

DECLARAÇÃO DA MISSÃO ORGANIZACIONAL DE EMPRESAS LISTADAS NA BOVESPA - UMA ANÁLISE À LUZ DA TEORIA INSTITUCIONAL

FÁBIO VIANA DE MOURA
UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA

CAROLINA VENTURINI MARCELINO
UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA

JOSÉ BERNARDO CORDEIRO FILHO
UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA

RESUMO

Esse trabalho teve como objetivo principal investigar os motivos pelos quais as declarações de missão das empresas brasileiras listadas na Bovespa apresentam similaridades. Para isso, apoiou-se nas idéias da Teoria Institucional. Foram analisadas missões de 130 empresas listadas na Bovespa, em que se buscou revelar fatores sócio-ambientais que possivelmente impactavam o isomorfismo de tais discursos corporativos, já amplamente evidenciado pela literatura. Usando a característica de tamanho para corroborar a semelhança entre as Declarações de Missão publicadas empresas que compuseram a análise, indicou haver relações causais entre aspectos ambientais e isomorfismo organizacional. Seus achados ratificam a hipótese subjacente de que quando organizações de um determinado ambiente dependem de fontes similares de recursos vitais e quando operam em meios onde há uma maior concentração de entidades com atributos estruturais semelhantes, mais isomórficas elas se tornam em práticas, políticas e procedimentos. Em suas entrelinhas, tal descoberta questiona a motivação do comportamento organizacional, indicando que organizações tendem a incorporar, em sua estrutura, práticas que funcionam como mitos, tidos como racionais e eficientes no ambiente em que se encontram inseridas.

Palavras-chave: Declaração de Missão. Teoria Institucional. Isomorfismo.

Área Temática: Controladoria

1 INTRODUÇÃO

A literatura sobre planejamento estratégico é rica em estudos sobre a temática: Declarações Corporativas – Missão, Visão e Valores. Dentre outras, há uma parte dela que se dedica a delinear e prescrever formas que tais discursos devem tomar para que produzam, eficientemente, seus propósitos estratégicos (DRUCKER, 1975; PEARCE, 1982). Há também uma que se preocupa em observar e descrever como tais discursos são apresentados em organizações, nos mais diversos países (LEUTHERSSER; KOHLI, 1997; BIGNETTI; WIETHAREUPER; LAUTERT, 2005; RIBEIRO E OUTROS, 2008). Com mesmo tema, pode-se também destacar pesquisas que analisam a relação entre a qualidade de dessas declarações corporativas e a performance financeira das organizações que as publicaram (BARTKUS; GLASSMAN; MCAFEE, 2006).

A prática de publicar declarações de Missão, Visão e Valores vem se tornando cada vez mais comum, difundida, nos mais variados setores. Uma explicação intuitiva comum e implicitamente atribuída a tal fenômeno é a de ordem racional. Por ela, organizações passariam a utilizar tais ferramentas de planejamento estratégico com o intuito de melhorar sua eficiência operacional e, conseqüentemente, seu desempenho financeiro. Entretanto, existem outras idéias lastreadas em motivações de natureza sócio-cognitivas; como as presentes na Teoria Institucional (MEYER; ROWAN, 1977; DIMAGGIO; POWELL, 1983; ZUCKER, 1977). Para esta, organizações tenderiam a conformar sua estrutura, práticas e procedimentos com modelos socialmente concebidos e institucionalizados, tidos, pelos constituintes do seu meio, como racionais e eficientes. A adequação a esses modelos, por sua vez, aumentaria a legitimidade das organizações, melhorando, assim, suas perspectivas de sobrevivência.

Um outro fenômeno recentemente evidenciado por trabalhos científicos como os de Leuthersser e Kohli (1997); Bignetti, Wiethareuper e Lautert (2005) e Ribeiro *et. al* (2008) é o de que as declarações corporativas de Missão, Visão e Valores, divulgadas por determinadas organizações, têm se apresentado, cada vez mais, com características semelhantes. Da mesma maneira, tal fenômeno poderia ser explicado por via do pensamento econômico racional, que pressupõe que organizações evidenciam Declarações Corporativas semelhantes porque escolhem características que as tornam, ao máximo, eficientes. Alternativamente, poder-se-ia explicar essa crescente semelhança entre tais discursos pela análise de motivações sócio-cognitivas que estariam infundidas nos ambientes nos quais as organizações observadas estivessem operando, como faz a Teoria Institucional. Foi justamente esse o caminho trilhado por esta pesquisa. Mais objetivamente ela buscou apoio nos conceitos e idéias da Teoria Institucional para tentar revelar os motivos que possivelmente levariam organizações integrantes do Mercado de Capitais Brasileiro a publicarem declarações de Missão com características semelhantes.

As principais relações teóricas estabelecidas pelo pensamento neo-institucional, utilizadas por este trabalho, podem ser encontradas nos artigos de Meyer e Rowan (1977), Dimaggio e Powell (1983) e Zucker (1977). Para esses autores, práticas institucionalizadas em certos ambientes, funcionam como mitos poderosos, revestidos de eficiência e racionalidade mítica, incrustadas no imaginário coletivamente construído e compartilhando entre membros de um grupo. Como dito por Meyer e Rowan (1977) rotinas e políticas são cerimoniosamente adotados, por serem tidos como eficazes e racionais, pelos componentes de um ambiente.

Especificamente, este trabalho se apóia em uma predição teórica delineada por Dimaggio e Powell (1983). Ela estabelece que quanto mais um conjunto de organizações depende de fontes de recursos similares e quanto mais for estruturado o ambiente em que o grupo esteja inserido, mais homogêneas, isomórficas, as entidades que o compõem se tornam; em práticas, procedimentos e estrutura. As seções seguintes se encarregarão de contextualizar e relacionar essa hipótese com a análise da semelhança das Declarações de Missão divulgadas por organizações integrantes do Mercado de Capitais brasileiro.

Em relação aos seus resultados, esperou-se que este trabalho realçasse alguns possíveis fatores ambientais que contribuem para que os discursos corporativos evidenciados por importantes organizações tenham se mostrado tão semelhantes. Subsidiariamente, esperou-se que esta investigação contribua com o desenvolvimento da Teoria Institucional, uma vez que testa sua habilidade preditiva a respeito do comportamento organizacional, mais diretamente, quanto ao uso de um importante e difundido instrumento de gestão estratégica: Declaração de Missão. Somado a isso, almejou-se poder contribuir com aperfeiçoamentos metodológicos que possibilitem, de certa maneira, melhorar ou ampliar a aplicação da Teoria Institucional na

pesquisa organizacional; já que, como dito por Tolbert e Zucker (1998), tal paradigma ainda está por solidificar suas relações e fronteiras de investigação empírica e institucionalizar suas metodologias e *proxies*.

Este artigo se divide nas seguintes seções: Caracterização do Problema, na qual se demonstrará que evidências e inquietações levaram a delimitação da questão de pesquisa; Objetivos, onde serão expostas as metas estabelecidas pelo estudo; Referencial Teórico, na qual serão expostos os pilares teóricos sobre os quais se construiu esse trabalho; Procedimentos Metodológicos, que mostrará as estratégias utilizadas em busca de alcançar os objetivos propostos; Apresentação e Análise dos dados e; por fim, as Considerações Finais, onde serão tecidos comentários sobre os resultados encontrados.

2 CARACTERIZAÇÃO DO PROBLEMA

Recentemente, um estudo publicado na HSM Management analisou declarações de missões, visões e valores de 130 grandes empresas brasileiras, utilizando a lista Melhores e Maiores organizada pela revista Exame. Tal pesquisa observou que os discursos corporativos escrutinados eram, em certo grau, muito homogêneos, ou seja, os textos da maior parte das organizações observadas tinham conteúdos bastante semelhantes. Seus resultados evidenciaram também que as empresas tanto utilizavam suas declarações de missão, visão e valores como anúncios da estratégia corporativa, quanto atribuíam a cada uma delas uma função específica, a saber: à missão, a de explicitar o negócio; à visão, a de estipular grandes desafios e; aos valores, a de indicar o comportamento organizacional.

Seguindo essa mesma linha de pensamento, trabalhos realizados em outros países corroboram uma tendência à homogeneidade desses discursos corporativos. Como exemplo, pode-se citar uma pesquisa feita por Bart (1997), que analisou 88 missões de empresas americanas e revelou a recorrente presença de certas características em tais textos, tal como a referência a clientes que aparece em oitenta por cento dos casos. Da mesma maneira, Leuthesser e Kohli (1997), ao estudar 63 declarações de missões de empresas americanas, demonstraram que os conteúdos desses discursos corporativos eram similares em vários aspectos.

Em uma outra vertente de estudos sobre o tema declarações corporativas, pesquisadores têm analisado a relação entre a qualidade da Declaração de missão e a performance financeira das organizações que as publicam, como feito por Bartkus, Glassman e McAfee (2006). Em sua maioria, tais trabalhos não encontraram relações positivas e estatisticamente significantes entre essas variáveis. O que revela que é muito provável que o simples fato das organizações adequarem suas declarações de missão a prescrições de especialistas, parâmetro utilizado para aferir a qualidade de tais textos, não tem contribuído com o aumento de seus resultados financeiros.

Intuitivamente, pode-se perceber que as evidências acima expostas levam a suscitar que ação organizacional, no tocante a publicação de Declarações de Missão, não é determinada, totalmente, por comportamento racional. Já que, como demonstrado, não é plausível ou não há evidências de que a publicação da Declaração de Missão, com características que lhe confira “qualidade”, garanta a melhora do desempenho financeiro das organizações que o fazem (BARTKUS; GLASSMAN; MCAFEE, 2006). Desta maneira, os resultados dos trabalhos analisados sugerem que atores organizacionais ao decidirem tornar pública a Missão de sua organização não refletem, conscientemente, sobre a relação custo-benefício dessa ação.

Munindo-se de tais idéias, levanta-se a hipótese de que organizações adotam tais instrumentos de gestão estratégica sem questionar muito os porquês práticos de tal ação. Como expresso em língua inglesa, agem em modo *take-for-granted*. Hipótese, essa, integralmente suportada pelo pensamento neo-institucional, que estabelece que ações dessa natureza seriam responsáveis pela adoção e persistência de práticas, políticas e procedimentos que têm racionalidade e eficiência mítica, difundidas e amplamente aceitas por integrantes de um determinado grupo.

Como dito anteriormente, existem muitas evidências empíricas de que Declarações Corporativas publicadas por organizações de todo o mundo têm se apresentado com características muito semelhantes. O que pode ser visto nos estudos de Bart (1997) e Leuthesser e Kohli, (1997), que analisaram empresas estrangeiras e; nos trabalhos de Bignetti, Wiethaeuper e Lautert (2005) e Ribeiro *et. al.* (2008), que se dedicaram a investigar discursos de organizações brasileiras. Considerando tais descobertas e, considerando também as idéias acima expostas, julgou-se necessário investigar fatores que possivelmente causariam essa tendência à homogeneidade das Declarações de Missão de importantes agentes econômicos que atuam no Brasil, ou melhor, de empresas integrantes do Mercado de Capitais Brasileiro.

Para tal, tornou-se necessário selecionar instrumentos teóricos e metodológicos que viabilizem a consecução dessa tarefa. Como já comentado, os elementos teóricos manuseados por este trabalho foram extraídos da Teoria Institucional (MEYER; ROWAN, 1977; DIMAGGIO; POWELL, 1983; TOLBERT; ZUCKER, 1977) e serão devidamente expostos e elucidados em seções seguintes, que tratarão da base teórica e da construção da hipótese. Entretanto, para fins de melhor compreensão da questão de pesquisa, aqui se destaca duas importantes relações causais, entre ambiente e isomorfismo organizacional, delineadas por Dimaggio e Powell (1983), como se segue:

- quanto maior a extensão na qual um ambiente organizacional é dependente de uma singular (ou várias similares) fonte (s) de suporte de recursos vitais, maior o nível de isomorfismo (DIMAGGIO; POWELL, 1983);
- quanto maior a extensão da estruturação de um ambiente maior o grau de isomorfismo (DIMAGGIO; POWELL, 1983).

Tais predições teóricas suportaram e motivaram a definição do seguinte problema de pesquisa: as declarações da missão das organizações integrantes do Mercado de Capitais brasileiro são mais homogêneas naqueles ambientes onde há uma maior dependência a um único ou a poucos similares fornecedores de recursos e nos quais haja uma maior concentração de organizações com atributos estruturais similares? Tendo em vista este problema de pesquisa e demais características do trabalho, a seção seguinte especificará e descreverá os objetivos perseguidos no desenvolvimento deste estudo.

3 OBJETIVOS

Conforme já exposto, este esforço de pesquisa buscou revelar os fatores que possivelmente explicariam a similaridade, em certa característica, das declarações da missão de uma determinada população de empresas brasileiras. Ou seja, visou revelar conhecimentos que possibilitassem identificar e realçar características dos ambientes organizacionais observados que contribuiriam com a homogeneidade desses discursos corporativos, já largamente evidenciada em outros trabalhos científicos.

Secundariamente, mas igualmente importante para literatura sobre Gestão Estratégica e Controladoria, essa pesquisa estabeleceu um outro objetivo: o de elucidar, com o apoio da

Teoria Institucional, de que forma o comportamento corporativo, em relação ao uso e atributos de instrumentos de gestão estratégica, especificamente da declaração da Missão, são determinados por aspectos sócio-cognitivos, difusos nos ambientes nos quais organizações se encontram inseridas. Como teorizado por Meyer e Rowan (1977), Dimaggio e Powell (1983); Tolbert e Zucker (1977), tais aspectos fazem com que membros de uma coletividade adotem procedimentos, defendam políticas ou tenham atitudes em relação a certas práticas, influenciados pelo status mítico de eficácia que elas têm. Status este, promulgado por uma consciência coletiva amplamente compartilhada pelos constituintes do meio.

Por fim, este estudo pretendeu contribuir, mesmo que modestamente, com melhoramentos e desenvolvimentos teórico-metodológicos dos trabalhos elaborados com suporte da Teoria Institucional.

4 REFERENCIAL TEÓRICO

A Teoria Institucional tem sido utilizada para explicar uma vasta gama de fenômenos. Fligstein (1985), por exemplo, a manuseou para investigar a predominância da forma multidivisional em grandes empresas americanas; Robson *et. al.* (2007) dela fez uso para demonstrar as tendências da utilização de métodos de avaliação de risco por organizações que prestam serviços de auditoria; Carpenter e Feroz (2001) lançaram mão de tal paradigma teórico para explicar porque entidades governamentais americanas adotavam princípios de contabilidade. Há, ainda, outros trabalhos que, com auxílio da Teoria Institucional, elucidaram os motivos pelos quais empresas australianas praticavam voluntariamente evidências de informações de cunho sócio-ambiental (DEEGAN; RANKIN; TOBIN, 2002; TOMS, 2002).

Como anteriormente comentado, os trabalhos seminais de Meyer e Rowan (1977); Dimaggio e Powell (1983) e Zucker (1977) traçaram e estabeleceram as idéias fundamentais da Teoria Institucional. Estes trabalhos, por sua vez, foram fortemente influenciados pelo pensamento weberiano. Mais especificamente, por uma alternativa teórica idealizada para explicar a origem de organizações burocráticas, denominada de legitimidade das estruturas formais racionalizadas. Segundo essa linha de pensamento, estruturas organizacionais não resultariam somente das redes relacionais das entidades ou de suas demandas por eficiência; mais do que isso, essas estruturas estariam arraigadas na difundida realidade social, sendo, portanto, reflexos dela.

Pela lógica da Teoria Institucional, organizações tenderiam a incorporar práticas e procedimentos prevalentes em seus ambientes, definidos e aceitos como conceitos racionalizados de atividade organizacional. Onde está subentendido que, quando uma organização adota tais procedimentos, ela aumenta sua legitimidade e, conseqüentemente, suas perspectivas de sobrevivência. Fato esse que ocorreria independentemente da eficácia imediata do uso de tais práticas e procedimentos (MEYER; ROWAN, 1977). As palavras de Meyer e Rowan (1977, P.343), a seguir, demonstram bem o mecanismo de funcionamento de tal atitude organizacional:

[...] posições, políticas, programas e procedimentos de modernas organizações são feitos cumprir pela opinião pública, pela visão de cidadãos importantes, por conhecimentos legitimados através do sistema educacional, pelo prestígio social, por leis e por definições de negligência e prudência usadas pelos tribunais. Tais elementos da estrutura formal são manifestações de poderosas regras institucionais que funcionam como mitos altamente racionalizados, que passam ser obrigatórios a determinadas organizações. (MEYER; ROWAN, 1977, p.343, tradução nossa).

Por analogia, poder-se-ia supor que as estruturas formais das organizações que integram o mercado de capitais brasileiro carregariam consigo poderosas regras institucionais:

mitos altamente racionalizados. Ou seja, hipoteticamente, a divulgação de declaração da missão com características específicas, pelas referidas organizações, representaria o resultado do aceite a leis coletivamente estabelecidas e compartilhadas. Leis essas, que tornam obrigatória a divulgação desses discursos a todas aquelas organizações que queiram ser consideradas como racionais e eficientes.

Uma outra importante contribuição para o pensamento Institucional foi feita pelo artigo *The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Field*. Nele, Dimaggio e Powell (1983) descrevem que as mudanças organizacionais aparentam ser cada vez menos dirigidas pela competição ou pela busca por eficiência. Para eles, a burocratização e outras formas de mudança organizacional ocorreriam como resultado do processo que tornam as organizações mais similares, sem necessariamente torná-las mais eficientes. Então, este processo, de crescente homogeneização das organizações em determinado ambiente, dá origem a um importante conceito: o de Isomorfismo. Para Dimaggio e Powell (1983), o isomorfismo, a depender dos fatores que o determinam, pode ser classificado em três tipos: coercitivo, mimético e normativo. Segundo Dias Filho (2004, p.37) essa tipologia é de fundamental importância para se explicar porque determinadas organizações, em um setor particular, são homogêneas em diversos aspectos.

Mais detalhadamente, o isomorfismo coercitivo, resultaria de pressões formais e informais exercidas sobre as organizações, ou por outras de quem dependam ou por expectativas culturais da sociedade dentro da qual estejam inseridas (DIMAGGIO; POWELL, 1983). Um exemplo seria a adoção de determinados procedimentos por força de imposição legal. Onde, subentende-se que o ordenamento legal represente os anseios da sociedade. Semelhantemente, tem-se o exemplo dos conglomerados, em que subsidiárias adotam práticas contábeis, avaliações de desempenho e planos orçamentários compatíveis com os da companhia controladora, sem que estejam sujeitas a qualquer imposição formal.

Ao tratar do isomorfismo mimético, Dimaggio e Powell (1983) postulam que nem todo isomorfismo institucional deriva da autoridade coercitiva. A incerteza seria também uma poderosa força que encoraja a imitação. Embasados nas idéias de March e Olsen (1976), eles postulam que quando tecnologias organizacionais são mal entendidas, quando metas são ambíguas ou o ambiente cria incertezas simbólicas, organizações podem se modelar espelhadas em outras, consideradas eficientes. Analogamente, tendo em vista o problema desta pesquisa, poder-se-ia supor que, em caso de incertezas quanto ao conteúdo das declarações de missão que deveria ser divulgado, as organizações optariam por imitar o comportamento de outras, tidas como bem sucedidas em seu ambiente.

O outro tipo de isomorfismo, o normativo, por sua vez, originar-se-ia primariamente da profissionalização. Dimaggio e Powell (1983) interpretam a profissionalização como um esforço coletivo de membros de uma determinada ocupação em definir condições e métodos de seu trabalho para controlar a produção de procedimentos e estabelecer a base e legitimação de sua autonomia ocupacional. Assim sendo, as possíveis similaridades entre práticas organizacionais seriam consequência da difusão de métodos e técnicas abraçados por um grupo de profissionais que foram ensinados a empregá-las.

Como visto, teoricamente, todas essas idéias servem de fundamento para explicarmos os motivos pelos quais os textos das declarações corporativas das empresas brasileiras são tão semelhantes, como observados por Bignetti, Wiethareuper e Lautert (2005) e por Ribeiro e outros (2008). Elas trazem, também, consigo uma outra implicação: a de que práticas e procedimentos organizacionais não são adotados somente como consequência de escolhas racionais, o que é, implicitamente, corroborado por evidências que mostram uma inexistência de relação entre qualidade das declarações corporativas e desempenho econômico das

organizações que as publicam (BARTKUS; GLASSMAN; MCAFEE, 2006). Da mesma maneira, indicam que as ações dos componentes de um ambiente, em relação à divulgação de suas declarações de missão, refletem regras e entendimentos socialmente construídos, prevalentes em seu meio. Ou seja, indivíduos utilizariam procedimentos ou praticariam alguns atos sem contestarem os motivos ou as necessidades de comportarem daquela maneira.

5 CONSTRUÇÃO DA HIPÓTESE

Considerando os objetivos traçados por esta pesquisa, que circundam a busca por uma explicação para as recorrentes evidências de que as declarações corporativas de missão vêm se apresentando com características muito similares em determinados ambientes; surgiu, assim, a necessidade de traçar estratégias que possibilitassem alcançá-los. A construção da hipótese, descrita nessa seção, fez parte desse esforço.

Em um primeiro momento, vale ressaltar que este trabalho definiu como premissa que as Declarações de Missão publicadas por empresas brasileiras têm características muito semelhantes, sendo, em certa medida, isomórficas. Como já exposto, esta suposição foi e está lastreada por evidências empíricas apresentadas nos trabalhos de Bignetti, Wiethareuper e Lautert (2005) e Ribeiro *et. al.* (2008), que demonstram que empresas divulgam tais textos com conteúdo muito semelhante. Após essa definição, buscou-se uma forma de demonstrar como as idéias da Teoria Institucional, que fornecem explicações para isomorfismos de estruturas organizacionais, já sucintamente descritas acima, poderiam ser aplicadas e validadas na explicação da semelhança, em conteúdo, com que declarações de Missão são divulgadas por empresas brasileiras.

Então, um segundo passo foi o de identificar predições teóricas que relacionassem o isomorfismo das declarações de missão com características sócio-institucionais dos ambientes em que as organizações operavam. Como já exposto anteriormente, foram duas as relações teóricas selecionadas para atender essa necessidade do trabalho, quais sejam:

- quanto maior a extensão na qual um ambiente organizacional é dependente de uma singular (ou várias similares) fonte (s) de suporte de recursos vitais, maior o nível de isomorfismo (DIMAGGIO; POWELL, 1983);
- quanto maior a extensão da estruturação de um ambiente maior o grau de isomorfismo (DIMAGGIO; POWELL, 1983).

Uma elucidação plausível para primeira relação é a de que a centralização de recursos dentro de um ambiente, tanto causaria diretamente a homogeneização, quanto exporia as organizações a pressões similares dos fornecedores de recursos; o que, por conseqüência, catalisaria ainda mais o processo de isomorfismo estrutural. Já a segunda hipótese, teria como mecanismo de funcionamento características estruturais do próprio ambiente organizacional. Em que se estabelece que em ambientes com centros, periferias e estados mais estáveis e amplamente reconhecidos seriam homogêneos, isso porque a difusão de novos modelos e normas seria mais rotineira, já que o nível de interação entre as organizações é mais alto.

Antes de apresentar a descrição da hipótese, faz-se necessário realçar que, para fins de facilitar o processo de análise, este trabalho observou apenas um dos atributos das declarações das Missões escrutinadas: o tamanho. Fato que se justifica por já haver evidências de que tais textos apresentam-se semelhantes em vários outros aspectos relativos ao seu conteúdo. Sendo, então, desejo deste estudo apenas tentar explicar porque tal semelhança ocorre.

Considerando aspectos metodológicos e teóricos acima expostos, foi definida como hipótese de teste, a seguinte: quanto mais dependente dos mesmos fornecedores de recursos e quanto mais estruturado for o ambiente em que organizações operam, mais as declarações das missões das empresas desses ambientes serão semelhantes.

6 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Tendo em vista a hipótese de pesquisa apresentada anteriormente e para que fosse possível alcançar os objetivos propostos, foi necessário, metodologicamente:

- selecionar as organizações que seriam analisadas;
- estabelecer uma maneira de mensurar o isomorfismo das missões das organizações pesquisadas;
- definir a estruturação dos ambientes organizacionais estudados, considerando tanto a concentração de organizações semelhantes quanto a dependência delas a similares fornecedores de recursos.

6.1 Amostra e dados

Por meio da consulta aos *sites* das empresas que compõem a Bovespa e acesso aos seus informes financeiros anuais disponíveis no *site* da CVM – Comissão de Valores Mobiliários - chegou-se a um total de 184 empresas que disponibilizaram publicamente um discurso corporativo, denominado, por elas, de missão. Não foi considerado nenhum outro tipo de discurso, anúncio, enunciado ou tópico que não fosse intitulado, pela organização, de missão. Essa busca foi realizada entre os meses de setembro e dezembro de 2008. Ao fim, em função de ajustes necessários, foram analisadas 130 declarações da missão das empresas que compunham seis dos dez setores da Bovespa.

6.2 Medida de Isomorfismo

Segundo Dimaggio e Powell (1983), ao levar em conta que o efeito do isomorfismo institucional é a homogeneização, o melhor indicador de padrões isomórficos seria a diminuição da variabilidade e da diversidade. Eles sugerem, então, que a medida de isomorfismo poderia ser captada pela redução dos desvios padrões dos valores de indicadores selecionados, para um conjunto de determinadas organizações.

Como já comentado, este trabalho optou por analisar em até que ponto as declarações de missão observadas eram isomórficas em relação ao seu tamanho. A opção pela análise de apenas uma característica se deu pelo fato de que muitos outros trabalhos já evidenciaram a existência de padrões isomórficos entre tais discursos, no que se refere ao seu conteúdo. Dessa maneira, a observação de somente um atributo, o tamanho das declarações de missão, justificou-se pela singular pretensão do estudo de apenas oferecer uma explicação plausível para a já evidenciada similaridade entre esses textos.

Ante o exposto, a aferição do isomorfismo deu-se por meio da avaliação dos desvios padrões em relação à média das palavras presentes nas declarações de missão das empresas que operavam em cada um dos ambientes analisados, definidos como mais ou menos estruturados, em relação similaridade organizacional e à dependência de mesmos fornecedores de recursos.

6.3 Dependência aos mesmos fornecedores de recursos vitais

Levando em consideração a predição teórica de que quanto mais organizações dependem de fornecedores similares de recursos mais elas se tornam semelhantes, o presente trabalho buscou operacionalizar a captura dessa característica. Para isso, considerou-se, também, razoável entender que a divisão setorial da Bovespa capturaria suficientemente a exposição dessas organizações a pressões de mesmos fornecedores de recursos. Uma vez que empresas do mesmo setor estão sujeitas as mesmas pressões de seus *stakeholders*. Como exemplo pode-se facilmente perceber que empresas que compõem o setor financeiro buscam recursos em mesmas fontes; têm clientes com mesmos anseios e são pressionadas pela sociedade para atender demandas semelhantes.

Subsidiariamente, a utilização da divisão setorial da Bovespa, como representação da exposição das organizações de cada um dos setores a fornecedores de recursos vitais similares, pode ser justificada pela própria metodologia adotada pela Bovespa para realizar a classificação. Como exposto no sítio da BOVESPA, a separação das empresas em setores é feita em função dos produtos e serviços desenvolvidos pelas organizações e tem como objetivo:

- fornecer uma identificação mais objetiva dos setores de atuação das empresas, já a partir do primeiro nível da estrutura;
- permitir uma visão sobre empresas que, embora com atividades diferentes, atuem em estágios similares da cadeia produtiva ou com produtos/serviços relacionados e tendam a responder de forma semelhante às condições econômicas (Bovespa, 2009).

6.4 Medida de Estruturação de um Ambiente

Outro aspecto importante, considerado na formatação da metodologia do trabalho, é a relação, teoricamente delineada (DIMAGGIO; POWELL, 1983), entre ambiente estruturado e isomorfismo institucional. Ou seja, a predição de que quanto mais estruturado for um ambiente, mais similares em estrutura, práticas e processos são as organizações que o integram. Neste caso, como nos demais, o entendimento do conceito de ambiente estruturado precedeu, logicamente, os esforços metodológicos para captá-lo.

Considerou-se, então, o que a literatura da Teoria Institucional apregoa a respeito. Especificamente, levou-se em conta que a estruturação ambiental poderia ser mensurada aferindo a concentração, em cada um dos ambientes, dos componentes que se inter-relacionavam: por atuarem em mesmos mercados; terem clientes com mesmas características, defenderem mesmos interesses; estarem sujeitos a mesmas regulamentações; responderem às mesmas agências reguladoras e; organizarem-se em entidades de classe comuns, como sindicatos e confederações.

Assim sendo, esse trabalho mensurou a estruturação ambiental por meio do cálculo da frequência relativa com que organizações de um setor encontravam-se classificadas em sub-setores e segmentos. Onde, entendeu-se que quanto mais organizações de um setor estivessem concentradas em poucos sub-setores e segmentos mais estruturado ele seria. Aqui, subentende-se que sub-setores e segmentos agrupam organizações que se inter-relacionam. A lógica utilizada é a de que seriam mais estruturados os setores em que a maioria de suas organizações constituintes localizavam-se em um menor número de sub-setores e segmentos e, ao inverso, são menos estruturados aqueles cujas organizações constituintes distribuem-se em vários sub-setores e segmentos.

7 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

A tabela abaixo expõe as médias e os desvios padrões do número de palavras utilizadas na declaração da missão das organizações, para cada um dos setores, ambientes analisados. Demonstra, também, em sua última coluna, a razão entre o desvio padrão e a média. Pode-se perceber que os setores estão dispostos em ordem crescente de dispersão em relação à média do número de palavras das declarações de missão das empresas que os compõem, o que implica em uma disposição em ordem decrescente de isomorfismo: quanto menor a variabilidade maior a semelhança.

Tabela 1 - Resumo das Médias e Desvios Padrões

Resumo das Médias e Desvios Padrões			
Setor	Média	Desvio Padrão	DesvPad/Média
Construção e Transporte	25,48	8,34	0,3274
Bens Industriais	30,71	13,12	0,4272
Materias Básicos	35,25	15,67	0,4446
Consumo não-cíclico	31,75	14,63	0,4607
Financeiro e outros	25,09	12,06	0,4806
Consumo cíclico	26,77	17,42	0,6506

Fonte: Dados pesquisa

As tabelas seguintes demonstram como as empresas de cada um dos setores se distribuem em sub-setores e segmentos. Cada uma delas apresenta os dados de um setor específico. Em seus conteúdos, encontram-se o número de empresas presentes em cada sub-setor e segmento, em valores absolutos, percentuais relativos e percentuais acumulados. Expõem, também, o índice resultante da razão entre o desvio padrão e a média do número de palavras das missões das empresas constituintes. Para facilitar a análise, as tabelas estão dispostas de forma a demonstrar a ordem decrescente do isomorfismo ambiental. Ou seja, a primeira tabela apresenta a distribuição das empresas em sub-setores e segmentos do ambiente mais isomórfico e a última, a do menos, tendo como parâmetro o índice *desvpad/média*.

Tabela 2 - Setor de Construção e Transporte

Setor - Construção e Transporte								
Concentração Subsetor				Concentração Segmento				Desv.Pad/Média
Subsetor	Quant.	%	% Acum	Segmento	Quant.	%	% Acum	
Construção e Engenharia	11	0,52	0,52	Construção Civil	7	0,33	0,33	0,3274
Transporte	10	0,48	1,00	Exploração de Rodovias	4	0,19	0,52	
				Construção Pesada	2	0,10	0,62	
				Materiais de Construção	2	0,10	0,71	
				Transporte Aéreo	1	0,05	0,76	
				Transporte Ferroviário	1	0,05	0,81	
				Transporte Hidroviário	1	0,05	0,86	
				Transporte Metroviário	1	0,05	0,90	
				Transporte Rodoviário	1	0,05	0,95	
				Serviços de Apoio e Armazenag	1	0,05	1,00	
Total de componentes	21						21	

Fonte: Dados pesquisa

A tabela 2, acima exposta, representa o ambiente no qual a prática da declaração da missão apresenta-se mais isomórfica, levando-se em conta a característica avaliada pelo trabalho, ou seja, a quantidade de palavras presentes nos conteúdos desses textos. Como é perceptível, nesse ambiente, as empresas se concentram em apenas dois sub-setores e a grande maioria aglomera-se em quatro segmentos. Comparando com os dados apresentados nas demais tabelas, percebe-se, claramente, que o setor acima pode ser considerado como o ambiente mais estruturado, uma vez que as organizações que o compõem estão mais concentradas. Essa evidência confirma a hipótese subjacente de que quanto mais estruturado

for um ambiente, mais isomórficas tornam-se as organizações que o compõem (DIMAGGIO; POWELL, 1983).

Tabela 3 - Setor de Bens Industriais

Setor - Bens Industriais								
Concentração Subsetor				Concentração Segmento				Desv.Pad/Média
Subsetor	Quant.	%	% Acum	Segmento	Quant.	%	% Acum	
Material de Transporte	7	0,41	0,41	Material Rodoviário	6	0,35	0,35	0,4272
Máquinas e Equipamentos	6	0,35	0,76	Máqs. e Equip. Industriais	2	0,12	0,47	
Serviços	2	0,12	0,88	Serviços Diversos	2	0,12	0,59	
Comércio	1	0,06	0,94	Armas e Munições	1	0,06	0,65	
Equipamentos Elétricos	1	0,06	1,00	Equipamentos Elétricos	1	0,06	0,71	
				Material Aeronáutico	1	0,06	0,76	
				Máqs. e Equip. Construção e A	1	0,06	0,82	
				Máqs. e Equip. Hospitalares	1	0,06	0,88	
				Material de Transporte	1	0,06	0,94	
				Motores, Compressores e Outro:	1	0,06	1,00	
Total de Componentes	17				17			

Fonte: Dados da pesquisa

Mediante a análise dos demais dados apresentados nas tabelas a seguir, a relação entre estruturação ambiental e grau de isomorfismo, delineada por Dimaggio e Powell (1983), apresenta-se como verdadeira para os ambientes representados pelos setores de:

- Construção e Transporte;
- Bens Industriais e;
- Materiais Básicos.

O mesmo não é percebido, com sutil diferença, nos setores de:

- Consumo Cíclico e;
- Consumo não Cíclico.

Como pode ser observado nos dados expostos a seguir, há uma discrepância no setor Financeiro, uma vez que ele se apresenta como mais estruturado do que o setor de Materiais Básicos e de Consumo Não-cíclico, porém com grande variação no tamanho das declarações de missão publicadas pelas empresas que o compõe. O que, de certa forma, pode ser explicado por características próprias do ambiente institucional do setor financeiro. Entretanto, conclusões a respeito demandarão uma análise mais minuciosa, não abrangida por esse estudo.

No que se refere às incoerências reveladas pelos dados dos setores de Consumo Cíclico e Não-Cíclico há, à primeira vista, uma explicação plausível: o critério utilizado pela BOVESPA para dividir esses setores. Tais setores são divididos, também, em função da sazonalidade e não sazonalidade dos produtos comercializados pelas organizações que os compõem. Isso faz com que eles se diferenciem dos demais setores, que são delimitados levando em conta características dos produtos das organizações ou considerando a participação de cada uma delas em estágios específicos das cadeias produtivas da atividade da

qual fazem parte. Entretanto, pode-se considerar que esse fato apresenta evidência a favor da idéia de que o isomorfismo ambiental é realmente afetado pelas pressões exercidas por fornecedores similares de recursos vitais (DIMAGGIO; POWELL, 1983).

Tabela 4 - Setor de Materiais Básicos

Setor - Materiais Básicos								
Concentração Subsetor				Concentração Segmento				Desv.Pad/Média
Subsetor	Quant.	%	% Acum	Segmento	Quant.	%	% Acum	
Siderurgia e Metalurgia	10	0,42	0,42	Siderurgia	5	0,21	0,21	0,4446
Químico	5	0,21	0,63	Petroquímicos	3	0,13	0,33	
Madeira e Papel	5	0,21	0,83	Artefatos de Ferro e Aço	3	0,13	0,46	
Materiais Diversos	2	0,08	0,92	Papel e Celulose	3	0,13	0,58	
Embalagens	1	0,04	0,96	Artefatos de Cobre	2	0,08	0,67	
Mineração	1	0,04	1,00	Fertilizantes e Defensivos	2	0,08	0,75	
				Madeira	2	0,08	0,83	
				Materiais Diversos	2	0,08	0,92	
				Embalagens	1	0,04	0,96	
				Minerais Metálicos	1	0,04	1,00	
Total Componentes	24				24			

Fonte: Dados da pesquisa

Tabela 5 - Setor de Consumo Não-Cíclico

Setor - Consumo Não-Cíclico								
Concentração Subsetor				Concentração Segmento				Desv.Pad/Média
Subsetor	Quant.	%	% Acum	Segmento	Quant.	%	% Acum	
Alimentos Processados	8	0,40	0,40	Serviços Médico - Hosp. (etc)	4	0,20	0,20	0,4607
Saúde	4	0,20	0,60	Carnes e Derivados	4	0,20	0,40	
Comércio e Distribuição	4	0,20	0,80	Medicamentos	2	0,10	0,50	
Prods. de Uso Pessoal e Limp.	2	0,10	0,90	Alimentos	2	0,10	0,60	
Bebidas	1	0,05	0,95	Alimentos Diversos	1	0,05	0,65	
Diversos	1	0,05	1,00	Açúcar e Álcool	1	0,05	0,70	
				Café	1	0,05	0,75	
				Cervejas e Refrigerantes	1	0,05	0,80	
				Grãos e Derivados	1	0,05	0,85	
				Produtos de Limpeza	1	0,05	0,90	
				Produtos de Uso Pessoal	1	0,05	0,95	
				Produtos Diversos	1	0,05	1,00	
Total de Componentes	20				20			

Fonte: Dados da pesquisa

Tabela 6 - Setor Financeiro e outros

Setor - Financeiros e Outros								
Concentração Subsetor				Concentração Segmento				Desv.Pad/Média
Subsetor	Quant.	%	% Acum	Segmento	Quant.	%	% Acum	
Intermediários Financeiros	17	0,68	0,68	Bancos	16	0,64	0,64	0,4806
Serviços Financeiros Diversos	4	0,16	0,84	Gestão de Recursos e Invest.	3	0,12	0,76	
Previdência e Seguros	3	0,12	0,96	Seguradoras	3	0,12	0,88	
Securizadoras de Recebíveis	1	0,04	1	Outros Intermediários Finan.	1	0,04	0,92	
				Securizadoras de Recebíveis	1	0,04	0,96	
				Serviços Financeiros Diversos	1	0,04	1	
Total de componentes	25				25			

Fonte: Dados da pesquisa

Tabela 7 - Setor de Consumo Cíclico

Setor - Consumo Cíclico								
Concentração Subsetor				Concentração Segmento				Desv.Pad/Média
Subsetor	Quant.	%	% Acum	Segmento	Quant.	%	% Acum	
Tecidos, Vestuário e Calçados	10	0,45	0,45	Fios e Tecidos	6	0,27	0,27	0,6506
Diversos	4	0,18	0,64	Eletrodomésticos	3	0,14	0,41	
Utilidades Domésticas	3	0,14	0,77	Aluguel de Carros	2	0,09	0,50	
Mídia	2	0,09	0,86	Serviços Educacionais	2	0,09	0,59	
Lazer	2	0,09	0,95	Vestuário	2	0,09	0,68	
Comércio	1	0,05	1,00	Acessórios	1	0,05	0,73	
				Brinquedos e Jogos	1	0,05	0,77	
				Calçados	1	0,05	0,82	
				Jornais, Livros e Revistas	1	0,05	0,86	
				Produção de Eventos e Shows	1	0,05	0,91	
				Tecidos, Vestuário e Calçados	1	0,05	0,95	
				Televisão por Assinatura	1	0,05	1,00	
Total de Componentes	22				22			

Fonte: Dados da pesquisa

Como foi percebido, pode-se concluir que os dados revelam existir uma relação entre a dependência a mesmos fornecedores de recursos e estruturação ambiental com o isomorfismo

das Declarações de Missão observadas. Desta maneira, os dados acima expostos apresentam evidências que corroboram o potencial preditivo da Teoria Institucional na explicação da escolha organizacional, no que se refere à adoção de um importante mecanismo de gestão estratégica.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A difundida prática de publicar o discurso corporativo denominado missão é um fenômeno que tem sido alvo de muitas pesquisas e sobre o qual se encontram uma vasta literatura. Uma parte dela trata de postular prescrições de modelos ideais para tais textos (DRUKER, 1974); outra se dedica a analisar a relação entre a qualidade desses discursos e a performance financeira das organizações que os publicam (BARTKUS; GLASSMAN; MCAFEE, 2006) e uma terceira busca descrever o conteúdo de tais textos publicados por empresas de diversos países (LEUTHERSSER; KOHLI, 1997; BIGNETTI; WIETHAREUPER; LAUTERT, 2005; RIBEIRO e outros, 2008).

Este trabalho teve como ponto de partida evidências de que declarações de missão publicadas por empresas de todo o mundo, inclusive as brasileiras, apresentavam-se, recorrentemente, com características muito similares (BIGNETTI; WIETHAREUPER; LAUTERT, 2005; RIBEIRO e outros, 2008). Seu objetivo principal foi analisar e explicar possíveis fatores que motivam a homogeneidade das declarações da missão das empresas listadas na Bovespa.

Sua base teórica gravitou em torno de conhecimentos, relações e predições delineadas pela Teoria Institucional (MEYER; ROWAN, 1977; DIMMAGGIO; POWELL, 1983; TOLBERT; ZUCKER, 1999). Ela é uma corrente de pensamento que postula que empresas constituintes de um determinado ambiente têm suas ações fortemente influenciadas por uma realidade socialmente construída e compartilhada em que estão inseridas. Ou seja, atos e práticas organizacionais refletiriam regras e mitos vigentes e amplamente difundidos na sociedade da qual fazem parte. O que aconteceria devido ao fato de que em ambientes institucionalizados organizações adotariam cerimoniosamente práticas, políticas e estruturas tidas como racionais e eficientes pela maioria dos membros da sua comunidade.

Um importante desenvolvimento teórico no qual se ancorou esta pesquisa é o de Dimaggio e Powell (1983). Para esses autores, a institucionalização de um campo resulta de um processo que torna seus componentes mais similares, sem necessariamente torná-los mais eficientes. Duas relações especificadas no trabalho de Dimaggio e Powell (1983) formam a base de análise da homogeneidade das missões corporativas publicadas por empresas brasileiras, objeto de estudo do presente trabalho, quais sejam:

- quanto mais dependente de fontes similares de recursos vitais, mais isomórficas tornarão os constituintes de determinado ambiente;
- quanto mais estruturado um ambiente, maior o nível de isomorfismo de suas organizações.

As evidências encontradas por este estudo ratificam, em parte, as predições acima expostas, confirmando a utilidade do manuseio da Teoria Institucional em estudos que visem explicar semelhanças, mudanças e persistências de determinadas práticas organizacionais. Especificamente, o trabalho revela que na maior parte dos casos analisados a relação entre dependência a mesmos fornecedores de recursos e estruturação ambiental com isomorfismos das declarações de missão é corroborada; confirmando, assim, que as idéias de Teoria

Institucional são mecanismos úteis para se explicar a recorrente similaridade entre discursos corporativos evidenciados por importantes empresas brasileiras.

Um outro importante conhecimento revelado por este estudo é o que demonstra o peso que fatores ambientais e sociais exercem na determinação do comportamento organizacional, no que se refere à prática da declaração de missão. Ele, de certo modo, opõe-se à idéia de que organizações decidem optar por essa ou aquela prática de gestão em função da análise exclusiva das relações de custo-benefício envolvidas. Ao contrário disso, os achados revelam que elas procuraram publicar declarações de missão reproduzindo características que são socialmente entendidas como boas e eficientes e, conseqüentemente, amplamente utilizadas pelas organizações de seu meio.

Ante o apresentado, espera-se que este estudo seja útil a todos os que desejem melhor entender o comportamento organizacional em relação à prática do difundido instrumento de gestão estratégica, a declaração de missão. Adicionalmente, almeja-se, também, poder contribuir com a sugestão de metodologias de análise para testes de hipóteses construídas com o auxílio da Teoria Institucional, paradigma teórico cujas *proxies*, metodologias e fronteiras de investigação ainda estão por institucionalizar.

REFERÊNCIAS

ART, Christopher K.. *Sex, lies, and mission statements*. Business Horizons, *november-december* 1997.

BARTKUS, Barbara; GLASSMAN, Myron; BRUCE, McAfee. *Mission statement quality and financial performance*. European Management Journal Vol. 24, nº 1, pp.86-94, *february* 2006.

BIBNETTI, Luiz Paulo; LAUTERT, Bruna Felt; WIETHAEUPER, Daniela. Os slogans da estratégia. *HSM Management Update*. Nº 23, 2005. Disponível em: http://www.unb.br/ciord/informacoes/material/planejamento_estrategico/ATT3.pdf

BORN, Roger. **Construindo o Plano Estratégico: Casos reais e dicas práticas**. Porto Alegre: ESPM/ Editora Sulina, 2007.

CARPENTER, Vivian L., FERROZ, Ehsan H., *Institutional theory and accounting rule choice: an analysis of four US state governments' decisions to adopt generally accepted accounting principles*. Accounting Organizations and Society Vol. 26, p.565 – 596. 2001.

DEEGAN, Craig; RANKIN, Michaela. *Do Australian companies report environmental news objectively? An analysis of environmental disclosure by firms prosecuted successfully by the environmental protection authority*. Accounting, Auditing e Accountability Journal. Vol. 9. p. 50 – 67. 1996.

DEEGAN, Craig; RANKIN, Michaela; TOBIN, John. *An examination of the corporate social and environmental disclosures of BHP from 1983 – 1997: a test of legitimacy theory*. Accounting, Auditing e Accountability Journal. Vol. 15 Nº. 3, p. 312 – 343. 2002.

DIAS FILHO, José Maria; MACHADO, Luiz Henrique Baptista. **Abordagens da pesquisa em contabilidade** in IUDÍCIBUS, Sergio de; LOPES, Alexsandro Broedel. **Teoria avançada da contabilidade**. São Paulo: Atlas, 2004.

DIMAGGIO, Paul J.; POWELL, Walter W.. *The iron cage revisited: institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields*. American Sociological Review. Vol. 48. April: 147 – 160. 1983.

DRUKER, Peter F.. **Administração: tarefas, responsabilidades, práticas**. São Paulo: Pioneira, 1975.

FLIGSTEIN, Neil. The *spread of the multidivisional form among large firms, 1919-1979*. American Sociological Review. Vol. 50, No. 3, p. 377 – 391, 1985.

JONES, Patricia e KAHANER, Larry. **Estratégia, Mudança e Sucesso: As missões de 50 empresas que atingiram ao alvo**. Rio de Janeiro: Ediouro, 1996.

LEUTHESSER, Lance; KOHLI, Chiranjeev. *Corporate Identity: the role of mission statements*. Business Horizons, may-june 1997.

MEYER, John W.; ROWAN, Brian. *Institutional organizations: formal structure as myth and ceremony*. American Journal Sociology. Vol. 83, N° 2, 1977.

PEARCE, John A. II. *The company mission as a strategic tool*. Sloan Management Review, Vol. 23, 1982. Disponível em:
<http://legacy.library.ucsf.edu/tid/mbz45e00/pdf?jsessionid=05F7AF0E2E1B5CF36F4F5579553C2469>.

RIBEIRO, Alex Mussoi *et. at*. **Missão institucional: uma análise da efetividade e dos principais elementos presentes nas missões de empresas brasileiras de capital aberto**. EnANDAP, 2008.

ROBSON, Keith *et. al*. *Transforming audit technologies: business risk audit methodologies and the audit field*. Accounting Organizations and Society. Vol.32, p. 409 – 438, 2007.

TOLBERT, Pámela S.; ZUCKER, Lynne G.. **A institucionalização da teoria institucional** in CALDAS, Miguel; FACHIN, Roberto; FISHER, Tânia (org.). **Handbook de estudos organizacionais**. V.1. São Paulo: Atlas, 1998.

TOMS, J. S. *Firm resources, quality signals and the determinants of corporate environmental reputation: some UK evidence*. British Accounting Review. V.34, p. 257 – 282, 2002.

ZUCKER, Lynne G. *The role of institutionalization in cultural persistence*. American Sociological Review. Vol. 42, p. 726 – 743, 1977 in DIMAGGIO, Paul J.; POWELL, Walter W. *The new institutionalism in organizational analysis*. Chicago: The University of Chicago Press, 1991.