

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

LUDIMILA SOUSA MARTINS VAZ DE LIMA

A AVALIAÇÃO DA ÉTICA NO RAMO SEGURADOR: COMO O COMPORTAMENTO
DO LÍDER INFLUENCIA O COLABORADOR

CURITIBA

2014

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

LUDIMILA SOUSA MARTINS VAZ DE LIMA

A AVALIAÇÃO DA ÉTICA NO RAMO SEGURADOR: COMO O COMPORTAMENTO
DO LÍDER INFLUENCIA O COLABORADOR

Monografia apresentada ao departamento de Contabilidade, do setor de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal do Paraná, como requisito para obtenção do título de especialista em Gestão de Negócios.

Orientador: Luiz Rogério Farias

CURITIBA

2014

“Nem tudo que eu quero eu posso; nem tudo que eu posso eu devo; e nem tudo que eu devo eu quero. Você tem paz de espírito quando aquilo que você quer é ao mesmo tempo o que você pode e o que você deve.”

(Mario Sérgio Cortella)

RESUMO

O objetivo do presente trabalho é analisar de que maneira a influencia do comportamento ético, ou não, do líder impacta no comportamento dos colaboradores vinculados a ele. O referencial teórico inicia com o conceito e teorias da ética, ressaltando o significado da ética e sua importância no âmbito empresarial. A pesquisa, de natureza qualitativa e exploratória, foi realizada através do método qualitativo, com a aplicação de pesquisas semi estruturadas, em corretoras pessoa jurídica do estado do Paraná, com 94 funcionários. Os resultados apontam a ética do líder como fator motivador na organização, evidenciando que o bom exemplo e comportamento ético do mesmo impacta positivamente na produção e também no emocional dos colaboradores. Conforme dados coletados, a ética é imprescindível para qualquer ambiente organizacional. Considera-se assim que liderança com princípios é um pressuposto básico para que haja colaboradores satisfeitos e que acreditem na empresa.

Palavras chave: ética, seguro, liderança, influencia.

ABSTRACT

The study objective is to analyze how the influence of ethical behavior, or not, of the leader impacts on the employees that are linked to him. The theoretical mark starts with the ethics concept and theories, emphasizing its meaning and importance on the organizational ambit. The research, from qualitative nature and exploratory, was performing using qualitative methods with the application of semi-structured questionnaire, on juridical brokers at the state of Paraná, with 94 employees of it. The results appoint the leader ethics as a motivator factor inside the organization, evidencing that good examples and leadership founded on ethical behavior impacts positively on the production and also on the emotional of the employees. According to the data collected, the ethic is vital to any organizational environment. It is therefore considered that the leadership based on principles is a basic conjecture there to be satisfied employees that believe on the company.

Key words: ethic, insurance, leadership, influence.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 01: Ética x Moral.....	14
FIGURA 2: LIDERANÇA EFICAZ.....	25
FIGURA 3: TIPOS DE LIDERANÇAS.....	25
FIGURA 4: FATURAMENTO MERCADO DE SEGUROS – BRASIL.....	28
FIGURA 5: SISTEMA NACIONAL DE SEGUROS PRIVADOS.....	29
FIGURA 6: CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO – SEGUROS.....	30
FIGURA 7: RAMOS DE SEGUROS.....	33

LISTA DE TABELAS

TABELA 1: FATORES QUE INFLUENCIAM A CONDUTA ÉTICA.....	37
--	----

SUMÁRIO

1	DESCRIÇÃO DA SITUAÇÃO PROBLEMA	6
2	QUESTÃO DE PESQUISA	8
3	OBJETIVOS.....	8
3.1	OBJETIVO GERAL	8
3.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	8
3.3	HIPÓTESES.....	8
4	ASPECTOS METODOLÓGICOS	9
4.1	Tipologia da pesquisa	9
4.2	Procedimentos de pesquisa	10
5	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	10
5.1	ÉTICA.....	10
5.2	ÉTICA EMPRESARIAL	15
5.3	GESTÃO DE PESSOAS	19
5.4	LIDERANÇA.....	21
5.5	ÉTICA E GESTÃO DE PESSOAS	26
5.6	EVOLUÇÃO DO SEGURO NO BRASIL	27
6	ANÁLISE DE DADOS	35
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	41
	REFERÊNCIAS.....	43
8	APÊNDICES	47

1 DESCRIÇÃO DA SITUAÇÃO PROBLEMA

No mundo capitalista onde a sociedade encontra-se inserida, a busca pelo lucro torna-se um pressuposto dentro de qualquer empresa ou corporação. Em um cenário em que o mercado é altamente competitivo, as empresas lutam para se manter e conquistar uma boa posição dentro dos negócios. Para isso faz-se necessário que sejam realizados investimentos, principalmente, em marketing e tecnologia. De modo que os desejos das pessoas sejam induzidos àquilo que a empresa busca ofertar, ou seja, os consumidores devem sentir 'necessidade' de usufruir o produto que lhe está sendo oferecido pelo empreendimento aumentando, assim, o lucro da empresa. Para que esse objetivo seja alcançado, muitas vezes, as pessoas são de certa forma 'exploradas', visando o tal cobiçado lucro para a corporação.

Devido à grande competição do mercado capitalista, as pessoas acabam contaminadas pela ambição, o que as induz, de certa forma, ao comportamento de competição dentro da própria organização e entre colegas de trabalho. Nesse sentido, discórdia, conflito de interesses e até mesmo corrupção são "sintomas" causados pela atribulação e a competitividade, cada vez mais presentes, no mercado. Logo, o que deveria unir as pessoas em torno de um só objetivo dentro da organização acaba as tornando-as rivais. Tourinho (1982) e Sousa; Bastos (2002) discutem que a lealdade é um fator relevante quando o foco principal é o relacionamento entre os funcionários de uma empresa. Dentro dessa conjuntura, o mundo capitalista, a corrida para o sucesso, a busca do status, muitas vezes, apresentam-se como itens influenciadores para a falta de lealdade, bem como, para a emissão de comportamentos inadequados, os quais, geralmente, trazem a corrosão das relações.

A partir da situação exposta, pode-se perceber que cada vez mais encontram-se casos de lideranças que não agem de acordo com preceitos da ética necessários para se conduzir tanto o negócio, quanto as pessoas nele inseridas. Por conseguinte, esse comportamento inadequado pode ser explicado pela educação, e até mesmo pelo ambiente em que a pessoa está inserida. Para Ribas (2007), "(...) a ética é relacionada aos valores que cada pessoa adquire no "berço", ou seja, às influências que teve em sua vida, quer seja na família à qual pertence, na classe

econômica a que está associada, quer à raça, à religião ou ao país em que nasceu. Essas chamadas condições fazem com que cada pessoa tenha valores e posicionamentos diferentes.”

Diversos estudos apontam que o líder influencia de maneira direta o liderado. Sendo assim, de acordo com Ferreira (2012, p.30), “O comportamento do líder, responsável por levar os colaboradores a aderirem aos objetivos, políticas e missão da organização, direciona-os com base no prestígio pessoal. O líder gera o sonho e, por isso, tem a capacidade de incentivar as pessoas.” Para Haggai (1990), “liderança é o esforço de exercer conscientemente uma influencia especial dentro de um grupo no sentido de levá-lo a atingir metas de permanente benefício que atendam as necessidades reais do grupo”.

Nessa perspectiva, o comportamento antiético compromete a toda empresa, podendo deformar virtudes e fazer com que haja quebra dos princípios morais de seus colaboradores, como também causando a insatisfação e desmotivação daqueles que não se adaptem ao ambiente.

Dentro dessa conjuntura, a ética é vista hoje como um valor essencial nas empresas. Assim pode-se salientar que no ramo segurador não poderia ser diferente, visto principalmente que há um grande fluxo de dados sigilosos e relacionamento interpessoal. Como cita Queiroz (2010, p.11) “O conceito inicial da atividade seguradora está relacionado ao mutualismo e a boa-fé, ou seja, é feita a partilha de um risco futuro e incerto entre muitos, fazendo com que este deixe de ser individual e se torne coletivo.”.

Com tudo que foi discutido até o presente momento, pode-se afirmar que a presente pesquisa foi motivada em consequência da percepção quanto à insatisfação dos colaboradores, na área securitária, em frente a algumas atitudes e decisões de seus líderes. A insatisfação pode ser acarretada a partir das seguintes situações: promoção de funcionários sem justificativa, contratações, negócios ilícitos. Nessa conjuntura, o comportamento considerado inadequado nessa percepção, acaba sendo associado à imagem não só do líder, mas também da empresa, o que faz com que os colaboradores questionem a posição ética da corporação.

2 QUESTÃO DE PESQUISA

Como os colaboradores percebem a liderança ética ou não ética dentro das instituições vinculadas ao segmento segurador do Brasil?

3 OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GERAL

Demonstrar a influencia e importância dos líderes que preservam a ética no trabalho e os efeitos resultantes dessa prática.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar como a ética é percebida nos relacionamentos organizacionais.
- Analisar como a percepção da ética influencia emocionalmente os colaboradores.
- Mensurar qual a importância da ética para o segmento segurador.
- Identificar se há posicionamento ético dos líderes através da visão dos colaboradores.
- Apresentar os resultados da aplicação da cultura ética nas instituições alvo do trabalho.

3.3 HIPÓTESES

- Ela é percebida através de exemplos e do conhecimento intrínseco de cada pessoa; aquilo que ela acha justo e certo.
- A ética impacta no emocional principalmente daqueles que a seguem a risca, causando sentimentos como: satisfação, raiva, descontentamento, alegria, orgulho, tristeza, desprezo.
- De extrema importância.

- Divergência de opiniões: percepção tanto de posicionamento ético quanto não ético.

4 ASPECTOS METODOLÓGICOS

Com todos os aspectos acima salientados, cabe nesse tópico detalhar os procedimentos metodológicos a serem empregados na referida pesquisa.

4.1 Tipologia da pesquisa

Primeiramente, ao que se refere à abordagem do problema, pode-se afirmar que a mesma quanto a sua natureza se caracteriza como uma pesquisa qualitativa, de acordo com Neves (1996, p. 1) “Tem por objetivo traduzir e expressar o sentido dos fenômenos do mundo social; (...) Em certa medida, os métodos qualitativos se assemelham a procedimentos de interpretação dos fenômenos que empregamos no nosso dia a dia (...)”. Com relação aos objetivos da pesquisa, pode-se afirmar que a mesma será de caráter exploratório, pois como pondera Gil (2009, p.27) “Pesquisas exploratórias são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato. Este tipo de pesquisa é realizado especialmente quando o tema escolhido é pouco explorado e torna-se difícil sobre ele formular hipóteses precisas e operacionalizáveis.”.

Ao que se refere aos procedimentos de pesquisa a serem utilizados, tem-se a pesquisa bibliográfica, documental e o levantamento de campo, sendo que a primeira permite um grau de amplitude de pesquisa maior do que aquela que o pesquisador poderia pesquisar diretamente (GIL, 2009). Os temas a serem pesquisados para dar base ao referencial teórico da pesquisa são os seguintes: ética, ética empresarial, a evolução do seguro no Brasil, liderança e ética na gestão de pessoas. Já a pesquisa documental se baseia na análise em materiais que podem ser reelaborados, como o caso dos códigos de ética utilizados como base de dados para o alcance dos objetivos desta pesquisa. O levantamento de campo, de acordo com GIL (2009), se caracteriza pela pesquisa direta com as pessoas ao qual o comportamento queremos conhecer, sendo que esta pesquisa sobre a influencia

dos líderes será aplicada apenas nas corretoras (pessoa jurídica) da cidade de Curitiba, o que nos permite um aprofundamento no estudo.

4.2 Procedimentos de pesquisa

Quanto aos critérios de seleção da amostra, coleta e análise de dados, a primeira será baseada na amostra não probabilística, onde depende do pesquisador ou entrevistador a seleção do subgrupo da população a compor a amostra. Já a coleta de dados terá enfoque qualitativo, onde serão utilizados questionários abertos, entrevistas em grupo e a observação.

Por fim, os resultados obtidos com a pesquisa serão analisados, com o objetivo de resumir e organizar os dados para que sejam encontradas respostas ao problema proposto pelo presente projeto e após isso interpretados, mediante a ligação feita com o marco teórico levantado, objetivando o sentido mais amplo das respostas (GIL, 2009).

5 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para uma melhor compreensão do que foi proposto, o marco teórico da presente pesquisa abordará algumas temáticas relevantes, sendo as quais: ética, ética empresarial, a evolução dos seguros no Brasil, liderança, gestão de pessoas e ética na gestão de pessoas.

Nesse sentido, o primeiro tópico abordará as questões relacionadas, de maneira direta, a ética e suas interfaces dentro da sociedade.

5.1 ÉTICA

Para compreendermos melhor a ética e seus vieses, faz-se necessário entender, de maneira abrangente, seus conceitos. Logo, para Vidari (*apud* SÁ, 2001, p. 44) a ética pode ser considerada “a ciência que, tendo por objeto essencial o

estudo dos sentimentos e juízos de aprovação e desaprovação absoluta realizados pelo homem a cerca da conduta e da vontade (...).”

Mello (2007), nessa perspectiva, define genericamente a ética como estudo da moral, e da razão de ser de um indivíduo. Enquanto, Singer (*apud* MELLO, 2007, p.21) defende que “a ética pode ser um conjunto de regras, princípios ou maneiras de pensar que guiam ou chamam a si a autoridade de guiar, as ações de um grupo em particular (moralidade) ou é o estudo sistemático da argumentação sobre como nós devemos agir (filosofia moral)”.

Nesse âmbito, segundo Moreira (2002), ética é a educação de nosso caráter, temperamento ou vontade pela razão, em busca de uma vida justa, bela e feliz, que estamos destinados por natureza, ou seja, ética é o processo consciente que nos ajuda a escolher entre vícios e virtudes, entre o bem e o mal. É a predisposição habitual, motivada pela vontade de fazer o bem.

De acordo com Mello (2007), quando se discutem questões relacionadas a ética, devem-se priorizar o respeito mútuo, a justiça, o diálogo e a solidariedade, para que, dessa modo, seja propiciado no local de trabalho momentos de liberdade para permitir orientar, analisar, julgar, criticar as ações pessoais, coletivas e política na direção da democracia.

Nesse sentido, deve-se apontar o que Zajdsznajder (1994, p.21) salienta em seus estudos quando analisa que a:

Ética, mais do que um discurso é um modo de fazer as coisas, um modo de decidir. Embora não possamos dizer que a ética é uma questão de intuição – do que é certo ou do que é errado, por exemplo -, com frequência podemos afirmar que sentimos que a coisa correta foi feita ou não foi feita.

Logo, cabe destacar que a partir dos distintos conceitos abordados, pode-se inferir que a ética envolve a aprovação e desaprovação da ação dos homens, questionando o valor das atitudes honestas, ou seja, ela enfatiza a prática do bem, para promover a felicidade.

Segundo os autores Shermerhorn & Hunt & Osborn (1999), os conceitos que a sociedade conhece como éticos são oriundos das experiências e do conhecimento que adquiridos no cotidiano. Eles propõem cinco teorias sobre a formação desses conceitos, sendo as quais: do fundamentalismo, do utilitarismo, a Kantiana, construalista e do relativismo. Nesse sentido, cabe destacar as características

dessas teorias: a primeira, o fundamentalismo, diz que a ética é obtida de fontes externas, como livros e bíblia, fazendo com que o indivíduo encontre o certo e o errado por si mesmo. O utilitarismo propõe que através de fatos o indivíduo pode analisar e escolher o que é mais ético de acordo com o tamanho do bem que aquilo traz e não com o número de pessoas beneficiadas. A teoria Kantiana sugere que os indivíduos devem se comportar de acordo com conceitos universais, porém há dificuldade para definir quais são estes. A construalista parte do pressuposto que o indivíduo aceitou a obrigação de se comportar de acordo com regras morais para a harmonia do grupo social. E por fim, o relativismo parte de que cada pessoa deve decidir o que é e não é ético de acordo com suas próprias convicções, o que mostra que o que pode ser ético para um pode não ser para outro ser humano.

Nesta conjuntura, a família é considerada o ponto de partida para uma sociedade eticamente equilibrada, pois é nela que o indivíduo tem seus primeiros e mais importantes contatos com os valores morais que irão norteá-lo pra toda a vida. Assim, indivíduos que vem de famílias onde o amor é ensinado e vivido, onde o certo e o errado estão bem definidos, tem muito mais chances de estabelecer e praticar valores éticos na sociedade do que outro indivíduo vindo de lares desestruturados (NALINI, 2004).

Portanto, a formação ética precisa de um ambiente sadio, que exale práticas do bem. Sendo que para essas práticas serem consideradas do bem, faz-se necessário que o indivíduo conserve seus valores, sem produzir malefícios a seus semelhantes nem a si, baseando-se no respeito mútuo e próprio. Para Teixeira (1998, p.91), “O homem viver em sociedade significa que o homem está unido a outros homens e o ato dessa ligação implica em que ele tenha de estabelecer regras de convivência, regras de conduta”.

Por conseguinte, as questões relativas à emoção é um fator que não pode ser deixado de lado na ética, afinal é ela que motiva a ação, podendo influenciar positiva, e até mesmo negativamente a qualidade da ética. Nesta perspectiva, para Sá (2000, p.102), “Razão e sentimento são independentes, mas precisam estar harmonizados para a eficácia da conduta”. Podendo-se afirmar que para a evolução da conduta ética é necessário que haja controle do indivíduo sobre as suas emoções. A existência dentro de um grupo social gera emoções que acabam nos direcionando, “(...) a boa conduta só se realiza na vida social. (...) muitas vezes é necessário ceder e abrir mão do nosso egoísmo em prol da coletividade, ou seja,

dos ambientes em que vivemos (família, escola, empresa, etc.).” (ALENCASTRO, 2010 , p.100).

Podemos definir a emoção como uma experiência subjetiva, associada ao temperamento, personalidade e motivação. Coordenadas as emoções de maneira equilibrada é o que traz a boa conduta, o que conhecemos como inteligência emocional e que guia para o equilíbrio ético.

Ainda para Alencastro (2010), as necessidades individuais de cada ser humano precisam ser atendidas para que a motivação básica do seu comportamento seja atendida. Caso contrário, o comportamento se modifica, devido às emoções negativas manifestadas nele (raiva, frustração, tristeza, etc.) e isso leva o indivíduo a tomar novas atitudes, muitas vezes usando agressividade e violência.

De acordo com Sá (2007), “Não são poucas as coisas reconhecidas como certas, mas praticadas parcialmente ou até omitidas na prática. Entre o valor aceito e aquele utilizado para agir pode existir uma expressiva diferença. Quando as emoções são mais as do instinto que da razão normalmente se derrota a estrutura consciente.” Pensemos no exemplo de um indivíduo que, vendo a mulher adoecer, sem ter a possibilidade de comprar medicamentos, decide assaltar uma farmácia de forma a resolver o problema. Perante uma situação de vida ou morte, o sujeito é confrontado com um dilema moral: ou segue as leis e a ética, respeitando as regras definidas pela sociedade e assiste impotente ao sofrimento de alguém que ama, ou por outro lado, opta por infringir uma lei, privilegiando os princípios éticos escolhidos por si próprio e que colocam a vida humana e a preocupação com o outro em primeiro lugar na sua lista de prioridades. As pessoas seguem muito mais as suas intuições / emoções morais, do que propriamente as reflexões morais (pensar, refletir).

Outro assunto a ser debatido dentro da ética é a moral, pois segundo Monteiro e Chacon (2005), é comum que empregue-se o conceito da ética e da moral como sinônimos e até mesmo, a ética ser definida como o conjunto das práticas morais de uma determinada sociedade ou como os princípios que norteiam essas práticas. Logo, cabe destacar que a ética se diferencia da moral visto que a primeira é a ciência do comportamento moral dos homens em sociedade e a segunda quer dizer costume, ou regras que foram adquiridas de acordo com o passar do tempo.

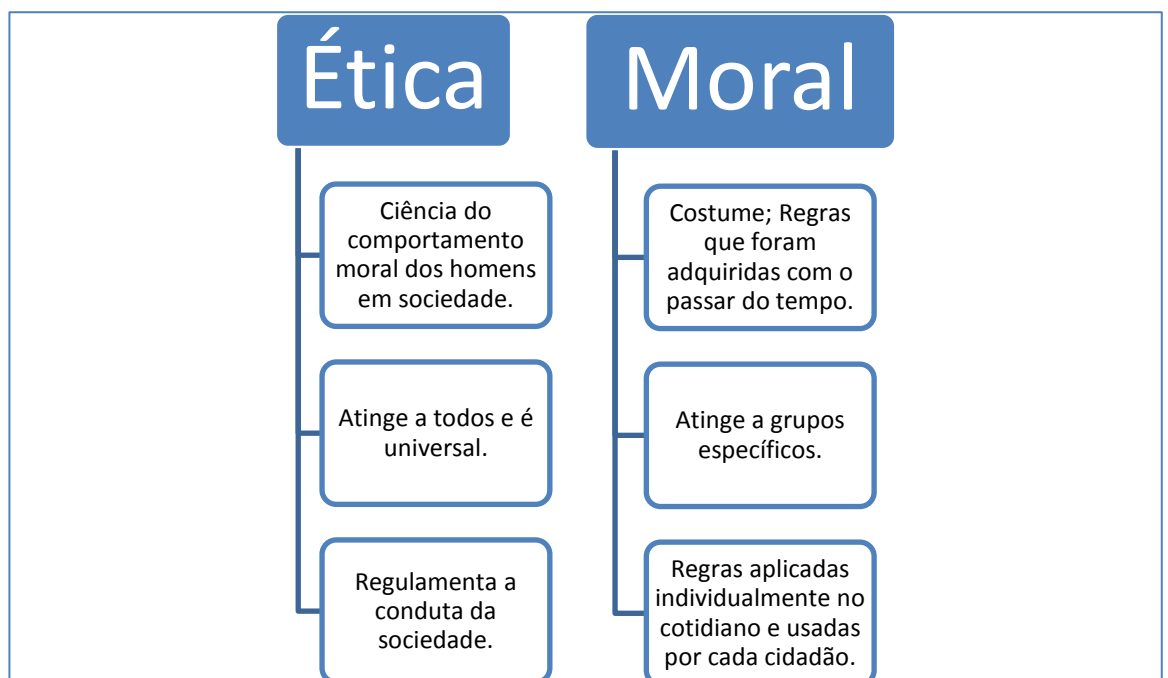
Além do que foi salientado, Lisboa (1997, p. 24) discorre que:

A moral, como sinônimo de ética, pode ser conceituada como o conjunto das normas que, em determinado meio, granjeiam a aprovação para o comportamento dos homens. A ética, como expressão única do pensamento correto, conduz à ideia da universalidade moral, ou ainda, à forma ideal universal do comportamento humano, expressa em princípios válidos para todo pensamento normal e sadio.

A partir do que foi discutido dentro do que é ética e moral, cabe frisar que quando se contesta entre o que é o certo ou errado, sendo este o problema a ser discutido, de maneira central, o problema possui um viés teórico, isto é, o mesmo é uma indagação ética. Todavia, passa-se para a ação tem-se a figura moral.

A Figura 01 apresenta as principais diferenças entre a ética e a moral, para que dessa forma, possa-se adquirir uma compreensão mais abrangente do que vem ser esse cenário, principalmente, quando se discute as empresas, além da sociedade.

FIGURA 01: Ética x Moral



FONTE: A Autora, 2014.

Com tudo que foi discutido sobre as definições e características da ética como um conceito no todo, cabe abordar no tópico a seguir as questões relacionadas, diretamente, a ética empresarial, discutindo a importância dessa abordagem dentro das organizações.

5.2 ÉTICA EMPRESARIAL

A ética de uma organização ou corporação compreende princípios e padrões que orientam para o comportamento no mundo dos negócios. A postura ética está ligada a ideia de conduta ideal, o que poderia ser explicado pelas organizações a partir do reconhecimento de todos os direitos e deveres, como também o entendimento dos direitos e deveres dos públicos envolvidos atingindo a simetria de todos seus processos de relacionamentos. Partindo desse pressuposto, o que diferenciaria uma empresa ética de outra não ética são os princípios associados a moral, justiça, igualdade, coerência, integridade e a verdade. A organização ética deve se distanciar de cometer injustiças e erros.

Nas palavras de Zoboli (2001, p. 17), "uma organização atua de forma eticamente adequada quando persegue suas metas e respeita os valores e os direitos compartilhados pela sociedade na qual está inserida". Portanto, ao contrário de alguns pensamentos de que a ética é um diferencial, pode-se afirmar que a mesma:

"[...] não é um valor acrescentado, mas intrínseco da atividade econômica e empresarial, pois esta atrai para si uma grande quantidade de fatores humanos e os seres humanos conferem ao que realizam, inevitavelmente, uma dimensão ética. A empresa, enquanto instituição capaz de tomar decisões e como conjunto de relações humanas com uma finalidade determinada, já tem desde seu início uma dimensão ética." (ZOBOLI, 2001, p. 14).

Para Sá (2000), possuir a própria identidade é o que nos diferencia uns dos outros, mesmo havendo semelhanças nunca seremos idênticos, e é isso que constitui o chamado caráter. Assim, para Teixeira (1998), na empresa, esta diversidade de caráter é o que dificulta os relacionamentos interpessoais, sendo necessário que a cultura da empresa predomine acima dos valores individuais para que sejam regidos os comportamentos e estabelecidas normas e valores comuns. Ainda, para que haja interação ética é necessário que exista transparência nas relações.

Ferreira (*apud* MELLO, 2007, p.18), nos traz a visão de que as empresas se apoiam na frase "os fins justificam os meios" para sintetizar os resultados de alguns executivos que não se importam nem em como e nem com o custo para o sucesso. Há algum tempo atrás era raro encontrarmos empresas que prezassem a ética, e

que assim incentivassem seus colaboradores a fazê-lo. Hoje as empresas estão preocupadas com a imagem que passam ao mercado, e os consumidores estão buscando empresas conscientes.

“(...) para sobreviver, as empresas tem que ter lucro. Se os lucros são obtidos por meio de má conduta, esse fato significa, muitas vezes, que a empresa terá vida curta. (...) a empresa deve equilibrar seu desejo de obter lucro com as necessidades e os desejos da sociedade. (...) a sociedade formulou regras – tanto legais quanto implícitas – para orientar empresas em sua tarefa de obter lucro de maneira a não prejudicar nem os indivíduos nem a sociedade como um todo.” FERRELL; FRAEDRICH; FERRELL (2001, p.7)

Nesta conjuntura, Sá (2001, p. 135) relata que: “Nomes honrados podem ser desmoralizados; o que se fez durante toda uma vida, em poucos dias pode desmoronar, diante dos efeitos malévolos da ação dos caluniadores, traidores, difamadores, chantagistas e intrigantes, mas é nesse particular que, também, os profissionais de valor podem se opor com inteligência, desde que o façam em tempo oportuno e com a energia necessária.”

A conduta antiética também pode surgir devido a situações e pressões vivenciadas no cotidiano. Um exemplo claro disso é quando nos sentimos lesados, isto é, prejudicados no ambiente de trabalho. Quando o funcionário sente que se doa pela empresa, agrega tarefas que vão além daquilo previsto na sua descrição de cargos, busca ajudar no que for possível e um colega que apenas cumpre sua função pré-determinada é mais reconhecido, ou tem privilégios a mais que você, pode-se afirmar que o mesmo se sentirá desmotivado dentro da corporação, salientando-se assim, que o emocional afeta, diretamente, a conduta ética. Nesse sentido, é relevante destacar que:

A inteligência emocional tem influência direta no comportamento ético das pessoas, pela dependência e ligação com os sentimentos, caráter, instinto e moralidade. Quando a emoção não é contida a inteligência age de maneira impulsiva, levando a pessoa a perder o senso de responsabilidade. O comportamento não se fundamenta em um simples problema de educação ou de responsabilidade. É muito mais que isso, pois exigem pessoas que são dominadas por um verdadeiro turbilhão emocional a ponto de banir da consciência o mais elementar senso de ética nas relações de trabalho, de negócios e também sociais. (FAVERO, p. 25, 1998)

Dentro da conjuntura, que explicita a importância da ética dentro das empresas, Ashley (2002, p.52), em seu discurso, comenta a importância da ética na atualidade, afirmando que:

Neste sentido, podemos dizer que um dos efeitos da economia global é a adoção, por todo o mundo, de padrões éticos e morais mais rigorosos, seja pela necessidade das próprias organizações de manter sua boa imagem perante o público, seja pelas demandas diretas do público para que todas as organizações atuem de acordo com tais padrões. Valores éticos e morais sempre influenciaram as atitudes das empresas, mas estão se tornando, cada vez mais, homogêneos e rigorosos.

A partir do que foi apresentado na citação anterior, pode-se destacar que a escolha de ser ético ou não parte do caráter pessoal, nesse sentido, Sá (2001, p. 167) discorre sobre essa questão, abordando o seguinte ponto de vista:

Como o emprego consome grande parte de nossas vidas, a escolha da forma de viver já é todo um princípio de qualidade espiritual. Isto porque *“aquilo de que os homens vivem é a fé na razão de viver”*, *“é o estado de certeza e de crença”*, no dizer de Petrone; também afirmou Buda que *“vivemos do que pensamos”*; tudo isso sugere que a Consciência Profissional, aplicada ao trabalho assalariado, seja moldada ao sabor dos interesses maiores da natureza da tarefa que a empresa, onde se vai trabalhar, adota.

Levando tudo o que foi exposto até o presente momento em consideração deve-se entender que *“(...) existe um conflito de interesses quando o indivíduo tem que optar entre promover seus próprios interesses, os interesses da empresa ou os interesses de algum outro grupo. A fim de evitá-lo, os empregados precisam separar seus interesses particulares e os negócios da empresa”* (FERRELL;FRAEDRICH;FERRELL, 2001, p.29). Mas, é comum encontrar dentro das empresas situações em que essa separação de interesses não acontece.

A partir do momento em que a insatisfação com o trabalho, seja com a função ou com a empresa, começa a aparecer é fácil encontrar interesses particulares muitas vezes, envolvidos com o da empresa e, ocasionalmente até mesmo se sobressaindo e tirando vantagem de algo obtido através da empresa. Tendo isto em vista, Ferrell; Fraedrich; Ferrell (2001) enumeraram os fatores que influenciam a conduta ética, sendo estes: valores pessoais, atitude/conduta do chefe, atitude/conduta da alta administração da empresa, ambição para progredir,

pressões por melhor desempenho no trabalho, nenhuma ameaça de punição, amigos/colegas.

Para que os conflitos de interesses não tomem um rumo indesejado na empresa Ferrell; Fraedrich; Ferrell (2001) acreditam que devem fazer parte dos atributos morais dos executivos de empresas, as seguintes características: a honestidade, integridade, confiabilidade, a capacidade de ser justo e imparcial.

Nesta perspectiva, contrariando o pressuposto de que as empresas devem ter regras e observar moralidades estão alguns esportes tais como o basquete e o boxe. Nesta situação, entra uma lógica contrária, pois se um pugilista decidisse que é errado machucar outras pessoas? Chegando-se a conclusão de que no esporte, na guerra e nos negócios vale tudo (FERRELL; FRAEDRICH; FERRELL, 2001).

Dentro dessa conjuntura, códigos de ética podem ser considerados vitais atualmente, “uma vez que as empresas são culturalmente diversificadas e os valores pessoais precisam ser respeitados, a concordância geral sobre o que seja ética empresarial, isto é, códigos razoavelmente capazes de prevenir a má conduta, é tão vital quanto às outras decisões a serem tomadas dentro das empresas e corporações. Nesse sentido, Moreira (2002, p. 33) discorre que:

O Código de Ética tem a missão de padronizar e formalizar o entendimento da organização empresarial em seus diversos relacionamentos e operações. A existência do código de ética evita que os julgamentos subjetivos deturpem, impeçam, ou restrinjam a aplicação plena dos princípios.

Com isso, pode-se afirmar que a implantação do código de ética confronta a atitude antiética de maneira positiva, diminuindo os conflitos interpessoais. Pois, é comum vermos confusão entre ética empresarial e responsabilidade social. Nesse sentido, deve-se destacar que a “ética empresarial e responsabilidade social não são sinônimos. A primeira compreende os princípios e padrões que orientam o comportamento no mundo dos negócios. A segunda consiste na obrigação da empresa de maximizar seu impacto positivo sobre stakeholders e em minimizar o negativo.” (FERRELL; FRAEDRICH; FERRELL, 2001, p. 68)

Para Bueno (2003) as organizações que visam a responsabilidade social devem contribuir efetivamente, para o desenvolvimento social, sendo que isso deve ser feito através do respeito ao ser humano, ignorando opiniões e crenças, valorizando a diversidade cultural. Devem ser propiciadas condições ideais de

trabalho, incluindo remuneração, capacitação, realização pessoal e participação; assumindo, assim, a transparência e a ética como atributos fundamentais, tomando o interesse coletivo como referência; preservando o meio ambiente; praticando a excelência na fabricação de produtos e na prestação de serviços e programar projetos que visem ao desenvolvimento científico e cultural, esportivo, educacional e comunitário.

Por conseguinte, pode-se inferir que a ética pode ser considerada a base da responsabilidade social, expressa nos princípios e valores adotados pela organização. Assim sendo, de nada adianta a organização interagir com a comunidade do local em que está inserida através de projetos sociais e ambientais e, ao mesmo tempo, pagar mal os seus funcionários, oferecer propinas aos fiscais do governo. Neste caso, nem o fim justifica os meios, nem os meios justificam os fins. Ao encontro disso, Bueno (2007, p.183) argumenta que:

Só teria condições de ser considerada como socialmente responsável a organização que não ferisse qualquer um dos princípios de transparência, ética, comportamento social saudável, etc. Uma ação isolada (patrocínio de show, doação para hospitais, etc.), ainda que possa ser valorizada, não garante a etiqueta de responsabilidade social para organização alguma.

Com o que foi discutido dentro da ética empresarial, pode-se perceber a importância desta dentro da conjuntura organizacional, principalmente, ao que diz respeito aos funcionários que trabalham, em conjunto, para alcançar os objetivos da corporação, fazendo com que essa obtenha os ganhos e a notoriedade almejada pela maioria dos empreendimentos. Nesta conjuntura, cabe no próximo tópico da presente pesquisa discutir as questões relacionadas, diretamente à gestão de pessoas dentro das empresas.

5.3 GESTÃO DE PESSOAS

Quando se abordam as pessoas dentro das organizações, pode-se afirmar que as mesmas podem potencializar os pontos fortes ou as fragilidades destas, dependendo de que maneira as mesmas são gerenciadas. Assim, a ética possui um papel relevante dentro desse cenário, sendo denominada, nesses casos em

específico, de ética profissional. Nesta perspectiva, Camargo (2001, p. 31) discorre que:

A ética profissional e a aplicação da ética geral no campo das atividades profissionais; a pessoa tem que estar imbuída de certos princípios ou valores próprios do ser humano para vivê-los nas suas atividades de trabalho. (...) Portanto, a ética profissional é intrínseca à natureza humana e se explicita pelo fato de a pessoa fazer parte de um grupo de pessoas que desenvolvem determinado agir na produção de bens ou serviços.

Assim, Chiavenato aponta que as pessoas eram consideradas recursos de uma empresa, por isso a existência dos recursos humanos. Pois, o elemento essencial das organizações são as pessoas e a empresa impacta massivamente no cotidiano e na qualidade de vida destes indivíduos, porque muitas vezes os mesmos passam mais tempo na empresa onde trabalham, do que em suas casas. Neste sentido, pode-se afirmar que sem pessoas não há organização, sendo os indivíduos que trabalham nela os atores principais. Logo, cabe destacar que a administração dos recursos humanos surgiu a partir do crescimento e da complexidade das tarefas organizacionais, sua origem refere-se ao início do século XX, após o impacto da revolução industrial.

Segundo Chiavenato (2010, p. 11):

A gestão de pessoas é a função que permite a colaboração eficaz das pessoas empregadas, funcionários, recursos humanos, talentos ou qualquer denominação que seja utilizada para alcançar os objetivos organizacionais e individuais.

Assim, destaca-se que o papel principal do colaborador é contribuir com seus conhecimentos, capacidades e habilidades, fazendo com os objetivos da empresa sejam alcançados em conjunto. Sendo que a gestão de pessoas é relevante para que as pessoas sejam valorizadas de forma a fazer com que isso reflita positivamente no seu trabalho e gere eficácia organizacional. As estratégias para se alcançar esse objetivo são baseadas em: motivação, programas de treinamento e desenvolvimento profissional, oferecendo qualidade de vida e assegurando uma política ética e de abertura.

Por conseguinte, cabe discorrer que “a área de Recursos Humanos passou de um simples departamento de pessoal para um agente de transformações na

organização, provocando mudanças e oferecendo sustentação na implementação das mesmas” (CLARO & NICKEL, 2002, p. 17).

Segundo Soviensky e Stigar (2008, p. 54), o setor de recursos humanos e a gestão de pessoas são matérias distintas, pois:

O setor de Recursos Humanos era um mero departamento mecanicista que cuidava da folha de pagamento e da contratação do profissional que exigia dele apenas experiência e técnica; não havia um programa de capacitação continuada. A Gestão de Pessoas é caracterizada pela participação, capacitação, envolvimento e desenvolvimento do bem mais precioso de uma organização, o Capital Humano, que nada mais é do que as pessoas que a compõe. Cabe à área de Gestão de Pessoas a nobre função de humanizar as empresas.

Ainda dentro das organizações, há o conceito de comportamento organizacional, que para Guerrier (2000, p. 26) é:

[...] o estudo dos processos organizacionais usando metodologias das ciências sociais. [...] o comportamento organizacional é uma disciplina em si, com teorias e conhecimentos próprios, ele é baseado nas disciplinas de psicologia, sociologia, e em menor grau, antropologia e ciências políticas e sociais.

Para uma melhor compreensão das questões referentes aos aspectos da gestão dos recursos humanos, cabe destacar o papel da liderança frente aos seus liderados, bem como, de que maneira os líderes impactam dentro na percepção ética dos seus funcionários quanto àquilo que está ocorrendo dentro do ambiente organizacional, pois esses acarretam fortes mudanças no comportamento dos colaboradores em conseqüentemente, no comportamento organizacional. Assim, os próximos tópicos discutirão essas questões.

5.4 LIDERANÇA

Os conceitos de liderança giram em torno de elementos tais como: influência de pessoas, bem como, trabalho em grupo e resultados. Para Chiavenato (2004), a liderança é uma forma de influência, o líder deve mais do que motivar, deve voltar à atenção dos indivíduos para um objetivo comum, ajustando os interesses pessoais. Entretanto, Maxwell (2008) discorre que a liderança pode requerer muitas ações das

peessoas que desejam desenvolvê-la, ou seja, a mesma pode ser considerada exigente, bem como, complexa, para demonstrar essa questão, o presente autor apresenta alguns pontos que devem ser levados em consideração, quando se discute os pontos relacionados à liderança, sendo os quais:

- ✓ Liderança é a disposição de assumir riscos.
- ✓ Desejo apaixonado de fazer diferença.
- ✓ Se sentir incomodado com a realidade.
- ✓ Assumir responsabilidades enquanto outros inventam justificativas.
- ✓ enxergar as possibilidades de uma situação enquanto outros só conseguem ver as dificuldades.
- ✓ Disposição de se destacar no meio da multidão.
- ✓ Abrir a mente e o coração.
- ✓ Capacidade de subjugar o ego em benefício daquilo que é melhor.
- ✓ Evocar em que nos ouve a capacidade de sonhar.
- ✓ Inspirar outras pessoas com uma visão clara da contribuição que elas podem oferecer.
- ✓ Poder de potencializar muitas vidas.
- ✓ Falar com o coração ao coração dos liderados.
- ✓ Integração do coração, da mente e da alma.
- ✓ Capacidade de se importar com os outros e, ao fazer isso, liberar as ideias, a energia e a capacidade dessas pessoas.
- ✓ Sonho transformado em realidade.
- ✓ Coragem.

Nesse sentido, Kavanaugh e Ninemeier (2003, p. 14-15) conceituam as habilidades gerenciais, que dentro do conceito da liderança podem ser considerados essenciais, assim as:

Habilidades técnicas: são as qualificações que você precisa para desempenhar a sua função e supervisionar eficazmente o trabalho de seus funcionários. Embora as qualificações técnicas não sejam o principal fator na determinação do sucesso de uma supervisão, elas são necessárias. [...]
Habilidades Interpessoais: [...] a arte de lidar com funcionários começa como compreensão de sua responsabilidade como supervisor [...]. As habilidades interpessoais incluem comunicação, liderança, compreensão de como as pessoas trabalham em grupo, etc. Habilidades cognitivas: [...]

compreender todos os componentes gerenciasse saber como eles se relacionam ao seu trabalho e como o afetam. [...] coletar e estudar uma grande quantidade de informações, relacionar uma situação a outra e lançar mão de suas próprias experiências pessoais e das experiências dos outros.

Dentro do cenário, onde a liderança é considerada essencial dentro das organizações, deve-se analisar e discutir a percepção de que o líder exerce grande poder de influência sobre seus liderados, pois como Maxwell (2008, p.96) cita:

A responsabilidade pelo desenvolvimento das pessoas recai sobre o líder. E isso significa mais do que apenas ajudá-las a adquirir habilidades profissionais. Os melhores líderes ajudam os liderados não só em relação à carreira, mas também em relação à vida pessoal. Eles os ajudam a se tornar pessoas melhores, e não apenas bons profissionais. Os líderes potencializam os liderados. E isso é muito importante, pois promover o crescimento das pessoas gera crescimento para a organização.

Logo, pode-se deduzir que as pessoas podem ser consideradas os ativos mais importantes de uma empresa, pois quando os líderes as tratam simplesmente como custo, e não trabalham os fatores importantes para o desenvolvimento tanto profissional quanto pessoal isto reflete diretamente na produtividade, o que acarreta em malefícios para a empresa.

Consequentemente, Aguilar (1996, p.37) considera que “(...) a liderança ética repousa na capacidade da administração de evitar problemas dessa natureza em todos os casos possíveis e em resolver eficazmente os que de fato surgem”. Para que desse modo, os objetivos da empresa sejam alcançados de uma forma que traga benefícios para todos os envolvidos, ou seja, deve-se trabalhar em equipes dentro das organizações, onde os líderes que buscam disseminar a ética possam obter uma visão mais abrangente daquilo que realmente ocorre dentro da sua organização, pois assim, todos estarão trabalhando por um objetivo comum. Hardingham (1995, p. 09-10) pondera sobre as diferenças entre os grupos e a equipe destacando os seguintes pontos:

O objetivo ou objetivos comuns são a diferença entre um grupo e uma equipe. [...] Os requisitos, benefícios, e riscos especiais de equipes são acionados assim que pelo menos um objetivo comum exija a união de esforços. Isso porque o objetivo ou objetivos precisam ser igualmente compreendidos por todos os membros da equipe, e os esforços em conjunto precisam ser coordenados.

Então, Cabral (2007, p. 25) salienta que “O êxito das empresas é resultado da existência de uma atmosfera motivacional que traz consigo o poder de entusiasmar os funcionários a dedicarem-se totalmente para o sucesso”. Conforme discursa Briner (1997), é preciso acreditar ardentemente no que se faz para ter um sucesso expressivo e ser capaz de instilar em seus colaboradores um pouco de entusiasmo. Consequentemente, a essência da liderança está baseada na confiança, bem como, o valor depositado produz o acesso do líder ao conhecimento, ao desenvolvimento do pensamento criativo das pessoas e à cooperação de sua equipe.

Ainda, de acordo com Briner (1997) para resolver os problemas do dia-a-dia da organização, os funcionários precisam confiar no líder, isto é, devem estar dispostos a seguir as suas orientações, pois o grau de confiança que as pessoas depositam nele é que irá revelar o tipo de líder que ele têm sido.

Um líder que busca a sinergia da sua equipe, e também que ela obtenha sucesso no alcance de seus objetivos, necessita das seguintes aptidões:

- Sensibilidade quanto aos medos, preocupações e esperanças não exprimidos pelas pessoas.
 - Atenção cuidadosa e apurada para observar e escutar.
 - Habilidade para conduzir revisões de modo positivo e construtivo.
 - Treinar pessoas e equipes em novas formas de trabalho.
 - Apoiar indivíduos e equipes nos momentos de fracasso ou dificuldade.
 - Auxiliar os membros da equipe de modo que deem retorno uns aos outros.
- (HARDINGHAM, 1995, p. 39).

A Figura 02 apresenta alguns pontos essenciais que devem ser levados em consideração quando se abordam as questões da liderança, tais como: os fatores situacionais, que se relacionam, por exemplo, o grau de participação do líder e dos liderados dentro do cenário; as qualidades do líder; os estilos de liderança, que devem ser adaptados frente à realidade da organização, bem como, das características inerentes do líder, sendo assim, pode-se afirmar que não há um estilo de liderança correto a ser trabalhado, e sim àquele que se adapta ao contexto da organização; e por fim, as características do liderado.

FIGURA 2: LIDERANÇA EFICAZ

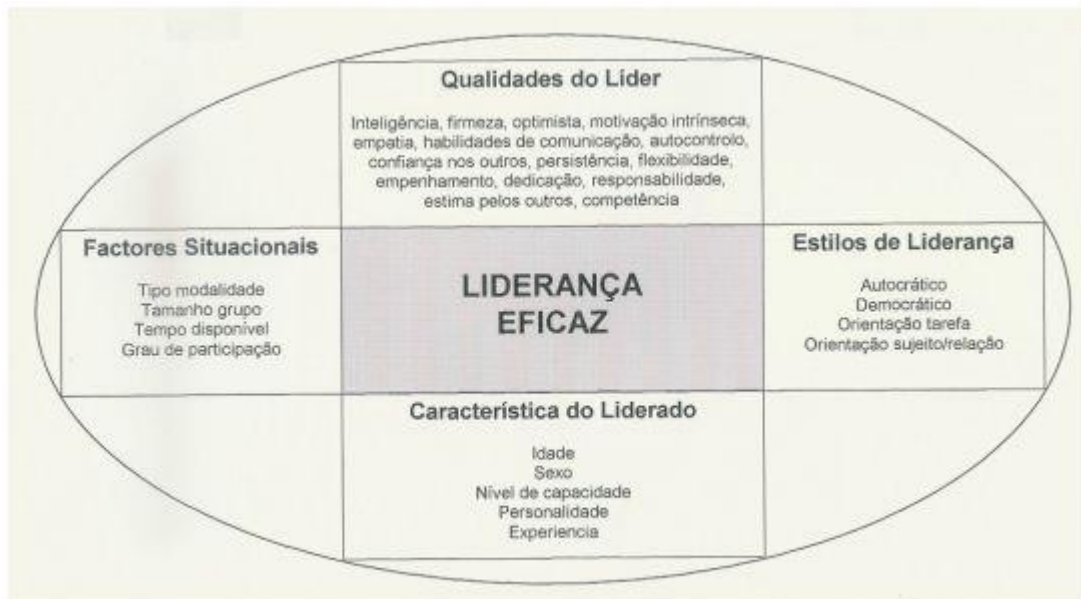


Fig. 1. Componentes da Liderança Eficaz de Martens (1987) (adaptado de Dosil, 2004)

FONTE: CID, 2006.

A Figura 3 apresenta os tipos de líder, discutindo suas características frente à determinadas situações, ou seja, detalha de que forma cada tipo de líder age em determinada situação diante de determinada conjuntura, para que desse modo, possa-se analisar de maneira mais ampla as diferenças e peculiaridades existente em cada tipo de liderança.

FIGURA 3: TIPOS DE LIDERANÇAS

Tipos de lideranças

SITUAÇÃO	AUTOCRÁTICA	DEMOCRÁTICA	LIBERAL
Decisões	Decide sozinho	Equipe toma decisões, o líder assiste e participa	Equipes tomam decisões, participação mínima do líder
Programa de trabalho	Determina como deve ser executado	Equipe delinea os procedimentos e o líder apóia	Líder esclarece dúvidas quando necessário
Divisão do trabalho	Determina quem deve executar e o que	Equipe decide sobre a divisão	O líder não participa
Participação do líder	É "pessoal", domina elogios e críticas	É participativo e objetivo, elogios/críticas compartilhados	Participa só quando solicitado

Fonte: BELLUZZO, 2002.

A liderança não deve ser confundida com direção ou gerencia, o líder está presente, ou deveria estar, em todos os níveis hierárquicos e em todas as áreas de atuação.

5.5 ÉTICA E GESTÃO DE PESSOAS

A ética e a gestão de pessoas estão conectadas de forma que é o líder quem vai determinar e representar os valores morais da empresa.

Para Aguilar (1996, p.33), a ética dos colaboradores começa quando as chefias assumem o compromisso de implantar padrões éticos, e corrigem seus próprios pensamentos antes de tentarem corrigir os dos subordinados. Assim, cabe ressaltar que:

(...) esse compromisso, para ser eficaz, exige mais do que simplesmente boas intenções. As intenções tem que apoiar-se forçosamente na compreensão do problema, das forças envolvidas e das suas possíveis consequências. Só quando as boas intenções são também intenções bem informadas é que a administração tem condições de criar um contexto empresarial que motive e dê respaldo à conduta ética.

Condizente a isto, o líder deve ser um espelho para seus subordinados, agindo da maneira como espera que eles hajam.

“Quanto mais alto o executivo está na hierarquia da empresa, mais ético deve ser o seu comportamento. O presidente de uma organização é o espelho dos valores que ela preserva. Ele é o exemplo para todos na organização e sua conduta deverá estar acima de qualquer suspeita para que sua reputação e, conseqüentemente, da empresa, não sofram desgastes.” (STUKART, 2003, p. 75)

Para manter a ética dentro da organização a empresa tem obrigações a seguir para com seus empregados, prezando pela boa convivência e preservação dos valores. Para Moreira (apud Alencastro, p.90):

A empresa tem uma série de obrigações morais e legais para com seus empregados, (...) ela deve, além de cumprir a lei, garantir a liberdade de seus empregados, não permitir abusos e assédios (moral e sexual), garantir a saúde e a segurança no ambiente de trabalho e não permitir que preconceitos ou discriminações possam interferir no dia a dia organizacional.

Uma boa governança corporativa se faz com incentivos a relacionamentos interpessoais éticos.

“Praticar boa governança corporativa é atestar que o *board* age com transparência e confiabilidade com todos, que investe em relacionamentos interpessoais éticos. Para ter acesso a capital, a empresa tem de transmitir

confiança - o que significa ser comprável, ter produtos e serviços de alta aceitação pelo mercado. Na hora de investir, os grandes players não se fixam apenas nos balanços, mas na qualidade da atitude de seus dirigentes e na sustentabilidade do negócio.” (STEINBERG, 2013)

Para Schwartz (1999), trabalhar envolve sempre uma *dramática do uso de si*. Trabalhar é sempre um drama no sentido de que envolve o trabalhador por inteiro, é o espaço de tensões problemáticas, de negociações de normas e de valores.

“(...) isto quer dizer que vemos o outro como alguém com quem vamos aprender coisas sobre o que ele faz, como alguém de quem não pressupomos saber o que ele faz e porque faz, quais são seus valores e como eles têm sido retratados.(...) Esta disposição não se ensina, mas se empresta no sentido de que nos impregnamos no contato recíproco com aqueles que estão no outro pólo. Vemos como funciona sua relação com o trabalho e os valores, impregnamos-nos da ideia de que, quando vemos alguém trabalhar, é preciso tentar reconstituir, em parte, suas “dramáticas de uso de si” (p. 208).

A gestão de pessoas é voltada a buscar o bem estar e a satisfação do colaborador, fazendo com que estes se orgulhem de representa-la, gerando assim baixa rotatividade e o bom clima organizacional – este consistente das percepções das pessoas acerca do ambiente em que estão inseridas, podendo a ética se considerada um dos fatores a ser percebido.

5.6 EVOLUÇÃO DO SEGURO NO BRASIL

Em 2012, segundo a Fenacor – Federação Nacional dos Corretores de Seguros Privados e de Resseguros, de Capitalização, de Previdência Privada, das Empresas Corretoras de Seguros e de Resseguros – o Brasil registrou 70.258 profissionais e empresas que atuam no mercado de corretagem de seguros e que estavam em plena atividade. No ano de 2013, de acordo com o SINCOR-PR (Sindicato dos Corretores e Empresas Corretoras de Seguros do Paraná), estavam ativos no estado 1539 corretores pessoa física e 977 corretoras pessoa jurídica.

O mercado de seguros iniciou suas atividades no Brasil em 1808, com a abertura dos portos brasileiros, e o seguro marítimo foi regulado em 1850. A partir de 1940 com a obrigatoriedade do seguro incêndio, houve um maior dinamismo na profissão. Já em 1996, foi quando o Brasil começou a permitir a entrada de grupos estrangeiros podendo controlar as companhias seguradoras locais. A SUSEP –

Superintendência de Seguros Privados – foi estabelecida para regular, supervisionar, controlar e incentivar as atividades do mercado segurador.

O país, ainda, encontra-se abaixo dos níveis de mercados mais desenvolvidos na participação do segmento de seguros, porém há uma boa perspectiva de crescimento. Na América Latina, o mesmo é líder de mercado, gerando mais de 40% dos prêmios dessa região. Os principais produtos comercializados são automóveis e pessoas e saúde, apesar do ramo de vida ainda ser pouco procurado, por não termos isso inserido na nossa cultura. Em 2011, o Brasil alcançou um faturamento de R\$135 bilhões, uma variação de 16,6% referente ao ano anterior. A tendência de crescimento se deve a fatores como: eventos (copa e olimpíadas), aumento de investimentos no mercado imobiliário, crescente licenciamento de carros novos.

FIGURA 4: FATURAMENTO MERCADO DE SEGUROS - BRASIL

FATURAMENTO DOS RAMOS DE SEGUROS E DE PREVIDÊNCIA - BRASIL

	(R\$ milhões)	2010	2011	Var. %
Automóvel		20.052	21.361	6,5%
Patrimonial		7.789	9.267	19,0%
Pessoas		15.716	19.107	21,6%
Saúde		13.902	16.858	21,3%
Riscos Financeiros		898	1.289	43,5%
Transportes		1.969	2.403	22,0%
Demais		4.049	4.789	18,3%
Total 1		64.375	75.075	16,6%
DPVAT		5.797	6.707	15,7%
Total 2		70.172	81.781	16,5%
VGBL		36.704	43.390	18,2%
Previdência		9.052	10.019	10,7%
PGBLGarantia Mínima				
Total 3		115.928	135.190	16,6%

Fonte: KPMG, 2011.

Segundo estudo realizado em 2011, pela Deloitte, o mercado de seguros se encontra em expansão. A estabilidade econômica do país vivenciada nas últimas duas décadas proporcionou aos consumidores uma maior capacidade de planejamento, fazendo com que o interesse dos mesmos por produtos de seguro aumentasse. Joe Guastella, para estudo Deloitte, aponta que “além de ter a quinta maior população do mundo, o Brasil tem várias qualidades que tornam as perspectivas de venda animadoras para as seguradoras. Entre essas qualidades,

estão mercados comerciais internacionais abertos, um crescimento projetado consistente e taxas estáveis de inflação, consumo, impostos e dívida pública.”.

A atividade de corretagem de seguros é regida basicamente pela lei nº 4.594/64 e pela lei nº 73/66. Essa atividade é tratada através de decretos do presidente da república e em circulares da SUSEP.

FIGURA 5: SISTEMA NACIONAL DE SEGUROS PRIVADOS

SISTEMA NACIONAL DE SEGUROS PRIVADOS

Fonte: Fenaseg



Fonte: KPMG, 2011.

Apesar do surgimento, nos últimos anos, de novos canais de vendas de seguros no Brasil, como lojas de varejo de produtos massificados, assessorias de seguros, venda direta por *call center* e, também através de sites na internet, o canal mais importante de vendas continua a ser o de corretores independentes, com 80% da receita deste setor.

FIGURA 6: CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO - SEGUROS

CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO - BRASIL

Canais de Distribuição	Descrição
Pequenos e Médios Corretores Independentes	Pequenas empresas, com poucos funcionários, são a base da distribuição de seguros. São representados por sindicatos estaduais.
Grandes Corretoras Nacionais e Internacionais	Grandes corretores, sobretudo as multinacionais.
Assessorias de Seguros	Empresas que servem de intermediação entre um grupo de corretores e seguradoras.
Rede Bancária por Parceria	Bancos sem seguradoras e que abrem as suas agências para venda de seguros.
Rede Bancária Própria	Grandes bancos do País, que também possuem seguradoras.
Internet Direto	Sites independentes ou ligados a seguradoras que vendem seguros através da Internet. No Brasil, em trajetória crescente.
Call Center Direto	Vendas por telefone direto.
Varejo e Lojas	Lojas que abrem os seus espaços para vendas de seguros, sobretudo massificados.

Fonte: KPMG, 2011.

No mercado brasileiro existem aproximadamente 25 mil corretoras pessoas jurídicas.

Segundo estudo realizado pela KPMG, em 2011, as principais características deste segmento são:

- ✓ Em média, os principais ramos da carteira correspondem a: 58% do ramo de automóvel, 16% de seguros de Ramos Elementares, 9% de pessoas e 8% de saúde.
- ✓ Em geral, são empresas pequenas, com três funcionários.
- ✓ Na maioria das vezes, as corretoras operam com quatro a seis seguradoras.
- ✓ O grau de renovação da carteira é elevado. Na média, 90% das corretoras de seguros independentes renovam mais do que 80% da sua carteira em cada ano.
- ✓ A cada quatro ou cinco corretoras, teremos uma em que o sócio também tem outro tipo de atividade comercial.
- ✓ 12% das corretoras arrecadam aproximadamente R\$60 mil por mês e 20% das corretoras arrecadam mais do que R\$ 50 mil por mês.
- ✓ Aproximadamente metade das corretoras tem bastante interesse em negociar outros produtos. Entre eles, outros produtos que não seguro, como, por exemplo, consorcio.

- ✓ Por parte dos corretores, os principais motivos da escolha de uma seguradora são uma liquidação mais rápida dos sinistros, a acessibilidade a seguradora e o relacionamento pessoal com a seguradora.

FIGURA 7: RAMOS DE SEGUROS

Ramos de seguros		
	Grupos	Características Gerais
1	Patrimonial	Seguros contra incêndio, roubo de imóveis bem como os seguros compreensivos residenciais, condominiais e empresariais
2	Riscos Especiais	Seguros contra riscos de petróleo, nucleares e satélites
3	Responsabilidades	Seguros contra indenizações por danos materiais ou lesões corporais a terceiros por culpa involuntária do segurado
4	Cascos (em "run off")	Seguros contra riscos marítimos, aeronáuticos e de hangar
5	Automóvel	Seguros contra roubos e acidentes de carros, de responsabilidade civil contra terceiros e DPVAT
6	Transporte	Seguros de transporte nacional e internacional e de responsabilidade civil de cargas, do transportador e do operador
7	Riscos Financeiros	Seguros diversos de garantia de contratos e de fiança locatícia
8	Crédito (em "run off")	Seguros de crédito a exportação e contra riscos comerciais e políticos
9	Pessoas Coletivo	Seguros coletivos de vida e acidentes pessoais, vida com cobertura para risco de sobrevivência, prestamista e educacional
10	Habitacional	Seguros contra riscos de morte e invalidez do devedor e de danos ao imóvel financiado
11	Rural	Seguros agrícola, pecuário, de florestas e penhor rural
12	Outros	Seguros no exterior e de sucursais de seguradoras no exterior
13	Pessoas Individual	Seguros individuais de vida e acidentes pessoais, vida com cobertura para risco de sobrevivência, prestamista e educacional
14	Marítimos	Seguros compreensivos para operadores portuários, responsabilidade civil facultativa para embarcações e marítimos
15	Aeronautico	Seguros de responsabilidade civil facultativa para aeronaves, aeronáuticos, responsabilidade civil de hangar e responsabilidade do explorador ou transportador aéreo
16	Microseguros	Microseguros de pessoas, microseguros de danos
17	Saúde	Seguro Saúde

Fonte: Susep e Ipeadata.

Em 2011 a revista Exame listou as 15 maiores seguradoras no país, de acordo com o total de prêmios líquidos emitidos, e o ranking foi o seguinte:

- 1º Bradesco saúde
- 2º Itaúseg
- 3º Porto Seguro
- 4º Bradesco Vida e Previdência
- 5º Bradesco Auto/re

- 6º Sulamerica Saúde
- 7º Mapfre seguros
- 8º Sulamerica Cia nacional de seguros
- 9º Aliança do Brasil
- 10º Allianz
- 11º Caixa Seguros
- 12º ItaúSeguros de Auto e Residência
- 13º Santander Seguros
- 14º Brasil Veículos
- 15º Liberty Seguros

De acordo com levantamento feito pelo Sincor SP, no primeiro semestre de 2013, o ranking ficou em:

- 1º Bradesco
- 2º Banco do Brasil - Mapfre
- 3º Sulamerica
- 4º porto seguro
- 5º Itaú
- 6º Zurich
- 7º Allianz
- 8º Caixa Seguros
- 9º Marítima – Yasuda
- 10º Tokio Marine
- 11º Liberty
- 12ºHDI
- 13º Unimed
- 14º Cardif – Luiza
- 15º HSBC

Sobre as seguradoras acima, podemos destacar os ramos em que atuam e também há quanto tempo. Podemos analisar que há seguradoras muito novas que se destacaram e conseguiram entrar para o ranking.

FIGURA 8: SEGURADORAS DESTAQUES 2013

Seguradora	Atua nos ramos:	Fundada há
Bradesco	Automóveis, Ramos Elementares, Seguro Saúde, Capitalização, Seguros de Vida e Previdência Complementar.	78 anos
Mapfre	Pessoas, Ramos Elementares, Habitacional, Agrícola, Veículos.	81 anos
Sulamérica	Auto, Residencial, Odonto, Saúde, Vida, Previdência, Investimentos, Capitalização, Obras de arte, Riscos industriais.	117 anos
Porto Seguro	Automóvel, Saúde Empresarial, Patrimonial, Vida e Transportes, Previdência, Consórcio de Imóveis e Automóveis, Administração de Investimentos, Financiamento, Capitalização e Cartão de Crédito, Proteção e Monitoramento, Serviços a Condomínios e Residências e Telecomunicações.	69 anos
Itaú	Vida e acidentes pessoais, Viagem, Automóvel, Residência.	89 anos
Zurich	Automóvel, Garantia, Vida, Acidentes, Residência, Imobiliário, Empresa, Equipamentos, Riscos de engenharia, Condomínio.	142 anos
Allianz	Auto, Residência, Moto, Vida, Barcos, Aviões, Saúde, Rural.	124 anos
Caixa Seguros	Seguros, Previdência, Capitalização e Consórcios.	47 anos
Marítima Yasuda	Auto, Vida, Saúde, Patrimônio.	70 anos
Tóquio Marine	Automóvel, Residencial, Veículos de carga, Equipamentos, Agronegócio, Locação, Vida, Responsabilidade civil, Garantia, Transporte, Frota, Condomínio, Risco engenharia.	135 anos
Liberty	Veículo, Vida, Residência, Empresarial.	108 anos
HDI	Automóvel, Residência, Rural, Condomínio, Transporte.	111 anos
Unimed Seguros	Vida, Previdência, Saúde.	25 anos
Cardif	Vida, Garantia, Capitalização.	40 anos
HSBC	Auto, Residencial, Vida, Acidentes pessoais, Proteção financeira.	149 anos

Em relação às seguradoras citadas dentro do ranking das maiores seguradoras do país, foi observado através do site institucional se as mesmas possuíam indicações de código de ética e responsabilidade social.

FIGURA 9: ÉTICA NAS SEGURADORAS

Seguradora	Possui código de ética?	Está disponível para acesso?	Responsabilidade social	Presente em
Bradesco	Sim	Sim, através do site da Cia.	Sim	140 países
Mapfre	Há menção de trabalho ético dentro dos valores, porém não há menção de código.		Sim	46 países
Sulamérica	Sim	Sim, através do site da Cia.	Sim	60 países
Porto Seguro	Há menção de trabalho ético dentro dos valores, porém não há menção de código.		Sim	Brasil
Itaú	Há menção de trabalho ético dentro dos valores, porém não há menção de código.		Sim	20 países
Zurich	Não diz.		Não diz	170 países
Allianz	Não diz.		Sim	70 países
Caixa Seguros	Há menção de trabalho ético dentro dos valores, porém não há menção de código.		Sim	Brasil
Marítima Yasuda	Não diz.		Não diz	Brasil e Japão
Tóquio Marine	Há menção de trabalho ético dentro dos valores, porém não há menção de código.		Não diz	38 países
Liberty	Não diz.		Sim	25 países
HDI	Não diz.		Sim	150 países
Unimed Seguros	Não diz.		Sim	Brasil
Cardif	Não diz.		Sim	37 países
HSBC	Não diz.		Sim	134 países

Pudemos observar que a maioria delas se preocupa com a ética e também em repassar isso aos clientes, corretores e público em geral com que trabalha. Deste aspecto podemos perceber a importância que a ética vem conquistando no mercado.

6 ANÁLISE DE DADOS

O presente estudo foi voltado a analisar a forma com que o comportamento dos líderes, considerando comportamentos éticos ou não, influencia e direciona o colaborador em seu comportamento dentro do ramo segurador no Brasil.

Em qualquer ramo de trabalho sabemos que a ética é uma necessidade, porém na maioria das vezes não é uma realidade. Um ramo onde podemos observar isso nitidamente é o ramo político, onde a cada dia nos deparamos com escândalos envolvendo fraudes, desvios, corrupção. Questionamos-nos se estas pessoas sempre foram ladrões, mentirosos, corruptos, ou se, ao entrar num meio em que o considerado “normal” é possuir uma índole duvidosa, eles acabaram apenas se adaptando para “sobreviver”.

Dentro do mercado segurador nos deparamos com as mesmas questões. Um mercado onde a prática da ética deve ser considerada um preceito básico para qualquer um que nele esteja inserido, pois a quantidade de informações sigilosas que são manipuladas é gigantesca. Quando um cliente fecha um seguro ele repassa muitos dados confidenciais ao seu corretor, como número de documentos, endereço, renda, os bens que possui. O que o cliente espera é que haja no mínimo confidencialidade, de que seus dados sejam conhecidos apenas por aqueles que se faz necessário e não sejam usados de má fé para outros fins.

Apesar do acordo intrínseco de que para o ramo segurador se faz não somente necessário, mas essencial, o sigilo, será que há uma preocupação das corretoras de seguros em relação à índole de seus funcionários? Será que os próprios sócios, corretores, se preocupam em trabalhar com ética? E de que forma o comportamento desses líderes pode afetar seus subordinados?

Nesta pesquisa foram entrevistados 94 funcionários de corretoras pessoas jurídicas dentro do estado do Paraná, na cidade de Curitiba, que hoje conta com 977 corretoras pessoa jurídica ativas. Estimou-se uma média de 3 funcionários por

corretora, que é o habitual de se encontrar no mercado. Levando esses números em consideração para atingirmos um grau de confiabilidade de 95% no estudo, foi considerada a amostragem da população que se desejou estudar. No total estima-se que haja 2931 funcionários de corretoras. Considerando um erro amostral de 10% e estabelecendo o nível de confiança em 95% chegou-se a conclusão de que a amostra necessária seria de 94 indivíduos. Para estes indivíduos foi aplicada uma pesquisa qualitativa, a fim de entendermos a ética na visão de cada um deles e também buscarmos entender as formas de influencia individual que ela pode afetar seu trabalho, seu emocional e seu caráter.

Para iniciarmos a pesquisa, os entrevistados foram questionados quando a seu conhecimento do conceito de ética. 100% deles afirmou ter conhecimento do conceito. Com o que foi obtido por meio da aplicação do questionário constatou-se que a ética para a maioria dos entrevistados é percebida como o comportamento dentro das leis, o caráter que molda as ações; é a ação sem causar prejuízos a outrem; são os valores obtidos na sua existência, bons costumes, a lei moral, fazer o que é certo. Todas as respostas giraram em torno da ação voltada para o entendimento de “certo” perante a sociedade, aquilo que não lesa ninguém e que é feito em prol da sociedade.

Foi solicitado que os participantes elencassem os fatores que eles acreditavam que mais influenciariam a conduta ética, dentro de sete opções, onde poderiam ser escolhidas mais de uma. Destes pode-se observar:

TABELA 1: FATORES QUE INFLUENCIAM A CONDUTA ÉTICA

Valores pessoais	94,4%
Atitude/conduta do superior imediato	38,8%
Atitude/conduta da alta administração da empresa	33,33%
Ambição para progredir	33,33%
Pressões por melhor desempenho no trabalho	16,66%
Nenhuma ameaça de punição	11,11%
Amigos/colegas	16,66%

Fonte: A Autora, 2014.

Mesmo cientes de que a conduta antiética afeta negativamente toda e qualquer atividade relacionada à vida profissional, pode-se observar que ainda existem muitas pessoas que adotam essas práticas para obter vantagens. Dentro desta pesquisa 35% dos entrevistados afirmaram cometer ou ter cometido atos antiéticos, e dentre os atos cometidos o principal citado foi a violação das políticas da empresa.

Também se buscou evidenciar a percepção de atos ilícitos cometidos pelos gestores. Afirmaram ter ciência das infrações de seus superiores 35% dos entrevistados. 38% afirmaram não saber e 27% afirmaram que seu gestor não cometeu nenhum ato antiético.

Agir com Ética significa angariar bons negócios? Para 88,8% dos indivíduos entrevistados sim! Agir com ética garante bons negócios, devido à confiança gerada por uma via de mão dupla; as empresas éticas são melhores aceitas pelo mercado, que está a cada dia se reafirmando na busca por empresas que prezam a integridade e a honestidade; bem como agir com ética traz credibilidade e uma melhor aceitação, tanto por clientes quanto fornecedores. Já para os 11,2% dos entrevistados que não acreditam ou acreditam que é uma variável a ética para o desenvolvimento de bons negócios, esta é uma ação que pode tanto agregar quanto destruir boas oportunidades por se ater a valores que em algumas vezes não condizem com a situação ou o negócio que está sendo proposto.

E agir eticamente, gera recompensas? 83,3% dos entrevistados acreditam que sim. Essas recompensas podem vir na forma da consciência tranquila com os atos realizados, a colheita dos frutos com a boa imagem passada ao mercado (fornecedores e consumidores), através do respeito e confiança recebidos e reconhecidos, também para os valores pessoais, sabendo que você fez a coisa certa em meio de tantos que buscam benefícios tirando vantagem de outros. Já os 16,7% que não acreditam totalmente nesse conceito, alegam que se a organização e o indivíduo inserido nela não compartilham da mesma prática não é um benefício “ir contra a maré”; e também que em muitos casos são as pessoas antiéticas a conquistar melhores posições, salários, destaque.

Quanto ao local de trabalho, 83,3% o considera um local ético. Para estes, seus respectivos locais de trabalho prezam por valores, valorizam as condutas positivas dos funcionários, agem e cumprem o que acreditam e expuseram ser ético em seus valores. Já os que não consideram trabalhar em empresas éticas, alegam

falta de clareza e coesão nas informações repassadas, divergência entre o que a alta administração diz serem os valores da empresa e o que praticam.

Apresentado um exemplo de conduta simples e corriqueira, como telefonemas particulares feitos através do telefone empresarial, os participantes foram questionados se eles consideravam aquela atitude antiética, mesmo sendo tão simples. Para 22% dos entrevistados essa conduta é sim antiética, pois a vida pessoal deve ser separada da profissional, e não se deve usar ferramentas de trabalho para benefício próprio. 40% não afirmaram nem que sim, nem que não, para eles a pessoa deve fazer as seguintes questões: é uma emergência? Foi autorizado? Há uma política da empresa contra esse tipo de ação? Se a resposta para alguma destas questões for sim, então esse ato não é considerado antiético. 38% não considerou essa atitude como antiética, visto que a empresa é considerada a extensão de nossas casas, desde que haja autorização para o uso previamente estabelecida e haja o bom senso de quem está utilizando o recurso.

89% dos entrevistados afirmaram que a empresa onde trabalham estimula a conduta ética; Segundo os entrevistados isto é feito através de treinamentos, transparência nas informações, comportamento apresentado pelos próprios líderes, através da implementação da visão, missão e valores da empresa, elogiando e incentivando boas ações e através do respeito. 11% afirmaram que não há estímulos referente a conduta ética em seu local de trabalho, como exemplo citou-se que as palavras de incentivo não são colocadas em prática, que no dia a dia os interesses empresariais se sobrepõem ao ético.

Já referente à atitude do superior, 33% não o denunciariam caso tomasse conhecimento que o mesmo houvesse apresentado má conduta. Algum dos motivos apresentados para justificar foi que cada pessoa deve ter consciência e ser responsável por seus atos; coisas corrigíveis facilmente e de baixa gravidade não tem necessidade de denuncia; 67% denunciaria sim seu superior caso constatasse um comportamento desviado do ideal e que prejudicasse a empresa ou os demais.

Quando questionados sobre o significado da ética para o profissional do mercado segurador as características mais marcantes citadas pelos entrevistados foram a ação por “boa fé”, coesão no discurso e atos, transparência nas informações, atender anseios do cliente, seguradora e seus próprios, integridade e sigilo das informações. Em resumo, todos os participantes concordaram que a ética é essencial.

Já em relação a que forma a falta de ética pode comprometer o mercado segurador foi citado na grande maioria das respostas a falta de transparência no repasse de informações, que pode lesar principalmente clientes, um exemplo disso é quando o corretor não repassa corretamente todas informações sobre coberturas ao cliente que fechou o seguro e caso venha a acontecer um sinistro e ele seja negado o cliente alegará não estar ciente, sendo que quem deveria ter informado era o corretor. Também foi citado o apoderamento inapropriado das informações confidenciais para benefício próprio ou de outrem.

Em relação à liderança, para os entrevistados líderes éticos são aqueles que são um espelho para seus colaboradores, que conduzem a equipe e tem atitudes que esperam que seus colaboradores tenham, dando o exemplo. É a pessoa que apesar da sua responsabilidade sobre a equipe, os trata como iguais. É aquele que não compromete nenhum dos agentes do processo, liderando através dos princípios ao meio no qual esteja inserido.

Visando o ramo de seguros, o qual é o foco desta pesquisa, foi questionado quanto à manipulação de dados sigilosos, se havia preocupação da empresa na qual os indivíduos estavam inseridos, e também do seu líder quanto à divulgação errônea dos mesmos. Apenas 5% dos entrevistados afirmou não haver esse tipo de preocupação, 95% afirmou que há sim, inclusive políticas dentro da empresa para proteger esses dados e a quem eles pertencem.

Quanto ao código de ética, 83% dos entrevistados afirmou que sua empresa possui código de ética e o segue conforme descrição. 5% afirmou ter conhecimento do código, porém não o seguir integralmente ou não lembrar o que consta no mesmo. E 12% dos entrevistados não sabiam ou não tinham código de ética na sua empresa.

Em relação ao emocional, foi questionado aos entrevistados se sentiam afetados emocionalmente pela conduta ética ou a falta dela; 88% afirmou ser afetado. Emoções como alegria, que pode surgir através do reconhecimento das atitudes éticas, raiva e frustração quando é constatado que pessoas que não seguem atitudes corretas sobem na carreira, tristeza ao constatar que o considerado ético não é seguido e regras são burladas em busca do lucro, desrespeito e sentimento de violação quando forçado a agir de maneira antiética para condução de uma situação específica, indignação quando fora dos valores

acreditados pela não conformidade das ações das pessoas que estão ao meu redor, desânimo e vergonha se os chefes não cumprem o que cobram dos funcionários.

A ética nos relacionamentos organizacionais pode ser percebida tanto de forma positiva quanto negativa. Colabores acreditam que haja ética na relações dentro do mercado segurador, porém nem sempre os ideais apresentados são colocados na prática. A busca por vantagens através de meios que fogem dos valores da empresa e do que é considerado ético prevalece.

Colaboradores se sentem lesados quando induzidos ou, muitas vezes, obrigados a praticarem atos antiéticos em prol do lucro, ou vantagens, para a empresa. Isso gera revolta entre esses indivíduos e leva ao comportamento influenciado pelas emoções que muitas vezes não é bom para a empresa. O empregado desmotivado além de ter seus níveis de produtividade diminuídos pode repassar essa insatisfação a outros, causando desmotivação e intrigadas e podendo levar ao comportamento antiético de outros. Cabe aqui a frase “eu lavo minhas mãos”, que é usada para questionamentos do tipo ‘ se fulano não está fazendo correto e está se dando bem, porque eu faria?’

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

É subjetivo no mundo corporativo a ética como grande norteadora das atividades da empresa, e isso somente se alcança com colaboradores que possuam essa qualidade. Espera-se que os colaboradores hajam de acordo com o que seria a conduta ideal, que é chamada de ética empresarial.

Como principal objetivo do estudo intitulado “a avaliação da ética no ramo segurador: como o comportamento do líder influencia o colaborador”, temos a percepção da insatisfação dos colaboradores inseridos nesse meio e a maneira com que o líder compromete e influencia suas atitudes, visando um melhor entendimento da maneira com que isso os afeta no dia a dia. Esse objetivo foi fundamentado a partir de pesquisas teóricas, observação e questionários feitos com colaboradores do ramo segurador; o mesmo se fundamenta na necessidade da exposição do sentimento do colaborador em relação ao líder, pois como pode ser observado no dia a dia desses colaboradores e também em artigos ilustrando a importância e as consequências dos caminhos éticos, a ética está ligada diretamente a gestão de pessoas e isso afeta seu rendimento e posicionamento dentro da organização.

Dentro do objetivo geral da pesquisa elencaram-se alguns objetivos específicos, sendo os quais: identificar como a ética é percebida nos relacionamentos organizacionais, analisar como a percepção da ética influencia emocionalmente os colaboradores, mensurar qual a importância da ética para o segmento segurador, identificar se há posicionamento ético dos líderes através da visão dos colaboradores e apresentar os resultados da aplicação da cultura ética nas instituições alvo do trabalho. Para que se tivesse uma maior profundidade na referida pesquisa, formularam-se hipóteses para cada um dos objetivos específicos mencionados acima, que serão trabalhadas em conjunto aos objetivos específicos, para que desse modo, possa-se verificar se as hipóteses foram confirmadas ou não com a realização da pesquisa em questão.

O primeiro objetivo a ser analisado foi a identificação da percepção da ética nos relacionamentos organizacionais; a hipótese que havia sido levantada era de que ela era percebida através dos exemplos vivenciados e da moralidade contida em cada indivíduo, o que gera diferentes percepções de certo e errado. Com a pesquisa realizada com colaboradores de corretoras pessoa jurídica percebe-se que há

um perfeito entendimento e percepção da ética nos relacionamentos organizacionais. Cada indivíduo carrega para a organização o que chama de “sua” ética, pois apesar do senso comum de ética para a sociedade cada um traz dentro de si características morais que moldam o entendimento individual da ética. Todavia, não somente a conduta ética, mas principalmente a falta dela, é percebida nesses relacionamentos. Com isso, pode-se dizer que os colaboradores percebem a ética através de ações tomadas no dia a dia em determinadas situações em que seus valores morais sejam testados, através dos seus conhecimentos de “certo e errado” e da convivência com diretrizes morais diferentes das suas.

O próximo objetivo refere-se a possível influencia emocional que a ética exerce sobre os colaboradores e os sentimentos que a existência ou não dela causa. Como hipótese, acreditou-se que, principalmente para aqueles que têm a ética como principio, há o impacto emocional na forma dos seguintes sentimentos: satisfação, raiva, descontentamento, alegria, orgulho, tristeza, desprezo; sendo estes tanto positivos quanto negativos. As emoções abordadas nas hipóteses são, em sua maioria, aquelas que o colaborador sente no momento da percepção de atos éticos ou não, sendo que são as emoções positivas que os tornam mais produtivos, ou seja, quando há predominância das emoções positivas o colaborador tende a prestar um serviço melhor e trabalhar motivado.

A ética tem extrema importância dentro do mercado segurador se relaciona com o seguinte objetivo: Mensurar qual a importância da ética para o segmento segurador. Essa hipótese foi conferida durante toda a pesquisa e observação da prática ou não dos elementos éticos. Verificou-se que não somente essencial a ética é imprescindível para o mercado segurador. Entretanto, como em qualquer outro mercado, essa característica básica não é cumprida de forma geral. Isto é, existem agentes no processo que usam de má fé e sucumbem a falta de ética para benefício próprio.

Sob a perspectiva dos colaboradores o posicionamento ético dos líderes pode ser percebido tanto positiva quanto negativamente. Dentro da perspectiva de análise da influencia dos líderes, notou-se que principalmente a motivação dos colaboradores sofre impacto com as percepções éticas.

REFERÊNCIAS

- AGUILAR, Francis, J. *A ética nas empresas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1996.
- ALENCASTRO, Mario Sergio Cunha. *Ética empresarial na prática: liderança, gestão e responsabilidade corporativa*. Curitiba: Ibpex, 2010.
- ASHLEY, Patrícia Almeida (coord.). *Ética, valores e cultura: especificidades do conceito de responsabilidade social corporativa*. In: _____. *Ética e Responsabilidade Social nos Negócios*. São Paulo: Saraiva, 2002.
- BELLUZZO, R. C. B. *Liderança & formação e desenvolvimento de equipes*. São Paulo : USP, SIBi, 2002. Apostila.
- BROWN, Marvin T. *Ética nos negócios*. São Paulo: Makron books, 1993.
- BUENO, Valdemir. *Impactos das atitudes negativas dos líderes sobre os liderados*. Revista NPI/FMR – Ano V- set/2011. Disponível em <<http://www.fmr.edu.br/npi.html>> Acesso em 03/10/2013.
- BUENO, Wilson da Costa. *Comunicação empresarial: teoria e pesquisa*. São Paulo: Manole, 2003.
- CABRAL, B. R. *Programa de endomarketing para os colaboradores do hotel Quality Curitiba*, Produção técnico científica apresentada a Universidade Vale do Itajaí, 2007.
- CAMARGO, Marculino. *Fundamentos de ética geral e profissional*. 2 ed. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2001.
- CLARO & NICKEL. *Gestão de pessoas*. 2002. Disponível em <http://www.unifae.br/publicacoes/pdf/cap_humano/2.pdf> Acesso em 19/01/2014.
- CHIAVENATO, Idalberto. *Administração de novos tempos*. Rio de Janeiro: Campus, 2004.
- CHIAVENATO, Idalberto. *Gerenciando com as pessoas*. Rio de Janeiro: Campus, 2005.
- CID, Luis. *Liderança no desporto. Tentativa de simplificar um processo complexo*. Revista Digital, Buenos Aires, ano 11 - N° 103, 2006. Disponível em <<http://www.efdeportes.com/>> Acesso em 15/12/2013.
- COVEY, Stephen R. *Liderança baseada em princípios*. Rio de Janeiro: Campus, 1994.
- DAMAZZINI, Josiane Trindade; FERREIRA, Josiane Peres. *Estilos de liderança e influencia exercida nos liderados*. Disponível em <<http://www.pucpr.br/eventos/educere/educere2006/anaisEvento/docs/CI-057-TC.pdf>> Acesso em 10/10/2013.

DELOITTE. *A Indústria de Seguros no Brasil – Transformação e crescimento em um país de oportunidades*. Pesquisa Deloitte, 2011. Disponível em <<http://www.deloitte.com/assets/Dcom-Brazil/Local%20Content/Articles/Conte%C3%BAdos/Livros/LivroSegurosPortugues.pdf>> Acesso em 10/10/2013.

FAVERO, Ovidio. *Revista A Verdade*. Disponível em <<http://marcelogil2000i.blogspot.com.br/2009/08/inteligencia-emocional-na-etica.html>> Acesso em 16/03/2014.

FERREIRA, Elkie Larissa O S Brandão. A influencia da relação líder-liderado no clima organizacional. *Revista de administração de Roraima*, Boa Vista, v.2, p. 29-50, 2012.

FERREL, O.C; FRAEDRICH, John; FERREL, Linda. *Ética empresarial: dilemas, tomadas de decisões e casos*. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso, 2001.

FUNENSEG. <<http://www.funenseg.org.br/>> Acesso em 20/09/2013.

GALIZA, Francisco; FARIA, Vieira de; PARENZI, Roberto. *Cenário Econômico do Mercado de Distribuição de Seguros no Brasil*. Rio de Janeiro: Funenseg, 2009. Disponível em <<http://www.ratingdeseguros.com.br/pdfs/Estudos%20Funenseg%2022.pdf>> Acesso em 28/10/2013.

GIL, Antonio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo: Atlas, 1991.

GIL, Antonio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Atlas, 2009.

GUERRIER, Yvone. *Comportamento organizacional em hotéis e restaurantes*. São Paulo: Futura, 2000.

HAGGAI, Jonh. *Seja um líder de verdade*. Belo Horizonte: Betânia, 1990.

HARDINGHAM, Alison. *Trabalho em equipe*. São Paulo: Nobel, 2000.

KAVANAUGH, Raphael R.; NINEMEIER, Jack D. *Supervisão em hospitalidade*. Rio de Janeiro: Qualitymark; Bahia: Instituto de Hospitalidade, 2003.

KPMG. *Situação atual e perspectivas do mercado de distribuição de seguros no Brasil*. Disponível em <http://www.kpmg.com/BR/PT/Estudos_Analises/artigosepublicacoes/Documents/Seguros/situacao-atual-mercado-seguros.pdf> Acesso em Fevereiro/2014> Acesso em 30/01/2014

LEITE, Régis Augusto de Souza Leite. *A ética na era da globalização como diferencial competitivo*. 53 f. Monografia (Pós graduação em Gestão de Negócios) – Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2006.

LISBOA, Lázaro Plácido. *Ética Geral e Profissional em Contabilidade*. 2.ed. São Paulo: Atlas, 1997.

MAXWELL, John C. *O livro de ouro da liderança*. Rio de Janeiro: Thomas Nelson Brasil, 2008.

MELLO, Leila Maria. *Ética nos negócios*. Curitiba: IESDE Brasil, 2007.

MONTEIRO, T. M. L. ; CHACON, M. J. M. . *Um caso de ética profissional: a relação das empresas com os conselhos de contabilidade*. In: X SEACON - Seminário Acadêmico de Contabilidade., 2005. X SEACON - Seminário Acadêmico de Contabilidade.

MOREIRA, J. M. *Ética Empresarial no Brasil*. 1a.ed. São Paulo: Pioneira, 2000.

NETTO, Francisco de Souza. *A capacitação da liderança no contexto organizacional*. 48 f. Monografia (Pós graduação em Gestão de Negócios) – Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2005.

NALINI, José Renato. *Ética Geral e Profissional*. 4. ed. rev. e atual. São Paulo, Editora Revista dos Tribunais, 2004.

NEVES, José Luis. *Pesquisa qualitativa – características, usos e possibilidades*. Caderno de pesquisas em Administração, São Paulo, v. 1 – nº3, 1996.

QUEIROZ, Rafaela Loureiro de. *Evolução do mercado de seguros no Brasil após o plano real*. Disponível em <<http://www5.unochapeco.edu.br/pergamum/biblioteca/php/imagens/000065/000065A6.pdf>> Acesso em 24/09/2013.

PENNINGTON, Randy; BOCKMON, Marc. *A ética nos negócios*. Rio de Janeiro: Editora Objetiva, 1995.

RIBAS, Daiane. *Ética: um dos segredos para ser um profissional competente*. Disponível em <<http://infogeral.wordpress.com/2007/04/04/etica-um-dos-segredos-para-ser-um-profissional-competente/>> Acesso em 10/03/2014.

ROBBINS, Stephen P. *Comportamento organizacional*. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

SÁ, Antonio Lopes de. *Ética Profissional*. São Paulo: Atlas, 2001.

SÁ, A . L. *Ética Profissional*. 3a.ed. São Paulo: Atlas, 2000.

SHERMERHORN JUNIOR, J. R. Et al. *Fundamentos de Comportamento Organizacional*. 2a.ed. Porto Alegre, 1999.

Schwartz, Y. (1999). La communauté scientifique élargie et le régime de production des savoirs. *Les Territoires du Travail – Les continents de l'expérience*, 1 (3), 79-87.

SINCOR-PR. Disponível em <<http://portal.sincor-pr.org.br>> Acesso em 28/10/2013.

SOUSA, Daniella; BASTOS, Luciana. *A questão da ética nas relações interpessoais*. Disponível em <http://www.nead.unama.br/bibliotecavirtual/monografias/ETICA_RELACOES_INTE_RPESSOAIS.PDF> Acesso em 10/10/2013.

SOVIENSKI, Fernanda; STIGAR, Robson. *Recursos Humanos X Gestão de Pessoas*. Gestão: Revista Científica de Administração e Sistemas de Informação. Curitiba, v. 10, n. 10, p. 51-61, Jan./jun. 2008.

STEINBERG, Henrique. *Ética também gera resultados*. Disponível em <<http://www.revistamelhor.com.br/textos/247/artigo223313-1.asp>> Acesso em 05/08/13.

STUKART, Herbert Lowe. *Ética e corrupção: os benefícios da conduta ética na vida pessoal e empresarial*. São Paulo: Nobel, 2003.

SUSEP. *História do seguro*. <<http://www.susep.gov.br/menu/a-susep/historia-do-seguro>> Acesso em 28/10/2013.

TEIXEIRA, G. N. *A Ética no Mundo da Empresa*. 2a.ed. São Paulo: Pioneira, 1998.

ZAJDSZNAJDER, Luciano. *Ser ético*. Rio de Janeiro: Gryphus, 1994.

ZOBOLI, Elma Lourdes Campos Pavone. A ética nas organizações. Revista Instituto Ethos Reflexões, ano 2, n. 4, março, 2001.

8 APÊNDICES

Apêndice A: Questionário de entrevista

A AVALIAÇÃO DA ÉTICA NO RAMO SEGURADOR: COMO O COMPORTAMENTO DO LÍDER INFLUENCIA O COLABORADOR

Esta pesquisa visa o melhor entendimento de como um líder ético, ou não, pode influenciar o comportamento do liderado, no ramo segurador no Brasil.

Um líder ético pode motivar para o bem ou para o mal? A falta de ética pode ser contagiante? Líderes éticos obtêm melhores resultados de sua equipe?

1- Você tem conhecimento do que é ética?

Sim Não

2- A ética para você é (descreva):

3- Quais desses fatores você acredita que influenciam a conduta ética?

Valores pessoais

Atitude/conduta do superior imediato

Atitude/conduta da alta administração da empresa

Ambição para progredir

Pressões por melhor desempenho no trabalho

Nenhuma ameaça de punição

Amigos/colegas

4- Você já cometeu algum ato antiético ou ilegal? Se sim, indique quais.

Sim Não

Menti para meu chefe

Falsifiquei registros

Trabalhei alcoolizado/ drogado

Roubei/ furtei

Aceitei propina

) Violei alguma politica da empresa

) Outros – Quais? _____

5- Você tem conhecimento de que seu superior tenha cometido algum dos atos acima?

) Sim) Não) Não sei

6- Você concorda que:

a) A longo prazo, conduta ética significa bons negócios?

) Sim) Não Por que? Explique.

b) A conduta ética é recompensada?

) Sim) Não Por que? Explique.

7- No geral, você considera a empresa onde trabalha ética?

) Sim) Não Por que? Explique.

8- Você acredita que uma simples ligação pessoal feita no telefone da empresa, ou uma impressão particular, seja um ato antiético?

) Sim) Não Por que? Explique.

9- A empresa que você trabalha estimula a conduta ética?

) Sim) Não Como? Explique.

10- Se observada a má conduta do seu superior, você denunciaria?

) Sim) Não Por que? Explique.

11-Na sua visão, para o profissional do mercado segurador a ética é:

12-De que forma a ética pode comprometer o mercado segurador? Explique.

13-Para você, um líder ético é aquele que:

14-Visto que ao trabalhar com seguros você deve manipular dados pessoais e sigilosos de terceiros, há uma preocupação sua, do seu líder e da sua empresa para que esses dados não sejam divulgados?

15-Na sua empresa há código de conduta? Se sim, você tem conhecimento das normas e as segue?

16-Você acredita que a conduta ética, ou a falta dela, pode afetar seu emocional (causar raiva, frustração, alegria,etc)? Por que?