



UFRJ

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS
DEPARTAMENTO DE CONTABILIDADE

THIAGO LUIZ FRANÇA GOMES

**GERAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO:
UM ESTUDO DO SETOR VAREJISTA BRASILEIRO**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

**Rio de Janeiro
2021**

THIAGO LUIZ FRANÇA GOMES

**GERAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO:
UM ESTUDO DO SETOR VAREJISTA BRASILEIRO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Ciências Contábeis, FACC, da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientador: Prof. Dr. Dilo Sérgio de Carvalho Vianna

Rio de Janeiro
2021

Dedico esta monografia a toda minha família, que me apoiou e continua me incentivando a alcançar meus sonhos e objetivos.

Agradecimentos

Agradeço primeiramente a Deus, por ter me concedido saúde e força em todos os momentos da minha vida e me ajudou a concluir mais um ciclo da minha história.

A todos os meus familiares, que me auxiliaram a todo tempo e me viram sendo um dos primeiros da família a cursar uma faculdade em uma universidade pública.

Tenho que agradecer muito a minha namorada, que está comigo há sete anos e me apoia sempre em tudo que preciso.

Aos meus amigos, principalmente Carlos Alberto, Lucas Giglio e Lucas Reis, por estarem sempre disponíveis para conversar em épocas de grandes decisões da minha vida.

Não posso deixar de agradecer ao Scooby, meu pequeno cachorro problemático. Mesmo com tantas madrugadas perdidas com ele no veterinário, consegui estudar, trabalhar e ter momentos de alegria e descontração com ele.

A todos os mestres e doutores da UFRJ, que fazem um trabalho lindo que é ensinar as pessoas, servindo de exemplo e nos fazendo acreditar que podemos alcançar o que almejamos.

Por fim, ao querido Professor Dr. Dilo Sérgio, por sua paciência e disposição para me orientar no meio de uma pandemia e totalmente *online*. De forma eficiente, trocamos *e-mails* e áudios com dicas e sugestões até a conclusão deste trabalho. Nunca esquecerei suas grandes frases de efeito e também as motivacionais, visando o término da faculdade.

“O que sabemos é uma gota; o que ignoramos é um oceano”. - Isaac Newton

Resumo

O varejo brasileiro é um dos mais dinâmicos no Brasil. Em 2019, ele teve um desempenho superior ao da economia, além de empregar 26% dos trabalhadores de carteira assinada no Brasil. O setor passou a se preocupar mais com seus funcionários, suas marcas, governança corporativa e impactos ambientais. A análise da Demonstração do Valor Adicionado (DVA) permitem a análise do desempenho econômico da empresa, evidenciando a geração da riqueza, assim como dos efeitos sociais produzidos por sua distribuição. O objetivo deste trabalho é analisar, por meio da DVA, a capacidade de geração de riqueza das empresas varejistas brasileiras e sua distribuição entre empregados, financiadores, governo e detentores do capital no período de 2015 a 2019. Para atingir este objetivo, elaborou-se uma pesquisa descritiva, bibliográfica, documental e abordagem quantitativa, na qual foram selecionadas 23 empresas do setor varejista brasileiro listadas na B3. As análises evidenciaram que mais de 90% da riqueza gerada é de origem própria e que o patrimônio líquido consegue gerar, em média, R\$99,16 para cada R\$100,00 de capital próprio investido. Quanto a sua distribuição, o *stakeholder* que ficou com a maior parcela do valor agregado foram os empregados, com uma média de 37,36%.

Palavras-chave: Varejo. DVA. Demonstração do Valor Adicionado. Indicadores.

Abstract

The Brazilian retail is one of the most dynamic in Brazil. In 2019, it outperformed the economy and employed 26% of the signed portfolio workers in Brazil. The sector started to worry more about its employees, its brands, corporate governance and environmental impacts. The analysis of the Value Added Statement (VAS) allows the analysis of the economic performance of the company, showing the generation of wealth, as well as the social effects produced by its distribution. The objective of this work is to analyze, through the VAS the capacity of wealth generation of Brazilian retail companies and its distribution among employees, financiers, government and holders of capital in the period from 2015 to 2019. To achieve this objective, a descriptive, bibliographic, documental and quantitative approach research was prepared, in which 23 companies from the Brazilian retail sector listed in B3 were selected. The analyses showed that more than 90% of the wealth generated is of own origin and that net worth can generate, on average, R\$99.16 for each R\$100.00 of own capital invested. As for its distribution, the stakeholder who took the largest share of the added value was the employees, with an average of 37.36%.

Palavras-chave: Retail. VAS. Value Added Statement. Indicators.

Lista de quadros

Quadro 1 – Demonstração do Valor Adicionado - Empresas em Geral	21
Quadro 2 – Instruções para Elaboração da DVA - Formação da Riqueza	22
Quadro 3 – Instruções para Elaboração da DVA - Distribuição da Riqueza	23
Quadro 4 – Indicadores da Geração de Riqueza	24
Quadro 5 – Indicadores da Distribuição de Riqueza	24
Quadro 6 – Indicadores da Origem da Riqueza	25
Quadro 7 – Estudos Anteriores	25

Lista de gráficos

Gráfico 1 – Origem da Riqueza	33
Gráfico 2 – Geração da Riqueza	34
Gráfico 3 – Distribuição da Riqueza	35

Lista de tabelas

Tabela 1 – DVA, Ativo e PL Consolidados	31
Tabela 2 – Origem da Riqueza	32
Tabela 3 – Geração da Riqueza	34
Tabela 4 – Distribuição da Riqueza	35

Lista de abreviaturas e siglas

AT	Ativo Total
B3	Brasil, Bolsa e Balcão
BM&FBOVESPA	Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros de São Paulo
CETIP	Central de Custódia e de Liquidação Financeira de Títulos
CFC	Conselho Federal de Contabilidade
CNPJ	Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica
CPC	Comitê de Pronunciamentos Contábeis
CPF	Cadastro de Pessoa Física
CVM	Comissão de Valores Mobiliários
DFC	Demonstração do Fluxo de Caixa
DFP	Demonstração Financeira Padronizada
DRE	Demonstração do Resultado do Exercício
DVA	Demonstração do Valor Adicionado
GCAGR	Grau de Contribuição dos Ativos na Geração de Riqueza
GCPLGR	Grau de Contribuição do Patrimônio Líquido na Geração de Riqueza
GCPR	Grau de Capacidade de Produzir Riqueza
GRRT	Grau de Riqueza Recebida em Transferência
GRVA	Grau de Retenção do Valor Adicionado
IPO	Initial Public Offering
JCP	Juros sobre Capital Próprio
LR	Lucros Retidos
PAVA	Participação de Acionistas no Valor Adicionado
PEVA	Participação de Empregados no Valor Adicionado
PGVA	Participação do Governo no Valor Adicionado
PIB	Produto Interno Bruto

PL	Patrimônio Líquido
PTVA	Participação de Terceiros no Valor Adicionado
RR	Retenção da Receita
RSE	Responsabilidade Social Empresarial
RT	Receita Total
S.A.	Sociedade Anônima
SBVC	Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo
VADA	Valor Adicionado Distribuído aos Acionistas
VADE	Valor Adicionado Distribuído aos Empregados
VADG	Valor Adicionado Distribuído ao Governo
VADT	Valor Adicionado Distribuído a Terceiros
VALPE	Valor Adicionado Líquido Produzido pela Entidade
VART	Valor Adicionado Recebido em Transferência
VAT	Valor Adicionado Total a Distribuir

Sumário

1	Introdução	13
2	Referencial Teórico	15
2.1	Varejo	15
2.2	Demonstração do Valor Adicionado (DVA)	17
2.2.1	Responsabilidade Social e o Balanço Social	17
2.2.2	Conceituação da DVA	18
2.2.3	Aspectos Legais	19
2.2.4	Estrutura da DVA	20
2.3	Indicadores para Análise da DVA	23
2.4	Estudos Anteriores	25
3	Metodologia	28
3.1	Tipologia de Pesquisa	28
3.2	Técnica da Pesquisa e Coleta de Dados	29
4	Descrição e Análise dos Dados	31
4.1	Indicadores da Origem da Riqueza	32
4.2	Indicadores da Geração de Riqueza	33
4.3	Indicadores da Distribuição de Riqueza	35
5	Considerações Finais	38
	Referências	39

1 Introdução

O Brasil possuía, em 2019, 33 milhões de trabalhadores com carteira assinada. Só o setor de comércio (atacado e varejo de mercadorias) empregou cerca de 26% destes profissionais, tornando-se o maior empregador brasileiro e se constituindo em um importante pilar na economia nacional (SBVC, 2020b).

O varejo brasileiro pode ser dividido em dois grandes grupos: restrito e ampliado. O varejo restrito (bens de consumo, exceto veículos e materiais de construção) teve 19,24% de impacto no PIB e um crescimento real de 1,8% em 2019. Já o varejo ampliado (bens de consumo, incluindo veículos e materiais de construção) teve 26,20% de impacto no PIB, apresentando um crescimento real de 3,9% em 2019. Tendo em vista que o PIB brasileiro cresceu 1,1% neste mesmo ano, pode-se concluir que o varejo possui uma alta representatividade em seu cálculo. A estimativa do valor agregado do varejo no PIB é de aproximadamente 11,5% (SBVC, 2020b).

Dada a relevância do setor na geração de riqueza para o país, alguns autores resolveram estudar a distribuição dessa riqueza. O principal instrumento para aferir a riqueza gerada e distribuída das empresas é a Demonstração do Valor Adicionado (DVA).

Visto que a Contabilidade é uma Ciência Social, além de fornecer informações econômicas das empresas, ela possui a função de fornecer informações sociais à sociedade. A partir de 2008, as organizações passaram rever suas práticas em relação à responsabilidade social e respeito ao meio ambiente, de modo a melhorar suas marcas, ser mais sustentável e conquistar mais clientes. Foi nesse contexto que surgiu a DVA (BERNADINO *et al.*, 2011).

A DVA tem o objetivo de demonstrar o valor da riqueza econômica gerada pelas atividades da empresa e sua distribuição para os elementos que contribuíram para sua criação, tais como empregados, clientes, fornecedores, financiadores e governo. Portanto, ela é um referencial de informações a todos os agentes econômicos interessados na empresa (MARTINS *et al.*, 2018).

Todavia, somente Golin (2013) estudou a DVA do setor varejista. Recentemente, outros autores dedicaram-se a estudar a distribuição da riqueza por meio da DVA, como Almeida *et al.* (2008), Grecco *et al.* (2010), Cavalcante (2016), Silva (2017) e Queiroz (2020).

Dada a importância do setor varejista para a geração de riqueza no Brasil e a capacidade da DVA como instrumento de mensuração desta, o objetivo deste trabalho é analisar, por meio da DVA, a capacidade de geração de riqueza das empresas varejistas brasileiras e sua distribuição entre empregados, financiadores, governo e detentores do capital no período de 2015 a 2019.

Para tanto, o presente estudo dispõe como objetivos específicos: (1) Apresentar a história e importância do setor varejista brasileiro, (2) conceituar a DVA, evidenciando suas características, objetivos, aspectos legais e sua estrutura e (3) analisar, através de indicadores, a geração e distribuição do valor adicionado do setor entre 2015 e 2019.

Este trabalho justifica-se para o mercado, pois contribui para a evidência da importância da responsabilidade social, que permanece sendo um tema atual, e as obrigações que as empresas (neste caso, as varejistas) precisam ter com a sociedade, já que o setor possui uma porcentagem de participação significativa na empregabilidade brasileira e no PIB. Já para a comunidade acadêmica, ajuda a preencher as lacunas que unem o tema DVA ao varejo.

O trabalho está dividido em cinco capítulos. No primeiro, apresenta-se a introdução ao tema, assim como o problema de pesquisa, objetivos e justificativa. No segundo, foi abordada a revisão da literatura, subdividindo na apresentação do varejo brasileiro, as características da DVA, indicadores de geração e distribuição de riqueza e estudos anteriores. No terceiro capítulo, descreve-se a metodologia da pesquisa. No quarto apresentam-se a descrição e a análise dos dados da pesquisa. Por fim, no quinto capítulo, as conclusões.

2 Referencial Teórico

2.1 Varejo

O varejo brasileiro iniciou sua história ainda no período de colonização, com a extração do pau-brasil, escambo e escravização dos índios. O país já foi um grande produtor mundial de açúcar, algodão e café. Anos depois, após transformações históricas, como a industrialização e modernização urbana, o varejo se tornou uma das principais fontes geradoras de riqueza do mundo. O que inicialmente era baseado em ofertas de itens básicos para a subsistência se transformou em uma prática mais sofisticada e democratizou o consumo a uma grande parte da população. Hoje, o consumidor conta com uma diversidade de ofertas de produtos e mais opções de pontos de venda, além de ter acesso às lojas famosas, *shoppings* e a grandes mercados (ROCHA; MOLA, 2018).

Para Mattar (2019), o varejo “consiste nas atividades de negócios envolvidas na venda de qualquer produto ou prestação de qualquer serviço a consumidores finais, para utilização ou consumo pessoal, familiar ou residencial”. Outra elucidação diz que o varejo é o “processo de compra de produtos de outras organizações com o objetivo de revendê-los ao cliente final, geralmente sem transformação, e de prestação de serviços vinculados à venda de mercadorias” (ZENTES; MORSCHETT; SCHRAMM-KLEIN, 2017, tradução do autor)¹. Já Giuliani (2014) diz que “compreende todas as atividades envolvidas na venda de bens e serviços diretamente aos consumidores finais, tendo como atividade básica a solução de necessidade e desejos dos consumidores”. Com diversas definições disponíveis na literatura, a publicação da Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC) (SBVC, 2020a, p. 10) define o varejo como “toda atividade econômica da venda de um bem ou um serviço para o consumidor final, ou seja, uma transação entre um CNPJ e um CPF”.

Serrentino (2016) analisa o varejo brasileiro em quatro ciclos: Pré-Abertura Real, até 1993; Pós-Real, de 1994 a 2002; *Boom* de Consumo, de 2003 a 2012; e Maturidade e Produtividade, a partir de 2013. A SBVC (2020a, p. 16) fez uma adaptação a partir de Serrentino, acrescentando o quinto ciclo: Transformação Digital, a partir de 2020. Estes ciclos estão descritos a seguir.

- 1) Pré-Abertura Real (até 1993): é marcado pela instabilidade econômica até a década de 1990, onde o Brasil possuía uma economia fechada e vivenciava um cenário de hiperinflação. Mesmo com o aumento do déficit público e das dívidas externa e interna, empresas como Carrefour e C&A se instalaram no país e Alpagartas e Lojas Americanas abriram capital.

- 2) Pós-Real (1994-2002): este período possui como principal característica a abertura

¹ Retailing refers to the process of purchasing products from other organizations with the intent of reselling them to the final customer, generally without transformation, and rendering services incidental to the sale of merchandise.

da economia brasileira, que estimulou um grande movimento de internacionalização do varejo brasileiro, ampliou o grau de competição, desenvolveu o mercado de crédito e iniciou processos de fusões e aquisições. Neste período, empresas como Zara e Decathlon entraram no país e a GPA fez sua Oferta Pública Inicial (IPO).

- 3) *Boom de Consumo (2003-2012)*: é caracterizado por uma transformação econômica e social no país, onde a taxa de desemprego caiu, o salário-mínimo aumentou e a população passou a ter mais acesso ao crédito. O *boom* do consumo favoreceu o crescimento do varejo, como, por exemplo, a abertura de 153 novos *shoppings* e aceleração do setor de *franchising*.
- 4) *Maturidade e Produtividade (a partir de 2013)*: no quarto ciclo o varejo atingiu um patamar de maturidade e produtividade. Houve um crescimento considerável do *e-commerce* e modelos de integração *omnichannel*, sendo notória a necessidade de proporcionar ao consumidor, não só produtos de qualidade e um bom atendimento, mas uma experiência diferenciada e inovadora, todos os dias e com consistência.
- 5) *Transformação Digital (a partir de 2020)*: é um ano considerado como divisor de águas para o varejo brasileiro, pois com o surgimento do coronavírus, houve a aceleração do movimento de digitalização que já acontecia, mas não com a mesma urgência. Os varejistas não poderão esperar mais o consumidor em sua loja. É preciso buscá-lo por meios digitais. Criou-se o hábito nos brasileiros de realizar compras *online* sem o mesmo medo de antes.

As empresas varejistas estão em um processo de mudança. Para reduzir seus custos devido ao aumento das vendas *online*, elas têm procurado diminuir suas lojas, transformando parte da área de vendas em locais de estoque para *e-commerce* e outras estão aumentando os pontos de venda com terminais de autoatendimento sem funcionários. Para a SBVC (SBVC, 2020a, p. 26):

“O varejo, que sempre foi um setor intensivo em mão de obra, vem se automatizando e, nesse processo, reduzindo sua necessidade de pessoas em posições de “linha de frente”. Por outro lado, a evolução do varejo demandará a contratação de profissionais com outras habilidades, especialmente ligadas à estatística e modelagem de dados” .

O setor varejista é um dos mais dinâmicos no Brasil. Em 2019, ele teve um desempenho superior ao da economia. O chamado Varejo Restrito, que exclui automóveis e materiais de construção, teve um crescimento de 1,8% contra 1,1% do PIB Nacional. Ele equivale a 19,24% do PIB. Já o Varejo Ampliado, 26,2% do PIB. Além disso, ele emprega 26% dos trabalhadores de carteira assinada no Brasil. O cenário de 2020 está diferente devido ao coronavírus e a tendência é que estes números sejam consideravelmente diferentes dos de 2019, mas o Presidente da SBVC afirmou que “ainda é impossível fazer previsões sólidas

sobre como o setor sairá deste momento, mas é certo que a transformação digital dos negócios ganhou um forte impulso e que o comportamento dos consumidores mudará, gerando um novo ciclo de desafios e oportunidades”.²

Com um bom histórico de empregabilidade no Brasil e um alta representatividade no PIB brasileiro, o varejo não podia deixar de se preocupar com o bem-estar de seus funcionários, conscientização do consumo e oferta, seu engajamento com a sociedade e com a gestão do impacto ambiental. Bernadino *et al.* (2011) analisou que, nos últimos anos, diversas empresas varejistas passaram a rever sua prática em relação à responsabilidade social, respeito ao meio ambiente e a adoção de boas práticas na produção. Após a crise de 2008, essas ações ficaram mais intensas a fim de fortalecer suas marcas, melhorar suas imagens e conquistar mais clientes. Neste contexto que surge a Demonstração do Valor Adicionado (DVA) na contabilidade, que busca verificar o comportamento da riqueza gerada pela empresa ao longo do tempo e como ela a distribuiu entre empregados, financiadores, governo e para os detentores do capital.

2.2 Demonstração do Valor Adicionado (DVA)

2.2.1 Responsabilidade Social e o Balanço Social

Primeiramente, para prosseguir com o entendimento da DVA, é necessário entender o conceito de responsabilidade social.

Para Tachizawa (2019), as empresas neste milênio enfrentam desafios devido ao novo contexto econômico, caracterizado por uma rígida postura dos clientes, cujas expectativas estão voltadas a interagir com organizações éticas, com boa imagem institucional e ecologicamente responsáveis. A gestão ambiental e responsabilidade social se tornaram importantes instrumentos gerenciais, fazendo com que empresas investissem cada vez mais nestes itens, além do *marketing* ecológico.

A responsabilidade social empresarial (RSE), segundo (INSTITUTO ETHOS, 2007, p. 6), é definida:

“pela relação que a empresa estabelece com todos os seus públicos (*stakeholders*) no curto e no longo prazo. Os públicos de relacionamento da empresa envolvem inúmeras organizações de interesse civil/social/ambiental, além daqueles usualmente reconhecidos pelos gestores - público interno, acionistas e consumidores/clientes”.

Para medir as condutas socialmente responsáveis das empresas, há indicadores e instrumentos que permitem avaliar, orientar e aperfeiçoar o desempenho social e a prestação de conta dessas à sociedade, como, por exemplo, a demonstração que abriga

² REVISTA LIVE MARKETING. Estudo da SBVC mostra aumento da importância do varejo na economia. 30/04/2020. Disponível em: <https://www.revistalivemarketing.com.br/estudo-da-sbvc-mostra-aumento-da-importancia-do-varejo-na-economia/>. Acesso em: 22/10/2020.

a DVA: o Balanço Social. Para Luca (1998, p. 23), ele é “um instrumento de medida que permite verificar a situação da empresa no campo social, registrar as realizações efetuadas neste campo e principalmente avaliar as relações ocorridas entre o resultado da empresa e a sociedade”.

Portanto, o Balanço Social e, conseqüentemente, a Demonstração do Valor Adicionado, são de suma importância para a sociedade, visto que podem ser bons referenciais de informações nas políticas de recursos humanos, decisões de incentivos fiscais, auxílio de novos investimentos e no desenvolvimento da consciência para a cidadania.

2.2.2 Conceituação da DVA

A DVA tem o objetivo de demonstrar o valor da riqueza econômica gerada pelas atividades da empresa e sua distribuição para os elementos que contribuíram para sua criação, tais como empregados, clientes, fornecedores, financiadores e governo. Portanto, ela é um referencial de informações a todos os agentes econômicos interessados na empresa. (MARTINS *et al.*, 2018)

O valor adicionado, segundo o CPC (2008, p. 2), “representa a riqueza criada pela empresa, de forma geral medida pela diferença entre o valor das vendas e os insumos adquiridos de terceiros”. Este valor adicional representa um bônus pago pelo mercado pelo que a empresa produziu num determinado período.

Para o CPC (2008, p. 3), a DVA:

“está fundamentada em conceitos macroeconômicos, buscando apresentar, eliminados os valores que representam dupla-contagem, a parcela de contribuição que a entidade tem na formação do Produto Interno Bruto (PIB). Essa demonstração apresenta o quanto a entidade agrega de valor aos insumos adquiridos de terceiros e que são vendidos ou consumidos durante determinado período”.

Entretanto, existem diferenças temporais entre os modelos contábil e econômico no cálculo do valor adicionado. O CPC (2008, p. 3) diz que:

“a ciência econômica, para cálculo do PIB, baseia-se na produção, enquanto a contabilidade utiliza o conceito contábil da realização da receita, isto é, baseia-se no regime contábil de competência. Como os momentos de realização da produção e das vendas são normalmente diferentes, os valores calculados para o PIB por meio dos conceitos oriundos da Economia e os da Contabilidade são naturalmente diferentes em cada período. Essas diferenças serão tanto menores quanto menores forem as diferenças entre os estoques inicial e final para o período considerado. Em outras palavras, admitindo-se a inexistência de estoques inicial e final, os valores encontrados com a utilização de conceitos econômicos e contábeis convergirão”.

A elaboração e divulgação da DVA, segundo Martins *et al.* (2018, p. 1924), deverá seguir os aspectos abaixo para atender aos requisitos do Pronunciamento Técnico CPC 09 (CPC, 2008) e da legislação societária:

- Ser feita com base no princípio contábil da competência;
- Ser apresentada de forma comparativa (período atual e anterior);
- Ser feita com base nas demonstrações consolidadas, e não pelo somatório das Demonstrações do Valor Adicionado individuais, no caso da divulgação da DVA consolidada;
- Incluir a participação dos acionistas não controladores no componente relativo à distribuição do valor adicionado, no caso da divulgação da DVA consolidada;
- Ser consistente com a demonstração do resultado e conciliada em registros auxiliares mantidos pela entidade; e
- Ser objeto de revisão ou auditoria se a entidade possuir auditores externos independentes que revisem ou auditem suas Demonstrações Contábeis.

A Demonstração do Valor Adicionado apresenta um conjunto de elementos que permitem a análise do desempenho econômico da empresa, evidenciando a geração de riqueza, assim como dos efeitos sociais produzidos por sua distribuição. Ainda é possível verificar o desempenho desta geração na economia a qual a empresa está inserida, sendo um resultado do esforço conjugado de todos os seus fatores de produção (AZEVEDO, 2009).

Embora as informações utilizadas na DVA sejam, normalmente, retiradas da Demonstração do Resultado do Exercício (DRE), seus objetivos não são semelhantes, mas complementares. A DRE utiliza o critério da natureza e a DVA o critério do benefício. Por exemplo, os salários na Demonstração do Resultado do Exercício são considerados custo ou despesa. Já na Demonstração do Valor Adicionado, independente da natureza, os salários correspondem ao valor adicionado destinado aos empregados. Logo, suas informações são instrumentos de extrema utilidade e torna possível, através de sua análise, tomar decisões que a demonstração de resultados por si só não pode oferecer (MARTINS *et al.*, 2018).

2.2.3 Aspectos Legais

A partir dos anos 60, devido ao crescimento das regulamentações dos mercados de capitais e das relações comerciais entre países, as entidades profissionais de contabilidade europeias, além de Estados Unidos, México e Japão, começaram a estudar a constituição de padrões de normas contábeis que pudessem ser aceitos internacionalmente (REIS; TOSETTO, 2018).

No Brasil, em 1976, foi promulgada a Lei 6.404 (BRASIL, 1976), que ficou conhecida como a Lei das S/A. Uma mudança significativa que ela trouxe foi a introdução de novas demonstrações que se tornaram obrigatórias na publicação. A lei anterior, a Lei 2.627/40

(BRASIL, 1940) exigia somente o Balanço Geral e a Demonstração de Lucros e Perdas. Com a nova lei, passaram a ser obrigatórios o Balanço Patrimonial, Demonstração dos Lucros ou Prejuízos Acumulados, Demonstração do Resultado do Exercício, Demonstração das Origens e Aplicações de Recursos e as Notas Explicativas às demonstrações financeiras. Este dispositivo sofreu poucas mudanças ao longo do tempo.

Já em 2007, foi promulgada a Lei 11.638 (BRASIL, 2007), que introduziu alterações no art. 176 da Lei 6.404/76 (BRASIL, 1976), obrigando as Sociedades por Ações a divulgar a Demonstração dos Fluxos de Caixa (DFC) e, se companhia aberta, a Demonstração do Valor Adicionado (DVA). Antes de se tornar obrigatória, a DVA era incentivada e sua divulgação era apoiada pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM) e pelo Conselho Federal de Contabilidade (CFC). Ela não faz parte das demonstrações obrigatórias previstas internacionalmente na contabilidade e as normas sobre sua elaboração constam no pronunciamento técnico CPC09 (MARTINS *et al.*, 2018).

2.2.4 Estrutura da DVA

O CPC 09 (CPC, 2008) apresenta três modelos de DVA: (1) para empresas em geral, (2) para instituições financeiras bancárias e (3) para seguradoras. Como o presente trabalho é sobre o varejo brasileiro, será apresentada somente o primeiro modelo, como pode ser visto no quadro 1 abaixo:

Quadro 1 – Demonstração do Valor Adicionado - Empresas em Geral

DESCRIÇÃO	Em milhares de reais 20X1	Em milhares de reais 20X0
1 – RECEITAS		
1.1) Vendas de mercadorias, produtos e serviços		
1.2) Outras receitas		
1.3) Receitas relativas à construção de ativos próprios		
1.4) Provisão para créditos de liquidação duvidosa – Reversão / (Constituição)		
2 - INSUMOS ADQUIRIDOS DE TERCEIROS (inclui os valores dos impostos – ICMS, IPI, PIS e COFINS)		
2.1) Custos dos produtos, das mercadorias e dos serviços vendidos		
2.2) Materiais, energia, serviços de terceiros e outros		
2.3) Perda / Recuperação de valores ativos		
2.4) Outras (especificar)		
3 - VALOR ADICIONADO BRUTO (1-2)		
4 - DEPRECIACÃO, AMORTIZACÃO E EXAUSTÃO		
5 - VALOR ADICIONADO LÍQUIDO PRODUZIDO PELA ENTIDADE (3-4)		
6 - VALOR ADICIONADO RECEBIDO EM TRANSFERÊNCIA		
6.1) Resultado de equivalência patrimonial		
6.2) Receitas financeiras		
6.3) Outras		
7 - VALOR ADICIONADO TOTAL A DISTRIBUIR (5+6)		
8 - DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO (*)		
8.1) Pessoal		
8.1.1 – Remuneração direta		
8.1.2 – Benefícios		
8.1.3 – F.G.T.S		
8.2) Impostos, taxas e contribuições		
8.2.1 – Federais		
8.2.2 – Estaduais		
8.2.3 – Municipais		
8.3) Remuneração de capitais de terceiros		
8.3.1 – Juros		
8.3.2 – Aluguéis		
8.3.3 – Outras		
8.4) Remuneração de Capitais Próprios		
8.4.1 – Juros sobre o Capital Próprio		
8.4.2 – Dividendos		
8.4.3 – Lucros retidos / Prejuízo do exercício		
8.4.4 – Participação dos não-controladores nos lucros retidos (só p/ consolidação)		
(*) O total do item 8 deve ser exatamente igual ao item 7.		

Fonte: CPC 09 (2008)

A DVA, do item 1 ao 6, deve apresentar de forma detalhada a riqueza criada pela entidade, vide quadro 2:

Quadro 2 – Instruções para Elaboração da DVA - Formação da Riqueza

1 - RECEITAS
Venda de mercadorias, produtos e serviços: inclui os valores dos tributos incidentes sobre essas receitas (por exemplo, ICMS, IPI, PIS e COFINS), ou seja, corresponde ao ingresso bruto ou faturamento bruto, mesmo quando na demonstração do resultado tais tributos estejam fora do cômputo dessas receitas.
Outras receitas: da mesma forma que o item anterior, inclui os tributos incidentes sobre essas receitas.
Receitas relativas à construção de ativos próprios: Inclui valores relativos à construção de ativos para uso próprio, tais como: materiais, mão de obra, aluguéis, serviços terceirizados etc.
Provisão para créditos de liquidação duvidosa: Constituição/Reversão - inclui os valores relativos à constituição e reversão dessa provisão.
2 - INSUMOS ADQUIRIDOS DE TERCEIROS
Custo dos produtos, das mercadorias e dos serviços vendidos: inclui os valores das matérias-primas adquiridas junto a terceiros e contidas no custo do produto vendido, das mercadorias e dos serviços vendidos adquiridos de terceiros; não inclui gastos com pessoal próprio.
Materiais, energia, serviços de terceiros e outros: inclui valores relativos às despesas originadas da utilização desses bens, utilidades e serviços adquiridos junto a terceiros.
Perda e recuperação de valores ativos: inclui valores relativos a ajustes por avaliação a valor de mercado de estoques, imobilizados, investimentos, etc. Também devem ser incluídos os valores reconhecidos no resultado do período, tanto na constituição quanto na reversão de provisão para perdas por desvalorização de ativos, conforme aplicação do CPC 01 – Redução ao Valor Recuperável de Ativos (se no período o valor líquido for positivo, deve ser somado).
Outras (especificar): Inclui demais valores reconhecidos no resultado do período, compreendendo respectivos tributos recuperáveis ou não, caracterizados como insumos adquiridos de terceiros e eventualmente não discriminados nas demais classificações do presente grupo.
3 - VALOR ADICIONADO BRUTO (diferença entre os itens 1 e 2)
4 - DEPRECIAÇÃO, AMORTIZAÇÃO E EXAUSTÃO: Inclui as despesas e custos com depreciação, amortização e exaustão contabilizadas no período.
5 - VALOR ADICIONADO LÍQUIDO PRODUZIDO PELA ENTIDADE (diferença entre os itens 3 e 4)
6 - VALOR ADICIONADO RECEBIDO EM TRANSFERÊNCIA
Resultado de equivalência patrimonial: o resultado da equivalência pode representar receita ou despesa; se despesa, deve ser considerado como redução ou valor negativo.
Receitas financeiras: inclui todas as receitas financeiras, inclusive as variações cambiais ativas, independentemente de sua origem.
Outras receitas: inclui os dividendos relativos a investimentos avaliados ao custo, aluguéis, direitos de franquia, etc.

Fonte: Adaptado de CPC 09 (2008) e Martins et al. (2018)

Já na segunda parte, apresentado no quadro 3 abaixo, como essa riqueza obtida foi distribuída:

Quadro 3 – Instruções para Elaboração da DVA - Distribuição da Riqueza

7 - VALOR ADICIONADO TOTAL A DISTRIBUIR (soma dos itens 5 e 6)
8 - DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO
Pessoal: valores apropriados ao custo e ao resultado do exercício na forma de:
<ul style="list-style-type: none"> • Remuneração direta - representada pelos valores relativos a salários, 13º salário, honorários da administração (inclusive os pagamentos baseados em ações), férias, comissões, horas extras, participação de empregados nos resultados, etc.
<ul style="list-style-type: none"> • Benefícios - representados pelos valores relativos a assistência médica, alimentação, transporte, planos de aposentadoria etc.
<ul style="list-style-type: none"> • FGTS – representado pelos valores depositados em conta vinculada dos empregados.
Impostos, taxas e contribuições: valores relativos ao imposto de renda, contribuição social sobre o lucro, contribuições aos INSS (incluídos aqui os valores do Seguro de Acidentes do Trabalho) que sejam ônus do empregador, bem como os demais impostos e contribuições a que a empresa esteja sujeita. Para os impostos compensáveis, tais como ICMS, IPI, PIS e COFINS, devem ser considerados apenas os valores devidos ou já recolhidos, e representam a diferença entre os impostos e contribuições incidentes sobre as receitas e os respectivos valores incidentes sobre os itens considerados como “insumos adquiridos de terceiros”.
<ul style="list-style-type: none"> • Federais – Inclui IRPJ, CSLL, IPI, CIDE, PIS, COFINS e contribuição sindical patronal.
<ul style="list-style-type: none"> • Estaduais – inclui ICMS e IPVA.
<ul style="list-style-type: none"> • Municipais – inclui ISS e IPTU.
Remuneração de capitais de terceiros: valores pagos ou creditados aos financiadores externos de capital.
<ul style="list-style-type: none"> • Juros - inclui as despesas financeiras, inclusive as variações cambiais passivas, relativas a quaisquer tipos de empréstimos e financiamentos junto a instituições financeiras, empresas do grupo ou outras formas de obtenção de recursos. Inclui os valores que tenham sido capitalizados no período.
<ul style="list-style-type: none"> • Aluguéis - inclui os aluguéis (inclusive as despesas com arrendamento operacional) pagos ou creditados a terceiros, inclusive os acrescidos aos ativos.
<ul style="list-style-type: none"> • Outras - inclui outras remunerações que configurem transferência de riqueza a terceiros, mesmo que originadas em capital intelectual, tais como royalties, franquia, direitos autorais, etc.
Remuneração de capitais próprios: valores relativos à remuneração atribuída aos sócios e acionistas.
<ul style="list-style-type: none"> • Juros sobre o capital próprio (JCP) e dividendos - inclui os valores pagos ou creditados aos sócios e acionistas por conta do resultado do período, ressalvando-se os valores dos JCP transferidos para conta de reserva de lucros. Devem ser incluídos apenas os valores distribuídos com base no resultado do próprio exercício, desconsiderando-se os dividendos distribuídos com base em lucros acumulados de exercícios anteriores, uma vez que já foram tratados como “lucros retidos” no exercício em que foram gerados.
<ul style="list-style-type: none"> • Lucros retidos e prejuízos do exercício - inclui os valores relativos ao lucro do exercício destinados às reservas, inclusive os JCP quando tiverem esse tratamento; nos casos de prejuízo, esse valor deve ser incluído com sinal negativo.
<ul style="list-style-type: none"> • As quantias destinadas aos sócios e acionistas na forma de Juros sobre o Capital Próprio – JCP, independentemente de serem registradas como passivo (JCP a pagar) ou como reserva de lucros, devem ter o mesmo tratamento dado aos dividendos no que diz respeito ao exercício a que devem ser imputados.

Fonte: Adaptado de CPC 09 (2008) e Martins et al. (2018)

2.3 Indicadores para Análise da DVA

Neste tópico, são apresentados os indicadores para análise e interpretação da DVA. Eles foram sugeridos em Martins *et al.* (2018), Dalmácio (2004) e Marion (2009) e possibilita a percepção de qual dos *stakeholders* que ficaram com a maior fatia da riqueza gerada pela empresa. No quadro 4, são apresentados indicadores que indicam o percentual de riqueza

gerada de acordo com sua variável. No quadro 5, os de distribuição de riqueza. Já o quadro 6, são enunciados dois indicadores que mostram a origem da riqueza, podendo ela ser de maioria própria ou recebida em transferência.

Quadro 4 – Indicadores da Geração de Riqueza

Indicador	Fórmula	Descrição	Interpretação
Grau de Contribuição dos Ativos na Geração de Riqueza	$GCAGR = \frac{VAT}{AT}$	VAT = Valor Adicionado Total a Distribuir AT = Ativo Total	Indica o percentual de contribuição dos ativos na geração de riqueza.
Grau de Contribuição do Patrimônio Líquido na Geração de Riqueza	$GCPLGR = \frac{VAT}{PL}$	VAT = Valor Adicionado Total a Distribuir PL = Patrimônio Líquido	Indica a participação do Capital Próprio na geração de riqueza.
Retenção da Receita	$RR = \frac{VAT}{RT}$	VAT = Valor Adicionado Total a Distribuir RT = Receita Total	Indica o percentual da Receita Total que não ficou comprometida com terceiros.

Fonte: Elaborado pelo autor

Quadro 5 – Indicadores da Distribuição de Riqueza

Indicador	Fórmula	Descrição	Interpretação
Participação de Empregados no Valor Adicionado	$PEVA = \frac{VADE}{VAT}$	VADE = Valor Adicionado Distribuído aos Empregados VAT = Valor Adicionado Total a Distribuir	Indica o percentual da riqueza da empresa que foi distribuída aos empregados.
Participação do Governo no Valor Adicionado	$PGVA = \frac{VADG}{VAT}$	VADG = Valor Adicionado Distribuído ao Governo VAT = Valor Adicionado Total a Distribuir	Indica o percentual da riqueza da empresa que foi distribuída ao governo.
Participação de Terceiros no Valor Adicionado	$PTVA = \frac{VADT}{VAT}$	VADT = Valor Adicionado Distribuído a Terceiros VAT = Valor Adicionado Total a Distribuir	Indica o percentual da riqueza distribuído como remuneração à utilização de capital de terceiros.
Participação de Acionistas no Valor Adicionado	$PAVA = \frac{VADA}{VAT}$	VADA = Valor Adicionado Distribuído aos Acionistas VAT = Valor Adicionado Total a Distribuir	Indica o percentual da riqueza distribuído como remuneração aos acionistas.
Grau de Retenção do Valor Adicionado	$GRVA = \frac{LR}{VAT}$	LR = Lucros Retidos VAT = Valor Adicionado Total a Distribuir	Indica a porcentagem de Valor Adicionado que ficará retido na empresa (não repassado aos acionistas).

Fonte: Elaborado pelo autor

Quadro 6 – Indicadores da Origem da Riqueza

Indicador	Fórmula	Descrição	Interpretação
Grau de Capacidade de Produzir Riqueza	$GCPR = \frac{VALPE}{VAT}$	VALPE = Valor Adicionado Líquido Produzido pela Entidade VAT = Valor Adicionado Total a Distribuir	Indica o quanto do Valor Adicionado a Distribuir é proveniente da própria produção da empresa.
Grau de Riqueza Recebida em Transferência	$GRRT = \frac{VART}{VAT}$	VART = Valor Adicionado Recebido em Transferência VAT = Valor Adicionado Total a Distribuir	Indica o quanto do Valor Adicionado a Distribuir é proveniente do recebimento de terceiros.

Fonte: Elaborado pelo autor

2.4 Estudos Anteriores

Nesta seção, são destacados trabalhos com temas similares, que serviram como referência para este trabalho. Abaixo, no quadro 7, são apresentados os estudos e uma breve descrição dos seus objetivos e resultados.

Quadro 7 – Estudos Anteriores

Autor	Título	Objetivo Geral
Queiroz (2020)	A Demonstração do Valor Adicionado em Empresas Brasileiras de Capital Aberto: Uma Análise Sobre a Distribuição da Riqueza Entre os Agentes Econômicos	Analisar a DVA, com o propósito de averiguar como ocorreu a distribuição do valor adicionado entre os agentes econômicos utilizando a Demonstração de Valor Adicionado das empresas listadas no Instituto Assaf.
Silva (2017)	Análise de Indicadores da Demonstração de Valor Adicionado de Empresas do Setor Atacadista de Calçados	Comparar a composição dos indicadores de geração e distribuição de riqueza, obtidos por meio da Demonstração do Valor Adicionado, das maiores empresas do setor atacadista de calçados no período de 2011-2015.
Cavalcante (2016)	Distribuição do Valor Adicionado: Uma Análise Setorial da Riqueza Produzida ao Governo Brasileiro nos Últimos 5 Anos	Analisar a distribuição da riqueza produzida, e sua quota distribuída ao governo, pelas dez empresas que apresentaram os melhores desempenhos econômicos em três setores da economia brasileira nos últimos cinco anos.
Golin (2013)	Indicadores Sociais da Demonstração de Valor Adicionado: Estudo no Setor de Comércio Varejista	Acompanhar a evolução dos indicadores de valores gerados e distribuídos aos stakeholders obtidos por meio da Demonstração de Valor Adicionado de empresas de capital aberto do setor de comércio varejista.
Grecco <i>et al.</i> (2010)	DVA – Demonstração do Valor Adicionado – Uma Análise do Setor que mais Contribuiu para a Distribuição de Riqueza	Avaliar em qual setor da economia estão concentradas as empresas que mais agregam valor a sociedade.
Almeida <i>et al.</i> (2008)	A Utilização da Demonstração do Valor Adicionado na Análise da Produção e Distribuição de Riqueza Entre os Stakeholders: Um Estudo de Caso da Petrobras	Contribuir para a análise dos dados da DVA e, assim, verificar a capacidade de produção e distribuição de riqueza entre os stakeholders da Petrobras.

Fonte: Elaborado pelo autor

O estudo de Queiroz (2020) buscou analisar como ocorreu a distribuição da riqueza gerada em empresas de capital aberto e qual dos agentes econômicos recebeu a maior parcela. A população da pesquisa foram 211 organizações listadas no portal Instituto Assaf no período de 2017 e 2018 e que foram organizadas em setores: comércio, indústria e serviços.

Como resultado, descobriu-se que a maior parcela do valor distribuído comparando o setor comercial e industrial, devido às suas semelhanças, foi destinado aos funcionários. O segundo agente a receber a maior parcela foram os financiadores de capital, que por meio da remuneração de capital de terceiros ocuparam, em média, o segundo lugar em todos os setores. Quanto a remuneração destinada ao agente governo, somente o setor de serviços é o que distribui grande parte da sua riqueza para o governo, na forma de impostos, taxas e contribuições, e o que menos remunera seus empregados. 50,71% das empresas estudadas distribuíram a maior parte da riqueza gerada para o governo.

O trabalho de Silva (2017) comparou a composição dos indicadores de geração e distribuição de riqueza, obtidos por meio da DVA, das maiores empresas do setor atacadista de calçados listadas na BM&FBovespa: Alpagartas S/A, Cambuci S/A, Grendene S/A e Vulcabras Azaleia S.A. O estudo foi realizado no período de 2011 a 2015 e os indicadores utilizados foram propostos pelo Fipecafi.

Em seus resultados, a autora verificou que mais de 90% da riqueza em Alpagartas e Azaleia é produzida pela própria empresa. Já Cambuci ficou com 89,69% e a Grendene, 80,45%. Já em relação à distribuição, a maior parte da riqueza gerada ficou dividida entre os empregados e o governo. 40,04% em média da distribuição da Alpagartas ficou para os empregados e 30,83% ficou com o governo. A Cambuci não foi muito diferente, sendo 40,15% destinado aos empregados e 31,79% para o governo. A Azaleia teve o maior percentual de distribuição aos empregados, 72,05% e 32,05% para o governo. Já Grendene ficou equilibrada. Ela distribuiu 36,93% para os funcionários, 20,70% entre os acionistas e 19,81% para o governo.

A pesquisa de Cavalcante (2016) verificou como a riqueza, produzida por empresas dos setores da Indústria, Varejo e Serviço, foi distribuída com foco nos tributos pagos ao governo nos últimos cinco anos (2011 a 2015), estabelecendo a comparação entre estes setores e entre as empresas integrantes da amostra. Esta amostra foi composta por trinta empresas que operam na bolsa de valores e que foram listadas no ranking Melhores e Maiores da revista Exame de 2015, sendo dez do setor de Indústria, dez do Varejo e dez de Serviços.

Constatou-se que empresas de diferentes ramos de atividades apresentaram padronização de comportamento, enquanto algumas do mesmo ramo mostraram diferenças relevantes entre elas. Mesmo em períodos de recessão econômica, e em alguns casos, de prejuízo, houve empresas com resultados negativos que geraram mais riqueza do que outras que apresentaram lucro no mesmo exercício de competência. Em alguns casos, essas empresas que apresentaram prejuízo contribuíram mais para formação do PIB que outras, além de sofrerem com carga tributária maior.

Golin (2013), em seu estudo, buscou analisar a DVA das empresas de capital aberto do setor varejista no Brasil entre os anos de 2008 e 2012, e como a riqueza foi gerada e distribuída para os empregados, governo, terceiros e acionistas. As 14 empresas, na época

de seu trabalho, estavam listadas na BM&FBovespa (atual B3) e faziam parte do setor de consumo cíclico, subsetor de comércio e segmentos de eletrodomésticos, produtos diversos e tecidos, vestuário e calçados.

Diante do estudo realizado, constatou-se que, em média, 89,4% da riqueza gerada pelas empresas do setor são provenientes de recursos próprios, e apenas 10,6% é recebido em transferência. Quanto à distribuição da riqueza, 38,6% destinou-se ao Governo. Aos empregados, foram agregados, em média, 28,6% da riqueza gerada. A empresa e os acionistas, por sua vez, ficaram com 20% entre lucros retidos e dividendos. Por fim, 12,8% foram destinados à remuneração de capital de terceiros através de despesas de juros e aluguéis. A obra de Golin (2013) é o que mais se aproximou do presente trabalho, visto que foi utilizado o setor de varejo como exemplo, além de indicadores semelhantes para sua análise.

Grecco *et al.* (2010) teve como objetivo descobrir o setor da economia que estavam concentradas as empresas que mais agregavam valor à sociedade. A população que fez parte do estudo foram as 40 maiores empresas listadas no *site* da Bovespa em 04/03/2010, tomando como base o capital social.

Descobriu-se que as empresas que mais agregam valor à sociedade é o de energia com 47% de participação. A distribuição do valor adicionado entre os *stakeholders* demonstrou que o governo foi o principal beneficiado, com 36% e logo após os acionistas, com 33%. Este estudo não deixa claro o ano das demonstrações, mas até março é comum que as empresas já tenham publicado seus resultados do quarto trimestre.

O estudo realizado por Almeida *et al.* (2008) buscou verificar a capacidade de produção e distribuição da riqueza entre os *stakeholders* da Petrobras através de indicadores. Foram analisadas as demonstrações desta empresa no período de 1998 a 2007.

Verificou-se que, quanto às fontes de riquezas, a capacidade de gerar riqueza é da própria empresa, sendo que 93,02% da riqueza agregada é produzida na Petrobras e, apenas, 6,98 % é recebida de transferências. Quanto à distribuição da riqueza, constatou-se que a maior parte da riqueza agregada total da empresa destinou-se ao governo, com uma média nos nove anos de 59,39%. Além disso, 14,97% da riqueza foi destinado às Instituições Financeiras para o suprimento das despesas de juros e aluguéis. A empresa ainda agregou 12,80% de sua riqueza ao seu capital próprio, através da retenção de lucros. E, por fim, a Petrobras distribui 7,08% de sua riqueza para os empregados, e o menor percentual, 5,76% destinou aos acionistas.

Das obras citadas, somente a de Golin (2013) utiliza indicadores da DVA no setor de varejo brasileiro. Cavalcante (2016) e Grecco *et al.* (2010) analisaram setores em geral, incluindo o setor de varejo. Os outros, mesmo não estudando diretamente o varejo, ajudaram, de alguma forma, na realização deste trabalho. A análise e interpretação da DVA é de suma importância para as empresas e para a sociedade como um todo, principalmente em um setor que contribui bastante para o desenvolvimento brasileiro.

3 Metodologia

3.1 Tipologia de Pesquisa

Diante da necessidade de definir as etapas do percurso da pesquisa, um trabalho monográfico pode ser dividido de acordo com seus objetivos, procedimentos e abordagem do problema.

Quanto aos objetivos, os trabalhos podem ser exploratórios, descritivos ou explicativos. Uma vez que este trabalho se propõe a analisar, através de indicadores financeiros da DVA, a capacidade de geração de riqueza das empresas varejistas brasileiras e sua distribuição entre empregados, financiadores, governo e acionistas, esta pesquisa é classificada como descritiva. Segundo Gil (2008, p. 28), “as pesquisas deste tipo têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis”.

Em relação aos procedimentos, ela é categorizada como bibliográfica e documental. Para Cervo e Bervian (1983, p. 55), 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 existentes sobre um determinado assunto, tema ou problema”.

Para isso, realizou-se uma pesquisa em materiais já elaborados, como livros, dissertações e *internet*, de modo a formar um arcabouço teórico que embasasse o estudo e seus resultados de forma a atingir os objetivos propostos.

A pesquisa documental, muitas vezes, pode ser confundida com a bibliográfica. Segundo Gil (2008, p. 51):

“enquanto a pesquisa bibliográfica se utiliza fundamentalmente das contribuições dos diversos autores sobre determinado assunto, a pesquisa documental vale-se de materiais que não receberam ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetivos da pesquisa”.

Este trabalho utilizou todo esse embasamento teórico junto à DVA de cada empresa, chegando a novas conclusões a partir do tratamento dos dados.

Quanto à abordagem do problema, as pesquisas podem ser qualitativas e/ou quantitativas. Este estudo é majoritariamente quantitativo, pois foram empregados instrumentos de estatística descritiva no processo de análise e interpretação dos dados, como gráficos e percentuais. Segundo Richardson (1999, p. 70):

“caracteriza-se pelo emprego de quantificação tanto nas modalidades de coleta de informações, quanto no tratamento delas por meio de técnicas estatísticas, desde as mais simples como percentual, média, desvio-padrão, às mais complexas, como coeficiente de correlação, análise de regressão etc.”.

O trabalho calculou os indicadores de análise da Demonstração do Valor Adicionado de empresas do setor varejista de modo a verificar como foi a geração da riqueza e sua distribuição perante os *stakeholders*.

3.2 Técnica da Pesquisa e Coleta de Dados

As empresas estudadas pertencem ao setor do varejo brasileiro. São 23 empresas estudadas, escolhidas por serem famosas empresas no ramo e, principalmente, por estarem listadas na B3. O período de análise é do ano de 2015 a 2019.

A B3 é a bolsa de valores oficial do Brasil e sua sede é em São Paulo. Seu nome faz referência às letras iniciais de Brasil, Bolsa e Balcão. Ela surgiu em março de 2017, com a união da BM&FBovespa (Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros de São Paulo) e da CETIP (Central de Custódia e de Liquidação Financeira de Títulos), oferecendo, assim, soluções de sistemas e serviços para os mercados de ações, derivativos de ações, financeiros e de mercadorias, títulos de renda fixa, cotas de fundos, títulos públicos federais e moedas à vista (B3, 2020b).

No *site* da B3 (B3, 2020a), foram feitos os seguintes procedimentos:

- 1) Acessado o site: http://www.b3.com.br/pt_br/;
- 2) Percorrida a rota: Home / Produtos e Serviços / Negociação / Renda variável / Ações / Empresas Listadas;
- 3) Foi procurada cada empresa pelo nome;
- 4) Nesta seção, é possível encontrar as Demonstrações Financeiras Padronizadas (DFP) de cada período, que no caso do presente trabalho foram 4T19, 4T18, 4T17, 4T16 e 4T15.

Com as demonstrações de todas as empresas dos cinco anos planilhadas, foi feito um compilado por ano, chegando em uma DVA consolidada, evidenciada na tabela 1. Foram levantados, também, os valores do Ativo Total e Patrimônio Líquido de cada e, posteriormente, consolidados, a fim de facilitar a visualização e cálculo.

As empresas analisadas estão listadas a seguir:

- 1) Alpargatas S.A.
- 2) Arezzo Indústria e Comércio S.A.
- 3) Atacadão S.A.
- 4) CEA Modas S.A.
- 5) Cia Brasileira de Distribuição

- 6) Cia Hering
- 7) Cia Tecidos Norte de Minas Coteminas
- 8) Dimed S.A. Distribuidora de Medicamentos
- 9) Empreendimentos Pague Menos S.A.
- 10) Grazziotin S.A.
- 11) Grupo SBF SA
- 12) Guararapes Confecções S.A.
- 13) Lojas Americanas S.A.
- 14) Lojas Renner S.A.
- 15) Magazine Luiza S.A.
- 16) Marisa Lojas S.A.
- 17) Raia Drogasil S.A.
- 18) Restoque Comércio e Confecções de Roupas S.A.
- 19) Saraiva Livreiros S.A.
- 20) Springs Global Participações S.A.
- 21) Via Varejo S.A.
- 22) Vivara Participações S.A.
- 23) Vulcabras/Azaleia S.A.

Como as empresas foram citadas pela razão social, é válido apresentar algumas relevantes que controlam grandes marcas. A Alpargatas S.A., por exemplo, possui 3 em seu portfólio, que é a Havaianas, Osklen e Dupé. A Cia Brasileira de Distribuição também é conhecida por Grupo Pão de Açúcar, que inclui empresas como o Pão de Açúcar e o Extra. O Grupo SBF SA é um grupo empresarial que controla lojas como Centauro e ByTennis. A Via Varejo S.A. é responsável pelas redes Casas Bahia e Ponto Frio. Por fim, o Atacadão S.A, que é mais conhecido por Grupo Carrefour Brasil, que possui o Atacadão e Carrefour como marcas e, segundo SBVC (2020a), é o maior grupo varejista brasileiro.

4 Descrição e Análise dos Dados

A seguir são calculados e interpretados todos os indicadores de análise da DVA. Primeiramente serão analisados os índices que evidenciam a origem da riqueza. Depois, os de geração de riqueza frente ao ativo total, patrimônio líquido e receitas totais. Para finalizar, os de distribuição da riqueza.

Todos os resultados foram feitos com base na DVA consolidada abaixo, junto aos valores também consolidados do ativo total e patrimônio líquido. Eles estão representados em milhões de reais, vide tabela 1:

Tabela 1 – DVA, Ativo e PL Consolidados

Descrição / Ano	2015	2016	2017	2018	2019
Receita Bruta	193.912	218.870	237.189	258.976	283.264
Insumos Adquiridos de Terceiros	-144.986	-164.549	-175.032	-190.131	-213.091
Valor Adicionado Bruto	48.926	54.321	62.157	68.845	70.173
Retenções	-3.497	-4.325	-5.015	-6.131	-9.890
Valor Adicionado Líquido Produzido	45.429	49.996	57.142	62.714	60.283
Valor Adicionado Recebido em Transferência	3.384	3.277	3.396	3.672	6.213
Valor Adicionado Total a Distribuir	48.813	53.273	60.538	66.386	66.496
Distribuição do Valor Adicionado					
Pessoal	18.603	20.425	22.022	23.154	25.989
Impostos, Taxas e Contribuições	13.574	14.255	16.818	22.098	22.631

Descrição / Ano	2015	2016	2017	2018	2019
Remuneração de Capital de Terceiros	14.100	16.472	14.601	12.915	11.072
Remuneração de Capital Próprio	2.536	2.121	7.097	8.219	6.804
Lucros Retidos / Prejuízo do Período	1.892	1.351	5.147	5.573	3.419
Valor Adicionado Total Distribuído	48.813	53.273	60.538	66.386	66.496
Ativo Total	160.048	168.207	198.551	221.665	261.874
Patrimônio Líquido	47.947	49.214	61.013	65.849	77.574

Fonte: Elaborado pelo autor

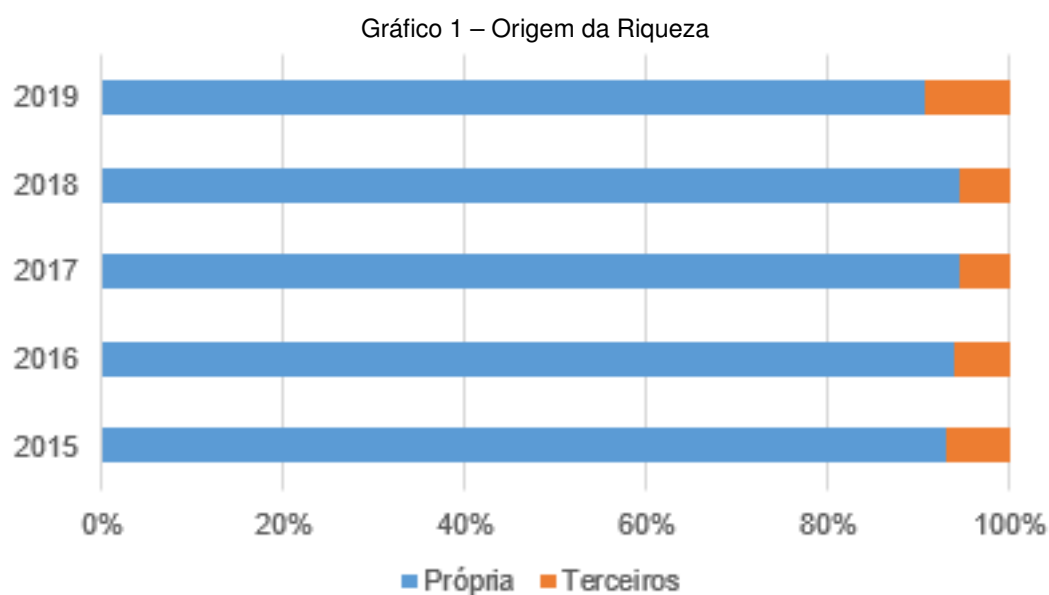
4.1 Indicadores da Origem da Riqueza

O Grau de Capacidade de Produzir Riqueza (GCPR) e o Grau de Riqueza Recebida em Transferência (GRRT) indicam se o Valor Adicionado Total a Distribuir foi, em sua maior parte, de origem própria ou de terceiros, como pode ser observado na tabela 2.

Tabela 2 – Origem da Riqueza

Indicador	Descrição	2015	2016	2017	2018	2019	Média
GCPR	Própria	93%	94%	94%	94%	91%	93%
GRRT	Terceiros	7%	6%	6%	6%	9%	7%

Fonte: Elaborado pelo autor



Fonte: Elaborado pelo autor

É possível verificar através do gráfico 1 que o setor de varejo brasileiro, por si só, possui uma grande capacidade de produzir riqueza. Observa-se, inclusive, que se mantém acima dos 90% em todos os anos apresentados.

Silva (2017), ao analisar as empresas Alpagartas, Cambuci, Grendene e Azaleia, somente a primeira e a quarta apresentaram comportamentos parecidos, mantendo uma média de mais de 90% da riqueza sendo originada internamente. Já as outras duas ficaram abaixo, com destaque para a Grendene com 80,45% na média entre 2011 e 2015.

A obra de Golin (2013), que estudou exatamente a DVA do setor varejista, obteve resultados próximos. Em média, de 2008 a 2012, 89,4% da riqueza gerada pelas empresas foi proveniente de produção própria contra 10,6% recebidos de terceiros.

4.2 Indicadores da Geração de Riqueza

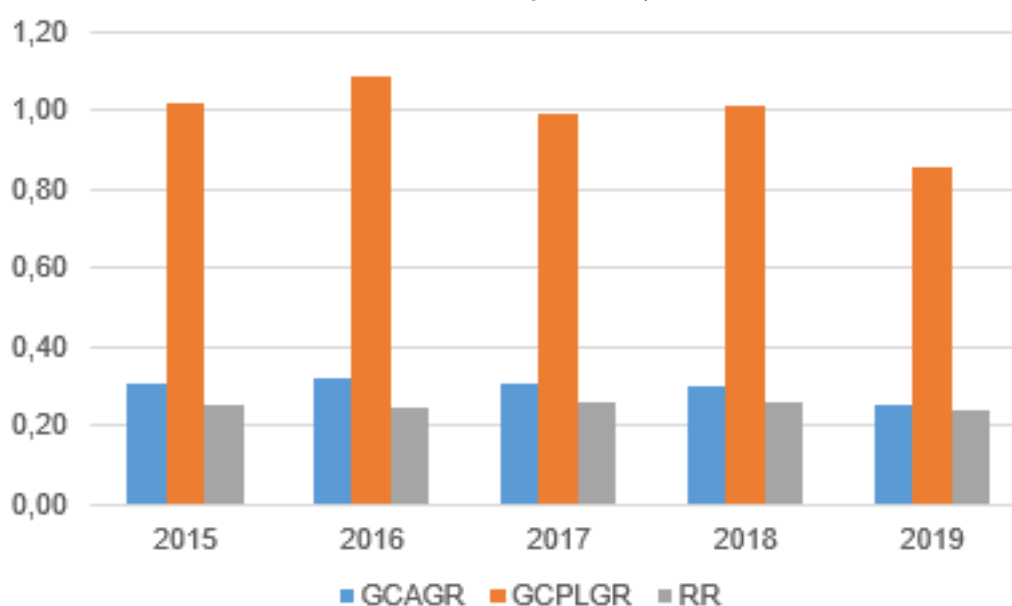
Na tabela 3, é analisada o percentual de contribuição do ativo total (GCAGR), patrimônio líquido (GCPLGR) e receita total (RR) na geração da riqueza do setor.

Tabela 3 – Geração da Riqueza

Indicador	Descrição	2015	2016	2017	2018	2019	Média
GCAGR	Ativo Total	30,50%	31,67%	30,49%	29,95%	25,39%	29,60%
GCPLGR	Patrimônio Líquido	101,81%	108,25%	99,22%	100,82%	85,72%	99,16%
RR	Receita Total	25,17%	24,34%	25,52%	25,63%	23,47%	24,83%

Fonte: Elaborado pelo autor

Gráfico 2 – Geração da Riqueza



Fonte: Elaborado pelo autor

Pode-se analisar, com o auxílio do gráfico 2, que as aplicações feitas nos ativos das empresas contribuíram em mais de 30% na geração de riqueza de 2015 a 2017. Apesar da média de 29,60% em 2019, este percentual ficou em 25,39%, evidenciando um declínio deste indicador e que o setor varejista brasileiro não está conseguindo manter a boa utilização de seus ativos para gerar riqueza.

Quanto ao patrimônio líquido, para cada R\$100,00 de capital próprio investido, o setor conseguiu gerar R\$108,25 de riqueza em 2016, sendo o maior dos 5 anos. Já em 2019, novamente, houve uma queda. Para R\$100,00 investido, foi gerado somente R\$85,72, mostrando um descolamento relevante da média de R\$99,16.

Por fim, em relação à retenção da receita, verifica-se que boa parte desta é destinada a insumos. Ou seja, a parcela que constitui o valor adicionado a ser destinado aos *stakeholders* foi relativamente pequena durante os 5 anos, sendo, em média, 24,83%.

O estudo de Grecco *et al.* (2010) verificou 13 setores da economia. O varejo gerou

somente 1,42% da riqueza do total dos setores. Porém, os autores consideraram as empresas de bens de consumo como um setor separado, sendo que muitas destas empresas também são varejistas. Através desta união, o varejo saltaria de oitavo lugar para quarto no quesito geração de riqueza, tendo atrás o setor de energia em primeiro, bancos em segundo e telecomunicações em terceiro lugar.

4.3 Indicadores da Distribuição de Riqueza

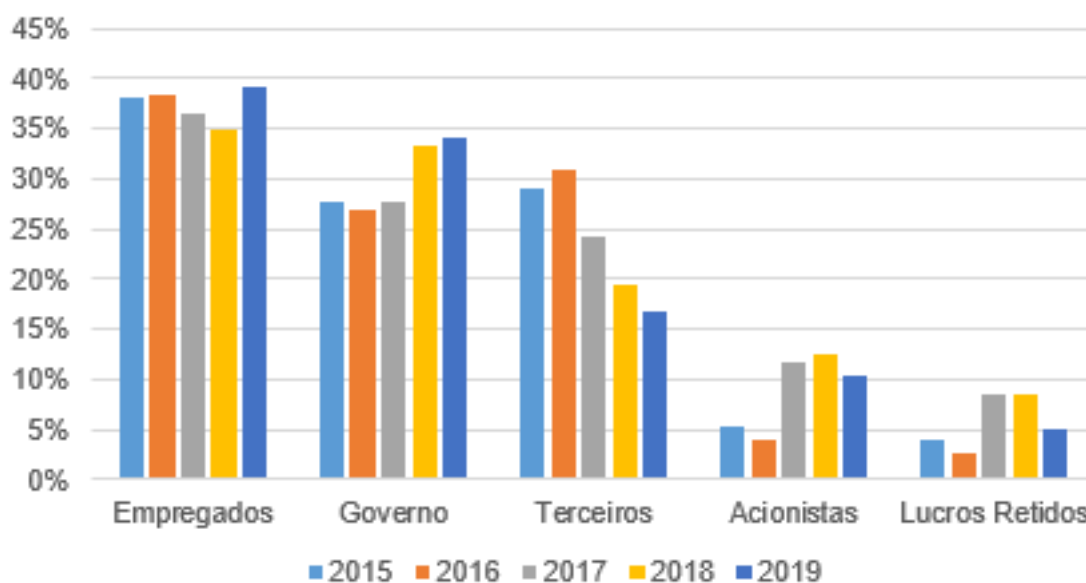
Os indicadores desta parte do trabalho, apresentados na tabela 4, possibilitam a análise da distribuição da riqueza gerada pelas empresas a cada interessado. Eles refletem claramente se o valor adicionado total distribuído foi maior para os empregados (PEVA), governo (PGVA), terceiros (PTVA) ou acionistas (PAVA), além dos lucros retidos (GRVA).

Tabela 4 – Distribuição da Riqueza

Indicador	Descrição	2015	2016	2017	2018	2019	Média
PEVA	Empregados	38,11%	38,34%	36,38%	34,88%	39,08%	37,36%
PGVA	Governo	27,81%	26,76%	27,78%	33,29%	34,03%	29,93%
PTVA	Terceiros	28,89%	30,92%	24,12%	19,45%	16,65%	24,01%
PAVA	Acionistas	5,20%	3,98%	11,72%	12,38%	10,23%	8,70%
GRVA	Lucros Retidos	3,88%	2,54%	8,50%	8,39%	5,14%	5,69%

Fonte: Elaborado pelo autor

Gráfico 3 – Distribuição da Riqueza



Fonte: Elaborado pelo autor

Como se observa no gráfico 3, o varejo brasileiro tende a beneficiar mais seus empregados do que qualquer outro grupo. O indicador chegou a 39,08% em 2019, acima da média de 37,36%.

O governo também possui uma parcela relevante de participação na distribuição de riqueza do setor. Houve um aumento significativo em 2018 e 2019, mostrando uma tendência de alta para os próximos anos.

Já a parcela destinada para terceiros está em declínio frente a uma alta para os acionistas, evidenciando que o setor está se preocupando cada vez mais com seus sócios e os remunerando de forma mais justa.

Percebe-se, também, que nos anos de 2017 e 2018 as empresas agregaram mais riqueza ao seu capital próprio, aumentando a retenção do valor adicionado sob a forma de lucros retidos, alcançando um patamar de mais de 8%. Já em 2019 caiu para 5,14%, mas continua sendo maior que nos anos de 2015 e 2016.

Queiroz (2020) encontrou um resultado parecido no ano de 2018. Seu estudo abrange diversas empresas do comércio brasileiro, incluindo as varejistas, e a maior parcela da distribuição da riqueza também foi para os empregados, com 30,58%. Já em 2017, a maior parte ficou com o governo, com 33,96%, mas muito próxima a dos funcionários, de 33,31%. Quanto à remuneração de capitais de terceiros e próprios, o resultado também ficou em torno dos 20% e 10% respectivamente, apresentando-se em linha com este.

Silva (2017) verificou que, de 2011 a 2015, as empresas estudadas distribuíram a maior parte de sua riqueza, em média, para os funcionários, corroborando com os resultados desta pesquisa. O governo, na maioria dos casos, também ficou em segundo lugar. Há de ser feito um destaque para os lucros retidos. A Alpagartas viveu um período de queda, com 16,89% em 2011 e caminhou para 6,5% em 2015. Essa riqueza foi transferida para os empregados e terceiros. Já a Grendene viveu o contrário, partindo de 9,18% em 2011 para 17,64% em 2015, agregando mais riqueza ao longo dos anos ao seu capital próprio. A Cambuci e Azaleia viveram períodos instáveis, tendo até prejuízos em determinados anos.

O trabalho de Cavalcante (2016) analisou a distribuição da riqueza dos setores da indústria, varejo e serviço ao governo entre 2011 e 2015. De forma geral, a carga tributária média do segmento de varejo está abaixo da carga tributária sobre o PIB. Das dez empresas estudadas do setor, a Renner, Marisa, Dimed e Raia Drogasil apresentaram a maior carga tributária. Isso é explicado pelo fato delas possuírem diversos Centros de Distribuição (CD) e lojas físicas espalhadas pelo país e ficam sujeitas a diferentes alíquotas de tributos estaduais e municipais. Portanto, entende-se o motivo do governo ficar em segundo lugar nesta pesquisa.

Já Golin (2013) encontrou valores diferentes. De 2008 a 2012, a maior parcela da riqueza distribuída foi para o governo, com uma média de 36,1% e, na sequência, para os empregados, com 27,3%. Essa diferença se dá, principalmente, pelo fato de que neste presente trabalho são consideradas grandes empresas, como Grupo Pão de Açúcar, Grupo

Carrefour Brasil e Raia Drogasil e no de Golin (2013) não, apresentando uma discrepância relativamente alta nos resultados.

5 Considerações Finais

Devido às alterações da Lei nº 6.404/76, incluindo a DVA como demonstração obrigatória para as empresas de capital aberto no Brasil, fica claro o crescente interesse nas informações sociais das empresas, que tem buscado se destacar perante a sociedade e seus investidores.

Este trabalho teve como objetivo analisar, através da DVA, a capacidade de geração de riqueza das empresas varejistas brasileiras e sua distribuição entre empregados, financiadores, governo e detentores do capital. Para tanto, foram analisadas as demonstrações do período de 2015 a 2019.

Constatou-se que, em média, 93,2% da riqueza do setor advém de dentro da empresa e apenas 6,8% é recebido em transferência. O ativo total contribuiu, em média, 29,60% na geração de riqueza. Já o patrimônio líquido, 99,16% e a receita total, 24,83%.

Quanto à distribuição da riqueza, observou-se que, em média, 37,36% da riqueza total produzida foi destinada aos empregados, sendo esta a maior fatia. Ao governo, foi agregado 29,93% deste total. Os financiadores ficaram com 24,01%, a terceira maior fatia da distribuição da riqueza através de despesas de juros e aluguéis. E por fim, 8,70% foram destinados à remuneração dos acionistas, através do JCP, dividendos e lucros retidos.

Diante do exposto, percebe-se a relevância da adoção de práticas que vão ao encontro do interesse da sociedade em geral. A análise da DVA através de indicadores pode ser útil, por exemplo, para as entidades compararem empresas do mesmo setor e verificar se estão dentro da média do seu ramo. Sua análise é de grande importância para todos os usuários da informação contábil, pois possibilitam uma visão clara de como a riqueza é originada, qual é o fator que mais contribui para essa geração e como as empresas direcionam esta riqueza entre os empregados, governo, terceiros e acionistas.

A pesquisa está limitada ao setor de varejo. A amostra extraída da B3 conta apenas com 23 empresas. Recomenda-se, para pesquisas futuras, uma análise semelhante, mas aplicada em um segmento com mais empresas, mais robusto ou para toda a B3 e até mesmo uma comparação entre setores/segmentos.

Referências

- ALMEIDA, N. S. de *et al.* A Utilização da Demonstração do Valor Adicionado na Análise da Produção e Distribuição de Riqueza Entre os Stakeholders: Um Estudo de Caso da Petrobras. **XV Congresso Brasileiro de Custos**, Curitiba - PR, p. 1 – 13, Novembro 2008.
- AZEVEDO, O. R. **DFC e DVA**. 2. ed. São Paulo: IOB, 2009.
- B3. **Empresas Listadas**. 2020a. Disponível em: http://www.b3.com.br/pt_br/produtos-e-servicos/negociacao/renda-variavel/empresas-listadas.htm. Acesso em: 16 set 2020.
- B3. **Relações com Investidores**. 2020b. Disponível em: <https://ri.b3.com.br/pt-br/>. Acesso em: 23 dez 2020.
- BERNADINO, E. de C. *et al.* **Marketing de Varejo**. 4. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2011.
- BRASIL. Decreto-Lei nº 2.627, de 26 de setembro de 1940. **Dispõe sobre as sociedades por ações.**, 1940. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del2627.htm. Acesso em: 27 out 2020.
- BRASIL. Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976. **Dispõe sobre as Sociedades por Ações**, 1976. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l6404consol.htm. Acesso em: 27 out 2020.
- BRASIL. Lei nº 11.638, de 28 de dezembro de 2007. **Altera e revoga dispositivos da Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, e da Lei nº 6.385, de 7 de dezembro de 1976, e estende às sociedades de grande porte disposições relativas à elaboração e divulgação de demonstrações financeiras.**, 2007. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/lei/l11638.htm. Acesso em: 27 out 2020.
- CAVALCANTE, L. C. **Distribuição do Valor Adicionado**: Uma Análise Setorial da Riqueza Produzida ao Governo Brasileiro nos Últimos 5 Anos. Porto Alegre - RS: [s.n.], 2016.
- CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. **Metodologia Científica**: para uso dos estudantes universitários. 3. ed. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1983.
- CPC. **Pronunciamento Técnico CPC 09**: Demonstração do Valor Adicionado. Brasília, 2008.
- DALMÁCIO, F. Z. Indicadores para Análise da Demonstração do Valor Adicionado. **Revista Brasileira de Contabilidade**, Brasília, DF, n. 149, p. 88 – 97, set./out. 2004.
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2008.
- GIULIANI, A. C. **Administração de Varejo para Pequenas e Médias Empresas**. 1. ed. Jundiaí, SP: Paco Editorial, 2014.
- GOLIN, S. J. **Indicadores Sociais da Demonstração de Valor Adicionado**: Estudo no Setor de Comércio Varejista. Curitiba - PR: [s.n.], 2013.
- GRECCO, M. C. P. *et al.* DVA – Demonstração do Valor Adicionado – Uma análise do setor que mais contribui para a distribuição de riqueza. **XVII Congresso Brasileiro de Custos**, Belo Horizonte - MG, Novembro 2010.

INSTITUTO ETHOS. **Conceitos Básicos e Indicadores de Responsabilidade Social Empresarial**. 5. ed. São Paulo: [s.n.], 2007.

LUCA, M. M. M. de. **Demonstração do Valor Adicionado**: Do Cálculo da Riqueza Criada Pela Empresa ao Valor do PIB. 1. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

MARION, J. C. **Contabilidade Empresarial**. 15. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MARTINS, E. *et al.* **Manual de Contabilidade Societária**: Aplicável a todas as sociedades de acordo com as normas internacionais e do CPC. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

MATTAR, F. N. **Administração de Varejo**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2019.

QUEIROZ, G. A. de. **A Demonstração do Valor Adicionado em Empresas Brasileiras de Capital Aberto**: Uma Análise Sobre a Distribuição da Riqueza Entre os Agentes Econômicos. Rondonópolis - MT: [s.n.], 2020.

REIS, T.; TOSETTO, J. **Guia Suno de Contabilidade para Investidores**: Conceitos contábeis fundamentais para quem investe na Bolsa. 1. ed. Paulínia: Vivalendo, 2018.

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

ROCHA, M.; MOLA, J. **Varejo**. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2018.

SBVC. **As 300 Maiores Empresas do Varejo Brasileiro**: Ranking Um Estudo Completo Sobre o Setor. 6. ed. São Paulo: Lamonica, 2020a.

SBVC. **O Papel do Varejo na Economia Brasileira**, 2020b.

SERRENTINO, A. **Varejo e Brasil**: Reflexões Estratégicas. 2. ed. São Paulo: [s.n.], 2016.

SILVA, C. A. dos Santos da. **Análise de Indicadores da Demonstração de Valor Adicionado de Empresas do Setor Atacadista de Calçados**. Curitiba - PR: [s.n.], 2017.

TACHIZAWA, T. **Gestão Ambiental e Responsabilidade Social Corporativa**: Os paradigmas do novo contexto empresarial. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

ZENTES, J.; MORSCHETT, D.; SCHRAMM-KLEIN, H. **Strategic Retail Management**: Text and International Cases. 3. ed. [S.l.]: Springer Gabler, 2017.