégia de pesquisa e o método adotado, o desenho conceitual de pesquisa, as hipóteses do estudo, a caracterização da amostra, as formas de coleta de dados, e as metodologias de tratamento e análise dos dados.

A quarta seção apresenta os principais achados da pesquisa. E por fim, são apresentadas as considerações finais do estudo.

2 O CONTEXTO DA SUSTENTABILIDADE

Ao refletir sobre o desenvolvimento da sociedade, percebe-se que o sistema que possibilitou grande incremento tecnológico industrial, aumento da produção e lucratividade tornou-se tão obsoleto quanto à lógica de linearidade prescrita no seu modo de produção. Tal sistema, abastecido a partir da extração da mais-valia, do trabalho excedente, eliminou os predicados qualitativos do indivíduo por meio do empobrecimento das relações homem/trabalho/sociedade na medida em que fragmentou o processo de trabalho em operações parciais (ANTUNES, 2007). Além disso, a implantação de técnicas de produção em escala e o consumo predatório provocaram múltiplos danos ao meio ambiente (BURSZTYN, 1994). A necessidade de mais e mais produção passou a consumir um montante cada vez maior de recursos finitos da natureza, tanto em matérias-primas, quanto nos esgotos e sobras degradantes do solo, água e atmosfera (SCHENINI, 2005).

Repetidos anos de exploração sem qualquer controle resultaram em graves consequências no mundo todo: saturação dos mercados desenvolvidos, a ampliação das desigualdades entre pobres e ricos, altos níveis de degradação ambiental e o descontrole sobre a densidade populacional são exemplos dos problemas que assolam a sociedade como um todo (HART; MILSTEIN, 2004).

A vivência do Capitalismo Tradicional marcou um período em que os recursos naturais eram abundantes e a mão-de-obra escassa, imperando o pensamento de que se deveria explorar o máximo possível para a obtenção de lucros que deveriam crescer em progressões geométricas. Esta concepção humana, característica da Revolução Industrial, trouxe uma amplitude de benefícios à sociedade, mas à custa de um preço bastante alto: a liquidação dos recursos naturais, fundamentais para a existência humana (HAWKEN *et al.*, 2000). Ao mesmo passo em que cresceu a admiração do homem às maravilhas trazidas pela tecnologia industrial, aumentou a inquietação perante a destruição do ambiente planetário e ainda, a possibilidade de colocar em risco a própria sobrevivência da humanidade (CAPRA, 2002).

O movimento do desenvolvimento sustentável fundamenta-se na percepção de que ultrapassar a capacidade de carga do planeta implica em catástrofes sociais e ambientais e, são vários os indícios de que os limites admissíveis já foram ultrapassados (BARBIERI; CAJAZEIR, 2009).

Percebendo as mazelas advindas da exploração incorreta do meio ambiente, tornou-se necessária a mudança de valores sociais e a conscientização para a mudança de paradigma, onde o extrativismo e a busca desenfreada pela produtividade passam a ser substituídos pela preocupação com a produtividade ambiental, nesta perspectiva do Capitalismo Natural evidencia-se a existência do paradoxo “produzir mais utilizando cada vez menos”, e é mediante a mudança de hábitos e da preservação do capital natural que a economia e o ecossistema passam a andar de mãos dadas (HAWKEN *et al.*, 2000).

O capital natural apresenta-se no ecossistema por meio de recursos (água, minérios, petróleo, árvores, peixes, solo, ar) e sistemas vivos (pastos, savanas, mangues, estuários, oceanos, recifes de coral, ribeirinhas, tundras e florestas tropicais). Mediante a preservação destes recursos e sistemas vivos haveria uma melhoria no padrão de vida da humanidade e uma economia criada pela sinergia entre os capitais: *Humano* (trabalho, inteligência, organizações, cultura); *Financeiro* (dinheiro, investimentos); *Manufaturado* (máquinas, ferramentas, fábricas) e *Natural* (recursos e sistemas vivos) (HAWKEN *et al.*, 2000).

Repensar os complexos sistemas utilizados bem como as tecnologias adotadas e as instituições sociais tornou-se condição ‘*sine qua non*’ para a construção de uma sociedade sustentável para as próximas gerações, principalmente no que se refere à superação do distanciamento entre os projetos humanos e os sistemas ecologicamente sustentáveis da natureza (CAPRA, 2002). Torna-se necessário, uma remodelagem na indústria, comércio e sociedade para o uso de práticas sustentáveis, de forma a recuperar e conservar o meio ambiente e disseminar o conceito de sustentabilidade para os indivíduos de forma geral e principalmente para os envolvidos no processo de produção.

Neste contexto, Hawken *et al.* (2000) apontam algumas medidas a serem absorvidas como forma de preservar o capital natural e gerar benefícios a toda comunidade:

- redução no uso de recursos: os recursos devem ser utilizados de forma mais efetiva, de forma que seja possível a reutilização dos mesmos e direcionando atenção ao descarte do produto;
- biomimetismo: os autores sugerem soluções “*lean and clean*”, ou seja, “limpas e sem excesso”, com nada de desperdício; as empresas e os indivíduos

deveriam se espelhar nos ciclos da natureza (fechados e contínuos), repensar na forma em que os resíduos retornam à natureza e utilizar práticas de reciclagem;

- mudança nos padrões de consumo: ênfase nos serviços e não mais nos produtos. Ao invés de adquirir determinado bem o indivíduo o alugaria;
- investimento no capital natural: oferecer devida atenção às práticas sustentáveis para preservar as fontes renováveis do capital natural.

As empresas devem assimilar os ideais sustentáveis, incorporando medidas que objetivam a proteção do capital social em sua cultura, visto que “uma empresa que ignore a medição ficará inevitavelmente atrasada”, pois muitas vezes as empresas associam produzir mais com gerar mais resíduos (HAWKEN *et al.*, 2000, p.63-64). O capitalismo natural enfatiza, assim, uma visão sistêmica, e não-linear, onde os sistemas vivos são autoprodutores e a sustentabilidade das partes só poderá ocorrer de fato quando houver a sustentabilidade do todo no qual elas estão inseridas, ou seja, trata-se de um modelo em que todos participam dos ganhos.

As expectativas depositadas nas organizações têm mudado drasticamente na última década. Além de garantir rentabilidade, estas devem focar em objetivos sociais, ambientais e econômicos (MATTEN; MOON, 2008). A empresa sustentável “é a que procura incorporar os conceitos e objetivos relacionados com o desenvolvimento sustentável em suas políticas e práticas de modo consistente” (BARBIERI; CAJAZEIRA, 2009, p.70).

O desafio para as organizações humanas é adaptar-se ao novo ambiente empresarial e tornarem-se ecologicamente sustentáveis, o que pressupõe transformações que adentram na esfera cultural das mesmas. Em um sentido mais amplo, a cultura é criada no universo social, atua como um sistema de pressupostos fundamentais, descobertos e/ou desenvolvidos por um grupo, considerados adequados e por isso comunicados mediante processos de socialização aos novos membros. Tais pressupostos balizam o comportamento do grupo por meio dos valores, crenças e regras de conduta, sendo transformados e resguardados ao longo do tempo (SCHEIN, 1985).

Em diferentes culturas, as pessoas expressam identidades diferentes porque possuem conjuntos distintos de valores e crenças. O comportamento das pessoas é modelado e cingido por essa identidade cultural do grupo ao qual pertence. A complexidade da cultura apresenta-se justamente na sua qualidade não-linear, a

cultura passa a existir através de uma rede de comunicações entre os indivíduos e, a partir de então, impõe limites às ações desses mesmos indivíduos (CAPRA, 2002).

Ao propor a sustentabilidade nas organizações, estas são sujeitas a um ambiente não-linear, no qual a flexibilidade e a adaptabilidade imperam, e os métodos tradicionais de organização, processos e produção não mais atendem as demandas da sociedade. Além das mudanças organizativas, que podem ser projetadas e simplesmente realizadas por meio de técnicas específicas, as empresas necessitam de transformações no plano cultural, é neste plano que a mudança apresenta um desafio ainda maior, pois, os processos naturais de mudança das pessoas e das comunidades, se diferem consideravelmente daqueles que podem ser projetados, determinados e implementados (CAPRA, 2002).

No que compete à compreensão da cultura nas organizações, destacam-se três principais perspectivas: de integração, de diferenciação e de fragmentação. A primeira delas refere-se ao entendimento da cultura como uma unidade social estável e coesa, um consenso em toda a organização, sobretudo em torno dos valores compartilhados (MARTIN, 1992). Nesta perspectiva, considera-se que a cultura possa ser moldada ao encontro das necessidades das novas demandas do ambiente interno ou externo (SCHEIN, 1992).

A perspectiva de diferenciação pondera a pluralidade de culturas dentro da organização, pois, cada indivíduo possui suas percepções, memórias, crenças e valores. Admitem-se grupos com diferentes interesses dentro da empresa onde pode existir um consenso. A última perspectiva, a de fragmentação, considera a organização uma arena de interesses e de jogos de poder, repleta de conflitos e de ambigüidades, onde inexistente qualquer coesão (MARTIN, 1992).

Neste estudo, compreende-se a cultura organizacional de forma integrativa, não desconsiderando as subculturas ou conflitos que possam surgir até mesmo em função do ciclo de vida das organizações. Os interesses pessoais e os valores organizacionais podem afetar aspectos importantes nos esforços ambientais das organizações (BANSAL, 2002), os valores são capazes de influenciar na tomada de decisão das organizações (DUTTON, 1997). Compreender as relações entre os comportamentos individuais, os valores organizacionais e os valores pessoais torna-se indispensável, principalmente pelo “fato do grau de congruência entre os objetivos organizacionais e os de seus membros se constituírem em uma das

principais variáveis condicionantes do sucesso de uma organização” (FOGUEL; SOUZA, 1995, p.24).

Surge então, uma questão a ser discutida: *Como incorporar nos valores da organização e das pessoas que nela atuam as perspectivas da sustentabilidade?* Cada vez mais teóricos se posicionam acerca da importância da gestão de recursos humanos na criação de uma base sólida para a filosofia organizacional que contemple as esferas ambientais, sociais e econômicas (CORNÉLIO *et al.*, 2008). Neste cenário, o desenvolvimento dos recursos humanos desempenha papel importante para as organizações atingirem a responsabilidade social empresarial, a sustentabilidade e a ética (COLLIER; ESTEBAN, 2007).

A gestão de pessoas pode aumentar a sensibilização dos funcionários e desenvolver atitudes e comportamentos positivos em direção à sustentabilidade, principalmente contribuir para a ampliação de uma cultura que apóie a sustentabilidade, tornando-se uma facilitadora no desenvolvimento da responsabilidade social corporativa, da sustentabilidade e da ética nas organizações (GARAVAN; MCGUIRE, 2010). Estudos como os de Egri e Hernal (2002) têm demonstrado que uma abordagem estratégica de recursos humanos, que incorpora objetivos ambientais e de sustentabilidade, tem aumentado a percepção do desempenho organizacional.

A sustentabilidade requer um repensar da noção de sucesso empresarial, desempenho organizacional e um esclarecimento sobre o significado da mesma para o negócio e para a sociedade em geral (KRAMAR; HARIADI, 2010).

Tanto a sustentabilidade, quanto os valores, são conceitos complexos e multidimensionais que não podem ser avaliados por meio de uma única ação corporativa, ambos refletem na continuidade e na tentativa de perpetuação. Assim como a natureza, as organizações possuem um ciclo de vida, se em uma perspectiva mais ampla, a sustentabilidade se refere a pensar no planeta em longo prazo, nas organizações esse conceito surge com a finalidade de propiciar uma ampliação do ciclo de vida das mesmas. Para uma empresa operar com sucesso é fundamental que exista entre os membros uma espécie de teia onde impere o sentimento de coletividade. A visão dos negócios em forma de rede é fundamental a todas as formas de vida e cada um dos componentes assume a função de transformar ou substituir os demais de modo que a rede possa se regenerar continuamente (CAPRA, 2002).

Esse pensamento de regeneração contínua, ou autopoiese, é um paradigma emergente que se relaciona à visão sistêmica da realidade. Nessa direção autopoietica concebe-se a indissociabilidade entre ser/fazer/conhecer/falar no processo de modulação constante entre o organismo vivo e o meio. Portanto, trata-se de uma realidade complexa, que apresenta, ao mesmo tempo, situações de autonomia e de conectividade, na medida em que é gerada em um sistema fechado para informações externas e aberto para a troca de energia (MATURANA; VARELA, 1997).

O conceito de regeneração abordado permite perceber a autocriação das empresas, assim como dos demais seres vivos, “dessa maneira, sofrem mudanças estruturais contínuas, ao mesmo tempo em que preservam seus padrões de organização, que sempre se assemelham a teias”. Tanto a organização quanto o indivíduo, passam a ser associados a um ser vivo, ao invés de identificá-los como máquinas, como na era industrial, que valorizava o cooperativismo entre cada parte, flexibilidade para mudanças e a busca pela aprendizagem, abstendo-se da visão mecanicista em que as atividades seriam manipuladas e os membros deter-se-iam às tarefas individuais (CAPRA, 2002, p.27).

Nas palavras de Morin (2000, p.36) “o conhecimento das informações ou dos dados isolados é insuficiente. É preciso situar as informações e os dados em seu contexto para que estas adquiram algum sentido.” A partir desta breve reflexão do contexto em que a sustentabilidade emergiu, bem como, da importância dos valores na cultura dos indivíduos e das organizações, torna-se necessário explicitar os pressupostos teóricos que delimitaram a realização do presente estudo. O capítulo encontra-se dividido em duas grandes partes. A primeira apresenta um resgate histórico do desenvolvimento sustentável, prosseguindo pela busca de uma conceituação de sustentabilidade e seu emprego no universo organizacional e nos comportamentos ecológicos dos indivíduos. A segunda aborda os elementos fundamentais da teoria de valores humanos, dos valores pessoais e dos valores organizacionais e apresenta os estudos que tratam dos valores e comportamentos ecológicos.

2.1 A sustentabilidade

Busca-se no primeiro momento apresentar uma cronologia das preocupações com o contexto socioambiental e posteriormente avançar na conceituação da sustentabilidade e sua aplicação no universo organizacional, a partir daí trata-se especificamente dos comportamentos ecológicos influenciados por essa abordagem.

2.1.1 A trajetória das preocupações com o contexto socioambiental

É a partir da década de 60 que o crescimento econômico desordenado, impulsionado pela rápida industrialização, configura um cenário de preocupação com o meio ambiente e com o futuro do planeta. Problemas como: a extração de recursos naturais sem qualquer controle, rápida urbanização e crescimento populacional, contaminações diversas, poluição e desflorestamento, passaram a requerer a atenção de toda a sociedade (DIAS; CASSAR; ZAVAGLIA, 2003).

Após alguns fracassos na solução de problemas globais, o ano de 1968 foi considerado um marco nas discussões sobre o meio ambiente, principalmente pela ocorrência de três eventos fundamentais para o enfrentamento da crise ecológica. Primeiramente, o nascimento do Clube de Roma, uma reunião de cientistas, educadores, industriais, funcionários da esfera pública de cerca de dez países, em Roma, Itália, que objetivava discutir os dilemas atuais e promover iniciativas e planos de ação para a solução de conflitos econômicos, políticos, naturais e sociais. Ainda neste ano, divulga-se a decisão pela Assembléia das Nações Unidas de realizar a Conferência Mundial sobre o meio Ambiente em 1972 e a UNESCO promove em Paris a Conferência sobre conservação e uso racional dos recursos da Biosfera, estabelecendo diretrizes para o lançamento do Programa Homem e Biosfera (MAB) em 1971 (DIAS; CASSAR; ZAVAGLIA, 2003).

A Conferência Mundial sobre o Meio Ambiente Humano, em 1972, Estocolmo, Suécia, foi um marco importante para as discussões sobre desenvolvimento e meio ambiente, o encontro gerou uma lista com vinte e seis princípios, a Declaração sobre o Meio Ambiente Humano, e estabeleceu ações para os países no que se refere às práticas ambientais e de desenvolvimento sustentável, sendo reconhecida como conjunto de leis intencionais para as questões ambientais internacionais (LONG,

2000). A Conferência também instituiu o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA) que foi responsável por diversas iniciativas em todo o mundo.

Dias, Cassar, e Zavaglia (2003) destacam ainda outros eventos importantes, que subsidiaram a normatização dos cuidados com o meio ambiente, e que ocorreram como reflexos das discussões geradas em Estocolmo. São eles: Convenção sobre o Comércio Internacional de espécies ameaçadas da fauna e flora silvestres (1973), Convenção Internacional para a Prevenção da Poluição pelos Navios (1973), Conferência Alimentar Mundial (1974), Convenção sobre a Proteção da Natureza no Pacífico Sul (1976), Conferência das Nações Unidas sobre a Água (1977), Conferência das Nações Unidas sobre a Desertificação (1977), Conferência Mundial sobre o Clima (1978), Convenção sobre a Conservação das espécies migrantes pertencentes à fauna selvagem (1979) e a Convenção sobre a Conservação da fauna e da flora marítimas da Antártida (1980).

Em 1983, foi criada a Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMMAD), também conhecida por Comissão Brundtland, com a finalidade de realizar audiências em todo mundo e produzir um relatório contendo as diferentes opiniões sobre os temas mais emergentes. O relatório intitulado “Nosso Futuro Comum” apresentou a definição de desenvolvimento sustentável, que passou a ser difundido como “o desenvolvimento que atende às necessidades das gerações presentes sem comprometer a capacidade de gerações futuras de suprir suas próprias necessidades” (CMMAD, 1991).

As décadas de 1980 e 1990 ainda foram marcadas por grandes danos ao meio ambiente, e ainda preocupações com questões sociais e políticas. Porém foram grandes os avanços em convenções e ações em prol do desenvolvimento. Destaca-se a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (CNUMAD), conhecida como “Eco 92”, que ocorreu no Rio de Janeiro em 1992, e teve como principal objetivo estabelecer as bases para uma cooperação mundial em prol de elaboração de estratégias para interromper e reverter os efeitos da degradação ambiental. Alguns documentos foram aprovados nesta conferência, são eles: a Agenda 21, a Declaração do Rio, Declaração de Florestas, Convenção sobre Mudanças climáticas, e Convenção sobre Biodiversidade. Os dois primeiros estabelecem diretrizes para a formulação estratégias mundiais, os demais tratam de medidas de controle para grandes problemas ambientais (AFONSO, 2006).

No âmbito das negociações mundiais, destaca-se ainda, a conferência realizada para verificar os impactos dez anos após a Rio 92. A 'Rio+10' ou 'Cúpula Mundial do Desenvolvimento Sustentável', que ocorreu em Joanesburgo, na África do Sul. Nesta ocasião foram reafirmados os compromissos da Rio 92. Afonso (2006, p.30) ao abordar os resultados da conferência, afirma que “negociações foram difíceis mesmo no campo dos princípios e metas, já que vários países tentaram restringir as discussões sobre a ajuda internacional para a erradicação da pobreza, sem incluir problemas como os atuais padrões insustentáveis de produção e o consumo”.

Na tentativa de atender as determinações da Convenção sobre Mudanças Climáticas, define-se em 1997 um acordo institucional que visa a redução das emissões dos gases provenientes da queima de combustíveis fósseis e demais causadores do efeito estufa, o Protocolo de Kyoto, que entrou em vigor em 2005, sendo que as determinações vigoram até 2012. Para Afonso (2006, p.32) o protocolo representa um avanço nas negociações internacionais para atingir um objetivo comum, contudo, enfatiza que “Há ainda uma questão ética por trás dos mecanismos de redução de metas, que é a possibilidade de negociar o direito de poluir”.

Em função do vencimento do Protocolo de Kyoto, líderes mundiais novamente reuniram-se na Conferência do Clima, em dezembro de 2009, em Copenhague, na Dinamarca, para rediscutir os compromissos em relação à redução das emissões dos gases que contribuem para o efeito estufa. Gomes Filho e Heméritas (2009) destacam ainda outras questões discutidas no evento, que interferem na questão da sustentabilidade: a inserção de países com atraso no desenvolvimento industrial nos compromissos de redução de emissões, a transparência no mercado de créditos de carbono, e ainda, a preocupação com ações e políticas para novas tecnologias limpas.

O Quadro 1 apresenta, de modo sintético, alguns dos eventos de cooperação internacional que marcaram o período de preocupações com as questões sócio-ambientais:

Ano	Evento	Promoção	Local	Objetivo
1968	Fundação do Clube de Roma.	Reunião de Cientistas, Educadores, Industriais e Funcionários da Esfera pública de cerca de dez países.	Roma, Itália.	
1968	Divulgação da Conferência Mundial sobre o Meio Ambiente a ser realizada em 1972.	Assembléia Geral das Nações Unidas.		
1968	Conferência sobre Conservação e Uso racional dos Recursos da Biosfera.	UNESCO	Paris, França.	Estabelecer diretrizes para o lançamento do Programa Homem e Biosfera (MAB) em 1971.
1972	Conferência Mundial sobre o Meio Ambiente Humano.		Estocolmo, Suécia.	Gerou a Declaração sobre o Meio Ambiente sendo reconhecida como um conjunto de eis intencionais para questões ambientais internacionais.
1972	Conferência Mundial sobre o Meio Ambiente Humano		Estocolmo, Suécia.	Instituiu o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente – PNUMA.
1973	Convenção Internacional para a Prevenção da Poluição pelos Navios.			
1974	Conferência Alimentar Mundial.			
1976	Proteção sobre a Natureza no Pacífico Sul.			
1977	Conferência das Nações Unidas sobre a Água.			
1977	Conferência das Nações Unidas sobre a Desertificação.			
1978	Conferência Mundial sobre o Clima.			
1979	Convenção sobre a Preservação das Espécies			
	Migrantes Pertencentes à Fauna Selvagem.			
1980	Convenção sobre a Conservação da Fauna e da Flora Marítimas da Antártida.			

Quadro 1 - Síntese dos eventos acerca da sustentabilidade
Fonte: Elaborado pelo autor

1983	Criação da Comissão Mundial sobre Meio Ambiente E Desenvolvimento – CMMAD. Conhecida como a Comissão Brundtlandt			Realizar audiências em todo o mundo e produzir um relatório contendo as diferentes opiniões dos temas mais emergentes. Relatório intitulado “ Nosso Futuro Comum ”, o qual apresentou a definição sobre desenvolvimento sustentável.
	Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento – CNUMAD. Conhecida como ‘ECO 92’.		Rio de Janeiro, Brasil.	Estabelecer as bases para uma cooperação mundial em prol da elaboração de estratégias para interromper e reverter os efeitos da degradação ambiental.
1992				Documentos aprovados: - A Agenda 21. - A Declaração do Rio. - Declaração das Florestas. - Convenção sobre Mudanças Climáticas. - Convenção sobre Biodiversidade.
1997	Protocolo de Kioto.		Kioto, Japão.	Protocolo de Tratado Internacional para a Redução da Emissão dos Gases que promovem o Efeito Estufa.
2002	Rio+10 ou Cúpula do Desenvolvimento Sustentável.		Joanesburgo, África do Sul.	Foram reafirmados os compromissos da Rio 92.

Quadro 1 - Síntese dos eventos acerca da sustentabilidade (continuação)
Fonte: Elaborado pelo autor

Toda essa trajetória apresentada abrange proposições que tentam dar conta da complexidade que envolve a evolução do desenvolvimento sustentável em busca da construção de um conceito de sustentabilidade. A compreensão desse conceito será abordada no item a seguir.

2.1.2 Conceito de sustentabilidade

O conceito de desenvolvimento sustentável avançou em direção a sustentabilidade, ressignificando as demais variáveis envolvidas, como, riqueza,

crescimento econômico, exploração dos recursos naturais, pobreza e distribuição de renda. Conforme Barbieri *et al.* (2010, p.147):

o movimento pelo desenvolvimento sustentável parece ser um dos movimentos sociais mais importantes deste início de século e de milênio. São incontáveis as iniciativas voluntárias, relacionadas com o desenvolvimento sustentável, subscritas por empresas de setores específicos como bancos, seguradoras, hotéis, indústrias químicas, das quais participam os grupos empresariais mais importantes desses setores.

Sachs (2004) afirma que a transição para o desenvolvimento sustentável se inicia com o gerenciamento das crises, e o que requer fundamentalmente uma mudança de paradigma. Corroborando, Almeida (2002) postula que tal mudança de paradigma requer o envolvimento de todas as áreas do pensamento e da ação humana, até mesmo porque a dimensão ambiental perpassa por qualquer atividade humana. O autor define ainda algumas mudanças que se referem às características que tal paradigma deve assumir, conforme comparação no Quadro 2:

CARTESIANO	SUSTENTÁVEL
Reducionista, mecanicista, tecnocêntrico	Orgânico, holístico e participativo
Fatos e valores não relacionados	Fatos e valores fortemente relacionados
Parceiros éticos desconectados das práticas cotidianas	Ética integrada ao cotidiano
Separação entre o objetivo e o subjetivo	Interação entre o objetivo e o subjetivo
Seres humanos e ecossistemas separados em uma relação de dominação	Seres humanos inseparáveis dos ecossistemas, em uma relação de sinergia
Conhecimento compartimentado e empírico	Conhecimento indivisível, empírico e intuitivo
Relação linear de causa e efeito	Relação não linear de causa e efeito
Natureza entendida como descontínua, o todo formado pela soma das partes	Natureza entendida como um conjunto de sistemas interrelacionados, o todo maior do que a soma das partes
Bem-estar avaliado por relação de poder (dinheiro, influência, recursos)	Bem-estar avaliado pela qualidade das inter-relações entre os sistemas ambientais e sociais
Ênfase na quantidade (renda per capita)	Ênfase na qualidade (qualidade de vida)
Análise	Síntese
Centralização do poder	Descentralização do poder
Especialização	Transdisciplinaridade
Ênfase na competição	Ênfase na cooperação
Pouco ou nenhum limite tecnológico	Limite tecnológico definido pela sustentabilidade

Quadro 2 - Visão Cartesiana versus Visão Sustentável
Fonte: Almeida (2002, p.66)

A visão desse paradigma implica na necessidade de uma atuação conjunta e associada, por meio do compartilhando recursos (materiais, financeiros, tecnológicos e humanos), informação e conhecimento, dentre outras variáveis do contexto

organizacional. Neste sentido Almeida (2002) destaca a possibilidade de novos modelos que enfatizem a cooperação, baseados na associação, na complementaridade, no compartilhamento, na troca e na ajuda mútua.

Para Sachs (2004, p.36) o desenvolvimento sustentável “obedece ao duplo imperativo ético da solidariedade com as gerações presentes e futuras, e exige a explicitação de critérios de sustentabilidade social e ambiental e de viabilidade econômica”. Para que o desenvolvimento possa ocorrer, a ênfase é dada na coalizão dos três elementos: social, ambiental e viabilidade econômica.

Sachs (2004) apresenta ainda, cinco pilares do desenvolvimento sustentável, que são: social, ambiental, territorial, econômico, e político, compreendidos da seguinte forma:

- a - Social, fundamental por motivos tanto intrínsecos quanto instrumentais, por causa da perspectiva de disrupção social que paira de forma ameaçadora sobre muitos lugares problemáticos do nosso planeta;
- b - Ambiental, com as suas duas dimensões (os sistemas de sustentação da vida como provedores de recursos e como “recipientes” para a disposição de resíduos);
- c - Territorial relacionado à distribuição espacial dos recursos, das populações e das atividades;
- d - Econômico, sendo a viabilidade econômica a ‘*conditio sine qua non*’ para que as coisas aconteçam;
- e - Político, o governo democrático é um valor fundador e um instrumento necessário para fazer as coisas acontecerem. A liberdade faz toda a diferença. (SACHS, 2004, p.15-16).

Corroborando, Gladwin, Kennelly e Krause (1995) identificam componentes compartilhados por diferentes correntes de sustentabilidade. Para esses autores, cinco requisitos são fundamentais para a sustentabilidade. São eles:

- *inclusão*: desenvolvimento tanto do sistema humano quanto do sistema ambiental ao longo do tempo. Inclui a eficiência social e econômica em uma interrelação com a ecológica;
- *conectividade*: visão sistêmica que reconhece a interdependência ecológica, social e econômica entre o todo o mundo;
- *equidade*: racionalidade na distribuição dos recursos, intergeracional, intrageracional e entre as espécies;
- *prudência*: cautela e precaução;
- *segurança*: assegurar a saúde e a qualidade de vida de todas as gerações, diminuição das incertezas quanto aos danos ao ecossistema.

Para Rattner (1999, p.240) “o mais importante avanço na evolução do conceito de sustentabilidade é representado pelo consenso crescente que esta requer e implica democracia política, equidade social, eficiência econômica, diversidade cultural, proteção e conservação do meio ambiente”. O autor apresenta o conceito de desenvolvimento sustentável como um processo de melhoria nas condições de vida atrelado a minimização do uso dos recursos naturais e de desequilíbrios ao ecossistema.

Hopwood, Mellor e O'Brien (2005) afirmam que o conceito de desenvolvimento sustentável é uma tentativa de combinar as preocupações crescentes sobre uma série de questões ambientais com as questões sócio-econômicas. Os autores afirmam ainda, que o desenvolvimento sustentável tem potencial para enfrentar os desafios fundamentais para a humanidade, agora e no futuro, mas que necessita de mais clareza de significado, pois representa uma mudança na compreensão do lugar da humanidade no planeta.

Embora exista um consenso entre os defensores do desenvolvimento sustentável, de que a sociedade precisa mudar, os debates giram em torno de perspectivas políticas e filosóficas já existentes, não possibilitando uma filosofia unificada para tal abordagem. Existe ainda, uma divisão entre os partidários do '*status quo*' e a abordagem do desenvolvimento sustentável (HOPWOOD; MELLOR; O'BRIEN, 2005).

A abordagem do '*status quo*' postula a mudança por meio de uma gestão de cima para baixo, utilizando-se das estruturas existentes de tomada de decisão. Nesta, a mudança se dá principalmente pela ação política de trabalho dentro e fora das atuais estruturas de poder, nem o ambiente nem a sociedade deverão se ajustar para enfrentar os problemas ambientais, pois os mercados e a tecnologia darão conta do crescimento econômico necessário ao desenvolvimento.

Quanto ao desenvolvimento sustentável, o modelo mais usual trata da relação entre as esferas de ambiente, sociedade e economia, considerando que, mesmo conectadas, em alguma parte uma independe da outra. A alternativa sugerida pelos adeptos de um discurso verde mais radical partilha a redução do nível de vida e de consumo. Já os reformadores concentram-se na ciência e na informação, aceitam que grandes mudanças na política e estilo de vida serão necessárias em algum ponto, mas que estas sejam alcançadas com o tempo, principalmente quando os governos e organizações introduzirem tais reformas. Os transformacionistas

argumentam que a degradação ambiental, a pobreza e a falta de justiça estão enraizadas na sociedade baseada na dominação e exploração do meio ambiente, sendo assim, uma transformação da sociedade e relações humanas com o meio ambiente é necessária para evitar crises um possível colapso no meio ambiente (HOPWOOD; MELLOR; O'BRIEN, 2005).

De fato, inexistente uma visão definitiva de desenvolvimento sustentável ou da sustentabilidade, existem diferentes interpretações e formas alternativas de compreensão desse fenômeno moderno.

Conforme explorado por Dias, Cassar e Zavaglia (2003, p.207):

[...] para alguns somente é compatibilizar o meio ambiente com um crescimento econômico contínuo, mantendo as condições que produzem e reproduzem as relações de exploração, hierarquização e dominação que permitem a apropriação da capacidade produtiva social por alguns homens. Para outros implica novas bases nas quais se sustenta a civilização, através da construção de uma nova racionalidade, uma racionalidade ambiental, que coloque como sentido e fim da organização social e produtiva o bem-estar material do ser humano (nível de vida) e seu desenvolvimento espiritual (qualidade de vida).

Ao escrever '*Cannibals with Forks - The Triple Bottom Line of 21st Century*', Elkington (1997) apresentou a ideia do tripé da sustentabilidade, '*Triple Bottom Line*' (TBL), objetivando medir o desempenho financeiro, social e ambiental da empresa durante um período de tempo.

Essa concepção propõe às organizações a integração de três dimensões: social, ambiental e econômica, postulando que a organização sustentável é aquela que consegue bons resultados nas três dimensões (ELKINGTON, 2001). Tal abordagem tornou-se dominante no paradigma mais atual da sustentabilidade.

A dimensão social, ou capital social deve considerar o capital humano, o desenvolvimento de habilidades e a educação, além de abarcar medidas amplas de saúde da sociedade como um todo e do potencial de geração de riquezas. Neste aspecto, é possível verificar a sustentabilidade ao longo do tempo por meio da relação de transparência que a organização mantém com os seus consumidores, e das ações praticadas que permeiam toda a sociedade (ELKINGTON, 2001).

Na dimensão social, destaca-se a aplicação do modelo de Responsabilidade Social Empresarial (RSE) proposto por Carroll (1979). Tal abordagem postula que a organização tem obrigações que vão além da econômica e legal para com a sociedade, sendo que a responsabilidade ética e responsabilidade filantrópica

devem fazer parte da agenda organizacional. O foco no desempenho social enfatiza a preocupação com a ação das empresas, que devem formular e colocar em prática metas e programas sociais bem como integrar a responsabilidade ética na tomada de decisões, de políticas e de ações da empresa (CARROLL, 2000).

Tais responsabilidades são representadas por uma pirâmide. Na base estão as responsabilidades requeridas de todas as organizações, enquanto os níveis mais levados são os que a sociedade almeja e que levam a responsabilidade social empresarial.



Figura 1 - Pirâmide de Responsabilidade Social de Carroll.
Fonte: Carroll (1979, p.499).

A dimensão econômica tem sido abordada de maneira simplificada, o lucro da empresa. Entretanto, a dimensão econômica deve considerar a sustentabilidade econômica da empresa ao longo do tempo. Além do capital econômico, entendido de duas formas principais, capital físico e o financeiro, torna-se necessário incluir na análise o capital natural, social, humano e intelectual a fim de dar conta das variáveis envolvidas no contexto do desenvolvimento sustentável (ELKINGTON, 2001).

Para alcançar a última dimensão, a ambiental, e para que as empresas possam avaliar se são ambientalmente sustentáveis, necessariamente precisam compreender a expressão "capital natural". Nesta dimensão é preciso avaliar toda a riqueza natural que sustenta o ecossistema, ou seja, ao avaliar o capital natural de

uma floresta deve-se computar muito além do produto madeireiro, levando em consideração toda a fauna, flora, produtos possíveis de extração e demais impactos da floresta no ambiente e sociedade. Elkington (2001) destaca dois tipos de capital natural: o *capital natural crítico* e o *capital natural renovável*. O crítico se refere aquele responsável pela perpetuidade do ecossistema, enquanto que o renovável refere-se a todos os recursos naturais que são substituíveis, renováveis e/ou recuperáveis. Cabe então, as organizações identificar quais as formas de capital natural são impactadas por suas operações e avaliar se as práticas são sustentáveis ou se afetam de maneira expressiva o equilíbrio da natureza.

As organizações passaram a ser avaliadas não apenas sobre o valor econômico que eles acrescentam, mas também sobre o valor ambiental e social que são capazes de gerar ou não. Para Elkington (1997) ao nos aproximarmos do terceiro milênio estaremos passando por uma revolução cultural mundial, pois a transição para um sistema capitalista sustentável exige algumas revoluções. O autor aponta sete revoluções necessárias, representadas na figura 2:

	Velho paradigma	Novo paradigma
1 Mercados	Conformidade	→ Concorrência
2 Valores	Rígidos	→ Flexíveis
3 Transparência	Fechado	→ Aberto
4 Tecnologia de ciclo de vida	Produto	→ Funções
5 Parcerias	Subversão	→ Simbiose
6 Tempo	Longo	→ Duradouro
7 Governança corporativa	Restritiva	→ Inclusiva

Figura 2 - Sete Revoluções da Sustentabilidade

Fonte: Elkington, 2004, p.3.

A primeira revolução diz respeito aos mercados e é impulsionada pela concorrência. As organizações irão cada vez mais operar em mercados mais abertos à concorrência, tanto nacional quanto internacional, exigindo ações e investimentos de acordo a abordagem TBL (ELKINGTON, 2004).

A segunda revolução, e a mais pertinente para a discussão proposta neste estudo, requer uma mudança no mundo dos valores humanos e sociais. Para Elkington (2004), as pessoas do mundo dos negócios, como todos os indivíduos, possuem valores que são produtos do seu modelo mental. Ao rever tais valores, o

que ocorre muitas vezes em mudanças de gerações, as pessoas, as sociedades, bem como as empresas, passam por uma crise baseada em valores.

A terceira revolução, a da transparência, impulsionada pela crescente internacionalização, resulta em uma visibilidade e análise cada vez maior das prioridades, compromissos e atividades das organizações. Para Elkington (2004) a transparência foge ao controle das organizações, tal processo de abertura pode ser conduzido pela união de novos sistemas de valores e novas tecnologias da informação. Nesta perspectiva o autor aponta mudanças nas formas tradicionais de autoridade, pois diversos atores terão acesso às informações que antes eram restritas. Tais informações serão utilizadas para comparar, avaliar e classificar o desempenho das empresas, o autor cita a inauguração do '*Global Reporting Initiative*' (GRI), construído sobre as fundações do tripé da sustentabilidade, como um símbolo dessa tendência.

A quarta revolução trata do gerenciamento dos ciclos de vida de tecnologias e produtos. Tal revolução acontece a partir da mudança do foco das empresas na aceitabilidade dos seus produtos no ponto de venda para uma nova ênfase sobre o seu desempenho desde a extração da matéria-prima até a reciclagem ou eliminação (ELKINGTON, 2004).

Ainda de acordo com o autor, a quinta revolução remete às novas formas de parcerias entre as organizações. A sexta revolução é a do tempo, o cenário complexo da sustentabilidade deve promover mudança nas formas de compreender e gerir o tempo. A última revolução, a da governança corporativa, se remete a reforma nos sistemas de governança para dar conta da complexidade das variáveis incorporadas nas organizações por essa abordagem que prevê a integração das esferas econômicas, sociais e ambientais.

2.1.3 A Sustentabilidade nas organizações

Para Almeida (2007, p. 207) "mudanças nos valores e demandas da sociedade, catalisadas pelas evidências da degradação dos ecossistemas e seus serviços, serão cada vez mais perceptíveis". O autor destaca que as organizações de sucesso são as que estão atentas ao cenário socioambiental e posicionadas a fim de suprir tais demandas. Corroborando, Barbieri *et al.* (2010, p.149) afirmam que:

na sociedade atual, os valores ligados ao desenvolvimento sustentável e ao respeito às políticas ambientais têm sido institucionalizados em maior ou menor grau nos diversos países pela mídia, pelos movimentos sociais e ambientalistas, e pelos governos. Como resposta a essas pressões institucionais, surgem novos modelos organizacionais, vistos como os mais adequados para o novo ciclo que se inicia como é o caso das organizações inovadoras sustentáveis.

Toffler (1995) argumenta que as organizações tendem a deixar de possuir o foco único na finalidade econômica e tornarem-se multifuncionais, adaptando-se ao que o autor chama de terceira onda. Momento marcado por transformações na sociedade, que por meio de um novo modelo, a partir da introdução de novas tecnologias, possibilita uma produção mais flexível e adaptada aos consumidores, predominando a visão holística dos negócios e a busca por valores de contribuição social e preservação ambiental.

Para Shrivastava (1995) a inserção da sustentabilidade no contexto das organizações representa uma mudança de posicionamento em um princípio central da Administração, a mudança do foco econômico para o ecológico. O autor propõe um novo modelo organizacional, tal modelo substituiria o modelo baseado no antropocentrismo por um modelo ecocêntrico de administração, que conforme suas palavras: “[...] exige a adoção de teoria gerencial que não é antropocêntrica, uma teoria que reconheça o risco e a degradação ecológica como variável central na análise organizacional” (SHRIVASTAVA, 1995, p.133).

A questão da sustentabilidade, que no primeiro momento, preocupava apenas no setor industrial e agrícola, passa a ganhar importância nos mais diversos setores. Os ultrapassados modelos organizacionais, com foco na racionalização dos sistemas de trabalho, ou com estruturas burocráticas e hierarquizadas, já não correspondem às necessidades sistêmicas de flexibilização, inovação e eficiência coletiva. Novas arquiteturas organizacionais surgem em resposta às exigências das demandas atuais (RATTNER, 1999).

Para Almeida (2002), as organizações sustentáveis são definidas como sendo aquelas que baseiam suas práticas e premissas gerenciais de modo a atender os critérios de serem economicamente viáveis, mantendo competitividade no mercado, atendendo prioritariamente os conceitos de Ética, de Responsabilidade Social, de Transparência e de Governança Corporativa.

Nos estudos na área da administração com o enfoque da sustentabilidade predominam as tentativas de analisar a operação de organizações sob a ótica das

principais perspectivas ambientalistas, a fim de prescrever processos e práticas que correspondam com a sustentabilidade eco-ambiental (GLADWIN; KENNELLY; KRAUSE, 1995; SHRIVASTAVA, 1995).

Schilizzi (2002) considera que a aplicação do tripé da sustentabilidade nas organizações é apenas um meio de melhorar a imagem da organização perante a sociedade. Para Cheney (2004), as organizações utilizam tal abordagem para mostrar seu engajamento com a responsabilidade social e ambiental nas suas atividades.

Na prática, é percebida nas organizações a transformação dos conceitos em indicadores e números, numa tentativa de quantificar e rentabilizar as três perspectivas abordadas pela teoria mais recente da sustentabilidade. Um exemplo de tal abordagem, largamente utilizado devido à abrangência que alcança, é a '*Global Reporting Initiative*' (GRI), que criou uma metodologia para concepção de uma série de indicadores para uso em relatórios de sustentabilidade, que permitem medir o desempenho organizacional e fazer comparações ao longo do tempo (GRI, 2011).

Existe certa dificuldade na quantificação das dimensões ambientais e sociais do desempenho organizacional (SCHILIZZI, 2002). As organizações e pesquisadores ainda buscam métricas na tentativa de capturar "os valores" que compõe cada dimensão da sustentabilidade, a fim de apontar um norte para as organizações (LINGANE; OLSEN, 2004).

A empresa sustentável é aquela que busca incorporar "os conceitos e objetivos relacionados com o desenvolvimento sustentável em suas políticas e práticas de modo consistente". O desenvolvimento sustentável passa a ser a meta principal da organização e a responsabilidade social, o meio para efetivar sua contribuição (BARBIERI; CAJAZEIRA, 2009, p.70).

Muitas organizações estão empenhadas em formular propostas de gestão que sejam condizentes com os objetivos do desenvolvimento sustentável. Novos modelos de gestão procuram "reduzir a quantidade de materiais e energia por bem ou serviço produzido, substituir insumos obtidos de recursos naturais não renováveis por insumos provenientes de recursos renováveis e eliminar substâncias tóxicas, entre outras providências" (BARBIERI; CAJAZEIRA, 2009, p.73).

Ao mesmo passo que o comportamento sustentável torna-se foco das organizações, ele depende de fatores estruturais e sistêmicos. Nesse passo, os

valores assumem importância porque as organizações não são constituídas apenas pela estrutura física, mas por estruturas de eventos e interações por ela executadas (ALLPORT, 1962; SCHEIN, 1965). Para que a organização coloque em prática uma nova política é necessário que os valores justifiquem as aspirações ideológicas da empresa (TAMAYO; BORGES, 2001).

Para Bansal e Roth (2000), os interesses pessoais e os valores podem afetar aspectos importantes nos esforços ambientais das organizações. São os valores, elementos capazes de influenciar na tomada de decisão das organizações (DUTTON, 1997).

Além disso, ao implantar estratégias sustentáveis, como o controle de poluição, o uso de energias limpas e novas tecnologias, as organizações melhoram sua imagem pública, enquanto a alta administração da empresa torna-se mais pró-ativa em seus esforços ambientais, e os seus sistemas de valores pessoais refletem níveis mais elevados de preocupação ambiental (ANDERSSON; BATEMAN, 2000; DUTTON; ASHFORD, 1993).

Todo esse processo de ambientalização do setor empresarial, impulsionado pela emergência das preocupações com a sustentabilidade, impulsionou a necessidade da conscientização da co-responsabilidade de todos os atores envolvidos, que em seus comportamentos individuais e práticas cotidianas acabam por interferir na gestão das organizações e na busca por padrões que se mostrem mais sustentáveis.

2.1.4 Da sustentabilidade ao comportamento pró-ambiental

As ações ecológicas são cada vez mais discutidas como essenciais para diminuir os problemas ambientais e promover o desenvolvimento sustentável. Estas ações são percebidas como fundamentais para a resolução da crise ambiental e imbricam na aplicação dos princípios da ecologia nas esferas política, econômica e social (RICKLEFS, 2003).

É no campo da Psicologia ambiental que os estudos ganharam destaque ao investigar as influências mútuas entre o comportamento e o meio ambiente, além de busca compreender as condições que originam tal comportamento (DARLEY; GILBERT, 1985; SOMMER, 2000).

Devido às influências dos vários enfoques dados ao tema, a literatura apresenta certa diversidade na denominação dos comportamentos a favor do meio ambiente. Pato (2004) salienta o estudo de Corral-Verdugo (2000), que na tentativa de clarificar as divergências conceituais, buscou identificar nos principais enfoques os pontos de convergência dos conceitos. O Quadro 3 apresenta as diferentes abordagens:

Conceitos	Autores
<i>Comportamento Ecológico</i>	Axelrod, Lehman (1993) Kaiser, Wölfling, Fuhrer (1999) Patto (2004)
<i>Comportamento pró-ambiental</i>	Karp (1996) Corral-Verdugo, Pinheiro (1999) Corral-Verdugo (2000) Bonnes, Bonaiuto (2002)
<i>Comportamento Ambientalmente Significante</i>	Stern (2000) Gatersleben, Steg, Vlek (2002)
<i>Comportamento Ecológico Responsável</i>	Calvo-Salguero, Aguilar-Luzón, Berrio-Martos (2008)
<i>Comportamento Ambientalmente Responsável</i>	Thøgersen (2006) Mobley, Vagias, DeWard (2010)

Quadro 3 - Diferentes abordagens do Comportamento Ecológico
Fonte: Elaborado com base nos autores

Corral-Verdugo (2001) ressalta que o campo de pesquisa tem avançado na busca pelos elementos que promovem um comportamento pró-ambiental. O autor define tal comportamento como ações determinadas e eficazes que respondem às necessidades sociais e individuais e que resultam na preservação do meio ambiente.

Para Stern (1997; 2000), os comportamentos pró-ambientais são aqueles capazes de gerar impactos positivos sobre a disponibilidade de materiais ou energia do ambiente e podem ser determinados ainda pela influência positiva na alteração da estrutura e dinâmica dos ecossistemas. Para o autor, o comportamento ecológico é orientado pelo seu impacto no meio ambiente ou pela intenção e consciência da ação, sendo que existem diversos tipos de comportamento ambientalmente responsável. Suas manifestações dependem da localização e extensão da sua visibilidade, como por exemplo, comportamentos originários das organizações que um indivíduo pertence ou o ativismo ambiental que pode se manifestar na esfera pública.

Stern e Dietz (1994) abordam o tema da preocupação ambiental destacando algumas variáveis que apresentam relação causal entre si. Estas variáveis incluem valores pessoais, conjunto de crenças gerais, consciência das consequências do comportamento, responsabilidade e normas para ação pessoal e pró-ambiental. Ainda segundo o modelo mais recente de Stern (2000), os fatores comportamentais, as forças contextuais, as capacidades pessoais, e o hábito são variáveis determinantes do comportamento pró-ambiental.

Embora existam múltiplas abordagens, a usada reporta-se a de Axelrod e Lehman (1993) e a de Kaiser e de Fuhler (2003), que definem o comportamento ecológico como ações que contribuem para preservação ambiental e ou para a conservação ambiental.

Pato (2004) adota um conceito de comportamento ecológico que leva em consideração as intenções e a consciência das ações favoráveis ao meio ambiente e ainda os impactos de tais ações. Para a autora esse comportamento manifesta uma preocupação com o meio ambiente e repercute no uso sustentável dos recursos. Esse comportamento apresenta dois aspectos fundamentais: “uma ética que se baseia principalmente em princípios de sustentabilidade e qualidade de vida; e motivações que pressupõem atitudes não agressivas ou prejudiciais ao meio ambiente” (PATO, 2004, p.9).

A medida que o movimento ambientalista ganhou força, algumas medidas para verificar as crenças, atitudes e comportamentos ambientais foram desenvolvidas, e alguns estudos ganharam destaque na tentativa de dimensionar os comportamentos pró-ambientais. Karp (1996) propôs uma escala autorrelatada de atividades pró-ambientais para mensurar esses comportamentos, identificando os comportamentos ecológicos como mais ou menos auto-interessados, ou seja, os comportamentos de interesses mais coletivos e os comportamentos voltados aos interesses mais individuais. Kaiser (1998) destacou-se com uma medida geral do comportamento ecológico (GEB), utilizando-se de métodos probabilísticos bastante criticados.

Posteriormente, Thompson e Barton (1994) desenvolveram uma medida para avaliar dois conjuntos de atitudes pró-ambientais: as ecocêntricas e as antropocêntricas. Os dois tipos de atitudes manifestam preocupação e preservação ambiental, porém com motivações diferentes. A motivação de atitudes ecocêntricas tem base na relação homem-natureza, a natureza representa uma dimensão

espiritual, valorizando uma relação de conexão entre ambos. Enquanto o antropocentrismo, destaca uma relação de troca homem-natureza, o homem preserva em função de seus interesses existenciais.

A partir do desenvolvimento dessas medidas mais gerais para a investigação das relações do homem com o meio ambiente, surgiram medidas mais específicas voltadas para diferentes realidades, algumas voltadas aos comportamentos e atitudes, outras voltadas às crenças dos indivíduos. As atitudes tem sido abordadas como uma propensão psicológica expressa transversalmente pela avaliação de percepções e crenças, favoráveis ou não, ao meio ambiente natural (MILFONT, 2007). Corroborando, Pratkanis e Greenwald (1989) afirmam que as atitudes são vistas como uma combinação de atribuições cognitivas e respostas que podem guiar em parte os comportamentos.

Para Kraus (1995) comportamentos e atitudes ambientais são geralmente alinhados entre si, porém alguns estudos apontam para uma posição contrária (COTTRELL, 2003; GAMBA, OSKAMP, 1994; MANFREDO, YUAN, MCGUIRE, 1992).

Algumas teorias tem levantado a discussão acerca da influência da desejabilidade social nos comportamentos ecológicos. Destacam-se os achados de Kaiser *et al.* (1999) que buscaram compreender a influência da desejabilidade social nas atitudes e intenções de comportamentos ecológicos, não apresentando relações significativas. Outros autores (HARTIG; KAISER; BOWLER, 2001; SCHAHN, 2002; WISEMAN; BOGNER, 2003) encontraram baixas correlações entre desejabilidade social e medidas de atitudes e comportamentos ecológicos. Enquanto estudos mais recentes como os de Mayer e Frantz (2004), Pato *et al.* (2004) e Milfont (2009) não encontraram correlações significativas.

Uma escala que tem sido amplamente utilizada para verificar as atitudes frente ao meio ambiente é a Escala do Novo Paradigma Ecológico (NEP) (DUNLAP; VAN LIERE, 1978), com versão revisada por Dunlap *et al.*, (2000), esta mede a relação entre os seres humanos e o meio ambiente de maneira mais geral. A escala tem sido usada para prever as atitudes, comportamentos e conhecimentos de uma variedade de grupos (DECHANO, 2006; RIDEOUT *et al.*, 2005; SLIMAK; DIETZ, 2006; OLLI; GRENDESTAD; WOLLEBAEK, 2001). Mesmo que amplamente utilizada, algumas pesquisas têm demonstrado que a escala é limitada ao tentar medir preocupações ambientais ou comportamentos mais específicos (STERN; DIETZ;

GUAGNANO, 1995; CORRAL-VERDUGO; BECHTEL; FRAIJO-SING, 2003; MAYER; FRANTZ, 2004).

Destaca-se ainda o Inventário de Atitudes Ambientais (EAI) de (MILFONT, DUCKITT, 2008). Uma medida ampla, que possibilita verificar a multidimensionalidade e a estrutura hierárquica das atitudes ambientais, dos 120 itens que compõem a escala, 70 itens referem-se à utilização e 50 à preservação, que são as duas dimensões de ordem superior de atitudes ambientais.

Ao verificar a inconsistência dos instrumentos de comportamentos e crenças ambientais para a realidade socioambiental brasileira, Pato (2004), elaborou e validou três instrumentos. A Escala de Comportamento Ecológico (ECE), que foi apurada dando origem a Escala de Percepção de Comportamento Ecológico (EPCE), e por fim a Escala de Crenças Ambientais (ECA).

Após ser apurada a Escala de Comportamento Ecológico proposta por Pato e Tamayo (2006) ficou composta de 34 itens que mensuram os comportamentos ecológicos, dentre os quais fazem parte os itens correspondentes aos comportamentos antiecológicos e cinco itens que medem a desejabilidade social, apontada em outras pesquisas como fator influenciador do comportamento dos indivíduos. Por meio de uma descrição de comportamentos específicos, o respondente avalia a frequência com que tais situações ocorrem no seu cotidiano, optando por:

1. Nunca
2. Quase Nunca
3. Algumas vezes
4. Muitas Vezes
5. Quase Sempre
6. Sempre

Ao buscar uma medida dos comportamentos ecológicos individuais, amplia-se a compreensão das relações entre esses comportamentos e o meio ambiente. Na tentativa de procurar desvendar os elementos necessários à origem de tal comportamento, os valores podem ser utilizados como forma de entender as aspirações individuais que podem explicar tais condutas ambientais.

2.2 Os valores

A questão objeto desse estudo exige que se busquem as bases teóricas que sustentam o campo de estudos dos valores e a conceituação fundamental dessa concepção. A partir da teoria de fundamento, aborda-se especificamente o campo dos valores pessoais e dos valores organizacionais, finalizando com a apresentação de estudos que buscam as relações entre valores e comportamentos ecológicos.

2.2.1 Teoria de valores

Buscar a compreensão de valores necessita prioritariamente de um reconhecimento das mudanças sociais e históricas, já que muitas vezes a arquitetura organizacional e os valores dos indivíduos respondem de maneira operacional e simbólica a tais mudanças.

Garcia (2001) define os valores como as crenças que se pratica, ou seja, são possíveis de demonstrar. Para Barbosa (2001), os valores relacionam-se às hierarquias de significado dos valores básicos de uma determinada sociedade. Existem diversas definições, mas foi durante a década de 60 que a temática “valores” ganhou atenção de várias disciplinas das ciências sociais. Para Hitlin e Piliavin (2004, p.395) a definição mais influente de valor foi a de Kluckhohn (1951), para esse autor "um valor é uma concepção, explícita ou implícita, distintiva de um indivíduo ou característica de um grupo, do desejável, o que influencia a seleção de modos disponíveis, meios e fins da ação".

Valores eram entendidos como os critérios utilizados pelas pessoas para avaliar ações, indivíduos e eventos (WILLIAMS, 1968; KLUCKHOHN, 1951). O foco ‘*behaviorista*’ tratava do tema de modo funcionalista, dando um enfoque maior a ação, posteriormente, os estudos de Rokeach trazem um novo ponto de vista, que se volta ao valor como sentido da ação (HITLIN; PILIAVIN, 2004).

Para Rokeach (1968), os valores transcendem objetos e situações específicas, estão relacionados aos modos de conduta e estados finais de existência. Para esse autor, afirmar que se possui um valor, significa afirmar que se possui uma crença persistente de que determinada conduta é pessoalmente e socialmente preferível a outras condutas ou estados finais de existência. O valor

pode ser entendido como norma ou critério, um padrão que dita quais ações devemos ou não manter. Utiliza-se o valor como justificativa para o comportamento, possibilita comparações entre o “eu” e o “outro”, além de permitir julgamentos morais. Por fim, o autor define valor como um padrão usado para dizer quais os valores, atitudes e ações dos outros valem a pena, ou não, tentar influenciar.

Rokeach (1968) apresenta ainda, dois tipos diferentes de valores: os instrumentais e terminais. Os instrumentais (meio) referem-se às crenças de como o indivíduo deve se comportar no meio social. Valores de honestidade e responsabilidade são exemplos deste tipo. Já os valores terminais ou finais (fim), são os que se referem aos estados finais de existência, de caráter absoluto, como por exemplo, o desejo de um mundo igualitário. Rokeach (1973) subdivide os valores instrumentais em valores morais e valores de competência, e os valores terminais em pessoais e sociais. A partir disto, o autor propôs uma escala composta por doze valores terminais e doze instrumentais, que mais tarde foi acrescida de mais seis terminais e seis instrumentais. Denominada ‘Inventário de Valores de Rokeach’ (IVR), a escala é composta de dois blocos, correspondentes aos dois tipos de valores, sendo que os indivíduos colocavam em ordem de importância como princípios orientadores de suas vidas.

Os valores assumem uma disposição hierárquica, um sistema de valores. Esse sistema de valores refere-se a uma classificação ou ordenação de valores ao longo de uma escala de importância. Ao distinguir os valores instrumentais e terminais verifica-se que os indivíduos possuem dois tipos de sistemas, o sistema de valores instrumentais e o sistema de valores terminais. Dentro do sistema cada valor corresponde a um padrão separado, no dia-a-dia os indivíduos utilizam-se dos sistemas para realizar suas escolhas, algumas vezes os valores entram em conflitos uns com os outros e o indivíduo ativa mais fortemente um valor do que o outro. Tal situação ocorre tanto com o sistema de valores instrumentais quanto com os valores terminais (ROKEACH, 1968).

De acordo com Rokeach (1968), embora a teoria aponte um amplo número de variações, visto o grande número de valores que podem ser organizados em hierarquias diferentes, é improvável que todos os padrões de valor sejam encontrados na prática. Ao mesmo passo em que fatores de personalidade dão origem a variações nos sistemas de valores, fatores culturais, sociais e institucionais limitam e restringem tais variações.

É na década de 90 que surge a abordagem estrutural de valores, orientada pela prioridade dada ao conjunto de valores que apresentam entre si relações de oposição e de conflito. Schwartz e Bilsky (1987, p.551), definem valores como “representações cognitivas de três tipos de necessidades humanas universais: necessidades biológicas do organismo, necessidade de interação social para a regulação das relações interpessoais e necessidades sócio-institucionais, que visam o bem-estar e sobrevivência do grupo”.

Gouveia (1998, p.293) conceituou valores como "categorias de orientação consideradas como desejáveis, baseadas nas necessidades humanas e nas pré-condições para satisfazê-las, adotadas por atores sociais, podendo variar quanto à sua magnitude e aos elementos que as definem". Esse autor considerou o conjunto de necessidades propostas por Maslow, postulando que os valores formam um sistema levando em consideração três critérios de orientação, que possuem duas funções psicossociais: valores pessoais (experimentação e realização); valores centrais (existência e suprapessoal); valores sociais (normativa e interacional).

A teoria sugere que independentemente do contexto cultural dos indivíduos, é possível criar hipóteses sobre a existência de uma estrutura axiológica similar em grupos culturalmente diferentes. Mesmo que tais grupos tenham prioridades ou hierarquias de valores por vezes antagônicas, as características dos valores apresentam similares, o que, de acordo com Schwartz (2005, p.22-23 apud SCHWARTZ, 1992; 1994; SCHWARTZ; BILSKY, 1987; 1990), podem ser sintetizadas em cinco principais:

i. Valores são crenças. As crenças referem-se às emoções, ao ativar valores, mesmo que inconscientemente, estes provocam uma reação em sentimentos positivos ou negativos.

ii. Valores são um constructo motivacional. Os valores motivam as pessoas, atuam no desejo de atingir um objetivo.

iii. Valores transcendem situações e ações específicas. Os valores são abstratos e estão presentes em situações diversas.

iv. Valores guiam a seleção e avaliação de ações, políticas pessoas e eventos. Os valores têm juízo de valor, mesmo que inconscientemente interferem nas decisões dos indivíduos.

v. *Os valores são ordenados pela importância relativa aos demais.* Cada indivíduo forma um sistema ordenado de *prioridades axiológicas*, como uma hierarquia dos valores.

Para os teóricos, tais características podem ser encontradas em todos os valores. O que diferencia o comportamento em cada contexto cultural é a motivação por meio do qual o valor é despertado. Schwartz (2005, p.24-27) apresenta os dez tipos motivacionais universais, os quais são pormenorizados abaixo:

i. *Autodeterminação.* Motivação que se refere à independência de ação e pensamento.

ii. *Estimulação.* Refere-se ao estímulo por meio do novo, do desafio.

iii. *Hedonismo.* Fazer referência a sentimentos de prazer, satisfação e gratificações.

iv. *Realização.* Sucesso no que compete a aprovação e reconhecimento social.

v. *Poder.* Objetivado pelo *status* social, pelo domínio e controle.

vi. *Segurança.* Harmonia e estabilidade tanto em nível individual quanto grupal.

vii. *Conformidade.* A inibição de comportamentos que não são aceitos socialmente, a restrição de ações.

viii. *Tradição.* Refere-se à aceitação, respeito, acordo de costumes e cultura impostos socialmente.

ix. *Benevolência.* Diz respeito à preocupação com o bem-estar dos demais indivíduos que fazem parte do grupo, promovendo relações de cooperação.

x. *Universalismo.* Refere-se à preocupação, compreensão, tolerância com o bem-estar não apenas do grupo de pertença, contrastando com os valores de benevolência, mas de todos e da natureza.

Tais tipos motivacionais se desdobram em inúmeros valores presentes no meio social, e possuem inúmeras interrelações. A Teoria de Valores de Schwartz (2005) postula a existência de uma estrutura dinâmica entre os tipos motivacionais, existindo então, conflitos e congruências nas motivações de valores por vezes antagônicos, e por vezes complementares que formam um continuum de relações. Quanto mais próximos, mais compartilhadas são suas motivações, e do contrário, mais conflitantes e antagônicos são os valores, conforme representado abaixo:

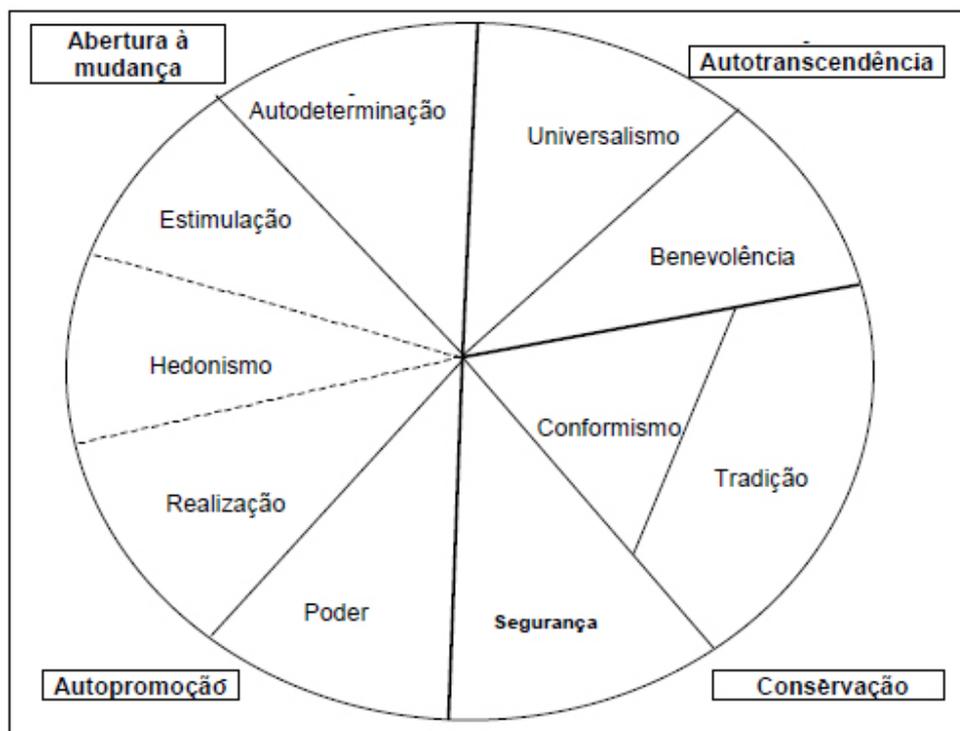


Figura 3 - Estrutura Teórica de relações entre valores
 Fonte: Schwartz, 2005, p.30.

A teoria permite compreender os dez tipos motivacionais universais, quatro motivações mais amplas e ainda três orientações mais gerais que são a egoística, a biosférica e a social-altruística envolvidas nas relações entre valores. Essas três orientações tratam de questões e interesses individuais, de questões e interesses coletivos e de questões e interesses individuais e coletivos ao mesmo tempo.

A Teoria de Valores deu origem ao Inventário de Valores de Schwartz (SVS), o qual tem sido amplamente utilizado nos estudos de valores transculturais, justamente pelo seu amplo aspecto. Sua primeira versão (1988) possuía 56 itens, sendo que a versão revisada (1994) passou a ter 57 itens que abrangem aspectos dos dez tipos motivacionais, acrescido de espiritualidade, valor encontrado em culturas diversas. O instrumento foi traduzido para 46 línguas, e aplicado em 67 países, confirmando todos os aspectos da teoria (SCHWARTZ, 2005), sua validação para o Brasil foi realizada por Tamayo e Schwartz (1993).

O conceito de valores passou a ser usado com frequência na tentativa de compreender as atitudes e comportamento dos indivíduos e o funcionamento das organizações, instituições e sociedades (HOFSTEDE, 1980; SCHEIN, 1985). No entanto, foram os estudos de Schwartz (1992), Smith e Schwartz (1997), que

propuseram uma teoria sistemática do conteúdo e da forma como se organizam os sistemas de valores, identificando os dez tipos diferentes de valores que originam a estrutura coerente circular das relações entre eles.

Os valores são elementos críticos da cultura organizacional e da liderança, pois impactam tanto no desempenho individual quanto no desempenho organizacional (SCHEIN, 2004). Conforme apontado pela teoria de valores, estes elementos essenciais se referem diretamente ao que os indivíduos pensam e acreditam e assumem grande importância na compreensão das ações e nos comportamentos das pessoas.

2.2.2 Valores pessoais

Os valores pessoais são aqueles capazes de transmitir o que há de mais importante a nível individual. Cada pessoa possui um conjunto de valores, com inúmeros valores como, benevolência/realização, tais valores assumem diferentes graus de importância para cada indivíduo, logo, um valor muito importante para uma pessoa pode não ser importante para outra (BARDI; SCHWARTZ, 2003).

Valores são construtos motivacionais relativamente estáveis, representam objetivos gerais que se aplicam em vários contextos e em diferentes momentos no tempo. Os indivíduos geralmente sabem o que é importante para eles. As pessoas podem agir em acordo com seus valores mesmo quando não pensam conscientemente sobre os mesmos. Assim, os valores podem operar fora da consciência, mas estando disponíveis para a recuperação de memória (BARDI; SCHWARTZ, 2003).

Na tentativa de superar as limitações do Inventário de Valores de Schwartz no que tange ao seu caráter abstrato, Schwartz *et al.* (2001) construíram questionário menos abstrato para avaliação dos valores, o '*Portrait Value Questionnaire*' (PVQ) ou ainda 'Questionário de perfis de valores pessoais' (QPVP). O instrumento também toma por base os dez tipos motivacionais postulados pela teoria de valores, a primeira versão do instrumento era composta de 29 itens, a versão atual foi ampliada e é composta por 40 itens, cada um dos itens representa um valor do SVS, sendo que foram priorizados os valores similares entre as culturas.

Cada item consiste em uma curta descrição que não expressa valores, mas, objetivos, desejos e aspirações de pessoas que apontam de maneira implícita para a

importância dada a determinados valores (SCHWARTZ, 2005). O indivíduo responde a seguinte pergunta em cada item: “Quanto essa pessoa se parece com você?”. Sendo que as alternativas de resposta são:

- 1) “se parece muito comigo”;
- 2) “se parece comigo”;
- 3) “se parece mais ou menos comigo”;
- 4) “se parece pouco comigo”;
- 5) “não se parece comigo”;
- 6) “não se parece nada comigo”.

O fato de utilizar apenas uma escala verbal e não uma escala numérica simplifica a tarefa do respondente, pois, o questionário não requer a transformação do julgamento em número, reduzindo o seu esforço cognitivo. Posteriormente as respostas são codificadas pelo pesquisador, que atribui valores de acordo com a escala (TAMAYO; PORTO, 2009).

Tanto a versão preliminar do instrumento, quanto a mais atual, foi validada em diversos países confirmando os dez tipos motivacionais propostos pela teoria (SCHWARTZ et al., 2001; SCHWARTZ, 2005). No Brasil, destacam-se as pesquisas de Pasquali e Alves (2004) que realizaram uma tentativa de validação, sendo que estes receberam críticas no que se refere à terminologia adotada para os fatores e ainda ao método empregado na análise, não sendo confirmada a validade de constructo do modelo.

Posteriormente, Tamayo e Porto (2009) realizaram uma pesquisa com o objetivo de validar o PVQ no Brasil e realizar algumas comparações com a validação do instrumento original. A amostra foi composta por 614 estudantes, para validar a estrutura proposta teoricamente, foi utilizado o método de Escalonamento Multidimensional (MDS) com o método de escalonamento do coeficiente de alienação de Guttman, o qual permitiu a representação gráfica, indicando o grau de semelhança entre as variáveis.

Os resultados encontrados na pesquisa de Tamayo e Porto (2009) confirmaram a validade de construto do Questionário de Perfis de Valores (QVP), porém apontaram índices baixos de confiabilidade, os autores apontaram a necessidade de novos estudos com uma amostra com maior idade e nível de escolaridade mais alto para investigar a validade do instrumento com outros públicos.

2.2.3 Valores organizacionais

Ao tratar do comportamento organizacional, mais especificamente dos valores organizacionais, leva-se em consideração toda a interdisciplinaridade que o próprio conceito de valor possui, sendo presente em todas as ciências relacionadas ao comportamento humano (SCHWARTZ, 2005 apud ROKEACH, 1973).

De acordo com Tamayo (2007, p.21), os valores organizacionais “constituem um conjunto dentro do universo dos valores. Eles referem-se ao domínio específico das organizações.” Para o autor os valores são definidos mesmo antes da fundação da organização.

Valores e princípios éticos determinam como as relações com as partes interessadas serão desenvolvidas, além de definir o contexto onde as políticas, práticas, processos e decisões éticas serão tomados. Os valores podem ser formalmente explicitados e/ou são implícitos ou informais influenciando as práticas diárias. A missão não é suficiente para criar um clima moral desejado, ela fornece um indicador forte da filosofia da administração, que provavelmente, será observada pelos empregados e outros grupos afetados pela atuação da empresa e terá sustentação mediante os processos organizacionais que transformarão o discurso em prática (BORGES, 2001). Sendo assim, criar uma cultura organizacional orientada para uma gestão sustentável exige mudanças de valores, sistemas e padrões de conduta.

Os valores organizacionais constituem formas culturais socialmente aceitas para expressar as necessidades e interesses das organizações enquanto grupo e enquanto instituição de negócios. Assim, a organização, é um organismo social dotada de motivações, de interesses e de intenções. Ao repensar o discurso e as práticas organizacionais, percebe-se a importância dos valores organizacionais, enquanto elementos preceptores da cultura, que influenciam o comportamento dos indivíduos no contexto laboral (TAMAYO; PORTO, 2005).

No âmbito organizacional os valores são entendidos como: crenças, constructos motivacionais, princípios que norteiam a seleção e avaliação de ações políticas, pessoas e eventos. Tais valores são capazes de ultrapassar situações e ações específicas, e influenciar diretamente o comportamento organizacional (WILLIAMS, 1968; KLUCKHOHN, 1951; SCHWARTZ, 1992) e possuem papel

central na estratégia da organização, por meio deles a organização “expressa as suas metas e se afirma como diferente na sociedade e no mercado. Para a escolha dos seus valores e da prioridade dada aos mesmos, a organização inspira-se nos valores da sociedade e nos valores dos seus membros” (TAMAYO, 2007, p.21). O autor destaca que os membros que mais interferem na construção dos valores são os fundadores e os demais com algum poder de influência dentro do cenário organizacional.

A pesquisa sobre valores tem seguido duas estratégias principais. A primeira delas é a utilização de documentos formais da organização, a fim de identificar os valores expostos em tais documentos, adotando uma abordagem qualitativa, utilizando-se de análise de conteúdo. Destacam-se os trabalhos de Kabanoff, Waldersee e Cohen (1995) e Kabanoff e Daly (2000) como exemplos de tal abordagem. As críticas a este tipo de pesquisa referem-se ao fato dos valores presentes nos documentos não necessariamente corresponder com os valores que realmente são percebidos na prática organizacional (TAMAYO, 1998).

Outra estratégia empregada é o uso da média dos valores pessoais dos membros da organização como estimativa dos valores organizacionais. (SEGO; HUI; LAW, 1997). As críticas a essa abordagem remetem aos conflitos existentes entre os valores individuais e organizacionais, justamente por serem valores independentes (TAMAYO; BORGES, 2001). Tamayo (1996) propõe que os valores sejam estudados a partir da percepção dos empregados, pois estes são como observadores internos, e possuem a clara visão dos valores que são predominantes na organização. Tal abordagem é utilizada em pesquisas quantitativas, por meio da aplicação de instrumentos aos colaboradores da organização.

Ferreira, Fernandes e Silva (2009) realizaram uma análise das produções na área de valores organizacionais entre o período de 2000 a 2008, nos periódicos mais importantes da Administração e da Psicologia, a fim de contribuir para o avanço do conhecimento teórico empírico neste campo. Os autores constataram que 46% dos estudos empíricos correspondem a estudos de caso, 30% se utilizam de amostras de diferentes organizações, 20% correspondem a amostras de uma única organização e 2% são realizados com amostras retiradas do público em geral ou com documentos como fonte de coleta de dados primários. Quanto aos instrumentos utilizados, 52% das pesquisas utilizaram escalas de auto-relato, seguido de entrevistas com 43%. Para a análise dos dados coletados os principais métodos são

a análise quantitativo-inferencial complexa com 27%, a análise quantitativo-inferencial simples, correspondendo a 14%, análise quantitativo-descritiva com 12%, e um total de 45 % dos estudos utilizaram uma abordagem qualitativa.

Entre os principais estudos no Brasil, destacam-se as investigações realizadas por Álvaro Tamayo (2007) e seu grupo da Universidade de Brasília, os quais criaram e validaram diversos instrumentos para o estudo dos valores, sendo que os principais a tratar dos valores organizacionais são: Escala de Valores Organizacionais - EVO (TAMAYO; GONDIM, 1996), o Inventário de Valores Organizacionais - IVO (TAMAYO; MENDES; PAZ, 2000) e o Inventário de Perfis de Valores Organizacionais - IPVO (OLIVEIRA; TAMAYO, 2004).

Tamayo e Gondim (1996) entendendo os valores organizacionais como os princípios e crenças percebidos pelos empregados como aqueles que realmente orientam o funcionamento da organização, construíram uma escala de valores organizacionais. Os itens desse instrumento foram construídos com base em valores organizacionais observados na prática de diferentes organizações, sendo que a seleção dos valores para compor o instrumento definitivo foi realizada com 113 funcionários de cinco diferentes empresas, por meio de um questionário que relacionava os itens com os valores da organização em que o indivíduo atuava. Utilizando-se de uma análise de conteúdo, a lista inicial foi simplificada para uma lista com 48 valores relacionados, que passou por um reteste e por análise semântica do instrumento, sendo feitas as modificações necessárias.

Para a validação da escala proposta por Tamayo e Gondim (1996) foi utilizada uma amostra de 537 sujeitos de 16 organizações, públicas e privadas. Os dados foram submetidos à análise fatorial, que encontrou cinco fatores: eficácia/eficiência, interação no trabalho, gestão, inovação e respeito ao empregado. Como resultado dessa pesquisa, foi validado uma escala com validade fatorial e alto nível de precisão.

A principal deficiência da EVO se dava na falta de uma teoria consistente que apoiasse o instrumento, justamente por este ter sido criado com base empírica. Então, Tamayo, Mendes e Paz (2000) desenvolveram uma nova escala adotando como base a Teoria de Valores Culturais de Schwartz (1999). Os autores postularam três dimensões bipolares para representar os valores organizacionais, autonomia *versus* conservadorismo, hierarquia *versus* igualitarismo e domínio *versus* harmonia. O instrumento foi composto de 36 itens, aplicado a uma amostra de 1010

funcionários de uma empresa pública. Os dados foram submetidos à análise multidimensional, sendo que as três dimensões apontadas na teoria foram confirmadas pela disposição dos valores no espaço semântico, porém, as relações de oposição entre elas não se confirmaram integralmente, os pólos de autonomia versus conservadorismo e de domínio versus harmonia não se mostraram em oposição ou conflito, mas sim adjacentes.

Oliveira e Tamayo (2004) elaboraram um terceiro instrumento o IPVO, pautando-se no pressuposto de que existe similaridade entre os dez tipos de valores ou metas motivacionais que integram a estrutura de valores humanos proposta por Schwartz (1992) e os valores organizacionais.

O Inventário de Perfis de Valores Organizacionais pauta-se nos valores pessoais para verificar os valores organizacionais, já que os mesmos são considerados subcategoria do universo axiológico. Para Oliveira e Tamayo (2004), os valores pessoais e organizacionais são dois sistemas relativamente independentes de valores, podendo apresentar conflitos entre os valores do indivíduo e da coletividade.

Ao tratar dos valores organizacionais, Oliveira e Tamayo (2004) afirmam que os mesmos são originados de valores individuais, descartando o papel fundador da organização, de administradores e dos próprios trabalhadores. Sendo assim, os princípios e metas individuais são transferidos para o contexto organizacional, constituindo os valores organizacionais que devem responder tanto às adversidades internas (motivações dos indivíduos que compõem a organização) quanto às externas (que correspondem às necessidades dos clientes da organização).

O IPVO foi elaborado com a finalidade de avaliar os valores organizacionais, utilizando dados organizacionais obtidos na literatura, foi definido cada um dos tipos motivacionais e foram criados itens para a sua representação. Por meio de uma descrição de metas atreladas a um valor organizacional em um perfil hipotético de organização, o respondente opta por:

- 1) “é muito parecida com minha organização”;
- 2) “é parecida com minha organização”;
- 3) “é mais ou menos parecida com minha organização”;
- 4) “é pouco parecida com minha organização”;
- 5) “não se parece com minha organização”;
- 6) “não se parece em nada com minha organização”.

No total, oito fatores, que contemplam 48 itens representam o perfil de uma organização hipotética. As questões foram distribuídas entre os fatores da seguinte forma: cinco itens referem-se à Realização, sete a Conformidade, seis a Domínio, seis a Bem-Estar dos empregados, cinco a Tradição, quatro a Prestígio Organizacional, oito a Autonomia e sete a Preocupação com a Coletividade.

Fatores	Correspondência	Metas
Autonomia	Autodeterminação/Estimulação	Oferecer desafios e variedade no trabalho, estimular a curiosidade, a criatividade e a inovação.
Bem-estar	Hedonismo	Promover a satisfação, o bem-estar e a qualidade de vida no trabalho.
Realização	Realização	Valorizar a competência e o sucesso dos trabalhadores.
Domínio	Poder	Obter lucros, ser competitiva e dominar o mercado.
Prestígio	Poder	Ter prestígio, ser conhecida e admirada por todos, oferecer produtos e serviços satisfatórios para os clientes.
Tradição	Tradição	Manter a tradição e respeitar os costumes da organização.
Conformidade	Conformidade	Promover a correção, a cortesia e as boas maneiras no trabalho e o respeito às normas da organização.
Preocupação com a Coletividade	Benevolência/Universalismo	Promover a justiça e a igualdade na organização bem como a tolerância, a sinceridade e a honestidade.

Quadro 4 - Fatores de IPVO, Correspondência com os Tipos Motivacionais de Valores e Metas dos Valores Organizacionais
Fonte: Oliveira e Tamayo (2004, p.137)

Os resultados do estudo de Oliveira e Tamayo (2004) confirmaram que a estrutura dos valores organizacionais corresponde à estrutura dos valores pessoais, sendo que oito fatores encontrados representam nove dos tipos motivacionais de valores pessoais. O IPVO apresentou índices de confiabilidade satisfatórios, os coeficientes de fidedignidade variaram de 0,75 a 0,86, tornando seu uso do instrumento recomendável para a aplicação nas organizações.

Até o momento foram apresentados estudos que tem confirmado a estrutura teórica proposta e testada por Schwartz (1992; 1994; 1999). Essa estrutura dinâmica das relações entre os sistemas de valores tem sido utilizada com diferentes

enfoques como preditor de outros comportamentos e atitudes. Uma vez que os sistemas de valores encontrados por esses instrumentos referem-se aos valores mais básicos dos indivíduos e organizações, torna-se fundamental a compreensão e conhecimento dos mesmos na busca por explicações das crenças, comportamentos e atitudes favoráveis ao meio ambiente.

2.2.4 Valores e comportamentos ecológicos

Diversos estudos têm explorado os valores como antecedentes dos mais diversos comportamentos, justamente por serem princípios centrais na vida das pessoas e dos grupos. A partir da abrangência da teoria de valores, e na tentativa de compreender os comportamentos humanos frente ao meio ambiente, alguns estudos têm buscado estabelecer relações entre valores como elementos que predizem uma conduta pró-ambiental.

A Teoria de Valor-base da preocupação ambiental, proposta por Stern e Dietz (1994) tem respaldado uma série de estudos que utilizam o conjunto de valores das pessoas para prever atitudes e comportamentos ambientais. Nessa linha destacam-se os estudos de (STEGER *et al.*, 1989; SCHULTZ; ZELEZNY, 1998, 1999), que utilizam os valores como preditores de atitudes ambientais.

Para Stern e Dietz (1994) existem três conjuntos de valores e bases distintas para atitudes ambientais: egoística, social-altruísta, e biocêntrica. Na dimensão egoística, o indivíduo assume posturas em função dos efeitos e consequências sobre si próprio. Na dimensão social-altruística a preocupação se expande aos efeitos das atitudes sobre todas as pessoas. Enquanto a dimensão biocêntrica orienta-se pelos direitos intrínsecos da natureza, o homem faz parte da natureza, mas a preocupação extrapola essa relação homem-natureza. As atitudes devem considerar o ambiente natural e a sobrevivência de todas as espécies de seres vivos. Os avanços do campo trazidos pelos achados de Stern e Dietz (1994) forneceram uma estrutura teórica e base estatística para a investigação, porém poucos indícios de que os valores estão relacionados com as atitudes ambientais.

Nessa mesma linha, Stern *et al.* (1999) pesquisaram a relação entre valores e atitudes ambientais, utilizando as três orientações de valores a partir dos itens do instrumento de Schwartz (1992) e itens da escala do novo paradigma ambiental. Os

resultados forneceram evidências limitadas do conjunto de atitudes ambientais e suas relações com os sistemas de valores.

Schultz e Zelezny (1999) realizaram um estudo multinacional envolvendo alunos de graduação de universidades da Europa, América Latina, e dos Estados Unidos, buscando fornecer evidências empíricas para a teoria do valor-base, utilizando-se da combinação de três escalas, nas quais os valores foram medidos através de itens de Schwartz (1992, 1994), e as atitudes ambientais por meio da Escala de Atitudes Ecocêntricas e Antropocêntricas de Thompson e Barton (1994), e da Escala do Novo Paradigma Ambiental (DUNLAP *et al.*, 1992). Os resultados apoiaram a teoria do valor-base, os achados da pesquisa apontaram pré-relações entre as atitudes ambientais utilizando os valores como preditores de tais atitudes. Os achados dos autores, corroboram com Stern e Dietz (1994), indicando os valores de auto-transcendência, especificamente universalismo como valores primários associados positivamente a Escala do Novo Paradigma Ambiental e ao ecocentrismo.

No âmbito nacional, destacam-se as pesquisas de Pato (2004) e Pato e Tamayo (2006), que realizaram estudos objetivando avaliar a possibilidade dos valores individuais e das crenças ambientais serem preditoras de comportamento ecológico. Para tanto, a autora elaborou dois instrumentos adequados à realidade brasileira para avaliar as crenças ambientais e os comportamentos ecológicos. As pesquisas realizadas com estudantes permitiram identificar características do comportamento ecológico no contexto socioambiental brasileiro, e ainda apontar as crenças como variáveis mediadoras nas relações entre os valores e os comportamentos ecológicos.

Ainda se tratando de amostras brasileiras, Coelho, Gouveia e Milfont (2006) realizaram um estudo com o propósito de conhecer o papel dos valores humanos como explicadores das atitudes ambientais e da intenção comportamental de universitários de agir em defesa do meio ambiente, tomando por base o Questionário dos Valores de Schwartz e a Escala de Atitudes Ecocêntricas e Antropocêntricas. Em concordância com estudos prévios, os resultados apontaram que os valores de autotranscendência, particularmente os de orientação universalista, são preditores de comportamentos pró-ambientais.

López e Cuervo-Arango (2008) realizaram um estudo na Espanha buscando explicar a relação entre valores, crenças, normas e comportamentos ecológicos. Os

resultados apontaram que valores ambientais e altruístas mostraram-se relacionadas com a obrigação moral, e que as normas pessoais foram mediadoras entre os efeitos de valores e de controle ambiental sobre os comportamentos ecológicos.

Diferentes estudos têm apontado ainda, a existência de relações diretas entre as variáveis de perfil sócio-demográfico e comportamentos ambientais (DUNLAP; VAN LIERE, 1984; OSTMAN; PARKER, 1987; SCOTT; WILLITS, 1994). Alguns pesquisadores destacam tais variáveis como antecedentes dos comportamentos ambientalmente responsáveis. Para Slimak e Dietz (2006) tais variáveis antecedem as relações entre valores e comportamentos.

Ao apresentar esses estudos, buscou-se expor alguns avanços na explicação dos motivos e valores que podem gerar atitudes e comportamentos a favor do meio ambiente. Para Schmuck, Schultz (2002), as pesquisas no campo da Psicologia Ambiental e Social precisam se tornar metas aos pesquisadores desses campos na tentativa de gerar comportamentos mais sustentáveis. Corroborando com este posicionamento, pode-se acrescentar a necessidade de avanços nos estudos no campo da Administração que busquem melhor compreender as relações dos valores que norteiam as organizações e seus impactos nos comportamentos individuais em prol do meio ambiente. Ao propor a utilização de instrumentos adaptados e validados no âmbito nacional, aumentam as chances de abranger questões realmente essenciais para o entendimento do contexto socioambiental brasileiro bem como das organizações e dos comportamentos individuais que precisam ser repensados no que se refere aos esforços pró-ambientais.

3 MÉTODO

Neste capítulo são apresentados todos os procedimentos metodológicos necessários à operacionalização desse estudo. São abordados a estratégia de pesquisa e o método adotado, as variáveis, as hipóteses, o desenho conceitual de pesquisa, a caracterização da amostra, as formas de coleta de dados e, por fim, as metodologias de tratamento e análise dos dados.

3.1 Classificação, delineamento e abordagem da pesquisa

Na tentativa de responder alguns questionamentos suscitados neste estudo, adotou-se a pesquisa exploratória e descritiva. A metodologia trabalhada possibilitou o esclarecimento de conceitos pouco explorados e aumentar a compreensão do fenômeno pesquisado, possibilitando a geração de estudos mais estruturados (SELLTIZ; WRIGHTSMAN; COOK, 1974). A pesquisa descritiva, de acordo com Gil (1991, p.46) adota “como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno”, tal classificação encontrou fundamento no estabelecimento de relações entre as variáveis abordadas no estudo.

A pesquisa ‘*survey*’ foi adotada pela abordagem empírica e pela diversidade dos objetivos deste estudo. Este delineamento permitiu elaborar um enunciado descritivo sobre um grupamento e a realizar uma descrição de traços e atributos, além de servir como um mecanismo de busca acerca do contexto analisado, indo ao encontro das definições de Babbie (2001). Os dados foram coletados em um único ponto no tempo e sintetizados estatisticamente, caracterizando um estudo transversal (HAIR *et al.*, 2010).

Quanto à abordagem do problema de pesquisa, o presente estudo caracterizou-se pela natureza predominantemente quantitativa. A pesquisa quantitativa foi utilizada para dimensionar os dados, e caracterizou-se pela utilização de técnicas estatísticas para tal fim (MALHOTRA, 2006). O objetivo do estudo foi de realizar um levantamento dos valores pessoais e organizacionais, além dos comportamentos ecológicos, associando os resultados ao grupo estudado.

3.2 Variáveis da pesquisa

Neste item são apresentadas as variáveis que compuseram o instrumento de pesquisa bem como as categorias determinantes para a análise dos dados. No primeiro momento são apresentadas as variáveis de valores organizacionais, seguindo para a apresentação das variáveis que compõem o inventário de valores organizacionais e por último, são apresentadas as variáveis que compõem o instrumento que verifica os comportamentos ecológicos.

3.2.1 Variáveis de valores pessoais

No instrumento de valores pessoais os respondentes deveriam eleger nas assertivas apresentadas, as descrições mais semelhantes ao seu perfil. A escala composta de seis pontos variava entre um que significa “se parece muito comigo” e seis, que significa “não se parece nada comigo”. Para fins de análise considerou-se a estrutura teórica de Schwartz (1992; 1994; 1999), que permite compreender os dez tipos motivacionais universais: universalismo, benevolência, hedonismo, autodeterminação, segurança, estimulação, conformidade, tradição, poder e realização. Examinaram-se ainda as três orientações mais gerais: egoística, biosférica e social-altruística. No quadro 5, são apresentadas as variáveis e destacados os termos considerados centrais para análise dos itens da escala.

Variáveis Valores Pessoais	
01	Pensar em novas ideias e ser criativa é importante para ela. Ela gosta de fazer coisas de maneira própria e original.
02	Ser rica é importante para ela. Ela quer ter muito dinheiro e possuir coisas caras.
03	Ela acredita que é importante todas as pessoas do mundo serem tratadas com igualdade . Ela acredita que todos deveriam ter oportunidades iguais na vida.
04	É muito importante para ela demonstrar suas habilidades . Ela quer que as pessoas admirem o que ela faz.
05	É importante para ela viver em um ambiente seguro . Ela evita qualquer coisa que possa colocar sua segurança em perigo.
06	Ela acha que é importante fazer várias coisas diferentes na vida. Ela sempre procura novas coisas para experimentar .
07	Ela acredita que as pessoas deveriam fazer o que lhes é ordenado . Ela acredita que as pessoas deveriam sempre seguir as regras , mesmo quando ninguém está observando.
08	É importante para ela ouvir as pessoas que são diferentes dela. Mesmo quando não concorda com elas, ainda quer entendê-las.
09	Ela acha que é importante não querer mais do que se tem . Ela acredita que as pessoas deveriam estar satisfeitas com o que têm.
10	Ela procura todas as oportunidades para se divertir . É importante para ela fazer coisas que lhe dão prazer .
11	É importante para ela tomar suas próprias decisões sobre o que faz. Ela gosta de ser livre para planejar e escolher suas atividades.

Quadro 5 - Variáveis que compõem o instrumento de Valores Pessoais

Fonte: Elaborado com base no Questionário de Perfis de Valores (QVP) de Tamayo e Porto (2009)

12	É muito importante para ela ajudar as pessoas ao seu redor. Ela quer cuidar do bem-estar delas.
13	Ser muito bem-sucedida é importante para ela. Ela gosta de impressionar as demais pessoas.
14	A segurança de seu país é muito importante para ela. Ela acha que o governo deve estar atento a ameaças de origem interna ou externa.
15	Ela gosta de se arriscar. Ela está sempre procurando aventuras .
16	É importante para ela se comportar sempre corretamente . Ela quer evitar fazer qualquer coisa que as pessoas possam achar errado.
17	É importante para ela estar no comando e dizer às demais pessoas o que fazer. Ela quer que as pessoas façam o que manda .
18	É importante para ela ser fiel aos seus amigos . Ela quer se dedicar às pessoas próximas de si.
19	Ela acredita firmemente que as pessoas deveriam preservar a natureza . Cuidar do meio ambiente é importante para ela.
20	Ser religiosa é importante para ela. Ela se esforça para seguir suas crenças religiosas .
21	É importante para ela que as coisas estejam organizadas e limpas . Ela realmente não gosta que as coisas estejam bagunçadas.
22	Ela acha que é importante demonstrar interesse pelas coisas. Ela gosta de ser curiosa e tentar entender todos os tipos de coisas.
23	Ela acredita que todas as pessoas do mundo deveriam viver em harmonia . Promover a paz entre todos os grupos no mundo é importante para ela.
24	Ela acha que é importante ser ambiciosa . Ela quer demonstrar o quanto é capaz.
25	Ela acha que é melhor fazer as coisas de maneira tradicional. É importante para ela manter os costumes que aprendeu.
26	Aproveitar os prazeres da vida é importante para ela. Ela gosta de se mimar.
27	É importante para ela entender as necessidades dos outros. Ela tenta apoiar aqueles a quem conhece.
28	Ela acredita que deve sempre respeitar seus pais e os mais velhos. É importante para ela ser obediente .
29	Ela quer que todos sejam tratados de maneira justa , mesmo aqueles a quem ela não conhece. É importante para ela proteger os mais fracos na sociedade.
30	Ela gosta de surpresas . É importante para ela ter uma vida emocionante.
31	Ela se esforça para não ficar doente. Estar saudável é muito importante para ela.
32	Progredir na vida é importante para ela. Ela se empenha em fazer melhor que os outros.
33	Perdoar as pessoas que lhe fizeram mal é importante para ela. Ela tenta ver o que há de bom nelas e não ter rancor.
34	É importante para ela ser independente . Ela gosta de contar consigo mesmo.
35	Contar com um governo estável é importante para ela. Ela se preocupa com a preservação da ordem social .
36	É importante para ela ser sempre educada com os outros. Ela tenta nunca incomodar ou irritar os outros.
37	Ela realmente quer aproveitar a vida. Divertir-se é muito importante para ela.
38	É importante para ela ser humilde e modesta . Ela tenta não chamar atenção para si.
39	Ela sempre quer ser aquela a tomar decisões. Ela gosta de liderar .
40	É importante para ela se adaptar e se ajustar à natureza . Ela acredita que as pessoas não deveriam modificar a natureza.

Quadro 5 - Variáveis que compõem o instrumento de Valores Pessoais (continuação)

Fonte: Elaborado com base no Questionário de Perfis de Valores (QVP) de Tamayo e Porto (2009)

3.2.2 Variáveis de valores organizacionais

Na escala de valores organizacionais os respondentes deveriam indicar a semelhança dos valores descritos com os da sua organização, optando em uma escala com seis pontos, na qual um significa “é muito parecida com a minha organização” e seis significa “não se parece em nada com a minha organização”. Para análise, considerou-se a estrutura de valores organizacionais corresponde à

estrutura dos valores pessoais proposta por Oliveira e Tamayo (2006) que compreende os tipos motivacionais: realização, conformidade, domínio, bem-estar do empregado, tradição, prestígio, autonomia e preocupação com o coletivo. Consideraram-se ainda as três orientações mais amplas dos tipos motivacionais correspondentes aos valores organizacionais, que são: egoística, biosférica e social-altruística. O quadro 6 apresenta a lista das variáveis e em destaque os termos considerados centrais naquele valor.

Variáveis Valores Organizacionais	
01	Esta organização estimula os empregados a enfrentarem desafios. Para ela, os desafios tornam o trabalho do empregado mais interessante.
02	A sinceridade entre as pessoas é encorajada por esta organização. Ser verdadeiro com os outros é importante para ela.
03	Para esta organização, todas as pessoas devem ser tratadas com igualdade . Na visão dela, as pessoas merecem oportunidades iguais .
04	Esta organização valoriza a competência . Para ela, é importante que o empregado demonstre as habilidades e os conhecimentos que possui.
05	É muito importante, para esta organização, ajudar seus empregados. Ela deseja cuidar do bem-estar deles.
06	A tradição é uma marca desta organização. Ela tem práticas que dão continuidade aos seus costumes.
07	Esta organização influencia outras organizações. Ela tem muito prestígio .
08	Esta organização acha que é importante ser competente . Ela quer demonstrar o quanto é capaz.
09	Esta organização oferece oportunidades de diversão aos empregados. Ela acha importante que eles tenham prazer no trabalho .
10	É importante para esta organização ser rica. Ela quer ter lucros nos negócios .
11	Para esta organização, é importante que os empregados se comportem de forma educada no ambiente de trabalho. Ela acredita que as boas maneiras devem ser praticadas.
12	Esta organização preserva os costumes antigos. Ela respeita a tradição.
13	Esta organização incentiva o sucesso profissional dos empregados. Ela os estimula a trabalharem de maneira competente.
14	Nesta organização, os empregados são premiados . A satisfação deles com a organização é uma meta importante.
15	Esta organização acredita no valor da honestidade . Ela honra seus compromissos com pessoas e organizações com as quais se relaciona.
16	Para esta organização, é importante que todas as pessoas sejam tratadas de maneira justa. É importante, para ela, respeitar os direitos dos outros.
17	Esta organização acha importante ter modelos de comportamento definidos. Para ela, os empregados devem ter um jeito correto de se comportar no trabalho .
18	Esta organização busca o domínio do mercado . Ela quer eliminar a concorrência.
19	Esta organização evita mudanças . Ela prefere manter sua forma de trabalhar.
20	Nesta organização, é importante que os empregados conheçam bem o trabalho que fazem. Ela reconhece os empregados competentes .
21	Esta organização acha importante ser fiel aos seus empregados e clientes . Ela cumpre seus compromissos com eles.
22	Para esta organização, é importante manter clubes destinados ao lazer dos empregados . Ela considera que a diversão é uma parte importante da vida do empregado.
23	Esta organização valoriza os empregados curiosos . Ela gosta de empregados que procuram se informar a respeito do trabalho.
24	Esta organização gosta de empregados que mostram suas habilidades. Ela procura desenvolver a competência desses empregados.
25	Esta organização tem prestígio na sociedade . Ela acha importante ser admirada por todos.
26	Esta organização procura se aperfeiçoar constantemente. Para ela, o aperfeiçoamento é uma forma de melhorar a qualidade de seus produtos e serviços.
27	Esta organização acredita que as regras são importantes. Para ela, os empregados deveriam obedecer as mesmas .
28	O respeito à hierarquia faz parte das tradições desta organização. Para ela, a hierarquia deve ser respeitada pelos empregados.
29	Esta organização valoriza os empregados que buscam realização no trabalho . Ela reconhece quando um empregado tem objetivos profissionais.
30	Para esta organização , é importante ser criativa . Ela gosta de ser original.
31	Esta organização procura manter práticas consagradas . Ela acredita que é importante trabalhar sempre do mesmo modo.

Quadro 6 - variáveis que compõem o instrumento de Valores Organizacionais

Fonte: Elaborado com base no Inventário de Perfis de Valores Organizacionais de Oliveira e Tamayo (2004)

32	Esta organização preocupa-se com a qualidade de vida dos empregados . Ela realiza projetos sociais que contribuem para o bem-estar deles.
33	Esta organização tem prestígio . Ela oferece produtos e serviços que são respeitados pelos clientes.
34	Esta organização acredita que a cortesia é importante. Para ela, as boas maneiras fazem parte do relacionamento entre os empregados e as organizações.
35	Esta organização tem influência na sociedade . Ela acha importante ser respeitada por todos.
36	Para esta organização, planejar metas é essencial. Ela considera a realização das metas uma prova de sua competência.
37	Esta organização acha importante ser competitiva . Ela quer ganhar novos mercados.
38	Esta organização acredita que a pessoa deve ser honesta em qualquer situação. Dizer a verdade faz parte dos princípios desta organização.
39	O prazer para esta organização é obter lucros . Ela sente-se satisfeita quando os rendimentos superam as despesas.
40	Esta organização deseja que o empregado tenha uma vida profissional variada . Ela valoriza o empregado que tem experiências profissionais diferentes.
41	Nesta organização, as regras de convivência são consideradas importantes. Para ela, os empregados, clientes e outras organizações deveriam respeitá-las.
42	Esta organização considera a segurança dos negócios muito importante. Ela está atenta às ameaças do mercado.
43	Esta organização acredita que os empregados devem aceitar o trabalho que têm a fazer. Para ela, os empregados devem cumprir suas obrigações .
44	Esta organização considera a lealdade importante. Ela é leal às pessoas e organizações próximas dela.
45	Esta organização estimula , nos clientes, o desejo de adquirir novidades. Ela encoraja os clientes a provarem produtos e serviços novos .
46	Esta organização incentiva o empregado a ser criativo . Ela estimula a criação de produtos e serviços originais.
47	O comportamento do empregado, nesta organização, deve mostrar respeito aos costumes . Para ela, a tradição deve ser preservada.
48	Esta organização propõe atividades que dão prazer ao empregado . Na visão dela, é importante o empregado sentir-se satisfeito consigo mesmo.

Quadro 6 - variáveis que compõem o instrumento de Valores Organizacionais (continuação)

Fonte: Elaborado com base no Inventário de Perfis de Valores Organizacionais de Oliveira e Tamayo (2004)

3.2.3 Variáveis de comportamentos ecológicos

A escala de comportamentos ecológicos corresponde à descrição de alguns comportamentos dentre os quais os respondentes deveriam indicar a frequência com que a situação ocorre em seu cotidiano, optando em uma escala de seis pontos, na qual um significa “nunca” e seis significa “sempre”. O quadro 7 apresenta as variáveis que compõem a escala.

Variáveis Comportamentos Ecológicos	
01	Jogo todo tipo de lixo em qualquer lixeira
02	Providenciei uma lixeira específica para cada tipo de lixo em minha casa
03	Deixo a torneira aberta durante todo o tempo do banho
04	Evito jogar papel no chão
05	Dou todo dinheiro que posso para uma ONG ambientalista
06	Quando estou em casa, deixo as luzes acesas em ambientes em que elas não estão sendo usadas
07	Falo sobre a importância do meio ambiente com as pessoas
08	Quando tenho vontade de comer alguma coisa e não sei o que é, abro a geladeira e fico olhando o que tem dentro dela.
09	Evito desperdício dos recursos naturais
10	Ajudo a manter as ruas limpas
11	Evito comprar produtos que são feitos de plástico
12	Enquanto escovo os dentes deixo a torneira aberta
13	Separo o lixo conforme o tipo
14	Guardo o papel que não quero mais na bolsa, quando não encontro uma lixeira por perto

Quadro 7 - Variáveis que compõem o bloco de Comportamentos Ecológicos

Fonte: Elaborado com base na Escala de Comportamento Ecológico (ECE) de Pato e Tamayo (2006)

15	Evito comer alimentos que contenham produtos químicos (conservantes ou agrotóxicos)
16	Entrego papéis para reciclagem
17	Faço trabalho voluntário para um grupo ambiental
18	Quando estou tomando banho, fecho a torneira para me ensaboar
19	Economizo água quando possível
20	Quando vejo alguém jogando papel na rua, pego e jogo na lixeira
21	Colaboro com a preservação da cidade onde vivo
22	Quando não encontro lixeira por perto, jogo latas vazias no chão
23	Evito usar produtos fabricados por uma empresa quando sei que essa empresa está poluindo o meio ambiente
24	Participo de manifestações públicas para defender o meio ambiente
25	Apago a luz quando saio de ambientes vazios
26	Evito desperdício de energia
27	Evito comer alimentos transgênicos
28	Quando abro a geladeira já sei o que vou pegar, evitando ficar com a porta aberta muito tempo para não gastar energia
29	Mobilizo as pessoas nos cuidados necessários para a conservação dos espaços públicos
30	Compro comida sem me preocupar se têm conservantes ou agrotóxicos
31	Deixo a televisão ligada mesmo sem ninguém assistindo
32	Entrego as pilhas usadas nos postos de coleta
33	Participo de atividades que cuidam do meio ambiente
34	Evito ligar vários aparelhos elétricos ao mesmo tempo nos horários de maior consumo de energia

Quadro 7 - Variáveis que compõem o bloco de Comportamentos Ecológicos (continuação)

Fonte: Elaborado com base na Escala de Comportamento Ecológico (ECE) de Pato e Tamayo (2006)

3.3 Apresentação e justificativa das hipóteses

Embora o estudo tenha um caráter exploratório, com base no referencial teórico pesquisado, foram elaboradas algumas hipóteses relacionando as variáveis referentes aos fenômenos estudados (KÖCHE, 1997).

Os valores podem ser compreendidos como prioridades dos indivíduos, como crenças abstratas sobre metas desejáveis, ordenadas por ordem de importância, orientando as avaliações das pessoas (SCHWARTZ, 1992; ROKEACH, 1973). Considerando que os valores são prioridades dos indivíduos e relacionam-se com seus traços de personalidade (ROCCAS; SAGIV; SCHWARTZ; KNAFO, 2002) e comportamentos (BARDI; SCHWARTZ, 2003), é possível ressaltar a existência de certa variabilidade dos valores entre os indivíduos, sendo que essa variabilidade deve ser menos aparente nos valores grupais.

Alguns estudos (POSNER; LOW, 1990; POSNER, 1992; POSNER; RANDOLPH; SCHMIDT, 1993; POSNER; WESTWOOD, 1997) têm abordado o impacto de valores compartilhados tanto no nível pessoal quanto no organizacional, tais estudos sustentam a tese de que o alinhamento entre os valores pessoais e os da organização resultam em atitudes positivas e melhores resultados organizacionais. Posner (2010) apresenta uma abordagem que se concentra nas semelhanças entre os valores organizacionais e nos valores individuais dos

membros da organização. Tal perspectiva aponta para a necessidade de haver uma coerência ou concordância entre essas arenas de valores. Do contrário, as lacunas entre esses dois campos sugerem a formação de atitudes que suprimem a motivação, o que implica em pior desempenho, maiores níveis de insatisfação, rotatividade e estresse no trabalho.

H1: Existe relação direta entre os tipos motivacionais dos valores organizacionais e dos valores pessoais.

Ao tratar das temáticas de valores e comportamento, buscou-se ir ao encontro de estudos anteriores que destacam os valores como antecedentes do comportamento (ROKEACH, 1973; SCHWARTZ, 1992). A estrutura teórica de Schwartz (1992; 1994; 1999) permite compreender os dez tipos motivacionais e ainda três orientações mais gerais envolvidas nas relações entre valores.

Estudos têm demonstrado que construções como valores, têm sido mais bem sucedidas em prever comportamentos pró-ambientais (BOLDERO, 1995; STERN *et al.*, 1999). Alguns autores partem da premissa de que os comportamentos individuais com o meio ambiente estão pautados no que os indivíduos pensam e sentem em relação ao meio ambiente e aos comportamentos pró-ambientais (STERN *et al.*, 1995; TAYLOR; TODD, 1995).

Algumas pesquisas demonstram que as três orientações de valores são relevantes para explicar comportamentos pró-ambientais. As pessoas podem assumir um comportamento a favor do meio ambiente tanto por questões do 'self', de bem-estar de outras pessoas ou pelo bem-estar do ambiente e da biosfera (STERN, 2000; DE GROOT; STEG, 2007; 2008).

Os valores de orientação egoística têm sido relacionados negativamente com intenções, atitudes e comportamentos pró-ambientais enquanto os valores de orientação biosférica e altruísta tem apontado uma relação positiva com esses comportamentos (STERN; DIETZ, 1994; MILFONT; GOUVEIA, 2006). E de acordo com os achados de De Groot e Steg (2008), os valores da biosfera estão mais relacionados com as intenções e comportamentos pró-ambientais que os valores altruístas. Tais achados corroboram para a formulação das seguintes hipóteses:

H2: Os valores de orientação biosférica (tradição, conformidade e benevolência) apresentam relação direta com os comportamentos ecológicos.

H3: Os valores de orientação egoística (poder, realização, hedonismo, estimulação, autodeterminação) manifestam relação inversa com os comportamentos ecológicos.

Para Schwartz (2005), o tipo motivacional universalismo pode estar mais associado aos temas ambientais por abarcar preocupações mais gerais com o bem-estar da sociedade e preocupações mais específicas com a natureza. Esse tipo motivacional, pelas características dos valores que o compõem, pode ser considerado bastante relevante na investigação das relações entre valores, variáveis ambientais e comportamentos ecológicos.

H4: Os valores de orientação social-altruística (universalismo, segurança) manifestam relações diretas com os comportamentos ecológicos.

Oliveira e Tamayo (2006) propuseram uma estrutura de valores organizacionais correspondes à estrutura dos valores pessoais. Tal estrutura permite identificar as três orientações mais amplas e os tipos motivacionais correspondentes aos valores organizacionais, o que corrobora com a formulação das seguintes hipóteses:

H5: Os valores de orientação biosférica (tradição, conformidade e preocupação com a coletividade) apresentam relação direta com os comportamentos ecológicos.

H6: Os valores de orientação egoística (domínio, prestígio, realização, bem-estar, autonomia) manifestam relação inversa com os comportamentos ecológicos.

H7: O valor de orientação social-altruística (preocupação com a coletividade) manifesta relação direta com os comportamentos ecológicos.

3.4 Desenho conceitual de pesquisa

Ao buscar a descrição os sistemas de valores pessoais e organizacionais, bem como dos comportamentos ecológicos, e testar existência de relações entre esses três constructos, propôs-se o modelo conceitual de pesquisa apresentado na figura 4:

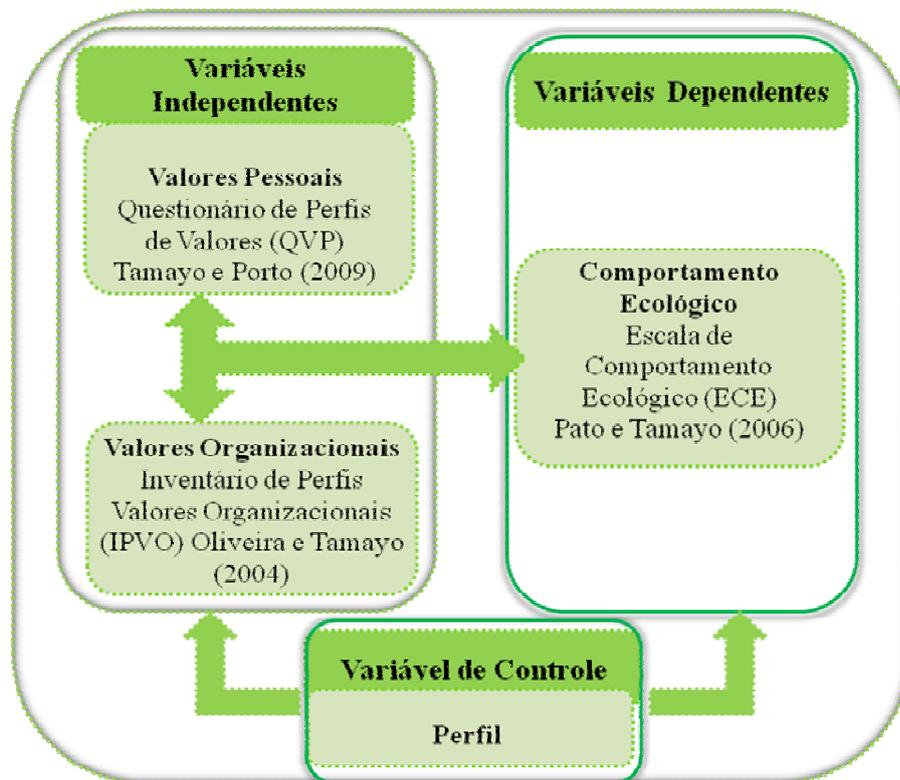


Figura 4 - Modelo de Pesquisa
Fonte: elaborada pelo autor

3.5 Instrumento de pesquisa

O instrumento de pesquisa foi organizado em cinco blocos. O primeiro e o segundo bloco visavam identificar o perfil dos sujeitos e algumas características sócio-ambientais da organização em que o estudo foi realizado. O terceiro bloco foi estruturado a partir do Inventário de Perfis de Valores Organizacionais de Oliveira e Tamayo (2004). O quarto bloco foi constituído pelo Questionário de Perfis de Valores (QVP) de Tamayo e Porto (2009). No último bloco utilizou-se a Escala de Comportamento Ecológico (ECE) de Pato e Tamayo (2006). Todos os blocos foram

acrescidos de questões para verificar a adequação dos valores e dos comportamentos propostos.

O questionário estruturado auto-respondido organizado a partir dessas escalas foi enviado a alguns especialistas para uma avaliação e adequação dos termos e passou por revisão após este procedimento.

Conforme Malhotra (2006), antes da pesquisa de campo o questionário precisa de um pré-teste adequado. Realizou-se o pré-teste com alguns funcionários em uma sala disponibilizada pela organização, com a finalidade de verificar sua aplicabilidade, tempo de resposta, refinar o instrumento e esclarecer no questionário algum termo possível de gerar dúvidas.

O questionário estruturado aplicado aos indivíduos encontra-se no Apêndice A.

3.6 Coleta de Dados

Como procedimento para coleta de dados primários a partir de indivíduos adotou-se o método de 'surveys'. Conforme Hair *et al.* (2010) realizou-se a administração de questionário para que o próprio sujeito respondesse.

Foram utilizados dois métodos de coleta, os questionários foram disponibilizados *on line* (pela internet) e impressos. Os questionários '*on line*' foram criados utilizando a ferramenta formulários no *Google Docs* e foi enviado o link via *e-mail* para os respondentes. Os questionários impressos foram entregues diretamente aos empregados em local apropriado para aplicação, conforme a orientação da empresa e devolvidos no departamento responsável pela comunicação interna.

3.7 Seleção da unidade de análise e amostragem

Este estudo teve como foco a análise dos valores e o comportamento ecológico dos indivíduos que atuam em uma organização inserida no contexto da sustentabilidade. Ao tratar das organizações voltadas a este tipo de gestão, Aligleri, Aligleri e Kruglianskas (2009, p.154) afirmam que incorporar práticas de responsabilidade socioambiental significa "nortear a organização para o caminho da sustentabilidade, tornar-se um agente educador da comunidade e dos

colaboradores, bem como abandonar a cultura do desperdício, muito comum no cotidiano de empresas e consumidores”. Os autores afirmam que as organizações necessitam repensar sua gestão expressando as mudanças que ocorrem no contexto social, tornando-se focos de propagação de valores para a comunidade, já que possuem um papel importante como articulador da cadeia de suprimentos.

Capturando esta percepção, a organização da qual o grupo de indivíduos estudado faz parte, apresenta uma postura e imagem associada a um ambiente sustentável, que adota a sustentabilidade como estratégia de competitividade, utilizando práticas ambientalmente corretas em suas ações e práticas, divulgadas nos relatórios da empresa.

A empresa publica em seu *'site' da internet* todos os relatórios visando maior transparência na relação com os interessados internos e externos. Entre os documentos que permitem avaliar a gestão da empresa, destaca-se: o Balanço Social, que apresenta ao público a maneira como a empresa se relaciona com as partes interessadas e como são avaliados os resultados da organização. Destaca-se ainda, o Grupo de Meio Ambiente, cujo objetivo é sensibilizar os públicos interno e externo para as questões ambientais por meio do desenvolvimento de projetos de preservação do meio ambiente e desenvolvimento social junto aos funcionários da empresa e em parceria com a comunidade. Além disso, a empresa possui um Programa de Responsabilidade Social que além de investimentos sociais, busca incentivar o empreendedorismo entre as organizações sociais da comunidade. Além dos relatórios e programas, a conduta da empresa encontra respaldo em uma série de certificações, como: ISO 14001:2004; ISO 9001:2000; ISO 22000; ISO 18001; Certificado de Responsabilidade Social concedido pela Assembléia Legislativa do Rio Grande do Sul.

Esta caracterização serviu como guia à escolha da empresa. A população foi composta pelos colaboradores da organização. Adotou-se a amostragem não-probabilística, por conveniência, já que a amostra foi composta pelos indivíduos que se disponibilizaram a responder (HAIR *et al.*, 2010).

Os questionários foram disponibilizados a todos os colaboradores e a amostra final foi composta por 109 respondentes e questionários válidos.

3.8 Tratamento e análise dos dados

Os dados colhidos por meio dos questionários foram codificados e preparados utilizando o software *Microsoft® Excel® 2011*. Para a realização das análises utilizou-se o ‘software’ ‘*Statistical Package for the Social Sciences*’ – *SPSS 18.0*.

Primeiramente, foram realizadas análises estatísticas descritivas; seguido da aplicação da técnica de análise fatorial, com a qual se pretendia examinar todo o conjunto de relações interdependentes entre as variáveis. Por fim, a correlação de Pearson, para verificar as correlações entre os constructos das escalas e a média geral as variáveis (MALHOTRA, 2006), foi realizada.

3.9 Síntese do método

O Quadro 8 apresenta o resumo dos procedimentos metodológicos aplicados neste estudo.

Objetivos	Variáveis analisadas do questionário	Autores do Modelo adotado	Tipo de análise	Técnica empregada
Caracterizar o perfil dos pesquisados	Bloco I e Bloco II	-	Estatística	Estatística descritiva
Analisar o conjunto de valores pessoais	Bloco III	Tamayo e Porto (2009)	Estatística	Estatística descritiva; Análise Fatorial Exploratória
Analisar o conjunto de valores organizacionais	Bloco IV	Oliveira e Tamayo (2004)	Estatística	Estatística descritiva; Análise Fatorial Exploratória
Identificar os comportamentos ecológicos individuais predominantes	Bloco V	Pato (2004) Pato e Tamayo (2006)	Estatística	Estatística descritiva; Análise Fatorial Exploratória
Analisar as relações entre os valores organizacionais e pessoais e os comportamentos ecológicos.	Bloco III; Bloco IV; Bloco V	-	Estatística	Correlação Bivariada de Pearson

Quadro 8 - Síntese do Método

Fonte: Elaborado pelo autor

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1 Análises descritivas

Nessa seção são apresentadas as estatísticas descritivas dos resultados da pesquisa. Esta descrição indica frequências e medidas que apresentam o padrão de distribuição dos dados (MALHOTRA, 2006; HAIR *et al.*, 2010). No primeiro momento aborda-se a descrição das características dos respondentes, o que permite identificar o perfil da amostra pesquisada. Posteriormente, é feita uma análise de cada uma das escalas utilizadas, sendo possível observar a variabilidade dos escores das respostas em cada uma delas e a associação com aspectos teóricos relevantes.

4.1.1 Caracterização do perfil dos participantes

O perfil econômico e social apontou que 81,7% dos participantes são do sexo masculino e 18,3% do sexo feminino. Quanto à classificação etária a média de idade encontra-se na faixa dos 26 a 35 anos, o percentual obtido em cada faixa é exibido na Figura 5.

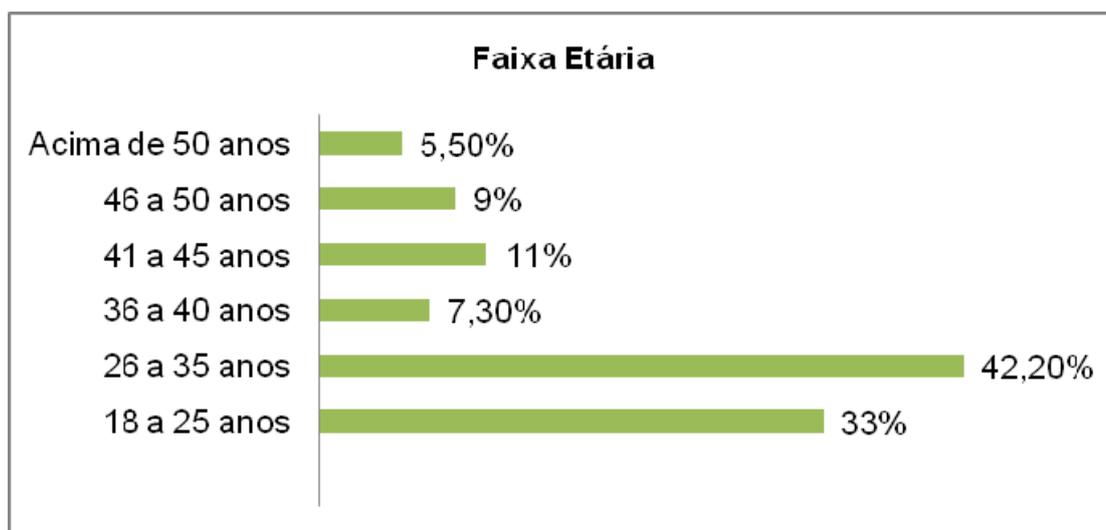


Figura 5 - Representação da faixa etária

Fonte: Elaborado pelo autor com dados da pesquisa

Os dados referentes ao estado civil mostram que a maioria dos respondentes é casada. Conforme pode ser visualizado na Figura 6.

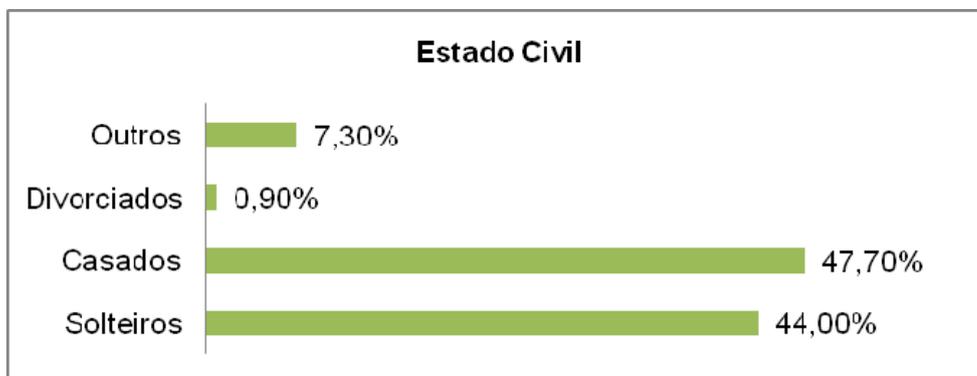


Figura 6 - Representação do Estado Civil
Fonte: Elaborado pelo autor com dados da pesquisa

A escolaridade indicou que a maior parte dos indivíduos possui ensino médio completo, como pode ser observado na Figura 7.

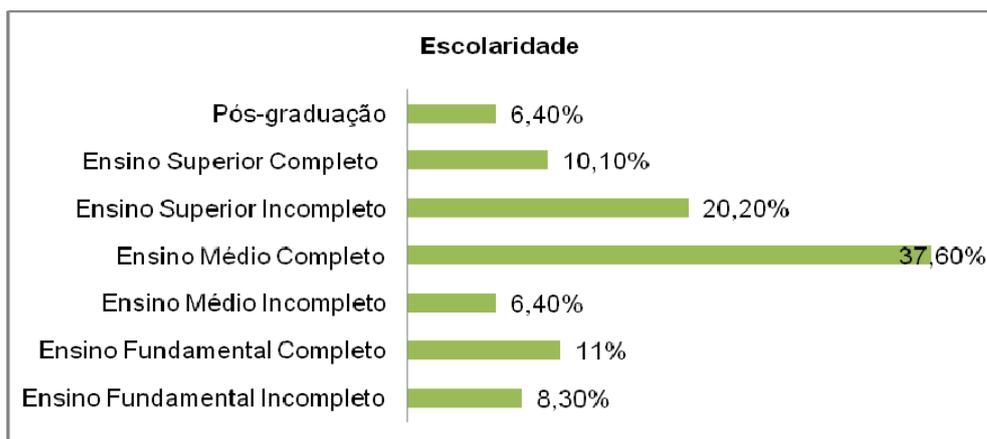


Figura 7 - Representação do Escolaridade
Fonte: Elaborado pelo autor com dados da pesquisa

Ao declarar à renda familiar mensal, a maioria afirmou possuir renda entre R\$ 601,00 e R\$ 900,00. Os percentuais para este item aparecem na figura 8.

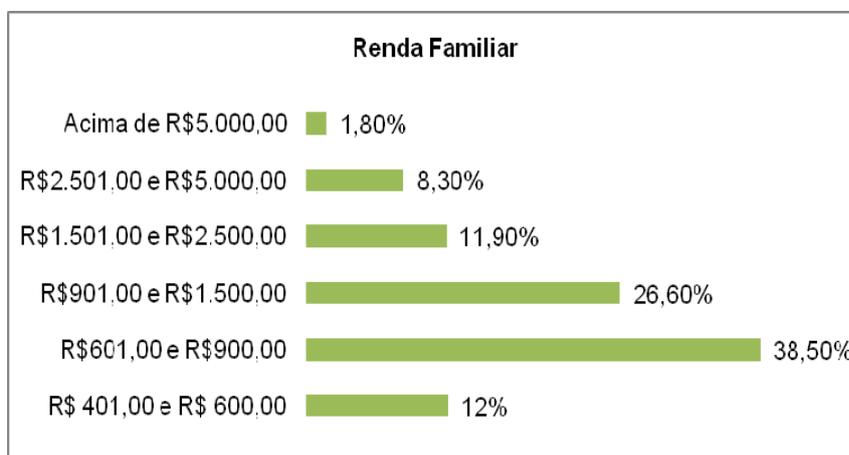


Figura 8 - Representação da Renda Familiar Mensal
Fonte: Elaborado pelo autor com dados da pesquisa

Os resultados da distribuição dos setores de atuação dos colaboradores na empresa apresentam a predominância de respondentes do setor de Produção, expostos na figura 9. Sendo que a média do tempo de serviço foi de 5,65 anos, apresentando um mínimo de 0,08 anos, máximo de 28 anos (desvio padrão de 6,53).



Figura 9 - Setores de Atuação na Empresa
Fonte: Elaborado pelo autor com dados da pesquisa

Para Stern (2000) as características sócio-demográficas se refletem no conhecimento e habilidades necessárias para o envolvimento com comportamentos ambientalmente responsáveis. Algumas pesquisas têm se dedicado ainda a mostrar as diferenças nas correlações entre gênero e comportamento (ZELEZNY; CHUA; ALDRICH, 2000), o que reafirma a importância do conhecimento desses dados para a compreensão dos resultados da pesquisa. Neste estudo, a maioria dos respondentes foi composta por homens, com idade entre 26 a 35 anos, casados, com renda familiar mensal entre R\$ 601,00 e R\$ 900,00, com ensino médio completo e que ocupam uma posição no setor de produção da empresa.

Ao serem questionados quanto à participação em projetos e ações sócio-ambientais 78,7% dos respondentes afirmaram que não participam de nenhum projeto. Entre os respondentes que participam de algum projeto, 19,44% fazem parte de projetos da empresa e 12,96% fazem parte de projetos apoiados pela empresa.

Vale enfatizar que, dentre as ações e projetos ambientais desenvolvidas pelo grupo, destaca-se a participação nos projetos da empresa: conservação da qualidade dos recursos hídricos; redução, reutilização e reciclagem de resíduos industriais; minimização do impacto das emissões atmosféricas; uso eficiente dos recursos energéticos; tratamento cuidadoso e responsável de produtos químicos; semana do meio ambiente; semana da água e dia mundial de limpeza dos rios e praias.

As participações nos projetos sociais remetem ao projeto principal da empresa que tem como proposta: mobilizar as organizações para a cultura da inovação e criatividade; colaborar com a gestão das organizações por meio do estágio cidadão; servir como facilitador do relacionamento entre Organizações Sociais, Empresas e Comunidade; foram destacadas ainda, ações de cidadania, arrecadação de alimentos, eventos e palestras. Os dados mostraram ainda, a participação em Organizações não Governamentais (ONGs), movimento tradicionalista e outros projetos da comunidade.

Ao avaliar o grau de conhecimento dos projetos sócio-ambientais apoiados ou realizados pela empresa, 76% dos indivíduos apontou um grau de conhecimento de médio a alto, o que mostra que de maneira geral os respondentes têm um alto nível de conhecimento dos projetos, mas a maioria deles não participa das ações propostas.

4.1.2 Análise dos itens de perfis de valores pessoais

No instrumento de valores pessoais os respondentes foram questionados no quanto se pareciam com a descrição de uma pessoa. A tabela 1 apresenta os resultados da análise desses dados.

Tabela 1 – Estatística descritiva Valores Pessoais

Assertivas	Média	Moda	S	Cv
Pensar em novas ideias e ser criativa é importante para ela. Ela gosta de fazer coisas de maneira própria e original.	2,3211	2,00	1,11289	47,947
Ser rica é importante para ela. Ela quer ter muito dinheiro e possuir coisas caras.	4,1009	5,00	1,31195	31,992
Ela acredita que é importante todas as pessoas do mundo serem tratadas com igualdade . Ela acredita que todos deveriam ter oportunidades iguais na vida.	1,7431	1,00	0,93693	53,75
É muito importante para ela demonstrar suas habilidades . Ela quer que as pessoas admirem o que ela faz.	2,4312	2,00	1,18139	48,593
É importante para ela viver em um ambiente seguro . Ela evita qualquer coisa que possa colocar sua segurança em perigo.	2,3119	2,00	1,33123	57,581
Ela acha que é importante fazer várias coisas diferentes na vida. Ela sempre procura novas coisas para experimentar .	2,4587	2,00	1,11830	45,483
Ela acredita que as pessoas deveriam fazer o que lhes é ordenado . Ela acredita que as pessoas deveriam sempre seguir as regras , mesmo quando ninguém está observando.	2,2569	2,00	1,14991	50,951
É importante para ela ouvir as pessoas que são diferentes dela. Mesmo quando não concorda com elas, ainda quer entendê-las.	2,1835	2,00	1,01985	46,707
Ela acha que é importante não querer mais do que se tem . Ela acredita que as pessoas deveriam estar satisfeitas com o que têm.	3,7890	5,00	1,54604	40,804
Ela procura todas as oportunidades para se divertir . É importante para ela fazer coisas que lhe dão prazer .	2,3303	1,00	1,29139	55,418
É importante para ela tomar suas próprias decisões sobre o que faz. Ela gosta de ser livre para planejar e escolher suas atividades.	2,4128	2,00	1,26353	52,367
É muito importante para ela ajudar as pessoas ao seu redor. Ela quer cuidar do bem-estar delas.	1,9908	2,00	0,85522	42,958
Ser muito bem-sucedida é importante para ela. Ela gosta de impressionar as demais pessoas.	3,2569	3,00	1,48700	45,657
A segurança de seu país é muito importante para ela. Ela acha que o governo deve estar atento a ameaças de origem interna ou externa.	2,8073	2,00	1,27277	45,337
Ela gosta de se arriscar. Ela está sempre procurando aventuras .	3,4259	2,00	1,50515	43,934
É importante para ela se comportar sempre corretamente . Ela quer evitar fazer qualquer coisa que as pessoas possam achar errado.	2,5963	2,00	1,25550	48,357
É importante para ela estar no comando e dizer às demais pessoas o que fazer. Ela quer que as pessoas façam o que manda .	4,1389	5,00	1,25645	30,357
É importante para ela ser fiel aos seus amigos . Ela quer se dedicar às pessoas próximas de si.	1,8532	2,00	0,97016	52,35
Ela acredita firmemente que as pessoas deveriam preservar a natureza . Cuidar do meio ambiente é importante para ela.	1,7523	1,00	1,01977	58,196
Ser religiosa é importante para ela. Ela se esforça para seguir suas crenças religiosas .	2,9537	2,00	1,35608	45,911
É importante para ela que as coisas estejam organizadas e limpas . Ela realmente não gosta que as coisas estejam bagunçadas.	1,9722	2,00	1,03633	52,546

Fonte: Dados da pesquisa

Tabela 1 – Estatística descritiva Valores Pessoais (continuação)

Assertivas	Média	Moda	S	Cv
Ela acha que é importante demonstrar interesse pelas coisas. Ela gosta de ser curiosa e tentar entender todos os tipos de coisas.	1,9352	2,00	0,94001	48,574
Ela acredita que todas as pessoas do mundo deveriam viver em harmonia . Promover a paz entre todos os grupos no mundo é importante para ela.	1,9907	2,00	0,94221	47,33
Ela acha que é importante ser ambiciosa . Ela quer demonstrar o quanto é capaz.	3,0185	2,00	1,38065	45,739
Ela acha que é melhor fazer as coisas de maneira tradicional. É importante para ela manter os costumes que aprendeu.	3,0648	3,00	1,26987	41,434
Aproveitar os prazeres da vida é importante para ela. Ela gosta de se mimar.	3,1215	2,00	1,47757	47,335
É importante para ela entender as necessidades dos outros. Ela tenta apoiar aqueles a quem conhece.	2,0926	2,00	0,90210	43,109
Ela acredita que deve sempre respeitar seus pais e os mais velhos. É importante para ela ser obediente .	1,8785	1,00	0,95868	51,034
Ela quer que todos sejam tratados de maneira justa , mesmo aqueles a quem não conhece. É importante para ela proteger os mais fracos na sociedade.	1,9813	2,00	0,86854	43,837
Ela gosta de surpresas . É importante para ela ter uma vida emocionante.	2,7736	2,00	1,28939	46,488
Ela se esforça para não ficar doente. Estar saudável é muito importante para ela.	1,8019	1,00	0,94031	52,185
Progredir na vida é importante para ela. Ela se empenha em fazer melhor que os outros.	2,1121	2,00	0,89366	42,31
Perdoar as pessoas que lhe fizeram mal é importante para ela. Ela tenta ver o que há de bom nelas e não ter rancor.	2,3832	2,00	1,21814	51,114
É importante para ela ser independente . Ela gosta de contar consigo mesmo.	2,1792	2,00	1,12797	51,76
Contar com um governo estável é importante para ela. Ela se preocupa com a preservação da ordem social .	2,4953	2,00	1,03134	41,331
É importante para ela ser sempre educada com os outros. Ela tenta nunca incomodar ou irritar os outros.	1,8952	2,00	0,98960	52,215
Ela realmente quer aproveitar a vida. Divertir-se é muito importante para ela.	2,2617	2,00	1,16016	51,296
É importante para ela ser humilde e modesta . Ela tenta não chamar atenção para si.	2,2430	2,00	1,11458	49,692
Ela sempre quer ser aquela a tomar decisões. Ela gosta de liderar .	2,8868	3,00	1,17369	40,657
É importante para ela se adaptar e se ajustar à natureza . Ela acredita que as pessoas não deveriam modificar a natureza.	2,1132	2,00	0,97903	46,329

Fonte: Dados da pesquisa

A tabela 1 apresentou os resultados da média, da moda, do desvio padrão e do coeficiente de variação das respostas atribuídas pelos indivíduos. Conforme já destacado por Bardi e Schwartz (2003), cada pessoa possui um conjunto de valores com diferentes graus de importância, logo existe certa variabilidade entre os conjuntos individuais de valores, o que justifica os resultados do coeficiente de variação. A moda apresenta as respostas mais frequentes, mas para fins de análise foram consideradas as médias, observando as médias menores e as modas correspondentes, percebe-se que os valores não apresentam tanta distância. As

médias menores significam que os indivíduos se identificam com as descrições e serão discutidos os itens que se destacam neste aspecto.

O primeiro subconjunto de valores a ser destacado, com maior número de itens, refere-se ao tipo motivacional universalismo, são eles: igualdade, preservação da natureza, cuidado com o meio ambiente, harmonia entre as pessoas, promoção da paz, justiça, e proteção aos mais fracos na sociedade. Conforme Schwartz (2005) este tipo motivacional abarca inquietações mais gerais com o bem-estar e a natureza, constituindo um conjunto importante de valores para a compreensão dos comportamentos em relação ao meio ambiente.

O segundo subconjunto apresenta proximidade ao universalismo e são valores que remetem a valores de contribuição social e segurança. Destacam-se os valores de organização e limpeza e saúde.

Em terceiro lugar, aparecem os valores que remetem a conformidade, salientando-se: obediência e educação. De acordo com Almeida (2002), desenvolver uma ética integrada ao cotidiano é fundamental na visão da sustentabilidade. Tais valores, apresentam ideais de boas maneiras, respeito às normas e parecem estar coerentes com a questão ética tratada pelo autor.

Outro subconjunto que obteve destaque, diz respeito ao tipo motivacional benevolência, que também é relacionado com o bem-estar dos outros, mas de maneira mais específica, esses valores expõem a preocupação com o grupo ao qual o indivíduo faz parte, traz à tona sentimentos de cooperação que reflete a visão necessária no paradigma da sustentabilidade. Os itens que merecem destaque são: ajuda e bem-estar e fidelidade e dedicação às pessoas próximas.

Um item relacionado ao valor de autodeterminação que traz características de pessoas inovadoras e curiosas, esse conjunto de valores torna-se positivo se levarmos em consideração o ambiente não-linear, no qual a flexibilidade e a adaptabilidade imperam, conforme proposto por Capra (2002). O valor apontado foi curiosidade e interesse.

Por fim, dois valores relacionados ao poder apresentaram média alta indicando que os indivíduos não consideram importante ser ricos e comandar as outras pessoas.

Observa-se ainda, que alguns valores importantes para o contexto da sustentabilidade não possuíram as melhores médias, o que denota que precisam ser trabalhados em nível individual. Merecem destaque os itens: ouvir e entender as

peçoas, estar satisfeita com o que se tem, escolher suas próprias decisões, ser livre, ter um comportamento correto, perdoar, ser humilde e honesto, apoiar e entender as necessidades dos outros, um ambiente seguro, a segurança do país e ajustar-se à natureza.

Realizou-se ainda, uma questão para verificar o grau de semelhança entre os itens da escala e os valores dos indivíduos e 74,20% dos respondentes apontaram um alto grau de semelhança entre seus valores pessoais e os da escala, o que significa que de maneira global a mesma conseguiu abranger os valores das pessoas.

4.1.3 Análise descritiva dos itens do Inventário de perfis de valores organizacionais

No instrumento de valores organizacionais os respondentes foram questionados no quanto a organização na qual trabalham é semelhante ao perfil descrito. A Tabela 2 apresenta a média, a moda, o desvio padrão e o coeficiente de variação das respostas. As médias menores significam que os indivíduos identificaram nas descrições os valores da organização.

Tabela 2 – Estatística descritiva Valores Organizacionais

Assertivas	Média	Moda	S	Cv
Esta organização estimula os empregados a enfrentarem desafios. Para ela, os desafios tornam o trabalho do empregado mais interessante.	2,2778	2,00	1,15065	50,516
A sinceridade entre as pessoas é encorajada por esta organização. Ser verdadeiro com os outros é importante para ela.	2,2685	2,00	1,25755	55,435
Para esta organização, todas as pessoas devem ser tratadas com igualdade . Na visão dela, as pessoas merecem oportunidades iguais .	2,4537	2,00	1,33525	54,418
Esta organização valoriza a competência . Para ela, é importante que o empregado demonstre as habilidades e os conhecimentos que possui.	2,1481	2,00	1,11753	52,023
É muito importante, para esta organização, ajudar seus empregados. Ela deseja cuidar do bem-estar deles.	2,3056	2,00	1,05422	45,725
A tradição é uma marca desta organização. Ela tem práticas que dão continuidade aos seus costumes.	1,9722	2,00	0,82551	41,857
Esta organização influencia outras organizações. Ela tem muito prestígio .	1,8019	1,00	1,09039	60,514
Esta organização acha que é importante ser competente . Ela quer demonstrar o quanto é capaz.	1,6667	1,00	0,88603	53,162
Esta organização oferece oportunidades de diversão aos empregados. Ela acha importante que eles tenham prazer no trabalho .	2,8981	3,00	1,40053	48,325
É importante para esta organização ser rica. Ela quer ter lucros nos negócios .	1,5833	1,00	0,94844	59,901
Para esta organização, é importante que os empregados se comportem de forma educada no ambiente de trabalho. Ela acredita que as boas maneiras devem ser praticadas.	1,5741	1,00	0,87759	55,753

Fonte: Dados da pesquisa

Tabela 2 – Estatística descritiva Valores Organizacionais (continuação)

Assertivas	Média	Moda	S	Cv
Esta organização preserva os costumes antigos. Ela respeita a tradição.	2,3611	2,00	1,18762	50,299
Esta organização incentiva o sucesso profissional dos empregados. Ela os estimula a trabalharem de maneira competente.	1,9630	2,00	0,94647	48,217
Nesta organização, os empregados são premiados . A satisfação deles com a organização é uma meta importante.	2,2897	2,00	1,13278	49,473
Esta organização acredita no valor da honestidade . Ela honra seus compromissos com pessoas e organizações com as quais se relaciona.	1,8056	1,00	0,89085	49,339
Para esta organização, é importante que todas as pessoas sejam tratadas de maneira justa. É importante, para ela, respeitar os direitos dos outros.	2,0000	2,00	1,00466	50,233
Esta organização acha importante ter modelos de comportamento definidos. Para ela, os empregados devem ter um jeito correto de se comportar no trabalho .	1,9074	2,00	0,82640	43,326
Esta organização busca o domínio do mercado . Ela quer eliminar a concorrência.	2,1481	2,00	1,11753	52,023
Esta organização evita mudanças . Ela prefere manter sua forma de trabalhar.	3,2963	5,00	1,50550	45,672
Nesta organização, é importante que os empregados conheçam bem o trabalho que fazem. Ela reconhece os empregados competentes .	2,2870	1,00	1,26085	55,13
Esta organização acha importante ser fiel aos seus empregados e clientes . Ela cumpre seus compromissos com eles.	2,0093	2,00	1,10644	55,067
Para esta organização, é importante manter clubes destinados ao lazer dos empregados . Ela considera que a diversão é uma parte importante da vida do empregado.	3,7383	5,00	1,56215	41,787
Esta organização valoriza os empregados curiosos . Ela gosta de empregados que procuram se informar a respeito do trabalho.	2,4860	2,00	1,22370	49,224
Esta organização gosta de empregados que mostram suas habilidades. Ela procura desenvolver a competência desses empregados.	2,3019	2,00	1,19658	51,983
Esta organização tem prestígio na sociedade . Ela acha importante ser admirada por todos.	1,6759	1,00	0,87359	52,126
Esta organização procura se aperfeiçoar constantemente. Para ela, o aperfeiçoamento é uma forma de melhorar a qualidade de seus produtos e serviços.	1,4722	1,00	0,70324	47,767
Esta organização acredita que as regras são importantes. Para ela, os empregados deveriam obedecer as mesmas.	1,7222	2,00	0,69489	40,348
O respeito à hierarquia faz parte das tradições desta organização. Para ela, a hierarquia deve ser respeitada pelos empregados.	1,7315	2,00	0,70521	40,729
Esta organização valoriza os empregados que buscam realização no trabalho . Ela reconhece quando um empregado tem objetivos profissionais.	2,2407	2,00	1,18298	52,794
Para esta organização , é importante ser criativa . Ela gosta de ser original.	2,1296	2,00	1,07732	50,587
Esta organização procura manter práticas consagradas . Ela acredita que é importante trabalhar sempre do mesmo modo.	3,0187	2,00	1,36659	45,271
Esta organização preocupa-se com a qualidade de vida dos empregados . Ela realiza projetos sociais que contribuem para o bem-estar deles.	2,6822	3,00	1,46402	54,582
Esta organização tem prestígio . Ela oferece produtos e serviços que são respeitados pelos clientes.	1,4815	1,00	0,69014	46,584
Esta organização acredita que a cortesia é importante. Para ela, as boas maneiras fazem parte do relacionamento entre os empregados e as organizações.	1,9259	2,00	0,96387	50,047
Esta organização tem influência na sociedade . Ela acha importante ser respeitada por todos.	1,5648	1,00	0,75223	48,072
Para esta organização, planejar metas é essencial. Ela considera a realização das metas uma prova de sua competência.	1,4167	1,00	0,65745	46,408
Esta organização acha importante ser competitiva . Ela quer ganhar novos mercados.	1,3905	1,00	0,71381	51,336
Esta organização acredita que a pessoa deve ser honesta em qualquer situação. Dizer a verdade faz parte dos princípios desta organização.	1,6019	1,00	0,87477	54,61
O prazer para esta organização é obter lucros . Ela sente-se satisfeita quando os rendimentos superam as despesas.	1,3889	1,00	0,69489	50,032

Fonte: Dados da pesquisa

Tabela 2 – Estatística descritiva Valores Organizacionais

Assertivas	Média	Moda	S	Cv
Esta organização deseja que o empregado tenha uma vida profissional variada . Ela valoriza o empregado que tem experiências profissionais diferentes.	2,6168	2,00	1,29327	49,421
Nesta organização, as regras de convivência são consideradas importantes. Para ela, os empregados, clientes e outras organizações deveriam respeitá-las.	1,9259	2,00	0,83949	43,589
Esta organização considera a segurança dos negócios muito importante. Ela está atenta às ameaças do mercado.	1,5278	1,00	0,60308	39,474
Esta organização acredita que os empregados devem aceitar o trabalho que têm a fazer. Para ela, os empregados devem cumprir suas obrigações .	1,8796	2,00	0,97365	51,8
Esta organização considera a lealdade importante. Ela é leal às pessoas e organizações próximas dela.	1,8056	2,00	0,75453	41,789
Esta organização estimula , nos clientes, o desejo de adquirir novidades. Ela encoraja os clientes a provarem produtos e serviços novos .	1,5093	1,00	0,63386	41,998
Esta organização incentiva o empregado a ser criativo . Ela estimula a criação de produtos e serviços originais.	2,2593	2,00	1,09690	48,551
O comportamento do empregado, nesta organização, deve mostrar respeito aos costumes . Para ela, a tradição deve ser preservada.	2,0463	2,00	0,98003	47,893
Esta organização propõe atividades que dão prazer ao empregado . Na visão dela, é importante o empregado sentir-se satisfeito consigo mesmo.	2,7290	2,00	1,43126	52,447

Fonte: Dados da pesquisa

A tabela 2 apresenta as médias dos valores examinados na organização. Conforme já destacado por Schein (2004), os valores são elementos críticos da cultura organizacional, pois impactam tanto no desempenho individual quanto no desempenho organizacional. A gestão necessita de valores que justifiquem as convicções e princípios filosóficos, sociais e políticos para colocar em prática qualquer nova política dentro da organização, de acordo com Tamayo e Borges (2001), tornando-se essencial ter indícios certos de quais valores permeiam as relações organizacionais.

O primeiro subconjunto de valores que apresentou mais itens refere-se à conformidade, ao respeito às normas organizacionais e as boas maneiras no trabalho. Alguns valores relacionam-se com ideais requeridos no contexto da sustentabilidade, porém outros remetem diretamente a questão da hierarquia e estrutura organizacional, ponto a ser visto com cautela, já que conforme Rattner (1999), estruturas burocráticas e hierarquizadas já não correspondem às necessidades sistêmicas de flexibilização, inovação e eficiência coletiva. Os valores mais apontados referem-se à *educação* e boas maneiras no ambiente de trabalho, ao modelo correto de se comportar no trabalho, à obediência as regras, ao respeito

a hierarquia, à cortesia entre empregados e organizações, às regras de convivência e ao cumprimento de obrigações no trabalho.

O segundo grupo de valores predominantes está ligado ao domínio, poder e competitividade, no sentido de busca pelo valor econômico. Os itens que merecem destaque são os lucros nos negócios, a competitividade, a segurança dos negócios, o estímulo e o encorajamento do desejo de consumo. Conforme já citado por Elkington (2001), a organização deve buscar a sustentabilidade econômica, mas além da obtenção de lucros, as empresas devem passar a incluir na análise o capital natural, social, humano e intelectual a fim de dar conta das variáveis envolvidas no contexto do desenvolvimento sustentável. Tais valores podem ser relacionados ainda aos conflitos entre os modelos baseados no antropocentrismo e no modelo ecocêntrico de administração, que conforme proposto por Shrivastava (1995), exige das organizações a mudança do foco do econômico para o ecológico.

Em terceiro lugar, os itens que remetem a preocupação com o coletivo, valores que remetem a justiça e igualdade, e assumem importância quando tratado o desempenho social da empresa, que de acordo com Carrol (2000), requer a integração da responsabilidade ética na tomada de decisões, políticas e ações da organização perante todas as partes interessadas. Rattner (1999) aponta ainda a democracia política, equidade social, e a diversidade como elementos fundamentais no avanço em busca da sustentabilidade. Os itens mais aparentes são: honestidade com as pessoas e organizações, dizer a verdade, respeitar os direitos e a justiça, e fidelidade e lealdade aos empregados e clientes.

Os valores relacionados ao prestígio da organização perante a sociedade formam um grupo de valores que denotam a preocupação com a imagem e recompensa, com a reputação da empresa perante os clientes e os demais interessados. A imagem pública da empresa pode ser fortalecida à medida que a organização apresenta estratégias sustentáveis. Corroborando, Aligleri, Aligleri e Kruglianskas (2009) ressaltam o papel da organização perante a sociedade à medida que seu comportamento pode influenciar seus membros e propagar valores para a comunidade. Os itens relacionados apresentados na organização são: respeito por parte dos clientes, influência e prestígio perante outras organizações, prestígio na sociedade, e influência na sociedade.

O quinto subconjunto de valores indicados como muito semelhantes trata de valores relacionados à autonomia, competência, inovação e criatividade no trabalho,

trazendo elementos que remetem mais a necessidade sistêmica de flexibilização, inovação e eficiência coletiva. Destacam-se: o sucesso e competência profissional dos empregados, e o aperfeiçoamento constante da organização.

Aparece ainda a categoria de valores referentes à realização, tanto da organização quanto dos colaboradores, a competência aparece como valor central nesse aspecto. Destacando-se: capacidade e competência, planejamento e realização de metas.

O último valor, mais aparente relaciona-se à questão da tradição, embora a organização tenha passado por vários ciclos de mudanças e modernização, este valor pode ser explicado pela origem da organização e pela mesma apresentar uma gestão familiar, e conforme destacado por Tamayo (2007), os membros que mais interferem na construção dos valores são os fundadores da empresa, já que estes possuem poder de influência dentro do cenário organizacional.

Dentre os valores principais, percebe-se que alguns valores organizacionais que possuem ligação com o contexto da sustentabilidade não obtiveram as médias mais relevantes, o que aponta que estes valores devem ser trabalhados e fortalecidos na gestão organizacional. São eles: estimulação de desafios aos empregados, sinceridade, preocupação com a verdade, tratamento igualitário, criar oportunidades iguais às pessoas, desenvolvimento de competência, habilidades e conhecimentos dos empregados, ajuda e bem-estar aos empregados, preocupação com a qualidade de vida dos empregados, oferecer oportunidades de diversão e lazer aos empregados, prazer no trabalho, preservação dos costumes antigos e tradição, estímulo a curiosidade dos empregados, criatividade e originalidade organizacional, realização de projetos sociais que contribuam para o bem-estar dos trabalhadores, desejo de vida profissional variada aos empregados.

Após os itens que apresentavam os perfis de valores foi realizada uma questão para verificar o grau de semelhança entre os perfis propostos e os da organização em questão e 66,10% dos respondentes apontaram um alto grau de semelhança entre os valores de sua organização e os propostos pela escala, o que indica que de maneira geral os valores da organização estavam representados nessas descrições.

4.1.3 Análise dos itens de comportamento ecológico

Na escala de comportamentos ecológicos os indivíduos recebiam a descrição de algumas situações e deveriam indicar a frequência com que admitiam aquele comportamento. As médias mais altas correspondem aos comportamentos mais frequentes enquanto médias menores significam que os indivíduos não possuem aquele determinado comportamento. A tabela 3 apresenta os resultados da análise desses dados.

Tabela 3 – Estatística descritiva dos Comportamentos Ecológicos

Assertivas	Média	Moda	S	Cv
Jogo todo tipo de lixo em qualquer lixeira	2,1667	1,00	1,36375	62,942
Providenciei uma lixeira específica para cada tipo de lixo em minha casa	2,9346	1,00	1,85447	63,194
Deixo a torneira aberta durante todo o tempo do banho	2,4537	1,00	1,68215	68,555
Evito jogar papel no chão	4,9167	6,00	1,40842	28,646
Dou todo dinheiro que posso para uma ONG ambientalista	1,2407	1,00	0,57795	46,581
Quando estou em casa, deixo as luzes acesas em ambientes que não estão sendo usadas	1,6296	1,00	0,94318	57,877
Falo sobre a importância do meio ambiente com as pessoas	3,1574	3,00	1,15331	36,527
Quando tenho vontade de comer alguma coisa e não sei o que é, abro a geladeira e fico olhando o que tem dentro dela.	2,6667	3,00	1,34651	50,494
Evito desperdício dos recursos naturais	4,2407	6,00	1,39338	32,857
Ajudo a manter as ruas limpas	4,3981	4,00	1,25258	28,48
Evito comprar produtos que são feitos de plástico	2,4907	2,00	1,39086	55,841
Enquanto escovo os dentes deixo a torneira aberta	1,7778	2,00	1,27032	71,455
Separo o lixo conforme o tipo	3,3148	3,00	1,66687	50,286
Guardo o papel que não quero mais na bolsa, quando não encontro uma lixeira por perto.	4,6204	1,00	1,33057	28,798
Evito comer alimentos que contenham produtos químicos (conservantes ou agrotóxicos)	3,1667	1,00	1,69386	53,49
Entrego papéis para reciclagem	3,1308	1,00	1,79141	57,218
Faço trabalho voluntário para um grupo ambiental	1,7642	6,00	1,19165	67,548
Quando estou tomando banho, fecho a torneira para me ensaboar	3,1019	3,00	2,01833	65,068
Economizo água quando possível	4,4907	3,00	1,28613	28,639

Fonte: Dados da pesquisa

Tabela 3 – Estatística descritiva dos Comportamentos Ecológicos (continuação)

Assertivas	Média	Moda	S	Cv
Quando vejo alguém jogando papel na rua, pego e jogo na lixeira	2,8611	1,00	1,46905	51,345
Colaboro com a preservação da cidade onde vivo	4,2870	3,00	1,31171	30,597
Quando não encontro lixeira por perto, jogo latas vazias no chão.	1,4019	1,00	0,88871	63,395
Evito usar produtos fabricados por uma empresa quando sei que essa empresa está poluindo o meio ambiente	3,4444	3,00	1,71488	49,787
Participo de manifestações públicas para defender o meio ambiente	1,7290	1,00	1,16206	67,211
Apago a luz quando saio de ambientes vazios	5,2150	6,00	0,98122	18,816
Evito desperdício de energia	5,0280	6,00	1,05023	20,887
Evito comer alimentos transgênicos.	2,9159	3,00	1,55479	53,321
Quando abro a geladeira já sei o que vou pegar, evitando ficar com a porta aberta muito tempo para não gastar energia.	4,1308	6,00	1,44773	35,047
Mobilizo as pessoas nos cuidados necessários para a conservação dos espaços públicos	3,0660	4,00	1,50091	48,953
Compro comida sem me preocupar se têm conservantes ou agrotóxicos	3,3364	4,00	1,52924	45,834
Deixo a televisão ligada mesmo sem ninguém assistindo	2,1415	1,00	1,39686	65,228
Entrego as pilhas usadas nos postos de coleta	2,5094	1,00	1,59908	63,723
Participo de atividades que cuidam do meio ambiente	2,3113	1,00	1,34775	58,311
Evito ligar vários aparelhos elétricos ao mesmo tempo nos horários de maior consumo de energia	3,7664	3,00	1,60529	42,622

Fonte: Dados da pesquisa

Os itens que mais apareceram nas respostas como presentes no comportamento dos pesquisados foram os referentes à economia de água e energia. Entre os itens que apresentaram média alta destacam-se: desperdício dos recursos naturais, economia de água, economia de luz e energia. Entre esses itens apareceram ainda dois itens que apresentavam sentido negativo, sendo que médias baixas representam um comportamento pró-ecológico, são eles: *Quando estou em casa deixo as luzes acesas em ambientes que não estão sendo usados; Enquanto escovo os dentes deixo a torneira aberta.*

O segundo grupo de comportamentos mais evidentes foram os itens relacionados à limpeza urbana. Com médias altas destacaram-se: não jogar papel no chão, manutenção da limpeza das ruas, e preservação da cidade. Com média baixa e sentido negativo, destaca-se o item: *Quando não encontro lixeira por perto jogo latas vazias no chão.*

Dois itens relacionados ao ativismo, trabalho voluntário em grupo ambiental e participação em manifestações de defesa do meio ambiente, tiveram média baixa indicando que não estão presentes entre os comportamentos.

Outro item que não está presente entre os comportamentos observados faz parte dos comportamentos que verificam a desejabilidade social, o comportamento: *Dou todo dinheiro que posso para uma ONG ambientalista*. Conforme já destacado a desejabilidade social tem sido utilizada para verificar a influência dos outros nos comportamentos ecológicos individuais, porém diversos estudos apresentam baixas as correlações entre esse fator e os comportamentos ecológicos (HARTIG; KAISER; BOWLER, 2001; SCHAHN, 2002; WISEMAN; BOGNER, 2003).

Os comportamentos que ganharam mais destaque vão ao encontro da definição proposta por Stern (2000), pois foram identificados comportamentos que são capazes de gerar impactos positivos sobre a disponibilidade de materiais ou energia do ambiente.

Vários comportamentos importantes para o contexto da sustentabilidade não apresentaram as médias mais significativas, apontando que não se fazem presentes no cotidiano dos respondentes, vale destacar-se os itens: *Evito comprar produtos que são feitos de plástico; Entrego as pilhas usadas nos postos de coleta; Participo de atividades que cuidam do meio ambiente*.

Por fim, foi solicitado aos respondentes que os mesmos avaliassem o seu comportamento ecológico e 50,10% dos indivíduos responderam que possuem um alto grau de comportamento ecológico. Tal percentual vai de encontro ao questionamento sobre a participação em projetos e ações, que indica que os participantes têm conhecimento, mas não possuem grande envolvimento com as ações e comportamentos ambientais.

4.2 Análise fatorial exploratória

Tendo como objetivo analisar os valores encontrados neste estudo, foi realizada a análise fatorial exploratória para identificar os agrupamentos de valores e comportamentos e sua organização em fatores para posteriormente verificar as relações entre os fatores dos três modelos testados. As análises fatoriais exploratórias foram realizadas por meio da extração de componentes principais sobre a matriz de correlação e foi adotada a rotação ortogonal VARIMAX. As seções

que seguem apresentam a análise fatorial exploratória e seus resultados para cada uma das três escalas utilizadas.

4.2.1 Análise fatorial exploratória da escala de valores pessoais

Foi realizada a análise fatorial exploratória, com rotação VARIMAX, para o modelo de valores pessoais e utilizou-se o critério de eliminação de variáveis com comunalidades inferiores a 0,40.

O modelo de valores pessoais apresentou comunalidades superiores a 0,40 em todos os itens da escala. Todas as variáveis apresentaram quantidade de variância explicada pelos fatores assim não houve a exclusão de nenhuma variável. A tabela 4 apresenta os achados da análise fatorial exploratória.

Tabela 4 – Resultados da Análise Fatorial Exploratória Valores Pessoais

<i>Item</i>	<i>Fator 1</i>	<i>Comunalidades</i>	<i>Cargas</i>
4	É muito importante para ela demonstrar suas habilidades. Ela quer que as pessoas admirem o que ela faz.	0,645	5,272
10	Ela procura todas as oportunidades para se divertir. É importante para ela fazer coisas que lhe dão prazer.	0,689	2,972
11	É importante para ela tomar suas próprias decisões sobre o que faz. Ela gosta de ser livre para planejar e escolher suas atividades.	0,547	2,826
13	Ser muito bem-sucedida é importante para ela. Ela gosta de impressionar as demais pessoas.	0,631	2,488
15	Ela gosta de se arriscar. Ela está sempre procurando aventuras.	0,716	2,093
18	É importante para ela ser fiel aos seus amigos. Ela quer se dedicar às pessoas próximas de si.	0,584	1,712
26	Aproveitar os prazeres da vida é importante para ela. Ela gosta de se mimar.	0,61	0,956
27	É importante para ela entender as necessidades dos outros. Ela tenta apoiar aqueles a quem conhece.	0,668	0,909
30	Ela gosta de surpresas. É importante para ela ter uma vida emocionante.	0,634	0,658
34	É importante para ela ser independente. Ela gosta de contar consigo mesmo.	0,672	0,477
37	Ela realmente quer aproveitar a vida. Divertir-se é muito importante para ela.	0,702	0,364

Fonte: Dados da pesquisa

Tabela 4 – Resultados da Análise Fatorial Exploratória Valores Pessoais (continuação)

		Comunalidades	Cargas
Item	Fator 2		
19	Ela acredita firmemente que as pessoas deveriam preservar a natureza. Cuidar do meio ambiente é importante para ela.	0,653	1,505
22	Ela acha que é importante demonstrar interesse pelas coisas. Ela gosta de ser curiosa e tentar entender todos os tipos de coisas.	0,595	1,28
23	Ela acredita que todas as pessoas do mundo deveriam viver em harmonia. Promover a paz entre todos os grupos no mundo é importante para ela.	0,598	1,149
31	Ela se esforça para não ficar doente. Estar saudável é muito importante para ela.	0,469	0,615
35	Contar com um governo estável é importante para ela. Ela se preocupa com a preservação da ordem social.	0,609	0,416
40	É importante para ela se adaptar e se ajustar à natureza. Ela acredita que as pessoas não deveriam modificar a natureza.	0,564	0,207
Fator 3			
20	Ser religiosa é importante para ela. Ela se esforça para seguir suas crenças religiosas.	0,712	1,452
21	É importante para ela que as coisas estejam organizadas e limpas. Ela realmente não gosta que as coisas estejam bagunçadas.	0,686	1,334
28	Ela acredita que deve sempre respeitar seus pais e os mais velhos. É importante para ela ser obediente.	0,64	0,794
36	É importante para ela ser sempre educada com os outros. Ela tenta nunca incomodar ou irritar os outros.	0,756	0,397
38	É importante para ela ser humilde e modesta. Ela tenta não chamar atenção para si.	0,581	0,345
Fator 4			
1	Pensar em novas ideias e ser criativa é importante para ela. Ela gosta de fazer coisas de maneira própria e original.	0,694	20,872
6	Ela acha que é importante fazer várias coisas diferentes na vida. Ela sempre procura novas coisas para experimentar.	0,636	4,202
8	É importante para ela ouvir as pessoas que são diferentes dela. Mesmo quando não concorda com elas, ainda quer entendê-las.	0,578	3,402
12	É muito importante para ela ajudar as pessoas ao seu redor. Ela quer cuidar do bem-estar delas.	0,654	2,599
32	Progredir na vida é importante para ela. Ela se empenha em fazer melhor que os outros.	0,651	0,583
33	Perdoar as pessoas que lhe fizeram mal é importante para ela. Ela tenta ver o que há de bom nelas e não ter rancor.	0,635	0,542

Fonte: Dados da pesquisa

Tabela 4 – Resultados da Análise Fatorial Exploratória Valores Pessoais (continuação)

		Comunalidades	Cargas
Fator 5			
5	É importante para ela viver em um ambiente seguro. Ela evita qualquer coisa que possa colocar sua segurança em perigo.	0,626	4,805
7	Ela acredita que as pessoas deveriam fazer o que lhes é ordenado. Ela acredita que as pessoas deveriam sempre seguir as regras, mesmo quando ninguém está observando.	0,719	3,761
16	É importante para ela se comportar sempre corretamente. Ela quer evitar fazer qualquer coisa que as pessoas possam achar errado.	0,666	1,957
29	Ela quer que todos sejam tratados de maneira justa, mesmo aqueles a quem não conhece. É importante para ela proteger os mais fracos na sociedade.	0,575	0,741
Fator 6			
2	Ser rica é importante para ela. Ela quer ter muito dinheiro e possuir coisas caras.	0,641	10,626
17	É importante para ela estar no comando e dizer às demais pessoas o que fazer. Ela quer que as pessoas façam o que manda.	0,761	1,869
39	Ela sempre quer ser aquela a tomar decisões. Ela gosta de liderar.	0,718	0,27
Fator 7			
14	A segurança de seu país é muito importante para ela. Ela acha que o governo deve estar atento a ameaças de origem interna ou externa.	0,675	2,3
Fator 8			
3	Ela acredita que é importante todas as pessoas do mundo serem tratadas com igualdade. Ela acredita que todos deveriam ter oportunidades iguais na vida.	0,75	6,046
Fator 9			
24	Ela acha que é importante ser ambiciosa. Ela quer demonstrar o quanto é capaz.	0,695	1,054
25	Ela acha que é melhor fazer as coisas de maneira tradicional. É importante para ela manter os costumes que aprendeu.	0,752	1,01
Fator 10			
9	Ela acha que é importante não querer mais do que se tem. Ela acredita que as pessoas deveriam estar satisfeitas com o que têm.	0,652	2,972

Fonte: Dados da pesquisa

Após a análise das comunalidades não houve exclusão de nenhuma variável e a estrutura fatorial ficou composta por dez fatores cujos itens de cada fator se diferem do modelo original. O fator um ficou composto por onze variáveis, o fator dois por seis variáveis, o terceiro fator foi composto por cinco variáveis, o fator

quatro foi composto por seis variáveis, o quinto fator foi composto por quatro variáveis, o sexto fator foi composto por três variáveis, o fator sete foi composto por uma variável, o fator oito foi composto por uma variável, o fator nove foi composto por duas variáveis e o fator dez foi composto por uma variável apenas.

O valor do KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) para a estrutura fatorial foi de 0,705 e o teste de esfericidade de Barlett (Bartlett's Test of Sphericity) teve valor de 1855,17 com nível de significância de 0,000, o que indica que a análise fatorial foi satisfatória. O alpha de Cronbach para o modelo total foi de 0,890, considerado como um bom valor, atestando a confiabilidade do modelo (valores acima de 0,60 são satisfatórios).

As cargas fatoriais dos itens variam entre 0,20 e 0,872. Conforme Hair *et al.* (2010) para amostras cujo tamanho é maior que 100, a significância prática indica que cargas fatoriais maiores que $\pm 0,30$ atingem o nível mínimo, cargas de $\pm 0,40$ são consideradas mais importantes e as cargas com $\pm 0,50$ ou maiores possuem significância prática. Como pode ser observado na tabela 4, dois itens apresentaram cargas fatoriais baixas, o primeiro apresentou carga de 0,207 (*É importante para ela se adaptar e se ajustar à natureza. Ela acredita que as pessoas não deveriam modificar a natureza*), e 0,27 (*Ela sempre quer ser aquela a tomar decisões. Ela gosta de liderar*). Entre os itens que atingiram o mínimo destacam-se as cargas: 0,364 (*Ela realmente quer aproveitar a vida. Divertir-se é muito importante para ela*); 0,397 (*É importante para ela ser sempre educada com os outros. Ela tenta nunca incomodar ou irritar os outros*); e 0,345 (*É importante para ela ser humilde e modesta. Ela tenta não chamar atenção para si*). Os demais itens apresentam cargas superiores a 0,40, sendo consideradas importantes, e a maior parte dos itens apresenta cargas maiores que 0,50 e comunalidades com bons índices o que atesta a significância prática dos mesmos.

4.2.2 Análise fatorial exploratória da escala de valores organizacionais

A análise fatorial exploratória, com rotação VARIMAX, foi realizada para o modelo de valores organizacionais e também se utilizou o critério de eliminação de variáveis com comunalidades inferiores a 0,40.

O modelo de valores organizacionais apresentou comunalidades superiores a 0,40 em todos os itens da escala, todas as variáveis apresentaram quantidade de

variância explicada pelos fatores, não sendo excluída nenhuma variável da escala. A tabela 5 apresenta os achados da análise fatorial exploratória dos valores organizacionais.

Tabela 5 - Resultados da Análise Fatorial Exploratória Valores Organizacionais

		<i>Comunalidades</i>	<i>Cargas</i>
<i>Item</i>	<i>Fator 1</i>		
16	Para esta organização, é importante que todas as pessoas sejam tratadas de maneira justa. É importante, para ela, respeitar os direitos dos outros.	0,732	1,529
20	Nesta organização, é importante que os empregados conheçam bem o trabalho que fazem. Ela reconhece os empregados competentes.	0,678	1,091
23	Esta organização valoriza os empregados curiosos. Ela gosta de empregados que procuram se informar a respeito do trabalho.	0,701	0,889
24	Esta organização gosta de empregados que mostram suas habilidades. Ela procura desenvolver a competência desses empregados.	0,735	0,88
26	Esta organização procura se aperfeiçoar constantemente. Para ela, o aperfeiçoamento é uma forma de melhorar a qualidade de seus produtos e serviços.	0,556	0,707
29	Esta organização valoriza os empregados que buscam realização no trabalho. Ela reconhece quando um empregado tem objetivos profissionais.	0,825	0,563
30	Para esta organização, é importante ser criativa. Ela gosta de ser original.	0,556	0,534
40	Esta organização deseja que o empregado tenha uma vida profissional variada. Ela valoriza o empregado que tem experiências profissionais diferentes.	0,682	0,24
46	Esta organização incentiva o empregado a ser criativo. Ela estimula a criação de produtos e serviços originais.	0,706	0,105
<i>Fator 2</i>			
15	Esta organização acredita no valor da honestidade. Ela honra seus compromissos com pessoas e organizações com as quais se relaciona.	0,653	1,579
21	Esta organização acha importante ser fiel aos seus empregados e clientes. Ela cumpre seus compromissos com eles.	0,692	1,035
28	O respeito à hierarquia faz parte das tradições desta organização. Para ela, a hierarquia deve ser respeitada pelos empregados.	0,703	0,604
33	Esta organização tem prestígio. Ela oferece produtos e serviços que são respeitados pelos clientes.	0,733	0,454
35	Esta organização tem influência na sociedade. Ela acha importante ser respeitada por todos.	0,764	0,418
36	Para esta organização, planejar metas é essencial. Ela considera a realização das metas uma prova de sua competência.	0,772	0,377
37	Esta organização acha importante ser competitiva. Ela quer ganhar novos mercados.	0,702	0,308
39	O prazer para esta organização é obter lucros. Ela sente-se satisfeita quando os rendimentos superam as despesas.	0,575	0,257
42	Esta organização considera a segurança dos negócios muito importante. Ela está atenta às ameaças do mercado.	0,633	0,202

Fonte: Dados da pesquisa

Tabela 5 - Resultados da Análise Fatorial Exploratória Valores Organizacionais (continuação)

		Comunalidades	Cargas
Item	Fator 3		
2	A sinceridade entre as pessoas é encorajada por esta organização. Ser verdadeiro com os outros é importante para ela.	0,665	11,948
3	Para esta organização, todas as pessoas devem ser tratadas com igualdade. Na visão dela, as pessoas merecem oportunidades iguais.	0,579	5,705
11	Para esta organização, é importante que os empregados se comportem de forma educada no ambiente de trabalho. Ela acredita que as boas maneiras devem ser praticadas.	0,652	2,06
17	Esta organização acha importante ter modelos de comportamento definidos. Para ela, os empregados devem ter um jeito correto de se comportar no trabalho.	0,715	1,416
27	Esta organização acredita que as regras são importantes. Para ela, os empregados deveriam obedecê-las.	0,674	0,673
34	Esta organização acredita que a cortesia é importante. Para ela, as boas maneiras fazem parte do relacionamento entre os empregados e as organizações.	0,723	0,443
38	Esta organização acredita que a pessoa deve ser honesta em qualquer situação. Dizer a verdade faz parte dos princípios desta organização.	0,732	0,297
44	Esta organização considera a lealdade importante. Ela é leal às pessoas e organizações próximas dela.	0,494	0,14
Fator 4			
5	É muito importante, para esta organização, ajudar seus empregados. Ela deseja cuidar do bem-estar deles.	0,584	4,017
9	Esta organização oferece oportunidades de diversão aos empregados. Ela acha importante que eles tenham prazer no trabalho.	0,653	2,298
22	Para esta organização, é importante manter clubes destinados ao lazer dos empregados. Ela considera que a diversão é uma parte importante da vida do empregado.	0,74	0,999
32	Esta organização preocupa-se com a qualidade de vida dos empregados. Ela realiza projetos sociais que contribuem para o bem-estar deles.	0,721	0,473
48	Esta organização propõe atividades que dão prazer ao empregado. Na visão dela, é importante o empregado sentir-se satisfeito consigo mesmo.	0,601	0,077
Fator 5			
6	A tradição é uma marca desta organização. Ela tem práticas que dão continuidade aos seus costumes.	0,648	3,414
7	Esta organização influencia outras organizações. Ela tem muito prestígio.	0,647	2,84
8	Esta organização acha que é importante ser competente. Ela quer demonstrar o quanto é capaz.	0,766	2,461
10	É importante para esta organização ser rica. Ela quer ter lucros nos negócios.	0,669	2,25
18	Esta organização busca o domínio do mercado. Ela quer eliminar a concorrência.	0,68	1,355
25	Esta organização tem prestígio na sociedade. Ela acha importante ser admirada por todos.	0,783	0,76

Fonte: Dados da pesquisa

Tabela 5 - Resultados da Análise Fatorial Exploratória Valores Organizacionais (continuação)

		Comunalidades	Cargas
Fator 6			
12	Esta organização preserva os costumes antigos. Ela respeita a tradição.	0,636	1,843
Comunalidades			
Cargas			
19	Esta organização evita mudanças. Ela prefere manter sua forma de trabalhar.	0,642	1,15
31	Esta organização procura manter práticas consagradas. Ela acredita que é importante trabalhar sempre do mesmo modo.	0,691	0,511
41	Nesta organização, as regras de convivência são consideradas importantes. Para ela, os empregados, clientes e outras organizações deveriam respeitá-las.	0,52	0,237
43	Esta organização acredita que os empregados devem aceitar o trabalho que têm a fazer. Para ela, os empregados devem cumprir suas obrigações.	0,519	0,181
47	O comportamento do empregado, nesta organização, deve mostrar respeito aos costumes. Para ela, a tradição deve ser preservada.	0,73	0,101
Fator 7			
1	Esta organização estimula os empregados a enfrentarem desafios. Para ela, os desafios tornam o trabalho do empregado mais interessante.	0,711	32,812
4	Esta organização valoriza a competência. Para ela, é importante que o empregado demonstre as habilidades e os conhecimentos que possui.	0,745	4,302
13	Esta organização incentiva o sucesso profissional dos empregados. Ela os estimula a trabalharem de maneira competente.	0,735	1,702
14	Nesta organização, os empregados são premiados. A satisfação deles com a organização é uma meta importante.	0,591	1,634
Fator 8			
45	Esta organização estimula, nos clientes, o desejo de adquirir novidades. Ela encoraja os clientes a provarem produtos e serviços novos.	0,753	0,129

Fonte: Dados da pesquisa

As cumunalidades apresentaram bons índices e não houve exclusão de nenhuma variável. A estrutura fatorial ficou composta por oito fatores cujos itens de cada fator se diferem do modelo original. O fator um ficou composto por nove variáveis, o fator dois por nove variáveis, o terceiro fator foi composto por oito variáveis, o fator quatro foi composto por cinco variáveis, o quinto fator foi composto por seis variáveis, o sexto fator foi composto por seis variáveis, o fator sete foi composto por quatro variáveis e o fator oito foi composto por uma variável apenas.

O valor do KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) para a estrutura fatorial foi de 0,813 e o teste de esfericidade de Barlett (Bartlett's Test of Sphericity) teve valor de 3531,065 com nível de significância de 0,000, o que indica que a análise fatorial foi satisfatória.

O alpha de Cronbach para o modelo total foi de 0,947, considerado bom e atestando a confiabilidade do modelo (os valores satisfatórios são acima de 0,60).

As cargas fatoriais dos itens variam entre 0,077 e 31,81. Conforme apresentado na tabela 5, dez itens apresentaram cargas fatoriais baixas, são eles: 0,24 (*Esta organização deseja que o empregado tenha uma vida profissional variada. Ela valoriza o empregado que tem experiências profissionais diferentes*); 0,257 (*O prazer para esta organização é obter lucros. Ela sente-se satisfeita quando os rendimentos superam as despesas*); 0,202 (*Esta organização considera a segurança dos negócios muito importante. Ela está atenta às ameaças do mercado*); 0,297 (*Esta organização acredita que a pessoa deve ser honesta em qualquer situação. Dizer a verdade faz parte dos princípios desta organização*); 0,14 (*Esta organização considera a lealdade importante. Ela é leal às pessoas e organizações próximas dela*); 0,077 (*Esta organização propõe atividades que dão prazer ao empregado. Na visão dela, é importante o empregado sentir-se satisfeito consigo mesmo*); 0,237 (*Nesta organização, as regras de convivência são consideradas importantes. Para ela, os empregados, clientes e outras organizações deveriam respeitá-las*); 0,181 (*Esta organização acredita que os empregados devem aceitar o trabalho que têm a fazer. Para ela, os empregados devem cumprir suas obrigações*); 0,101 (*O comportamento do empregado, nesta organização, deve mostrar respeito aos costumes. Para ela, a tradição deve ser preservada*); e 0,129 (*Esta organização estimula, nos clientes, o desejo de adquirir novidades. Ela encoraja os clientes a provarem produtos e serviços novos*). Os itens que atingiram a carga mínima desejada são: 0,377 (*Para esta organização, planejar metas é essencial. Ela considera a realização das metas uma prova de sua competência*); e 0,308 (*Esta organização acha importante ser competitiva. Ela quer ganhar novos mercados*).

Os demais itens apresentam cargas superiores a 0,40, sendo consideradas importantes, e a maior parte dos itens apresenta cargas maiores que 0,50 o que reafirma a significância prática dos mesmos.

4.2.2 Análise fatorial exploratória da escala de comportamentos ecológicos

A Escala de Comportamentos Ecológicos proposta por Pato (2004) era composta por trinta e quatro itens, dentre os quais fazem parte cinco itens que medem a desejabilidade social, estes itens não foram considerados para esta

análise. A análise fatorial exploratória considerou apenas as vinte e nove variáveis correspondentes aos comportamentos ecológicos e antiecológicos. A análise fatorial exploratória, com rotação VARIMAX, foi realizada para a escala de comportamentos ecológicos e também se utilizou o critério de eliminação de variáveis com comunalidades inferiores a 0,40.

Mediante esse critério, foram excluídas sete variáveis que compunham o modelo de comportamento ecológico. Os itens e suas respectivas comunalidades são: “Evito jogar lixo no chão” (0,381); “Quando estou em casa, deixo as luzes acesas em ambientes que não estão sendo usados” (0,351); “Guardo papel que não quero mais na bolsa, quando não encontro uma lixeira por perto” (0,398); “Quando não encontro uma lixeira por perto, jogo as latas no chão” (0,300); “Mobilizo as pessoas nos cuidados necessários para conservação dos espaços públicos” (0,386); “Compro comida sem me preocupar se têm conservantes ou agrotóxicos” (0,229); “Deixo a televisão ligada mesmo sem ninguém assistindo” (0,381). A tabela 6 apresenta o resultado da análise fatorial exploratória do modelo de comportamento ecológico após a exclusão dos itens.

Tabela 6 - Resultados da Análise Fatorial Exploratória dos Comportamentos Ecológicos

	Comunalidades	Cargas
Fator 1		
Deixo a torneira aberta durante todo o tempo do banho	0,533	6,609
Enquanto escovo os dentes deixo a torneira aberta	0,478	3,034
Quando estou tomando banho, fecho a torneira para me ensaboar	0,674	2,159
Economizo água quando possível	0,742	1,986
Apago a luz quando saio de ambientes vazios	0,685	1,296
Evito desperdício de energia	0,661	1,019
Quando abro a geladeira já sei o que vou pegar, evitando ficar com a porta aberta muito tempo para não gastar energia	0,608	0,817
Evito ligar vários aparelhos elétricos ao mesmo tempo nos horários de maior consumo de energia	0,499	0,695
Fator 2		
Faço trabalho voluntário para um grupo ambiental	0,743	2,266
Participo de manifestações públicas para defender o meio ambiente	0,723	1,366
Participo de atividades que cuidam do meio ambiente	0,671	0,762

Fonte: Dados da pesquisa

Tabela 6 - Resultados da Análise Fatorial Exploratória dos Comportamentos Ecológicos (continuação)

	Comunalidades	Cargas
Fator 3		
Jogo todo tipo de lixo em qualquer lixeira	0,476	34,748
Providenciei uma lixeira específica para cada tipo de lixo em minha casa	0,678	12,228
Quando tenho vontade de comer alguma coisa e não sei o que é, abro a geladeira e fico olhando o que tem dentro dela	0,429	5,438
Evito comprar produtos que são feitos de plástico	0,576	3,115
Separo o lixo conforme o tipo	0,675	2,651
Evito comer alimentos que contenham produtos químicos (conservantes ou agrotóxicos)	0,579	2,395
Evito usar produtos fabricados por uma empresa quando sei que essa empresa está poluindo o meio ambiente	0,531	1,66
Fator 4		
Falo sobre a importância do meio ambiente com as pessoas	0,451	6,287
Evito desperdício dos recursos naturais	0,604	4,073
Ajudo a manter as ruas limpas	0,579	3,584
Colaboro com a preservação da cidade onde vivo	0,676	1,813

Fonte: Dados da pesquisa

A estrutura fatorial ficou composta por quatro fatores. O fator um ficou composto por oito variáveis; o fator dois por três variáveis; o terceiro fator foi composto por sete variáveis; e o fator quatro foi composto por quatro variáveis e foi o único que manteve agrupadas as variáveis do modelo original, porém foi renomeado porque o fator original era “Economia de água e energia”, sendo que as variáveis finais da nova estrutura não apresentam esse sentido.

O valor do KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) para a estrutura fatorial foi de 0,837 e o teste de esfericidade de Barlett (Bartlett's Test of Sphericity) teve valor de 1752,912 com nível de significância de 0,000, o que indica que a análise fatorial foi satisfatória. O alpha de Cronbach para o modelo total foi de 0,906, considerado como um bom valor, o que atesta a confiabilidade do modelo (os valores satisfatórios são acima de 0,60).

As cargas fatoriais dos itens variam entre 0,695 e 34,748. Desta forma, constata-se que todas as cargas fatoriais padronizadas têm valores superiores aos 0,60 e comunalidades com bons índices. As cargas fatoriais maiores que 0,70 indicam alta explicação da variância pelo fator. Após as análises fatoriais

exploratórias foi possível identificar os itens mais relevantes na explicação dos fatores.

4.3 Relações entre valores organizacionais, valores pessoais e comportamentos ecológicos

Esta seção aborda a validação das hipóteses levantadas por este estudo. Visando clarificar as relações entre os valores organizacionais e pessoais e os comportamentos ecológicos, foi construída uma matriz de correlação, utilizando o coeficiente de correlação R de Pearson a fim de identificar as relações entre os constructos das três escalas e a média geral. Conforme Hair *et al.* (2005) o coeficiente de correlação varia de -1,00 a +1,00, o sinal determina a direção da relação, quanto maior o coeficiente maior a relação entre as variáveis, sendo que zero não representa nenhuma relação entre as variáveis. Os coeficientes foram classificados conforme Pestana e Gageiro (2003), que indicam que as variações entre 0,01 e 0,2 são consideradas de associação muito baixa; entre 0,2 e 0,39 são classificadas como associações baixas; entre 0,4 e 0,69 são associações moderadas; entre 0,7 e 0,89 são associações altas; e entre 0,9 e 1 são classificadas como associações muito altas. Primeiramente serão abordadas as relações entre os valores organizacionais e pessoais, posteriormente as relações entre os valores e comportamentos.

4.3.1 Relações entre valores organizacionais e pessoais

A primeira hipótese levantada por este estudo, “*H1: Existe relação direta entre os tipos motivacionais de valores organizacionais e de valores pessoais*”, refere-se às relações encontradas entre os tipos motivacionais de valores pessoais e organizacionais, conforme apresentado na tabela 7.

Tabela 7 – Correlações significativas entre os tipos motivacionais

Coefficiente	Correspondência entre os Tipos Motivacionais	Sentido da Relação	Força de Associação
r=0,2343 p=0,015	Autonomia/ Universalismo	Direta	Baixa
r=0,1970 p=0,041	Autonomia/ Realização	Direta	Muito Baixa
r=0,2410 p=0,012	Autonomia/ Estimulação	Direta	Baixa
r=0,2945 p=0,002	Autonomia/ Tradição	Direta	Baixa
r=0,3122 p=0,001	Autonomia/ Benevolência	Direta	Baixa
r=0,3159 p=0,001	Preocupação com o coletivo/ Universalismo	Direta	Baixa
r=0,2119 p=0,028	Preocupação com o coletivo/ Realização	Direta	Baixa
r=0,2002 p=0,038	Preocupação com o coletivo/ Estimulação	Direta	Baixa
r=0,2709 p=0,005	Preocupação com o coletivo/ Benevolência	Direta	Baixa
r= 0,2507 p=0,009	Realização/ Autodeterminação	Direta	Baixa
r=0,2090 p=0,030	Realização/ Realização	Direta	Baixa
r= 0,3218 p=0,001	Realização/ Estimulação	Direta	Baixa
r=0,1952 p=0,043	Bem-estar do empregado/ Segurança	Direta	Muito Baixa
r=0,2304 p=0,016	Bem-estar do empregado/ Conformidade	Direta	Baixa
r=0,2279 p=0,018	Bem-estar do empregado/ Tradição	Direta	Baixa
r=0,2095 p=0,030	Bem-estar do empregado/ Hedonismo	Direta	Baixa
r=0,2859 p=0,003	Tradição/ Realização	Direta	Baixa
r=0,1938 p=0,044	Tradição/ Estimulação	Direta	Baixa
r=0,2138 p=0,026	Prestígio/ Poder	Direta	Baixa
r=0,2539 p=0,008	Prestígio/ Universalismo	Direta	Baixa
r=0,3019 p=0,001	Prestígio/ Realização	Direta	Baixa
r=0,2999 p=0,002	Prestígio/ Segurança	Direta	Baixa
r=0,2296 p=0,017	Prestígio/ Conformidade	Direta	Baixa
r=0,2436 p=0,011	Prestígio/ Tradição	Direta	Baixa
r=0,1946 p=0,044	Prestígio/ Hedonismo	Direta	Muito Baixa
r=0,2146 p=0,026	Domínio/ Universalismo	Direta	Baixa
r=0,2699 p=0,005	Domínio/ Segurança	Direta	Baixa
r=0,2163 p=0,025	Domínio/ Tradição	Direta	Baixa
r=0,1909 p=0,048	Domínio/ Benevolência	Direta	Muito Baixa
r=0,2688 p=0,005	Conformidade/ Realização	Direta	Baixa

Fonte: Elaborado com dados da pesquisa

Tais achados permitem identificar entre quais tipos motivacionais é possível haver um paralelismo, que conforme assinalado por Tamayo (2005, p.162) “refere-se a metas comuns, perseguidas tanto pelo trabalhador, quanto pela organização e cuja obtenção constitui a base da felicidade da pessoa como do sucesso da empresa”.

Os resultados apontados apresentam relações diretas significativas, o que denota que o aumento de um fator implica no aumento de outro e vice-versa. Em concordância com Foguel e Souza (1995) o sucesso da organização depende da congruência entre seus objetivos e dos objetivos dos membros que pertencem a ela, desta forma, cabe a organização avaliar esses tipos motivacionais que apresentam as relações diretas e estimular os valores ligados aos propósitos da gestão a fim de reforçar os ideais requeridos. Os tipos motivacionais em destaque na tabela 7 tratam especificamente de categorias de valores favoráveis à estimulação da

sustentabilidade nas organizações, fortalecendo os valores organizacionais referentes. As relações diretas mostrariam o progresso nos valores dos indivíduos.

Quando analisada a força de associação das relações, quatro associações apresentam força de associação muito baixa, o que denota que não está presente uma associação coesa entre as variáveis. As demais correlações apresentaram indicativo de uma relação baixa, porém definida.

4.3.2 Relações entre valores pessoais e comportamentos ecológicos

Ao tratar de valores e de comportamentos com base na estrutura teórica proposta por Schwartz (1992; 1994; 1999), foi possível compreender os dez tipos motivacionais universais, além das três orientações mais gerais; egoística, biosférica e social-altruística envolvidas nas relações entre os sistemas de valores.

Posturas e ações individuais em relação ao meio ambiente têm sido ligadas ao que os indivíduos pensam e sentem (STERN *et al.*, 1995; TAYLOR, TODD, 1995). As pesquisas têm apontado que as três orientações de valores e seus tipos motivacionais apresentam relação com os comportamentos ecológicos (STERN, 2000; DE GROOT, STEG, 2007; 2008).

Buscou-se nesse sentido, avaliar as correlações significativas entre os tipos motivacionais dos valores pessoais e os comportamentos ecológicos. A segunda hipótese que este estudo procurou investigar foi: “*H2: Os valores de orientação biosférica (tradição, conformidade e benevolência) apresentam relação direta com os comportamentos ecológicos*”;

Tabela 8 – Correlações entre os valores de orientação biosférica e os comportamentos ecológicos

Coeficiente	Correspondência entre os Tipos Motivacionais e os Comportamentos	Sentido da Relação	Força de Associação
r=-0,2235 p=0,020	Tradição/ Ativismo – Consumo	Inversa	Baixa
r=-0,1958 p=0,042	Benevolência/ Ativismo – Consumo	Inversa	Muito Baixa

Fonte: Elaborado com dados da pesquisa

Apenas dois tipos motivacionais apresentaram correlação significativa com os comportamentos ecológicos, ambos exibiram relação inversa com força de associação baixa, porém definida, o que refuta a segunda hipótese inicial. Nessa

relação inversa se houver o aumento de uma variável ocorre à diminuição da outra, ou seja, o aumento da tradição implica na diminuição do Ativismo - Consumo e vice-versa.

A Tabela 9 exibe os resultados para a terceira hipótese proposta: “H3: Os valores de orientação egoística (poder, realização, hedonismo, estimulação, autodeterminação) manifestam relação inversa com os comportamentos ecológicos”.

Tabela 9 – Correlações entre os valores de orientação egoística e os comportamentos ecológicos

Coeficiente	Correspondência entre os Tipos Motivacionais e os Comportamentos	Sentido da Relação	Força de Associação
r=0,2148 p=0,26	Poder/ Limpeza urbana	Direta	Baixa
r=0,2029 p=0,035	Hedonismo/ Economia de água e energia	Direta	Baixa
r=0,2130 p=0,027	Estimulação/ Economia de água e energia	Inversa	Muito Baixa
r=0,2906 p=0,002	Autodeterminação/ Economia de água e energia	Direta	Pequena

Fonte: Elaborado com os dados da pesquisa

A terceira hipótese não foi aceita. Apenas um tipo motivacional apresentou relação inversa e com força de associação muito baixa, as demais apresentaram relações diretas, indo de encontro aos pressupostos.

A quarta hipótese deste estudo foi: “H4: Os valores de orientação social-altruística (universalismo, segurança) manifestam relações diretas com os comportamentos ecológicos”. A solução encontra-se na tabela 10.

Tabela 10 – Correlações valores de orientação social-altruística e os comportamentos ecológicos

Coeficiente	Correspondência entre os Tipos Motivacionais e os Comportamentos	Sentido da Relação	Força de Associação
r=-0,2981 p=0,02	Universalismo/ Ativismo Consumo	Inversa	Baixa
r=-22,65 p=0,018	Segurança/ Reciclagem	Inversa	Baixa
r=-0,3208 p=0,001	Segurança/ Ativismo Consumo	Inversa	Baixa

Fonte: Elaborado com os dados da pesquisa

Os resultados não aceitaram a hipótese, uma vez que os fatores que apresentaram correlação significativa, porém relação inversa diferentemente da suposição inicial.

4.3.3 Relações entre valores organizacionais e comportamentos ecológicos

Na tentativa de buscar elementos e comportamentos ecológicos que pudessem ser associados ao âmbito organizacional foram formuladas hipóteses na tentativa de encontrar relação entre ambos os constructos. Foram utilizados os tipos motivacionais correspondentes aos valores organizacionais associados aos comportamentos. As hipóteses: “*H5: Os valores de orientação biosférica (tradição, conformidade e preocupação com a coletividade) apresentam relação direta com os comportamentos ecológicos*”; “*H6: Os valores de orientação egoística (domínio, prestígio, realização, bem-estar, autonomia) manifestam relação inversa com os comportamentos ecológicos*”; “*H7: O valor de orientação social-altruística (preocupação com a coletividade) manifesta relação direta com os comportamentos ecológicos*”.

As hipóteses não foram confirmadas, pois não apresentaram correlações significativas. Conforme já assinalado por Lingane e Olsen (2004), as organizações e pesquisadores ainda procuram medidas capazes de capturar os valores que compõem a sustentabilidade. Corroborando, este estudo buscou relações entre os sistemas de valores organizacionais e os comportamentos vistos como pró-ecológicos na tentativa de entender quais comportamentos poderiam ser relacionados ao ambiente organizacional.

O fato de não encontrar correlações estatisticamente significativas, pode estar relacionado ao uso de escalas de percepção para esse fim. Além disso, como os resultados das respostas estão baseados em elementos da personalidade dos respondentes, os amplos graus de variações, bem como as limitações de fatores culturais e institucionais, podem ter influenciado os achados da pesquisa, o que denota a necessidade de aplicação de novas técnicas e novos estudos para a ampliação da compreensão de tais relações.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como objetivo investigar os valores pessoais e organizacionais e os comportamentos ecológicos a partir da percepção dos colaboradores de uma organização inserida no contexto da sustentabilidade. Para a consecução do objetivo central foram analisados o conjunto de valores pessoais, os valores organizacionais e os comportamentos ecológicos individuais predominantes, e buscou-se ainda, encontrar as relações entre os três modelos.

O conjunto de valores pessoais examinados apontou para valores referentes aos tipos motivacionais de universalismo, segurança, conformidade, benevolência e autodeterminação. O primeiro tipo abrange valores considerados importantes para a compreensão de comportamentos ambientais, já que tratam do bem-estar e da natureza. Os relacionados à segurança indicam a necessidade de estabilidade dos indivíduos e do grupo. A preocupação com a conformidade mostra a importância que é dada aos padrões e comportamentos sociais. Já a benevolência denota cooperação entre os grupos aos quais os indivíduos pertencem. Por fim, a autodeterminação aponta para ações e pensamentos emancipados por parte dos sujeitos pesquisados.

Os valores organizacionais encontraram motivações de conformidade, domínio, preocupação com o coletivo, prestígio, autonomia, realização e tradição. Quanto à conformidade os valores remetem a importância das normas no trabalho. As aspirações de domínio manifestam as preocupações com a competitividade da empresa. Os valores de preocupação com o coletivo remetem a questões de justiça que são requeridas no contexto social. O prestígio remete a preocupação com a imagem da organização na sociedade. Os valores de autonomia remetem aos estímulos a inovação e criatividade. No âmbito das realizações os destaques foram dados ao reconhecimento da competência dos trabalhadores. Os resultados apontaram ainda um valor referente à tradição, que pode ter explicação na origem e gestão familiar da organização.

Dentre os conjuntos de valores organizacionais e pessoais, observou-se que alguns valores principais que podem ter relação com o contexto da sustentabilidade não possuíram médias relevantes, o que aponta que os mesmos devem ser trabalhados e fortalecidos na gestão organizacional na busca por sentidos que justifiquem as aspirações do contexto da empresa.

Na busca por relações entre os valores organizacionais e pessoais, os resultados destacaram relações diretas significativas entre alguns tipos de valores dos dois conjuntos, o que aponta os valores organizacionais e pessoais que podem ser trabalhados considerando os impactos entre ambos. A partir desses resultados, a gestão dos valores da organização pode ser repensada na busca por objetivos e metas que apresentem uma relação mais adequada aos interesses individuais e organizacionais.

Quanto aos comportamentos ecológicos levantados, destacam-se os referentes à economia de água e energia e limpeza urbana. Os resultados apontaram que muitos comportamentos não fazem parte da rotina dos indivíduos e que embora estes declarem ter consciência sobre o tema, ainda não praticam muitos comportamentos e ações efetivas.

Quanto às relações entre os valores e os comportamentos ecológicos, apenas os valores pessoais apresentaram algumas relações com os comportamentos ecológicos, e essas relações se manifestaram em sentido diferente dos pressupostos iniciais. Não foram encontradas relações estatísticas significativas entre os valores organizacionais e os comportamentos ecológicos, o resultado da pesquisa aponta para a utilização de outras variáveis que podem influenciar nessa relação e que não foram consideradas nessa pesquisa.

A amostragem da pesquisa tornou-se limitada devido ao baixo número de participantes que responderam ao questionário distribuído não podendo tornar-se, o resultado, como perfil geral da população organizacional. Embora tal fato tenha ocorrido, pode-se deduzir assim mesmo, que a questão da sustentabilidade, não obstante, é um fato concreto na mentalidade gerencial e nos valores organizacionais e pessoais dos pesquisados. Ressaltando os resultados referentes às questões que indicam o conhecimento dos colaboradores com os projetos desenvolvidos pela empresa relativos ao meio ambiente e a esfera social.

O uso de escalas de percepção podem não apresentar resultados estatísticos definitivos, uma vez que o assunto sustentabilidade ainda é algo muito novo para a maioria das pessoas, inclusive, até às vezes, desinteressante devido a este desconhecimento de significado, mesmo em uma empresa que possui uma imagem socioambiental reconhecida perante a sociedade.

O fenômeno sustentabilidade, por ainda ser uma ação da esfera cultural, pressupõe a importância da transmissão de valores sustentáveis pela empresa aos

seus colaboradores a fim de que estes venham a adotar ações e atitudes sistemáticas de ordem ecológica e sustentável no âmbito empresarial e por consequência reproduzirem em seu ambiente familiar e de convívio social. Tornando-se desta maneira passível de traduzir-se em um dado estatístico de valores.

Sugere-se que novas pesquisas sejam realizadas em diferentes amostras, até mesmo porque dois dos três instrumentos originais foram validados com estudantes e podem apresentar resultados distintos em outros grupos. São necessárias ainda, pesquisas exploratórias que busquem identificar os comportamentos ecológicos e sustentáveis no âmbito organizacional, até mesmo criando uma escala específica para essa finalidade.

REFERÊNCIAS

AFONSO, C. M. **Sustentabilidade**: caminho ou utopia? São Paulo: Annablume, 2006.

ALIGLERI, L.; ALIGLERI, L. A.; KRUGLIANSKAS, I. **Gestão socioambiental**: responsabilidade e sustentabilidade do negócio. São Paulo: Atlas, 2009.

ALLPORT, F. H. The structuring of events: outline of a general theory with applications to psychology. **Psychological Review**, n. 61, p.281-303, 1962.

ALMEIDA, F. **O bom negócio da sustentabilidade**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2002.

ALMEIDA, F. **Os desafios da sustentabilidade**: uma ruptura urgente. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

ANDERSSON, L. M.; BATEMAN, T.S. Individual environmental initiative: Championing natural environmental issues in u.s. business organizations. **The Academy of Management Journal**, v. 43, n. 4, p. 548-570, ago. 2000.

ANTUNES, R. **Os sentidos do trabalho**: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho. São Paulo: Boitempo, 2007.

AXELROD, L.J.; LEHMAN, D.R. Responding to environmental concerns: what factors guide individual action? **Journal Environmental Psychology**, n. 13, p. 149-159, 1993.

BABBIE, E. **Métodos de pesquisa de Survey**. Belo Horizonte: UFMG, 2001.

BANSAL, P. The corporate challenges of sustainable development. **Academy of Management Executive**, v. 16, n. 2, p. 122-131, 2002.

BANSAL, P.; ROTH, K. Why companies go green: a model of ecological responsiveness. **Academy of Management Journal**, v. 43, n. 4, pp.717-36, 2000.

BARBIERI, J. C.; CAJAZEIRA, J. E. R. **Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável**: da teoria à prática. São Paulo: Saraiva, 2009.

BARBIERI, J.C. *et al.* Inovação e sustentabilidade: novos modelos e proposições. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 50, n. 2, p.146-154, abr./jun. 2010.

BARBOSA, L. **Igualdade e meritocracia**: a ética do desempenho nas sociedades modernas. 3. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2001.

BARDI, A.; SCHWARTZ, S. H. Values and behavior: strength and structure of relations. **Pers Soc Psychol Bull**, n. 29, p. 1207, 2003.

- BINA, O.; VAZ, S.G. Humans, environment and economies: From vicious relationships to virtuous responsibility. **Ecological Economics**, v. 72, n. 2011, p. 170-178, 2011.
- BOLDERO, J. The prediction of household recycling of newspapers: the role of attitudes, intentions, and situational factors. **Journal of Applied Social Psychology**, v. 25, n. 5, pp. 440-462, 1995.
- BONNES, M.; BONAIUTO, M. Environmental psychology: from spatial-physical environment to sustainable development. In: BECHTEL, R. B.; CHURCHMAN, A. (Eds.). **Handbook of environmental psychology**. New York: Wiley, 2002. pp. 28-54.
- BORGER, F. G. **Responsabilidade social**: efeitos da atuação social na dinâmica empresarial. Tese (Doutorado em Administração de Empresas). Departamento de Administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.
- BURKE, W.; LITWIN, G. A causal model of organizational performance and change. **Journal of Management**, v. 18, n. 1, pp. 523-545, 1992.
- BURSZTYN, M. A. A. **Gestão ambiental**: instrumentos e práticas. Brasília: IBAMA, 1994.
- CALVO-SALGUEIRO, A.; AGUILAR-LUZÓN, M. DEL C.; BERRIOS-MARTOS, M. P. Comportamiento ecológico responsable: un análisis desde los valores biosféricos, sociales-altruistas y egoístas. **Revista Electrónica de Investigación y Docência (REID)**, n. 1, pp. 11-25, 2008.
- CAPRA, F. **As conexões ocultas**: ciência para uma vida sustentável. São Paulo: Cultrix, 2002.
- CARRIERI, A. P. Organizações e meio ambiente: mudança cultural. In: RODRIGUES, S. B.; CUNHA, M. P. (Orgs.). **Estudos organizacionais**: novas perspectivas na administração de empresas (Uma coletânea luso-brasileira). São Paulo: Iglu, 2000.
- CARROLL, A. B. A three-dimensional conceptual model of corporate performance. **Academy of Management Review**, Mississippi, v. 4, n. 4, pp. 497-505, oct./dec. 1979.
- CARROLL, A. B. The four faces of corporate citizenship. In: RICHARDSON, J. E. (ed.) **Business ethics**. Guilford: Dushkin/McGraw-Hill, 2000. pp. p.198-203.
- CHENEY, G. The corporate conscience and the triple bottom line. **Accounting Today**, jul. 12, 2004.
- CLARK, C.F. *et al.* Internal and external influences on pro-environmental behavior: participation in a green electricity program. **Journal of Environmental Psychology**, n. 23, pp. 237-246, 2003.

COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO (CMMAD). **Nosso futuro comum**. Rio de Janeiro: FGV, 1991.

COELHO, J. A. P. M.; GOUVEIA, V. V.; MILFONT, T. L. Valores humanos como explicadores de atitudes ambientais e intenção de comportamento pró-ambiental. **Psicologia em Estudo**, n. 11, pp. 199-207, 2006.

COLLIER, J.; ESTEBAN, R. Corporate social responsibility and employee commitment: **Business Ethics: A European Review**, v. 16, n. 1, pp. 19-33, 2007.

COLLINS, J. C.; PORRAS, J. I. **Feitas para durar**: práticas bem sucedidas de empresas visionárias. Rio de Janeiro: Rocco, 1995.

CORNELIUS, N.; TODRES, M.; JANJUHA-JIVRAJ, S.; WOODS, A.; WALLACE, J. Corporate social responsibility and the social enterprise. **Journal of Business Ethics**, n. 81, pp. 355-370, 2008.

CORRAL-VERDUGO, V. **Comportamiento proambiental**: una introducción al estudio de las conductas protectoras del ambiente. Santa Cruz de Tenerife, Espanha: Resma, 2001.

_____. La definición del comportamiento proambiental. **Em La Psicología Social en México**, AMEPSO (Ed.), VIII, pp. 466-472, 2000.

CORRAL-VERDUGO, V.; BECHTEL, R. B.; FRAIJO-SING, B. Environmental beliefs and water conservation: an empirical study. **Journal of Environmental Psychology**, n. 23, pp. 247-257, 2003.

CORRAL-VERDUGO, V.; PINHEIRO, J. Condições para o estudo do comportamento próambiental. **Estudos de Psicologia**, n. 4, pp. 7-22, 1999.

COTTRELL, S. P. Influence of sociodemographic and environmental attitudes of general responsible environmental behavior among recreational boaters. **Environment and Behavior**, n. 35, pp. 347-375, 2003.

DARLEY, J.; GILBERT, D. Social psychological aspects of environmental psychology. In: LINDZEY, G.; ARONSON, E.; SCHULTZ, P. W.; , L. (Eds), **The handbook of social psychology**. New York: Random House, 1985. v. 2.

DE GROOT, J. I.; STEG, L. General beliefs and the theory of planned behavior: the role of environmental concerns in the TPB. **Journal of Applied Social Psychology**, n. 37, pp. 1817-1836, 2007.

_____. Value orientations to explain beliefs related to environmental significant behavior: how to measure egoistic, altruistic, and biospheric value orientations. **Environment and Behavior**, n. 40, pp. 330-354, 2008.

DECHANO, L. M. A multi-country examination of the relationship between environmental knowledge and attitudes. **International Research in Geographical and Environmental Education**, n. 15, pp. 15-28, 2006.

DIAS, R.; CASSAR, M.; ZAVAGLIA, T. **Introdução à administração da competitividade à sustentabilidade**. Campinas, São Paulo: Alínea, 2003.

DUNLAP, R. E.; VAN LIERE, K. D. Commitment to the dominant social paradigm and concern for environmental quality. **Social Science Quarterly**, n. 65, pp. 1013-1028, 1984.

DUNLAP, R. E.; VAN LIERE, K.D. The "new environmental paradigm": a proposed measuring instrument and preliminary results. **Journal of Environmental Education**, n. 9, pp. 10-19, 1978.

DUNLAP, R. *et al.* Measuring endorsement of an ecological world-view: a revised NEP scale. Paper presented in the Annual Meeting of the Rural Sociology Society, PA, 1992.

DUNLAP, R.E. *et al.* Measuring endorsement of the new ecological paradigm: a revised NEP Scale. **Journal of Social Issues**, v. 56, n. 3, pp. 425-442, 2000.

DUTTON, J. E.; ASHFORD, S. J. Selling issues to top management. **Academy of Management Review**, n. 18, pp. 397-428, 1993.

DUTTON, J.E. Strategic agenda building in organization. In: SHAPIRA, Z. (Ed.) **Organizational decision making**. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1997. pp. 81-105.

EGRI, C. P.; HORNAL, R. C. Strategic environmental human resource management and perceived organisational performance: an exploratory study of the Canadian manufacturing sector. In: SHARMA, S.; STARIK, M. (Eds.). **Research in corporate sustainability: the evolving theory and practice of organisations in the natural environment**. Northampton, MA: Edward Elgar, 2002. pp. 205-236.

ELKINGTON, J. **Cannibals with forks: the triple bottom line of 21st century business**. Gabriola Island: Chapstone Publishing, 1997.

_____. **Canibais com garfo e faca**. São Paulo: Makron, 2001.

_____. Enter the triple bottom line. In: HENRIQUES, A.; RICHARDSON, J. (Eds.) **The triple bottom line: does it all add up**. London UK: EarthScan, 2004.

FERREIRA, M. C.; FERNANDES E. de A.; SILVA, A. P. C. e. Valores organizacionais: um balanço da produção nacional do período de 2000 a 2008 nas áreas de administração e Psicologia. **Revista de Administração Mackenzie**, São Paulo, v.10, n. 3, mai./jun. 2009.

FOGUEL, S.; SOUZA, C. **Desenvolvimento organizacional**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1995.

GAMBA, R.J.; OSKAMP, S. Factors influencing community resident's participation in commingled curbside recycling programs. **Environment and Behavior**, v. 26, n. 5, pp. 587-612, 1994.

GARAVAN, T. N.; MCGUIRE, D. Human resource development and society: human resource development's role in embedding corporate social responsibility, sustainability, and ethics in organizations. **Advances in Developing Human Resources**, n. 12, p. 487, 2010.

GARCIA, V. P. **Desenvolvimento das famílias empresárias**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

GATERSLEBEN, B.; STEG, L.; VLEK, C. Measurement and determinants of environmentally significant consumer behavior. **Environment and Behavior**, v. 34, n.3, pp. 335–362, 2002.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1991.

GLADWIN, T.N.; KENNELLY, J.J.; KRAUSE, T. Shifting paradigms for sustainable development: implications for management theory and research. **Academy of Management Review**, New York, v. 20, n. 4, pp. 874-907, oct. 1995.

GLOBAL REPORTING INITIATIVE – GRI. 2011. Disponível em: <<http://www.globalreporting.org>>. Acesso em: 15.jan.2011.

GOMES FILHO, H.; HEMÉRITAS, P. C. da C. Nos caminhos da retirada sustentável, a redenção da bicicleta. **Boletim do Observatório Ambiental Alberto Ribeiro Lamego**, Campos Dos Goytacazes/RJ, v. 3, n. 1, p.149-171, jan./jun. 2009.

GOUVEIA, V. V. **La naturaleza de los valores descriptores del individualismo y del colectivismo**: una comparación intra e intercultural. Tese (Doutorado). Universidade Complutense de Madrid, Madri, 1998.

GRAY, R.; BEBBINGTON, J.; WALTERS, D. **Accounting for the environment**. London: Paul Chapman Publishing Ltda., 1993.

HAIR, J. F. Jr. *et al.* **Fundamentos de pesquisa de marketing**. Porto Alegre: Bookman, 2010. 408 p.

HART, S. L.; MILSTEIN, M. B. Criando valor sustentável. **RAE Executivo**, v. 3, n. 2, mai./jul. 2004.

HARTIG, T.; KAISER, F.G.; BOWLER, P.A. Psychological restoration in nature as a positive motivation for ecological behavior. **Environment and Behavior**, n. 33, pp. 590–607, 2001.

HAWKEN, P.; LOVINS, A.; LOVINS, HUNTER. **Capitalismo natural**: criando a próxima revolução industrial. São Paulo: Cultrix-Amana-Key, 2000.

HITLIN, S.; PILIAVIN, J. A. Values: reviving a dormant concept. **Annual Review of Sociology**, v. 30, pp. 359-393, 2004.

HOFSTEDE, G. **Culture's consequences**: International differences in work-related values. Beverly Hills, CA: Sage, 1980.

HOPWOOD, B.; MELLOR, M.; O'BRIEN, G. Sustainable development: mapping different approaches. **Sustainable Development**, n. 13, pp. 38-52, 2005.

KABANOFF, B.; DALY, J.P. Values espoused by Australian and US organizations. **Applied Psychology: an International Review**, Oxford, UK, v. 49, n.2, p.284-314, Apr. 2000.

KABANOFF, B.; WALDERSEE, R.; COHEN, M. Espoused values and organizational change themes. **Academy of Management Journal**, v. 38, p.1075-1104, 1995.

KAISER, F. G. *et al.* Ecological behavior, environmental attitude, and feelings of responsibility for the environment. **European Psychologist**, n. 4, pp. 59-74, 1999.

KAISER, F. G.; WÖLFING, S.; FUHRER, U. Environmental attitude and ecological behaviour. **Journal of Environmental Psychology**, n. 19, pp. 1-19, 1999.

KAISER, F.G. A general measure of ecological behavior. **Journal of Applied Social Psychology**, v. 28, n. 5, pp. 395-422, 1998.

KAISER, F.G.; FUHLER, U. Ecological behaviour's dependency on different forms of knowledge. **Appl Psychol Int Rev**, n. 52, pp. 598–613, 2003.

KARP, D. G. Values and their effect on pro-environmental behavior. **Environment and Behavior**, v. 28, n. 1, pp. 111-133, 1996.

KLUCKHOHN, C. Values and value-orientations in the theory of action: an exploration in definition and classification. In: PARSONS, T.; SHILS, E. (Eds.). **Toward a general theory of action**. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1951. pp.388-433,

KÖCHE, J. C. **Fundamentos da metodologia científica**: teoria da ciência e prática da pesquisa. 14. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997.

KRAMAR, R.; HARIADI, M. F. Human Resource Management, Performance and Organisational Sustainability: A New Paradigm. **Social Responsibility, Professional Ethics, and Management Proceedings of the 11th International Conference**, Ankara, Turkey, 24–27, November 2010.

KRAUS, S. J. Attitudes and the prediction of behavior: a meta-analysis of the empirical literature. **Personality and Social Psychology Bulletin**, n. 21, pp. 58-75, 1995.

LINGANE, A.; OLSEN, S. Guidelines for social return on investment. **California Management Review**, v. 46,n. 3, pp. 116-135, 2004.

LONG, B. L. **International Environmental Issues and the OECD 1950-2000: an historical perspective**. Paris, Organization for Economic Cooperation and Development, 2000.

LÓPEZ, A.G.; CUERVO-ARANGO, M.A. Relationship among values, beliefs, norms and ecological behaviour. **Psicothema**, v., n. 4, pp. 623-629, nov. 2008.

LOUETTE, A. (org.) **Compêndio para a sustentabilidade: ferramentas de gestão de responsabilidade socioambiental: uma contribuição para o desenvolvimento sustentável**. São Paulo: Willis Harman House, 2008.

MALHOTRA, N. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

MANFREDO, M. J.; YUAN, S. M.; MCGUIRE, F. A. The influence of attitude accessibility on attitude-behavior relationships: Implications for recreation research. **Journal of Leisure Research**, n. 24, pp. 157-170, 1992.

MARTIN, J. **Cultures in organizations: three perspectives**. New York: Oxford University Press, 1992.

MATTEN, D.; MOON, J. "Implicit" and "explicit" CSR: a conceptual framework for a comparative understanding of corporate social responsibility. **Academy of Management Review**, n. 33, pp. 404-424, 2008.

MATURANA, H.; VARELA, F. **De máquinas a seres vivos: autopoiese – a organização dos vivos**. 3. ed. Porto Alegre: Artes Médicas, 1997.

MAYER, F.S.; FRANTZ, C.M. The connectedness to nature scale: a measure of individuals feeling in community with nature. **Journal of Environmental Psychology**, n. 24, pp. 503–515, 2004.

MILFONT, T. L.; GOUVEIA, V. V. Time perspective and values: An exploratory study of their relations to environmental attitudes. **Journal of Environmental Psychology**, n. 26, pp. 72-82, 2006.

MILFONT, T. L. Psychology of environmental attitudes: a crosscultural study of their content and structure. Unpublished doctoral dissertation, University of Auckland, Auckland, New Zealand, 2007.

MILFONT, T.L. The effects of social desirability on self-reported environmental attitudes and ecological behaviour. **Environmentalist**, v. 29, pp. 263–269, 2009. DOI10.1007/s10669-008-9192-2.

MILFONT, T.L.; DUCKITT, J. **The environmental attitudes inventory: a valid and reliable measure to assess the structure of environmental attitudes**. 2008 (under review).

MOBLEY, C.; VAGIAS, W. M.; DEWARD, S. L. Exploring additional determinants of environmentally responsible behavior: the Influence of environmental literature and environmental attitudes. **Environment and Behavior**, n. 42, pp. 420-447, 2010.

MORGAN, G. **Imagens da organização**. São Paulo: Atlas, 1996.

MORIN, E. **Os sete saberes necessários à educação do futuro**. São Paulo: Cortez; Brasília, DF: UNESCO, 2000.

OLIVEIRA, A. F.; TAMAYO, A. Inventário de perfis de valores organizacionais. **Revista de Administração da USP**, São Paulo, v. 39, n. 2, abr./jun., 2004.

OLLI, E.; GRENDSTAD, G.; WOLLEBAEK, D. Correlates of environmental behavior: bringing back social context. **Environment and Behavior**, n. 33, pp. 181-208, 2001.

OSKAMP, S. A Sustainable future for humanity? how can psychology help? **American Psychologist**, v. 55, n. 5, pp. 496-508, 2000.

OSTMAN, R. E.; PARKER, J. L. Impact of education, age, newspapers and television on environmental knowledge, concerns and behaviors. **Journal of Environmental Education**, v. 19, pp. 3-9, 1987.

PASQUALI, L.; ALVES, A. R. Validação do Portraits Questionnaire - PQ de Schwartz para o Brasil. **Avaliação Psicológica**, v. 13, n. 2, pp. 73-82, 2004.

PATO, C. M. L. **Comportamento ecológico**: relações com valores pessoais e crenças ambientais. (Tese de doutorado não publicada). Universidade de Brasília, Brasília, 2004.

PATO, C.; TAMAYO, A. A escala de comportamento ecológico: desenvolvimento e validação de um instrumento de medida. **Estudos de Psicologia**, n. 11, pp. 289-296, 2006.

PESTANA, M.H.; GAGEIRO, J.N. **Análise de dados para ciências sociais**: a complementaridade do SPSS. 3. ed. Lisboa: Editora Silabo, 2003.

POSNER, B. Z. Another look at the impact of personal and organizational values congruency. **Journal of Business Ethics**, n. 97, pp. 535-54, 2010.

POSNER, B. Z.; LOW, P. Australian and American managerial values: subtle differences. **International Journal of Management**, v. 17, n. 1, pp. 89-97, 1990.

POSNER, B. Z.; WESTWOOD, R. I. Managerial values across cultures: Australia, Hong Kong and the U.S. **Asia Pacific Journal of Management**, n. 14, pp. 31-66, 1997.

POSNER, B. Z. Person-organization values congruence: no support for individual differences as a moderating influence. **Human Relations**, v. 45, n. 2, pp. 351-361, 1992.

POSNER, B. Z.; RANDOLPH, W.A.; SCHMIDT, W. H. Managerial values across finance, manufacturing, marketing, and personnel: some similarities and differences. **International Journal of Value-Based Management**, v. 6., n. 2, pp. 19-30, 1993.

PRATKANIS, A. R.; GREENWALD, A. G. A sociocognitive model of attitude structure and function. In: BERKOWITZ, L. (Ed.) **Advances in Experimental Social Psychology**. New York: Academic Press, 1989. v. 22. pp. 245-285,

RATTNER, H. Sustentabilidade: uma visão humanista. **Ambiente & Sociedade**, Ano II, n. 5, 2. sem. 999.

RICKLEFS, R. **A economia da natureza**. 5. ed. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan S.A., 2003.

RIDEOUT, B. E. *et al.* Endorsement of the new ecological paradigm in systematic and e-mail samples of college students. **Journal of Environmental Education**, n. 36, pp. 15-23, 2005.

ROCCAS, S.; SAGIV, L.; SCHWARTZ, S. H.; KNAFO, A. The big five personality factors and personal values. **Personality and Social Psychology Bulletin**, n. 28, pp. 789-801, 2002.

ROKEACH, M. **Beliefs, attitudes and values: a theory of organization and change**. San Francisco: Jossey-Bass, 1968.

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

SACHS, I. *Ni*: incluyente, sustentável, sustentado. Rio de Janeiro: Garamond, 2004.

SCHAHN, J. The role of behavioral costs and social desirability as predictors of environmental attitudes and conservation behavior: an analysis on aggregate and on individual data level. **Zeitschrift für Differentielle und Diagnostische Psychologie**, n. 23, pp. 45-54, 2002.

SCHEIN, E. **Organizational psychology**. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, 1965.

_____. **Organizational culture and leadership: A dynamic view**. San Francisco: Jossey-Bass, 1985.

_____. **Organizational culture and leadership**. San Francisco: Jossey-Bass Publishers, 1992.

_____. _____. San Francisco, Jossey-Bass, 2004.

SCHENINI, P. C. Gestão empresarial sustentável. In: SCHENINI, P. C. **Gestão empresarial sócio ambiental**. Florianópolis: UFSC, 2005. 184 p.

SCHILIZZI, S. Triple bottom line accounting: how serious is it? **Connections. Online publication of Agribusiness Association of Australia**, 2002.

SCHMUCK, P.; SCHULTZ, W. P. (Eds.). **Psychology of sustainable development**. Norwell, MA:Kluwer Academic Publishers, 2002.

SCHULTZ, P.W.; ZELEZNY, L. Values and proenvironmental behaviour: a 10-country survey. **Journal of Cross-Cultural Psychology**, n. 29, pp. 540-558, 1998.

_____. Values as predictors of environmental attitudes: evidence for consistency across 14 countries. **Journal of Environmental Psychology**, n. 19, pp. 255-265, 1999.

SCHWARTZ, S. H. A theory of cultural values and some implications for work. **Applied Psychology: An International Review**, v. 48, n. 1, pp. 23-47, 1999.

SCHWARTZ, S. H. Are there universal aspects in the structure and contents of human values? **Journal of Social Issues**, n. 50, pp. 19-45, 1994.

SCHWARTZ, S. H. *et al.* Extending the cross-cultural validity of the theory of basic human values with a different method of measurement. **Journal of Cross Cultural Psychology**, n. 32, pp. 519-542, 2001.

SCHWARTZ, S. H. Universals in the content and structure of values: theory and empirical tests in 20 countries. In: ZANNA, M. (Ed.) **Advances in experimental social psychology**. New York: Academic Press, 1992. v. 25. p. 1-65.

SCHWARTZ, S. H. Valores humanos básicos: seu contexto e estrutura inter-cultural; validade e aplicabilidade da teoria de valores. In: TAMAYO, A.; PORTO, J.B. (Eds.), **Valores e comportamento nas organizações**. Rio de Janeiro: Vozes, 2005. p.21-55; p. 56-95.

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

SCOTT, D.; WILLITS, F. K. Environmental attitudes and behavior: a Pennsylvania survey. **Environment & Behavior**, n. 26, pp. 239-260, 1994.

SEGO, D. J.; HUI, C.; LAW, K.S. Operationalizing cultural values as the mean of individual values: problems and suggestions for research. In: EARLEY, P.C.; EREZ, M. (Org.). **New perspectives on international industrial/organizational psychology**. San Francisco: The New Lexington Press, 1997.

SELLTIZ, C.; WRIGHTSMAN, L. S.; COOK, S. W. **Métodos de pesquisa nas relações sociais**. São Paulo: E.P.U. / EDUSP, 1974.

SEN, A. **Desenvolvimento como liberdade**. 5. ed. São Paulo: Companhia das letras, 2000.

SHRIVASTAVA, P. Ecocentric management for a risk society. **Academy of Management Review**, v. 20, n. 1, pp. 118-137, 1995.

SLIMAK, M. W.; DIETZ, T. Personal values, beliefs, and ecological risk perception. **Risk Analysis**, n. 26, pp. 1689-1705, 2006.

SMITH, P. B.; SCHWARTZ, S. H. Values. In: BERRY, J. W.; KAGITCIBASI, C.; SEGALL, M. H. (Eds.). **Handbook of cross-cultural psychology**. 2. Ed. Boston: Allyn & Bacon, 1997. v. 3. pp. 77-119.

SOMMER R. Discipline and field of study: a search for clarification. **Journal of Environmental Psychology**, n. 20, pp. 1-4, 2000.

STEGER, M. E. *et al.* Political culture, postmaterial values, and the new environmental paradigm: a comparative analysis of Canada and the United States. **Political Behavior**, n. 11, pp. 233-254, 1989.

STERN, P. C. *et al.* A valuebelief: norm theory of support for social movements: the case of environmental concern. **Human Ecology Review**, n. 6, pp. 81-97, 1999.

STERN, P. C. Toward a coherent theory of environmentally significant behavior. **Journal of Social Issues**, v. 56, pp. 407-424, 2000.

STERN, P. C. Toward a working definition of consumption for environmental research and policy. In: STERN, P. C.; DIETZ, T.; RUTTAN, V. W.; SOCOLOW, R. H.; SWEENEY, J. L. (Eds.). **Environmentally significant consumption: research directions**. Washington D. C.: National Academy Press, 1997.

STERN, P. C.; DIETZ, T. The value basis of environmental concern. **Journal of Social Issues**, n. 50, pp. 65-84, 1994.

STERN, P. C. *et al.* Values, beliefs, and proenvironmental action: attitude formation toward emergent attitude objects. **Journal of Applied Social Psychology**, v. 25., n. 18, pp. 1611-1636, 1995.

STEURER, R. *et al.* Corporations, stakeholders and sustainable development I: a theoretical exploration of business society relations. **Journal of Business Ethics**, Netherlands, v. 61, n. 3, p. 263-281, oct. 2005.

TAMAYO, A. Valores organizacionais. In: TAMAYO, A.; BORGES-ANDRADE, J.E.; CODO, W. (Org.). **Trabalho, organizações e cultura**. São Paulo: Cooperativa de Autores Associados, 1996.

_____. Valores organizacionais: sua relação com satisfação no trabalho, cidadania organizacional e comprometimento afetivo. **Revista de Administração**, São Paulo, v.33, n.3, p.56-63, jul. /set., 1998.

_____. Impacto dos valores pessoais e organizacionais sobre o comprometimento organizacional. In: TAMAYO, A; PORTO, J. B. **Valores e comportamento nas organizações**. Rio de Janeiro: Vozes, 2005.

_____. Contribuições ao estudo dos valores pessoais, laborais e organizacionais. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, v. 23, n. especial, pp. 17-24, 2007.

TAMAYO, A.; BORGES, L. O. Valores del trabajo y valores de las organizaciones. In: ROS, M.; GOUVEIA, V. C. (Coords.). **Psicología social de los valores humanos: desarrollos teóricos, metodológicos y aplicados**. Madrid: Editorial Biblioteca Nueva, 2001.

TAMAYO, A.; GONDIM, M.G.C. Escala de valores organizacionais. **Revista de Administração da Universidade de São Paulo**, São Paulo, v. 31, n.2, pp.62-72, abr./jun. 1996.

TAMAYO, A.; MENDES, A. M.; PAZ, M. G. T. Inventário de valores organizacionais. **Estudos de Psicologia**, v. 5, n. 2, pp. 289-315, 2000.

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

_____. Validação do Questionário de Perfis de Valores (QPV) no Brasil. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**. v. 25, n. 3, pp. 369-376, jul./ set. 2009.

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

TAYLOR, S.; TODD, P. An integrated model of waste management behavior: a test of household recycling and composting intentions. **Environment and Behavior**, n. 27, pp. 603-630, 1995.

THØGERSEN, J. Norms for environmentally responsible behaviour: an extended taxonomy. **Journal of Environmental Psychology**, n. 26, pp. 247-261, 2006.

THOMPSON, S. C. G.; BARTON, M. A. Ecocentric and anthropocentric attitudes toward the environment. **Journal of Environmental Psychology**, n. 14, pp. 149-157, 1994.

TOFFLER, A. **A terceira onda**. Rio de Janeiro: Record 21, 1995.

VASCONCELOS, I. F. G.; CRUBELLATE, J. M. Transitoriedade e permanência nas relações de trabalho: discursos paradoxais para a (des) construção social da identidade. In: VASCONCELOS, I. F. G.; VASCONCELOS, F. C. **Paradoxos organizacionais: uma visão transformacional**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

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

WISEMAN, M.; BOGNER, F. X. A higher-order model of ecological values and its relationship to personality. **Personality and Individual Differences**, n. 34, p. 783-794, 2003.

ZADEK, S. Balancing performance, ethics, and accountability. **Journal of Business Ethics**, v.17, n. 13, oct. 1998.

ZELEZNY, L. C.; CHUA, P. P.; ALDRICH, C. Elaborating on gender differences in environmentalism. **Journal of Social Issues**, n. 56, pp. 443–457, 2000.

ZELEZNY, L. C.; SCHULTZ, P. W. Promoting environmentalism. **Journal of Social Issues**, v. 56, n. 3, pp. 365-371, 2000.

APÊNDICES

APÊNDICE A

QUESTIONÁRIO ESTRUTURADO



Prezado Senhor/ Senhora

Esta pesquisa faz parte de um projeto de dissertação do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Santa Maria e trata de valores e comportamentos das pessoas em suas vidas e no trabalho. Gostaríamos de convidá-lo a participar desta pesquisa, se concordar basta responder o questionário. No questionário não existem respostas certas ou erradas, queremos apenas a sua opinião, é muito importante responder **TODAS** as questões marcando sempre a resposta que corresponde a sua primeira reação. Não é necessário se identificar, as respostas serão anônimas e sigilosas e os dados serão utilizados de maneira agrupada. Ao responder o questionário favor encaminhá-lo ao Setor de Comunicação Interna.

BLOCO I – PERFIL DOS SUJEITOS

<p>1. Sexo <input type="checkbox"/> feminino <input type="checkbox"/> masculino</p> <p>2. Faixa etária <input type="checkbox"/> 18 a 25 anos <input type="checkbox"/> 26 a 35 anos <input type="checkbox"/> 36 a 40 anos <input type="checkbox"/> 41 a 45 anos <input type="checkbox"/> 46 a 50 anos <input type="checkbox"/> acima de 50 anos</p> <p>3. Estado civil <input type="checkbox"/> solteiro <input type="checkbox"/> casado <input type="checkbox"/> divorciado <input type="checkbox"/> outro</p> <p>4. Grau de instrução <input type="checkbox"/> Fundamental Incompleto <input type="checkbox"/> Fundamental Completo <input type="checkbox"/> Médio Incompleto <input type="checkbox"/> Médio Completo <input type="checkbox"/> Superior Incompleto <input type="checkbox"/> Superior Completo <input type="checkbox"/> Pós-graduação</p>	<p>5. Renda mensal <input type="checkbox"/> entre R\$ 401,00 e 600,00 <input type="checkbox"/> entre R\$ 601,00 e 900,00 <input type="checkbox"/> entre R\$ 901,00 e 1.500,00 <input type="checkbox"/> entre R\$ 1.501,00 e 2.500,00 <input type="checkbox"/> entre R\$ 2.501,00 e 5.000,00 <input type="checkbox"/> acima de R\$ 5.001,00</p> <p>6. Qual a função/cargo que desempenha na empresa? _____</p> <p>7. Em Qual setor atua na empresa? _____</p> <p>8. Quanto tempo de Empresa? _____</p>
--	--

BLOCO II – CARACTERÍSTICAS SOCIOAMBIENTAIS

1. Participa em ações/projetos sociais e ambientais?

Sim. Qual? Tempo?		
Não		

2. Participa de algum projeto socioambiental da empresa?

Sim. Qual? Tempo?		
Não		

3. Participa de algum projeto socioambiental apoiado pela empresa?

Sim. Qual? Tempo?		
Não		

4. Avalie seu grau de conhecimento dos projetos socioambientais da sua organização na escala abaixo (1 significa muito baixo e 10 muito alto).

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

	Quanto esta pessoa se parece com você?					
	Se parece muito comigo	Se parece comigo	Se parece mais ou menos comigo	Se parece pouco comigo	Não se parece comigo	Não se parece nada comigo
12) É muito importante para ela ajudar as pessoas ao seu redor. Ela quer cuidar do bem-estar delas.						
13) Ser muito bem-sucedida é importante para ela. Ela gosta de impressionar as demais pessoas.						
14) A segurança de seu país é muito importante para ela. Ela acha que o governo deve estar atento a ameaças de origem interna ou externa.						
15) Ela gosta de se arriscar. Ela está sempre procurando aventuras.						
16) É importante para ela se comportar sempre corretamente. Ela quer evitar fazer qualquer coisa que as pessoas possam achar errado.						
17) É importante para ela estar no comando e dizer aos demais o que fazer. Ela quer que as pessoas façam o que manda.						
18) É importante para ela ser fiel a seus amigos. Ela quer se dedicar às pessoas próximas de si.						
19) Ela acredita firmemente que as pessoas deveriam preservar a natureza. Cuidar do meio ambiente é importante para ela.						
20) Ser religiosa é importante para ela. Ela se esforça para seguir suas crenças religiosas.						
21) É importante para ela que as coisas estejam organizadas e limpas. Ela realmente não gosta que as coisas estejam bagunçadas.						
22) Ela acha que é importante demonstrar interesse pelas coisas. Ela gosta de ser curiosa e tentar entender todos os tipos de coisas.						
23) Ela acredita que todas as pessoas do mundo deveriam viver em harmonia. Promover a paz entre todos os grupos no mundo é importante para ela.						

	Quanto esta pessoa se parece com você?					
	Se parece muito comigo	Se parece comigo	Se parece mais ou menos comigo	Se parece pouco comigo	Não se parece comigo	Não se parece nada comigo
24) Ela acha que é importante ser ambiciosa. Ela quer demonstrar o quanto é capaz.						
25) Ela acha que é melhor fazer as coisas de maneira tradicional. É importante para ela manter os costumes que aprendeu.						
26) Aproveitar os prazeres da vida é importante para ela. Ela gosta de se mimar.						
27) É importante para ela entender as necessidades dos outros. Ela tenta apoiar aqueles que conhece.						
28) Ela acredita que deve sempre respeitar seus pais e os mais velhos. É importante para ela ser obediente.						
29) Ela quer que todos sejam tratados de maneira justa, mesmo aqueles que não conhece. É importante para ela proteger os mais fracos na sociedade.						
30) Ela gosta de surpresas. É importante para ela ter uma vida emocionante.						
31) Ela se esforça para não ficar doente. Estar saudável é muito importante para ela.						
32) Progredir na vida é importante para ela. Ela se empenha em fazer melhor que os outros.						
33) Perdoar as pessoas que lhe fizeram mal é importante para ela. Ela tenta ver o que há de bom nelas e não ter rancor.						
34) É importante para ela ser independente. Ela gosta de contar consigo mesmo.						
35) Contar com um governo estável é importante para ela. Ela se preocupa com a preservação da ordem social.						
36) É importante para ela ser sempre educada com os outros. Ela tenta nunca incomodar ou irritar os outros.						

	Quanto esta pessoa se parece com você?					
	Se parece muito comigo	Se parece comigo	Se parece mais ou menos comigo	Se parece pouco comigo	Não se parece comigo	Não se parece nada comigo
37) Ela realmente quer aproveitar a vida. Divertir-se é muito importante para ela.						
38) É importante para ela ser humilde e modesta. Ela tenta não chamar atenção para si.						
39) Ela sempre quer ser aquela a tomar decisões. Ela gosta de liderar.						
40) É importante para ela se adaptar e se ajustar à natureza. Ela acredita que as pessoas não deveriam modificar a natureza.						

Avalie de modo geral o grau de semelhança dos seus valores pessoais com os valores propostos. Assinale na escala abaixo a nota que melhor define essa semelhança (1 significa muito baixo e 10 muito alto).

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

BLOCO IV – VALORES ORGANIZACIONAIS

INSTRUÇÕES

Descrevemos abaixo algumas organizações. Leia cada descrição e avalie o quanto cada uma dessas organizações é semelhante àquela na qual você trabalha. Assinale com um “X” a opção que indica o quanto cada organização descrita se parece com a sua.

	Quanto esta organização aqui descrita se parece com aquela na qual você trabalha?					
	É muito parecida com minha organização	É parecida com minha organização	É mais ou menos parecida com minha organização	É pouco parecida com minha organização	Não se parece com minha organização	Não se parece em nada com minha organização
01. Esta organização estimula os empregados a enfrentarem desafios. Para ela, os desafios tornam o trabalho do empregado mais interessante.						
02. A sinceridade entre as pessoas é encorajada por esta organização. Ser verdadeiro com os outros é importante para ela.						
03. Para esta organização, todas as pessoas devem ser tratadas com igualdade. Na visão dela, as pessoas merecem oportunidades iguais.						
04. Esta organização valoriza a competência. Para ela, é importante que o empregado demonstre as habilidades e os conhecimentos que possui.						
05. É muito importante, para esta organização, ajudar seus empregados. Ela deseja cuidar do bem-estar deles.						
06. A tradição é uma marca desta organização. Ela tem práticas que dão continuidade aos seus costumes.						
07. Esta organização influencia outras organizações. Ela tem muito prestígio.						
08. Esta organização acha que é importante ser competente. Ela quer demonstrar o quanto é capaz.						
09. Esta organização oferece oportunidades de diversão aos empregados. Ela acha importante que eles tenham prazer no trabalho.						

	Quanto esta organização aqui descrita se parece com aquela na qual você trabalha?					
	É muito parecida com minha organização	É parecida com minha organização	É mais ou menos parecida com minha organização	É pouco parecida com minha organização	Não se parece com minha organização	Não se parece em nada com minha organização
10. É importante para esta organização ser rica. Ela quer ter lucros nos negócios.						
11. Para esta organização, é importante que os empregados se comportem de forma educada no ambiente de trabalho. Ela acredita que as boas maneiras devem ser praticadas.						
12. Esta organização preserva os costumes antigos. Ela respeita a tradição.						
13. Esta organização incentiva o sucesso profissional dos empregados. Ela os estimula a trabalharem de maneira competente.						
14. Nesta organização, os empregados são premiados. A satisfação deles com a organização é uma meta importante.						
15. Esta organização acredita no valor da honestidade. Ela honra seus compromissos com pessoas e organizações com as quais se relaciona.						
16. Para esta organização, é importante que todas as pessoas sejam tratadas de maneira justa. É importante, para ela, respeitar os direitos dos outros.						
17. Esta organização acha importante ter modelos de comportamento definidos. Para ela, os empregados devem ter um jeito correto de se comportar no trabalho.						
18. Esta organização busca o domínio do mercado. Ela quer eliminar a concorrência.						
19. Esta organização evita mudanças. Ela prefere manter sua forma de trabalhar.						
20. Nesta organização, é importante que os empregados conheçam bem o trabalho que fazem. Ela reconhece os empregados competentes.						
21. Esta organização acha importante ser fiel a seus empregados e clientes. Ela cumpre seus compromissos com eles.						

	Quanto esta organização aqui descrita se parece com aquela na qual você trabalha?					
	É muito parecida com minha organização	É parecida com minha organização	É mais ou menos parecida com minha organização	É pouco parecida com minha organização	Não se parece com minha organização	Não se parece em nada com minha organização
22. Para esta organização, é importante manter clubes destinados ao lazer dos empregados. Ela considera que a diversão é uma parte importante da vida do empregado.						
23. Esta organização valoriza empregados curiosos. Ela gosta de empregados que procuram se informar a respeito do trabalho.						
24. Esta organização gosta de empregados que mostram suas habilidades. Ela procura desenvolver a competência desses empregados.						
25. Esta organização tem prestígio na sociedade. Ela acha importante ser admirada por todos.						
26. Esta organização procura se aperfeiçoar constantemente. Para ela, o aperfeiçoamento é uma forma de melhorar a qualidade de seus produtos e serviços.						
27. Esta organização acredita que as regras são importantes. Para ela, os empregados deveriam obedecê-las.						
28. O respeito à hierarquia faz parte das tradições desta organização. Para ela, a hierarquia deve ser respeitada pelos empregados.						
29. Esta organização valoriza empregados que buscam realização no trabalho. Ela reconhece quando um empregado tem objetivos profissionais.						
30. Para esta organização, é importante ser criativa. Ela gosta de ser original.						
31. Esta organização procura manter práticas consagradas. Ela acredita que é importante trabalhar sempre do mesmo modo.						
32. Esta organização preocupa-se com a qualidade de vida dos empregados. Ela realiza projetos sociais que contribuem para o bem-estar deles.						
33. Esta organização tem prestígio. Ela oferece produtos e serviços que são respeitados pelos clientes.						

	Quanto esta organização aqui descrita se parece com aquela na qual você trabalha?					
	É muito parecida com minha organização	É parecida com minha organização	É mais ou menos parecida com minha organização	É pouco parecida com minha organização	Não se parece com minha organização	Não se parece em nada com minha organização
34. Esta organização acredita que a cortesia é importante. Para ela, as boas maneiras fazem parte do relacionamento entre os empregados e as organizações.						
35. Esta organização tem influência na sociedade. Ela acha importante ser respeitada por todos.						
36. Para esta organização, planejar metas é essencial. Ela considera a realização das metas uma prova de sua competência.						
37. Esta organização acha importante ser competitiva. Ela quer ganhar novos mercados.						
38. Esta organização acredita que a pessoa deve ser honesta em qualquer situação. Dizer a verdade faz parte dos princípios desta organização.						
39. O prazer para esta organização é obter lucros. Ela sente-se satisfeita quando os rendimentos superam as despesas.						
40. Esta organização deseja que o empregado tenha uma vida profissional variada. Ela valoriza o empregado que tem experiências profissionais diferentes.						
41. Nesta organização, as regras de convivência são consideradas importantes. Para ela, os empregados, clientes e outras organizações deveriam respeitá-las.						
42. Esta organização considera a segurança dos negócios muito importante. Ela está atenta às ameaças do mercado.						
43. Esta organização acredita que os empregados devem aceitar o trabalho que têm a fazer. Para ela, os empregados devem cumprir suas obrigações.						
44. Esta organização considera a lealdade importante. Ela é leal às pessoas e organizações próximas dela.						
45. Esta organização estimula, nos clientes, o desejo de adquirir novidades. Ela encoraja os clientes a provarem produtos e serviços novos.						

	Quanto esta organização aqui descrita se parece com aquela na qual você trabalha?					
	É muito parecida com minha organização	É parecida com minha organização	É mais ou menos parecida com minha organização	É pouco parecida com minha organização	Não se parece com minha organização	Não se parece em nada com minha organização
46. Esta organização incentiva o empregado a ser criativo. Ela estimula a criação de produtos e serviços originais.						
47. O comportamento do empregado, nesta organização, deve mostrar respeito aos costumes. Para ela, a tradição deve ser preservada.						
48. Esta organização propõe atividades que dão prazer ao empregado. Na visão dela, é importante o empregado sentir-se satisfeito consigo mesmo.						

Avalie de modo geral o grau de semelhança dos valores da sua organização com os valores propostos. Assinale na escala abaixo a nota que melhor define essa semelhança (1 significa muito baixo e 10 muito alto).

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

BLOCO V – COMPORTAMENTOS ECOLÓGICOS

INSTRUÇÕES

Abaixo estão listadas frases que descrevem situações que você vive no seu dia a dia. Avalie quantas vezes o que está escrito acontece com você. Para facilitar, lembre-se das coisas que você costuma fazer no seu dia!

	1 Nunca	2 Quase Nunca	3 Algumas vezes	4 Muitas Vezes	5 Quase Sempre	6 Sempre
1) Jogo todo tipo de lixo em qualquer lixeira						
2) Providenciei uma lixeira específica para cada tipo de lixo em minha casa						
3) Deixo a torneira aberta durante todo o tempo do banho						
	1 Nunca	2 Quase Nunca	3 Algumas vezes	4 Muitas Vezes	5 Quase Sempre	6 Sempre
4) Evito jogar papel no chão						
5) Dou todo dinheiro que posso para uma ONG ambientalista						
6) Quando estou em casa, deixo as luzes acesas em ambientes que não estão sendo usados						
7) Falo sobre a importância do meio ambiente com as pessoas						
8) Quando tenho vontade de comer alguma coisa e não sei o que é, abro a geladeira e fico olhando o que tem dentro						
9) Evito desperdício dos recursos naturais						
10) Ajudo a manter as ruas limpas						
11) Evito comprar produtos que são feitos de plástico						
12) Enquanto escovo os dentes deixo a torneira aberta						

	1 Nunca	2 Quase Nunca	3 Algumas vezes	4 Muitas Vezes	5 Quase Sempre	6 Sempre
13) Separo o lixo conforme o tipo						
14) Guardo o papel que não quero mais na bolsa, quando não encontro uma lixeira por perto						
15) Evito comer alimentos que contenham produtos químicos (conservantes ou agrotóxicos)						
16) Entrego papéis para reciclagem						
17) Faço trabalho voluntário para um grupo ambiental						
18) Quando estou tomando banho, fecho a torneira para me ensaboar						
19) Economizo água quando possível						
20) Quando vejo alguém jogando papel na rua, pego e joga na lixeira						
21) Colaboro com a preservação da cidade onde vivo						
22) Quando não encontro lixeira por perto, joga latas vazias no chão						
23) Evito usar produtos fabricados por uma empresa quando sei que essa empresa está poluindo o meio ambiente						
24) Participo de manifestações públicas para defender o meio ambiente						
25) Apago a luz quando saio de ambientes vazios						
26) Evito desperdício de energia						
27) Evito comer alimentos transgênicos						
28) Quando abro a geladeira já sei o que vou pegar, evitando ficar com a porta aberta muito tempo para não gastar energia						
29) Mobilizo as pessoas nos cuidados necessários para a conservação dos espaços públicos						

	1 Nunca	2 Quase Nunca	3 Algumas vezes	4 Muitas Vezez	5 Quase Sempre	6 Sempre
30) Compro comida sem me preocupar se têm conservantes ou agrotóxicos						
31) Deixo a televisão ligada mesmo sem ninguém assistindo						
32) Entrego as pilhas usadas nos postos de coleta						
33) Participo de atividades que cuidam do meio ambiente						
34) Evito ligar vários aparelhos elétricos ao mesmo tempo nos horários de maior consumo de energia						

Como você avalia o seu comportamento ecológico? Assinale na escala abaixo a nota que melhor define esse comportamento (1 significa muito baixo e 10 muito alto).

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

AGRADECEMOS A SUA COLABORAÇÃO!