



VIVER UM CHAMADO OCUPACIONAL POR MEIO DO EMPREENDEDORISMO LEVA À SATISFAÇÃO NO TRABALHO?

LIVING AN OCCUPATIONAL CALLING THROUGH ENTREPRENEURSHIP LEADS TO WORK SATISFACTION?

Recebido em 08.06.2019 Aprovado em 09.12.2019
Avaliado pelo sistema double blind review
DOI: <https://doi.org/10.12712/rpca.v13i4.29004>

Fernando Antônio Tocantins Nunes

tocantins@ifma.edu.br

Fucape Business School – Vitória/ES, Brasil

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8385-9317>

Bruno Felix

bfelix@fucape.br

Fucape Business School – Vitória/ES, Brasil

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6183-009X>

Resumo

Neste estudo, objetivamos analisar se o sucesso no trabalho influencia a relação entre possuir um chamado ocupacional e a satisfação no trabalho. Os resultados mostraram que a satisfação geral quanto ao trabalho foi superior para indivíduos que possuem um chamado ocupacional. Esse resultado tende a se manter quando o indivíduo possui sucesso na carreira, mas não quando há fracasso. Isso significa dizer que a influência do sucesso ao empreender é apenas parcial: viver um chamado ocupacional potencializou a satisfação do empreendedor; entretanto, no caso de haver um fracasso, a influência não se mostrou significativa.

Palavras-chave: Chamado Ocupacional. Sucesso. Empreender. Satisfação no Trabalho.

Abstract

In this study, we aimed to analyze whether success at work influences the relationship between having an occupational calling and satisfaction at work. The results showed that work satisfaction was higher for those who have an occupational calling. This result tends to be sustained when individuals succeed in their careers, but not when they fail. It means to say that the influence of entrepreneurship success is only partial: living an occupational calling increased the entrepreneur's satisfaction; however, in a case of failure, this influence was not significant.

Keywords: Occupational Calling. Success. Entrepreneurship. Work Satisfaction.

Introdução

A partir da década de 90, o significado do trabalho sofreu importantes modificações: cresceu a expectativa de que o ato de trabalhar deve conduzir à realização de um senso de propósito e de oferecer uma contribuição significativa. Tal mudança gerou a emergência de literaturas acadêmicas e populares as quais incentivaram que pessoas buscassem encontrar suas missões de vida e seu chamado ocupacional, aqui entendido como “uma ocupação pela qual uma pessoa se sente atraída e na qual encontra significado em um contexto mais amplo na vida” (GAZICA; SPECTOR, 2015).

Viver um chamado ocupacional por meio do empreendedorismo leva à satisfação no trabalho?

Estudos anteriores têm apontado uma série de consequências positivas de se possuir um chamado ocupacional. Por exemplo, há evidências de que perceber um chamado ocupacional conduz a uma maior satisfação em relação ao trabalho (KANDROM, 2005), centralidade do trabalho (HARPAZ; FU, 2002), bem-estar (ARNOLD et al., 2007; STEGER; DIK; DUFFY, 2012), comprometimento organizacional e satisfação quanto ao cargo (DUFFY; DIK; STEGER, 2011). Entretanto, alguns estudos revelam um outro lado da moeda ao destacar que chamados ocupacionais tendem a gerar expectativas elevadas em relação ao papel do trabalho e que essas expectativas podem levar a resultados negativos para o indivíduo quando ele não consegue viver tal chamado ocupacional (BERG et al., 2010, GAZICA; SPECTOR, 2015).

Os estudos apontados possibilitaram avanços substanciais para a literatura de chamados ocupacionais e também possibilitam a identificação de oportunidades de futuras pesquisas. Primeiro, tais estudos tratam de chamados ocupacionais em geral e não fazem uma análise específica para cargos em que lado sombrio dos chamados ocupacionais destacados por Berg et al. (2010) e Gazica e Spector (2015) pode ser ampliado. Um exemplo é a carreira de empreendedor, ocupação na qual o senso de chamado ocupacional é acompanhado por riscos de insucesso inerentes à atividade empreendedora que podem amplificar os efeitos indesejados de um chamado não atendido. Segundo, os estudos citados foram realizados em países anglo-saxões e desenvolvidos economicamente. É possível que, ao estudar o efeito negativo de se perceber um chamado ocupacional em um país economicamente menos desenvolvido, identifique-se também uma ampliação do fenômeno, dada a menor disposição dos recursos dos indivíduos para financiarem a busca dos seus chamados ocupacionais (DUFFY et al., 2017).

De forma a preencher essa lacuna de pesquisa, o presente trabalho relata uma pesquisa desenvolvida com o objetivo de analisar se o sucesso no trabalho de empreendedores influencia a relação entre possuir um chamado ocupacional e a satisfação quanto ao trabalho. Para tal, foi realizado um estudo de natureza quantitativa com 777 empreendedores brasileiros. Neste estudo, buscaram-se e encontraram-se evidências que permitiram sustentar o argumento de que perceber um chamado ocupacional somente produz efeitos positivos para a carreira empreendedora caso o indivíduo encontre sucesso no trabalho; caso contrário, ele experimentará efeitos mais negativos quanto à satisfação em relação ao seu trabalho e carreira do que indivíduos que não possuem um chamado ocupacional.

Este trabalho apresenta contribuições teóricas e práticas. Em termos teóricos, possibilita avançar na discussão sobre os benefícios e riscos de se perceber um chamado ocupacional ao apresentar evidências de que a relação entre possuir um chamado ocupacional e a satisfação no trabalho é dependente de determinadas condições circunstanciais (neste caso, o sucesso no empreendimento). Em termos práticos, possibilita problematizar a noção amplamente disseminada de que empreendedores devem necessariamente encarar seus trabalhos como uma forma de encontrar significado e um senso de contribuição mais amplo que os aspectos financeiros.

Fundamentação Teórica

Chamado ocupacional percebidos e vividos

O significado conceitual de um chamado ocupacional é bastante controverso na literatura. Enquanto alguns o interpretam como orientação (BELLAH et al., 1986), um mindset ou uma perspectiva (DUFFY et al., 2012), a maioria dos autores tende a vê-lo como construto psicológico que não constitui uma nova teoria, mas sim que se insere em teorias consolidadas como a da auto eficácia e a expectativa de resultados (DUFFY; DIK, 2013). Diante dessa falta de coesão conceitual, o termo “Chamado Ocupacional” tem sido estudado principalmente a partir da década de 2000 e encontra-se fundamentado em duas principais abordagens: a existencial e a secular. A primeira abordagem tem como base a relação com a religião ou impulso espiritual associado a uma orientação de um chamador externo, enquanto a segunda adota uma base centrada no prazer e significado que um indivíduo pode encontrar no domínio do trabalho escolhido (GAZICA, 2014). Este trabalho se limitará apenas à abordagem secular por não envolver religiosidade e espiritualidade, adotando assim um entendimento de chamados ocupacionais enquanto uma percepção de que uma ocupação profissional possui uma posição central para o conceito de “eu” do indivíduo e no qual se encontra significado e prazer (DOBROW; TOSTI-KHARAS, 2011).

Apesar das diferentes correntes e interpretações para o estudo de chamados ocupacionais, é possível encontrar três alicerces comuns de entendimento dos pesquisadores (DIK; DUFFY, 2009). Primeiro, há a noção de que se existe um chamado ocupacional, há também um “chamador”, o qual pode se manifestar na figura de um poder superior, de uma causa de vida, de necessidades da sociedade ou de um legado familiar. Segundo, há também um entendimento compartilhado de que se trata de uma abordagem para o trabalho o qual se alinha ao senso mais amplo de propósito que uma pessoa possui para a vida. Terceiro, há uma convicção comum de que um chamado ocupacional reflete uma orientação pró-social, ou seja, a intenção de usar a carreira para direta ou indiretamente ajudar outras pessoas a alcançarem seus objetivos. É a combinação simultânea desses componentes que distingue um chamado ocupacional de outros construtos correlatos, tais como vocação (DIK et al., 2009), comportamentos pró-sociais no trabalho (DOVIDIO, 2017), trabalho significativo (MICHAELSON et al., 2014), engajamento e comprometimento no trabalho (YALABIK, 2015).

Uma discussão relevante na literatura sobre chamados ocupacionais se refere à distinção entre perceber e viver um chamado ocupacional. Estudos têm indicado que a relação de ambos os construtos com seus consequentes mais comumente estudados, como comprometimento no trabalho, satisfação quanto à carreira e significado no trabalho são diferentes. Há indícios de que perceber um chamado ocupacional seja um antecedente mais fraco desses construtos que viver um chamado ocupacional (p.e., DUFFY et al., 2013; DUFFY et al., 2012; GAZICA; SPECTOR, 2015). Mais especificamente, esses estudos sugerem que os resultados positivos de perceber um chamado ocupacional somente se manifestam quando indivíduos conseguem viver os chamados ocupacionais que percebem para si. Há também indícios de que dispor de motivação para viver um chamado ocupacional modera a relação entre perceber um chamado ocupacional e vivê-lo, de tal forma que essa característica de autodeterminação aumenta a probabilidade de indivíduos conseguirem viver seus chamados ocupacionais (DUFFY et al., 2017).

Apesar dos avanços que têm sido obtidos a respeito do entendimento a respeito da distinção dos efeitos de perceber e viver um chamado ocupacional, os estudos até então foram realizados focando em chamados ocupacionais em geral, sem distinção da ocupação do indivíduo. Neste trabalho, buscamos promover uma intersecção entre a literatura de chamados ocupacionais e uma outra literatura na qual a discussão sobre significados do trabalho, e sua relação com o sucesso na carreira, tem sido discutida de forma mais ampla: a literatura de empreendedorismo.

Empreendedorismo

Conforme Feuerschütte et al. (2012), nas últimas décadas houve uma intensificação das ideias que envolvem o empreendedorismo devido às transformações econômicas, diminuição dos postos de trabalho e as oportunidades que apareceram devido ao movimento da globalização. Como relata Drucker (1987), o termo empreendedor (*entrepreneur*) significa o processo de assumir risco e iniciar uma empreitada de negócios como idealizador. O termo foi utilizado pela primeira vez pelo economista francês Jean Baptiste Say para identificar a pessoa capaz de transferir recursos financeiros de um setor de baixa capacidade de produção para um setor de alta apresentando melhores rendimentos. Para Shane e Venkataraman (2000), o empreendedorismo é um estudo de por quem, como e quais efeitos as oportunidades são avaliadas, descobertas e exploradas. Conforme Cunningham e Lischeron (1991), o empreendedorismo é usado para definir uma ampla gama de atividades, tais como a criação, fundação, adaptação e gestão de um empreendimento. Para o Global Entrepreneurship Monitor - GEM (2012), o empreendedorismo é qualquer tentativa de criação de um empreendimento novo, tais como, uma nova empresa, uma atividade/serviço autônoma, ou a evolução de um empreendimento já existente.

As razões para o ato de empreender têm sido estudadas amplamente nos últimos anos. Tais razões são classificadas em dois principais grupos: motivos externos e internos. Dentre os motivos externos, podem ser destacadas a existência de uma oportunidade de mercado (FRITSCH et al., 2015), condições econômicas escassas (FUENTEELSAZ et al., 2015, DECKER et al., 2014) e disponibilidade de capital (SALBORG; VINCENT, 2015). Dentre os motivos internos, pode-se destacar a cognição individual (YAMAKAWA et al., 2015), personalidade (VERHEUL et al., 2015), uma busca por independência (GEORGE et al., 2016) ou ainda um senso de contribuição à sociedade, também abordado sob a ideia de chamado ocupacional (BIRAGLIA; KADILE, 2017). Neste último caso, apesar dos avanços obtidos em relação aos resultados de viver um chamado ocupacional, não foram identificados estudos que o façam dentro de um contexto de empreendedorismo.

Satisfação no trabalho

A satisfação no trabalho tem sido apresentada tradicionalmente na literatura sobre Comportamento Organizacional como um dos resultados mais desejados do processo de gestão de pessoas. Segundo Gouveia et al. (2008), a satisfação do indivíduo é um conjunto de condições referente ao bem-estar da vida do sujeito, e tal condição pode ser obtida no contexto laboral, o que permite a designação conceitual de satisfação no trabalho. Esse constructo é frequentemente apresentado como variável dependente em estudos no campo do Comportamento Organizacional (p.e., WYLAND et al., 2016, SUNDARMININGSIH et al., 2016). Isso ocorre dada a dificuldade de se avaliar objetiva e confiavelmente o desempenho individual no trabalho e as recorrentes evidências de que a satisfação no trabalho é um antecedente forte de tal desempenho (PLATIS et al., 2015, LEROY et al., 2015).

Para explorar o fenômeno da satisfação no trabalho neste trabalho, tomou-se como base a teoria da autodeterminação (SDT), a qual fornece uma estrutura para entendimento da motivação humana. Essa teoria propõe que pessoas apresentam três necessidades psicológicas básicas: competência (aspiração de ter a sensação de domínio e controle na participação profissional nos papéis sociais), relação (aspiração de interagir e estar conectado às outras pessoas) e autonomia (senso de si mesmo, ser agentes causais da própria vida (RYAN; DECI, 2000)). Segundo Duffy et al. (2013), os indivíduos que percebem e vivem um chamado ocupacional tendem a satisfazer as três necessidades psicológicas apresentadas pela SDT. Isso ocorre dada a ideia de que chamados ocupacionais, ao serem vivenciados, tendem a estimular a dedicação e as interações necessárias para o alcance da competência e das relações, ao mesmo tempo em que confere ao indivíduo um senso de estar promovendo sua volição e autonomia no trabalho. De forma contrária, há evidências também de que os indivíduos que não vivenciam seus chamados ocupacionais

percebidos tendem a se ver frustrados, com menos intenção de se dedicar ao desenvolvimento de seu senso de autodeterminação (FELIX; CAVAZOTTE, 2019; DUFFY et al., 2017, GAZICA, 2014).

Chamado ocupacional a empreender e satisfação no trabalho

Neste estudo, delinea-se o interesse por investigar as consequências de um chamado ocupacional em específico: o chamado ocupacional a empreender. Definimos essa forma específica de chamado ocupacional como uma atração que um empreendedor pode apresentar pelo ato de empreender, de forma que essa atividade propicie o encontro de um significado mais amplo para a vida. Neste estudo, analisamos se o sucesso no trabalho de empreendedores influencia a relação entre possuir um chamado ocupacional e a satisfação quanto ao trabalho. Basicamente hipotetizamos que tal influência se faz presente de tal forma que na presença do sucesso o indivíduo com um chamado ocupacional a empreender apresenta uma maior satisfação que aquele que não possui esse chamado ocupacional. No entanto, diante da ocorrência de um fracasso no negócio, indivíduos que se sentem chamados ocupacionais a empreender tendem a apresentar uma satisfação menor do que aqueles. A seguir, apresentam-se as hipóteses que orientaram a realização deste estudo.

Hipóteses

O benefício geral de se possuir um chamado a empreender

Apesar de não terem sido identificados estudos que analisem as consequências de se possuir um chamado ocupacional para a satisfação no trabalho — caso específico de empreendedores —, há evidências de que chamados ocupacionais em geral influenciam positivamente a satisfação quanto ao trabalho. Por exemplo, há indícios de que o simples fato de perceber a existência de um chamado ocupacional possibilita que pessoas se energizem e busquem maior autonomia no trabalho, características essas que são essenciais para a satisfação no trabalho (DUFFY et al., 2012; HIRSCHI et al., 2015). Possuir um chamado ocupacional, assim, parece ativar mecanismos de autodeterminação os quais levam indivíduos a buscarem maior autonomia na consecução de suas metas profissionais, o que conduz ao senso de volição, domínio sobre a carreira e, conseqüentemente, maior satisfação sobre o trabalho do que ocorreria normalmente na ausência de um chamado ocupacional (TREPANIER et al., 2013). Além disso, por definição, empregados que vivenciam um chamado ocupacional o encaram como intrinsecamente prazeroso, dotado de significado (BERG et al., 2010, GAZICA, 2014). Como na carreira empreendedora, a autonomia sobre o trabalho tende a ser ainda superior à carreira como empregado. (GELDEREN, 2016)., sustenta que esse efeito também se faz presente no caso de indivíduos com um chamado a empreender. Desta forma, sugere-se que:

H1 – Indivíduos que possuem um chamado para empreender apresentam maior satisfação no trabalho do que empreendedores que não possuem esse chamado ocupacional.

Efeitos do sucesso/fracasso ao empreender

Empreender não é, por si, uma atividade livre de riscos; dada a elevada taxa de mortalidade de empresas no Brasil (ESCRIVÃO FILHO et al., 2017), e faz-se relevante analisar os efeitos do sucesso/fracasso do ato de empreender na relação entre possuir um chamado ocupacional e a satisfação com o trabalho. Mais uma vez, apesar da não identificação de estudos anteriores que tivessem explorado tal relação do contexto do empreendedorismo, é possível propor hipóteses sobre o tema sob a ótica de carreiras não empreendedoras. Segundo a abordagem da autodeterminação, a percepção da existência de desempenhos superiores no trabalho tende a fornecer a indivíduos motivações extra para a promoção da competência, relação e autonomia no trabalho, que isso, por sua vez, tende a gerar um ciclo de esforço positivo que conduz a uma maior satisfação no trabalho (RYAN; DECI, 2000; GAZICA; SPECTOR, 2015). Assim, tal lógica permite sugerir que a relação proposta na primeira hipótese tende a se fazer ainda mais presente

no caso de indivíduos que tenham obtido alto resultado no trabalho, especialmente em situações que envolvem elevados riscos de fracasso, como é o caso de empreendedores. Diante disso, sugerimos que:

H2a – Empreendedores bem-sucedidos que possuem um chamado a empreender apresentam maior satisfação no trabalho que empreendedores bem-sucedidos que não possuem um chamado a empreender.

No entanto, é possível que a relação entre possuir um chamado ocupacional a empreender e a satisfação no trabalho não se faça presente em todo e qualquer caso. Na literatura sobre chamados ocupacionais de empregados em geral, é possível encontrar evidências de que a dificuldade em obter recursos motivacionais intrínsecos, de autonomia e financeiros restringem as possibilidades de um indivíduo vivenciar seu chamado ocupacional de maneira mais ampla (HIRSCHI et al., 2018, GAZICA; SPECTOR, 2015). Essas condições limitam as oportunidades de escolhas de curso de ação de um indivíduo, de modo que se reduzem as oportunidades de encontro de satisfação quanto ao trabalho (LYSOVA et al., 2018). Vivenciar um chamado ocupacional demanda o investimento de recursos psicológicos e financeiros, e é possível que o fracasso de um empreendimento imponha ao empreendedor a necessidade de tomar decisões pragmáticas que o afastem da possibilidade de vivenciar seus chamados (HIRSCHI et al., 2015). Quando isso ocorre, é possível que se vivencie um lado sombrio de chamados ocupacionais: a frustração de não viver de forma a expressar tais chamados ocupacionais (DUFFY et al., 2018). Esses efeitos se encontram explorados na literatura sob o conceito de chamados não atendidos (BERG et al., 2010), condição que leva a diversos resultados negativos para profissionais em geral. Os resultados de não se viver um chamado ocupacional percebido podem ser tão negativos que um indivíduo com um chamado não atendido pode apresentar maior chance de depressão, irritação, ansiedade e até sintomas físicos indesejáveis que aqueles os quais encaram o trabalho de forma mais instrumental e desprovida de significado (GAZICA; SPECTOR, 2015). Assim, propomos que:

H2b - Empreendedores que possuem um chamado a empreender e fracassam profissionalmente apresentam menor satisfação que empreendedores que não apresentam um chamado a empreender e fracassam profissionalmente.

Metodologia

Para a consecução do objetivo proposto no presente trabalho, buscou-se verificar se os antecedentes Percepção de sucesso no trabalho, ter um chamado ocupacional e não ter um chamado ocupacional impactam positivamente na satisfação de carreira do empreendedor. Portanto foi proposto e testado modelo teórico por meio de pesquisa quantitativa, descritiva, com corte transversal.

O campo de estudo pesquisado foram os negócios empreendedores. A população alvo da pesquisa foram pessoas que se julgam empreendedores detentores de negócios no Brasil. Para composição da amostra foi utilizada a técnica não probabilística por acessibilidade. Após a aplicação da pesquisa, verificou-se que 777 respondentes participaram do estudo, realizado entre os meses de dezembro de 2017 e janeiro de 2018.

De acordo com as hipóteses propostas, foram mensurados quatro construtos (Satisfação no empreendimento, Percepção de Sucesso no trabalho, Ter um chamado ocupacional e Não ter um chamado ocupacional). O questionário utilizado na pesquisa foi composto por cinquenta e quatro afirmativas adaptadas ao contexto estudado e dividido em três partes: a primeira parte referiu-se a uma pergunta de controle sobre a percepção do respondente enquanto a sua posição como empreendedor de um negócio (Você se considera um empreendedor de negócios?)

A segunda parte foi composta pelas quarenta e nove afirmativas referentes aos construtos mensurados, sendo cinco afirmativas sobre Satisfação no empreendimento (SPURK; ABELE; VOLMER, 2011), dez

sobre Percepção de Sucesso no trabalho (COSTA, 2011), doze sobre Chamado ocupacional (DOBROW; TOSTI-KHARAS, 2011) e seis de ausência de Chamado ocupacional (GAZICA, 2014). Os construtos foram avaliados em escalas de Likert de cinco pontos, cujas opções de resposta variaram entre “discordo totalmente” e “concordo totalmente”. E, por fim, a terceira parte da pesquisa foi composta por cinco questões a fim de mensurar as características socioeconômicas (idade, sexo, escolaridade, renda mensal individual e influência empreendedora), visando identificar o perfil dos respondentes.

O instrumento utilizado foi um questionário eletrônico *Google forms*, estruturado e autopreenchível disponibilizado em plataforma *online*. Estes foram encaminhados via *e-mail* e redes de contatos sociais através de aplicativo para troca de mensagens via celular (*Whats.App*). Inicialmente, foi realizado um pré-teste com dez respondentes com o questionário para validação semântica e entendimento da escala utilizada.

Após a coleta de dados, estes foram organizados em tabelas descritivas para caracterização da amostra e delineamento do perfil dos respondentes. Em seguida, foi realizado o teste de diferença de médias (teste *t-student* para amostras independentes), o qual foi empregado para a avaliação de possíveis diferenças nas médias dos construtos entre o grupo de chamado ocupacional e o grupo de não chamado. Também por esse teste foram avaliadas possíveis diferenças entre as médias dos construtos em função dos grupos de chamado ocupacional e não chamado, considerando a presença ou ausência do sucesso.

Posteriormente, foi realizado um estudo estatístico a fim de verificar o grau de associação entre a satisfação no empreendimento percebido pelos empreendedores, na ausência ou presença de sucesso. Os construtos médios compõem a satisfação no empreendimento e Percepção no sucesso no trabalho, chamado ocupacional e não chamado, além das características socioeconômicas (idade, gênero, escolaridade, renda familiar e presença de empresários/negócios na família).

Análise de dados

Buscando atender aos objetivos propostos neste trabalho, todos os dados coletados foram representados por indicadores numéricos formando um banco de dados para tratamento no software estatístico STATA, e nessa etapa são apresentadas análises dos dados. Para todas as análises estatísticas foi adotado o nível de significância de 5%. Inicialmente é apresentada a caracterização da amostra para então depois ser apresentada a estatística descritiva dos dados obtidos fazendo a comparação com as médias de cada variável. E, por último, foram realizadas as devidas análises a respeito dos testes das hipóteses, sendo utilizada a MANOVA para tais testes.

Caracterização da amostra

O banco de dados das amostras coletada consistiu de 777 respondentes, dos quais 511 participantes (65,76%) responderam sim para a pergunta de controle, conforme apresentado na Tabela 1.

Viver um chamado ocupacional por meio do empreendedorismo leva à satisfação no trabalho?

TABELA 1 - Características da amostra pesquisada

QUESTÕES	DESCRIÇÃO	QTDE	%
EMPREENDEDOR	Sim	511	65,76
	Não	266	34,23
	Total	777	100,00
IDADE	18 a 21 anos	21	4,10
	22 a 25 anos	51	9,98
	26 a 29 anos	58	11,35
	30 a 33 anos	95	18,59
	34 a 37 anos	76	14,87
	38 a 41 anos	52	10,17
	42 a 45 anos	63	12,32
	46 a 49 anos	39	7,63
	Acima de 49 anos	56	10,95
Total	511	100,00	
SEXO	Feminino	286	56,08
	Masculino	224	43,92
	Total*	510	100,00
ESCOLARIDADE	Ensino Fundamental Completo	17	3,33
	Ensino Médio Completo	141	27,59
	Ensino Superior Completo	195	38,16
	Pós-Graduação Completa	105	20,55
	Mestre	31	6,07
	Doutor	16	3,13
	Outros	6	1,17
	Total	511	100,00
RENDAMENTO MENSAL INDIVIDUAL	Abaixo de R\$ 1000,00	1	0,20
	De R\$ 1000,00 a R\$ 3000,00	75	14,74
	De R\$ 3000,01 a R\$ 5000,00	179	35,17
	De R\$ 5000,01 a R\$ 7000,00	117	22,99
	De R\$ 7000,01 a R\$ 10000,00	63	12,38
	Acima de R\$ 10000,00	39	7,66
	Outros	35	6,88
Total**	509	100,00	
INFLUÊNCIA DE EMPRESA FAMILIAR	Sim	390	76,77
	Não	118	23,23
	Total***	508	100,00

*01 não respondente **02 não respondentes ***03 não respondentes

Fonte: Elaboração própria

A faixa de idade dos pesquisados compreendeu de 18 anos até acima de 49 com predominância na faixa de idade de 30 a 33 (18,59%) seguido de 34 a 37 anos (14,87%), e o sexo feminino teve a maior representatividade da amostra, compreendendo 56,08%. Observou-se quão é elevado o grau de escolaridade dos respondentes, pois adicionando-se os percentuais de indivíduos com nível de ensino superior completo (38,16%), pós-graduação completa (20,55%), mestrado 6,07% e doutorado (3,13%), chega-se ao percentual correspondente a 67,91% da amostra pesquisada. Quanto à renda mensal individual, esta ficou compreendida entre R\$3.000,01 e R\$5.000,00 foi de 35,17% para a maioria da amostra.

No grupo dos indivíduos com chamado para empreender, a maioria foi caracterizada por mulheres 56,08%, na faixa etária de 30 a 33 anos (18,69%), tendo o ensino superior completo (38,16%) e possuindo renda mensal entre R\$3.000,01 e R\$5.000,00 (35,17%), sendo estes influenciados por empresários de negócios na família (80,1%) e percebendo-se bem-sucedidos (89,8%), conforme Tabela 2.

Já dentre os indivíduos que não apresentam chamado para empreender, a maior parte foi composta por

mulheres (56%), com faixa etária de 26 a 29 anos (20%), com ensino superior completo (37%), apresentando renda mensal entre R\$3.000,01 e R\$5.000,00 (34%), com influência de empresários/negócios na família (n = 63; 63%) e não se sentindo- bem-sucedidos (65%), conforme apresentado na Tabela 2.

Foi ainda identificada neste trabalho a influência de membros da família no negócio do empreendedor, e ficou evidenciado que 76,77% dos respondentes possuem empreendedores dentro do seio das suas famílias, demonstrando com isso sofrerem forte influência na intenção de tornar-se empreendedores.

TABELA 2 - Características da amostra pesquisada entre os grupos de chamado ocupacional e não chamado

QUESTÕES	DESCRIÇÃO	CHAMADO OCUPACIONAL		NÃO CHAMADO	
		QTDE	%	QTDE	%
IDADE	18 a 21 anos	8	1,9	13	13,0
	22 a 25 anos	39	9,5	12	12,0
	26 a 29 anos	38	9,2	20	20,0
	30 a 33 anos	78	19,0	17	17,0
	34 a 37 anos	62	15,1	14	14,0
	38 a 41 anos	45	10,9	7	7,0
	42 a 45 anos	57	13,9	6	6,0
	46 a 49 anos	35	8,5	4	4,0
	Acima de 49 anos	49	11,9	7	7,0
	Total	411	80,4	100	19,6
SEXO	Masculino	180	43,9	44	44,0
	Feminino	230	56,1	56	56,0
	Total*	410	80,4	100	19,6
ESCOLARIDADE	Ensino Fundamental Completo	8	1,9	9	9,0
	Ensino Médio Completo	120	29,2	21	21,0
	Ensino Superior Completo	158	38,4	37	37,0
	Pós-Graduação Completa	82	20,0	23	23,0
	Mestre	25	6,1	6	6,0
	Doutor	14	3,4	2	2,0
	Outros	4	1,0	2	2,0
	Total	411	80,4	100	19,6
RENDA MENSAL INDIVIDUAL	Abaixo de R\$ 1000,00	1	0,2	0	0,0
	De R\$ 1000,00 a R\$ 3000,00	52	12,7	23	23,0
	De R\$ 3000,01 a R\$ 5000,00	145	35,5	34	34,0
	De R\$ 5000,01 a R\$ 7000,00	97	23,7	20	20,0
	De R\$ 7000,01 a R\$ 10000,00	54	13,2	9	9,0
	Acima de R\$ 10000,00	31	7,6	8	8,0
	Outros	29	7,1	6	6,0
	Total**	409	80,4	100	19,6
INFLUÊNCIA DE EMPRESA FAMILIAR	Não	81	19,9	37	37,0
	Sim	327	80,1	63	63,0
	Total***	408	80,3	100	19,7
SUCESSO	Sim	369	89,8	35	35,0
	Não	42	10,2	65	65,0
	Total	411	80,4	100	19,6

*01 não respondente **02 não respondentes ***03 não respondentes

Fonte: Elaboração própria

Estatística descritiva e teste das hipóteses

Inicialmente, apresenta-se a Tabela 3, que mostra a correlação entre as variáveis estudadas. Nota-se que, em geral, as variáveis demográficas idade, gênero masculino, escolaridade, renda e família empreendedora estão associadas com possuir sucesso ao empreender. Escolaridade também se relacionou com satisfação

no trabalho, enquanto a renda também se associou à satisfação no trabalho, perceber um chamado ocupacional e atendê-lo. Por sua vez, possuir uma família empreendedora mostrou-se positivamente associado a possuir um chamado ocupacional, satisfação no trabalho, perceber e atender um chamado ocupacional. Tais resultados preliminares sugerem a importância da renda e de possuir uma família empreendedora para o processo da dinâmica de chamados ocupacionais nas carreiras de indivíduos.

TABELA 3 - Correlações entre as variáveis do estudo

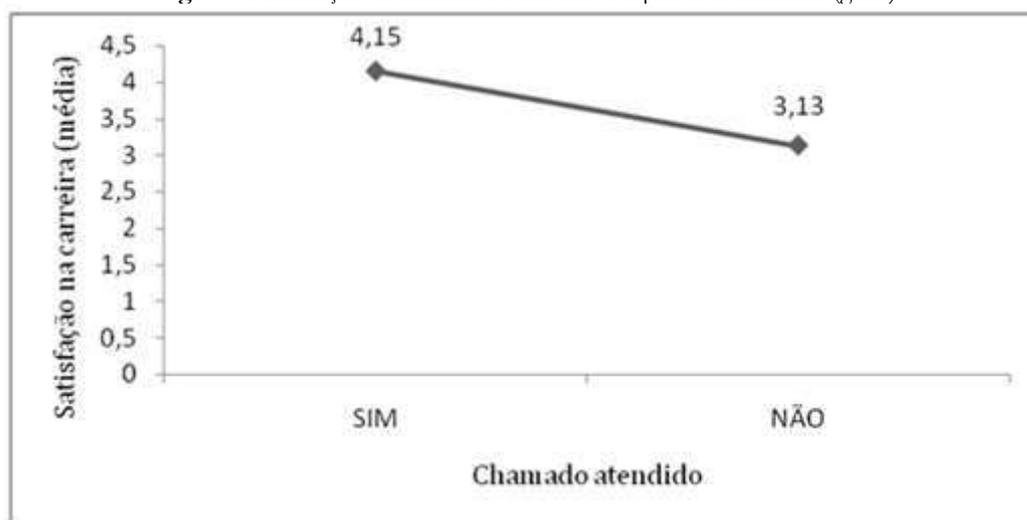
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1 Possuir sucesso									
2 Possuir um chamado	0,44**								
3 Satisfação no trabalho	0,61**	0,55**							
4 Chamado Percebido	0,71**	0,57**	0,85**						
5 Chamado Atendido	0,56**	0,68**	0,73**	0,85**					
6 Idade	0,21**	0,18**	0,25**	0,26**	0,24**				
7 Gênero	0,12**	0,03	0,02	0,04	-0,02	0,01			
8 Escolaridade	0,11*	0,00	0,09*	0,08	0,02	0,33**	-0,01		
9 Renda	0,19**	0,03	0,30**	0,25**	0,12**	0,50**	0,06	0,50**	
10 Família empreendedora	0,14**	0,19**	0,19**	0,21**	0,21**	0,12**	0,03	0,06	0,01

Nota: * $p < 0,05$, ** $p < 0,01$

Fonte: Dados da pesquisa

Em vista a esses resultados, passou-se ao teste das hipóteses. A análise MANOVA foi usada para tais testes. A primeira hipótese deste estudo (H1) propõe que indivíduos que possuem um chamado ocupacional para empreender apresentam maior satisfação no trabalho do que empreendedores não possuidores desse chamado ocupacional. O resultado mostrou um efeito geral ($F(1, 509) = 221,21$, $p < 0,001$, lambda de Wilks = 0,91). Mais especificamente, a satisfação daqueles que possuem um chamado a empreender ($M = 4,15$, desvio-padrão = 0,77) foi superior à de empreendedores que não possuem esse chamado ($M = 3,13$, desvio-padrão = 0,79). Esse resultado não rejeita a hipótese H1. A figura ilustra o realizado do teste realizado.

Figura 1. Satisfação na carreira e chamado ocupacional atendido (geral)



Fonte: Dados da pesquisa

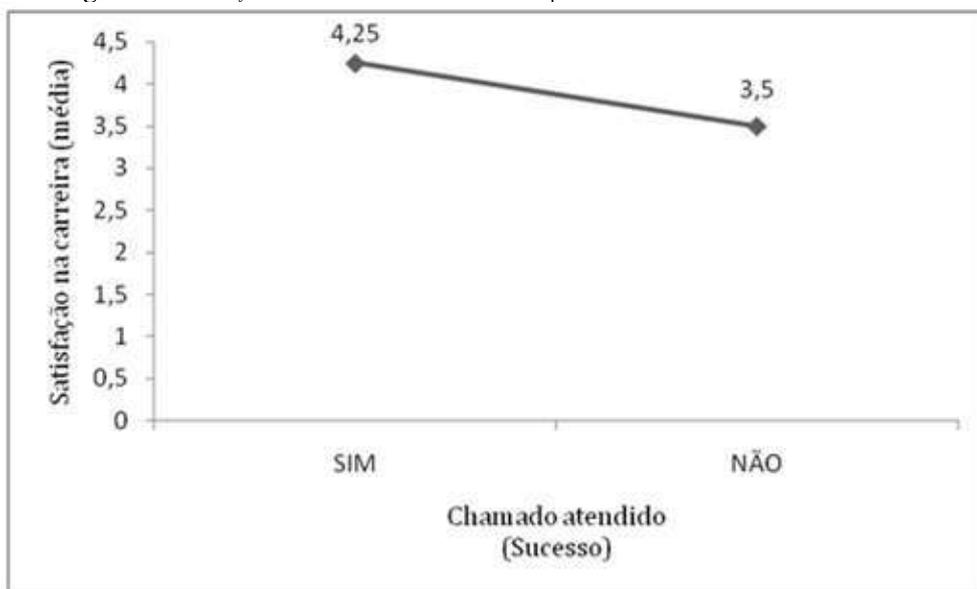
Tal resultado corrobora resultados encontrados por Duffy et al. (2012) e Hirschi et al., (2015). Tais estudos identificaram evidências de que chamados ocupacionais em geral influenciam positivamente a satisfação quanto ao trabalho. Ambos citam que o simples fato de perceber a existência de um chamado ocupacional possibilita que pessoas se energizem e busquem maior autonomia no trabalho. Além destes,

outro estudo também identificou relações semelhantes. Este é o caso de Duffy et al., (2011), em seu estudo com empregados de empresas e ocupações distintas nos Estados Unidos. No geral, esses estudos têm apontado na direção da ideia de que ver o trabalho com um senso de propósito e como algo definidor da própria identidade faz com que trabalhadores adotem uma visão mais positivo em relação a suas atividades. Assim, fornecem-se evidências adicionais dos efeitos positivos de se adotar a visão em relação ao trabalho que aqui chamamos de chamado ocupacional.

No entanto, os referidos estudos anteriores discutiram essas relações no contexto da carreira de empregados. Esta é uma evidência inicial de que empreendedores, especificamente, possuem um chamado ocupacional para empreender apresentam maior satisfação no trabalho do que empreendedores não possuidores desse chamado ocupacional. Estudos anteriores já haviam apontado que variáveis como equilíbrio trabalho-lar (PARASURAMAN et al., 1996), paixão no trabalho (THORGREN et al., 2013) e otimismo (CRANE; CRANE, 2007) possuem uma relação positiva com a satisfação de empreendedores em relação ao trabalho. Neste estudo, o construto correlato de chamados ocupacionais também mostrou-se relevante para a satisfação no trabalho de empreendedores.

Já a segunda hipótese apresentada (H2a) sugere que empreendedores bem-sucedidos que possuem um chamado a empreender apresentam maior satisfação no trabalho que empreendedores bem-sucedidos não possuidores de um chamado a empreender. A análise realizada mostrou um efeito geral ($F(1, 509) = 104,41, p < 0,001, \lambda \text{ de Wilks} = 0,71$). A média da satisfação quanto ao trabalho foi superior para empreendedores de sucesso que possuem um chamado ocupacional ($M = 4,25, \text{desvio-padrão} = 0,64$) do que para empreendedores de sucesso que não apresentam um chamado ocupacional ($M = 3,50, \text{desvio padrão} = 0,63$). Esse resultado oferece suporte para a não confirmação da hipótese H2a, conforme ilustrado na figura 2.

Figura 2. Satisfação na carreira e chamado ocupacional atendido em caso de sucesso



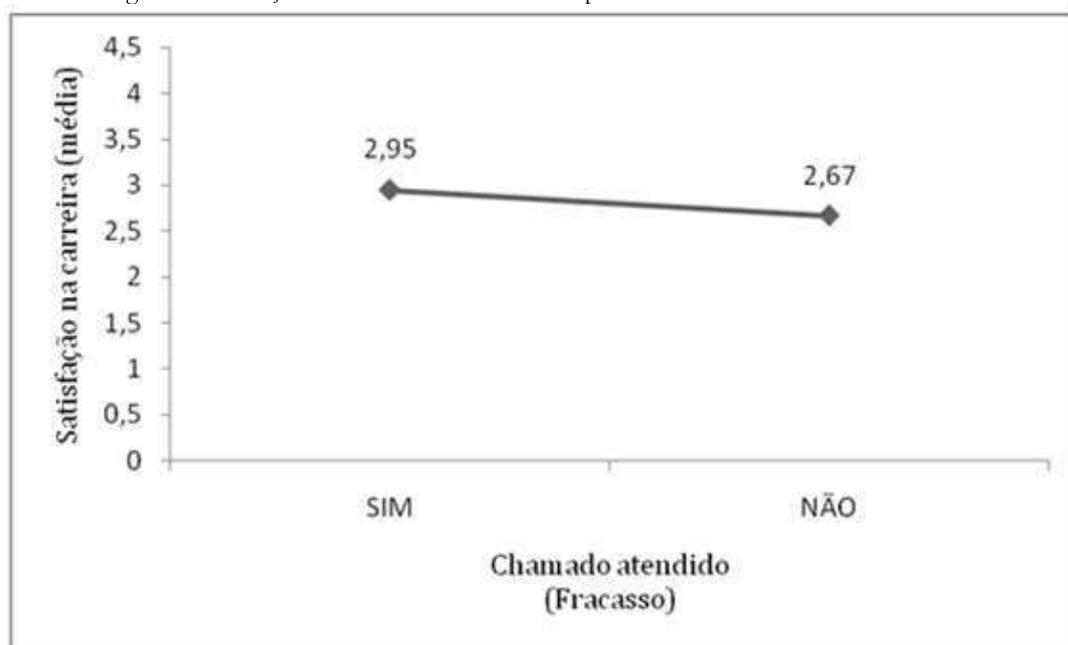
Fonte: Dados da pesquisa

Nessa hipótese, nós inserimos a questão do sucesso dos empreendedores na análise realizada. Segundo a teoria da autodeterminação, a percepção da existência de desempenhos superiores no trabalho geralmente fornece a indivíduos motivações mais amplas para que ele promova sua competência e autonomia no trabalho. Por sua vez, tais características tendem a criar um ciclo de esforço positivo que leva o indivíduo a maiores níveis de satisfação no trabalho (RYAN; DECI, 2000; GAZICA; SPECTOR, 2015). Assim,

esse raciocínio sugere que a relação proposta na primeira hipótese seria mais intensa para profissionais com mais altos níveis de performance. Isto tende a ser ainda mais destacado em atividades com altos riscos de fracasso, como no contexto do empreendedorismo. Relações similares haviam sido identificados na literatura de empreendedorismo (OWENS, 2013; PARASURAMAN, 1996), mas as evidências encontradas neste trabalho são as primeiras associadas ao construto de chamados ocupacionais, o que ressalta o ineditismo do presente estudo.

Por fim, a terceira hipótese do presente estudo (H2b) propôs que empreendedores que possuem um chamado a empreender e fracassam profissionalmente apresentam menor satisfação que empreendedores os quais não apresentam um chamado a empreender e fracassam profissionalmente. A análise MANOVA mostrou que não houve um efeito geral neste caso ($F(1, 509) = 3,25, p = 0,074, \text{lambda de Wilks} = 0,81$). Mais especificamente, a média da satisfação no trabalho dos indivíduos que possuem um chamado a empreender e fracassam profissionalmente ($M = 2,95, \text{desvio-padrão} = 0,67$) não foi significativamente diferente daquela de indivíduos que possuem um chamado a empreender e fracassam profissionalmente ($M=2,67, \text{desvio-padrão} = 0,69$), conforme a figura 3.

Figura 3. Satisfação na carreira e chamado ocupacional atendido em casos de fracasso



Fonte: Dados da pesquisa

Este resultado contradiz achados da literatura sobre chamados ocupacionais até aqui. Estudo anterior forneceu evidências de que empreendedores que possuem um chamado ocupacional e não conseguem atendê-lo apresentam menor satisfação que aqueles que não possuem um chamado ocupacional e que aqueles que possuem um chamado ocupacional e o atendem (GAZICA; SPECTOR, 2015). Outro estudo também apontou a existência de associações consistentes entre perceber um chamado ocupacional e variáveis como maturidade e comprometimento de carreira, significado do trabalho, comprometimento de carreira, significado do trabalho, satisfação quanto à vida e ao trabalho (DUFFY; DIK, 2013).

No entanto, os citados estudos foram realizados com trabalhadores na posição de empregados. Já neste estudo, realizado com empreendedores, foi identificado um padrão distinto nos resultados. Empreendedores que possuem um chamado a empreender e fracassam profissionalmente apresentaram satisfação em relação ao trabalho que não foi significativamente diferente da apresentada por empreendedores que não apresentam um chamado a empreender e fracassam profissionalmente. Tal resultado não esperado pode ser explicado pelo fato de que, dada a reduzida estabilidade financeira de

empreendedores, o fracasso no empreendimento pode ser responsável por um percentual tão alto da satisfação do empreendedor, que o fracasso do empreendimento torne indiferente a vivência do chamado ocupacional (LIAN; YEN, 2017; COOPER; ARTZ, 1995; CARREE; VERHEUL, 2012).

Considerações finais

O presente estudo objetivou analisar se o sucesso no trabalho influencia a relação entre possuir um chamado ocupacional e a satisfação no trabalho entre empreendedores. Os resultados mostraram que a satisfação geral quanto ao trabalho foi superior para indivíduos que possuem um chamado ocupacional. Esse resultado tende a se manter quando o empreendedor possui sucesso na carreira, mas não quando há fracasso. Isso significa dizer que a influência do sucesso ao empreender é apenas parcial: viver um chamado ocupacional só potencializou a satisfação do empreendedor. Entretanto, no caso de haver um fracasso, a influência não se mostrou significativa. Esse resultado acrescenta à literatura de chamados ocupacionais, oferecendo um resultado que contesta a visão que tem sido consolidada de que, diante de um fracasso profissional, a existência de um chamado ocupacional tende a ampliar a insatisfação de indivíduos.

O estudo contribui para a literatura sobre chamados ocupacionais ao discutir a relação entre viver o chamado, satisfação quanto ao trabalho e sucesso do empreendimento. A originalidade do presente estudo reside em expandir a análise dos efeitos indesejados dos chamados ocupacionais, geralmente estudados no contexto de empregados, para um grupo importante no mercado laboral: os empreendedores. Para a literatura sobre empreendedorismo, o estudo contribui ao realizar uma análise inédita da influência da maneira como empreendedores veem o trabalho associado ao seu empreendimento na satisfação que possui em relação à vida laboral.

Este estudo possui limitações e, também, podem ser encontradas sugestões para a realização de futuros estudos. Primeiro, os dados obtidos neste trabalho foram do tipo transversal, o que descarta as alegações de causalidade. Futuras pesquisas longitudinais e de natureza experimental se fazem necessárias para confirmação das relações encontradas.

O estudo, também, não fez uma análise de variáveis em relação ao empreendimento que pudessem influenciar nos testes realizados. Um futuro estudo pode incluir variáveis como tamanho do empreendimento, tempo de existência da organização, posição do participante da empresa na linha sucessória da empresa e natureza do negócio. Tais variáveis podem ser empregadas como moderadoras em modelos estruturais ou regressões em estudos subsequentes.

Terceiro, o estudo apresentou um resultado não esperado que não foi explorado em profundidade (H2b). Seria interessante investigar que outras variáveis poderiam explicar a satisfação quanto ao trabalho no caso de empreendedores que não obtêm sucesso objetivo, tais como resultado financeiro do negócio, traços de personalidade, valores pessoais ou percepções ambientais em termos de oportunidades futuras de prosperidade (p.e., volição do trabalho).

O estudo também possui implicações práticas. Os resultados alcançados sugerem que ver o trabalho como um chamado ocupacional pode melhorar a satisfação no trabalho de empreendedores, no caso de sucesso do empreendimento. Assim, uma das variáveis que podem ser consideradas por empreendedores ao pensarem sobre a natureza do negócio em que irão atuar é se eles se sentem chamados ocupacionais para o trabalho a ser desempenhado. Embora o estudo não tenha testado o impacto dessa variável no resultado do negócio, ele mostrou evidências de que quando empreendedores que participaram do estudo e que foram bem-sucedidos em seu empreendimento, vivenciar seu chamado ocupacional possibilita vivenciar uma maior satisfação no trabalho. Isto é relevante, dada a importância da satisfação não apenas objetiva, mas também subjetiva, de empreendedores.

Referências

- ABELE, A. E.; SPURK, D.; VOLMER, J. The construct of career success: measurement issues and an empirical example, *Zeitschrift für Arbeitsmarkt Forschung*. **Journal for Labour Market Research**, v. 43, p. 195-206, 2011.
- ARNOLD, K. A.; TURNER, N.; BARLING, J.; KELLOWAY, E.; MCKEE, M. Transformational leadership and psychological well-being: The mediating role of meaningful work. **Journal of Occupational Health Psychology**, v. 12, n. 3, p. 193–203, 2007.
- BELLAH, R. N.; RICHARD M.; WILLIAM M.; SULLIVAN, A. S.; STEVEN M. T. **Habits of the Heart: Individualism and Commitment in American Life**. New York: Harper and Row Publishers. 1986.
- BERG, J. M.; GRANT, ADAM M.; JOHNSON, V. When callings are calling: Crafting work and leisure in pursuit of unanswered occupational callings. **Organization Science**, v. 21, n. 5, p. 973-994, 2010.
- BIRAGLIA, A.; KADILE, V. The role of entrepreneurial passion and creativity in developing entrepreneurial intentions: Insights from American homebrewers. **Journal of Small Business Management**, v. 55, n. 1, p. 170-188, 2017.
- CARREE, Martin A.; VERHEUL, Ingrid. What makes entrepreneurs happy? Determinants of satisfaction among founders. **Journal of Happiness Studies**, v. 13, n. 2, p. 371-387, 2012.
- COSTA, L. V. **A relação entre a percepção de sucesso na carreira e o comprometimento organizacional: um estudo entre professores de universidades privadas selecionadas da grande São Paulo**. 216 p. Tese (Doutorado em Administração) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade- Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.
- COOPER, Arnold C.; ARTZ, Kendall W. Determinants of satisfaction for entrepreneurs. **Journal of Business Venturing**, v. 10, n. 6, p. 439-457, 1995.
- CUNNINGHAM, J. B.; LISCHERON, J. Defining Entrepreneurship. **Journal of Small Business Management**, p. 45-61, 1991.
- DECKER, R.; HALTIWANGER, J.; JARMIN, R.; MIRANDA, J. (2014). The role of entrepreneurship in US job creation and economic dynamism. **Journal of Economic Perspectives**, v. 28, n. 3, p. 3-24.
- DIK, B. J.; DUFFY, R. D.; ELDRIDGE, B. M. Calling and vocation in career counseling: Recommendations for promoting meaningful work. **Professional Psychology: Research and Practice**, v. 40, n. 6, p. 625, 2009.
- DIK, B. J.; DUFFY, RYAN D. Calling and vocation at work: Definitions and prospects for research and practice. **The counseling psychologist**, v. 37, n. 3, p. 424-450, 2009.
- DOBROW, S. R.; TOSTI-KHARAS, J. Calling: The development of a scale measure. **Personnel Psychology**, v. 64, p. 1001–1049, 2011
- DOVIDIO, J. F.; PILIAVIN, J. A.; SCHROEDER, D. A.; PENNER, L. A J. F. **The social psychology of prosocial behavior**. Psychology Press, 2017.
- DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios**. Tradução de Carlos Malferrari. São Paulo: Pioneira, v. 4, 1987.
- DUFFY, R. D.; ALLAN, B. A.; AUTIN, K. L.; BOTT, E. M. Calling and life satisfaction: It's not about having it, it's about living it. **Journal of Counseling Psychology**, v. 60, n. 1, p. 42. 2013.
- _____; ALLAN, B. A.; BOTT, E. M.; DIK, B. J. Does the source of a calling matter? external summons, destiny, and perfect fit. **Manuscript submitted for publication**, 2012.
- DUFFY, R. D.; AUTIN, K. L.; ENGLAND, J. W.; DOUGLASS, R. P.; GENSMER, N. P. Examining the effects of contextual variables on living a calling over time. **Journal of Vocational Behavior**, v. 107, p. 141-152, 2018.

- _____; BOTT, E. M.; ALLAN, B. A.; TORREY, C. S.; DIK, B. J. Perceiving a calling, living a calling, and job satisfaction: Testing a moderated, multiple mediator model. **Journal of Counseling Psychology**, v. 59, n. 1, p. 50-59, 2012
- _____; DIK, B. J. Research on calling: What have we learned and where are we going?. **Journal of Vocational Behavior**, v. 83, n. 3, p. 428-436, 2013.
- _____; _____. STEGER, M. F. Calling and work-related outcomes: Career commitment as a mediator. **Journal of Vocational Behavior**, v. 78, p. 210–218, 2011.
- _____; ENGLAND, J. W.; DOUGLASS, R. P.; AUTIN, K. L.; ALLAN, B. A. Perceiving a calling and well-being: Motivation and access to opportunity as moderators. **Journal of Vocational Behavior**, v. 98, p. 127-137, 2017.
- _____; SEDLACEK, W. E. The salience of a career calling among college students: Exploring group differences and links to religiousness, life meaning, and life satisfaction. **The Career Development Quarterly**, v. 59, p. 27-41, 2010.
- ESCRIVÃO FILHO, E.; ALBUQUERQUE, A. F.; NAGANO, M. S.; JUNIOR, L. A. P.; OLIVEIRA, J. Identifying SME mortality factors in the life cycle stages: an empirical approach of relevant factors for small business owner-managers in Brazil. **Journal of Global Entrepreneurship Research**, v. 7, n. 1, p. 5, 2017.
- FELIX, B.; CAVAZOTTE, F. When a Calling Goes Unanswered: Exploring the Role of Workplace Personalizations as Calling Enactments. **Frontiers in Psychology**, v. 10, 2019.
- FEUERSCHÜTTE, S. G.; ALPERSTEDT, G. D.; GODOI, C. K. Empreendedorismo e competência: um ensaio sobre a complementaridade e a convergência dos construtos. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 32., Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro, 2008.
- FUENTELES, L.; GONZÁLEZ, C. El fracaso emprendedor a través de las instituciones y la calidad del emprendimiento. **Universia Business Review**, n. 47, 2015.
- GAZICA, M. W. **Unanswered Occupational Calling**: the development and validation of a new measure. A thesis submitted in partial fulfillment of the requirement for the degree of Master of Arts Department of Psychology. College of Arts and Sciences. University of South Florida, 2014.
- _____; SPECTOR, P. E. A comparison of individuals with unanswered callings to those with no calling at all. **Journal of Vocational Behavior**, 2015.
- GEM: Global Entrepreneurship Management. **Empreendedorismo no Brasil**. Curitiba: IBQP, 2012
- GEORGE, N. M.; PARIDA, V.; LAHTI, T.; WINCENT, J. A systematic literature review of entrepreneurial opportunity recognition: insights on influencing factors. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 12, n. 2, p. 309-350, 2016.
- GOUVEIA, V. V.; FONSÊCA, P. N.; LINS, S. L. B.; LIMA, A. V.; GOUVEIA, R. S. Escala de Bem-Estar Afetivo no Trabalho (Jaws): Evidências de Validade Fatorial e Consistência Interna. **Psicologia: Reflexão e Crítica**, v. 21, n. 3, p. 464-473, 2008.
- HALL, D. T.; CHANDLER, D. E. Psychological success: When the career is a calling. **Journal of Organizational Behavior**, v. 26, p. 155-176, 2005.
- HARPAZ, I.; FU, X. The structure of meaning of work: a relative stability amidst change. **Human Relations**, 2002.
- HIRSCHI, A.; HERRMANN, A.; KELLER, A. C. Career adaptivity, adaptability, and adapting: A conceptual and empirical investigation. **Journal of Vocational Behavior**, v. 87, p. 1-10, 2015.
- KAMDRON, T. Work motivation and job satisfaction of Estonian higher officials. **International Journal of Public Administration**, v. 28, p. 1211–1240, 2005.
- LEROY, H.; ANSEEL, F.; GARDNER, W. L.; SELS, L. Authentic leadership, authentic followership,

- basic need satisfaction, and work role performance: A cross-level study. **Journal of Management**, v. 41, n. 6, p. 1677-1697, 2015.
- LIAN, Jiunn-Woei; YEN, David C. Understanding the relationships between online entrepreneurs' personal innovativeness, risk taking, and satisfaction: Comparison of pure-play and click-and-mortar. **Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce**, v. 27, n. 2, p. 135-151, 2017.
- LYSOVA, E. I.; JANSEN, P. G.; KHAPOVA, S. N.; PLOMP, J.; TIMS, M. Examining calling as a double-edged sword for employability. **Journal of Vocational Behavior**, v. 104, p. 261-272, 2018.
- MICHAELSON, C.; PRATT, M. G.; GRANT, A. M.; DUNN, C. P. Meaningful work: Connecting business ethics and organization studies. **Journal of Business Ethics**, v. 121, n. 1, p. 77-90, 2014.
- OWENS, Kimberly S. et al. Personality correlates of self-employed small business owners' success. **Work**, v. 45, n. 1, p. 73-85, 2013.
- PARASURAMAN, Saroj et al. Work and family variables, entrepreneurial career success, and psychological well-being. **Journal of vocational behavior**, v. 48, n. 3, p. 275-300, 1996.
- RYAN, R. M.; DECI, E. L. Intrinsic and extrinsic motivations: Classic definitions and new directions. **Contemporary educational psychology**, v. 25, n. 1, p. 54-67, 2000.
- SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. **The Academy of Management Review**, v. 25, n. 1, p. 217-226, jan., 2000.
- STEGER, M. F.; DIK, B. J. If one is looking for meaning in life, does it help to find meaning in work? **Applied Psychology: Health and Well-being**, v. 1, n. 3, p. 303-320, 2009.
- TRÉPANIÉ, S.-G.; FERNET, C.; AUSTIN, S. Workplace bullying and psychological health at work: The mediating role of satisfaction of needs for autonomy, competence and relatedness. **Work & Stress**, v. 27, n. 2, p. 123-140, 2013.
- VERHEIJ, I.; BLOCK, J.; BURMEISTER-LAMP, K.; THURIK, R.; TIEMEIER, H.; TURTUREA, R. ADHD-like behavior and entrepreneurial intentions. **Small Business Economics**, v. 45, n. 1, p. 85-101, 2015.
- WYLAND, R.; LESTER, S. W.; EHRHARDT, K.; STANDIFER, R. An Examination of the Relationship Between the Work-School Interface, Job Satisfaction, and Job Performance. **Journal of Business and Psychology**, v. 31, n. 2, p. 187-203, 2016.
- YALABIK, Z. Y.; VAN ROSSENBERG, Y.; KINNIE, N.; SWART, J. Engaged and committed? The relationship between work engagement and commitment in professional service firms. **The International Journal of Human Resource Management**, v. 26, n. 12, p. 1602-1621, 2015.
- YAMAKAWA, Y.; PENG, M. W.; DEEDS, D. L. Rising from the ashes: Cognitive determinants of venture growth after entrepreneurial failure. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 39, n. 2, p. 209-236, 2015.