



## **Ranking de Criação de Valor das Empresas Sul Americanas a partir do Método Multicritério DP2**

### **Mara Vogt**

Universidade Regional de Blumenau - FURB  
Rua Antonio da Veiga 140 Sala D-202, Bairro Vitor Konder  
Caixa Postal 1507. CEP: 89012-900  
Blumenau/SC – Brasil  
[maravogtcco@gmail.com](mailto:maravogtcco@gmail.com)

### **Darclê Costa Silva Haussmann**

Universidade Regional de Blumenau - FURB  
Rua Antonio da Veiga 140 Sala D-202, Bairro Vitor Konder  
Caixa Postal 1507. CEP: 89012-900  
Blumenau/SC – Brasil  
[darclê@furb.br](mailto:darclê@furb.br)

### **Larissa Degenhart**

Universidade Regional de Blumenau - FURB  
Rua Antonio da Veiga 140 Sala D-202, Bairro Vitor Konder  
Caixa Postal 1507. CEP: 89012-900  
Blumenau/SC – Brasil  
[lari\\_ipo@hotmail.com](mailto:lari_ipo@hotmail.com)

### **Nelson Hein**

Universidade Regional de Blumenau - FURB  
Rua Antonio da Veiga 140 Sala D-202, Bairro Vitor Konder  
Caixa Postal 1507. CEP: 89012-900  
Blumenau/SC – Brasil  
[hein@furb.br](mailto:hein@furb.br)

### **Adriana Kroenke**

Universidade Regional de Blumenau - FURB  
Rua Antonio da Veiga 140 Sala D-202, Bairro Vitor Konder  
Caixa Postal 1507. CEP: 89012-900  
Blumenau/SC – Brasil  
[akroenke@furb.br](mailto:akroenke@furb.br)



## RESUMO

Este estudo objetivou analisar o *ranking* de criação de valor das empresas Sul Americanas por meio do método multicritério DP2 a partir de uma amostra de 69 empresas, de quatro países que apresentaram as informações necessárias: Argentina, Brasil, Chile e Peru, no período de 2011 a 2015. A criação de valor neste estudo foi mensurada a partir das variáveis EVA e MVA. Para obter o *ranking* de criação de valor para o EVA, MVA e EVA/MVA, utilizou-se o método multicritério DP2. Diante dos resultados é possível perceber que a maior parte das organizações da amostra e que assumiram as primeiras posições de cada em um *ranking*, eram as mesmas dos demais *rankings*. Isso é interessante e chama a atenção dos investidores, pois esse resultado acaba tornando essas empresas mais seguras para investimentos no mercado acionário. Contudo, quanto mais empresas, maior a diferença de um *ranking* para o outro, principalmente nas empresas que não estavam liderando um dos *rankings*. Somente no caso do Chile, que teve uma amostra superior aos demais países, houve diferença na posição de liderança nos três *rankings*. Vale destacar que em relação as três primeiras posições dos três *rankings*, as empresas da Argentina (Con Del Oeste, Caputo SAIC e Grupo Clarin) e Peru (Telefonica, Backus Johnsto e Lima Caucho) sempre mantiveram a mesma posição. O mesmo não ocorreu no caso das empresas brasileiras e chilenas. Conclui-se que as empresas dos países analisados no geral apresentaram posições próximas, ou até mesmo iguais, nos três *rankings* analisados, sendo que quanto mais próximas forem as colocações, mais confiança poderão oferecer aos investidores. Porém, é relevante que os interessados não levem em consideração somente uma variável (EVA ou MVA) para medir a criação de valor, tendo em vista a diferença que apresentaram nas posições de algumas empresas analisadas. Entretanto, por mais que algumas empresas apresentem posições bem distintas de um *ranking* para o outro, é importante que estas organizações também sejam observadas, pois algumas informações e indicadores podem ser analisados separadamente e, da mesma forma, pode ser que haja apenas interesse em uma das variáveis analisadas, o que de certa forma irá auxiliar os interessados. Por mais que tenham sido poucas empresas e países analisados, tendo em vista a população do estudo, esta pesquisa possui relevância e contribui, visto que as variáveis analisadas assumem relevância em nível global, sendo as mais analisadas e importantes quando se fala em riqueza ou criação de valor. Para tanto, deve-se levar em consideração os resultados das empresas ao escolher alguma para investir e com base nisso, tomar as melhores decisões, até por que, a maioria das empresas nem sequer fornecia as informações necessárias para a realização desta pesquisa.

**PALAVRAS CHAVE.** Criação de Valor, Método Muticritério, DP2.

**Área de interesse:** ADM – Apoio à Decisão Multicritério