

Uma via para a legitimidade: o caso das denúncias de fraude na Via Varejo

A road to legitimacy: accusations of fraud in Via Varejo

Saulo Augusto Félix de Araújo Serpa^a , Juliana Bacelar de Freitas^a , Mariana Guerra^a 

^a Universidade de Brasília – Brasil

Palavras-chave

Via Varejo.
Teoria da Legitimidade.
Fraude.

Resumo

O presente caso de ensino aborda a história da Via Varejo S.A. que, no final de 2019, recebeu denúncias de fraudes e irregularidades contábeis por meio de sua ouvidoria. A companhia criou um comitê de investigação para conduzir uma análise independente e detalhada. Como resultado, foram encontrados indícios de fraude contábil, caracterizada por manipulação da provisão trabalhista, diferimento indevido na baixa de ativos e contabilização de passivos, e falhas de controles internos que poderiam resultar em erros materiais em determinadas contas contábeis da companhia. O impacto foi de aproximadamente R\$ 1,190 bilhão, reconhecidos integralmente nos demonstrativos financeiros de 2019, dado que se julgou desnecessária a reabertura de períodos anteriores. Diante desse cenário de incertezas e instabilidade, os gestores depararam-se com o seguinte dilema: como se portar perante a sociedade, considerando os achados da investigação? Assim, este caso de ensino é voltado para discentes dos cursos de pós-graduação em Administração e Contabilidade que queiram estudar os pressupostos da Teoria da Legitimidade e analisar ações da empresa como estratégias para manter ou recuperar sua legitimidade.

Keywords

Via Varejo.
Legitimacy Theory.
Fraud.

Abstract

This teaching case addresses the history of Via Varejo S.A. which received reports of fraud and accounting irregularities at the end of 2019. The company appointed an investigation committee to conduct an independent and detailed analysis which found indications of fraud such as the manipulation of labor provisions, undue delays in writing off assets and accounting for liabilities; and failures in internal controls that could have resulted in material errors in the company's accounts. The impact was approximately 1.19 billion reais, which fully recognized in their 2019 financial statements and the reexamination of previous periods was not deemed necessary. Considering this uncertain scenario, managers were faced with the following dilemma: how to behave in relation to society considering the findings of fraud? This teaching case is aimed at students in graduate majors in Administration and Accounting who want to study the assumptions of the Legitimacy Theory as well as analyze the actions of this company as strategies designed to maintain or recover its legitimacy.

Informações do artigo

Recebido: 23 de janeiro de 2023
Aprovado: 19 de outubro de 2023
Publicado: 17 de abril de 2024
Editora responsável: Profa. Dra.
Elisabeth de Oliveira Vendramin

Implicações práticas

Este caso de ensino é direcionado a alunos de Administração e de Contabilidade, cujo objetivo é fomentar o debate acerca da legitimidade organizacional num contexto de irregularidades contábeis durante a pandemia de Covid-19. Tal caso auxilia no entendimento das estratégias utilizadas por entidades para ganhar, manter e reparar a legitimidade.

1 INTRODUÇÃO

Em uma perspectiva organizacional, a imagem de uma empresa afeta sua legitimidade social, entendida como uma “condição ou *status* que existe quando o sistema de valores da entidade é congruente com o sistema de valores da sociedade em que está inserida a entidade” (Lindblom, 1994, p. 2). Pela Teoria da Legitimidade, tal sistema estaria representado em contrato social, em que se consolidam as crenças e as normas vigentes de dada sociedade (Deegan, 2002).

A divulgação de informações constitui um dos diferentes mecanismos utilizados pela empresa para expor uma imagem que seria considerada legítima (Dowling & Pfeffer, 1975). De forma geral, as empresas utilizam-se de estratégias específicas de evidenciação de informações, principalmente em ocasiões de crises que podem abalar sua reputação e suas relações comerciais (Deegan, 2002). Para Oliveira et al. (2020), tais estratégias podem ser evidenciadas nas narrativas contábeis divulgadas.

Entre os diferentes eventos que podem prejudicar a imagem de uma organização, Furio et al. (2021) citam acidentes ambientais, escândalos de corrupção, envolvimento com fraudes e outras práticas questionáveis e (ou) contrárias às crenças e às normas vigentes no contrato social. Para Ribeiro et al. (2019), mesmo com os diversos controles implementados pelas organizações atualmente, eventos de má conduta organizacional continuam ocorrendo e ampliando-se.

O objetivo do presente caso de ensino é fomentar o debate acerca da legitimidade em um contexto de irregularidades contábeis. Para tanto, propõe-se a análise do caso da Via S.A (antiga Via Varejo S.A), que enfrentou evidências de fraudes e de irregularidades contábeis no início da pandemia mundial de Covid-19.

Fundada em 2010 pela fusão das Casas Bahia às empresas Ponto Frio (hoje Ponto) e Extra, ambas do Grupo Pão de Açúcar, a Via S.A. (designada como Via Varejo S.A. até abril de 2021) é uma das maiores empresas de varejo doméstico brasileira, que, com o auxílio de plataformas de *e-commerce* e empresas conhecidas do ramo, tornou-se especialista no mercado de eletroeletrônicos, eletrodomésticos, telefonia e móveis no Brasil. Para atingir seu público-alvo, a Via S.A. tem uma rede de mais de 1.000 lojas físicas e 26 centros de distribuição pelo Brasil, com sede em São Caetano do Sul (SP) e com operações por meio das marcas Casas Bahia e Ponto, além da maior fábrica de móveis do país e da América Latina (Bartira). A companhia é detentora da maior malha logística do varejo do país, além de investir em multicanais. No meio digital, opera pelas bandeiras Casas Bahia, Ponto e Extra.com.br.

A digitalização da empresa pode ser exemplificada pelos níveis crescentes de usuários ativos nos aplicativos de suas marcas desde junho de 2019. Nesse processo de expansão e digitalização, ainda em 2019, a Via Varejo S.A. concluiu a aquisição de 80% da Airfox, empresa de tecnologia sediada em Boston (EUA). Essa aquisição proporcionou a criação de uma carteira digital, conhecida como BanQi.

Também, no final de 2019 e início de 2020, a empresa passou por atualizações de seus regimentos internos e código de ética. Tem-se, ainda, a mudança da marca¹ em abril de 2021, ocorrida após a divulgação (em março de 2021) das informações financeiras de 2020, as quais compreendiam o período de crise enfrentado em 2019. Em abril de 2021, a Via Varejo S.A. passou a se chamar apenas Via S.A. A mudança de nome, segundo a administração da empresa, sinalizou ampliação da atuação do grupo, naquele ponto de sua história, para além do varejo, alcançando outros ramos de atuação. Entretanto, em setembro de 2023, dois anos depois de mudar o nome para Via S.A., a empresa, que passa por grave crise financeira, retornou às origens, passando a se denominar Grupo Casas Bahia, mudança essa que se relaciona ao processo de reestruturação e transformação digital pelo qual passa a companhia.

Listada no Novo Mercado da Brasil, Bolsa e Balcão (B3), a Via Varejo S.A., hoje Grupo Casas Bahia, passou a ser controlada pela família Klein (fundadora das Casas Bahia) a partir de junho de 2019 e é, atualmente, composta por diversas marcas, como Casas Bahia, Ponto, Bartira, Extra.com.br, BanQi, Rede Celer, ASAPLog e CNT.

¹ Comunicado ao Mercado: Via Varejo muda marca e se transforma em Via, 25 de abril de 2021, disponível em: <https://ri.via.com.br/>.

2 CONTEXTO DO CASO

2.1 “Fazer varejo de novo” ou “fazer os números de novo”?

Em 2019, enquanto a Via Varejo passava por grandes mudanças com troca de controlador, de gestão e de posicionamento estratégico, a empresa recebeu, em seu canal de denúncias, informações anônimas sobre possíveis fraudes e irregularidades contábeis.

Para a investigação, que começou em outubro do mesmo ano e se encerrou em março de 2020, o Conselho de Administração da companhia estabeleceu um comitê de investigação para liderar as análises. Empresas independentes e conselheiros de renome foram contratados para atuar nas apurações, desenvolvidas em três principais fases. A primeira fase não identificou sequer indícios de possíveis erros ou falhas intencionais. Entretanto, os dois estágios posteriores levaram à divulgação de fatos relevantes, nos quais se afirmou a existência das irregularidades.

Concomitantemente, também ao longo de 2019, a então Via Varejo S.A. apresentou uma nova estratégia de mercado, a fim de consolidar o *slogan* “fazer varejo de novo”. Diversas ações foram desenvolvidas, como proporcionar uso de plataformas digitais, melhorias nos prazos de entregas, relacionamento com fornecedores, atração de talentos para a companhia e geração de caixa. Atuou, ainda, fortemente na mídia, com ações que envolveram patrocínios de futebol e novelas, ações customizadas para a televisão e projetos digitais especialmente desenhados para atender os consumidores de diferentes localidades². A companhia financiou, também, causas sociais e sanitárias, realizando doações por meio da Fundação Casas Bahia, braço social da organização, no montante de aproximadamente R\$ 5,3 milhões³. Teria a empresa Via S.A. encontrado um caminho para se reafirmar no mercado durante o momento de incerteza pelo qual passava?

De forma inédita, a empresa divulgou, em 2 de dezembro de 2019, um fato relevante que versava acerca da performance de vendas de R\$ 1,1 bilhão na “Black Friday” daquele ano. Ainda nessa época, a Via S.A. apresentou relatório que destacava exponencial redução do número de reclamações de consumidores referentes a serviços prestados e (ou) mercadorias vendidas, elevando a satisfação dos clientes. Apontou, ainda, melhorias tecnológicas nas plataformas de vendas digital e mitigação dos problemas sistêmicos anteriores, buscando confirmar o foco da Via S.A. em se reerguer com o planejamento estratégico adotado para o ano.

3 DILEMA DO CASO

Como mencionado, no final de setembro de 2019, a Via S.A. recebeu, em sua ouvidoria, uma denúncia de fraudes e irregularidades contábeis em curso dentro da empresa. Após as apurações iniciais, foi divulgado, em 13 de novembro de 2019, o primeiro fato relevante concernente ao tema, em que a companhia informou a sociedade acerca das denúncias recebidas e da constituição de Comitê de Investigação no começo de outubro daquele ano. Tal Comitê se reportaria diretamente ao Conselho de Administração e seria assessorado por consultores independentes, para que as análises fossem feitas e conduzidas por profissionais habilitados, independentes e experientes⁴. Como dito antes, até aquele ponto das apurações, nenhum indício de fraude ou irregularidade havia sido encontrado.

Com o andamento das investigações, a Via S.A. divulgou ao mercado o segundo fato relevante acerca do tema, em 12 de dezembro de 2019. Naquela ocasião, a empresa afirmou que, com o avanço das investigações da segunda fase, haviam sido encontrados indícios de fraude contábil na companhia. As irregularidades estavam relacionadas à manipulação da provisão trabalhista e ao diferimento indevido na baixa de ativos e na contabilização de passivos, como também a falhas de controles internos que poderiam resultar em erros materiais e relevantes em algumas contas contábeis da empresa. Diante dos novos achados, a Via S.A. julgou necessária a instauração da terceira fase de análise por parte do Comitê de Investigação.

Ressalte-se que, ainda no fato relevante publicado em dezembro, a companhia divulgou a estimativa dos impactos dos ajustes contábeis que, provavelmente, seriam necessários até aquele ponto: R\$ 1,05 bilhão a R\$ 1,2 bilhão. Além disso, a Via S.A. afirmou que o mapeamento de riscos estava sendo elaborado e que já haviam sido levantados ajustes de R\$ 200 milhões referentes a créditos fiscais e outras provisões, totalizando um impacto na contabilidade de até R\$ 1,4 bilhão.

Por fim, em 25 de março de 2020, dias antes da divulgação do relatório de auditoria referente ao ano de 2019, a Via S.A. divulgou o último fato relevante acerca do tema. Neste comunicado, havia a conclusão das

² Demonstrações Financeiras Padronizadas de 2019, disponíveis em <https://ri.via.com.br/>.

³ Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/fundacao-casas-bahia-da-via-varejo-doa-um-total-de-r-5-3-milhoes-contra-crise/>

⁴ Fato Relevante: Via Varejo – Investigação Independente, 13 de novembro de 2019, disponível em: <https://ri.via.com.br/>.

investigações, em que se confirmavam evidências que corroboravam a existência de fraude contábil e falhas de controle interno mencionadas no segundo fato relevante. Ainda, foi divulgado o montante final do impacto das investigações, que totalizou R\$ 1,190 bilhão, sendo R\$ 1,169 bilhão relativo aos erros de estimativa e R\$ 20,8 milhões referentes às fraudes propriamente ditas. Tais valores foram reconhecidos como despesas não recorrentes na demonstração de resultado do período de 2019, e os anos anteriores não sofreram ajustes⁵.

Diante do exposto, a Via S.A. encontrava-se em um cenário complexo, frente à necessidade de investigação e de divulgação dos resultados da investigação da denúncia recebida, além do que buscava contingenciar os riscos relativos à legitimidade da empresa perante a sociedade. Assim, a companhia estava diante de um dilema: como assumir o protagonismo para enfrentar as possíveis adversidades que poderiam surgir com as divulgações dos resultados das investigações? Como manter a legitimidade que restava à empresa perante a sociedade em um contexto de pandemia mundial?

4 FECHAMENTO DO CASO

A partir do final de 2019, a Via S.A. passou por um processo de *turn-around* e digitalização⁶, que, segundo os administradores, era a estratégia entendida como suficiente para vencer a concorrência. Tal fato parece ter sido o diferencial na continuidade da empresa quando da eclosão da denúncia das possíveis fraudes e irregularidades contábeis em novembro de 2019 e do início da pandemia de Covid-19, em março de 2020.

Segundo os gestores da Via S.A., a transformação digital possibilitou, em pouco tempo, uma grande virada no crescimento e na rentabilidade da firma, que conseguiu reverter a tendência de queda das visitas nos canais on-line a partir de setembro de 2019, elevando o acesso para mais de 50%⁷. Os investimentos em tecnologia foram vultosos, o que fez com que os aplicativos das marcas da Via S.A. aparecessem no top 3 das melhores notas de *apps*.

Ainda, com a suspensão dos encontros presenciais em decorrência da pandemia de Covid-19 e a busca por novos meios de comunicação para enfrentar a crise sanitária, a Via S.A. passou a organizar *lives*, que possibilitaram a troca mais tempestiva de informação e a proximidade com usuários e consumidores naquele momento. Ainda, a empresa estabeleceu um calendário⁸ de videoconferências com, pelo menos, 14 eventos oficiais com a participação dos dirigentes da empresa, além de *lives* quase todos os dias, de maneira informal, nas mídias sociais.

Para os líderes da Via S.A., o sucesso da estratégia confirma-se com o título de melhor oferta de *follow on* da América Latina em 2020 pelo *LatinFinance Awards*⁹. Assim, a empresa encerrou o ano de 2020 revertendo, em lucro, o prejuízo de R\$ 1 bilhão do ano anterior.

As notas de ensino serão disponibilizadas aos professores que enviarem e-mail à Revista de Contabilidade e Organizações solicitando a íntegra.

REFERÊNCIAS

- Deegan, C. (2002). The legitimising effect of social and environmental disclosures – a theoretical foundation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3), 282-311.
- Dowling, J., & Pfeffer, J. (1975). Organizational legitimacy: social values and organizational behavior. *Pacific Sociological Review*, 18(1), 122-136. <https://doi.org/10.2307/1388226>
- Furio, C. A., Giomo, N. L., Borsatto Jr., J. L. (2021). Análise das estratégias de recuperação da legitimidade social da Petrobras adotadas após os episódios recentes de corrupção. *Sociedade, Contabilidade e Gestão*, 16(2), 48-74. https://doi.org/10.21446/scg_ufrrj.v0i0.41917
- Lindblom, C. K. (1994). The implications of organizational legitimacy for corporate social performance and disclosure. *Conference Paper, Critical Perspectives on Accounting Conference*, New York.

⁵ Fato Relevante: Via Varejo – Conclusão da Investigação Independente, 25 de março de 2020, disponível em: <https://ri.via.com.br/>.

⁶ Fato Relevante: Nova Proposta de Chapa para nosso Conselho de Administração, 20 de abril de 2020, disponível em: <https://ri.via.com.br/>.

⁷ Comunicado ao Mercado: Aquisição e Compra de ações da Airfox/banQi, 07 de fevereiro de 2020, disponível em: <https://ri.via.com.br/>.

⁸ Disponível em: <https://ri.via.com.br/lives/>

⁹ Comunicado ao mercado: Via Varejo vence o *LatinFinance Awards* 2020, 29 de janeiro de 2021, disponível em: <https://ri.via.com.br/>.

Oliveira, P. P., Rodrigues, F. F., & Guerra, M. (2020). Os Escândalos de Corrupção na JBS S.A. e as Estratégias de Legitimidade Organizacional de Lindblom. *Contabilidade, Gestão e Governança*, 23(3), 309-326. http://dx.doi.org/10.21714/1984-3925_2020v23n3a2

Ribeiro, M. de S., De Luca, M. M. M., Azevedo, R. R. de (2019). Editorial número temático Fraudes e Corrupção: o que Contabilidade e Organizações têm a dizer? *Revista de Contabilidade e Organizações*, 13, 1-4. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-6486.rco.2019.164441>

Como citar este artigo

Serpa, S. A. F. A., Freitas, J. B., & Guerra, M. (2024). Uma via para a legitimidade: o caso das denúncias de fraude na Via Varejo. *Revista de Contabilidade e Organizações*, 18:e207174. DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-6486.rco.2024.207174>