

Análise do retorno sobre o patrimônio líquido (ROE) das empresas que publicaram o balanço social no modelo Ibase no período de 2001 a 2005 a partir da abordagem da Teoria Institucional.

Romildo de Oliveira Moraes

Doutorando em Controladoria e Contabilidade pela USP. Professor da UEM, PR
Rua Pará, 1501, Bairro Jardim Imperial, 87023-080, Maringá, PR
romoraes@usp.br

Valmor Slomski

Doutor em Ciências Contábeis pela FEA-USP. Professor da FEA-USP
Rua Prof. Luciano Gualberto, 908, Prédio FEA-3, Cidade Universitária, 05508-010, São Paulo, SP
valmor@usp.br

Emanuel Rodrigues Junqueira

Doutorando em Controladoria e Contabilidade pela USP
Avenida Prof. Luciano Gualberto, 908, Cidade Universitária, 05508-900, São Paulo, SP
ejunqueira@usp.br

A abordagem do isomorfismo institucional indica que as empresas, em seus campos organizacionais, tomam medidas visando a homogeneização de suas ações, de forma que possam ser aceitas e legitimadas pela sociedade. Sobre esta hipótese, a divulgação do Balanço Social representaria um isomorfismo mimético, ou seja, as empresas tenderiam a copiar o procedimento de outras, buscando ser aceitas pela sociedade. O presente estudo verificou, através de uma pesquisa empírica envolvendo todas as empresas brasileiras com ações listadas na Bovespa, a partir de dados obtidos junto a Economática, se o retorno sobre o patrimônio líquido das entidades que publicaram o Balanço Social são iguais ou diferentes em relação às empresas que não publicaram o Balanço Social. Os resultados obtidos indicaram que a variação da rentabilidade sobre o patrimônio líquido médio entre as empresas que publicaram e as que não publicaram o Balanço Social pode ser fruto do acaso, ressaltando que as empresas que publicaram o Balanço Social não apresentam retornos maiores ou menores do que as que não publicaram, ratificando a abordagem da teoria institucional, para a qual as decisões de evidenciar o Balanço Social poderiam estar relacionadas ao isomorfismo mimético, sem que haja uma relação direta de eficácia ou de maior retorno de valor para o acionista.

Palavras-chave: Isomorfismo, Balanço Social, Teoria Institucional.

Analysis of return on equity (ROE) of the companies that published the social balance in the model Ibase in the period of 2001 to 2005 from the approach of the Institutional Theory.

The approach of institutional isomorphism indicates that companies, in their organizational fields, take measures to homogenization of their actions, so that they can be accepted and legitimized by society. In this case, the disclosure of the Social Balance Sheet represent an isomorphism mimetic, when the companies tend to copy the procedure for the other, seeking to be accepted by society. This study found, through empirical research involving all Brazilian companies with shares listed on the Bovespa, from data obtained from the Economática, if the ROE - Return on Equity of the companies that published the Social Balance Sheet are the same or different than companies do not published. The results indicated that the variation in average return on equity between companies that published and not published the Social Balance Sheet can be the result of the accident, pointing out that the companies that published the Social Balance Sheet not have returns higher or lower than companies do not published, ratifying the approach of institutional theory, to which the decisions to publish the Social Balance Sheet could be related to the isomorphism mimetic, without which there is a direct relationship of greater efficiency or return value for the shareholder.

Key words: Isomorphism, Social Balance Sheet, Institutional theory

1 Introdução

A teoria institucional permite analisar a organização e sua relação com o ambiente onde se encontra inserida. A busca da legitimidade das ações e decisões tomadas pelos gestores das organizações pelos demais agentes é o campo de estudo desta abordagem que, conforme afirma Scott (1983), recebeu atenção dos estudiosos a partir da década de 1970.

O estabelecimento de vínculos por parte de uma organização apresenta motivações das mais variadas: serviços, produtos físicos, acesso a recursos financeiros, tecnologia, aprendizagem, desenvolvimento de competências, entre outros. As organizações afetam por sua presença e direcionamento das decisões a maneira pela qual os agentes econômicos irão satisfazer racionalmente estes objetivos imediatos, mediante interações com outros agentes tais como: indivíduos, empresas, instituições governamentais, sindicatos, entidades de classe, entre outros.

Machado-da-Silva e Gonçalves (1999) ressaltam que as organizações interagem com seu ambiente à procura de legitimação. Dessa forma, as estratégias escolhidas e as decisões empreendidas são influenciadas por uma inércia ambiental no que concerne a conformidade às regras, às normas e às crenças (mitos) institucionalizadas, em conflito com critérios de eficiência. Este posicionamento gera *gaps* entre a estrutura formal e as práticas realmente adotadas.

Segundo Daft (1999), sob a abordagem da teoria institucional as organizações adotam estruturas e processos para agradar entidades externas, e essas atividades são aceitas como regra nas organizações. Dessa visão deriva o conceito de legitimidade que pressupõe que uma organização será considerada legítima se estiver enquadrada no sistema vigente.

Este processo pode explicar a existência de uma certa homogeneidade entre as organizações. Para DiMaggio e Powell (1983), este fenômeno é caracterizado como isomorfismo, segundo o qual uma unidade, em uma população, passa a ter as mesmas características que outras unidades que apresentem o mesmo conjunto de condições ambientais.

Machado-da-Silva e Fonseca (1993) afirmam que o que leva as organizações a assumirem esta postura isomórfica em relação às organizações líderes no seu ambiente específico, é o fato delas procurarem uma autodefesa em relação aos problemas que não conseguem resolver com idéias criadas por elas próprias.

O Balanço Social é um demonstrativo publicado anualmente pelas empresas, reunindo um conjunto de informações sobre os projetos, benefícios e ações sociais dirigidas aos empregados, investidores, analistas de mercado, acionistas e à comunidade, evidenciando o que faz por seus profissionais, dependentes, colaboradores e comunidade, dando transparência às atividades que buscam melhorar a qualidade de vida para todos e tornando pública a responsabilidade social empresarial por meio da construção de maiores vínculos entre a empresa e a sociedade.

No Brasil, a proposta ganhou visibilidade nacional quando o sociólogo Herbert de Souza, o Betinho, lançou, em junho de 1997, uma campanha pela divulgação voluntária do Balanço Social, com apoio e participação de lideranças empresariais.

A abordag9193(r)-3.99

evidenciação de fatos contábeis e evidenciação voluntária de informações sobre a organização, tal como o Balanço Social.

2.1 A teoria institucional

A abordagem da teoria institucional tem sido uma das formas predominantes de abordagem e interpretação dos processos e mecanismos subjacentes de transformações e mudanças nas organizações e a relação entre o ambiente e as organizações. Conforme Powell e Dimaggio (1991), os institucionalistas trabalham a partir de focos de análise diferenciados, na tentativa de melhor compreender o papel dos aspectos normativos e dos cognitivos, dos arranjos de interesses e das relações interfirmas. Tais aspectos envolvem a definição de termos como instituição e institucionalização.

De acordo com Monteiro (1999), na área das ciências sociais a palavra instituição tende a ser considerada a partir de dois focos de análise principais, como normas de conduta e como semelhante a estrutura. Como normas de conduta, o termo diz respeito ao processo de internalização de normas e de regras de ação, de caráter duradouro, que são desenvolvidas, socialmente aceitas e legitimadas com o tempo. O processo de institucionalização compreende o desenvolvimento institucional de normas de comportamento, por exemplo, de uma coletividade em uma sociedade.

Conforme a autora, o segundo foco, como estrutura, envolve a análise das instituições como organizações ou grupamento de pessoas, que são estruturadas a partir de bases relativamente estáveis, contínuas e padronizadas de funcionamento, com normas e valores próprios.

De acordo com Scott (1983), a partir da década de 1970, a organização passou a ser entendida como um componente do sistema de relações interorganizacionais, afetadas não apenas por questões técnicas, econômicas e financeiras, mas também por fatores normativos de interpretação, onde a estrutura e o comportamento organizacional tendem a ser preferencialmente condicionados pelo conjunto de regras, sistema de crenças e outras redes relacionais que surgem no contexto social, além de incorporar alguns aspectos do ambiente, selecionados como prioritários.

Estes conjuntos de sistemas de atividades concebidas, controladas e legitimadas, externa e internamente caracterizam as formas predominantes da ação organizacional. Assim, conforme Machado-da-Silva e Fonseca (1993), a empresa passa a ser entendida a partir da interdependência entre regras, valores, objetivos e interesses comuns, que tendem a influenciar a percepção da realidade, selecionando eventos considerados mais relevantes, por meio de esquemas interpretativos ou filtros de significados.

Powell e Dimaggio (1991) afirmam que nos estágios iniciais de seus ciclos de vida, os campos organizacionais se compõem de organizações que, em conjunto, constituem uma área reconhecida da vida institucional: fornecedores-chave, consumidores de recursos e produtos, agências reguladoras e outras organizações que produzam produtos e serviços, apresentam uma diversidade considerável em termos de abordagem e forma. No entanto, uma vez que um campo se torne bem estabelecido, há um impulso inexorável em direção à homogeneização.

Dimaggio (1982) afirma que os campos existem somente na medida em que puderem ser definidos institucionalmente, o qual consiste em quatro elementos: um aumento na amplitude da interação entre as organizações do campo; o surgimento de estruturas de dominação e padrões de coalizões interorganizacionais claramente definidos; um aumento na carga de informações com a qual as organizações dentro do campo devem lidar; e o desenvolvimento de uma conscientização mútua entre os participantes de um grupo de organizações de que estão envolvidos em um negócio comum.

De acordo com Meyer e Rowan (1977), à medida que uma inovação se espalha, alcança-se um limiar além do qual sua adoção proporciona legitimidade em vez de melhorar o desempenho. Assim, as organizações podem tentar mudar constantemente; mas, além de certo ponto na estruturação de um campo organizacional, o efeito agregado de mudança individual diminui a diversidade no campo. Freeman (1982) sugere que as organizações maiores e mais antigas poderiam dominar seus ambientes em vez de se ajustar a eles.

O conceito que melhor capta o processo de homogeneização é o de isomorfismo. Hannan e Freeman (1977) demonstraram que o isomorfismo pode acontecer porque as formas não ótimas são excluídas de uma população de organizações, ou porque os tomadores de decisões nas organizações aprendem respostas adequadas e ajustam seus comportamentos de acordo com elas.

Para Dimaggio e Powel (1983, p. 150)

as organizações não competem somente por recursos e clientes, mas por poder político e legitimação institucional, por adequação social, assim como por adequação econômica. O conceito de isomorfismo institucional constitui uma ferramenta útil para se compreender a política e o cerimonial que permeiam parte considerável da vida organizacional moderna.

Powell e Dimaggio (1991) identificaram três tipos ou mecanismos isomórficos predominantes: coercitivo, que deriva de influências políticas e do problema da legitimidade; mimético, que resulta de respostas padronizadas à incerteza; e, normativo, associado à profissionalização.

O isomorfismo coercitivo resulta de pressões, formais ou informais, de caráter punitivo, sofridas pelas organizações ao longo da sua existência, as quais podem ocorrer em vários sentidos: de uma organização para outra, de uma organização para várias, de conjuntos de organizações entre si e de várias organizações para apenas uma organização, dependendo do tipo de organização, seu posicionamento junto ao mercado e as especificidades dos produtos ou serviços prestados, entre outros.

De acordo com Rosseto e Rosseto (2005) nem todo isomorfismo institucional deriva de autoridade coercitiva. A incerteza é uma poderosa força que encoraja imitação. Quando os objetivos são ambíguos ou quando o ambiente cria incerteza simbólica, as organizações modelam-se em outras organizações.

Para Powell e Dimaggio (1991), o isomorfismo mimético corresponde a um processo de imitação ou cópia de políticas, de estratégias, de estruturas, de tecnologias, de sistemas produtivos, de produtos, de serviços e de práticas administrativas em geral, sendo mais observado em períodos onde a empresa enfrenta riscos à sua continuidade ou redução de participação no mercado. Os modelos podem ser difundidos involuntariamente, indiretamente por meio da transferência ou rotatividade de funcionários, ou explicitamente, por organizações como firmas de consultoria ou associações de comércio e de indústrias.

Dimaggio e Powell (1983, p. 154-155) derivaram duas hipóteses a respeito do isomorfismo mimético:

Hipótese A-3. Quanto mais incerto o relacionamento entre meios e fins, maior a probabilidade de a organização moldar-se em outras organizações que considera bem sucedidas.

Hipótese A-4. Quanto mais ambíguas as metas de uma organização, maior o grau em que esta se moldará as outras organizações que considera bem sucedidas.

Para os autores, de uma maneira geral, quanto mais ampla a população de pessoas empregadas ou a quantidade de clientes servidos por uma organização, maior a pressão sentida pela organização para oferecer os programas e serviços oferecidos por outras organizações. Assim, tanto uma força de trabalho experiente quanto uma ampla base de clientes pode impulsionar o isomorfismo mimético.

Conforme Kimberly (1980), as organizações tomam como modelo organizações mais antigas que já existiam na economia, e os administradores procuram ativamente modelos nos quais se basear, sendo que as organizações tendem a tomar como modelo em seu campo outras organizações que elas percebem ser mais legítimas ou bem sucedidas.

Em seus estudos sobre inovação e mudança organizacional, Redmond (2003) afirma que as organizações não escolhem formas diferentes daquelas já instituídas, e que a proporção das empresas que adotam formas diferentes daquelas já instituídas é muito pequena e a maioria age conforme o ambiente institucional.

O isomorfismo normativo caracteriza-se por forças advindas de certos padrões sociais de comportamento, associado diretamente aos processos de profissionalização e evidenciado pela especialização no trabalho e pela ocupação de funções técnicas administrativas. Powell e Dimaggio (1991) citam dois aspectos da profissionalização que são fontes primárias do isomorfismo: a educação formal, legitimada pelos cursos universitários de graduação e pós-graduação e o crescimento de sistemas de aperfeiçoamento profissional, com rápida disseminação do conhecimento técnico especializado.

De acordo com os autores, na medida em que gerentes e funcionários-chave são escolhidos nas mesmas universidades e selecionados a partir de um grupo comum de atributos, eles tenderão a enxergar os problemas da mesma maneira, a considerar como normativamente sancionados e legitimados os mesmos procedimentos, estruturas e políticas, e tomarão decisões de maneira singular.

A busca da similaridade pelas empresas visa facilitar o envolvimento em transações com outras empresas, atrair pessoas focadas em carreiras, ser reconhecidas como legítimas e respeitadas e encaixar-se em categorias administrativas que definem elegibilidade para reconhecimento e contratos públicos e privados, tais como empresas social e ambientalmente responsáveis. No entanto, nada disso assegura que as organizações que agem dessa

maneira farão o que fazem de maneira mais eficiente do que aquelas que não agem dessa maneira.

2.2 O objetivo da contabilidade e as características da informação contábil

O FASB - *Financial Accounting Standards Board* utiliza o enfoque pragmático para a definição do objetivo da Contabilidade. Assim, considera que o objetivo da Contabilidade é fornecer informações úteis aos diversos grupos de usuários, independente de sua natureza, para auxiliá-los no processo de tomada de decisão.

Ao considerar-se que os objetivos representam o ponto de partida de qualquer disciplina ou ciência, Ludícibus (2004, p. 19) afirma que para alcançar o objetivo da Contabilidade, um conjunto de características deve estar contemplado na informação contábil de tal forma que a torne útil no processo decisório e atenda às necessidades dos diversos usuários.

De acordo com Hendriksen e Van Breda (1999, p. 95), a natureza do usuário é fator determinante para decidir qual informação a ser divulgada. Vasconcelos e Viana (2002, p. 28) relatam que a primeira etapa na construção de um sistema de informações é a consulta ao usuário acerca de suas necessidades. De acordo com estas autoras, “a etapa crítica da estratégia da informação não é a sua divulgação e sim sua construção, pois é este processo que ditará a qualidade da informação”. Se no desenvolvimento desse processo a informação não for bem entendida, ela não tem utilidade e equipara-se ao dado em seu estado bruto.

A compreensão da informação, portanto, varia de usuário para usuário. Beuren (1998, p. 29) ressalta que a comunicação da informação deve ser adequada ao *background* do seu usuário, de tal forma que haja uma interatividade usuário-informação para que esta se converta em ação.

2.2.1 Relevância

De acordo com Hendriksen e Van Breda (1999, p. 97), o FASB assumiu firmemente o partido da relevância para as decisões quando definiu o termo como “[...] a capacidade que a informação teria de fazer diferença numa decisão”. Este “fazer diferença” é possível à medida que a informação permitir que sejam feitas projeções sobre os resultados de eventos futuros que possam confirmar ou corrigir expectativas, o que, potencialmente, contribui para reduzir a incerteza da decisão por parte do responsável pela mesma. Esses dois atributos são

denominados, respectivamente, Valor Preditivo e Valor como *Feedback*. Outro elemento, não menos importante, que confere utilidade à informação é a oportunidade.

Hendriksen e Van Breda (1999, p. 99) afirmam que a informação não pode ser relevante quando não é oportuna, ou seja, deve estar disponível a um indivíduo que deseja tomar uma decisão antes de perder sua capacidade de influenciar a decisão. Oportunidade não garante relevância, mas não é possível haver relevância sem oportunidade.

2.2.2 Confiabilidade

A confiabilidade é a outra qualidade principal a influenciar diretamente o processo decisório. De acordo com Hendriksen e Van Breda (1999, p. 99), o SFAC 2 definiu confiabilidade como “a qualidade da informação que garante que a informação seja razoavelmente livre de erro e vies e represente fielmente o que visa representar”. Assim, para ser confiável a informação deve ser representada fielmente (o fenômeno que representa deve corresponder a sua descrição), deve ser verificável (ausência de avaliação subjetiva e vies pessoal de quem a estiver mensurando) e apresentar neutralidade (isenta da intenção de provocar um determinado efeito).

A fidelidade, citada anteriormente, é definida pelo FASB como a “correspondência ou concordância entre uma medida ou descrição e o fenômeno que virá representar (às vezes chamada de validade)”. Quanto à verificabilidade, no SFAC 2 o FASB assim se posiciona: “a capacidade de assegurar, por meio do consenso entre mensuradores, que a informação representa o que se destina a representar, ou que o método de mensuração foi utilizado sem erro ou vies”. Neutralidade, de acordo com Hendriksen e Van Breda (1999, p. 100), é a ausência de vies em uma determinada direção, ou seja, é a não utilização de informações contábeis com o intuito de alcançar um determinado objetivo ou provocar um determinado efeito.

2.2.3 Comparabilidade

No SFAC 2 (1999, p. 58) o FASB define comparabilidade como “a qualidade da informação que permite aos usuários identificar semelhanças e diferenças entre dois conjuntos de fenômenos econômicos”.

O FASB afirma no SFAC 2 (1999, p. 58):

a informação sobre uma empresa ganha grandemente em utilidade se pode ser comparada com informação similar de outras empresas e com informação similar da mesma empresa em algum outro período ou algum outro ponto no tempo.

Para Hendriksen e Van Breda (1999, p. 101) dois importantes elementos devem ser levados em conta para conferir comparabilidade à informação fornecida: uniformidade e consistência.

A uniformidade permite comparações de informações similares entre empresas diferentes. De acordo com Hendriksen e Van Breda (1999, p. 101), a uniformidade subentende “idêntica representação para eventos iguais”, ou em uma visão mais dinâmica da informação contábil, possuir características suficientemente parecidas para tornar as comparações apropriadas.

Quanto à consistência, no caso de comparações de informação similar em uma mesma empresa ao longo do tempo, Aguiar (2002, p. 6) relata que a utilização de um só método de mensuração para processos idênticos ao longo do tempo, em uma mesma empresa, permite aos usuários a elaboração de séries históricas que os auxiliarão a projetar as tendências daquela organização. Hendriksen e Van Breda (1999, p. 103) argumentam que a consistência deve ser interpretada em nível de divulgação, a cada período, de toda a informação necessária e relevante para as previsões dos usuários. Segundo os autores “a consistência da divulgação é mais importante que a consistência de procedimentos”.

2.2.4 Materialidade

A materialidade é a última característica qualitativa da informação apresentada pelo FASB no SFAC 2. De acordo com Hendriksen e Van Breda (1999, p. 103), a informação será material se o conhecimento da mesma for importante para os usuários dos relatórios contábeis. Neste caso, sua divulgação torna-se importante. Portanto, a materialidade tem sido utilizada para determinar o que deve ser divulgado ou não para fins genéricos e indeterminados.

Segundo Ludícibus (2000, p. 121), “ocultar ou fornecer informação resumida é tão prejudicial quanto fornecer informação em excesso”. A materialidade vai ao encontro da incapacidade de os usuários analisarem um grande volume de informações, que, na maioria das vezes, não faz diferença no processo decisório.

2.2.5 O Balanço Social

O Balanço Social é um demonstrativo publicado anualmente pelas empresas e reúne um conjunto de informações sobre os projetos, benefícios e ações sociais dirigidas aos empregados, investidores, analistas de mercado, acionistas e à comunidade, e se constitui em um instrumento estratégico para avaliar e multiplicar o exercício da responsabilidade social corporativa.

Através do Balanço Social elaborado por múltiplos profissionais, a empresa evidencia o que faz por seus profissionais, dependentes, colaboradores e comunidade, dando transparência às atividades que buscam melhorar a qualidade de vida para todos, tornando pública a responsabilidade social empresarial através da construção de maiores vínculos entre a empresa, a sociedade e o meio ambiente.

O Balanço Social favorece a todos os grupos que interagem com a empresa. Aos dirigentes fornece informações úteis à tomada de decisões relativas aos programas sociais que a empresa desenvolve. Seu processo de realização estimula a participação dos funcionários e funcionárias na escolha das ações e projetos sociais, gerando um grau mais elevado de comunicação interna e integração nas relações entre dirigentes e o corpo funcional.

Aos fornecedores e investidores informa como a empresa encara suas responsabilidades em relação aos recursos humanos e à natureza, o que é um bom indicador da forma como a empresa é administrada. Para os consumidores, dá uma idéia de qual é a postura dos dirigentes e a qualidade do produto ou serviço oferecido, demonstrando o caminho que a empresa escolheu para construir sua marca. E ao Estado, ajuda na identificação e na formulação de políticas públicas.

Em 1998, para estimular a participação de um maior número de corporações, o Ibase lançou o Selo Balanço Social Ibase/Betinho. O selo é conferido anualmente a todas as empresas que publicarem o Balanço Social no modelo sugerido pelo Ibase, dentro da metodologia e dos critérios propostos.

3 Metodologia

O método indutivo apresentou-se como o mais indicado para os propósitos desta pesquisa. “O método indutivo é um procedimento de raciocínio que, a partir de uma análise de dados particulares, se encaminha para as noções gerais” (Fachin, 2001, p. 30).

De acordo com Cervo, Bervian e Silva (2006, p. 47), esta pesquisa caracteriza-se como sendo do tipo exploratória e descritiva. Segundo Beuren (2003, p. 80), pesquisa de caráter exploratório tem como objetivo, “conhecer com maior profundidade o assunto, de modo a torná-lo mais claro” e complementa: “explorar um assunto significa reunir mais conhecimento [...], bem como buscar novas dimensões até então não conhecidas”.

Exploratória e descritiva porque se buscou a obtenção de maiores conhecimentos sobre a variação do retorno sobre o patrimônio líquido entre empresas que publicaram e as que não publicaram o Balanço Social nos anos de 2001 a 2005, de acordo com o modelo proposto pelo Ibase.

Dentre os procedimentos utilizados na pesquisa, destaca-se a abordagem bibliográfica e empírica. Cervo, Bervian e Silva (2006, p. 49-57) descrevem que a pesquisa bibliográfica explica um problema a partir de referenciais teóricos publicados em documentos. Pode ser realizada independentemente ou como parte da pesquisa descritiva ou experimental. Ambos os casos buscam conhecer e analisar as contribuições culturais ou científicas do passado existente sobre um determinado assunto, tema ou problema.

A abordagem empírica, para Martins (2002, p. 26),

...apresenta em comum a utilização de técnica de coleta, tratamento e análise de dados marcadamente quantitativos. Privilegia estudos práticos. Sua proposta tem caráter técnico, restaurador e incrementalista. Têm forte preocupação com a relação causal entre variáveis. A validação da prova científica é buscada através de testes dos instrumentos, graus de significância e sistematização das definições operacionais.

A população deste estudo foi composta pelas empresas brasileiras com ações listadas na Bolsa de Valores nos anos de 2001 a 2005, selecionando-se para análise as empresas que publicaram o Balanço Social de acordo com o modelo do Ibase e as empresas que não publicaram, separadas por setor econômico. Foram selecionados seis setores econômicos e excluídas as empresas que não apresentaram informações suficientes para a elaboração do estudo.

Foram excluídos da análise os setores de agricultura e pesca, alimentos e bebidas, comércio, construção, eletroeletrônicos, máquinas industriais, mineração, têxtil, transporte e serviços, papel e celulose e outros, pelo fato de não apresentarem um número mínimo de observações de empresas que publicaram o Balanço Social no período analisado. O setor de finanças foi excluído da análise porque os maiores bancos apresentaram o Balanço Social e os que não efetuaram a divulgação são constituídos por instituições de menor porte, o que poderia prejudicar a análise.

A amostra final consistiu de um total de 485 observações para o período de 2001 a 2005, totalizando 97 empresas divididas entre os setores de energia, petróleo e gás, química, siderurgia e metalurgia, telecomunicações e veículos e peças. Para o tratamento estatístico dos dados, foi utilizado o *software* SPSS 13.0.

A abordagem do isomorfismo institucional indica que as empresas, em seus campos organizacionais, tomam medidas visando à homogeneização de suas ações, de forma que possam ser aceitas e legitimadas pela sociedade. Desta forma, a divulgação do Balanço Social representaria um isomorfismo mimético, ou seja, as empresas tenderiam a copiar o procedimento de outras, buscando ser aceitas pela sociedade. Assim, espera-se que o retorno sobre o patrimônio líquido destas entidades não apresente valores médios estatisticamente significantes em relação às empresas que não publicaram o Balanço Social.

O problema a ser respondido pela pesquisa é: As empresas que publicaram o Balanço Social de acordo com o modelo do Ibase apresentam retorno sobre o patrimônio líquido (ROE) igual às empresas que não publicaram?

Diante desta problemática, a hipótese a ser testada é:

Ho: As empresas que publicaram o Balanço Social de acordo com o modelo do Ibase apresentam retorno sobre o patrimônio líquido (ROE) igual às empresas que não publicaram.

H1: As empresas que publicaram o Balanço Social de acordo com o modelo do Ibase apresentam retorno sobre o patrimônio líquido (ROE) diferente das empresas que não publicaram

Para efetuar o teste das hipóteses utilizou-se o teste t de significância de médias para duas amostras diferentes. De acordo com Stevenson (1981, p. 232), “o objetivo dos testes de significância para médias é avaliar afirmações feitas a respeito de médias populacionais. Os diversos testes exigem dados quantitativos”.

Após coletados os dados, efetuou-se uma análise para verificar a existência de *outliers*, com o uso do *software* SPSS, pois, conforme Hair (2006, p. 71), “são contrárias aos objetivos da análise e podem distorcer seriamente os testes estatísticos”. A fim de evitar a distorção dos testes, optou-se pela exclusão das observações atípicas. Para os dados válidos, foram

efetuados testes de normalidade das variáveis observadas, utilizando-se o teste de *Kolmogorov-Smirnov*.

Finalmente, os dados referentes aos retornos sobre o patrimônio líquido das empresas que publicaram o Balanço Social de acordo com o modelo do Ibase foram comparados com os retornos sobre o patrimônio líquido das empresas que não publicaram, com o objetivo de verificar se as médias eram iguais ou diferentes, ou seja, se empresas que publicaram o Balanço Social possuem igual ou maior rentabilidade sobre o patrimônio líquido em relação às que não publicaram.

4 Análise dos dados

Os dados colhidos através do *software* Economática foram analisados de duas formas. Inicialmente, analisou-se as médias envolvendo todas as companhias, independente do setor, para todo o período. Em seguida, efetuou-se o teste de médias por setor.

Para testar a significância entre as médias dos retornos sobre o patrimônio líquido das empresas que publicaram o Balanço Social - BS das empresas que não publicaram utilizou-se o teste t com duas amostras e presunção de variâncias diferentes.

O resultado do teste estatístico de médias para um grau de significância de 5% ($\alpha = 0,05$) para todas as empresas é demonstrado na tabela 1.

Tabela 1 - Teste-t: duas amostras presumindo variâncias diferentes para todos os setores.

	Publicaram BS	Não Publicaram BS
Média	12,51888889	10,15419355
Variância	399,3253274	889,7190809
Observações	144	341
Hipótese da diferença de média	0	
Gl	393	
Stat t	1,019280438	
P(T<=t) uni-caudal	0,15434845	
t crítico uni-caudal	1,64874109	
P(T<=t) bi-caudal	0,308696899	
t crítico bi-caudal	1,966018317	

Verifica-se pelo teste-t, ao nível de significância de 5% que, tendo em vista o t-crítico bi-caudal = 1,966, denotando um intervalo de confiança de -1,9666 a +1,966 e, considerando que a

publicaram o balanço social no
Corporativa Institucional
queira

tem parâmetros para rejeitar a

é de 12,5% para as empresas
publicaram, verifica-se que esta

médio entre as empresas que
m pode ser fruto do acaso,

cial não -3.95.61(S)3.95667(o)1.e496(u)1.0

Assim, a variação da rentabilidade sobre o patrimônio líquido médio para o setor de energia elétrica entre as empresas que publicaram o Balanço Social e entre as que não publicaram pode ser fruto do acaso, ressaltando que as empresas que publicaram o Balanço Social não apresentam retornos maiores ou menores do que as que não publicaram.

O resultado do teste estatístico de médias para um grau de significância de 5% ($\alpha = 0,05$) para as empresas do setor de petróleo e gás é demonstrado na tabela 3.

Tabela 3 – Teste-t: duas amostras presumindo variâncias diferentes para o setor de petróleo e gás.

	Publicaram BS	Não Publicaram BS
Média	21,3	17,19035714
Variância	217,1711455	3777,716396
Observações	12	28
Hipótese da diferença de média	0	
Gl	33	
Stat t	0,332227521	
P(T<=t) uni-caudal	0,370909288	
t crítico uni-caudal	1,692360456	
P(T<=t) bi-caudal	0,741818576	
t crítico bi-caudal	2,03451691	

Verifica-se pelo teste-t, ao nível de significância de 5% que, tendo em vista o t-crítico bi-caudal = 2,034, denotando um intervalo de confiança de -2,034 a +2,034 e, considerando que a estatística t = 0,3322, com P (T<=t) = 0,7418, de que não existem parâmetros para rejeitar a hipótese nula.

Embora a média de retorno sobre o patrimônio líquido médio é de 21,3% para as empresas que publicaram o Balanço Social e de 17,19% para as que não publicaram, verifica-se que esta variação não é estatisticamente relevante.

Assim, a variação da rentabilidade sobre o patrimônio líquido médio do setor de petróleo e gás entre as empresas que publicaram o Balanço Social e entre as que não publicaram pode ser fruto do acaso, ressaltando que as empresas que publicaram o Balanço Social não apresentam retornos maiores ou menores do que as que não publicaram.

O resultado do teste estatístico de médias para um grau de significância de 5% ($\alpha = 0,05$) para as empresas do setor de química é demonstrado na tabela 4.

Análise do retorno sobre o patrimônio líquido (ROE) das empresas que publicaram o balanço social no modelo ibase no período de 2001 a 2005 a partir da abordagem da Teoria Institucional
Romildo de Oliveira Moraes, Valmor Slomski, Emanuel Rodrigues Junqueira

Verifica-se pelo teste-t, ao nível de significância de 5% que, tendo em vista o t-crítico bi-caudal = 2,055, denotando um intervalo de confiança de -2,055 a +2,055 e, considerando que a estatística $t = 0,6433$, com $P(T \leq t) = 0,5256$, de que não existem parâmetros para rejeitar a hipótese nula.

Embora a média de retorno sobre o patrimônio líquido médio é de 20,58% para as empresas que publicaram o Balanço Social e de 16,54% para as que não publicaram, verifica-se que esta variação não é estatisticamente relevante.

Assim, a variação da rentabilidade sobre o patrimônio líquido médio para o setor de siderurgia entre as empresas que publicaram o Balanço Social e entre as que não publicaram pode ser fruto do acaso, ressaltando que as empresas que publicaram o Balanço Social não apresentam retornos maiores ou menores do que as que não publicaram.

O resultado do teste estatístico de médias para um grau de significância de 5% ($\alpha = 0,05$) para as empresas do setor de telecomunicações é demonstrado na tabela 6.

Tabela 6 – Teste-t: duas amostras presumindo variâncias diferentes para o setor de telecomunicações.

	Publicaram BS	Não Publicaram BS
Média	1,751666667	5,113114754
Variância	118,7391623	229,9522785
Observações	24	61
Hipótese da diferença de média	0	
Gl	58	
Stat t	-1,138514423	
P(T<=t) uni-caudal	0,129793308	
t crítico uni-caudal	1,671553491	
P(T<=t) bi-caudal	0,259586616	
t crítico bi-caudal	2,001715984	

Verifica-se pelo teste-t, ao nível de significância de 5% que, tendo em vista o t-crítico bi-caudal = 2,001, denotando um intervalo de confiança de -2,001 a +2,001 e, considerando que a estatística $t = -1,385$, com $P(T \leq t) = 0,2595$, de que não existem parâmetros para rejeitar a hipótese nula.

Embora a média de retorno sobre o patrimônio líquido médio é de 1,75% para as empresas que publicaram o Balanço Social e de 5,11% para as que não publicaram, verifica-se que esta variação não é estatisticamente relevante.

Assim, a variação da rentabilidade sobre o patrimônio líquido médio do setor de telecomunicações entre as empresas que publicaram o Balanço Social e entre as que não publicaram pode ser fruto do acaso, ressaltando que as empresas que publicaram o Balanço Social não apresentam retornos maiores ou menores do que as que não publicaram.

O resultado do teste estatístico de médias para um grau de significância de 5% ($\alpha = 0,05$) para as empresas do setor de veículos e peças é demonstrado na tabela 7.

Tabela 7 – Teste-t: duas amostras presumindo variâncias diferentes para o setor de veículos e peças.

	Publicaram BS	Não Publicaram BS
Média	23,025	15,7624
Variância	433,0750789	498,0652107
Observações	20	25
Hipótese da diferença de média	0	
Gl	42	
Stat t	1,126338374	
P(T<=t) uni-caudal	0,133208492	
t crítico uni-caudal	1,681951289	
P(T<=t) bi-caudal	0,266416983	
t crítico bi-caudal	2,018082341	

Verifica-se pelo teste-t, ao nível de significância de 5% que, tendo em vista o t-crítico bi-caudal = 2,018, denotando um intervalo de confiança de $-2,018$ a $+2,018$ e, considerando que a estatística t = 1,126, com $P(T \leq t) = 0,2664$, de que não existem parâmetros para rejeitar a hipótese nula.

Embora a média de retorno sobre o patrimônio líquido médio é de 23,0% para as empresas que publicaram o Balanço Social e de 15,7% para as que não publicaram, verifica-se que esta variação não é estatisticamente relevante.

Assim, a variação da rentabilidade sobre o patrimônio líquido médio do setor de veículos e peças, entre as empresas que publicaram o Balanço Social e entre as que não publicaram pode ser fruto do acaso, ressaltando que as empresas que publicaram o Balanço Social não apresentam retornos maiores ou menores do que as que não publicaram.

5 Conclusões

A teoria institucional tem sido uma das formas predominantes de abordagem e interpretação dos processos e mecanismos subjacentes de transformações e mudanças nas organizações e a relação entre o ambiente e as organizações.

A abordagem do isomorfismo institucional indica que as empresas, em seus campos organizacionais, tomam medidas visando a homogeneização de suas ações, de forma que possam ser aceitas e legitimadas pela sociedade. Sobre esta hipótese, a divulgação do Balanço Social representaria um isomorfismo mimético, ou seja, as empresas tenderiam a copiar o procedimento de outras, buscando ser aceitas pela sociedade.

O Balanço Social favorece a todos os grupos que interagem com a empresa. Aos dirigentes fornece informações úteis à tomada de decisões relativas aos programas sociais que a empresa desenvolve. Seu processo de realização estimula a participação dos funcionários e funcionárias na escolha das ações e projetos sociais, gerando um grau mais elevado de comunicação interna e integração nas relações entre dirigentes e o corpo funcional.

O presente estudo teve por objetivo verificar, através de uma pesquisa empírica envolvendo todas as empresas brasileiras com ações listadas na Bovespa, a partir de dados obtidos junto à Economatica, se o retorno sobre o patrimônio líquido das entidades que publicaram o Balanço Social são iguais ou diferentes em relação às empresas que não publicaram o Balanço Social.

Desta forma, o problema a ser respondido pela pesquisa era: As empresas que publicaram o Balanço Social de acordo com o modelo do Ibase apresentam retorno sobre o patrimônio líquido (ROE) igual às empresas que não publicaram? Assim, a hipótese a ser testada era:

Ho: As empresas que publicaram o Balanço Social de acordo com o modelo do Ibase apresentam retorno sobre o patrimônio líquido (ROE) igual às empresas que não publicaram.

H1: As empresas que publicaram o Balanço Social de acordo com o modelo do Ibase apresentam retorno sobre o patrimônio líquido (ROE) diferente das empresas que não publicaram.

A análise dos dados do período de 2001 a 2005, das empresas listadas na Bovespa, para os setores de energia, petróleo, gás, química, siderurgia e metalurgia, telecomunicações e veículos e peças, com 97 empresas e um total de 485 observações, indicou que não é o fato da empresa possuir maior ou menor rentabilidade sobre o patrimônio líquido que a leva a publicar o Balanço Social. No entanto, verificou-se que a rentabilidade sobre o patrimônio líquido médio é ligeiramente superior para as empresas que publicaram o Balanço Social em relação às que não publicaram, embora não sejam estatisticamente significantes.

A análise por setor mostrou o mesmo resultado da análise global, para todos os setores analisados, indicando a ausência de parâmetros para rejeitar a hipótese nula. Assim, a variação da rentabilidade sobre o patrimônio líquido médio entre as empresas que publicaram o Balanço Social e entre as que não publicaram pode ser fruto do acaso, ressaltando que as empresas que publicaram o Balanço Social não apresentam retornos maiores ou menores do que as que não publicaram, confirmando-se assim que, de acordo com a abordagem institucional, as decisões de evidenciar o Balanço Social poderiam estar relacionadas ao isomorfismo mimético, sem que haja uma relação direta de eficácia ou de maior retorno de valor para o acionista.

Recomenda-se que futuras pesquisas busquem evidenciar as causas que levam as empresas a efetuarem a divulgação do Balanço Social de forma espontânea, identificando se efetivamente estão relacionadas ao processo institucional denominado de isomorfismo mimético.

6 Referências Bibliográficas

- AGUIAR, A.B. Objetivos da contabilidade – uma reflexão. *In: SEMINÁRIO USP DE CONTABILIDADE, II, 2002, São Paulo. Anais eletrônicos...* Disponível em: <http://www.eac.fea.usp.br/congressousp/seminario2/>, Acesso em 04/07/2006.
- BEUREN, I.M. 1998. *Gerenciamento da informação: um recurso estratégico no processo de gestão empresarial*. São Paulo, Atlas, 104 p.
- _____. 2003. *Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática*. São Paulo, Atlas, 195 p.
- CERVO, A.L.; BERVIAN, P.L. e SILVA, R. 2006. *Metodologia científica*. 6ª ed., São Paulo, Pearson/Prentice Hall, 162 p.
- DAFT, R.L. 1999. *Teoria e projeto das organizações*. 6ª ed., Rio de Janeiro, LTC, 442 p.
- DIMAGGIO, P. 1982. The structure of organizational fields: na analytical approach and policy implications. *In: SUNY-Albany Conference on Organizational Theory and Public Policy*.
- DIMMAGIO, P.J. e POWELL, W.W. 1983. The iron cage revisited: institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *In: American Sociological Review*, p. 147-160.
- FACHIN, O. 2001. *Fundamentos de metodologia*. 3ª ed., São Paulo, Saraiva, 200 p.
- FINANCIAL ACCOUNTING STANDARDS BOARD. 1999. *Original pronouncements 1999/2000 edition: accounting standards as of june*. New York, John Wiley e Sons, Inc., 892 p.
- FREEMAN, J.H. 1982. Organizational life cycles and natural selection processes. *In: STAW, B.; CUMMINGS, L. (Eds.) Research in Organizational Behavior*. Greenwich, CT: JAI Press, p. 1-32.

- HAIR JR, J.F.; ANDERSON, R.E.; TATHAM, R.L. e BLACK, W.C. 2006. *Análise multivariada de dados*. Trad. Adonai S. Sant'Anna e Anselmo Chaves Neto, 5ª. ed., Porto Alegre, Bookman, 593 p.
- HANNAN, M.T. e FREEMAN, J.H. 1977. The population ecology of organizations. *American Journal of Sociology*, **82**(5): 29-64.
- HENDRIKSEN, E. e BRENDA, M.F.V. 1999. *Teoria da contabilidade*. Tradução de Antonio Zoratto Sanvicente. São Paulo, Atlas, 550 p.
- IUDÍCIBUS, S. 2000. *Teoria da contabilidade*. 6ª ed., São Paulo, Atlas, 350 p.
- _____ 2004. *Teoria da contabilidade*. 7ª ed., São Paulo, Atlas, 356 p.
- KIMBERLY, J. 1980. Initiation and institutionalization in the creation process. In: KIMBERLY, J.; MILES, R. B. (Eds.). *The Organizational Life Cycle*. San Francisco, Jossey-Bass, p. 18-43.
- MACHADO-DA-SILVA, C.L. e FONSECA, V.S. 1993. Homogeneização e diversidade organizacional: uma visão integrativa. In: Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração, 17, 1993. Salvador. *Anais...* Salvador: ANPAD, **10**(9): 147-159.
- MACHADO-DA-SILVA, C.; GONÇALVES, S.A. 1999. Nota técnica: A Teoria Institucional. In: MACHADO-DA-SILVA, C., GONÇALVES, S. A. Handbook de estudos organizacionais: *Modelos de análise e novas questões em estudos organizacionais*. São Paulo, Atlas, p. 220-226.
- MARTINS, G.A. 2002. *Manual para elaboração de monografias e dissertações*. 3ª ed., São Paulo, Atlas, 134 p.
- MEYER, J.W. e ROWAN, B. 1991. Institutionalized organizations: formal structure as myth and ceremony. In: POWELL, W.W., DIMAGGIO, P.J. *The new institutionalism in organizational analysis*. Chicago, The University of Chicago Press, p.41-62.
- MONTEIRO, A.V. 1999. *A dinâmica de mudanças estratégicas: estudos de multicasos em institutos de pesquisa*. Florianópolis, SC. Tese de doutorado. UFSC, 216 p.
- POWELL, W.W. e DIMAGGIO, P.J. 1991. *The new institutionalism in organizational analysis*. Chicago, The University of Chicago Press, 478 p.
- REDMOND, W.H. 2003. Innovation, diffusion, and institutional change. *Journal of Economic Issues*, **37**(3):665-679.
- ROSSETO, C.R. e ROSSETO, A.M. 2005. *Teoria institucional e dependência de recursos na adaptação organizacional: uma visão complementar*. RAE Eletrônica, **4**(1), art. 7, São Paulo, FGV, jan/jun. 2005, disponível em <http://www.rae.com.br/eletronica>.
- SCOTT, W.R. 1983. *The organization environments: network, cultural, and historical elements*. In: MEYER, J.W. e SCOTT, W.R. Organizational environments: ritual and rationality. Beverly Hills, Sage Publications, p. 155-178.

Análise do retorno sobre o patrimônio líquido (ROE) das empresas que publicaram o balanço social no modelo ibase no período de 2001 a 2005 a partir da abordagem da Teoria Institucional
Romildo de Oliveira Moraes, Valmor Slomski, Emanuel Rodrigues Junqueira

STEVENSON, W.J. 1981. *Estatística aplicada à administração*. Trad. Alfredo Alves de Farias, São Paulo, Harper e How do Brasil, 495 p.

VASCONCELOS, Y. e VIANA, A.L. 2002. Evidenciação: forma e qualidade. *Revista Brasileira de Contabilidade*. Brasília, ano XXXI, n. 134, p. 21-29.

Submissão: 14/12/2007

Aceite: 15/12/2007