



RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL NO CAMPO DAS CORRETORAS DE SEGUROS BRASILEIRAS¹

Jairo de Carvalho Guimarães

Universidade Federal do Piauí/UFPI

jairoguimaraes@ufpi.edu.br

RESUMO

Tendo por tema a Responsabilidade Social Empresarial (RSE), este estudo foi desenvolvido no segmento brasileiro de corretagem de seguros que representa significativo papel na economia do país. Para o referencial teórico, são utilizados como parâmetro os Indicadores do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social (ETHOS, 2007), sendo este um dos organismos que incentivam as práticas de responsabilidade social com maior visibilidade no país e no exterior. O objetivo da pesquisa é investigar o estágio de desenvolvimento das práticas de responsabilidade social no âmbito das corretoras de seguros, pertinentes aos indicadores relacionados aos temas *Valores, Transparência e Governança e Público Interno*, que constituem parte do grupo de sete temas que compõem o questionário do Instituto Ethos. Visa à pesquisa, portanto, mensurar em que nível se encontram tais ações. O recorte feito no rol dos sete temas disponíveis reflete a relevância dos dois temas e de seus respectivos subtemas para o campo em foco, dada à conectividade que ambos têm em relação à atividade desenvolvida pelas organizações.

Palavras-chave: Corretoras de Seguros. Ética. Instituto Ethos. Responsabilidade Social Empresarial.

ABSTRACT

Taking the theme of Corporate Social Responsibility (CSR), this study was developed in the Brazilian segment of the insurance brokerage that represents significant role in the economy. In the theoretical framework, the Ethos Indicators (ETHOS, 2007) are used as a parameter. Similarly, field research was conducted in four insurance brokers listed in the Ethos Institute of Business and Social Responsibility, based in 2007. The objective of this research is to investigate the stage of development of indicators related to the themes *Values, Transparency and Governance and Internal Public*, which are part of the list of seven topics of the questionnaire of the Ethos Institute. The cut made reflects the relevance of these themes and their subthemes for the field in focus.

Key-words? Insurance Brokers. Ethics. Ethos Institute. Corporate Social Responsibility. Insurance.

¹ Dissertação do Mestrado Profissional em Administração e Controladoria da UFC



RESUMEN

Teniendo por tema *La Responsabilidad Social Empresarial (RSE)*, este estudio fue desarrollado en el segmento brasileño de corretaje de seguros que representa un papel significativo en la economía del país. Para el referencial teórico son utilizados como parámetro, los Indicadores del Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social (ETHOS, 2007), siendo éste uno de los organismos que incentivan las prácticas de responsabilidad social con mayor visibilidad en el país y en el exterior. El objetivo de la pesquisa es investigar el estadio de desenvolvimiento de las prácticas de responsabilidad social en el ámbito de las correctoras de seguros, pertinentes a los indicadores relacionados a los temas *Valores, Transparencia, Gobernabilidad y Público interno*, que constituyen parte del grupo de siete temas que componen el cuestionario del Instituto Ethos. Busca esta investigación, medir en qué nivel se encuentran tales acciones. El recorte hecho en el rol de los siete temas disponibles refleja la relevancia de los dos temas y de sus respectivos subtemas para el campo en foco, dada la conectividad que ambos tienen en relación a la actividad desarrollada por las organizaciones.

INTRODUÇÃO

Responsabilidade Social Empresarial (RSE) é o tema deste artigo. Para compor o referencial do estudo, aborda-se a literatura acerca do tema, em seus diferentes enfoques, apresentando-se uma síntese de sua gênese e evolução e adotando-se os indicadores do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, como parâmetro principal. Embora seja um conceito de difícil delimitação, dado que ainda está em construção, pode-se compreender a Responsabilidade Social Empresarial como

... a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais (INSTITUTO ETHOS, 2007).

A noção de Responsabilidade Social Empresarial perpassa pela concepção de transparência, ética, valores e boa-vontade, não sem considerar a questão cultural como fator determinante nas ações requeridas nesta dimensão. Diversos segmentos da atividade econômica brasileira já estão envolvidos com o tema em foco, evidenciando a preocupação do empresariado com os reflexos de sua atividade. Nesta pesquisa, tem-se como objeto de estudo o setor de seguro brasileiro, mais particularmente o segmento de corretagem, numa perspectiva que contempla a exigência de valores que devem permear a atividade, como a ética e a transparência.

No Brasil, a RSE vem ganhando corpo nos últimos dez anos (ASHLEY, 2005; VENTURA, 2005), notadamente após a fundação do Instituto Ethos, em 1998, que deu um impulso em direção ao fortalecimento do movimento. Diversas organizações dos mais



variados segmentos da economia brasileira passaram a adotar práticas de RSE. Muitas utilizam os indicadores do Instituto Ethos como ferramentas para sistematizar, materializar e avaliar suas ações.

Nesta pesquisa, busca-se um recorte especificamente na atividade desenvolvida pelo corretor de seguros, que é uma das três partes envolvidas com o processo de efetivação de um seguro (produto elaborado pela seguradora e comercializado pelo corretor de seguros). De um lado, há uma seguradora disposta a garantir o risco (a vida, o patrimônio etc.) e, do outro lado, um consumidor que adquire um seguro, denominado segurado. Entre ambos, emerge a figura do corretor de seguros (Pessoa Física ou Jurídica), que é o profissional habilitado a intermediar as operações de seguro no país. É neste elemento do tripé, corretor de seguros, que a pesquisa pretende focar, uma vez que o autor da pesquisa atua no segmento de corretagem de seguros e, também, dado que este é um campo em que este tipo de abordagem é, ainda, muito pouco explorado. Portanto, este estudo tem o interesse de contribuir para a pesquisa nesta área.

A instituição “seguro” há muito apresenta representatividade na economia de um país e isto decorre de alguns fatores: a fragmentação do risco, de forma a transferir para quem dispõe de capacidade financeira (seguradora) para assumir o ônus de uma eventualidade que possa sofrer o segurado; a amenização de perdas catastróficas, gerando atenuação de sacrifícios, caso o evento atinja grandes camadas da sociedade; participação na construção do PIB do país; ampliação do mercado através do oferecimento de produtos para as classes de menor poder aquisitivo (microseguro) etc. Silva Filha (2006, p. 12) ressalva “a contribuição desse setor na formação da poupança interna do país, na medida em que acumula reservas financeiras capazes de honrar os riscos segurados, quando e se necessário”. Destaca-se, assim, que o setor tem relevância no contexto econômico e social do país.

Agindo como espelho das seguradoras, o corretor de seguros é o agente que está mais próximo do cliente (segurado) e normalmente é quem ouve suas demandas, atuando como caixa de ressonância perante as seguradoras, assumindo o papel de elemento conciliador na intrincada relação que envolve a todos. Neste processo, a ética e a transparência são fatores fundamentais na construção do relacionamento, visando uma relação duradoura. Dada à dinâmica e à complexidade da atividade, o mercado de seguro é um segmento que não prescinde da presença do corretor de seguros que, mediante conquista pessoal junto aos segurados, contribui para a consolidação do setor e da relação que consubstancia o tripé da atividade. Tendo em vista que as empresas vivem hoje a chamada era do cliente, o corretor de seguros torna-se agente indispensável no processo de crescimento da atividade.

Neste estudo, busca-se compreender como tem acontecido a inserção das empresas corretoras de seguros no movimento da responsabilidade social, em termos de motivações, fatores facilitadores e dificultadores, agentes envolvidos, ganhos etc. Busca-se compreender de que modo tem ocorrido o crescimento e a sistematização das ações de responsabilidade social. Mais especificamente, tendo como parâmetro os Indicadores Ethos,



este estudo pretende responder o seguinte problema de pesquisa: **Em relação aos temas Valores, Transparência e Governança e Público Interno, em que estágio estão as práticas de responsabilidade social das corretoras de seguros brasileiras associadas ao Instituto Ethos?**

O tema *Valores, Transparência e Governança* diz respeito à relação que a organização mantém com a sociedade e com a sua conduta enquanto empresa (dimensão externa). O tema *Público Interno* (dimensão interna) opera o relacionamento da organização com os colaboradores e como ela entende a importância destes na construção de uma organização ética, justa e coerente, que respeita, compreende e admite a diversidade. A relevância desta pesquisa atrela-se, de modo geral, ao alcance do tema da responsabilidade social nas empresas contemporâneas, bem como ao fato que este se insere, crescentemente, no campo da gestão estratégica, podendo vir a constituir um diferencial competitivo. De modo mais particular, ressalta-se a relevância socioeconômica do campo em estudo, o setor de seguros e, ainda, a escassez de estudos sobre o tema neste setor, cujas atividades vão além dos campos administrativo e econômico, inserindo-se nos campos social, legal, e ético. Portanto, as ações de RS das corretoras de seguros constituem um campo legítimo de investigação.

Ressalta-se, ainda, a relevância de se analisar o tema em foco, sob a perspectiva dos Indicadores Ethos, instrumentos de incontestável valor conceitual e prático, reconhecidos por empresários e pesquisadores que atuam na área. Para a realidade desta pesquisa são considerados os dois temas mais pertinentes: *Valores, Transparência e Governança e Público Interno*. Por fim, destaca-se na pesquisa a investigação das contribuições do Órgão de Gestão de Pessoas destas empresas na adoção e disseminação das práticas de responsabilidade social.

Dada à relativa escassez de trabalhos acerca do tema de responsabilidade social no setor de seguros, como evidencia o levantamento da literatura, esta pesquisa representa uma contribuição para o campo. Por fim, busca-se investigar o que para as empresas em foco a responsabilidade social significa. Como ressalta Ventura (2005, p. 21), diante da visibilidade que essa temática tem ganhado nos últimos anos, “é preciso compreender o que representa esse movimento e qual a profundidade com que as organizações estão assimilando e solidificando o fenômeno da RSE”. O estágio de desenvolvimento das práticas esclarecerá o significado destas ações.

Deve-se registrar que à pesquisa não coube o papel de elaborar uma crítica sobre a incipiência ou não das práticas de RSE no segmento de corretoras de seguros, mas tão somente apontar que motivações levaram os sujeitos pesquisados a adotar tal comportamento, o estágio de desenvolvimento e se o modelo realmente se encontra albergado sob uma ótica desenvolvimentista, ratificando seu caráter permanente e evolutivo. Almeja-se, assim, extrair-se uma radiografia da situação em seu estado puro, não aspirando à pesquisa interferir nos padrões observados. Nesta linha, a pesquisa tem como objetivo geral **Investigar, no contexto das corretoras de seguros brasileiras listadas no Instituto Ethos, o estágio de desenvolvimento da Responsabilidade Social Empresarial, em relação aos indicadores**



Valores, Transparência e Governança e Público Interno. Para se alcançar esse objetivo, foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos:

1) Analisar as motivações para a inserção das corretoras de seguros brasileiras no movimento da Responsabilidade Social Empresarial; 2) Analisar o estágio de desenvolvimento das ações referentes ao tema Valores, Transparência e Governança e seus respectivos indicadores; 3) Analisar o estágio de desenvolvimento das ações referentes ao tema Público Interno e seus respectivos indicadores; e 4) Identificar as contribuições do Órgão de Gestão de Pessoas (OGP) dessas organizações no desenvolvimento das práticas de RSE. A pesquisa parte da suposição de que, em relação ao temas em estudo, as práticas de responsabilidade social das corretoras encontram-se no estágio 1 dos Indicadores Ethos (2007), caracterizado com um estágio ainda inicial de ações, em que se observa uma postura defensiva sobre os temas foco da pesquisa, ao mesmo tempo em que já há sinais de mudanças e avanços. A partir daí, foram formuladas as seguintes hipóteses, referentes a cada um dos objetivos específicos:

2) As principais motivações para a inserção das corretoras de seguros brasileiras no movimento da Responsabilidade Social Empresarial são as pressões dos empregados da empresa e o ganho de imagem; 2) As ações de auto-regulação da conduta, em especial aquelas referentes aos compromissos éticos e enraizamento na cultura organizacional, estão mais desenvolvidas do que as ações de relações transparentes com a sociedade; 3) As ações de trabalho decente, em especial aquelas referentes aos compromissos com o desenvolvimento profissional e a empregabilidade, estão mais desenvolvidas do que as ações de diálogo e participação e respeito ao indivíduo, e 4) O Órgão de Gestão de Pessoas das organizações em estudo desempenha papel central na adoção, disseminação e sistematização das ações de RSE.

RESPONSABILIDADE SOCIAL NO CAMPO DAS CORRETORAS DE SEGUROS

No mundo globalizado, onde as fronteiras foram removidas em função das novas tecnologias de informação e comunicação, as organizações operam em um contexto de crescente complexidade, estando, portanto, sujeitas a múltiplas pressões, em especial de ordem socioeconômica. Nesse contexto, tem-se exigido das organizações e de seus gestores uma postura diferenciada, capaz de nortear o caminho que percorrerão no esforço de otimizar a sintonia com a complexidade da sociedade contemporânea. Considerando-se, ainda, as mudanças no macrocontexto organizacional, deve-se ressaltar que, quer em reação às pressões do ambiente, quer em reflexo à visão de seus dirigentes, um número crescente de organizações tem considerado em seu processo decisório não apenas seus próprios interesses, mas também os interesses dos demais *stakeholders*. Esta postura se concilia com o tema da Responsabilidade Social Empresarial (RSE), foco dessa pesquisa.

O contexto organizacional atual exige de pessoas e organizações respostas rápidas e eficientes para as demandas advindas das transformações por que tem passado o mundo do trabalho, em especial devido ao forte movimento de reestruturação produtiva que tem como um dos seus elementos centrais o avanço nas tecnologias de comunicação e informação.



Como corolário dessas mudanças, as organizações dos mais diversos setores têm sido pressionadas a rever suas estratégias, particularmente em relação à forma de lidar com seus múltiplos públicos.

A Responsabilidade Social Empresarial, nesta dimensão, deve constituir-se de ações permanentes, afirmando o caráter cidadão das organizações. De acordo com Melo Neto e Froes (2004, p. 216), as “empresas-cidadãs exercem a sua responsabilidade social em caráter permanente, com programas e projetos sociais próprios através de ações de filantropia, de assistência social e de fomento ao desenvolvimento social. Estas gerenciam o seu processo de responsabilidade social.” Nesta visão, a prática social, reiterada por longos períodos, atesta a permanência da conduta e incentiva os agentes a adotarem comportamentos compatíveis com a noção de responsabilidade social. A prática se dissemina, constituindo-se em condutas que serão consolidadas ao longo do tempo, transformando-se em ação permanente, porque RSE não é uma ação efêmera. A partir de uma ação já consolidada, outras ações vão sendo desenvolvidas, reforçando a multiplicação das práticas de RSE no âmbito corporativo, ampliando o escopo das ações neste sentido. A progressão de estágios respeita esta lógica.

Exatamente em função do novo padrão de comportamento dos consumidores, entende-se que a adoção da RSE nas corretoras de seguros exige uma conduta diferenciada, haja vista que a efetivação de um seguro demanda que a operação seja conduzida com ética, transparência e bom senso, atributos inerentes às ações de RSE. Esse conjunto de fatores é tratado como uma operação sutil. Em primeiro lugar, o segurado adquire um produto ou serviço, sem saber, com certeza, se vai utilizar, pois está comprando uma expectativa, como é comum em operações desta natureza, cuja maior característica é a intangibilidade imediata. Portanto, a credibilidade desempenha papel chave no contexto. Ter-se-á ou não a noção de sucesso e satisfação quando a seguradora for acionada. Na medida em que houve o prévio pagamento de uma prestação de serviço, limitada inicialmente a uma pesquisa de preços no mercado (cotação que a corretora faz, mas que em determinadas circunstâncias exige um avançado processo de consultoria, a depender do risco) que está sustentada em mera expectativa, o desgaste se torna inevitável, caso não sejam plenamente atendidas as demandas do segurado. Desta forma, a convicção de que a relação estabelecida satisfaz às partes (seguradora, corretor de seguros e segurado), pauta-se pela conduta ética, reta e transparente dos agentes envolvidos, com destaque para o corretor de seguros, cujo papel é fomentar o crescimento do setor, mediante a manutenção e a prospecção de consumidores.

Nesta linha, a prática social da RSE contribui para a consolidação das relações e do campo organizacional pesquisado, dada à linha tênue que emerge em termos de credibilidade no desenvolvimento da prática negocial entre os atores envolvidos. Na transação com o cliente, tem-se que não raro é um funcionário e não o corretor titular da empresa que mantém contato com o segurado, o que torna relevante a análise acerca das ações de RSE em relação ao indicador Público Interno. Acredita-se que o Órgão de Gestão de Pessoas, neste contexto, desempenha papel relevante na difusão das ações de RSE. No vigente contexto organizacional, em função das transformações ocorridas nas áreas econômica, política e



social, a gestão de pessoas é essencial para se conciliar os interesses individuais e organizacionais. Segundo Maciel e Silva (2008, p. 40)

o comportamento humano é difícil de ser enquadrado, devido à capacidade humana de abstrair, inovar, criar e fantasiar a realidade. [...] O ser humano se destaca pela sua inteligência, afetividade e pela possibilidade de construir, destruir ou reconstruir tudo o que o cerca.

Nesta perspectiva, Maciel e Silva (2008) avaliam a necessidade de que um novo modelo de gerenciamento de pessoas seja estabelecido, estando vinculado à mudança de mentalidade das organizações em termos de ações socialmente responsáveis. De acordo com os autores (2008, p. 48) “o exercício do comportamento socialmente responsável, antes impensável, é uma das muitas conseqüências da evolução do estilo de gestão”, que só prospera a partir da convergência dos interesses e condutas dos colaboradores e das organizações. Por sua vez, Ventura (2005, p. 14) entende RSE como “parte de um movimento de deslocamento do capitalismo, uma realidade socialmente construída com objetivos precisos, embora não arquitetado pelos atores individualmente”. As práticas de RSE inserem-se tanto no campo da gestão de pessoas, na perspectiva interna, quanto no campo da gestão estratégica, como diferencial mercadológico. Em termos gerais, a RSE exige comprometimento dos atores, individualmente, e da organização, como um todo. Acredita-se que o OGP, por seu crescente valor estratégico, pode atuar na construção da ponte entre os atores e as práticas pretendidas.

Tanto no Brasil quanto em outros países, a prática de RSE tende a ser reflexo de movimentos demandados pela sociedade como ações críticas ao modelo implementado pelas empresas, notadamente após a explosão do processo de globalização, onde fronteiras foram derrubadas, deixando de ser um obstáculo às pretensões corporativas (ASHLEY, 2005), impulsionando a sociedade a exigir das empresas tratamento diferenciado em termos de retorno às demandas sociais, muitas vezes, provocadas ou intensificadas pela queda das fronteiras econômicas. Em razão da globalização, as empresas se tornaram não apenas mais poderosas, mas, também, mais visíveis. Contudo, essa maior visibilidade veio associada a um novo contexto institucional, em que fatores como maior regulamentação e maior nível de conscientização dos indivíduos impuseram certas pressões. Nesse cenário, verifica-se um maior nível de exigência por parte da sociedade e dos *stakeholders* organizacionais em relação às ações empresariais. Melo Neto e Froes (2004, p. 6) admitem que “sem o Estado, que perdeu tamanho e força, e sem sociedade, subjugada pelos interesses das empresas transnacionais e pela ótica do mercado, os problemas sociais tendem a atingir limites intoleráveis”, provocando a reação das massas em direção às empresas, com vistas a amenizar tais desequilíbrios.

É neste complexo contexto que se instauram, contemporaneamente, as ações de RSE. Algumas empresas começaram, então, a agir de forma proativa, estimuladas por seus valores e crenças ou, ainda, pela orientação de seus líderes. Muitas outras em reação a estímulos externos, de diversas naturezas. Foram, em geral, impelidas a agir, como forma de atenuar o atual estado de carências sociais, inclusive no Brasil, abrindo espaço para



questionamentos diversos. Discute-se, por exemplo, quanto ao alcance destas ações. Em geral, seriam ações meramente filantrópicas que não respondem aos anseios da sociedade? No campo em que se insere esta questão, há um hiato entre filantropia e ações de responsabilidade social. Rechaça-se a idéia de que ações de boa vontade, calcadas em atos de generosidade, mas efêmeras e temporais, surtirão os efeitos que o amplo conceito de responsabilidade social contempla. Melo Neto e Froes (2004, p. 26), por exemplo, ao fazer um comparativo entre duas afirmam que a responsabilidade social é diferente:

Tem a ver com a consciência social e o dever cívico. A ação de responsabilidade social não é individual. Reflete a ação de uma empresa em prol da cidadania. A empresa que a pratica demonstra uma atitude de respeito e estímulo à cidadania corporativa; conseqüentemente existe uma associação direta entre o exercício da responsabilidade social e o exercício da cidadania empresarial.

Diante deste cenário, e, em grande medida, em função as pressões advindas de setores, entidades e grupos diversos, muitas empresas tiveram que rever seu comportamento, de forma a conciliar seus interesses com os dos demais *stakeholders*. A sociedade, por sua vez, faz pressão para que as empresas adotem práticas ética e socialmente responsáveis. A este respeito, Cappellin *et al.* (2002, p. 257) ressaltam que “a pressão que os diversos segmentos da sociedade civil fazem a favor de regras de boa conduta já tem inspirado o estabelecimento de acordos internacionais de cooperação e linhas de crédito e financiamentos focalizados para as empresas”. Para adequar-se ao novo cenário, as empresas buscam rever seus modelos de gestão, incorporando, em sua atuação estratégica, ações de responsabilidade social.

Em síntese, verifica-se que a inserção das empresas no campo da responsabilidade social decorre de uma série de fatores, dentro os quais se ressaltam as consequências da globalização econômica e a minimização do Estado. Acerca das ações neste campo, deve-se salientar que as mesmas adquirem relevância na medida em que se tornam mais sistemáticas, diferenciando-se da filantropia, adquirindo um caráter mais estratégico. Devem ter como pressuposto o interesse coletivo e o bem-comum e como objetivo a consolidação de um comportamento que ratifique a postura ética e socialmente correta, de modo a poder contribuir para a legitimidade das ações empresariais perante todos os seus *stakeholders*. Desse modo, configura-se que a prática de RSE nas organizações tem nítida conexão com a adoção de comportamento ético, sob pena de não se consagrar a credibilidade necessária para a legitimação das ações de cunho socialmente responsáveis. Conforme Bartero (2001, p. 59), isto é devido, “pois a prática organizacional só poderá ser encontrada se começarmos pela ética”.

INDICADORES SOCIAIS DA RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

Os indicadores sociais de responsabilidade social podem ser compreendidos como instrumentos norteadores das práticas de gestão que possibilitam a mensuração do nível de responsabilidade social das empresas e, conforme Oliveira e Silva (2005), as ferramentas mais utilizadas para medir o desempenho social das organizações. Para esta pesquisa, os



indicadores utilizados são os vinculados aos temas *Valores, Transparência e Governança e Público Interno* do Instituto Ethos. Uma evidência do êxito do Instituto Ethos no cumprimento de sua missão é a evolução que se constata, em relação à quantidade de empresas que vêm obtendo sua certificação. Demonstra a crescente inserção das empresas neste campo. Contemplando um período de 10 anos (1998 até 2008), ano da pesquisa de campo, a Tabela 1 retrata esta situação, registrando que apenas em 2003 há a certificação da primeira corretora de seguros no âmbito do Instituto.

Tabela 1: Contingente de empresas listadas no Instituto Ethos (até agosto 2008)

Ano	Empresas listadas no Instituto Ethos (todos os segmentos)	Corretoras de seguros listadas
1998	61	0
1999	130	0
2000	202	0
2001	308	0
2002	413	0
2003	511	1
2004	703	3
2005	862	3
2006	1020	3
2007	1208	4
2008	1.317	4

Fonte: Instituto Ethos (2008)

O questionário dos Indicadores Ethos está organizado em sete temas e cada indicador é formado por uma questão de profundidade (Quadro 1), questões binárias (*sim* ou *não*, que visam qualificar a resposta que foi dada ao indicador de profundidade) e questões de caráter quantitativo, que tem como característica o levantamento sistemático de dados quantificáveis, que normalmente são cruzados em períodos anuais como requisito para avaliação acerca do processo evolutivo das ações de RSE no âmbito corporativo. Adicionalmente, constam do questionário, as opções “*não vemos aplicação disso em nossa empresa (justifique)*” e “*não havíamos tratado antes desse assunto*”. Estas opções visam apontar se determinados indicadores não são aplicáveis na dinâmica organizacional ou se, por outro lado, não houve debate anterior acerca da prática (indicador). Em relação às questões de profundidade, que são organizadas através de estágios, define-se para cada indicador em que



estágio se encontra a forma de gestão da empresa em relação a cada prática.

ESTÁGIO	PROFUNDIDADE / EVOLUÇÃO
1	É o estágio básico de ações da empresa, no qual ela ainda se encontra em nível reativo às exigências legais.
2	Representa o estágio intermediário de ações, no qual a empresa mantém uma postura defensiva sobre os temas, mas já começa a encaminhar mudanças e avanços em relação à conformidade de suas práticas.
3	É o estágio avançado de ações, no qual já são reconhecidos os benefícios de ir além da conformidade legal, preparando-se para novas pressões regulamentadoras no mercado, da sociedade etc. Nesse estágio, a empresa age estrategicamente em relação à responsabilidade social e desenvolvimento sustentável.
4	Representa um estágio proativo, no qual a empresa atingiu padrões considerados de excelência em suas práticas, envolvendo fornecedores, consumidores, clientes e comunidade, e também influenciando políticas públicas de interesse da sociedade.

Quadro 1 – Descrição dos 4 estágios de evolução das práticas de responsabilidade social
Fonte: Instituto Ethos (2008).

Conforme determina a lógica do questionário, apenas um dos quatro estágios deve ser escolhido, correspondendo à realidade atual da organização, e isto pressupõe que o estágio anterior foi atendido. Em relação ao tema **Valores, Transparência e Governança**, ressalta-se, inicialmente, que este é constituído por dois subtemas (auto-regulação da conduta e relações transparentes com a sociedade), desdobrando-se em seis indicadores. O tema **Público Interno** é composto de três subtemas, os quais são desdobrados em treze indicadores. Os dois temas perfazem, assim, um conjunto de dezenove indicadores (definidas como práticas de RSE).

Valores, Transparência e Governança é o primeiro tema que constitui o modelo implantando pelo Instituto Ethos (2007) para avaliar o estágio de desenvolvimento das práticas de responsabilidade social nas organizações brasileiras. De acordo com o Instituto Ethos (2007) o conceito que envolve este tema é atribuído a uma ação que se relaciona principalmente a princípios éticos. O propósito é avaliar em que dimensão se encontram as ações corporativas no tocante à sua conduta interna e em que nível é operada a sua transparência em relação à sociedade, especialmente em função da atividade objeto desta pesquisa (corretores de seguros), cujas práticas são merecedoras de constante vigilância por parte dos segurados e seguradoras. Este tópico analisa a postura da organização em relação às ações estabelecidas perante ela própria, composto de fatores como ética, lisura, valores, crenças, implementação da cultura organizacional e governança corporativa, assim como o seu comportamento em relação à sociedade, onde se averiguam as atitudes que ela mantém com os *stakeholders* e ainda se dispõe de balanço social, de forma a demonstrar o nível de aprofundamento das ações de RSE.

Em relação ao **Público Interno**, são três os subtemas que compõe este tema: Diálogo e participação, respeito ao indivíduo e trabalho decente. São tópicos que se relacionam ao ambiente interno da organização e justificam as ações que são estabelecidas principalmente perante os colaboradores. A concepção de RSE, antes de ser uma ferramenta de gestão visando também ao ambiente externo, perpassa pela necessidade de disseminação no ambiente interno como instrumento de ampliação das práticas incorporadas, reverberando,



como reflexo de uma prática admitida e legitimada, fora da organização. Para que esta condição ocorra, o público interno deverá ser alvo de detida atenção por parte da organização, uma vez que a compreensão deste acerca da relevância do processo de desenvolvimento das práticas e a incorporação, conseqüentemente, destas ações, permitirão que haja disseminação das práticas, convertendo a legitimação e a aceitação tácita em força que conduzirá a empresa a atingir seus objetivos em termos de responsabilidade social. A ação de RSE pode ser uma revolução dentro da organização, especialmente se houver aceitação por parte dos colaboradores. Isto não precisa ser de forma abrupta, pois pequenas ações ao longo do tempo significam uma revolução através da evolução. Aplica-se uma postura racional com base em decisões intersubjetivas e interpretativas como garantia para atingir o objetivo corporativo sem colocar em risco o cronograma das ações estratégicas. Empresas que atendam, parcialmente, os indicadores do Instituto Ethos (como corretoras de seguros, objeto do presente artigo) não devem ser taxadas de socialmente irresponsáveis, uma vez que determinados fatores não se aplicam a alguns segmentos avaliados pelo instituto. O Quadro 2 esclarece os subtemas e seus respectivos indicadores.

INDICADORES ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL		
TEMA	SUBTEMA	INDICADOR
VALORES, TRANSPARÊNCIA E GOVERNANÇA	Auto-regulação da conduta	Compromissos éticos
		Enraizamento na Cultura Organizacional
		Governança Corporativa
	Relações transparentes com a sociedade	Relações com a concorrência
		Diálogo e engajamento das partes interessadas (<i>stakeholders</i>)
		Balço social
PÚBLICO INTERNO	Diálogo e participação	Relações com sindicatos
		Gestão participativa
	Respeito ao indivíduo	Compromisso com o futuro das crianças
		Compromisso com o desenvolvimento infantil
		Valorização da diversidade
		Compromisso com a não-discriminação e promoção da equidade racial
		Compromisso com a promoção da equidade de gênero
		Relações com trabalhadores terceirizados
	Trabalho decente	Política de remuneração, benefícios e carreira
		Cuidados com saúde, segurança e condições de trabalho
		Compromisso com o desenvolvimento profissional e a empregabilidade
		Comportamento nas demissões
		Preparação para a aposentadoria
		Participação em projetos sociais governamentais

Quadro 2 – Temas Valores, Transparência e Governança e Público Interno dos Indicadores Ethos.
Fonte: Instituto Ethos (2007).



No movimento das ações de Responsabilidade Social Empresarial, em especial às práticas que dizem respeito aos indicadores vinculados aos temas Valores, Transparência e Governança e Público Interno é relevante que a condução do processo seja capitaneada por um departamento da empresa, o qual orientará o comportamento, tanto da organização quanto dos colaboradores. A difusão do conhecimento sobre a RSE como requisito para a obtenção da vantagem competitiva corporativa, é papel relevante que deve ser, sugestivamente, conduzido por um departamento específico. Neste sentido, dada a aderência dos subtemas às estratégias que são definidas pela cúpula organizacional e à necessidade de que os indivíduos se engajem no processo de implementação das práticas de RSE, o Órgão de Gestão de Pessoas (OGP) é o mais indicado para conduzir o processo, exceto se a empresa dispuser de departamento específico para gerenciar as ações de responsabilidade social, sendo isto o ideal. Para que as mudanças conceituais e estruturais sejam implementadas, a organização mexerá com os indivíduos que a compõe. Assim, o Órgão de Gestão de Pessoas tem papel relevante na condução desta transição, promovendo o conhecimento, a aprendizagem e, conseqüentemente, a disseminação das práticas. A partir do Órgão de Gestão de Pessoas (OGP), o compartilhamento de conhecimento sobre o tema e o engajamento gradual dos colaboradores tende a tornar a interação um requisito importante no processo de desenvolvimento das práticas, amadurecendo as ações, permitindo a incorporação deste inovador comportamento na cultura organizacional.

METODOLOGIA

Metodologia é o conjunto de métodos que permite a evolução do processo de conhecimento e concomitantemente busca a solução do problema elaborado. Os objetivos da metodologia são: assegurar que os métodos, técnicas, ferramentas e procedimentos adotados correspondam à base teórica utilizada; compreender a formulação do problema da pesquisa; revelar as limitações do estudo; utilizar meios que respondam adequadamente à inquietude do pesquisador; apresentar os resultados e, justificar as conclusões da pesquisa. A escolha da metodologia, portanto, deve estar a serviço do objeto de pesquisa. Em relação aos procedimentos metodológicos tem-se que quanto à abordagem do problema e à natureza dos dados, o estudo é de cunho quantitativo, e no tocante aos fins a pesquisa é de caráter exploratório-descritivo. Richardson (1999, p. 70) admite que o método quantitativo é “frequentemente aplicado nos estudos descritivos, naqueles que procuram descobrir e classificar a relação entre variáveis, bem como nos que investigam a relação de causalidade entre fenômenos”. Cervo e Bervian (2002, p. 67) afirmam que “os estudos descritivos, assim como os exploratórios, favorecem, na pesquisa mais ampla e completa, as tarefas da formulação clara do problema e da hipótese como tentativa de solução”, o que converge para a intenção de se buscar respostas sem haver manipulação dos fatos ou fenômenos. Quanto aos meios, trata-se de uma pesquisa bibliográfica e de campo, realizada mediante um *survey*.

Ao se investigar em que estágio se encontram as práticas de RSE nas empresas corretoras de seguros, exige-se que o pragmatismo se estabeleça, uma vez que o aspecto



exploratório e a consequente descrição das informações obtidas construirão o tecido que responderá às indagações estabelecidas. Conforme conceitua Malhortra (1999 *apud* BARROS, 2007), o método mais adequado para pesquisas de cunho descritivo é o *survey*, uma vez que, mediante um questionário e através de um recorte de determinada população, obtém-se as informações que embasarão a interpretação dos dados. O *universo* pesquisado é o das corretoras de seguros brasileiras, segmento Pessoa Jurídica e a amostra, por sua vez, corresponde às corretoras de seguros associadas ao ETHOS (base julho/2008), composta de quatro empresas: FENAE Corretora de Seguros (DF), Bórgia Corretora de Seguros (SP), Harmonia Corretora de Seguros (SP) e Companhia do Seguro (BA). Em função das posições declaradas, o autor optou por não vincular as respostas em termos de estágios à respectiva corretora de seguros, sendo utilizada uma codificação (ALFA, BETA, GAMA, DELTA) para discriminar as características de cada uma.

TEMA	TÓPICO	AUTORES
Responsabilidade Social Empresarial	Conceitos	Ashley (2005); Lima; Aligleri; Borinelli; Ashley (2005); Vieira; Carvalho (2003); Chaves; Ashley (2005); Cappelin; Giuliani; Morel; Pessanha (2002); Veloso (2005); Instituto Ethos (2007); Queiroz (2005); Certo (2005); Silva (2008); Maciel; Silva (2008); Quinello (2007); Schermerhorn; Hunt; Osborn (1999); Oliveira <i>et. al.</i> (2006)
	Correntes	Melo Neto; Froes (2004); Cappelin; Giuliani; Morel; Pessanha (2002); Karawejczyk (2004); Serpa; Fourneau (2007); Certo (2005); Montana; Charnov (2006); Ramos (1989); Cheibub; Locke (2002).
	Gênese e evolução	Melo Neto; Froes (2004); Chaves; Ashley (2005); Nardi (2004); Karawejczyk (2004); Srouf (1998); Parker (1999); Cherques (2003); Hamel (2007); Ramos (1983); Ventura (2005).
	Indicadores	Oliveira; Oliveira; Oliveira; Andrade; Marques (2006); Instituto Ethos (2007); Oliveira e Silva (2005); Queiroz (2005).
Mercado de Seguros no Brasil	Alberti (2001); Contador (2007); Costa (2001); Leopoldi (2001); Motta (2001); Povoas (2000); Rocha Filho (2003); Sarmiento (2001); Silva Filha (2006).	

Quadro 3 – Fontes bibliográficas e seus autores.

LEVANTAMENTO E ANÁLISE DOS DADOS

A pesquisa de campo junto às quatro corretoras de seguros foi realizada entre julho de 2008 e maio de 2009. Foram feitas entrevistas com base em um questionário estruturado, aplicado junto aos gestores das empresas. Na análise dos questionários, foram utilizados os recursos da planilha Excel e técnica de estatística descritiva como forma de se manusear as informações obtidas na aplicação do questionário junto aos gestores das organizações participantes da pesquisa. A utilização dessas ferramentas possibilitou a ampliação da análise com base no cruzamento dos dados dos respondentes. Deste modo, as questões foram analisadas tomando-se como referência a natureza de seus conteúdos, conduzindo-se a interpretação das informações agregadas em torno das temáticas do estudo: Responsabilidade Social Empresarial (RSE) e o segmento de corretagem de seguros.

RESULTADOS



UNIVERSIDADE ESTADUAL
VALE DO ACARAÚ
Centro de Ciências Humanas

Revista Homem, Espaço e Tempo

Outubro/2010

ISSN1982-3800

A seguir, são apresentados os resultados obtidos através da aplicação do questionário, com base nos dezenove indicadores do Instituto Ethos vinculados aos dois temas foco desta pesquisa e observando os objetivos específicos da pesquisa.

Análise das motivações para a inserção das corretoras de seguros brasileiras no movimento da Responsabilidade Social Empresarial

Este recorte da pesquisa, além de corresponder ao primeiro objetivo específico, apresenta o pensamento de cada organização em termos motivacionais em direção às práticas de responsabilidade social, e enriquece com alguns relevantes dados para compreender quem decide acerca da implementação das ações, qual o tempo de vida de cada uma delas e qual o contingente de colaboradores que cada uma dispõe para desenvolver sua atividade. O Quadro 4 faz um resumo dos pontos abordados.



QUESTÕES	ALFA	BETA	GAMA	DELTA	
20	Na sua percepção, em relação aos fatores motivadores que impulsionaram a corretora a adotar práticas de responsabilidade social, tem-se como fator de maior relevância:	Alinhamento das ações com a missão e valores/crenças da corretora.	Reconhecimento da responsabilidade da empresa perante a sociedade.	Reconhecimento da responsabilidade da empresa perante a sociedade.	Reconhecimento da responsabilidade da empresa perante a sociedade; ganhos da imagem (reputação) da empresa, alinhamento das ações com a missão e valores/crenças da corretora.
21	Em relação aos impactos decorrentes das práticas de RSE, a corretora percebe os principais resultados:	Mudança de cultura organizacional, com impactos positivos em termos motivacionais, refletindo em melhoria no desempenho da corretora, ampliando a lealdade dos colaboradores.	Mudança de cultura organizacional, com impactos positivos em termos motivacionais, refletindo em melhoria no desempenho da corretora, ampliando a lealdade dos colaboradores.	Mudança de cultura organizacional, com impactos positivos em termos motivacionais, refletindo em melhoria no desempenho da corretora, ampliando a lealdade dos colaboradores.	Melhoria na imagem da corretora em relação ao público externo, fortalecimento de sua credibilidade junto à comunidade.
25	Por que a RSE é importante para a empresa?	Contribui para o engajamento e reconhecimento do funcionário, além de contribuir para o crescimento profissional dele.	Qualifica e diferencia a empresa no mercado, além de motivar a equipe e contribuir para a formação da identidade da empresa.	Porque o Grupo estima importante ocupar um papel responsável e sustentável perante todas as suas partes interessadas.	A questão social está dentro dos valores da empresa, que busca através de práticas e ações uma maior conscientização de seus colaboradores sobre o tema. Além do envolvimento e participação ativa de seus funcionários nas ações implantadas internamente, a empresa fortalece a sua imagem
27	Quem define as políticas de RSE na corretora?	Diretor	Diretor	Um comitê estratégico de responsabilidade social que é composto pelo presidente e diretores das empresas do grupo.	Através de um comitê de RSE, formado por colaboradores de diferentes áreas, são discutidas as práticas adotadas por outras empresas e a possibilidade de implantá-las na Corretora. As ações são levadas à diretoria para aprovação e implantadas sob a supervisão das áreas de marketing e RH.



Análise do estágio de desenvolvimento das ações referentes ao tema Valores, Transparência e Governança e seus respectivos indicadores

Tem-se, aqui, o segundo objetivo específico da pesquisa. Para elaborar a Tabela 2, foram utilizados os seis indicadores relacionados ao tema Valores, Transparência e Governança. Com base na avaliação de profundidade apontada no Quadro 1, obtiveram-se os indicativos (1 a 4), identificando o estágio atual da prática, proporcionando a conversão percentual.

Tabela 2 – Demonstrativo por estágio dos resultados com base no tema Valores, Transparência e Governança (6 indicadores)

Indicador	Total de itens respondidos por estágio (mínimo de 1 e máximo de 4 respostas)					Número de indicadores (6) vezes quantidade de opções (4) (F)	Percentagem por indicador					Total por indicador (%) (G)
	1 (A)	2 (B)	3 (C)	4 (D)	Não dispõe ou não se aplica (E)		A/F	B/F	C/F	D/F	E/F	
1	4	-	-	-	-	24	,16	-	-	-	-	16,67%
2	3	1	-	-	-		,12	,04	-	-	-	16,67%
3	2	-	-	-	2		,08	-	-	-	,08	8,33%
4	3	-	-	1	-		,12	-	-	,04	-	16,67%
5	4	-	-	-	-		,16	-	-	-	-	16,67%
6	-	1	-	-	3		-	,04	-	-	,12	4,17%
Total em % por estágio	16	2	-	1	5							
	66,67	8,33	0,0	4,17	20,83							100,00%

Fonte: Dados da pesquisa de campo (2008/2009).

Análise do estágio de desenvolvimento das ações referentes ao tema Público Interno e seus respectivos indicadores

Para construir a Tabela 4, correspondendo às questões 7 a 19 do questionário, foram utilizados os treze indicadores relacionados ao tema Público Interno (Quadro 2). Semelhante ao tema predecessor, e com base na avaliação de profundidade apontada no Quadro 1, também foram considerados os conceitos de mensuração do estágio de desenvolvimento da prática. Deste cruzamento, obtiveram-se os indicativos (1 a 4), cada um identificando o estágio atual da prática. Este recorte corresponde ao terceiro objetivo específico do presente estudo. A Tabela 3 reflete os resultados em termos percentuais.



Tabela 3 – Demonstrativo por estágio dos resultados com base no tema Público Interno (13 indicadores)

ESTÁGIO	Total de itens respondidos por estágio (mínimo de 1 e máximo de 4 respostas)					Número de indicadores (13) vezes quantidade de opções (4) (F)	Percentagem por indicador					Total por indicador (%) (G)
	1	2	3	4	Não dispõe ou não se aplica (E)		A/F	B/F	C/F	D/F	E/F	
	(A)	(B)	(C)	(D)								
7	1	3	-	-	-	52	,02	,06	-	-		15,38%
8	2	2	-	-	-		,04	,04	-	-	-	15,38%
9	4	-	-	-	-		,08	-	-	-	-	15,38%
10	4	-	-	-	-		,08	-	-	-		15,38%
11	3	1	-	-	-		,06	,02	-	-	-	15,38%
12	4	-	-	-	-		,08	-	-	-	-	15,38%
13	4	-	-	-	-		,08	-	-	-	-	15,38%
14	3	1	-	-	-		,06	,02	-	-	-	15,38%
15	1	1	2	-	-		,02	,02	,04	-	-	15,38%
16	4	-	-	-	-		,08	-	-	-	-	15,38%
17	-	2	2	-	-		-	,04	,04	-	-	15,38%
18	4	-	-	-	-		,08	-	-	-		15,38%
19	2	1	-	-	1		,04	,02	-	-	,02	11,54%
Total em % por estágio	69,23	21,15	7,70	0,0	1,92	100,00%						

Fonte: Dados da pesquisa de campo (2008/2009).

Identificando as contribuições do Órgão de Gestão de Pessoas (OGP) para o desenvolvimento das práticas de responsabilidade social

Abrindo o quarto e último objetivo específico, que diz respeito à contribuição do Órgão de Gestão de Pessoas (OGP) para a disseminação das práticas de RSE no âmbito organizacional, algumas posições apontam a realidade das organizações em termos da importância de um departamento específico para orientar e comandar as ações de forma pragmática, como requisito para a disseminação das práticas. Das quatro corretoras pesquisadas, duas não têm um órgão que possa contribuir para as ações de RSE. As empresas GAMA e DELTA possuem um OGP, mas eles atualmente não se envolvem nas decisões



sobre o tema. As empresas ALFA e BETA utilizam organismos externos (Instituto Ethos, por exemplo) como referencial para orientação sobre as práticas de responsabilidade social.

RESULTADOS E CONSIDERAÇÕES FINAIS

Responsabilidade Social Empresarial (RSE) se fundamenta num conjunto de princípios, práticas, posturas e ações que, funcionando sinérgica e complementarmente, e obedecendo à orientação estratégica corporativa, consubstanciam em dimensão satisfatória os fins almejados na cultura organizacional, provocando os resultados desejados em relação ao conjunto dos *stakeholders*. O comportamento da organização em direção às práticas de RSE está embasado em aspectos puramente decisórios, uma vez que constitui o pilar que assegura que os objetivos corporativos estão sendo regularmente concretizados e, como tal, deve repercutir positivamente nos resultados pretendidos, com base no desenho estratégico montado e estabelecido como fonte norteadora para as ações de cunho social.

No âmbito do tema *Valores, Transparência e Governança*, percebe-se que 2/3 das práticas estão alocadas no estágio 1, enquanto que aproximadamente 21% das práticas não são aplicadas ou não são dispostas pelas organizações pesquisadas. É no indicador *enraizamento da cultura organizacional*, subordinado ao subtema auto-regulação da conduta, que se percebe uma concentração maior das práticas de responsabilidade social, identificando que as ações neste campo passarão pela mudança no paradigma cultural da organização, obtido mediante a legitimação das ações implementadas. Nos indicadores *compromissos éticos e diálogo e engajamento das partes interessadas (stakeholders)*, as quatro empresas admitem que concentram seus esforços no estágio 1, apontando que há muito a ser melhorado nestes indicadores. Em relação ao indicador *Governança Corporativa*, duas corretoras não dispõem desta ferramenta e as demais estão no estágio 1, ainda em caráter inicial da prática. Exceto a empresa GAMA, que se identifica em nível intermediário (estágio 2), as demais não possuem ainda *Balanco Social*, indicando que há um caminho extenso a ser percorrido nesta área. No tema retrocitado, como visto, percebe-se que as ações ainda são pontuais, carecendo de eficácia e avanços que assegurem a sustentabilidade do processo de disseminação das práticas de RSE, de modo a torná-lo independente e autônomo.

No tocante ao tema *Público Interno*, verifica-se forte concentração das práticas de RSE nos estágios 1 e 2, representando pouco mais de 90% das ações vinculadas aos indicadores pertinentes ao tema. Nota-se que o indicador *compromisso com o desenvolvimento profissional e empregabilidade* é o que dispõe de maior destaque dentre os demais, uma vez que metade das empresas pesquisadas já realiza práticas em nível do estágio 2 e a outra metade está alocada no estágio 3, que representam níveis mais avançados desta prática. Embora metade das empresas pesquisadas não distribua lucros, observa-se que há uma tendência para o estabelecimento de uma política de remuneração, benefícios e carreira mais avançada, caracterizando preocupação das organizações neste item. Imperioso destacar que a existência do OGP – Órgão de Gestão de Pessoas em duas empresas pode contribuir



para a disseminação deste indicador, não obstante a outra metade das organizações ressaltar que o OGP é relevante na disseminação de todas as práticas de responsabilidade social.

Nesta linha, tem-se que o OGP, embora seja considerado um órgão de importância para a consecução de ações, notadamente em relação aos indicadores do tema *Público Interno*, ainda carece de maior envolvimento com as práticas como vetor de disseminação das ações no âmbito interno. Prova disso é que algumas empresas apontaram que há empecilhos para a sistematização das práticas de RSE e que tal fator deve-se, em parte, à falta de engajamento dos colaboradores, circunstância que poderá ser redefinida se o OGP se mantiver ágil na condução das políticas de implementação das ações.

Interessante ponto é importante destacar em relação à premissa da RSE em sua dimensão clássica, preconizada por Milton Friedman. Na pesquisa de campo, vê-se que 75% das corretoras desconstruem o ponto de vista de Friedman ao assumirem que a empresa deve assumir um papel social complementar às ações do Estado, significando que as organizações já percebem a necessidade de apoiar, incentivar e praticar medidas de cunho social, objetivando mitigar os desequilíbrios que há no tecido da sociedade. Resgata-se do levantamento feito que 50% das corretoras pesquisadas afirmam que o engajamento dos colaboradores contribuiria para a disseminação das práticas de responsabilidade social. Duas delas (ALFA e BETA), todavia, não dispõem de Órgão de Gestão de Pessoas, o que provavelmente tornará o objetivo mais complexo, representando um complicador visando à disseminação de tais ações. Por outro lado, embora 50% das corretoras pesquisadas disponham de um Órgão Gestor de Pessoas, apenas a empresa DELTA admite utilizar a área como elemento disseminador das práticas de RSE no âmbito organizacional. Compreende-se a importância de um Órgão de Gestão de Pessoas (OGP) no contexto corporativo, pois esta estrutura certamente constitui um instrumento para a cooptação e o convencimento dos colaboradores em direção às práticas de responsabilidade social. É quase unânime que o OGP é um órgão que detém legitimidade para coordenar as ações relacionadas ao movimento da responsabilidade social, contribuindo para a formação de uma nova cultura corporativa, reiterando o quarto objetivo específico desta pesquisa.

Portanto, analisando os resultados da pesquisa, observa-se em que estágio estão as práticas de RSE no âmbito das corretoras de seguros listadas pelo Instituto Ethos (2007), no tocante aos indicadores vinculados aos temas *Valores, Transparência e Governança* e *Público Interno*. O estágio 1, que representa um nível básico de ações de RSE, no qual a empresa ainda se encontra em patamar reativo às exigências legais, aponta uma forte concentração, o que significa que as práticas de RSE nas empresas pesquisadas se mantêm em condição incipiente, requerendo ações mais eficazes. Os números obtidos na pesquisa apontam que as práticas de RSE no campo das corretoras de seguros brasileiras ainda carecem de intensificação.

Afere-se, desta forma, que o segmento de corretagem de seguros, não obstante sua relevância no processo de consolidação do setor, ainda não atingiu a maturidade necessária para ser



admitido como uma área capaz de contribuir eficazmente com o estágio evolutivo da responsabilidade social no país, ou seja, há timidez no setor para enveredar na área da RSE.

REFERÊNCIAS

ASHLEY, Patrícia A. A mudança histórica do conceito de responsabilidade social empresarial. In: ASHLEY, Patrícia A. (coord). **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 2. ed. P. 44-65. Rio de Janeiro: Saraiva, 2005.

BARROS, Cristiane S. **Responsabilidade social interna e comprometimento organizacional**: um estudo comparativo em empresas cearenses. Dissertação (mestrado em Administração). Mestrado Profissional em Administração. Universidade Federal do Ceará. Fortaleza: UFC, 2007.

BARTERO, Carlos O. Nota técnica: A coruja de minerva: Reflexões sobre a teoria na prática. In: CLEGG, Stewart R.; HARDY, Cynthia; NORD, Walter R. **Handbook de estudos organizacionais**. Reflexões e novas direções. Vol. 2. P. 57-60. São Paulo: Atlas, 2001.

CAPPELLIN, Paola; GIULIANI, Gian M.; MOREL, Regina; PESSANHA, Elina. As organizações empresariais brasileiras e a responsabilidade social. In: KIRSCHNER, Ana M.; GOMES, Eduardo R.; CAPPELLIN, Paola. (org.). **Empresa, empresários e globalização**. P. 253-277. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

CERVO, Amado L.; BERVIAN, Pedro A. **Metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

INSTITUTO ETHOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL.
www.ethos.org.br. 2007.

INSTITUTO ETHOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL.
www.ethos.org.br. 2008.

MACIEL, Cristina M.; SILVA, Arlindo F. **Revista de Administração Contemporânea**. Associação nacional de pós-graduação e pesquisa em administração Vol. 12, n. 1, jan/mar. 2008, p. 35-58. Rio de Janeiro: ANPAD, 2008.

MELO NETO, Francisco P. de; FROES, César. **Gestão da responsabilidade social corporativa**: o caso brasileiro. 2. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.

OLIVEIRA e SILVA, Suely Mendonça de. **As práticas de responsabilidade social corporativa e seus impactos no comprometimento do funcionário com a empresa**: uma análise em empresas cearenses de serviços. Dissertação (Mestrado em Administração).



UNIVERSIDADE ESTADUAL
VALE DO ACARAÚ
Centro de Ciências Humanas

Revista Homem, Espaço e Tempo

Outubro/2010

ISSN1982-3800

Programa de Pós-Graduação em Administração. 194p. Universidade Federal do Ceará. Fortaleza: UFC, 2005.

RICHARDSON, Roberto J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SILVA FILHA, Therezinha V. **Responsabilidade social empresarial no mercado de seguros brasileiro: influências culturais e implicações relacionais**. Dissertação (mestrado em Administração). FGV. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

VENTURA, Elvira C. F. **Dinâmica de institucionalização de práticas sociais: estudo da responsabilidade social no campo das organizações bancárias**. Tese (Doutorado em Administração). FGV. São Paulo: FGV, 2005.