

Fatores Explicativos da Efetividade da Missão Institucional das Empresas Cinquentenárias do Brasil

Luis Antonio Lay (FURB) luisantoniolay@gmail.com
Thiago Bruno de Jesus Silva (FURB) thiagobruno.silva@yahoo.com.br
Nelson Hein (FURB) hein@furb.br
Adriana Kroenke (FURB) akroenke@furb.br

Resumo:

Este estudo tem como objetivo de identificar quais fatores explicam a efetividade da missão institucional das empresas cinquentenárias brasileiras listadas na BM&FBovespa. Como possíveis fatores explicativos temos lucro, rentabilidade, tamanho, valor do preço da ação, número de empregados, divulgação de relatório socioambiental, existência do comitê de auditoria e membros externos no conselho de administração. Foram utilizados dados do relatório de referência, Economática e dos sites das empresas, sendo realizado uma análise de conteúdo das missões para verificar a efetividade da missão proposta pelo modelo de Pearce, e regressão múltipla linear para análise estatística dos dados para verificar quais fatores explicativos tem relação com a efetividade da missão. Como resultado, o lucro apresentou-se como uma variável que tem um poder explicativo da missão institucional das empresas cinquentenárias, também se constatou que a ênfase nos clientes e compromisso com o desenvolvimento (Sustentável/Econômico/Social) foram os que obtiveram um número maior de citações nas missões. Referente à nota da efetividade do modelo de Pearce II, observou-se que a média das missões estão entre 3 e 4 elementos do modelo, apenas uma empresa apresentou a missão efetiva, ou seja, contemplou os 8 elementos contidos no modelo proposto por Pearce II. Desta forma, a contribuição do estudo tem como identificar fatores que motivam a efetividade da missão das empresas cinquentenárias de acordo com o modelo de Pearce, e apresentar possíveis explicações para os elementos presentes nas missões institucionais das empresas.

Palavras chave: Efetividade da Missão, Empresas Cinquentenárias, Fatores Explicativos, Modelo Pearce.

Explanatory Factors of the Mission Effectiveness of Fifty-Year-Old Brazilian Companies

Abstract

The present study aims at identifying which factors explain the effectiveness of the mission statement of fifty-year-old Brazilian companies listed in BM&FBovespa. Possible explanatory factors may be profit, profitability, size, stock price, number of employees, disclosure of socio-environmental reports, and the existence of an audit committee as well as the presence of external members in the management board. Benchmark report data, the Economática system and the companies' website were used as sources of data. An analysis of the content of the mission statements was conducted to verify the effectiveness of the mission proposed by the Pearce II model. In addition, multiple linear regression was used to analyze the data statistically in order to verify which explanatory factors are related to the mission effectiveness. Results reveal that profit is a variable with explanatory power in the mission statements of fifty-year-old companies in Brazil. As well, the variables focus on clients and commitment with sustainable/economic/social development had the highest number of citations in the mission statements.

As regards the effectiveness grade proposed by the Pearce II model, the average of the sample stands at three or four elements of the models. The mission statement of only one company presented the eight elements of Pearce, thus, the only one presenting the effective mission statement. Therefore, the contribution of the present study relies in identifying the factors that motivate the effectiveness of the mission statements of fifty-year-old companies according to Pearce II as well as in presenting possible explanations for the elements present in companies' mission statements.

Key-words: Mission effectiveness, Fifty-year-old companies, Explanatory factors, Pearce Model.

1. Introdução

Empresas que contenham um longo período de permanência em atividade, sendo elas bem-sucedidas nos setores atuantes, são reconhecidas pelo dinamismo que seus empreendedores exercem, juntamente por conseguirem estar sempre em evidência, superando as crises encontradas, sendo elas políticas e econômicas (COLLINS; PORRAS, 1995). A missão tem um grande papel em fazer com que as empresas cinquentenárias possam ter superados diversos obstáculos, pois a capacidade de superação é de forma atribuída ao desempenho organizacional que a empresa mantém em longos períodos (FLECK, 2005).

A missão de uma empresa detém os seus produtos, mercado atuante, bem como a tecnologia, sendo estes refletidos a um conjunto de crenças que orientam as decisões estratégicas da empresa para que ela possa ter uma auto avaliação com o intuito de qual é o caminho a seguir. Para poder analisar a gestão estratégica, o conhecimento da missão institucional é essencial, pois Rocha, Miguel e Oliveira Júnior (2012) colocam que uma ferramenta importante para que as empresas possam traçar os objetivos de crescimento juntamente como os caminhos a serem tomados, é o planejamento estratégico.

Para a formulação e implementação de estratégia em uma empresa a descrição da missão é uma ferramenta com grande potencialidade (BAETZ; BART, 1996; TAKESKI; REZENDE, 2000). A observação da missão da empresa de acordo com Leuthesser e Kohli (1997) é essencial para guiar a identidade da empresa, a sua proposta e direção a seguir. A proposta fundamenta de uma empresa é a sua missão, que serve para justificar a sua existência e função a exercer na sociedade (TAKESKI; REZENDE, 2000), para que seja efetivado, cada unidade organizacional tem como obrigação estar em harmonia com a sua missão organizacional, juntamente com o desempenho dos colaboradores (TAKESKI; REZENDE, 2000).

Conforme exposto, Pearce II (1982) propôs um a estrutura que contempla oito elementos que devem estar contidos no contexto da frase da missão organizacional, de forma a torná-la um instrumento eficiente no planejamento estratégico de uma empresa. Sendo assim detém o problema de pesquisa: **quais fatores explicam a efetividade das missões das empresas cinquentenárias listadas na BM&FBovespa?** Com o objetivo de identificar quais fatores explicam a efetividade da missão institucional das empresas cinquentenárias.

O estudo presente torna-se relevante por apresentar fatores que identifiquem as motivações que levam a efetividade da missão nas empresas cinquentenárias, sendo que havendo uma constante mudança no ambiente de negócio em que a empresa está inserida, é de muita relevância acompanhar o comportamento das declarações da missão. Pois a declaração da missão é de forma publica, o que mostra a sua preocupação com o ambiente em a empresa está inserida, e o conhecimento da missão da empresa, se pode analisar a gestão estratégica da mesma, o que pode revelar muito a forma de como a empresa se organiza e a sua forma de gestão.

A contribuição em identificar os fatores que motivam a efetividade da missão das firmas de acordo ao modelo de Pearce II (1982) e possíveis explicações para a presença dos elementos nas missões institucionais das companhias listadas na BM&FBovespa, sendo que os resultados encontrados contribuam literatura sobre os fatores e as empresas cinquentenárias.

2. Referencial Teórico

2.1 Missão

Teles e Lunkes (2009), colocam que a missão institucional de uma empresa está presente nos conjuntos de crenças que são concebidas para orientar quais as ações gerenciais serão exercidas por meio da auto avaliação para se buscar a saber quem é, por que da existência e qual rumo a empresa está seguindo, o que pode incluir elementos que agregue retorno a organização sobre a ótica dos clientes, acionistas, colaboradores, fornecedores e *stakeholders*.

A missão tem uma forma básica de um documento capaz de assimilar a única lógica como o objetivo de apresentar a existência da empresa, o que responde às perguntas essenciais sobre o entendimento da sua existência e da continuidade (BART, 2001). Valadares (2002) assimila que a missão tem como ser a razão de uma empresa ser, ou melhor, orienta os objetivos da empresa e suas estratégias empresariais, destacando-se por termos claros, juntamente com os objetivos e que tenha um entendimento por toda a organização.

Para Lobato (2009) a missão deve ser suscita e ter uma forma compreensível, que incluam seus aspectos norteadores que sejam utilizadas nas definições estratégicas da empresa que podem ser: negócio em que está inserida, seus clientes, seu foco, as suas vantagens competitivas, contribuição social que exerce, e quais os valores ela segue. Da mesma forma David (2009), coloca que a razão da existência da empresa deve estar de forma nitidamente indicada na missão, pois transmite informações importantes da empresa que tem como focos: seus produtos e serviços, mercado atuante, a preocupação de crescimento, eficiência, funcionários, acionistas, questões ambientais e a rentabilidade a longo prazo.

Pearce II (1982) apresenta que a missão deve ser uma declaração abrangente, também ser um proposito que resista a um logo tempo na empresa, que serve para diferenciar seu negócio, sendo nos mesmos setores atuante, além de identificar o foco das operações de uma empresa em relação aos produtos e mercado atuante. Este elaborou um modelo que contem oito elementos interpretativos que devem conter na missão e essa ser efetiva, onde os elementos devem ser: o tipo básico de produto ou serviço oferecido; os mercados primários ou grupo de consumidores que serão beneficiados com os produtos ou serviços vendidos; a tecnologia que será utilizada na produção ou entrega do produto ou serviço; a preocupação fundamental pela sobrevivência por meio do crescimento e da lucratividade; a filosofia empresarial; a imagem pública desejada; o conceito próprio da firma, isto é, a imagem transmitida para seus afiliados; e o domínio geográfico da organização.

Bartkus e Glassman (2008) e Nimwegen et al. (2008) corroboram com Pearce II (1982), de que a missão é uma importante instrumento de gestão, que fornece liderança e avaliação de desempenho por meio do desenvolvimento de estratégias. A eficácia da missão permite um alinhamento através as estratégias que a empresa usa e a sua cultura organizacional (GREENGARTEN-JACKSON et al, 1996; FUGAZZOTTO, 2009).

2.2 Empresas Cinquentenárias

Empresas são sistemas que interagem abertamente com o ambiente, que sofrem influências no seu crescimento sobre alguns aspectos, bem como na sua estrutura de funcionamento, as estratégias a se utilizar, na assimilação de oportunidades e ameaças, e também na forma em que a empresa se comportará em relação a esses aspectos. Portanto, somente com o decorrer do tempo é que se pode compreender o desenvolvimento que levam a um sucesso ou fracasso, bem como os fatores que influenciam, sendo por meio de uma análise da empresa e o ambiente em que está inserida (MILLER; FRIESEN, 1984; BATTILANA; BERALDO, 2004)

Em decorrer da vida da empresa, ela analisa o ambiente em que está inserida e

consequentemente procura adequar-se a este meio, dito esse meio como natural da evolução, tende a ampliar a complexidade do ambiente, juntamente com as tarefas administrativas na medida em que as atingem fases que contem características particulares que vão do estágio de inovação, crescimento até os estágios de conservadorismo e envelhecimento (MILLER e FRIESEN, 1984; ANDRADE, et al., 2004).

Com isso, a longevidade das empresas tem sido tratada como um sucesso atingido pela empresa que com a sua existência continua, possibilita que a empresa chegue a centenas de anos com eficiência e grande desempenho (FLECK, 2005; MAYFIELD, MAYFIELD; STEPHENS, 2007). Muitos estudos verificam e analisam os elementos que influenciam nas organizações, ou seja, no seu sucesso ou fracasso.

Fleck (2005), coloca que a longevidade tem como significado do sucesso de um longo prazo, ou ainda, persistência e alto desempenho. Percebe-se que se compreender está explicação tem um fundamento para a compreensão da longevidade das empresas.

Esta longevidade pode ser referente a qualidade de possuir muita idade, influenciada por fatores do ambiente em que se insere (VENTUROLI, 2004). Collins e Porras (1995) colocam que a longevidade de uma empresa é representada por aquelas que são líderes de setores atuantes e admiradas pelo mercado, contudo são as que a concorrência tem mais foco. Também se pode dizer que a longevidade está ligada na função de ajustar o ambiente interno em relação as condições impostas pelo ambiente externo, com o intuito de se adaptar a todas as pressões impostas e se manter em funcionamento por muitos anos (MONTUORI, 2000).

Um fator importante para que as empresas tenham uma longevidade é o seu estilo de gestão (FERREIRA, 2001). Empresas longevas tem se revelado uma grande vontade de evoluir, o que permite se adaptar as mudanças que o mercado apresenta, sem afetar os seus ideais de funcionalidade (COLLINS; PORRAS, 1995). Lezana (2002) apresenta outro fator que afeta a longevidade é as experiências adquiridas, sendo que está representa a consciência adquirida de si próprio e do ambiente, que tem uma profunda influência do ambiente físico e social, e das experiências passadas.

2.3 Estudos Anteriores

Pearce e David (1987) em seu estudo concluíram que as 500 empresas listadas na revista Fortune de alta performance tem uma missão organizacional que é mais compreensível e na sua maioria estava incluído fatores como a filosofia corporativa, próprio conceito da empresa e a imagem pública.

No estudo de Rarick e Vitton (1995), eles proporcionaram o conhecimento de quais elementos estavam presentes nas missões das grandes empresas consideradas de sucesso nos Estados Unidos, os quais são mais citados foi: (em ordem de importância) (1) Preocupação com a imagem pública; (2) preocupação com a qualidade; (3) comprometimento com a sobrevivência, crescimento e lucratividade; (4) identificação dos consumidores e dos mercados; (5) identificação dos produtos e dos serviços; (6) declaração da filosofia da empresa; (7) diferenciação dos demais concorrentes

O’Gorman e Doran (1999) observaram que a existência de relação entre as missões organizacionais abrangente e o aumento do crescimento das pequenas e médias empresas da Irlanda, trazendo os resultados de que a inclusão de conceitos de filosofia da entidade, autoconceito ou imagem pública de missões organizacionais não tem reflexo na melhoria do desempenho das empresas.

Bartkus, Glassman e McAfee (2006) fizeram um estudo em 30 empresas japonesas, europeias e estadunidenses para verificar a relação entre a qualidade das missões e o desempenho

financeiro. O resultado encontrado aponta que as missões que contém frases relacionadas ao do negócio são significativamente positivas com o desempenho financeiro.

Mussoi, Lunkes e Silva (2011) investigaram as companhias de capital aberto do Brasil, sendo verificado que os principais elementos encontrados são clientes, produtos ou serviços e contexto ou mercado de atuação. No entanto, a efetividade das missões na maioria das empresas analisadas apresentou três, dos oito elementos proposto por Pearce II (1982).

Teles e Lunkes (2011) analisaram as 100 maiores companhias do ranking das Melhores e Maiores de 2009, divulgado pela Revista Exame. O elemento que mais foi contemplado na missão são os produtos ou serviços, também evidenciaram que a grande maioria das empresas atingiu de quatro a cinco elementos ao modelo PearceII.

Souza, Coral e Lunkes (2014) em seu estudo tiveram como objetivo analisar os elementos propostos por Pearce II (1982) nas missões dos hotéis do Sul do Brasil associadas à ABIH sendo a amostra formada por 52 hotéis. Os autores encontraram que nenhuma dos hotéis tem uma missão efetiva, que evidencia que os hotéis pesquisados utilizam a missão organizacional mais como instrumento de marketing do que uma ferramenta de gestão estratégica.

Silva e Lima Filho (2014) investigaram um eventual alinhamento das declarações das missões organizacionais em relação as ações e decisões organizacionais relacionadas a responsabilidade social e ambiental. Os resultados encontrados permitem evidenciar que a uma contingência existente de empresas que buscam por intermédio desses dois sinalizadores se legitimar ante a sociedade, retificando sobre as pressões sociais para um desenvolvimento sustentável, com um comportamento socialmente aceitável e se manter em operação crescente.

Vilain, Souza e Rosa (2015) analisaram os elementos propostos por Pearce II (1982) nas missões das empresas hoteleiras do Brasil associadas à ABIH, com uma amostra de 243 que divulgaram sua missão. Os resultados encontrados indicam que nenhuma empresa possuía uma missão efetiva em relação aos elementos propostos por Pearce II (1982), sendo que elas adaptam a missão a sua estrutura ou influência do setor, apontando que utilizam da missão organizacional mais como um instrumento de propaganda em relação de uso de gestão estratégica.

3. Metodologia

Este estudo tem o objetivo de identificar quais fatores possam explicar a efetividade da missão institucional das empresas cinquentenárias, adotou-se a pesquisa procedimentos documentais e uso dos dados retirados do relatório de referência que é publicado no site da Bovespa, da Econômica e dos sites das empresas.

A população do estudo são as empresas cinquentenárias que tem como nível de governança nos níveis 1, 2 e do novo mercado, sendo um total de 38, foram excluídas: (a) empresas que pertencem ao setor financeiro; (b) empresas em que determinadas informações financeiras indisponíveis ou sua missão institucional. Resultando em uma amostra de 35 empresas, pois a Raia Drogasil SA, não se encontrou a missão e Gerdau SA e Metalúrgica Gerdau SA por terem um a mesma missão, optou-se por eliminar para não haver distorções nos dados.

BRF-Brasil Foods SA	Fibria Celulose SA	OI SA
Centrais Elétricas Brasileira SA	Fleury SA	Paranapanema SA
Centrais Elétricas De Santa Catarina SA	Forjas Taurus SA	Profarma Distribuidora Produtos Farmaceu
CIA Energetica De Minas Gerais	Fras-LE SA	Sao Martinho SA
CIA Ferro Ligas Da Bahia Ferbasa	Industrias Romi SA	Saraiva SA Livreiros Editores

CIA Fiação Tecidos Cedro Cachoeira	Iochpe-Maxion SA	Tupy SA
CIA Providencia Industria E Comercio	M Dias Branco Industria Comercio Alimento	Usinas Sider Minas Gerais SA Usiminas
Companhia Paranaense De Energia Copel	Magazine Luiza SA	Vale SA
Companhia Saneamento De Minas Gerais	Mahle-Metal Leve SA	Valid Soluções E Serviço
Duralex SA	Mangels Industrial SA	VIA Varejo SA
Eternit SA	Marcopolo SA	WEG SA
Eucatex SA Ind. E Com	Marisa Lojas SA	

Fonte: Dados da pesquisa

Quadro 1 - Empresas Cinquentenárias

A missão institucional de cada empresa foi coletada em março/abril de 2015, por meio do *site* de cada empresa. A coleta de dados, se realizou a análise de conteúdo das missões para investigar o cumprimento da efetividade da missão proposta pelo modelo de Pearce II (1982).

Elementos	
Preocupação com a imagem pública	Tecnologia
Principais clientes e mercados	Produtos ou serviços
Valores e filosofia corporativa	Domínio geográfico
Sobrevivência, crescimento ou lucratividade	Conceito próprio da empresa

Fonte: elaboração própria, 2015.

Quadro 2 – Frequência de Efetividade da Missão

Conforme o Quadro 2, a métrica da pesquisa contempla os 8 elementos que são propostos por Pearce II (1982) devem estar presentes na frase da missão para torná-la uma ferramenta eficaz do planejamento estratégico, assim como tornar-se norte quanto a condução de ações empresariais no seu direcionamento frente à sociedade.

A técnica exemplificada adotada é dada por Bardin (2011), que enumerando cada item de acordo com sua situação, atribuindo-se o valor “um” quando houver efetividade do elemento, e o valor “zero” caso contrário. Assim, criou-se a variável Nota de Efetividade da Missão, resultante da soma dos valores atribuídos aos elementos da efetividade investigados. Sendo assim a variável Nota de Efetividade da Missão de cada firma recebeu um valor inteiro entre os extremos 0 e 8. O valor 0 indica que a empresa observada não contempla nenhum elemento, enquanto a nota 8 demonstra que a empresa cumpriu todas as determinações do Modelo de Pearce II (1982).

Em seguida apresentam-se as variáveis independentes do estudo como fatores financeiros e não-financeiros: “lucro”, “rentabilidade”, “tamanho”, “valor do preço da ação”, “número de empregados”, “relatório socioambiental”, “comitê de auditoria” e “membros externos no conselho de administração”; e a variável dependente “Nota de Efetividade da Missão”, conforme o Quadro 3.

Variáveis	Mensuração	Comportamento esperado
Variáveis dependentes		
Nota de Efetividade da Missão Institucional	Dummy: atribui-se 0 para Não, e 1 para Sim quanto a existência dos elementos. A soma de 8 elementos resultaram na nota de efetividade.	Positivo
Variáveis independentes		
Lucro	Lucro líquido	Positivo
Rentabilidade do Patrimônio Líquido (ROE)	Lucro líquido/patrimônio líquido	Positivo

Tamanho	Log do ativo total	Positivo
Valor do Preço da ação	Média anual do preço da ação	Positivo
Número de Empregados	Quantidade de empregados	Positivo
Divulgação de Relatório Socioambiental	Dummy: atribui-se 0 para Não e 1 para Sim quanto a divulgação do relatório de socioambiental	Positivo
Existência de Comitê de Auditoria	Dummy: atribui-se 0 para Não e 1 para Sim quanto a existência de comitê de auditoria	Positivo
Membros Externos no Conselho de Administração	Quantidade de membros externos presentes no conselho de administração	Positivo

Fonte: Dados da pesquisa

Quadro 3 – Constructo do trabalho com base nos estudos anteriores.

Para a realização da busca de identificar relação das variáveis independente com a efetividade da missão, utilizou-se a técnica estatística Regressão Múltipla Linear. Cunha e Coelho (2007, p. 133) explica que “a regressão pode ser entendida como sendo o estabelecimento de uma relação funcional entre duas ou mais variáveis envolvidas para a descrição de um fenômeno”. Conforme os autores, a regressão linear múltipla, como a técnica estatística apropriada a resolução de problemas que objetivam prever uma variável dependente a partir do conhecimento de mais de uma variável independente. O modelo é descrito pela expressão, abaixo:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_8 X_8 + \varepsilon$$

Onde:

Y é a variável dependente;

β_0 é a constante da equação

$X_1, X_2, \dots, X_8$ são as variáveis independentes;

$\beta_0, \beta_1, \beta_2, \dots, \beta_8$ são denominados parâmetros da regressão;

ε é o termo que representa o resíduo ou erro da regressão.

4. Análise dos Resultados

Primeiramente se procedeu a identificação nas missões institucionais dos principais itens que continha os elementos do modelo de Pearce II (1982). Na Tabela 1, apresenta-se a análise descritiva dos elementos que se encontram nas missões das empresas cinquentenárias.

Elementos encontrados nas missões das empresas		Quantidade	Porcentagem
1	Ênfase nos clientes	15	14%
2	Compromisso com o desenvolvimento (Sustentável/Econômico/Social)	15	14%
3	Produtos e Serviços	11	11%
4	Conceito próprio/distintivo da empresa	10	10%
5	Contexto, setor econômico ou mercado de atuação	10	10%
6	Retorno ao acionista	6	6%
7	Local de atuação	6	6%
8	Rentabilidade/Crescimento/Sobrevivência	5	5%
9	Preocupação com a qualidade	5	5%
10	Responsabilidade Ambiental	4	4%
11	Responsabilidade Social	4	4%
12	Tecnologia utilizada	4	4%
13	Filosofia e valores corporativos	3	3%
14	Menção aos colaboradores	3	3%
15	Menção aos fornecedores	2	2%
16	Compliance com normas e leis	1	1%

Total	104	100 %
-------	-----	-------

Fonte: Dados da pesquisa.

Tabela 1 – Principais elementos encontrados nas missões das empresas

Os resultados evidenciados na Tabela 1 corrobora com os resultados de Mussoi et al. (2011), no entanto, havendo uma diferenciação no elemento relacionado a produtos e serviços que no presente estudo é o está em terceiro, já em Mussoi et al. (2011) é o segundo mais citado, o interessante é que nas empresas cinquentenárias o segundo item que tem mais evidencição com a mesma quantidade de elementos do primeiro é o compromisso com o desenvolvimento (Sustentável/Econômico/Social), que nos estudos de Mussoi et al. (2011), Vilain, Souza e Rosa (2015) está entre os últimos.

Após encontrar e classificar os principais elementos presente nas missões das empresas cinquentenárias, apresenta-se a Tabela 2 com uma análise descritiva pela qual a quantidade de elementos presentes nas missões das empresas cinquentenárias brasileiras de acordo com o modelo proposto por Pearce II (1982).

Conceitos	Quantidade	Porcentagem
1 Principais clientes e mercado	25	20,32%
2 Produtos e serviços	25	20,32%
3 Valores e filosofia corporativa	18	14,63%
4 Sobrevivência, crescimento e lucratividade	17	13,82%
5 Conceito próprio da empresa	16	13,02%
6 Preocupação com a imagem pública	13	10,57%
7 Domínio geográfico	6	4,88%
8 Tecnologia	3	2,44%
Total	123	100 %

Fonte: Dados da pesquisa.

Tabela 2 – Quantidade de elementos do modelo de Pearce II (1982)

Os elementos presentes na Tabela 2 tem uma grande relação aos estudos de Mussoi et al. (2011), Teles e Lunkes (2011), Silva e Lima Filho (2014) e Vilain, Souza e Rosa (2015), mas o segundo elemento aqui encontrado, no demais estudos não é um dos mais citados. O elemento tecnologia não apresenta uma alta quantidade de citações, o que corrobora com os estudos de Pearce II e David (1987), Morris (1996), Kemp e Dwyer (2003), Palmer e Short (2008), Williams (2008), Silva, Ferreira e Castro (2006), Mussoi et al. (2011), Teles e Lunkes (2011), Souza et al. (2014), Araujo et al (2014) e Vilain, Souza e Rosa (2015).

A Tabela 3, traz uma análise descritiva da variável efetividade da missão, o qual é proposto por Pearce II (1982), o qual é 0 para não apresentar nenhum elemento e 8 para uma missão que contempla os todos, ou seja, uma missão efetiva de acordo com Pearce II (1982).

Notas	Quantidade de empresas	Porcentagem
1	2	6%
2	6	17%
3	12	34%
4	10	29%
5	5	14%
6	0	0%
7	0	0%
8	1	3%
Total	35	

Fonte: Dados da pesquisa.

Tabela 3 – Notas de Efetividade das missões de acordo do modelo de Pearce II (1982)

Os resultados têm uma grande colaboração com os estudos de Mussoi et al. (2011), Silva e Lima Filho (2014) e Vilain, Souza e Rosa (2015), de que as missões analisadas têm em média 3 ou 4 dos elementos propostos por Pearce, no entanto em relação ao estudo de Souza, Coral e Lunkes (2014), se tem uma grande diferença pois os autores verificaram no seu estudo são somente 1 a 2 elementos.

Neste estudo que se utiliza uma amostra das empresas cinquentenárias brasileiras, um total de 35, se verifica que apenas 1 empresa apresenta todos os elementos propostos por Pearce II (1982) que determina uma missão efetiva. Nos estudos de Mussoi et al. (2011), Teles e Lunkes (2011), Souza, Coral e Lunkes (2014) e Vilain, Souza e Rosa (2015) não foi identificado nenhuma empresa que tivesse contemplado os 8 elementos de Pearce II (1982), no entanto o estudo de Mussoi et al. (2011) foi o que apresentou empresas que contemplam desde como 1 elemento a 7 elementos.

Após encontrar os resultados apresentados anteriormente, apresenta-se os resultados da regressão linear múltipla *stepwise* na Tabela 4. Antes da análise da regressão linear múltipla *stepwise* que se atentou em efetuar o cálculo do coeficiente de correlação de *Pearce*, também se aplicou o teste de *Kolmogorov-Smirnov* que verificou a normalidade dos dados.

	N	Mínimo	Máximo	Média	Desvio padrão
Nota da Missão	35	1,00	8,00	3,4167	1,33898
Lucro	35	0,00	1,00	0,6090	0,15757
Rentabilidade	35	-3,56	0,28	-0,0287	0,61372
Tamanho	35	5,62	8,49	6,7780	0,70193
Valor do preço da ação	35	-8,90	60,76	16,1178	14,92113
Número Empregados	35	1038,00	212382,00	28370,5833	45868,04
Divulgação do Relatório de Socioambiental	35	0,00	1,00	0,1667	0,37796
Existência de Comitê de Auditoria	35	0,00	1,00	0,3333	0,47809
Membros externos no comitê de administração	35	0,00	8,00	2,1389	2,00218

Fonte: Dados da pesquisa.

Tabela 4 - Estatísticas descritivas das variáveis

Conforme apresenta-se na Tabela 4, os resultados indicam que a nota da efetividade da missão institucional ficou com uma média de 3,41, portanto, corrobora com os resultados apresentados na Tabela 3, onde a grande maioria das empresas cinquentenárias brasileiras apresentam de 3 (34%) a 4 (29%), dos elementos do modelo proposto por Pearce II (1982) para uma missão efetiva.

Também se observa que as variáveis de divulgação do relatório de socioambiental e existência de comitê de auditoria não apresentam uma grande representatividade, pois a média respectivamente de 0,1667 e 0,3333 demonstra que a uma baixa divulgação de relatórios socioambientais e um terço das empresas contem comitê de auditoria. Já em relação a variável membros externos no comitê de administração, se tem um valor máximo de 8 integrantes, porém a média em relação as empresas cinquentenárias é de 2,14, ou seja, a maioria das empresas contam com 2 membros externos no comitê da administração.

Na sequência, apresenta-se a regressão linear múltipla *stepwise*, que por meio da análise das variáveis, determina qual é a melhor equação com a respectivas variáveis para a explicação da variável dependente do estudo, é apresentado nas Tabelas 5 e 6.

Modelo	Coeficientes não padronizados		Coeficientes padronizados	T	Sig.
	β	Modelo padrão	Beta		
(Constante)	3,347	0,216		15,472	0,000
Lucro	2,816	1,375	0,331	2,048	0,048
R	0,331				
R ²	0,110				
Sig (F)	0,048				

Fonte: Dados da pesquisa.

Tabela 5 – Regressão das variáveis em função da Missão

Modelo	β	T	Sig.	Correlação parcial	Estatísticas de colinearidade
					Tolerância
Número de Empregados	-0,209	-1,298	0,203	-0,220	0,986
Divulgação do Relatório de Socioambiental	0,123	0,733	0,469	0,127	0,939
Existência de Comitê de Auditoria	0,134	0,822	0,417	0,142	1,000
Membros externo no comitê de administração	0,034	0,196	0,846	0,034	0,916
Rentabilidade	-0,187	-1,141	0,262	-0,195	0,972
Valor do Preço da Ação	-0,119	-0,729	0,471	-0,126	0,992
Tamanho	-0,010	-0,060	0,952	-0,010	0,999

Fonte: Dados da pesquisa.

Tabela 6 – Variáveis excluídas Regressão stepwise em função da Missão

A Tabela 5 apresenta quais fatores tem um fator de explicação da missão institucional das empresas cinquentenárias brasileiras em que o estudo é usado de base, sendo a variável Lucro a variável que apresentou uma relação significativa em relação a variável da efetividade da missão, onde se utilizou-se da regressão linear múltipla *stepwise*, na qual é mantida as variáveis que são significantes no modelo, e as demais variáveis são excluídas do modelo por não apresentarem uma alta significância.

Evidencia-se que a variável lucro é um fator que tem um poder de explicação da efetividade da missão, corrobora com os estudos de Bart e Baetz (1998), Analoui e Karami (2002), Sidhu (2003) e Bartkus et al. (2006), que a influência é positiva da missão com os resultados das empresas. Podendo ser explicado com o resultado, que a missão é uma importante item para gestão para fornecer uma avaliação da suas estratégias, que desta foram pode uma missão que seja bem elaborada trazer grande benefícios as empresas (BARTKUS; GLASSMAN, 2008; NIMWEGEN ET AL, 2008; MUSSOI; LUNKES; SILVA, 2011).

5. Conclusões

O presente estudo teve como objetivo de identificar quais fatores explicam a efetividade da missão institucional em relação ao modelo proposto por Pearce II (1982). Para as missões institucionais, se verificou que a ênfase nos clientes e compromisso com o desenvolvimento (Sustentável/Econômico/Social) foram os que obtiveram um número maior de citações nas missões das empresas cinquentenárias. Já os elementos menos citados são menção aos colaboradores, menção aos fornecedores e *compliance* com normas e leis. Em relação aos elementos que mais aparecem nas missões das empresas cinquentenárias são os principais clientes e mercado, e, produtos e serviços, no entanto, o elemento que tem uma menor representatividade nas missões é tecnologia

Em relação aos fatores que podem explicar a efetividade da missão institucional das empresas cinquentenárias, houve uma única variável que se mostrou com significância para a efetividade

da missão, sendo o lucro. No entanto as demais não se mostraram neste estudo de maneira significativa que tem um poder explicativo sobre as missões das empresas cinquentenárias

Com isso a contribuição do estudo vem identificar fatores que levam a efetividade da missão das empresas cinquentenárias de acordo com o modelo de Pearce II (1982), e consequentemente uma possível explicação de elementos nas missões destas empresas.

Limitações existem em todos os estudos, no presente estudo a limitação é a amostra que nem todos as empresas da população continham os dados, o que ocasionou a sua exclusão, também se menciona a subjetividade da classificação dos textos em dados quantitativos.

Referências

- ANALOU, F.; KARAMI, A.** CEOs and development of the meaningful mission statement. *Corporate Governance*, v. 2, n. 3, p.13-20, 2002
- ANDRADE, D. M.; LIMA, J. B.; PIERNI, V. L.; TAVARES, T. S.** Ciclo de vida, competição e estratégias em pequenas e microempresas. *Revista Eletrônica de Administração*, v. 10, n. 39, maio/jun. 2004.
- BAETZ, M. C.; BART, C. K.** Developing mission statements which work. *Long Range Planning*, v. 29, n. 4, p. 526-533, 1996.
- BARDIN, L.** *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BART, C. K.** Exploring the application of mission statements on the World Wide Web. *Internet Research*, v. 11, n. 4, p.360-368, 2001.
- BARTKUS, B. R.; GLASSMAN, M.** Do firms practice what they preach? The relationship between mission statements and stakeholder management. *Journal of Business Ethics*, v. 83, n. 2, p. 207-216, 2008.
- BARTKUS, B. R.; GLASSMAN, M.; MCAFEE, B. R.** Mission statement quality and financial performance. *European Management Journal*, v. 24, n. 1, p. 86-94, 2006.
- BATTILANA, A. N.; BERALDO, V.** Aplicação do conceito de ciclo de vida organizacional na definição e determinação das fases de uma organização varejista. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, v. 15, p. 15-26, ago, 2004.
- COLLINS, J. C.; PORRAS, J. I.** Building your company's vision. *Harvard Business Review*, v. 74, p. 65-77, 1996.
- CUNHA, J. V. A.; COELHO, A. C.** *Regressão linear múltipla*. In: CORRAR, L. J.; PAULO E.; DIAS FILHO, J. M. (coordenadores). *Análise multivariada: para cursos de administração, ciências contábeis e economia*. São Paulo: Atlas, 2007.
- DAVID, F. R.** *Strategic management: concepts and cases*. 20. ed. New York: Pearson Prentice Hall, 2009.
- FERREIRA, C. C.** *Fatores de administração que interferem na longevidade de organizações do setor de móveis da região metropolitana de Curitiba-PR*. Dissertação (Mestrado em Administração) - Programa de Pós-Graduação em Administração. UFRGS: Rio Grande do Sul, 2001.
- FLECK, D.** *Archetypes of organizational success and failure proceeding of the 2005*. Academy of Management Annual Meeting. Honolulu, Hawaii, Ago. 2005.
- FUGAZZOTTO, S. J.** Mission Statements, Physical Space, and Strategy in Higher Education. *Innovative Higher Education*, New York, v. 34, n. 5, p.285-298, dez. 2009.
- GREENGARTEN-JACKSON, J. et al.** Mission statements in service and industrial corporations. *International Journal of Quality Science*, v. 1, n. 1, p. 48-61, 1996.
- LEUTHESSER, L.; KOHLI C.** Corporate Identity: The Role of Mission Statements. *Business Horizons*, Greenwich, v. 40, n. 3, p. 59-66, maio-jun. 1997
- LEZANA, A.** *Informação verbal na disciplina de ciclo de vida das organizações e empreendedorismo*. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção). Florianópolis: UFSC - Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, 2002.
- LOBATO, D. M.** *Estratégia de empresas*. 9. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2009.

- MAYFIELD, M.; MAYFIELD, J.; STEPHENS, D.** The relationship of generic strategy typing and organizational longevity: a preliminary analysis in the comic book industry using the Miles and Snow typology. *Competitive Review: An International Business Journal*, 17, 2007.
- MILLER, D.; FRIESEN, P.** The longitudinal study of corporate life cycle. *Management Science*, 30, 1984
- MONTUORI, L.** Organizational longevity integrating systems thinking, learning and conceptual complexity. *Journal of Organizational Change Management*, 13, 2000.
- MUSSOI, A.; LUNKES, R. J.; SILVA, R. V.** Missão Institucional: uma análise da efetividade e dos principais elementos presentes nas missões de empresas brasileiras de capital aberto. *Revista de Gestão*, v. 18, n. 3, p. 361-384, 2011.
- NIMWEGEN, G. V. et al.** A stakeholder perspective on mission statements: an international empirical study. *International Journal of Organizational Analysis*, Amsterdam, v. 16, n. 1/2, p.61-82, 2008.
- O’GORMAN, C.; DORAN, R.** Mission statements in small and medium sized businesses. *Journal of Small Business Management*, v. 37, n. 4, p. 59-66, 1999.
- PEARCE, J. A. II.** The company mission as a strategic tool. *Sloan Management*, v. 23, n. 3, p. 15-24, Pr 1982.
- PEARCE, J. A. II; DAVID, F.** Corporate mission statement: the bottom line. *The Academy of Management Executive*, v. 1, n. 2, p. 109-116, May 1987.
- RARICK, C. A.; VITTON, J.** Mission statement make cents. *The Journal of Business Strategy*, v. 16, n. 1, v. 11-12, 1995.
- ROCHA, D. P. M.; MIGUEL, J. H. S.; OLIVEIRA JÚNIOR, R.** Planejamento estratégico nas micro e pequenas empresas: estudo quantitativo em empresas do ramo de materiais elétricos. *Universitas*, v. 5, n. 3, 2012.
- SIDHU, J.** Mission Statements: Is it Time to Shelve Them? *European Management Journal*, v. 21, n. 4, p. 439-446, 2003.
- SILVA, T. B. J.; LIMA FILHO, R. N.** A Efetividade da Missão e a Evidenciação da Responsabilidade Socioambiental: Uma Análise em Organizações do Segmento de Papel e Celulose. *Revista Eletrônica do Mestrado em Educação Ambiental*, v. 31, p. 4-23, 2014.
- SOUZA, P.; CORAL, S. M.; LUNKES, R. J.** Missão Organizacional: Análise dos Principais Elementos Propostos por Pearce II (1982) Presentes nas Missões dos Hotéis do Sul do Brasil. *Podium Sport, Leisure and Tourism Review* e-ISSN: 2316-932X, v. 3, n. 1, p. 94-105, 2014.
- TAKESKI, T.; REZENDE, W.** *Estratégia empresarial: tendências e desafios – um enfoque na realidade brasileira*. São Paulo: Makron Books, 2000.
- TELES, J.; LUNKES, R. J.** Efetividade da missão institucional: um estudo nas 100 maiores empresas de capital aberto no Brasil. In: Artigo publicado no V Congresso da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Contabilidade. Vitória/ES. 2009
- TELES, J.; LUNKES, R. J.** Efetividade da missão institucional: um estudo nas 100 maiores empresas de capital aberto no Brasil. In: *ANPCONT*, 5, 2011, Vitória. Anais... Vitória, 2011
- VALADARES, M.C.B.** *Planejamento Estratégico Empresarial*. Quality Mark, Rio de Janeiro, 2002.
- VENTUROLI, T.** *Viver mais e melhor*. Revista, 1871, 2004.
- VILAIN, J.F.; SOUZA, P; ROSA, F. S.** Missão organizacional: análise dos principais elementos presentes nas missões das empresas hoteleiras brasileiras. In: IX Congresso *ANPCONT*, 2015, Curitiba.
- WILLIAMS, L. S.** The mission statement: a corporate reporting tool with a past, present and future. *Journal of business communication*, v. 45, n. 2, p. 94-119, 2008.