



Valores Organizacionais nas Microempresas

Débora Duarte Corrêa Ferreira Maia¹; Leinad de Carvalho Silva²

Resumo: Este estudo tem como objetivo enfatizar a relevância da elaboração e a transmissão dos valores organizacionais nas Microempresas. Quanto à natureza a pesquisa se caracteriza como descritiva, pois tem a intenção de descrever como ocorre o processo da elaboração e da transmissão dos valores organizacionais, por meio de uma investigação qualitativa. Para isso, foi realizada uma pesquisa bibliográfica, nas quais os achados permitem concluir que os valores organizacionais são relevantes para as Microempresas. Desta maneira, a presente pesquisa contribui com a literatura e a comunidade empresarial acerca da geração de estímulo para as partes organizacionais. Além de clarificar as empresas sobre a necessidade de estabelecer princípios e crenças na expectativa de que estas se tornem únicas, frente aos seus concorrentes.

Palavras-chave: Valores Organizacionais; Microempresas.

Organizational Values in Microenterprises

Abstract: This study aims to emphasize the relevance of the elaboration and the transmission of organizational values in Microenterprises. As for nature, the research is characterized as descriptive, since it intends to describe how the process of elaborating and transmitting organizational values occurs, through a qualitative investigation. For that, a bibliographic research was carried out, in which the findings allow to conclude that the organizational values are relevant for the Micro-companies. In this way, the present research contributes with the literature and the business community about the generation of stimulus for the organizational parts. In addition to clarifying companies on the need to establish principles and beliefs in the expectation that they will become unique, compared to their competitors.

Keywords: Organizational Values; Microenterprises.

Introdução

A atuação das Microempresas favorece a redução da desigualdade social, pois, proporcionam grande parte da geração de empregos e detém uma ação positiva perante a economia nacional (APARECIDA; ARMILIATO; SALEH, 2019).

¹ Graduada em Administração pela Faculdade Anhanguera do Rio Grande. E-mail: debah.dcf93@yahoo.com.br;

² Mestranda na Universidade Federal do Rio Grande (FURG). E-mail: leid.carvalho@yahoo.com.br

As Microempresas auxiliam de forma relevante a promoção social, a base da estabilidade política e atuam como impulsionadoras de desenvolvimento (BORTOLI, 1997). Além de servir como alavanca para sociedade aumentar a produtividade, consumo e a qualidade de vida (MACHADO, 2010).

As Microempresas (MEs) se diferenciam umas das outras através da sua identidade organizacional que é composta pela missão, visão e valor. Este último refere-se aos princípios e crenças que regem a organização (TAMAYO 1998). É através do valor que as MEs conseguem definir sua personalidade e seus ideais, ou seja, a forma que pretendem ser reconhecida no ambiente onde atuam. (DRUCKER, 2003).

Estes princípios e ideais referem-se aos valores organizacionais, o principal componente desse estudo. Conforme as premissas de Behrens (1908) os valores organizacionais são essenciais para definir a identidade da empresa. Salienta-se que os valores organizacionais enfatizam a possibilidade de uma pequena empresa se diferenciar das outras, e tornar-se única perante os seus concorrentes e a sociedade que está inserida (DENISON, 1997).

O presente estudo demonstra a importância dos valores no ambiente empresarial, sua relevância para o comprometimento dos integrantes da comunidade organizacional e o positivo relacionamento com seus clientes, colaboradores e parceiros. Bem como, visa descrever os métodos utilizados para a Elaboração e a Transmissão desses valores.

Schwartz (2006) considera os valores como “metas desejáveis e transituacionais, que variam em importância, servem como princípios na vida de uma pessoa ou de outra entidade social” (p. 57). A Transmissão dos Valores Organizacionais ocorre quando os colaboradores conseguem transmitir para os indivíduos e parceiros que fazem parte do ambiente onde atua seus princípios, através de atitudes e ações. Dessa forma, esta transmissão indica os aspectos que a empresa acredita, sua identidade e seus ideais (SCHWARTZ, 1992).

A pesquisa objetiva-se em enfatizar a relevância da elaboração e a transmissão dos valores organizacionais. Pretende-se identificar a maneira que os valores são assimilados e transmitidos para os colaboradores, para os clientes, fornecedores e parceiros. Assim espera-se que esse estudo esclareça a maneira que as empresas elaboram seus ideais e seus princípios baseados nas suas convicções.

A justificativa do estudo concerne em abordar as Microempresas, ademais, são fundamentais para o desenvolvimento econômico e social no Brasil. Além de serem

percussoras de oportunidades de empregos quando comparadas com as grandes empresas. Outrossim, as MEs são bem vistas pelo âmbito acadêmico e pelo âmbito governamental (BIRCH, 1979). Recaindo ao cerne dos valores organizacionais, essa temática veio à tona na década de 1970, devido ao surgimento do termo cultura organizacional, no entanto, julga-se relevante para ser estudado atualmente (AGLE; CALDWELL, 1999).

Diante disso, este estudo pretende contribuir com a literatura e a comunidade empresarial acerca da compreensão de como os valores organizacionais são relevantes nas Microempresas.

Este estudo estrutura-se em quatro seções. Além da introdução, existe a seção dois que contempla a revisão da literatura; a seção três que apresenta os procedimentos metodológicos adotados; a seção quatro discorre sobre as considerações finais.

Revisão de Literatura

Nesta seção apresenta-se a revisão da literatura que fornece suporte à investigação. Inicialmente tem-se o resgate acerca das Microempresas e os Valores Organizacionais, a seguir a apresentação da Elaboração dos Valores Organizacionais e por fim uma discussão sobre a Transmissão dos Valores Organizacionais.

Microempresas e Valores Organizacionais

As Microempresas nacionais estão no topo do comércio brasileiro e sua composição está localizada em grande parte do quadro das empresas responsáveis pelas riquezas no segmento comercial no Brasil (SEBRAE, 2018). Evidencia-se que as Microempresas (MEs) correspondem mais de 53,4% do Produto Interno Bruto e representam 52% dos empregados registrados no ramo comercial (SEBRAE, 2018). Ponderando acerca da relevância que a colaboração das Microempresas fazem ao país, Lemes Júnior e Pisa (2010) ressaltam que “a força do setor de comércio, é tradicionalmente a maior empregadora [...]” (p. 47). Ademais, nota-se que as MEs representam uma trajetória promissora na perspectiva de melhoria da economia do país (MACHADO, 2010).

Entretanto, a definição de Microempresa advém de vários critérios, como o número de funcionários registrados e o faturamento anual (LEMES JÚNIOR; PISA, 2010). A Lei nº 9.317/1996 rege o Sistema Integrado de Pagamentos de Impostos e Contribuições das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, descreve que as MEs são aquelas pessoas jurídicas que possuem um faturamento anual de até R\$360.000,00 (Trezentos e sessenta mil reais). Em contrapartida, o Estatuto da Microempresa e Empresas de Pequeno Porte, Lei nº 9.841/99 e o Decreto nº 5.028, de 31 de Março de 2004, considera como uma ME aquela pessoa jurídica ou firma mercantil individual que se enquadra dentro dos limites de receita bruta anual igual ou inferior a R\$433.755,14 (Quatrocentos e trinta e três mil e setecentos e cinquenta e cinco reais e quatorze centavos).

Para fins de esclarecimento o Quadro 1 descreve as divergências das classificações da Microempresa (Cartilha Simples Nacional, 2008; Estatuto da Microempresa, 2003).

Quadro 1. Classificação de Microempresa.

INSTITUIÇÃO	MICROEMPRESA	
Simples nacional e Lei geral das mês	Tipo Jurídico	Faturamento
	Empresário Individual;	Receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 360.000,00
	Sociedade Empresária (Comercial);	
Sociedade Simples (Civil);		
Estatuto das Micro e Pequenas Empresas e Empresas de Pequeno Porte	Tipo Jurídico	Faturamento
	Pessoa Jurídica ou Mercantil;	Receita bruta anual igual ou inferior a R\$433.755,14
SEBRAE	Setor	Quantidade de Funcionários
	Indústria e Construção Civil;	Até 19 empregados
	Comércio e Serviços;	Até 9 empregados

Fonte: Adaptado de Peruffo; Godoy, 2019.

Tendo em vista o quadro anterior, notam-se as diversas características que classificam uma empresa com Microempresa (ME). Autores observaram a importância das MEs na atividade empresarial nacional (KOTESKI, 2004; TRINDADE et al., 2010), cuja defesa é a de que essas empresas representam os principais pilares necessários para suporte da economia brasileira, pois influenciam positivamente o aumento do Produto Interno Bruto (PIB) e ainda são autoras de parte influente da renda nacional.

Diante dessas observações, Tamayo (1998) explica que cada uma das MEs possuem suas particularidades organizacionais nas quais podem ser caracterizadas. Sua organização é composta por normas, crenças e valores, essa composição pode ser compartilhada com todos

os indivíduos que fazem parte da organização. A interação das normas, crenças e valores se dá através de seus líderes, sendo essas, aplicadas através de doutrinas. Ademais, permite que os seus colaboradores as assimile e as aceite, com intuito de gerar sentimentos positivos, comprometimento e aumento na confiança por parte dos funcionários. Além disso, visa transmitir aos clientes e parceiros da organização seus objetivos e valores, por intermédio de relacionamento direto (Tamayo, 1998).

De acordo com Lisboa, Coelho, Coelho e Almeida, (1999, p. 65):

Valores são princípios éticos e morais que orientam a atuação da empresa. Esta dimensão está muito ligada aos comportamentos moralmente aceitáveis ou as condutas condenadas no âmbito da atividade da organização. Estes valores podem ser difundidos pela administração através de políticas ativas, ou podem emergir de forma espontânea entre os trabalhadores da empresa como resultado das influências sociais subjacentes ao meio social em que operam e em que estão integrados.

Tamayo (1998) define os valores organizacionais como o conjunto de crenças e ideais que auxiliam as definições das empresas através dos seus aspectos característicos. Nas quais, possuem influência sobre a ação e pensamento de cada integrante do ambiente empresarial. Nessa direção, Oliveira e Tamayo (2004, p.72) esclarecem que “os valores organizacionais podem ser considerados como o reflexo dos valores individuais considerados em conjunto”.

Os valores organizacionais assemelham o intelecto dos funcionários com os da organização, não permite a existência de distorções de percepções, ainda, são assimilados de forma cognitiva. A elaboração dos valores organizacionais da identidade social da empresa permite que a organização se torne única (TAMAYO, 1998).

Para Jerry Porras (1995) uma empresa com ideologia e valores centrais objetiva-se não somente a parte financeira, ou seja, vai muito além do que só ganhar dinheiro, mas também, visa nortear e influenciar os indivíduos da empresa e fortalecer sua permanência.

De acordo com a especialista em gestão de pessoas Sonia Santos (2012, p.32) “os valores organizacionais favorecem o comportamento ético, permite a construção da compatibilidade dos objetivos organizacionais com seus diversos públicos”. Portanto, os valores organizacionais corroboram na seleção do seu público alvo.

Elaboração dos Valores Organizacionais

Em apoio à elaboração dos valores organizacionais, Tamayo e Gondim (1996) destacaram os aspectos cognitivos, motivacional, função dos valores e organizacional hierárquica.

A dimensão cognitiva dos valores organizacionais são as crenças relativas ao que a organização almeja ou não. Descreve como atingir o conhecimento para apurar os fatos que acontecem na empresa, obtém respostas sobre problemas cognitivos prontos e privilegiados. (TAMAYO; GONDIM, 1996)

No entanto, a dimensão motivacional refere-se aos valores que motivam o indivíduo em suas ações e, são responsáveis por despertar interesses nas pessoas ou em um grupo (TAMAYO; GONDIM, 1996).

A função dos valores é responsável por designar as ações no ambiente organizacional. Influencia o modo de agir dos indivíduos e da equipe, transmite a identidade da empresa interna e externamente (TAMAYO; GONDIM, 1996). Em consonância, influenciam as ações das pessoas (DEAL; KENNEDY, 2000).

Por fim, no tocante à organização hierárquica, é o que diferencia uma empresa da outra, e estabelece o que tem e o que não tem de valor para uma organização (TAMAYO; GONDIM, 1996).

A favor da compreensão dos valores organizacionais, além das dimensões citadas anteriormente, Tamayo (1999) destaca as dimensões bipolares, base teórica exigida na construção do Inventário de Valores Organizacionais (IVO), sendo esses divididos em três partes: Autonomia *versus* Conservadorismo, Hierarquia *versus* Igualitarismo e Domínio *versus* Harmonia.

a) Autonomia *versus* Conservação trata da relação entre indivíduo e grupo, ressalta que os problemas que surgem entre estes devem ser solucionados pela a empresa.

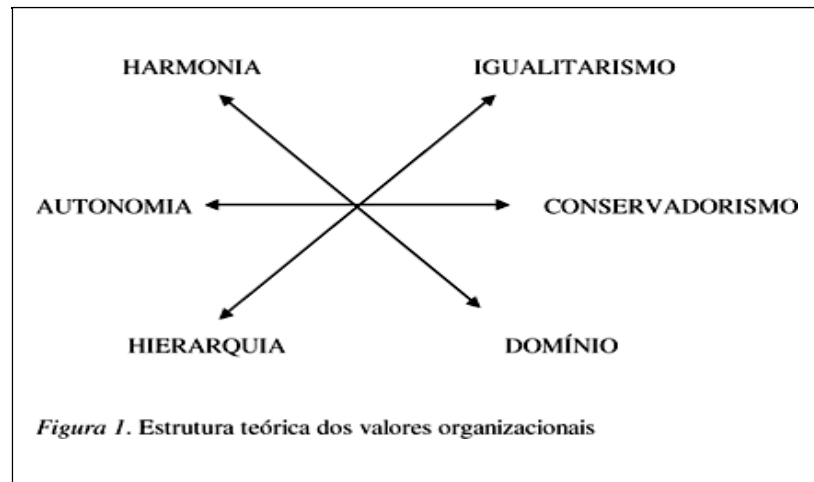
b) Hierarquia *versus* Igualitarismo refere-se ao problema de estruturação, cuja dificuldade ou problema devem ser solucionados imediatamente, para que a empresa consiga manter sua funcionalidade.

c) Harmonia *versus* Domínio demonstra que uma das alternativas encontrada para solução de um problema se da pelo domínio de recursos, com a finalidade de enaltecer os valores organizacionais e controlar o meio ambiente, tornando-o mais harmônico (TAMAYO,

1999).

A figura 1 demonstra a estrutura conforme as três dimensões bipolares citadas anteriormente.

Figura 1 - Qualificação dos valores organizacionais.



Fonte: Tamayo (1999).

Em contribuição Schwartz (1992), elaborou um modelo que aborda os tipos motivacionais, os aspectos determinantes da escolha dos valores na gestão da empresa e os fatores comportamentais impactantes, são eles: Hedonismo, Realização, Poder Social, Autodeterminação, Estimulação, Conformidade, Tradição, Benevolência, Segurança e Universalismo. Oliveira e Tamayo (2004) utilizaram como base os dados empíricos da teoria de valores pessoais ou básicos de Schwartz (1992), e constituíram o Inventário de Perfis de Valores Organizacionais (IPVO) fundamentado pelo princípio de que os valores individuais e os organizacionais constituem uma estrutura semelhante. O quadro a seguir descreve as características dos tipos motivacionais e suas respectivas metas.

Quadro 2 - Fatores do Inventário de Perfis de Valores Organizacionais (IPVO)

TIPO	META
1- Autonomia	Valorização de desafios, a busca de aperfeiçoamento constante, a curiosidade, a variedade de experiências e a definição de objetivos profissionais dos empregados.
2- Bem-star	Valorização da satisfação dos empregados mediante a qualidade de vida no trabalho.
3-Domínio	Valorização do poder, obtenção de status, controle sobre recursos, pessoas e mercado.
4-Preocupação com acoletividade	Relacionamento com indivíduos próximos da comunidade.
5--Prestígio	Valorização do prestígio organizacional na sociedade, por meio da qualidade dos produtos
6-Conformidade	Valorização do respeito às regras e modelo de comportamento no local de trabalho e na relação com outras organizações.
7-Realização	A valorização da competência para o alcance do sucesso da organização e dos funcionários
8-Tradição	Valorização dos costumes e práticas consagradas.

Fonte: Adaptado de Oliveira; Tamayo, 2004.

Nesse quadrante, percebe-se o impacto dos valores organizacionais nas ações das pessoas, e possivelmente na produtividade da empresa. Assim, pode gerar motivação no comportamento organizacional dos indivíduos e no ambiente empresarial (SCHWARTZ, 1992). Depreende-se que “os valores desenvolvem um papel fundamental fornecendo um significado cognitivo às necessidades e transformando-as em metas e intenções comportamentais” (EREZ, 1997, p. 204), visto que, as organizações se transformam em uma comunidade onde existe afeição de uns com os outros (ENRIQUEZ, 1996).

De acordo com Schwartz e Bilsky (1987) e Erez (1997), a especificação dos valores são representados cognitivamente, a qual se utilizam como base as exigências das humanidades universais, são elas: necessidades biológicas do indivíduo; necessidades sociais de interação; necessidades sócio institucionais de sobrevivência e bem-estar dos grupos.

Transmissão dos Valores Organizacionais

A partir de pressupostos teóricos, Enriquez (1996) afirma que a relação entre valores e colaboradores deve acontecer com harmonia e comprometimento, e não deve enfatizar apenas a produtividade. Pois, para que uma MEs seja capaz de responder as necessidades básicas, os funcionários devem comportar-se em conformidade aos valores estabelecidos pela empresa, e permita a transmissão dos ideais e dos princípios que a regem.

Compreende-se que cada empresa possui sua cultura organizacional, seus valores, suas normas e suas crenças. Isso, com a finalidade de permitir que a mesma consiga se diferenciar perante as outras organizações. Desse modo, ela deverá transmitir adequadamente seus valores aos membros atuais e aos novos membros da empresa. Katz e Kahn (1978, p.85), descrevem que “as organizações sociais possuem padrões distintos de sentimentos e crenças coletivas que são transmitidas aos novos membros do grupo”.

Barret (2000) clarifica que enquanto os valores expõem, o comportamento realiza, o que permite definir os valores das organizações como princípios guiadores da vida empresarial, além de atender os objetivos organizacionais e às necessidades individuais. Oliveira e Tamayo (2004) explanam que esses princípios agem com integradores que são distribuídos por seus membros do ambiente empresarial.

Dessa forma, Schwartz (1992) define que os valores organizacionais são entendidos como valores percebidos pelos funcionários, sendo esses, efetivamente característicos da organização. Diante dessas observações infere-se que quando os colaboradores transmitem os valores de uma empresa onde atua, conseqüentemente, está transmitindo os aspectos que a empresa acredita, além da sua identidade e seus ideais.

Procedimentos Metodológicos

Visando alcançar o objetivo proposto neste artigo, no que diz respeito aos procedimentos metodológicos, a pesquisa se caracteriza como descritiva, pois tem a intenção de descrever como ocorre o processo dos valores organizacionais dentro das Microempresas. Segundo Cervo e Bervian (1996, p. 49), a pesquisa descritiva “procura descobrir, com a previsão possível, a frequência com que um fenômeno ocorre, sua relação e conexão com os outros, sua natureza e características, correlacionando fatos ou fenômenos sem manipulá-los”.

Quanto aos procedimentos, a pesquisa é documental e bibliográfica. Conforme as premissas de Martins e Theóphilo (2007, p.86), a “busca sistemática por documentos relevantes são importantes em diversos planejamentos para a coleta de informações, dados e evidências”, e Marconi e Lakatos (2002, p. 62) esclarecem que “na pesquisa documental, a fonte de coleta de dados se restringe a documentos, na forma escrita ou não”.

Quanto à parte bibliográfica, Raupp e Beuren (2006) descrevem que essa está localizada de maneira frequente nos estudos da área de ciências sócias aplicadas, sendo desenvolvida com base em material já elaborado, principalmente em livros e artigos científicos. De acordo com Gil (2002), a pesquisa documental se assemelha à pesquisa bibliográfica, no entanto, a diferença entre elas está na natureza das fontes.

Quanto à abordagem do problema, o estudo é caracterizado como qualitativo, pois segundo Martins e Theóphilo (2007, p.61), “é caracterizada pela descrição, compreensão e interpretação de fatos e fenômenos”. E ainda, “descrevem a complexidade de determinado problema, analisa a interação de certas variáveis, além de compreender e classificar processos dinâmicos vividos por grupos sociais” (Richardson, 1989, p.80). No viés de Raupp e Beuren (2006, p.92) “a pesquisa qualitativa concebem-se análises mais profundas em relação ao fenômeno que está sendo estudado”.

Considerações Finais

O objetivo do estudo é enfatizar a relevância da elaboração e a transmissão dos valores organizacionais nas Microempresas. Dessa maneira, mediante aos conceitos obtidos sobre a importância das Microempresas no país, e dos valores organizacionais, compreende-se que estes fortalecem a identidade de uma organização, proporcionando o conhecimento da diferença de umas das outras, tornando-as única no que se refere à personalidade e aos ideais.

Considera-se que a elaboração dessa pesquisa possibilita um maior entendimento dos valores organizacionais e a sua relevância no ambiente empresarial. Dessa forma, infere-se que o incentivo do conhecimento abrangente sobre valores organizacionais nas Microempresas, podem influenciar o crescimento econômico do país e, principalmente, colaborar para um ambiente de trabalho mais satisfatório para as partes envolvidas.

Reincidindo ao centro deste artigo, espera-se colaborar com o ambiente acadêmico na geração de estímulo para as partes organizacionais. E também, clarificar as empresas sobre a necessidade de estabelecer princípios e crenças na expectativa que essas se tornem únicas, frente aos seus concorrentes.

A limitação da pesquisa advém do fato de não ter encontrado material suficiente para um melhor aprofundamento dos fatores apresentados com relação aos valores nas

Microempresas, o que requer moderação na extensão dos resultados. Assim, para estudos futuros, recomenda-se a replicação do presente estudo, através de pesquisa qualitativa por meio de entrevista com as MEs, dessa forma, pode-se intensificar o entendimento amplo dos valores organizacionais dentro das empresas, bem como identificar suas deficiências.

Referências

AGLE, B. R.; CALDWELL, C. B. Understanding research on values in business. **Business and Society**, v. 38, n. 3, p. 326-387, 1999.

ARMILIATO, K.; APARECIDA, G.; SALEH, M. Gerenciamento de finanças em microempresas. **Revista Latino Americana Ambiente e Saúde**, v. 4, n. 1, 2019.

BARRETT, Richard. **A organização dirigida por valores**. 5º ed. São Paulo: Saraiva, 2000.

BEHRENS, P. Die Gartenstadtbeuwegung. **Berliner Tageblatt**, v. 25, n. 3, 1908.

BIRCH, D. L. **The job generation process: MIT program on neighborhood and regional change**. 1979.

BORTOLI NETO, A. A virada dos pequenos. **PEGN: Pequenas Empresas Grandes Negócios**, v. 9, n. 100, p. 28-38, 1997.

BRASIL. **DECRETO N. 5.028/2004**. Altera os valores dos limites fixados nos incisos I e II do art. 2º da Lei nº 9.841 de 5 de outubro de 1999, que instituiu o Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. Disponível em: www.planalto.gov.br. Acesso em: 01/11/2019.

BRASIL. **LEI 9.841/1999**. Institui o Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, e dá outras providências. Disponível em: www.planalto.gov.br. Acesso em: 01/11/2019.

BRASIL. **LEI N. 9.317/1996**. Dispõe sobre o regime tributário das microempresas e das empresas de pequeno porte, institui o Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte - SIMPLES e dá outras providências. Disponível em: www.planalto.gov.br. Acesso em: 01/11/2019.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. **Metodologia científica**. 4ª ed. São Paulo: Makron Books, 1996.

DEAL, T. E.; KENNEDY, A. A. **Corporate cultures: the rites and rituals of corporate life**. 2ª ed. Massachusetts: Perseus Publishing, 2000.

DENISON, D. R. **Corporate culture and organizational effectiveness**. New York: John Wiley & Sons, 1997.

DRUCKER, Peter. **A administração na próxima sociedade**. NOBEL: 2003.

ENRIQUEZ, E. **Da horda ao Estado: psicanálise do vínculo social**. 2º ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1996.

EREZ, M. **Um modelo cultural de motivação para o trabalho**. In: CEDO, C.; EREZ, M. (Eds.). *Novas perspectivas em psicologia industrial/organizacional internacional*. San Francisco: The New Lexington press, 1997.

KATZ, D.; KAHN, R. L. **Psicologia social das organizações**. São Paulo: Atlas, 1978.

KOTESKI, M. A. As micro e pequenas empresas no contexto econômico brasileiro. **Revista Fae Business**, v. 1, n. 8, p. 16-18, 2004.

LEMES JÚNIOR, A. B.; PISA, B. J. **Administrando micro e pequenas empresas**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

LISBOA, J.; COELHO, A.; COELHO, F.; ALMEIDA, F. **Introdução a gestão de organizações**. 3º ed. São Paulo: Vida econômica, 1999.

MACHADO, J. R. **A arte de administrar pequenos negócios**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2010.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação**. São Paulo: Atlas 2002.

MARTINS, G. A.; THEÓPHILO, C. R. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. São Paulo: Atlas, 2007.

MARTINS, Gil A. **Manual para elaboração de monografias e dissertações**. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.

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

PERUFO, D.; GODOY, L. P. L. Mortalidade de microempresas: um estudo de campo realizado com microempresários da região centro do estado do rio grande do sul. **Revista Pretexto**, v. 201, n. 1, 2019.

PORRAS, Jerry. **Feitas para durar**. 1º ed. São Paulo: Rocco, 1995.

RAUPP, F. M.; BEUREN, I. M. **Metodologia da pesquisa aplicável às ciências sociais**. In: *Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade*. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2006.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 1989.

SANTOS, S. S. Importância dos Valores Organizacionais. **Revista Exame**. V. 32, n.3, p. 15- 35, 2012.

SCHWARTZ, S. H. Universals in the content and structure of values: theoretical advances and empirical tests in 20 countries. **Advances in Experimental Social Psychology**, v. 25, p. 1-65, 1992.

SCHWARTZ, S. **Há aspectos universais na estrutura e no conteúdo dos valores humanos?** In M. Ros & V. V. Gouveia (Orgs.), *Psicologia social dos valores humanos: desenvolvimentos teóricos, metodológicos e aplicados*, p. 55-85. São Paulo: Senac, 2006.

SCHWARTZ, S. **Valores humanos básicos**: seu contexto e estrutura intercultural. Rio de Janeiro: Vozes, 1995.

SCHWARTZ, S.; BILSKY, W. Rumo a uma estrutura psicológica universal do valores humanos. **Revista de personalidade e psicologia social**, v. 53, p. 550-562, 1987.

SECRETARIA DA RECEITA FEDERAL. SIMPLES - Sistema Integrado de Pagamentos de Impostos e Contribuições das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte. Disponível em: www.receita.fazenda.gov.br/legislacao/legisassunto/simples. Acesso em: 07/11/2019.

SENADO FEDERAL SECRETARIA ESPECIAL DE EDITORAÇÃO E PUBLICAÇÕES
SUBSECRETARIA DE EDIÇÕES TÉCNICAS – Estatuto da Microempresa. Disponível em: www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/70314/662418. Acesso em: 07/11/2019.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE).
Perfil das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte. Disponível em:
www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RO/Anexos/Perfil%20das%20ME%20e%20EPP%20-%202004%202018.pdf. Acesso em: 01/11/2019.

TAMAYO, A. **Valores e clima organizacional**. In: Escola, saúde e trabalho . Brasília: Editora UnB, 1999.

TAMAYO, A. Valores organizacionais: sua relação com satisfação no trabalho, cidadania organizacional e comprometimento afetivo. **Revista de Administração da USP**, v. 33, n. 3, p. 56-63, 1998.

TAMAYO, A.; GONDIM, M. G. C. Escala de valores organizacionais. **Revista de Administração da USP**, v. 31, n. 2, p. 62-72, 1996.

TRINDADE, M. A. B.; NUNES, M. B. P.; LINHARES, T. S.; TEIXEIRA, R. M. Gestão do capital de giro em micro e pequenas empresas. **Revista de Administração, Contabilidade e Economia**, Universidade do Oeste de Santa Catarina/SC, v. 9, n. 1-2, p. 231-250, 2010.

Como citar este artigo (Formato ABNT):

MAIA, Débora Duarte Corrêa Ferreira; SILVA, Leinad de Carvalho. Valores Organizacionais nas Microempresas. **Id on Line Rev.Mult. Psic.**, Fevereiro/2020, vol.14, n.49, p. 588-600. ISSN: 1981-1179.

Recebido: 17/02/2020;

Aceito: 20/02/2020.