



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E EXATAS - CCHE
CAMPUS-VI POETA PINTO DO MONTEIRO
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

VAGNER DOS SANTOS TEIXEIRA

**ANÁLISE ECONÔMICO – FINANCEIRA: UM ESTUDO DE MULTICASOS DAS
EMPRESAS VAREJISTAS LISTADAS NO RANKING IBEVAR NO PERÍODO PRÉ
E PÓS PANDEMIA**

MONTEIRO-PB

2023

VAGNER DOS SANTOS TEIXEIRA

**ANÁLISE ECONÔMICO – FINANCEIRA: UM ESTUDO DE MULTICASOS DAS
EMPRESAS VAREJISTAS LISTADAS NO RANKING IBEVAR NO PERÍODO PRÉ
E PÓS PANDEMIA**

Monografia apresentada ao curso de Ciências Contábeis, do Campus VI – Poeta Pinto do Monteiro, Centro de Ciências Humanas e Exatas da Universidade Estadual da Paraíba como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

Área de Concentração: Contabilidade

Orientador: Prof. Me. Josimar Farias Cordeiro

MONTEIRO-PB

2023

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

T266a Teixeira, Vagner dos Santos.

Análise econômico – financeira [manuscrito] : um estudo de multicase das empresas varejistas listadas no Rranking IBEVAR no período pré e pós pandemia / Vagner dos Santos Teixeira. - 2023.

73 p.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Contábeis) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Humanas e Exatas, 2023.

*Orientação : Prof. Dr. Josimar Farias Cordeiro, Coordenação do Curso de Ciências Exatas - CCEA. *

1. Demonstrações contábeis. 2. Indicadores financeiros. 3. Pandemia. 4. Mercado varejista. I. Título

21. ed. CDD 657.3

VAGNER DOS SANTOS TEIXEIRA

ANÁLISE ECONÔMICO – FINANCEIRA: UM ESTUDO DE MULTICASOS DAS
EMPRESAS VAREJISTAS LISTADAS NO RANKING IBEVAR NO PERÍODO PRÉ E
PÓS PANDEMIA

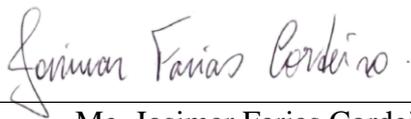
Monografia apresentada ao curso de Ciências Contábeis, do Campus VI – Poeta Pinto do Monteiro, Centro de Ciências Humanas e Exatas da Universidade Estadual da Paraíba como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

Área de Concentração: Contabilidade

Orientador: Me. Josimar Farias Cordeiro

Aprovado em: 29/ 11/ 2023.

BANCA EXAMINADORA



Me. Josimar Farias Cordeiro Universidade
Estadual da Paraíba (UEPB)



Ma. Mauricéia Carvalho Nascimento
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Me Wilton Alexandre de Melo Universidade
Estadual da Paraíba (UEPB)

Dedico este trabalho, em primeiro lugar, ao meu bom DEUS; à minha esposa, minha mãe, e a toda a minha família, por todo apoio e dedicação.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus pelo privilégio da vida, e por ter me permitido chegar até aqui. Dessa forma, agradeço a minha esposa Daniella pelo incentivo na conclusão deste trabalho, e a minha família, na pessoa de minha mãe Maria Valdriana, e meu pai Nelson Batista, por terem estado comigo, me apoiado no decorrer dessa caminhada. Agradeço também a minha irmã Vanessa, que sempre acreditou em mim desde do início da minha trajetória.

As professores e profissionais da instituição, agradeço pelo carinho e dedicação com os alunos e integrantes do campus. A Universidade Estadual da Paraíba, campus XI Centro de Ciências Humanas e Exatas, que por muitas vezes foi minha casa, lugar onde sempre amei estar durante a minha vida acadêmica.

Agradeço ao Professor Orientador Josimar Cordeiro por todo incentivo, compreensão e cuidado na composição desse trabalho, isso fez tornar possível esse momento.

Em tudo, gratidão por estar concluindo uma parte fundamental de minha trajetória, e um ponto de partida em direção ao sucesso.

ANÁLISE ECONÔMICO – FINANCEIRA: UM ESTUDO DE MULTICASOS DAS EMPRESAS VAREJISTAS LISTADAS NO RANKING IBEVAR NO PERÍODO PRÉ E PÓS PANDEMIA

Vagner dos Santos Teixeira¹

RESUMO

A análise das demonstrações contábeis e dos indicadores financeiros são vistas como ferramentas fundamentais na contabilidade, pois proporcionam uma visão detalhada através de um diagnóstico que contribui para um embasamento da situação econômica e financeira das empresas. A presente pesquisa tem por objetivo diagnosticar as alterações ocorridas nos indicadores econômico-financeiros das empresas listadas no Ranking IBEVAR, nos períodos pré e pós pandêmico. Para atingir o objetivo em questão, a metodologia utilizada foi à pesquisa descritiva, conduzida por meio de uma análise documental, e do estudo de multicasos realizados nas empresas do segmento varejista: Carrefour, Assaí, Magazine Luiza e Via Varejo no período de 2018 a 2022, onde os demonstrativos contábeis foram tirados do site da B3(BOLSA BRASIL BALCÃO), e por meio dessas demonstrações, calculou-se os principais indicadores contábeis, e foi realizada a análise horizontal e vertical dos balanços e da demonstração do resultado, com intuito de atender ao objetivo proposto. Como resultados, verificou-se que no sentido financeiro, as empresas analisadas apresentaram resultados distintos acerca dos índices de liquidez. Ainda no sentido da análise financeira, foi possível detectar, com relação aos índices de Estrutura de Capitais, que entre as empresas analisadas apresentaram dentro de suas linhas de decisões financeiras a preferência em trabalhar com capital de terceiros, e em algumas empresas há a dependência total desses recursos, o que é perceptível na análise dos Indicadores de Rentabilidade, que apesar dos altos valores em vendas, o resultados foram inferiores ao esperado. Apesar de tudo, ficou claro que as empresas antes da pandemia, já eram grandes, e detinham uma boa parcela do mercado varejista, porém, durante a pandemia, tiveram um grande impulso e se estabilizaram no mercado, fazendo investimentos em tecnologia e desenvolvimento socioeconômico, movidas pela necessidade de atender a população reclusa em casa, o que gerou grandes faturamentos e crescimento financeiro.

Palavras-chave: Demonstrações Contábeis. Indicadores Financeiros. Pandemia. Varejo.

¹ Aluno de Graduação do Curso de Ciências Contábeis na Universidade Estadual da Paraíba – Campus VI. E-mail: vagnerdsantos1010@gmail.com

ECONOMIC AND FINANCIAL ANALYSIS: A MULTI-CASE STUDY OF RETAIL COMPANIES LISTED IN THE IBEVAR RANKING IN THE PRE- AND POST-PANDEMIC PERIOD

Vagner dos Santos Teixeira²

ABSTRACT

The analysis of financial statements and financial indicators are seen as fundamental tools in accounting, as they provide a detailed view through a diagnosis that contributes to a foundation of the economic and financial situation of the companies. The objective of this research was to diagnose the changes that occurred in the economic and financial indicators of the companies listed in the IBEVAR Ranking, in the pre- and post-pandemic periods. To achieve the objective in question, the methodology used was the descriptive research conducted through a document analysis and the study of multiple studies carried out in the companies in the retail segment: Carrefour, Assaí, Magazine Luiza and Via Varejo in the period from 2018 to 2022, O the financial statements were taken from the B3 website (BRAZIL, HANDBAG E COUNTER) and through these statements, the main accounting indicators were calculated, and the horizontal and vertical analysis of the balance sheets and the income statement was carried out, in order to meet the proposed objective. As a result, it was found that in the financial sense, the analyzed companies presented different results regarding the liquidity ratios. Still in the sense of financial analysis, it was possible to detect in relation to the Capital Structure ratios that among the analyzed companies presented within their lines of financial decisions the preference to work with third-party capital, and in some companies the total dependence on these resources, which It is noticeable in the analysis of the Profitability Indicators, that despite the high sales values, the results were lower than expected. Despite everything, it was clear that companies before the pandemic were already large, and held a good share of the retail market, but during the pandemic they had a great boost and stabilized in the market, making investments in technology and socioeconomic development driven by the need to serve the incarcerated population at home, which generated large revenues and financial growth.

Keywords: Financial Statements. Financial Indicators. Pandemic. Retail.

² Undergraduate Student of the Accounting Sciences Course at the State University of Paraíba – Campus VI. E-mail: vagnerdsantos1010@gmail.com

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1: MODELO DO BALANÇO PATRIMONIAL	21
QUADRO 2: MODELO DA DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO	22
QUADRO 3: ÍNDICES DE LIQUIDEZ.....	26
QUADRO 4: ÍNDICES DE ESTRUTURA PATRIMONIAL.....	27
QUADRO 5: ÍNDICES DE RENTABILIDADE.....	29
QUADRO 6: DEFINIÇÃO DAS EMPRESAS	33

LISTA DE TABELAS

TABELA 1: ANÁLISE VERTICAL DO BALANÇO PATRIMONIAL-MAGAZINE LUIZA	36
TABELA 2: ANÁLISE HORIZONTAL DO BALANÇO PATRIMONIAL-MAGAZINE LUIZA.....	37
TABELA 3: ANÁLISE VERTICAL DA DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO-MAGAZINE LUIZA	38
TABELA 4: ANÁLISE HORIZONTAL DA DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO-MAGAZINE LUIZA	39
TABELA 5: PRINCIPAIS INDICADORES FINANCEIROS-MAGAZINE LUIZA.....	39
TABELA 6: ANÁLISE VERTICAL DO BALANÇO PATRIMONIAL-VIA VAREJO	43
TABELA 7: ANÁLISE HORIZONTAL DO BALANÇO PATRIMONIAL VIA VAREJO	44
TABELA 8: ANÁLISE VERTICAL DA DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO VIA VAREJO	45
TABELA 9: ANÁLISE HORIZONTAL DA DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO VIA VAREJO	46
TABELA 10: PRINCIPAIS INDICADORES FINANCEIROS-VIA VAREJO	46
TABELA 11: ANÁLISE VERTICAL DO BALANÇO PATRIMONIAL CARREFOUR.....	50
TABELA 12: ANÁLISE HORIZONTAL DO BALANÇO PATRIMONIAL CARREFOUR	51
TABELA 13: ANÁLISE VERTICAL DA DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO CARREFOUR	52
TABELA 14: ANÁLISE HORIZONTAL DA DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO CARREFOUR.....	52
TABELA 15: PRINCIPAIS INDICADORES FINANCEIROS CARREFOUR.....	53
TABELA 16: ANÁLISE VERTICAL DO BALANÇO PATRIMONIAL ASSAÍ.....	56
TABELA 17: ANÁLISE HORIZONTAL DO BALANÇO PATRIMONIAL ASSAÍ.....	57
TABELA 18: ANÁLISE VERTICAL DA DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO GRUPO ASSAÍ	58
TABELA 19: ANÁLISE HORIZONTAL DA DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO GRUPO ASSAÍ....	58
TABELA 20: PRINCIPAIS INDICADORES FINANCEIROS DO GRUPO ASSAÍ	59

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: ÍNDICES MÉDIOS DE LIQUIDEZ DAS EMPRESAS ANALISADAS	63
GRÁFICO 2: ÍNDICES MÉDIOS DE ESTRUTURA DE PATRIMONIAL DAS EMPRESAS ANALISADAS	64
GRÁFICO 3: ÍNDICES MÉDIOS DE RENTABILIDADE DAS EMPRESAS ANALISADAS	66

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	14
2 REFERENCIAL TEÓRICO	19
2.1. DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS	19
2.1.1. Balanço Patrimonial	20
2.1.2. Demonstração do Resultado do exercício	21
2.2. ANÁLISE DAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS.....	23
2.2.1. Análise Horizontal.....	24
2.2.2. Análise Vertical	24
2.3. ANÁLISE POR INDICADORES	25
2.3.1. Índices de Liquidez.....	26
2.3.2. Índices de Estrutura Patrimonial.....	27
2.3.3. Índices de Rentabilidade.....	28
2.3.4. Varejo Brasileiro.....	29
3 METODOLOGIA.....	32
4 ANÁLISE DOS RESULTADOS	35
4.1. MAGAZINE LUIZA.....	35
4.1.1. Análise vertical do Balanço Patrimonial	35
4.1.2. Análise Horizontal do Balanço Patrimonial	37
4.1.3. Análise Vertical da Demonstração do Resultado	38
4.1.4. Análise Horizontal da Demonstração do Resultado	39
4.1.5. Análise dos Indicadores Financeiros	39
4.2. VIA VAREJO	42
4.2.1. Análise Vertical do Balanço Patrimonial	42
4.2.2. Análise Horizontal do Balanço Patrimonial-Via Varejo	43
4.2.3. Análise vertical da Demonstração do resultado-Via Varejo	45
4.2.4. Análise Horizontal da Demonstração do Resultado-Via Varejo	45
4.2.5. Análise dos Indicadores Financeiros	46
4.3. GRUPO CARREFOUR.....	49
4.3.1. Análise Vertical do Balanço Patrimonial-Carrefour	50
4.3.2. Análise Horizontal do Balanço Patrimonial-Carrefour	51

4.3.3. Análise Vertical da Demonstração do Resultado-Carrefour	51
4.3.4 Análise Horizontal da Demonstração do Resultado-Carrefour	52
4.3.5. Análise dos Indicadores Financeiros	53
4.4. GRUPO ASSAÍ	55
4.4.1. Análise Vertical do Balanço Patrimonial-Assaí	55
4.4.2. Análise Horizontal do Balanço Patrimônio-Assaí.....	56
4.4.3. Análise vertical da Demonstração do Resultado-Assaí.....	57
4.4.4. Análise Vertical da Demonstração do Resultado-Assaí	58
4.4.5. Análise dos Indicadores Financeiros	59
4.5. Análise comparativa dos índices médios das empresas analisadas.....	62
4.5.1. Índice de Liquidez	62
4.5.2. Índice de Estrutura Patrimonial	64
4.5.3. Índices de Rentabilidade.....	65
5.CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	68
6.REFERÊNCIAS.....	71

1 INTRODUÇÃO

Por diversas vezes na história, o mundo enfrentou crises sanitárias, econômicas e políticas. Em um passado recente, mais precisamente, fim do ano de 2019 e início do ano de 2020, conheceu-se mais uma crise, precursora da maior ruptura no modelo de vida do homem moderno, o surgimento de um vírus fatal, popularmente chamado de “Pandemia da Covid 19”. Segundo Souza (2021 p.1), “as epidemias e pandemias fazem parte do processo histórico e marcam períodos de instabilidades, rupturas e mudanças complexas na sociedade.”.

Em 31 de dezembro de 2019, a Organização Mundial da Saúde (OMS) foi alertada sobre vários casos de pneumonia na cidade de Wuhan, província de Hubei, na República Popular da China. Tratava-se de uma nova cepa (tipo) de Corona vírus que não havia sido identificada antes em seres humanos (OPAS 2020 p.1).

Ainda segundo a Organização Pan-Americana de Saúde (OPAS), em 30 de janeiro de 2020, com a confirmação de vários casos, o vírus se espalhou pela China e por todo mundo, causando gravíssimos prejuízos à saúde física da população e, muitas vezes, à morte.

O vírus da Covid 19, denominado de SARS-CoV-2 pela Organização mundial de Saúde (OMS), se disseminou rapidamente entre os países, sendo denominada, no início do ano de 2020, como uma pandemia. Os impactos das variações desse novo vírus geraram um colapso sanitário, econômico e social em todo o mundo. Na tentativa de controlar essa nova cepa e impedir a propagação de novos casos – a medida que o número de mortes pela Covid-19 aumentaram nos países – os órgãos governamentais e de saúde pública adotaram medidas preventivas e restritivas, como o isolamento social e o fechamento de diversos setores da economia, como, por exemplo, os comércios e as indústrias, dentre outros.

A OMS (2020), (Organização Mundial de Saúde) declarou que o surto do novo Corona vírus constituía Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional (ESPII), o mais alto nível de alerta da Organização, buscando assim um apoio mundial para diminuir a propagação do vírus. Dessa forma, várias medidas foram tomadas na tentativa de suavizar o impacto no cotidiano social, e flexibilizar o novo e necessário modelo de vida, conhecido como “novo normal”.

No Brasil, a pandemia se espalhou rapidamente, trazendo um ambiente de incertezas para toda a população. Para conter a aceleração da transmissão, diversos governadores e prefeitos decidiram pelo fechamento temporário de diversos estabelecimentos das mais diversas atividades, com a exceção dos serviços essenciais – como assistência à saúde; assistência social e atendimento à população em estado de vulnerabilidade; telecomunicações e internet, entre

outros. Isso impactou alguns setores da economia, haja vista que o fechamento desses estabelecimentos se estendeu por meses e, em alguns casos, até mais de um ano após o início da pandemia (Andrade, 2021).

Ainda nesse contexto, o PIB (Produto Interno Bruto), apresentou o pior resultado em 24 anos, e a bolsa de valores brasileira, B3, apresentou um ano turbulento, registrando então uma “*seis circuit breakers*” (paralisação dos negócios por quedas bruscas das ações), e chegou a ter 45% de perda no acumulado do ano em seu pior momento de 2020, conforme dados da B3 (Martins, 2020).

Entretanto, no contexto pandêmico, foi evidente o aumento da utilização do comércio eletrônico virtual. Com a população reclusa, mediante os decretos emitidos pelo poder dos entes federativos, e a elevação no número de casos positivos para Covid-19, as pessoas precisaram permanecer reclusas em casa, e uma das poucas opções de compras de bens de consumo foi o comércio virtual. Impulsionado pelos avanços tecnológicos e a modernização digital, as empresas ampliaram seus métodos, assim como o seu comportamento econômico, social e financeiro. Desta forma, a maioria dos produtos estão disponíveis a um “*click*” das mãos do consumidor. Após a crise sanitária, cerca de 71% das pessoas preferem compras online (CNN-Brasil, 2021).

Assim, Cunha (2022), destaca que com a população reclusa em suas residências, o comércio virtual passou a ser, em alguns momentos, a única opção viável, já que o número de casos de Covid-19 estava crescente. Assim, com a pandemia no auge de casos positivos, o comércio operado por vias virtuais se viu bastante desafiado, por ser a única ou a mais segura alternativa para a população fazer compras e vendas de produtos e bens de consumo. Diante disso, o mercado virtual, que já vinha em uma constante expansão, ampliou os seus investimentos de maneira significativa. Dessa forma, para se tornar ainda mais atrativa, as empresas passaram a concentrar a maior parte de seus recursos nesse modelo de comércio, o que tornava possível uma saída viável ao momento de caos em meio à pandemia.

Acompanhado desse desenvolvimento que explodiu em tempos pandêmicos, a implementação de vendas por instrumentos virtuais já apresentava grandes avanços, como os listados na pesquisa realizada pela Sociedade Brasileira do Varejo e Consumo (SBVC), ao qual o percentual entre as empresas que trabalhavam com o comércio eletrônico era de apenas 26% entre 2010 e 2015. De 2015 a 2020, houve um salto para 53%. Atualmente, 90% das empresas analisadas disseram atuar com o e-commerce (Schneider, 2022).

Porém, apesar de todo o contexto epidêmico que fortemente afetou o Brasil a partir do ano de 2020, onde já se acompanhava o desenvolvimento e o crescimento do comércio varejista

Brasileiro. Segundo a Sociedade Brasileira de Varejo e Comércio (SBVC, 2021), em 2019, o segmento apresentou um desempenho significativamente superior ao da economia como um todo, empregando cerca de 26% dos trabalhadores com carteira assinada no país, ou mais de 8,5 milhões de pessoas, acrescentado a alta de vendas do e-commerce, que no ano de 2020, registrou um faturamento de 87,4 bilhões no Brasil, (Sbvc,2021)

Esse segmento é composto por uma série de grandes, pequenas e médias empresas, que motivadas pelo desenvolvimento tecnológico, têm cada vez mais se moldado para atender a todas as necessidades dos seus consumidores. Um levantamento de dados idealizado pelo Instituto Brasileiro de Executivos de Varejo e Mercado de Consumo (IBEVAR), apurou o desempenho e faturamento das principais empresas do ramo, tais como a eficiência e a visibilidade de cada organização, que são consideradas líderes deste segmento (Ibevar, 2022).

Entretanto, como toda a Economia, e apesar dos bons números, o varejo foi um dos segmentos que também foi afetado pela crise, conforme dados da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), o Brasil ficou com um saldo negativo entre aberturas e fechamentos de lojas de 75,2 mil em 2020, e ampliada pela Agência Brasil (2020), que provocou o fechamento de 522,7 mil empresas de um total de 1,3 milhão que encerraram suas atividades, temporária ou definitivamente somente no ano de 2020, e mais de 1,4 milhão de empresas no ano de 2021. O país não havia passado por uma retração referente ao fechamento de estabelecimentos comerciais desde de 2016 (Andrade, 2021).

Porém, apesar de todo o cenário de crise até aqui discutido, algumas empresas foram na contramão e se desenvolveram, aproveitando a oportunidade do novo cenário do mercado. Algumas empresas, inclusive, por serem enquadradas como serviço essencial, cresceram consideravelmente no e-commerce de vendas online, se destacando, gerando oportunidades e apresentando resultados positivos em meio à turbulência vivenciada, uma vez que o varejo passou a operar de uma forma mais híbrida.

Assim, com o intuito de analisar o desempenho das principais varejistas em meio à crise, se fez necessário o acompanhamento dos dados através dos índices e os principais indicadores de mensuração. Em meio às incertezas dos resultados financeiros apresentados por este segmento, que funcionou como uma válvula de escape para a economia, se fomentou um declínio sobre o desempenho das principais empresas desse segmento. Dessa forma, torna-se necessária uma análise de informações das principais empresas listadas no ranking IBEVAR³

³ **IBEVAR – Instituto Brasileiro de Executivos de Varejo & Mercado de Consumo** é uma instituição sem fins lucrativos. Foi fundado em Dezembro de 2009, em São Paulo, por um grupo de profissionais ligados ao setor varejista com o objetivo de estabelecer grupos de discussão, relacionamento e conhecimento a respeito deste mercado.

(Instituto Brasileiro de Executivos de Varejo & Mercado de Consumo), uma instituição que está a mais de 10 anos e vem se consolidando como pilar e fonte de referência para o setor de varejo e mercado de consumo (Ibevar, 2023).

Em virtude do constante crescimento eletrônico em questão, é fundamental avaliar o desempenho financeiro e econômico de uma companhia, já que ele pode ser mensurado através das técnicas de análises das demonstrações contábeis, além da análise sobre índices e indicadores financeiros, e assim ter uma visão mais ampliada de sua participação no mercado moderno.

Mediante ao que foi abordado, apresentou-se o seguinte problema de pesquisa: quais as alterações ocorridas nos indicadores econômico-financeiros das empresas varejistas listadas no *Ranking* IBEVAR, no período pré-pandemia e pós-pandemia da Covid-19?

Diante da problemática, o objetivo da pesquisa foi diagnosticar as alterações ocorridas nos indicadores econômico-financeiros das empresas listadas no *Ranking* IBEVAR, nos períodos pré e pós pandemia.

Logo, para que seja alcançado tal objetivo, foram listados os seguintes objetivos específicos: i) Calcular os índices econômicos e financeiros dos anos de 2019 à 2022; ii) Analisar vertical e horizontalmente as contas do BP e da DRE; iii) realizar a análise utilizando os indicadores mais importantes dentro do contexto contábil.

A Pandemia da Covid-19 revelou-se desafiadora, atingindo toda a população de maneira inesperada. Com impactos em todas as áreas, foi inevitável o choque financeiro nos diversos setores que regem a economia de um país, principalmente no varejo, que possui um papel importante na economia. O fechamento das atividades causou conflito econômico na administração de vários dos negócios brasileiros.

Entretanto, segundo Cunha (2022), o desenvolvimento econômico de um país é resultado do funcionamento e interligação de diversos setores, entre eles, a indústria e a prestação de serviços. No funcionamento da economia, diversos fatores podem afetar o ciclo econômico, tais como os estados de emergência em saúde pública ocasionados, dentre outros fatores.

Vale ressaltar que as empresas em análise estão entre as principais varejistas do país, e lideram entre os maiores faturamentos do país, a IBEVAR (2022) destaca a classificação das 4 primeiras colocadas no quesito faturamento, onde em primeiro lugar se destaca o grupo Carrefour, com receita de R\$ 81,1 bilhões, seguido por Assai (R\$ 45,6 bilhões), Magazine Luiza (R\$ 42,9 bilhões) e Via Varejo (R\$ 36,3 bilhões). Empresas essas que se tornaram gigantes no e-commerce brasileiro, que apesar da crise financeira ocasionada pela pandemia, seguem com

muito potencial de mercado. Diante disso, observa-se que ainda há poucos estudos sobre análise de demonstrações por indicadores financeiros de empresas varejistas durante a pandemia, ampliando a relevância do tema aqui analisado.

Esse estudo abrange as alterações ocorridas pela pandemia, na estrutura econômico-financeira das principais varejistas do país, um dos segmentos mais fortes e importantes de uma economia, onde se buscou acompanhar os métodos e as estratégias utilizadas, quando comparadas com anos anteriores, o que pode contribuir, oferecendo dentro dessa temática conhecimento teórico e prático no âmbito acadêmico uma vez que o conteúdo tem embasamento técnico, podendo ser fonte para futuras pesquisas e estudos nessa área de formação.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Informações contábeis financeiras

Demonstrativos contábeis são a base de toda a informação contábil gerada em uma empresa, e consiste no exame atento dos dados financeiros disponíveis para extrair informações que servirão para tomada de decisões. Essas informações avaliam a comparação de desempenho e mensuração financeira dos resultados patrimoniais da entidade e outros eventos que ocorrem em um determinado período, e geralmente são elaboradas com o embasamento da continuidade de suas operações no futuro previsível (CPC 00-R2).

Nesse sentido, as demonstrações contábeis são relatórios que visam demonstrar a performance econômica e financeira, fornecendo informações com transparência sobre a posição patrimonial e o desempenho de suas operações de forma confiável e eficiente, proporcionando uma base segura sobre o desempenho, evolução, riscos e oportunidades que a entidade oferece (NBC T 1).

Sendo assim, as demonstrações contábeis consistem em uma técnica que extrai diversas informações contábeis estratégicas aos tomadores de decisões, e são elaboradas a partir de fatos ocorridos no exercício da empresa. Desta forma, destaca-se que

O objetivo das demonstrações contábeis é fornecer informações financeiras sobre os ativos, passivos, patrimônio líquido, receitas e despesas da entidade que reporta que sejam úteis aos usuários das demonstrações contábeis na avaliação das perspectivas para futuros fluxos de entrada de caixa líquidos para a entidade que reporta e na avaliação da gestão de recursos da administração sobre os recursos econômicos da entidade (CPC-00 -R2).

As demonstrações contábeis “são aquelas cujo propósito reside no atendimento das necessidades informacionais de usuários externos que não se encontram em condições de requerer relatórios especificamente planejados para atender às suas necessidades peculiares.” (CPC 26 R1, p. 3). Ainda nesse sentido, o CPC 26 R1 complementa que

As demonstrações contábeis são uma representação estruturada da posição patrimonial e financeira e do desempenho da entidade. O objetivo das demonstrações contábeis é o de proporcionar informação acerca da posição patrimonial e financeira, do desempenho e dos fluxos de caixa da entidade que seja útil a um grande número de usuários em suas avaliações e tomada de decisões econômicas. As demonstrações contábeis também objetivam apresentar os resultados da atuação da administração, em face de seus deveres e responsabilidades na gestão diligente dos recursos que lhe foram confiados (CPC-26-R1).

Partindo desse pressuposto, o artigo 176, § 3º da LEI 6.404/76, que dispõe sobre as sociedades por ações, enfatiza que ao fim de cada exercício, a empresa deverá elaborar, segundo a escrituração contábil as seguintes demonstrações, que esclareceram a atual situação patrimonial:

I – Balanço patrimonial; II - demonstração dos lucros ou prejuízos acumulados; III - demonstração do resultado do exercício; e IV - demonstração dos fluxos de caixa; e (Inciso com redação dada pela Lei nº 11.638, de 28/12/2007) V - se companhia aberta, demonstração do valor adicionado. (Capítulo XV p.66)

Iudícibus (2014) também contribui com a Lei das Sociedades por Ações, estabelecendo que, ao fim da atividade do período (geralmente 12 meses), a empresa, por meio da escrituração contábil, deve elaborar tais demonstrações contábeis, citadas na lei 6.404, tratando como fundamentais na para avaliação da empresa.

Para Silva e Souza (2011) é possível realizar todas as análises financeiras, no entanto, para ser mais objetivo, as atenções se concentram no balanço patrimonial-BP e na demonstração do resultado-DRE, pois evidenciaram os fatos de uma forma mais precisa de toda situação econômico-financeira da entidade do período estudado.

Desta forma, é importante conhecer o balanço patrimonial e a demonstração do resultado de forma enfática, assim como os grupos que a compõem.

2.1.1 Balanço Patrimonial

O Balanço patrimonial é um demonstrativo que visa a representação da posição patrimonial e financeira da empresa em um certo momento, e normalmente costuma ser elaborado a cada exercício, costumeiramente no dia 31/12 de cada ano (Pereira, 2014).

Nessa perspectiva, Martins, Miranda e Diniz (2014) pontuam que o Balanço Patrimonial transcreve de forma estática a situação financeira da entidade, sendo um ponto de partida na análise das demonstrações contábeis. Neste entendimento, Matarazzo (2010) declara que

É a demonstração que apresenta todos os bens e direitos da empresa – ativo- assim como as obrigações – passivo Exigível- em determinada data. A diferença entre ativo e passivo é chamada Patrimônio líquido e representa o capital investido pelos proprietários da empresa, que através de recursos trazidos de fora da empresa, que gerados por esta em suas operações e internamente (Matarazzo, 2010, p 26).

Mediante os posicionamentos apresentados, entende-se que o balanço patrimonial é um demonstrativo fundamental no escopo das demonstrações contábeis, pois é um instrumento de percepção dos principais atributos financeiros e patrimoniais da entidade

Para tal, o artigo 176, § 3º da LEI 6.404/76, esclarece que no Balanço Patrimonial as contas serão sempre classificadas segundo o patrimônio que registrem, e agrupadas de maneira que possam facilitar o entendimento e análise financeira da companhia.

Ainda segundo a lei das sociedades anônimas, o balanço será constituído por ativo, onde as contas são classificadas por ordem decrescente de liquidez; por passivo, onde estarão as obrigações que regem a companhia; e por patrimônio líquido, onde estão registrados os recursos próprios da entidade, sendo a diferença do ativo e passivo.

QUADRO 1: Modelo do Balanço Patrimonial

BALANÇO PATRIMONIAL	
ATIVO	PASSIVO
Ativo Circulante	Passivo circulante
Dispo/nível Contas a receber Estoques Ativos especiais e despesas Antecipadas	Passivo não circulante
Ativo não circulante	PATRIMÔNIO LÍQUIDO
Ativo Realizável a Longo Prazo Investimentos Imobilizado Intangível	Capital Social Reserva de capital Ajustes de avaliação Patrimonial Reservas de Lucro Ações em Tesouraria Lucros/Prejuízos acumulados

Fonte: adaptado de Martins, Miranda e Diniz (2014, p.26)

Assim também é fundamental a compreensão das informações da demonstração do resultado para embasar os dados financeiros alocados no balanço patrimonial.

2.1.2 Demonstração do Resultado do exercício

A Demonstração do Resultado do Exercício é um documento contábil elaborado juntamente com o Balanço Patrimonial, que descreve as operações financeiras da Empresa no Exercício.

O mestre Iudícibus (2014), trata o resultado do exercício como um resumo ordenado das receitas e despesas de forma dedutiva, onde se subtrai as despesas das receitas, indicando o resultado em um determinado período de tempo, que geralmente é de 12 meses.

Sendo um resumo ordenado de receita e despesa da empresa em um determinado período, a Demonstração do Resultado, evidencia a composição do resultado da entidade, chegando-se ao lucro ou prejuízo, em outras palavras a DRE representa a avaliação do desempenho da empresa (SZUSTER *et al.* 2013).

De forma esquematizada, apresenta-se os resultados obtidos no tempo estimado, e chega-se ao resultado deduzindo as receitas das despesas ocorridas nesse período (MARTINS, MIRANDA E DINIZ, 2014).

QUADRO 2: Modelo da Demonstração do Resultado

Demonstração do Resultado do Exercício
RECEITA LÍQUIDA
(-) Custo dos produtos vendidos ou Serviços prestados
= RESULTADO BRUTO
(-) DESPESAS OPERACIONAIS
= RESULTADO OPERACIONAL
(-) Provisão para o IR e Contribuição Social
= RESULTADO LÍQUIDO ANTES DAS PARTICIPAÇÕES E CONTRIBUIÇÕES
(-) Participações
(-) Contribuições
= LUCRO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO
(+) Juros sobre capital Próprio
= LUCRO LÍQUIDO POR AÇÃO

Fonte: adaptado de Martins, Miranda e Diniz (2014, p.26)

Dentro desse contexto, abordaremos a análise das demonstrações contábeis explorando as suas individualidades, assim como os indicadores Financeiros e Econômicos e os índices que o compõem.

2.2 Análise das demonstrações contábeis

Na contabilidade, a análise das demonstrações contábeis é vista como uma ferramenta para gestão, desenvolvimento e organização das empresas. Ela permite saber o histórico financeiro da empresa, apresentando um detalhamento dos dados e das informações mais importantes no processo de tomada de decisões. A análise das demonstrações contábeis tem por objetivo:

Observar e confrontar os elementos patrimoniais e os resultados das operações, visando ao conhecimento minucioso de sua composição qualitativa e de sua expressão quantitativa, de modo a revelar os fatores antecedentes e determinantes da situação atual e, também, a servir de ponto de partida para delinear o comportamento futuro da empresa (Braga, 2012, p. 129).

Ressalta-se que um dos principais objetivos das análises das demonstrações financeiras consiste na verificação do desempenho da empresa em determinado período, verificando a situação financeira e patrimonial, buscando um melhor desempenho dessas atividades e do conjunto de todos os departamentos da empresa, para assim trabalhar os resultados que possam auxiliar, principalmente, acionistas, credores e administradores na tomada de decisões (PEREIRA, 2018).

Em suma, a análise contábil detém várias possibilidades e limitações. Por ter o propósito de avaliar sua situação econômico-financeira, muitas vezes ela aponta mais problemas a serem investigados do que as soluções. Porém, se bem utilizada, pode se transformar em um poderoso painel de controle da administração (IUDÍCIBUS, 2014).

Acompanhando o mesmo raciocínio acima, Viceconti e Neves (2014) dizem que a análise das demonstrações estuda a situação patrimonial da entidade através da decomposição, interpretação e composição, das demonstrações contábeis, visando obter informações analíticas e precisas sobre a situação geral da empresa.

Com mais profundidade, Martins, Miranda e Diniz (2014), conceituam e esclarecem completamente a visão e o entendimento sobre a análise de demonstrativos financeiros, pois para eles

A análise das demonstrações contábeis é um conjunto de esforços sistemáticos para determinar por parte de uma pessoa preparada, o significado e o sentido das demonstrações financeiras, com vistas a permitir a realização da previsão da liquidez, da solvência e da rentabilidade de uma entidade (Martins, Miranda e Diniz, 2014, p. 26)

Sendo o principal método de apuração de resultados e informações, a análise das demonstrações contábeis apresenta dois métodos de análise: a Análise horizontal e a Análise Vertical. Por meio da análise vertical e horizontal é possível avaliar cada conta dos grupos das demonstrações contábeis de forma rápida e simples, comparando cada conta isoladamente entre si e entre diferentes períodos (MARTINS, MIRANDA, DINIZ, 2014).

2.2.1 Análise Horizontal

Neste subtópico observou-se a finalidade e a importância da análise horizontal, por meio dela apontou-se o crescimento ou retração dos itens analisados. Por ser um método de avaliar a evolução de alguns indicadores ao longo do tempo, ele possui a finalidade de apontar o crescimento de algumas contas do balanço e das demonstrações contábeis de resultado através dos períodos, comparando o ano base com um estimado, a fim de caracterizar as tendências por elas exploradas (IUDÍCIBUS, 2014).

Por ser um processo temporal, a análise horizontal permite verificar a evolução das contas e dos grupos, de forma individual, por meio de números-índices. De forma imediata, é preciso estabelecer uma data base, que normalmente é a demonstração mais antiga, a qual terá valor índice 100. Para encontrar o valor dos próximos anos, basta fazer a regra de três para cada ano relacionando com o ano base (MARTINS, MIRANDA E DINIZ, 2014).

Viceconti e Neves (2014) e Szuster *et al.* (2013), dialogam que o objetivo da análise horizontal é avaliar o aumento ou diminuição dos valores que expressam os elementos das contas das demonstrações contábeis, ao longo de um tempo determinado. As datas de períodos mais ábditos são tidos como base, e se atribui o percentual de 100%, enquanto os valores mais recentes são expresso em porcentagem comparando com o ano anterior. Entretanto, a análise horizontal ganha mais sentido quando aliada a análise vertical, portanto, devem ser utilizadas em conjunto.

2.2.2. Análise Vertical

A análise vertical é calculada de forma semelhante à análise horizontal. Ambos calculados mediante a regra de três. A análise vertical é realizada mediante a apuração de dados do mesmo grupo de contas, ou seja, analisa-se uma conta em relação a outra conta, e pode ser utilizada para todas as demonstrações financeiras. Esses percentuais podem ser obtidos e analisados entre si, assim como entre outras empresas, pois “O objetivo é dar uma ideia de

representatividade de cada item ou subgrupo, de uma demonstração financeira relativamente a um determinado total ou subtotal tomado como base”. (MARTINS, MIRANDA E DINIZ, p.109, 2014). Essa análise tem como finalidade

Verificar a estrutura patrimonial e de resultado da entidade. É utilizada para avaliar a relação entre as contas de uma única demonstração contábil. A conta que representa a totalidade da demonstração contábil é tida como 100%, enquanto os outros itens são expressos em percentagem dessa conta. Trata-se, portanto, de uma metodologia de análise que mostra a participação percentual de cada um dos itens das demonstrações contábeis em relação ao somatório de seu grupo (Szuster *et al.* 2013, p. 34).

De forma simples e direta, Indicibus (2014) declara e alerta que esse tipo de análise é importante, principalmente para avaliar a estrutura da composição de itens e sua evolução no tempo. Sendo uma análise extremamente reveladora, entretanto, não se deve esperar resultados imediatos como consequência de uma análise, a não ser em casos extremamente evidentes.

2.3. Análise por Indicadores

Para o exame da situação econômico-financeira de uma empresa, mediante a análise das demonstrações contábeis, deve-se extrair indicadores que lhe forneçam as informações desejadas. O objetivo da análise definirá não só o tipo de indicadores a serem utilizados, mas também a postura que será utilizada para análise (SZUSTER *et al.* 2013).

Assim, em busca de ampliar a capacidade e a qualidade da avaliação, se especulam os principais índices de: Liquidez, Endividamento e Rentabilidade, assim como os índices que compõem cada grupo de indicadores.

Ainda sobre a composição dos indicadores, SZUSTER *et al.* (2013) explica que o principal instrumento da análise econômico-financeira é o índice, ou seja, o resultado da comparação entre grandezas. Nesse sentido, os índices estabelecem a relação entre contas ou grupos de contas, visando evidenciar um determinado aspecto da situação econômico-financeira de uma empresa. Portanto, eles servem como um termômetro na avaliação da financeira de uma empresa.

Nesse sentido, o importante não é o uso da grande quantidade de índices, mas somente aqueles necessários para a compreensão da situação da entidade em análise. Entretanto, para melhor desenvolver a análise, “deve-se observar a evolução dos indicadores ao longo do tempo em uma mesma entidade, tendo como base períodos anteriores, bem como comparar os resultados com outras empresas do mesmo setor, de forma isolada, ou com indicadores setoriais”(MARTINS, MIRANDA E DINIZ, p.109, 2014).

2.3.1 Índices de Liquidez

Os índices de Liquidez avaliam a capacidade financeira da empresa de honrar seus compromissos com terceiros. Notabiliza também o quanto a empresa dispõe de bens e direitos em um determinado período em relação às obrigações exigíveis. Ou seja, os indicadores de liquidez retratam que, quanto maior a liquidez, melhor será a situação financeira da empresa. (SZUSTER *et al.* 2013).

Assim, compreende-se que os índices de liquidez apresentam a situação financeira de uma empresa diante das suas obrigações assumidas, demonstrando sua capacidade de honrar compromissos assumidos, sinalizando a condição de continuidade (MARTINS, MIRANDA E DINIZ, 2014).

Diante das informações acima apresentadas, são demonstradas no quadro 3 abaixo o grupo dos índices de liquidez e suas devidas interpretações, onde esse é subdividido em: liquidez corrente, liquidez seca e liquidez geral.

QUADRO 3: Índices de Liquidez

Liquidez Corrente	$LC = \frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}}$	A liquidez corrente mostra o quanto a empresa possui recursos de curto prazo para cada real de dívidas de curto prazo.
Liquidez Seca	$LS = \frac{\text{Ativo Circulante} - \text{Estoque-Desp. Antecipadas}}{\text{Passivo Circulante}}$	A liquidez seca mostra quanto a empresa possui de ativos líquidos para cada real de dívidas de curto prazo.
Liquidez Geral	$LG = \frac{\text{Ativo Circul.} + \text{Real. L. Prazo}}{\text{Passivo Circul.} + \text{Exig. L. Prazo}}$	O índice de liquidez geral mostra o quanto a empresa possui de recursos de curto e longo Prazo, para cada real de dívida de curto e longo prazo

Fonte: adaptado de MARTINS, MIRANDA E DINIZ (2014. P. 26)

Para Martins, Miranda e Diniz (2014), é através dos índices desse grupo que se pode investigar quão sólida é a base financeira de uma empresa. Nota-se também que é preciso estabelecer um parâmetro para melhor compreensão dos índices, tal como a análise dos indicadores ao longo do tempo, tendo como base períodos anteriores.

2.3.2 Índices de Estrutura Patrimonial

Os índices de endividamento evidenciam a segurança que a empresa pode oferecer ao capital investido por terceiros. Em outras palavras, representa a política de obtenção de recursos e a distribuição entre os ativos. Assim, quanto maior for a participação de terceiros em uma empresa, maior será o risco que eles estarão expostos, ou seja, quanto maior o índice, pior. (SZUSTER *et al.* 2013)

A análise estrutural utiliza-se de índices para estabelecer a relação entre as fontes de financiamento próprio e de terceiros, ou melhor, evidencia a dependência da entidade em relação a aplicação do capital por terceiros. Para esta análise, Martins, Miranda e Diniz (2014) apresenta os seguintes índices: endividamento, composição do endividamento, imobilização do PL e imobilização dos recursos não correntes.

QUADRO 4: Índices de Estrutura Patrimonial

ÍNDICES	FÓRMULAS	DEFINIÇÕES
Endividamento	$E = \frac{\text{Capitais de Terceiros}}{\text{Patrimônio Líquido}}$	Indica quanto a empresa tem de dívida com terceiros para cada Real de Recursos Próprio.
Composição do Endividamento	$CE = \frac{\text{Passivo Circulante}}{\text{Capital de Terceiros}}$	Revela o quanto da dívida total com terceiros é exigível no longo prazo e no curto prazo.
Imobilização do Patrimônio Líquido	$LC = \frac{\text{Ativo não circulante} - \text{Ativo Realizável L.P.}}{\text{Patrimônio Líquido}}$	Indica a parcela do capital próprio que está investida em Ativos de Baixa Liquidez, ou seja, ativos não circulantes menos os ativos realizáveis a longo prazo.
Imobilização dos Recursos não correntes	$IRC = \frac{\text{Ativo não Circulante} - \text{ativo Realizável LP}}{\text{PL} + \text{Passivo não Circulante}}$	Indica o Percentual de recursos de longo prazo aplicados nos grupos de ativos de liquidez.

Fonte: adaptado de MARTINS, MIRANDA E DINIZ, 2014

De todos os pontos citados, destaca-se a composição do endividamento, pois é comum que a empresa busque recursos de longo prazo para financiar o Ativo não Circulante e Recursos de Curto Prazo para financiar o Ativo Circulante. Assim, uma empresa com bons níveis de endividamento à longo prazo terá melhores condições de gerar recursos frente a seus compromissos (MARTINS, MIRANDA E DINIZ, 2014).

2.3.3 Índices de Rentabilidade

Quando se tratamos de rentabilidade, compreendemos que ela é o reflexo das políticas aplicadas e das decisões tomadas pela administração da empresa, visando o nível de eficiência e o grau de êxito econômico-financeiro atingido. Dessa forma, entende-se que quanto maior, melhor (SZUSTER *et al.* 2013).

Os índices de rentabilidade abordam um aspecto econômico das demonstrações contábeis, portanto, “relacionam os resultados obtidos pela empresa com algum valor que expresse dimensão relativa do mesmo, ou seja valor de venda, ativo total, patrimônio líquido ou ativo operacional.” (MARTINS, MIRANDA E DINIZ, 2014).

No quadro abaixo serão analisados os seguintes índices: retorno sobre o investimento, giro do ativo, margem líquida, retorno sobre o patrimônio líquido e alavancagem financeira.

QUADRO 5: Índices de Rentabilidade

ÍNDICES	FÓRMULAS	DEFINIÇÕES
Retorno sobre o Investimento	$RI = \frac{\text{Lucro Operacional Líquido}}{\text{Investimento}} \times 100$	Mostra o quanto a empresa obteve de resultado em relação ao investimento nela realizado.
Margem Operacional	$MP = \frac{\text{Lucro operacional Líquido}}{\text{Receitas Líquidas}}$	Indica o percentual de vendas convertidas em Lucro.
Giro do Ativo	$GA = \frac{\text{Receitas Líquida}}{\text{Investimento}}$	Indica quanto a empresa vendeu para cada real investido.
Rentabilidade do Patrimônio Líquido	$RPL = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{patrimônio Líquido}}$	Verifica o retorno obtido pelos acionistas considerando a estrutura de capital utilizada pela entidade em determinado período.

Fonte: adaptado de MARTINS, MIRANDA E DINIZ (2014, p. 26)

Entretanto, recomenda-se avaliar o desempenho da entidade dentro do respectivo setor econômico, para que desta forma torna-se mais visível o desempenho econômico da entidade, independentemente de seu tamanho. Assim, o maior destaque fica notório no Giro do Ativo, uma vez que indica e compara as vendas da empresa com o seu investimento, estabelecendo uma relação entre as vendas líquidas e o ativo da entidade (MARTINS, MIRANDA E DINIZ, 2014).

2.4 Varejo Brasileiro

O varejo é um dos principais setores do comércio mundial. Atualmente, abrange uma grande quantidade de empresas e pessoas que se enquadram em um denominador comum: vender ou comprar um produto. Ele é um dos principais motores que movem a economia de qualquer país.

Mundialmente, o varejo nasce das necessidades emergentes por produtos e serviços baseados no processo de troca entre indivíduos, onde nasce a figura do vendedor e do consumidor. As trocas eram feitas através de um processo de escambo, ou seja, um indivíduo que possuía certa quantidade de determinado produto negociava seu produto com outro indivíduo que possuía um bem diferente. Caso ambas as necessidades dos negociantes fossem atendidas, efetuava-se a troca. A partir disso se compreende desenvolve o comércio varejista, que apesar da grande evolução com a nova era digital, permanece seguindo o mesmo modelo de troca, onde se busca um bem que satisfaça sua necessidade, e em contrapartida, o outro assume o papel de vendedor (Amorim, 2015).

No Brasil, a história do varejo começou no período colonial, quando surgiram os primeiros armazéns durante a colonização portuguesa, quando os portugueses faziam dos índios escravizados, para extraírem as riquezas naturais e as venderem em grande quantidade, tanto como matéria-prima, quanto em forma de diversos produtos. (Casting, 2018)

A cultura do varejo perdurou na sociedade nas épocas das plantações de café, algodão, cana de açúcar, dentre outros, nas quais os consumidores adquiriam os produtos em pequenas quantidades (Lemos,2016).

Com o passar do tempo, o varejo passou por uma grande evolução, influenciada pela globalização e pelo impacto das tecnologias e da era digital. Hoje em dia o consumidor escolhe sozinho as suas próprias mercadorias, mediante a tecnologia e a internet, que transformaram a relação entre vendedor e consumidor, permitindo que as vendas aconteçam virtualmente, por meio de sites e redes sociais (Casting, 2018). Ainda nesse sentido, é possível complementar que

Com toda essa evolução, o varejo tem se tornado um mercado cada vez mais dinâmico e competitivo, buscando sempre estratégias e investimentos para alcançar novos clientes, fidelizar os antigos e aumentar as vendas e, conseqüentemente, o faturamento do estabelecimento. Hoje, os consumidores procuram verdadeiras experiências e preferem pagar mais para serem bem atendidos. Por isso, as lojas que querem atingir mais clientes e vender mais tentam, com o auxílio das novas tecnologias, satisfazer os clientes da melhor maneira possível (Casting,2018, p. 40)

As novas tecnologias fizeram com que a relação entre vendedor e consumidor se estreitassem, já que o cliente passou a manter um maior contato com o estabelecimento, enviando mensagens e sendo respondido com certa rapidez e facilidade.

Com o avanço acelerado da tecnologia, o acesso à internet é cada vez maior, e o crescimento de usuários nos meios digitais faz com que, a partir de agora, seja imprescindível a presença das empresas na Web, e comecem a pensar em investir no comércio eletrônico, para

que tenham um novo canal de vendas e possam assim ampliar seu alcance de público, vendas e experiência (Arantes, 2016).

Observa-se que o mundo está em constante evolução tecnológica, e junto a estas evoluções, sempre surgem novos estilos de vida que podem facilitar o nosso dia-a-dia. Ou seja, essa é a nova era, a era do e-commerce, que facilitou todo o processo de compra e venda. Atualmente, muitas pessoas compram sem sair de casa, pois muitas empresas possuem suas lojas virtuais para levar mais conforto aos seus clientes.

O e-commerce representa uma grande parcela do faturamento de grandes empresas de varejo do Brasil, atraindo muitos investidores no mercado digital nacional. Por ser muito promissor, esse novo modelo de negócio é considerado por muitos o negócio do século, pois as pessoas procuram cada vez mais otimizar seu tempo, buscar informações rápidas e produtos de qualidade; sendo assim, o comércio eletrônico é um ótimo recurso para proporcionar isso ao consumidor (ARANTES, 2016).

Como o setor varejista acumulou um lastro muito grande de crescimento, muitas organizações passaram a analisar e observar o crescimento desses empreendimentos que expandiram com o poder do mercado varejista. Entre as tais, é possível destacar a SBVC (Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo), uma entidade aberta, sem fins lucrativos, multisetorial, e com atuação complementar às demais entidades de classe do varejo. Constituída com o propósito de contribuir para o aumento da competitividade do varejo, e trazendo conteúdos e estudos de mercado, ela também promove o networking entre executivos varejistas de todos os segmentos; Já o Instituto IBEVAR (Instituto Brasileiro de Executivos de Varejo & Mercado de Consumo), sendo uma instituição sem fins lucrativos, fundada em Dezembro de 2009, em São Paulo, por um grupo de profissionais ligados ao setor varejista, tem com o objetivo de estabelecer grupos de discussão, relacionamento e conhecimento a respeito deste mercado.(Sbvc, 2022)

Ao longo desses anos de atuação, o IBEVAR inovou sua plataforma, ampliou seus canais de comunicação, elevou a importância de seus pilares e consolidou sua participação como fonte de referência para o setor de varejo e mercado de consumo.

Diante do que foi abordado e da importância e crescimento desse segmento, é cabível a análise e estudo das grandes empresas que compõem esse grupo tão importante na composição da economia do país.

3 PROCEDIMENTOS METODOLOGICOS

O presente estudo, mediante seus objetivos, se classificou como uma pesquisa descritiva. De acordo com Prodanov (2013), a pesquisa descritiva é aquela que visa descrever as características de um fenômeno ou de uma população, onde são recolhidas informações específicas e detalhadas, sendo um método que expõe dados e corrobora com a análise. Dessa forma, o presente estudo aborda, mediante a análise das demonstrações contábeis, o resultado da análise vertical e horizontal do Balanço Patrimonial e da Demonstração do Resulto das empresas varejistas mais bem colocadas no ranking IBEVEAR, sendo elas Carrefour, Assaí, Via Varejo e Magazine Luiza, assim como os Indicadores de liquidez, estrutura de capital e rentabilidade e os índices do os compõem. Dessa forma, pode-se averiguar as condições dessas empresas no período pré e pós Pandêmico.

Entretanto, no que tange a natureza do problema, esta pesquisa foi classificada como quantitativa, pois utilizou-se da estatística descritiva, especificamente a média e outras variáveis. Entre as empresas analisadas foram observados respectivamente seus BPs e DREs, observando as principais contas disponíveis respectivamente em todas as organizações, aplicando o método de análise vertical e horizontal. Entretanto, Martins, Dinis e Miranda (2014), alertam sobre a importância de utilizar os índices necessários a compreensão da situação da entidade em análise, e não uma grande quantidade de índices, pois pode ocorrer o risco de perder o foco do detalhamento da análise em questão.

No intuito de um enriquecimento das informações analisadas, utilizou-se os principais indicadores contábeis, sendo eles: índices de liquidez, tal como corrente, seca e geral, que permitem uma visão macro da situação econômico-financeira da empresa; índices de endividamento que evidenciam a dependência da entidade em relação ao capital de terceiros tomado por cada entidade, e se dividem em endividamentos, composição do endividamento, imobilização do PL e imobilização dos recurso não correntes; e os índices de rentabilidade, que expressam o resultado obtido por valores relativos a vendas, ativo total e patrimônio líquido, e são representados por retorno sobre o investimento, giro do ativo, margem líquida, decomposição do retorno sobre o investimento, retorno sobre o patrimônio líquido e alavancagem financeira.

De acordo com Sampieri, Callado e Lucio (2013), a pesquisa quantitativa é aquela que tende a realizar a coleta de dados, para assim poder utilizar-se de técnicas estatísticas para analisá-los. Apesar das evidências destacarem o método quantitativo, este trabalho também se baseou no método qualitativo, pois surge a necessidade de analisar e interpretar dados, segundo

a percepção e compreensão interpessoal. A pesquisa quantitativa envolve a obtenção de dados descritivos, obtidos do contato direto do pesquisador com a situação estudada, além de enfatizar mais o processo do que o produto, preocupando-se em retratar a perspectiva dos participantes (LÜDKE; ANDRÉ, 2014, p.14).

Sendo assim, os procedimentos de coleta de dados deste estudo adotou a pesquisa documental, que segundo Marconi e Lakatos (2021), utiliza dados que já existem em documentos, visando selecionar, tratar e interpretar a informação bruta já que, por serem fontes primárias, ainda não foram tratadas cientificamente. Dessa forma, utiliza-se informações obtidas a partir dos balanços patrimoniais e das demonstrações do resultado dos exercícios publicados pelas empresas selecionadas, no intuito de traçar os indicadores necessários às respectivas análises. Os dados foram coletados, principalmente, nos sites oficiais de cada empresa, assim como na B3 (Brasil bolsa balcão), onde foram selecionados os principais demonstrativos das empresas mais bem colocadas pelo ranking IBEVAR, aplicando-se os itens detidos entre os anos de 2018 e 2022, buscando compreender a real situação da comparação do período pré e pós pandêmico no segmento Varejista Brasileiro.

Tendo em vista a análise de diferentes empresas do mesmo seguimento, esse estudo fundamenta-se também como multicase, o que segundo Rauen (2002, p.212), é um estudo de dois ou mais sujeitos ou organizações. Dessa forma há uma maior abrangência de resultados, pois busca-se analisar e comparar não apenas às informações de uma só organização, mas de um grupo de entidades, com foco em um resultado mais robusto e fidedigno. Sendo assim, o grupo de análise desta pesquisa foi composto pelas empresas listadas com os melhores desempenhos pelo Ranking IBEVAR, observando os segmentos do varejo e de bens e serviços, destacados no ano de 2022. São objetos de análise as primeiras colocadas, tendo em vista o critério de maior faturamento e eficiência operacional, além da imagem das empresas, segundo a percepção dos consumidores, são elas: Carrefour, Grupo Assaí, Magazine Luiza e Via Varejo, veja as o quadro 6 abaixo:

QUADRO 6: Definição das Empresas

Grupo Carrefour	Rede com cerca de 12 mil lojas por todo o mundo. Atualmente, é o maior grupo de varejo alimentar do Brasil. Mais do que um grande varejista, ela representa um ecossistema de negócios. Está presente em todos os estados brasileiros e no Distrito Federal, com 722 pontos de venda nos diversos formatos, e emprega cerca de 95 mil pessoas. Além de oferecer diversos formatos para atender a diferentes segmentos de mercado, e estarem sempre presentes na vida e na rotina de seus consumidores.
-----------------	--

Grupo Assaí	Empresa brasileira de atacado de autosserviço (ou Cash & Carry), criada em 1974 na cidade de São Paulo/SP. Atualmente conta com 266 lojas espalhadas em todos os estados do país, incluindo o Distrito Federal, e conta com a visita mensal de mais de 30 milhões de clientes. Um dos principais pontos de destaque é sua capacidade de crescimento, empregando cerca de 70 mil funcionários, e ocupando o 2º lugar como maior varejista do Brasil.
Magazine Luiza	Criado na década de 50 em Franca, no interior de São Paulo, o Magazine Luiza tornou-se uma companhia orientada por ciclos de desenvolvimento. Sendo uma grande plataforma digital de vendas, com 1.302 lojas físicas localizadas em 20 estados do país, cerca de 35 mil funcionários e 23 centros de distribuição. A partir de 2019, iniciou-se um novo momento, o lançamento da Magalu como uma plataforma digital de varejo, um ecossistema que contribui para que milhares de outros negócios ingressem no universo digital.
Via Varejo	É uma empresa de comércio varejista brasileiro. Fundada em 2010, a empresa é responsável pela administração de duas importantes varejistas brasileiras: as Casas Bahia e o Ponto Frio. A companhia está presente em mais de 400 municípios brasileiros, 20 Estados e no Distrito Federal, com mais de 900 lojas e cerca de 50 mil colaboradores. A empresa, que tem sede administrativa no município de São Caetano do Sul, na Grande São Paulo (SP), posiciona-se como uma das maiores varejistas de eletroeletrônicos do mundo. Em 2022, ocupou o quarto lugar entre os maiores varejistas do Brasil, de acordo com o Ranking IBEVAR.

Fonte: elaborado pelo autor a partir dos sites: <https://www.magazineluiza.com.br>; <https://www.carrefour.com.br> ; <https://viavarejo.gupy.io>; <https://www.assai.com.br> >

O período de análise é correspondente aos exercícios dos anos de 2018 à 2022 que são, respectivamente, o período antecessor, durante, e o posterior a pandemia da Covid-19.

Para simplificar o entendimento, utilizaremos de tabelas e gráficos de forma expositiva, para uma melhor absorção da exposição do conteúdo abordado nesse estudo.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Neste capítulo serão apresentados os estudos de casos de empresas pertencentes ao segmento do varejo, no qual elas estão inseridas e operantes no mercado brasileiro. Desta forma, realizou-se a análise e a verificação dos resultados por meio dos dados coletados referente às demonstrações de resultado, balanço patrimonial e indicadores financeiros das empresas varejistas Magazine Luiza, Via S.A, Grupo Assaí e o Grupo Carrefour S.A, entre os períodos de 2018 a 2022.

Vale ressaltar que foram utilizados os índices econômico-financeiros, segundo a literatura de Martins, Miranda e Diniz (2014), e de forma prática, apresentar o diagnóstico os indicadores econômicos-f financeiros no período pré e pós pandemia da covid 19, e afim de responder aos objetivos propostos, os resultados se encontram organizados através de tabelas, para que dessa forma, possamos melhor sistematizar a compreensão obtida.

4.1. Magazine Luiza

Uma das principais varejistas do país, e com a 3º posição em faturamento, segundo o IBEVAR (2022), o Magazine Luiza é uma potência nacional do seguimento. A seguir, observaremos o balanço patrimonial e a demonstração de resultado do exercício relativo aos anos de 2019 à 2022.

4.1.1. Análise vertical do Balanço Patrimonial

Tabela 1: Análise vertical do Balanço Patrimonial-Magazine Luiza

Balanço Patrimonial-Análise Vertical											
	2022		2021		2020		2019		2018		Media
	\$	A.V%	\$	A.V%	\$	A.V%	\$	A.V%	\$	A.V%	
Ativo Total	33.199.801	100	34.262.739	100	22.296.830	100	18.611.817	100	8.730.333	100	100,00
Ativo Circulante	17.320.290	52	20.512.331	60	14.799.483	66	12.157.015	65	6.312.813	70	65,00
Caixa e Equivalentes de Caixa	808.764	2	1.458.754	4	1.281.569	6	180.799	1	548.553	10	4,00
Contas a Receber	4.587.059	14	3.928.531	11	3.460.711	16	2.769.649	15	2.024.685	20	16,00
Estoques	6.608.969	20	7.873.544	23	5.459.037	24	3.509.334	19	2.790.726	30	24,00
Tributos a Recuperar	1.635.042	5	1.357.033	4	594.782	3	777.929	4	299.746	0	4,00
Outros Ativos Circulantes	3.376.158	10	4.338.258	13	2.783.289	13	473.161	3	239.992	0	8,00
Ativo Não Circulante	15.879.511	48	13.750.408	40	7.497.347	34	6.454.802	8	2.417.520	30	37,00
Ativo Realizável a Longo Prazo	5.021.747	15	3.411.520	10	1.585.551	7	1.491.070	8	711.353	10	10,00
investimentos	4.718.564	14	4.507.355	13	1.705.072	8	1.240.664	7	455.196	0	9,00
Imobilizado	5.242.451	16	5.102.535	15	3.613.297	16	3.196.199	17	749.463	10	14,00
Intangível	896.749	3	728.998	2	593.427	3	526.869	3	501.539	10	3,00
Passivo Total	33.199.801	100	34.262.739	100	22.296.830	100	18.611.817	100	8.730.333	100	100,00
Passivo Circulante	11.372.920	34	11.763.513	34	11.512.179	52	7.203.042	39	5.335.635	61	44,00
Obrigações Sociais e Trabalhistas	242.906	1	237.270	1	294.314	1	309.007	2	250.792	3	2,00
Fornecedores	8.361.349	25	9.108.542	27	7.679.861	34	5.413.546	29	4.068.459	47	32,00
Obrigações Fiscais	141.811	-	146.332	-	331.113	1	307.695	2	135.384	2	1,00
Empréstimos e Financiamentos	92.607	-	44.100	-	1.666.243	7	8.192	1	130.685	1	2,00
Outras Obrigações	2.534.247	8	2.227.269	7	1.540.648	7	1.164.602	6	750.315	9	7,00
Passivo Não Circulante	11.178.180	34	11.237.995	33	3.459.364	16	3.843.838	21	1.091.826	13	23,00
Empréstimos e Financiamentos	6.584.571	20	6.368.605	19	17.725	0	838.862	5	323.402	4	10,00
Outras Obrigações	3.540.419	11	3.917.203	11	2.156.522	10	1.893.790	10	-	-	8,00
Tributos Diferidos	-	-	-	-	-	-	3.725	-	-	-	-
Provisões	814.836	-	717.977	2	998.250	4	767.938	4	377.444	4	3,00
Lucros e Receitas a Apropriar	238.354	-	234.210	-	286.867	1	339.523	-	390.980	-	-
Patrimônio Líquido	10.648.701	32	11.261.231	33	7.325.287	33	7.564.937	41	2.302.872	26	33,00
Capital Social Realizado	12.352.498	37	12.352.498	36	5.952.282	27	5.952.282	32	1.719.886	20	30,00
Reservas de Capital	-3.142.192	-9	-3.086.214	9	-213.037	-1	198.730	-	-34.840	-	4,00
Reservas de Lucros	1.436.383	4	1.994.107	6	1.574.891	7	1.410.757	8	612.495	7	6,00
Outros Resultados Abrangentes	2.012	-	840	-	11.151	-	3.168	-	5.331	-	-

Fonte: Elaborada pelo autor, a partir do balanço patrimonial do Magazine Luiza entre os anos de 2018 e 2022.

A análise vertical do Magazine Luiza mostra que em 2018, antes da pandemia, a empresa detinha a maior parte de suas origens no ativo circulante, sendo cerca de 72% neste ano, ocorrendo uma queda no processo pandêmico, fechando 2022 com 52%. Dessa forma, compreende-se que esse fato ocorreu devido a dissolução do estoque, que iniciou a série com 32% do total do ativo, fechando em 20% em 2022. Durante esse período, como se é de esperar, houve um aumento em ativo não circunste, atraído pela conta de investimentos, que saiu de 1%, em 2018 para 145% em 2022. O que era de se esperar, no contexto geral, pois os anos que intercalam essa sequência apresentam uma média de 63%, resultado da pandemia, onde a população reclusa em casa condicionou as empresas a investirem em tecnologia, gerando uma necessidade de mudar a metodologia aplicada pela empresa.

Já no passivo, o destaque é baixo, tendo em vista a dependência de capital de terceiros à curto prazo, o que representa um baixo aspecto, apenas em 2022 há apenas 7% de participação. Uma conta que representa esse momento, a de fornecedores, retraiu de 47% para 25% na série abordada. Porém à longo prazo, há um aumento, saindo de 4% em 2018 para 20% em 2022,

com uma exceção em 2020, que representou menos de 1%, o que evidencia a necessidade de mais capital de terceiros nessa sequência da pós pandemia. Entretanto, a empresa é estruturada em relação ao capital, pois manteve uma média de 33% que pouco variou no período investigado.

4.1.2. Análise Horizontal do Balanço Patrimonial

Tabela 2: Análise Horizontal do Balanço Patrimonial-Magazine Luiza

Balanço Patrimonial- Análise Horizontal											
	2022		2021		2020		2019		2018		Média
	\$	A.H%	\$	A.H%	\$	A.H%	\$	A.H%	\$	A.H%	
Ativo Total	33.199.801	280	34.262.739	292	22.296.830	155	18.611.817	113	8.730.333	100	210
Ativo Circulante	17.320.290	174	20.512.331	225	14.799.483	134	12.157.015	93	6.312.813	100	157
Caixa e Equivalentes de Caixa	808.764	47	1.458.754	166	1.281.569	134	180.799	-67	548.553	100	87
Contas a Receber	4.587.059	127	3.928.531	94	3.460.711	71	2.769.649	37	2.024.685	100	82
Estoques	6.608.969	137	7.873.544	182	5.459.037	96	3.509.334	26	2.790.726	100	110
Tributos a Recuperar	1.635.042	445	1.357.033	353	594.782	98	777.929	160	299.746	100	246
Outros Ativos Circulantes	3.376.158	1307	4.338.258	1708	2.783.289	1060	473.161	97	239.992	100	1043
Ativo Não Circulante	15.879.511	557	13.750.408	469	7.497.347	210	6.454.802	167	2.417.520	100	350
Ativo Realizável a Longo Prazo	5.021.747	606	3.411.520	380	1.585.551	123	1.491.070	110	711.353	100	304
investimentos	4.718.564	937	4.507.355	890	1.705.072	275	1.240.664	173	455.196	100	569
Imobilizado	5.242.451	599	5.102.535	581	3.613.297	382	3.196.199	326	749.463	100	472
Intangível	896.749	79	728.998	45	593.427	18	526.869	5	501.539	100	37
Passivo Total	33.199.801	280	34.262.739	292	22.296.830	155	18.611.817	113	8.730.333	100	210
Passivo Circulante	11.372.920	113	11.763.513	120	11.512.179	116	7.203.042	35	5.335.635	100	96
Obrigações Sociais e Trabalhistas	242.906	-3	237.270	-5	294.314	17	309.007	23	250.792	100	12
Fomecedores	8.361.349	106	9.108.542	124	7.679.861	89	5.413.546	33	4.068.459	100	88
Obrigações Fiscais	141.811	5	146.332	8	331.113	145	307.695	127	135.384	100	71
Empréstimos e Financiamentos	92.607	-29	44.100	-66	1.666.243	1175	8.192	-94	130.685	100	341
Outras Obrigações	2.534.247	238	2.227.269	197	1.540.648	105	1.164.602	55	750.315	100	149
Passivo Não Circulante	11.178.180	924	11.237.995	929	3.459.364	217	3.843.838	252	1.091.826	100	405
Empréstimos e Financiamentos	6.584.571	1936	6.368.605	1869	17.725	-95	838.862	159	323.402	100	1014
Outras Obrigações	3.540.419	-	3.917.203	-	2.156.522	-	1.893.790	-	-	100	-
Tributos Diferidos	-	-	-	-	-	-	3.725	-	-	100	-
Provisões	814.836	116	717.977	90	998.250	164	767.938	103	377.444	100	118
Lucros e Receitas a Apropriar	238.354	-39	234.210	-40	286.867	-27	339.523	-13	390.980	100	30
Patrimônio Líquido	10.648.701	362	11.261.231	389	7.325.287	218	7.564.937	229	2.302.872	100	257
Capital Social Realizado	12.352.498	618	12.352.498	618	5.952.282	246	5.952.282	246	1.719.886	100	432
Reservas de Capital	-3.142.192	8919	-3.086.214	8758	-213.037	510	198.730	370	-34.840	100	4639
Reservas de Lucros	1.436.383	135	1.994.107	226	1.574.891	157	1.410.757	130	612.495	100	162
Outros Resultados Abrangentes	2.012	-62	840	-84	11.151	109	3.168	-40	5.331	100	74

Fonte: Elaborada pelo autor a partir do balanço patrimonial do Magazine Luiza entre os anos de 2018 e 2022.

A análise horizontal aponta uma relação crescente entre 2019 e 2022, com destaque para 2021, que obteve 292% de crescimento em seu patrimônio. Nesse ponto, e com todas as contas relativas crescendo, algumas, com outros ativos circulantes, a empresa obteve grande crescimento, com 97% em 2019, chegando a 1307% ao fim de 2022. Nessa mesma sequência de investimento e mobilização, ficaram com uma média de 569% e 472% respectivamente. No passivo, as obrigações a curto prazo, se destacaram por terem uma representação negativa a partir de 2021, assim como a conta de empréstimos e financiamentos, que apresentam sempre índices negativos, com exceção de 2020, que obteve 1175%, o único aumento da série. Um

ponto a ser tratado são os valores do capital de terceiros a longo prazo, com 1936%, números que são acompanhados em 2021, e a única retração se destaca em 2020, que teve uma queda de 94% do ano anterior. Um ponto positivo é manutenção da alta do capital próprio, que tem média de 432% do valor total do passivo. Esse impacto é sentido pelas turbulências advindas da Covid-19, que impactou no planejamento das empresas, que visavam o crescimento financeiro futuro.

4.1.3. Análise Vertical da Demonstração do Resultado

Tabela 3: Análise Vertical da Demonstração do Resultado-Magazine Luiza

	Demonstração do Resultado											
	2022		2021		2020		2019		2018		Média%	
	\$	A.V%	\$	A.V%	\$	A.V%	\$	A.V%	\$	A.V%		
Receita de Venda de Bens e/ou Serviços	29.872.131	100,00	31.128.479	100	26.130.544	100	18.491.861	100	15.385.737	100	100	
Custo dos Bens e/ou Serviços Vendidos	-22.098.829	-74,00	-24.299.083	-78	-19.672.090	-75	-13.464.405	-73	-10.941.965	-71	-74	
Resultado Bruto	7.773.302	26,00	6.829.396	22	6.458.454	25	5.027.456	27	4.443.772	29	26	
Despesas/Receitas Operacionais	-7.269.185	-24,00	-6.592.825	-21	-5.753.929	-22	-3.745.083	-20	-3.381.517	-22	-22	
Resultado Antes do Resultado Financeiro e dos Tributos	504.117	2,00	236.571	1	704.525	3	1.282.373	7	1.062.255	7	4	
Resultado Financeiro	-1.790.041	-6,00	-544.157	-2	-325.080	-1	-66.989	-	-277.017	-2	-4	
Resultado Antes dos Tributos sobre o Lucro	1.285.924	4,00	-307.586	1	379.445	1	1.215.384	7	785.237	5	4	
Imposto de Renda e CSSL	786.949	3,00	898.247	3	12.265	-	-293.556	2	-187.808	1	2	
Resultado Líquido das Operações Continuadas	-498.975	2,00	590.661	2	391.709	1	921.828	5	597.429	4	3	
Lucro/Prejuízo do Período	-498.975	2,00	590.661	2	391.709	1	921.828	5	597.429	4	3	

Fonte: elaborada pelo autor a partir da Demonstração de Resultado de Exercícios do Magazine Luiza, entre 2018 e 2022.

A análise Vertical da DRE do Magazine Luiza aponta um alto custo de bens ou produtos vendidos. Tal sequência se repete em todos os anos da análise. É evidente que a receita tem um aumento considerável em 2020 e 2021, porém, isso não se aplica ao resultado final. Toda essa margem é consumida por aumentos consideráveis, tanto no custo quanto na despesa. Um exemplo desse desequilíbrio se encontra em 2022, período onde a empresa apresenta prejuízo. Por outro lado, no período pandêmico de 2020 à 2021, a entidade alcançou um ótimo resultado em vendas, o que não se refletiu no resultado final, onde o lucro foi menor, quando comparado ao lucro na receita de 2018, quando não havia indício de um vírus fatal.

4.1.4. Análise Horizontal da Demonstração do Resultado

Tabela 4: Análise Horizontal da Demonstração do Resultado-Magazine Luiza

Demonstração do Resultado-Análise Horizontal											
	2022		2021		2020		2019		2018		Média%
	\$	A.H%									
Receita de Venda de Bens e/ou Serviços	29.872.131	94	31.128.479	102	26.130.544	70	18.491.861	20	15.385.737	100	72
Custo dos Bens e/ou Serviços Vendidos	-22.098.829	102	-24.299.083	122	-19.672.090	80	-13.464.405	23	-10.941.965	100	82
Resultado Bruto	7.773.302	75	6.829.396	54	6.458.454	45	5.027.456	13	4.443.772	100	47
Despesas/Receitas Operacionais	-7.269.185	115	-6.592.825	95	-5.753.929	70	-3.745.083	11	-3.381.517	100	72
Resultado Antes do Resultado Financeiro e dos Tributos	504.117	-53	236.571	-78	704.525	-34	1.282.373	21	1.062.255	100	47
Resultado Financeiro	-1.790.041	546	-544.157	96	-325.080	17	-66.989	-76	-277.017	100	184
Resultado Antes dos Tributos sobre o Lucro	1.285.924	64	-307.586	-139	379.445	-52	1.215.384	55	785.237	100	78
Imposto de Renda e CSSL	-786.949	319	-898.247	378	12.265	-107	-293.556	56	-187.808	100	215
Resultado Líquido das Operações Continuadas	-498.975	-184	590.661	-1	391.709	-34	921.828	54	597.429	100	68
Lucro/Prejuízo do Período	-498.975	-184	590.661	-1	391.709	-34	921.828	54	597.429	100	68

Fonte: elaborada pelo autor a partir da Demonstração de Resultado de Exercícios do Magazine Luiza, entre 2018 e 2022.

Na análise Horizontal da empresa em questão, é notória a discrepância do crescimento na receita, tendo seu ápice em 2021, sendo 102% maior do que o ano base. Em contrapartida, o lucro retraiu, apesar do aumento nas vendas. Para justificar esse resultado, é importante observarmos que o custo dos bens e serviços prestados nesse ano alcançou 122%, ou seja, os custos foram muito maiores para a produção de 2021. Vale destacar que no ano passado, o que conhecemos como pós-pandemia, a empresa ainda obteve ótimos índices de vendas, porém, ainda há prejuízo, apesar de ter um resultado bruto de 115%, o maior da série. Dessa forma, compreende-se que quanto mais se vende, mais há a imposição de tributos federais. Porém, nesse caso, o valor é de 319% e 378% em 2022 e 2021 respectivamente, sendo responsáveis pela queda brusca do resultado no período.

4.1.5. Análise dos Indicadores Financeiros

Tabela 5: Principais Indicadores financeiros-Magazine Luiza

Indicadores Financeiros- Magazine Luiza							
		2022	2021	2020	2019	2018	Média
Índice de Liquidez	Corrente	1,5	1,7	1,3	1,7	1,2	1,5
	Seca	0,9	1,6	0,8	1,2	0,7	1,04
	Geral	0,99	1,04	1,1	1,2	1,1	1,1
Índice de Endividamento	Emdividamento	2,1	2,04	2,4	1,5	2,8	2,2
	Composição do Endividamento	0,5	0,51	0,77	0,65	0,83	0,7
	Imobilização do PL	1,01	0,91	0,8	0,8	0,7	0,8
	Imobilização dos Recursos não correntes	0,5	0,5	0,54	0,3	0,5	0,47
Índice de Rentabilidade	Retorno sobre o Investimento	11%	5%	41%	103%	233%	79%
	Margem operacional	-110%	40%	180%	140%	180%	130%
	Giro ativo	0,1	0,05	0,4	1,1	2,3	0,8
	Retorno do PL	4%	2%	10%	12%	46%	15%

Fonte: elaborada pelo autor a partir da análise dos indicadores Financeiros e Econômicos do Magazine Luiza, entre 2018 e 2022.

4.1.5.1 Índices de Liquidez

O índice de liquidez corrente é um dos tópicos principais em análise, pois ele indica a capacidade da empresa de pagar suas dívidas em curto prazo. O resultado reporta o quanto a empresa possui de ativo circulante para cada R\$1,00 de passivo circulante. Nesse sentido, observa-se uma ótima capacidade de recursos de curto prazo, onde todos os anos aqui analisados obtiveram médias de 1,5, ou seja, a empresa possui bons resultados para cada 1 real de dívidas a curto prazo, sendo uma margem mais favorável, e oferecendo maior segurança para a empresa.

No que tange a uma liquidez seca, ou seja, o montante que a empresa possui de ativos líquidos para cada 1 real de dívidas a curto prazo, a empresa apresenta índices oscilantes, onde nos anos de 2018, 2020 e 2022 têm respectivamente 0,7, 0,8 e 0,9, números menores que o recomendado, tornando-a incapaz de honrar seus compromissos, destacando ainda mais a dependência dos estoques no fechamento de suas contas.

O índice de Liquidez Geral mostra o quanto de recursos a empresa possui para cada real de dívidas de curto e longo prazo, o que, segundo Martins, Miranda e Diniz (2014), considera tudo o que ela converteu em dinheiro, em relação às dívidas assumidas a curto e longo prazo. Ainda, segundo Silva (2006), a interpretação do índice de liquidez geral compreende o sentido de que quanto maior, melhor, quando forem constantes os demais fatores. A partir desse pressuposto, observa-se que a empresa em questão apresenta índices muito baixos, em média 1,1. Dessa forma, mesmo sendo capaz de sanar as dívidas assumidas, ela pode apresentar

alguma periculosidade dado os fatores aqui discutidos, o que reflete no ano de 2022, onde a margem é de 0,99, o que a torna insegura em honrar as dívidas de curto e longo prazo.

4.1.5.2 Índice de Estrutura Patrimonial

O índice de endividamento mostra o quanto de dívidas a empresa possui em relação ao capital de terceiros para cada real de seu próprio capital, visando a dependência da entidade em relação a esse capital. Assim, segundo a fórmula, a empresa possui em média 2,2 reais para cada 1 real de capital próprio, ou seja, a maior parte dos recursos da entidade são advindos de capitais de terceiros. Apesar dos valores serem divididos em curto e longo prazo quase idênticos, respectivamente, o ano de 2020 obteve um índice de 2,8, apresentando o momento mais crítico da série, pois o montante de capital é muito maior no curto prazo, com R\$ 11.512.197, que representa 76% do capital de terceiros. Quanto ao longo prazo, ele é sinalizado apenas com 24%, o que equivale a R\$ 3.459.364 do valor total.

No tocante a composição do endividamento, é comum que as empresas busquem recursos a longo prazo para financiar o ativo não circulante, assim também como a curto prazo. Nesse sentido, observamos que esse índice revela quanto da dívida total com terceiros é exigida a curto prazo. Aqui, observa-se que a maior parte da dívida total é exigida a curto prazo. Com índice médio de 0,5, a empresa se encontra em uma situação de risco, apesar de apresentar números positivos e altas receitas.

A imobilização do Capital Líquido apresenta a parcela do capital próprio em ativos de baixa liquidez. Ao analisarmos a tabela acima, concluímos que a empresa tem números relativamente equilibrados, com média de 0,8, indicando que existe baixo investimento próprio em ativos de baixa liquidez.

Ao analisarmos o imobilizado de recurso não correntes, identificamos que a empresa tem uma média de 0,47, o que segundo Martins, Miranda e Diniz (2014) é um bom sinal, já que recursos não correntes superiores a 1,0 significam que a entidade está imobilizando recursos a curto prazo, o que é um sinal de desequilíbrio.

4.1.5.3 Indicadores de Rentabilidade

O índice de retorno sobre o investimento é um dos mais utilizados na prática, e visa o quanto a empresa obteve de resultado em relação aos investimentos realizados. Nesse sentido, a entidade estudada apresenta um resultado desfavorável, com média de 0,8, ficando nítido que os investimentos, por maiores que tenham sido feitos, não resultaram em lucro operacional, o que se observou no ano de 2022, ao qual a DRE apresenta um resultado negativo.

O giro do ativo compara as vendas realizadas com o investimento, ou seja, o quanto a empresa vendeu para cada real investido. É importante destacarmos que os anos de 2018 e 2019 apresentaram números satisfatórios, com índices de 2,30 e 1,1 respectivamente, o que indica que a empresa vendeu mais em relação a cada 1 real investido. Porém, os anos seguintes apresentam o contrário, havendo uma oscilação brusca nesse resultado, onde todo o investimento não resultou em receitas.

É evidente que uma empresa pode sim aumentar bruscamente suas vendas e, mesmo assim, ainda não resultar necessariamente em lucro. Nesse sentido, a margem operacional é importante, pois sinaliza a rentabilidade da empresa, ou seja, o percentual de vendas convertidos em lucro. Nesse aspecto, a entidade apresenta bons índices de vendas, e apesar das altas nessa área, elas não se convertem em lucro, agravando-se a cada ano, tendo em vista a tabela acima apresentada, onde no ano 2022 apresenta um índice negativo de -110%, concluindo que, apesar do aumento nas vendas, não houveram resultados em lucro.

O mais importante entre os índices, o retorno sobre o Patrimônio Líquido, demonstra a capacidade das empresas remunerarem o capital investido pelos sócios. Nesse sentido, a entidade tem uma ótima capacidade de dar retorno ao capital investido pelos acionistas, pois obtém uma média de 15%, o que torna atrativo o retorno obtido pelos acionistas.

4.2. Via Varejo

A via Varejo, dona das empresas Ponto Frio e Casas Bahia, recentemente voltou a ser a se chamar Grupo Casas Bahia, e é considerada uma das maiores varejistas do país, sendo a 4º no ranking IBEVAR. A seguir, analisaremos o Balanço Patrimonial e a Demonstração do Resultado, por meio da análise Vertical, Horizontal e os principais indicadores.

4.2.1. Análise Vertical do Balanço Patrimonial

Tabela 6: Análise Vertical do Balanço Patrimonial-Via Varejo

Balanço Patrimonial-Análise Vertical											
	2022		2021		2020		2019		2018		Média%
	\$	A.V%	\$	A.V%	\$	A.V%	\$	A.V%	\$	A.V%	
Ativo Total	35.297.000	100,0	34.848.000	100	32.660.000	100	24.238.000	100	22.289.000	100	100
Ativo Circulante	16.865.000	48,0	18.242.000	52	19.113.000	59	12.351.000	51	11.944.000	54	53
Caixa e Equivalentes de Caixa	1.717.000	5,0	1.596.000	5	2.925.000	9	1.320.000	5	2.989.000	13	7
Contas a Receber	6.537.000	19,0	6.855.000	20	7.901.000	24	5.111.000	21	3.019.000	14	20
Estoques	5.533.000	16,0	7.099.000	20	6.149.000	19	4.550.000	19	3.917.000	18	18
Tributos a Recuperar	1.815.000	5,0	1.782.000	5	1.366.000	4	1.029.000	4	639.000	3	4
Outros Ativos Circulantes	1.046.000	3,0	730.000	2	513.000	2	288.000	1	1.361.000	6	3
Ativo Não Circulante	18.432.000	52,0	16.606.000	48	13.530.000	41	11.887.000	49	10.345.000	46	47
Ativo Realizável a Longo Prazo	10.395.000	29,0	9.192.000	26	7.322.000	22	5.478.000	23	4.156.000	19	24
investimentos	1.999.000	6,0	1.466.000	4	1.173.000	4	973.000	4	937.000	4	4
Imobilizado	4.439.000	13,0	4.439.000	13	4.374.000	13	4.889.000	20	4.627.000	21	17
Intangível	1.599.000	5,0	1.055.000	3	661.000	2	547.000	2	625.000	3	3
Passivo Total	35.297.000	100,0	34.848.000	100	32.660.000	100	24.238.000	100	22.289.000	100	100
Passivo Circulante	19.689.000	56,0	18.407.000	53	18.208.000	56	15.657.000	65	13.190.000	59	58
Obrigações Sociais e Trabalhistas	357.000	1,0	558.000	2	582.000	2	389.000	2	496.000	2	2
Fornecedores	7.767.000	22,0	7.608.000	22	7.704.000	24	7.232.000	30	6.956.000	31	26
Obrigações Fiscais	227.000	1,0	225.000	1	273.000	1	164.000	1	126.000	1	1
Empréstimos e Financiamentos	6.373.000	18,0	5.267.000	15	6.687.000	20	4.944.000	20	3.356.000	15	17
Outras Obrigações	4.965.000	14,0	4.749.000	14	3.052.000	9	2.898.000	12	2.256.000	10	24
Passivo Não Circulante	10.324.000	29,0	10.804.000	31	8.383.000	26	8.003.000	33	7.100.000	32	92
Empréstimos e Financiamentos	3.005.000	9,0	4.139.000	12	2.409.000	7	957.000	12	965.000	4	9
Outras Obrigações	5.212.000	15,0	4.156.000	12	4.349.000	13	5.247.000	22	5.175.000	23	18
Tributos Diferidos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Provisões	2.107.000	6,0	2.509.000	7	1.625.000	5	1.799	0	960.000	4	4
Lucros e Receitas a Apropriar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Patrimônio Líquido	5.284.000	15,0	5.637.000	16	5.979.000	18	578.000	1	1.999.000	9	10
Capital Social Realizado	5.044.000	14,0	5.044.000	14	5.039.000	15	2.903.000	12	2.899.000	13	13
Reservas de Capital	1.055.000	3,0	1.057.000	3	1.423.000	4	-857.000	-30	-871.000	-4	-7
Reservas de Lucros	-	-	-	-	1.004.000	3	-	-	13.000	-	-
Outros Resultados Abrangentes	-176.000	-	-176.000	-1	-67.000	-	-48.000	-	-42.000	-	-

Fonte: elaborada pelo autor a partir do balanço patrimonial da Via Varejo, entre os anos de 2018 e 2022.

A análise vertical da Via aponta equilíbrio em todos anos. Em 2018, a conta imobilizado representa o maior índice em relação ao valor total, com 21%, o que indica que a empresa detinha sua maior parte de recursos em um ativo de difícil liquidez, seguido por realizável a longo prazo com 19%. Nesse mesmo raciocínio, o ano de 2022 mantém o elevado índice em ativos de difícil liquidez. A conta de Estoques e Contas a Receber também apresentam bons níveis, com média geral de 18%. O Passivo é composto principalmente por fornecedores. Essa conta detém 31% do passivo total em 2018, e se mantém na mesma média em 2019, possuindo leve retração em 2021 e 2022, com 22%, representando sozinha, mais que o capital próprio, que tem média 10%. É perceptível que a Via demonstra maior aptidão de capital de terceiros em relação ao próprio capital, embora grande parte seja a longo prazo.

4.2.2. Análise Horizontal do Balanço Patrimonial-Via Varejo

Tabela 7: Análise Horizontal do Balanço Patrimonial Via Varejo

Balanço Patrimonial-Análise Horizontal											
	2022		2021		2020		2019		2018		Média%
	\$	A.H%									
Ativo Total	35.297.000	58	34.848.000	56	32.660.000	47	24.238.000	9	22.289.000	100	43
Ativo Circulante	16.865.000	41	18.242.000	53	19.113.000	60	12.351.000	3	11.944.000	100	39
Caixa e Equivalentes de Caixa	1.717.000	-43	1.596.000	-47	2.925.000	-2	1.320.000	-56	2.989.000	100	-37
Contas a Receber	6.537.000	117	6.855.000	127	7.901.000	162	5.111.000	69	3.019.000	100	119
Estoques	5.533.000	41	7.099.000	81	6.149.000	57	4.550.000	16	3.917.000	100	48
Tributos a Recuperar	1.815.000	184	1.782.000	179	1.366.000	114	1.029.000	61	639.000	100	134
Outros Ativos Circulantes	1.046.000	-23	730.000	-46	513.000	-62	288.000	-79	1.361.000	100	-53
Ativo Não Circulante	18.432.000	78	16.606.000	61	13.530.000	31	11.887.000	15	10.345.000	100	46
Ativo Realizável a Longo Prazo	10.395.000	150	9.192.000	121	7.322.000	76	5.478.000	32	4.156.000	100	95
investimentos	1.999.000	113	1.466.000	56	1.173.000	25	973.000	4	937.000	100	50
Imobilizado	4.439.000	-4	4.439.000	-4	4.374.000	-5	4.889.000	6	4.627.000	100	-2
Intangível	1.599.000	156	1.055.000	69	661.000	6	547.000	-12	625.000	100	54
	\$	A.H									
Passivo Total	35.297.000	49	34.848.000	40	32.660.000	47	24.238.000	19	22.289.000	100	39
Passivo Circulante	19.689.000	49	18.407.000	13	18.208.000	38	15.657.000	-22	13.190.000	100	28
Obrigações Sociais e Trabalhistas	357.000	12	558.000	9	582.000	17	389.000	4	496.000	100	11
Fornecedores	7.767.000	80	7.608.000	79	7.704.000	11	7.232.000	30	6.956.000	100	50
Obrigações Fiscais	227.000	90	225.000	57	273.000	117	164.000	47	126.000	100	78
Empréstimos e Financiamentos	6.373.000	120	5.267.000	11	6.687.000	99	4.944.000	28	3.356.000	100	90
Outras Obrigações	4.965.000	45	4.749.000	1	3.052.000	35	2.898.000	13	2.256.000	100	36
Passivo Não Circulante	10.324.000	211	10.804.000	329	8.383.000	18	8.003.000	-1	7.100.000	100	139
Empréstimos e Financiamentos	3.005.000	1	4.139.000	329	2.409.000	150	957.000	1	965.000	100	120
Outras Obrigações	5.212.000	1	4.156.000	-20	4.349.000	-16	5.247.000	1	5.175.000	100	-9
Tributos Diferidos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Provisões	2.107.000	119	2.509.000	161	1.625.000	69	1.799.000	87	960.000	100	109
Lucros e Receitas a Apropriar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	92
Patrimônio Líquido	5.284.000	74	5.637.000	74	5.979.000	199	578.000	-71	1.999.000	100	49
Capital Social Realizado	5.044.000	74	5.044.000	74	5.039.000	1	2.903.000	-	2.899.000	100	56
Reservas de Capital	1.055.000	221	1.057.000	221	1.423.000	263	-857.000	-2	-871.000	100	-177
Reservas de Lucros	-	-	-	-	1.004.000	76	-	-	13.000	100	-
Outros Resultados Abrangentes	-176.000	-319	-176.000	319	-67.000	-60	-48.000	-14	-42.000	100	-178

Fonte: elaborada pelo autor a partir do balanço patrimonial do Via Varejo, entre os anos de 2018 e 2022.

A análise horizontal do grupo Via Varejo destaca o ativo, pois a cota de contas a receber cresceu em média de 119%, com pico mais alto em 2020, chegando em 162%. É fundamental observarmos que a empresa recupera tributos em uma escala média de 134% de forma crescente, onde alcançou no ano de 2022 um índice que chegou a 184%. Entretanto, a empresa aplicou muitos recursos nas contas de ativo realizável a longo prazo, assim como investimentos, principalmente em 2022 e 2021, onde o primeiro tem índices de 150% e 121%, e o segundo 113% e 56% respectivamente, o que indica que o grupo tem a maioria dos ativos em liquidez de longo prazo, porém, detém retração no imobilizado a partir de 2019. De acordo com a análise, a conta intangível apresentou uma retração em 2019 de -12%, onde ela se recupera nos anos seguintes, chegando a valer 156% a mais do que em 2018. Ao analisarmos o Passivo, é possível mensurarmos a necessidade de capital de terceiros a curto e longo prazo. Em curto prazo, o endividamento chega a 120% em 2020, em relação ao ano base de 2018, sendo esse crescente desde de 2020, que obteve índice 99% o mais próximo da média na série, que é de

90%. Já a longo prazo, a concentração fica entre os anos de 2020 e 2021 respectivamente, com margens de 150% e 329%, enquanto os outros anos obtiveram apenas 1% de ascensão.

No tocante ao capital próprio, podemos observar uma retração em 2020, ano pandêmico, de -71% e, por conseguinte, uma elevação em 2021, chegando ao índice de 199%. Vale destacar que nos anos subsequentes a margem foi mantida em 79%, o que indica uma elevação no capital próprio, relativo ao crescimento total do Balanço Patrimonial. Entretanto, quando se observa as médias, é compreensível que a empresa captura 4 vezes mais capital de terceiros do que o crescimento do próprio capital.

4.2.3. Análise vertical da Demonstração do resultado-Via Varejo

Tabela 8: Análise Vertical da Demonstração do Resultado Via Varejo

	Demonstração do Resultado-Análise Vertical										
	2022		2021		2020		2019		2018		Média%
	\$	A.V%	\$	A.V%	\$	A.V%	\$	A.V%	\$	A.V%	
3.01 Receita de Venda de Bens e/ou Serviços	30.780.000	100,00	30.896.000	100,00	28.893.000	100,00	24.486.000	100,00	22.492.000	100,00	100,00
3.02 Custo dos Bens e/ou Serviços Vendidos	-21.010.000	-68,00	-21.513.000	-70,00	-19.403.000	-67,00	-17.358.000	-71,00	-15.515.000	-69,00	69,00
3.03 Resultado Bruto	9.770.000	32,00	9.383.000	30,00	9.440.000	33,00	7.128.000	29,00	6.977.000	31,00	33,00
3.04 Despesas/Receitas Operacionais	-8.426.000	-27,00	-9.654.000	-31,00	7.841.000	-27,00	-8.206.000	-34,00	-6.377.000	-28,00	-29,00
3.05 Resultado Antes do Resultado Financeiro e dos Tributos	1.344.000	4,00	-271.000	-1,00	1.649.000	6,00	-1.078.000	-4,00	600.000	-9,00	-1,00
3.06 Resultado Financeiro	-2.286.000	-7,00	-123.000	-	-691.000	-7,00	-913.000	-4,00	-988.000	-4,00	-3,00
3.07 Resultado Antes dos Tributos sobre o Lucro	-942.000	-3,00	-1.501.000	-5,00	958.000	3,00	-1.991.000	-8,00	-388.000	-2,00	-4,00
3.08 Imposto de Renda e CSSL	600.000	2,00	1.204.000	4,00	46.000	47,00	558.000	2,00	97.000	0,00	2,00
3.09 Resultado Líquido das Operações Continuadas	-342.000	-1,00	-297.000	-1,00	1.004.000	3,00	-1.433.000	-6,00	-291.000	-1,00	-2,00
3.11 Lucro/Prejuízo do Período	-342.000	-1,00	-291.000	-1,00	1.004.000	3,00	-1.433.000	-6,00	-291.000	-1,00	-1,00

Fonte: elaborada pelo autor a partir da demonstração do resultado Via Varejo, entre os anos de 2018 e 2022.

A análise vertical da via varejo demonstra uma boa proporção do resultado bruto em relação a cada ano analisado, onde em 2018, antes da pandemia, a empresa apresentava o melhor resultado, com 45% do total das receitas. O ano de maior destaque em arrecadação foi 2022, porém, apresentou prejuízo no fim do exercício, levando a entender que apesar de vender bem, não converteu receitas em lucro, mas sim em um resultado negativo. Ao analisarmos verticalmente todos os anos, é possível compreendermos que apenas em 2020 há lucro, e em relação as receitas, todos anos observados verticalmente apresentam prejuízo.

4.2.4. Análise Horizontal da Demonstração do Resultado-Via Varejo

Tabela 9: Análise Horizontal da Demonstração do Resultado Via Varejo

	Demonstração do Resultado-Análise Vertical										
	2022		2021		2020		2019		2018		Média%
	\$	A.H%	\$	A.H%	\$	A.H%	\$	A.H%	\$	A.H%	
3.01 Receita de Venda de Bens e/ou Serviços	30.780.000	37	30.896.000	37	28.893.000	28	24.486.000	9	22.492.000	100	
3.02 Custo dos Bens e/ou Serviços Vendidos	-21.010.000	35	-21.513.000	39	19.403.000	-25	-17.358.000	12	-15.515.000	100	29
3.03 Resultado Bruto	9.770.000	40	9.383.000	34	9.440.000	35	7.128.000	2	6.977.000	100	26
3.04 Despesas/Receitas Operacionais	-8.426.000	32	-9.654.000	51	7.841.000	0	-8.206.000	29	-6.377.000	100	37
3.05 Resultado Antes do Resultado Financeiro e dos Tributos	1.344.000	124	-271.000	-145	1.649.000	175	-1.078.000	80	600.000	100	-100
3.06 Resultado Financeiro	-2.286.000	131	-123.000	-88	-691.000	-30	-913.000	-8	-988.000	100	12
3.07 Resultado Antes dos Tributos sobre o Lucro	-942.000	143	-1.501.000	287	958.000	-347	-1.991.000	413	-388.000	100	281
3.08 Imposto de Renda e CSSL	600.000	519	1.204.000	1121	46.000	-53	558.000	475	97.000	100	712
3.09 Resultado Líquido das Operações Continuadas	-342.000	18	-297.000	2	1.004.000	-445	-1.433.000	392	-291.000	100	137
3.11 Lucro/Prejuízo do Período	-342.000	18	-291.000	-	1.004.000	-445	-1.433.000	392	-291.000	100	137

Fonte: elaborada pelo autor a partir da demonstração do resultado Via Varejo entre os anos de 2018 e 2022.

Na análise horizontal, é possível observarmos por qual motivo a empresa apresenta prejuízo em quase todos os anos da série estudada. É compreensível que a receita cresce em todos os anos, porém, o custo para produzir acompanha esse crescimento na mesma proporção, e as despesas operacionais também tem média de crescimento maior que todos os índices citados acima. Entretanto, o índice que apresenta maior disparidade é representado pelo IR e CSSL, ao qual em 2021 chega a 1141%, assim também como 2020 e 2021, que ficaram próximos a média desse item. Portanto, mostrando ser esse o principal motivo da empresa apresentar prejuízos sucessivos, uma vez que em 2020 foi o único ano a apresentar lucro, justamente onde esse índice se encontra negativo e retrai o valor de 2018.

4.2.5. Análise dos Indicadores Financeiros

Tabela 10: Principais Indicadores financeiros-Via Varejo

Indicadores Financeiros-Via Varejo							
		2022	2021	2020	2019	2018	Média
Índice de Liquidez	Corrente	0,85	0,99	1,04	0,78	0,9	0,91
	Seca	0,6	0,6	0,7	0,5	0,61	0,6
	Geral	0,9	0,93	0,99	0,75	0,79	0,9
Índice de Endividamento	Emdividamento	5,7	5,1	4,4	40,9	10,1	13,2
	Composição do Endividamento	0,65	0,63	0,68	0,66	0,65	0,65
	Imobilização do PL	1,5	1,3	1,04	11,1	3,1	3,6
	Imobilização dos Recursos não correntes	0,5	0,45	0,43	0,75	0,7	0,6
Índice de Rentabilidade	Retorno sobre o Investimento	67%	18%	140%	-111%	64%	56%
	Margem operacional	4%	-1%	6%	-4%	3%	2%
	Giro ativo	4,88	6,4	6,1	7,3	7,4	6,4
	Retorno do PL	6%	5%	17%	247%	15%	58%

Fonte: elaborada pelo autor a partir da análise dos indicadores Financeiros e Econômicos da Via Varejo, entre 2018 e 2022.

4.2.5.1 Índice de Liquidez

O índice de liquidez corrente é um dos principais itens a serem discutidos, pois ele indica a capacidade da empresa de honrar suas dívidas em curto prazo. O resultado determina o quanto a empresa possui de ativo circulante para cada R\$ 1,00 de passivo circulante. Nesse sentido, observa-se a ineficiência da empresa, onde apenas em 2020 ela alcançou a meta estando acima de 1, quando obteve 1,04, e em 2021, quando chegou a 0,99, próximo ao ideal sugerido por de Martins, Miranda e Diniz (2014), ficando assim, em todos os outros anos, abaixo da média de 0,91, ou seja, esse índice contribui com a informação da incapacidade da empresa em pagar suas dívidas a curto prazo sob o ativo circulante.

O índice de liquidez seca aponta o montante que a empresa possui de ativos líquidos para cada 1 real de dívida a curto prazo. Nesse sentido, observou-se que a empresa apresenta incapacidade para saldar suas dívidas, possuindo todos os seus índices menores que 1, onde a média é de apenas 0,6. Nesse sentido, entendeu-se que a empresa demanda do seu estoque para honrar e para gerenciar o fechamento de suas contas. Com índices menores que o recomendado, a empresa torna-se incapaz de honrar seus compromissos, destacando ainda mais a dependência dos estoques no fechamento de suas contas.

O índice de Liquidez Geral, mostra o quanto de recursos a empresa possui pra cada real de dívidas em curto e longo prazo, o que, segundo Martins, Miranda e Diniz (2014), considera tudo o que ela convertera em dinheiro, em relação a dívidas assumidas em curto e longo prazo. Segundo Silva (2006), a interpretação do índice de liquidez geral é de que quanto maior, melhor, quando forem constantes os demais fatores. Portanto, observa-se que a empresa em questão apresenta índices muito baixos, com média 0,9, tornando-a incapaz de sanar as dívidas assumidas, demonstrando certa periculosidade, dado os fatores, e refletindo nos anos de 2018 e 2019, onde as margens são de 0,79 e 0,76, o que a torna inapta em honrar as dívidas de curto e longo prazo.

4.2.5.2 Índices de Estrutura de Capitais

O Índice de endividamento mostra o quanto a empresa tem de dívidas com terceiros para cada real de seu próprio capital, e visa a dependência da entidade em relação a esse capital e ao risco que ela está sujeita. Dessa forma, a empresa possui média de 13,2 real para cada 1 real de capital próprio, ou seja, praticamente todos os recursos da entidade são advindos de

capitais de terceiros. A situação crítica fica no ano de 2019, quando índice obteve 40,9%, devido à baixa do capital social neste ano.

No tocante a composição do endividamento, é comum que as empresas busquem recursos a longo prazo para financiar o ativo não circulante, como também em curto prazo. Nesse sentido, observamos que esse índice revela quanto da dívida total com terceiros é exigida a curto prazo. Ao observarmos esse índice, foi possível analisarmos que a empresa tem a maioria de suas obrigações com terceiros em curto prazo, e continua sendo mantido dessa forma, com média de 0,65, ou seja 65% de suas obrigações venceram em curto prazo, oferecendo mais risco em uma situação de crise.

A imobilização do Capital Líquido apresenta a parcela do capital próprio em ativos de baixa liquidez. Ao analisarmos a tabela a cima, observou-se que a empresa tem uma baixa aplicação de capital próprio, onde todos os índices dos anos analisados ficaram acima de 1, e o ano de 2019 como um número desproporcional de 11,1, ou seja, mais de 1000% de imobilização devido à baixa colaboração de patrimônio líquido.

Ao analisarmos o imobilizado de recursos não correntes, identificou-se que a empresa possui média de 0,6, o que segundo Martins, Miranda e Diniz (2014) é um bom resultado, já que recursos não correntes superiores a 1,0 significam que a entidade está imobilizando recursos de curto prazo, o que é um sinal de desequilíbrio financeiro. Nesse caso, entendeu-se que a empresa tem equilíbrio nos recursos de longo prazo aplicados nos ativos de menor liquidez, já que possui percentual menor que 1.

4.2.5.3 Índices de Rentabilidade

O índice de retorno sobre o investimento é um dos mais utilizados na prática, e visa o quanto a empresa obteve de resultado em relação aos investimentos realizados. Dessa forma, a empresa analisada obteve média de 56%, e nesse ponto, apresenta um resultado ruim, uma vez que para cada R\$100,00 investidos no seu ativo a empresa obteve um retorno apenas de R\$ 56,00. Entretanto, o ano de 2019 apresentou um índice negativo, pois constatou-se que a empresa deteve maior prejuízo nesse ano. Porém, apenas em 2020 a empresa obteve um retorno satisfatório, com uma margem de 140%, ou seja, nesse ano, empresa obteve retorno de R\$ 1.4000 para cada R\$ 100,00 investido.

O Giro do Ativo compara as vendas realizadas com o investimento, ou seja, o quanto a empresa vendeu para cada real investido. É válido destacarmos que a entidade tem uma média de retorno de 6,4 em relação a cada 1 real investido, isso indica que a empresa girou bem seu ativo, e os investimentos obtiveram ótimo resultado.

Uma empresa pode aumentar bruscamente suas vendas e isso não resultar necessariamente em lucro (MARTINS, MIRANDA E DINIZ, 2014). Nesse Sentido, a margem operacional é importante, pois sinaliza a rentabilidade da empresa, ou seja, o quanto das vendas foram convertidas em lucro. Nesse aspecto, a entidade apresenta índices satisfatórios de vendas, porém, não se convertendo em lucro. Dessa forma, a cada ano há um agravamento, tendo em vista a tabela acima, onde a média é 2%. Sendo assim, podendo concluir que, apesar do aumento nas vendas, não houve resultado em relação ao lucro.

O mais importante entre os índices, o retorno sobre o Patrimônio Líquido, demonstra a capacidade das empresas remunerarem o capital investido pelos sócios. Dessa forma, a entidade tem uma ótima capacidade de oferecer retorno ao capital investido pelos acionistas, pois obtém uma média de 58%, o que torna atrativo o retorno obtido pelos acionistas.

4.3. Grupo Carrefour

O Grupo Carrefour Brasil é o maior grupo de varejo alimentar do Brasil, ficando em primeiro lugar no ranking IBEVAR. A seguir, observaremos o Balanço Patrimonial na Demonstração de Resultado do Exercício, relativas aos anos de 2019 à 2022.

4.3.1. Análise Vertical do Balanço Patrimonial-Carrefour

Tabela 11: Análise Vertical do Balanço Patrimonial Carrefour

Balanço Patrimonial-Carrefour											
	2022		2021		2020		2019		2018		Média
	\$	A.V%		A.V%	\$	A.V%	\$	A.V%	\$	A.V%	
Ativo Total	50.968.000	100	38.112.000	100	32.156.000	100	26.395.000	100	22.927.000	100	100
Ativo Circulante	16.373.000	32	13.565.000	36	8.800.000	27	8.135.000	31	6.974.000	30	25
Caixa e Equivalentes de Caixa	6.317.000	12	3.267.000	9	2.131.000	7	3.372.000	13	2.657.000	12	8
Contas a Receber	2.112.000	4	1.031.000	3	907.000	3	861.000	3	768.000	3	3
Estoques	6.830.000	13	6.343.000	17	5.238.000	16	3.649.000	14	3.359.000	15	12
Tributos a Recuperar	924.000	2	792.000	2	310.000	1	209.000	1	154.000	1	1
Outros Ativos Circulantes	174.000	-	2.121.000	6	199.000	1	38.000	-	28.000	-	-
Ativo Não Circulante	34.595.000	68	24.547.000	64	23.356.000	73	18.260.000	69	5.953.000	26	55
Ativo Realizável a Longo Prazo	1.556.000	3	2.002.000	5	3.850.000	12	2.286.000	9	1.304.000	6	6
investimentos	16.755.000	33	7.707.000	20	6.721.000	21	6.083.000	23	6.289.000	27	19
Imobilizado	14.832.000	29	13.414.000	35	11.371.000	35	8.480.000	32	6.953.000	30	26
Intangível	1.452.000	3	1.424.000	4	1.414.000	4	1.411.000	5	1.407.000	6	3
Passivo Total	50.968.000	100	38.112.000	100	32.156.000	100	26.395.000	100	22.927.000	100	100
Passivo Circulante	25.179.000	49	15.104.000	40	11.033.000	34	8.402.000	32	7.491.000	33	31
Obrigações Sociais e Trabalhistas	504.000	1	380.000	1	378.000	1	308.000	1	297.000	1	1
Fornecedores	12.715.000	25	11.148.000	29	9.708.000	3	7.617.000	29	6.713.000	29	23
Obrigações Fiscais	185.000	-	223.000	1	219.000	1	202.000	1	287.000	1	-
Empréstimos e Financiamentos	10.908.000	21	2.972.000	8	525.000	2	65.000	-	17.000	-	-
Outras Obrigações	867.000	2	381.000	1	203.000	1	210.000	1	177.000	1	1
Passivo Não Circulante	5.519.000	11	5.929.000	16	5.414.000	17	4.489.000	17	2.403.000	10	12
Empréstimos e Financiamentos	4.541.000	9	4.881.000	13	4.042.000	13	3.019.000	11	1.500.000	7	9
Outras Obrigações	322.000	1	253.000	1	285.000	1	-	-	-	-	-
Tributos Diferidos	347.000	1	345.000	1	599.000	2	531.000	2	442.000	2	1
Provisões	309.000	11	360.000	1	488.000	2	640.000	2	135.000	1	1
Lucros e Receitas a Apropriar	-	-	-	-	-	-	299.000	1	326.000	1	-
Patrimônio Líquido	20.270.000	0	17.079.000	0	15.709.000	49	13.504.000	51	13.033.000	57	37
Capital Social Realizado	7.649.000	0	7.651.000	0	7.649.000	24	7.643.000	29	7.627.000	33	18
Reservas de Capital	1.858.000	0	1.931.000	0	1.911.000	6	1.896.000	7	1.892.000	8	4
Reservas de Lucros	8.500.000	0	7.487.000	0	6.143.000	19	3.966.000	15	3.513.000	15	14
Outros Resultados Abrangentes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Fonte: Elaborada pelo autor a partir do balanço patrimonial do Grupo Carrefour, entre os anos de 2018 e 2022.

Com a análise vertical do grupo Carrefour buscamos visualizar a evolução de cada conta, em relação ao valor total do patrimônio em cada ano analisado. No ativo, é possível observarmos um equilíbrio onde, por média, grande parte de seus recursos possuem uma boa liquidez, representando cerca de 15% entre caixa, equivalente de caixa e contas a receber, valor que representa 50% do ativo circulante em 2018 e 2019. Nos anos seguintes, a relação vertical muda com um aumento de estoques em 2020, e obteve leve variação em 2021 e 2022. A principal desvantagem é o elevado índice de ativo não circulante, onde as contas do imobilizado e investimento variam com médias de aproximadamente 25% em todos os anos estudados. O passivo tem por destaque um ótimo índice de capital próprio, que em média representa 50% do total do passivo. No geral, apenas a conta de fornecedores tem índices médios de 29% em relação ao total de cada ano, o que indica que essa empresa possui uma baixa exigência a curto prazo.

4.3.2. Análise Horizontal do Balanço Patrimonial-Carrefour

Tabela 12: Análise Horizontal do Balanço Patrimonial Carrefour

Balanço Patrimonial-Análise Horizontal											
	2021		2020		2019		2018		Média		
	\$	A.H	\$	A.H	\$	A.H	\$	A.H	\$	A.H	
Ativo Total	50.968.000	122	38.112.000	66	32.156.000	40	26.395.000	15	22.927.000	100	61
Ativo Circulante	16.373.000	135	13.565.000	95	8.800.000	26	8.135.000	17	6.974.000	100	68
Caixa e Equivalentes de Caixa	6.317.000	138	3.267.000	23	2.131.000	-20	3.372.000	27	2.657.000	100	42
Contas a Receber	2.112.000	175	1.031.000	34	907.000	18	861.000	12	768.000	100	60
Estoques	6.830.000	103	6.343.000	89	5.238.000	56	3.649.000	9	3.359.000	100	64
Tributos a Recuperar	924.000	500	792.000	414	310.000	101	209.000	36	154.000	100	263
Outros Ativos Circulantes	174.000	521	2.121.000	7475	199.000	611	38.000	36	28.000	100	2161
Ativo Não Circulante	34.595.000	481	24.547.000	312	23.356.000	292	18.260.000	207	5.953.000	100	323
Ativo Realizável a Longo Prazo	1.556.000	19	2.002.000	54	3.850.000	195	2.286.000	75	1.304.000	100	86
investimentos	16.755.000	166	7.707.000	23	6.721.000	7	6.083.000	-3	6.289.000	100	48
Imobilizado	14.832.000	113	13.414.000	93	11.371.000	64	8.480.000	22	6.953.000	100	73
Intangível	1.452.000	3	1.424.000	1	1.414.000	0	1.411.000	-	1.407.000	100	-
	\$	A.H	\$	A.H	\$	A.H	\$	A.H	\$	A.H	
Passivo Total	50.968.000	122	38.112.000	66	32.156.000	40	26.395.000	15	22.927.000	100	61
Passivo Circulante	25.179.000	236	15.104.000	102	11.033.000	47	8.402.000	12	7.491.000	100	99
Obrigações Sociais e Trabalhistas	504.000	70	380.000	28	378.000	27	308.000	4	297.000	100	32
Fornecedores	12.715.000	89	11.148.000	66	9.708.000	45	7.617.000	13	6.713.000	100	53
Obrigações Fiscais	185.000	-36	223.000	-22	219.000	-24	202.000	-30	287.000	100	-28
Empréstimos e Financiamentos	10.908.000	64045	2.972.000	17382	525.000	2899	65.000	282	17.000	100	211
Outras Obrigações	867.000	390	381.000	115	203.000	0	210.000	19	177.000	100	135
Passivo Não Circulante	5.519.000	130	5.929.000	147	5.414.000	125	4.489.000	87	2.403.000	100	122
Empréstimos e Financiamentos	4.541.000	203	4.881.000	225	4.042.000	169	3.019.000	101	1.500.000	100	175
Outras Obrigações	322.000	-	253.000	-	285.000	-	-	-	-	100	-
Tributos Diferidos	347.000	-21	345.000	-22	599.000	36	531.000	20	442.000	100	3
Provisões	309.000	129	360.000	167	488.000	261	640.000	374	135.000	100	233
Lucros e Receitas a Apropriar	-	-	-	-	-	-	299.000	-8	326.000	100	-
Patrimônio Líquido	20.270.000	56	17.079.000	31	15.709.000	21	13.504.000	4	13.033.000	100	28
Capital Social Realizado	7.649.000	-	7.651.000	-	7.649.000	-	7.643.000	-	7.627.000	100	-
Reservas de Capital	1.858.000	-2	1.931.000	2	1.911.000	1	1.896.000	-	1.892.000	100	-
Reservas de Lucros	8.500.000	142	7.487.000	113	6.143.000	75	3.966.000	13	3.513.000	100	86
Outros Resultados Abrangentes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100	-

Fonte: elaborada pelo autor a partir do balanço patrimonial do Grupo Carrefour, entre os anos de 2018 e 2022.

A análise horizontal observou um crescimento substancial do ativo de 2018 à 2022, assim como o crescimento do capital próprio, que detém um crescimento médio de 28% entre os anos analisados, com destaque para 2022, com o índice de 56%. Entretanto, a conta que mais cresceu foi a de empréstimos e financiamentos, uma vez que apresenta em 2022 um montante de 6406%, a maior elevação da série por ser a curto prazo, e um aumento a longo prazo, onde em 2021 representava 225%, em elevação ao capital de terceiros. Nesse sentido, é importante destacamos a redução nas obrigações fiscais, com média negativa de 28%. Contudo, é fundamental observarmos que no período de 2018, considerado como pré-pandêmico, o grupo detinha um ótimo funcionamento, dessa forma, é válido analisarmos essa informação com a necessidade de crescimento exigido durante a pandemia, o que também impôs para empresa a ampliação e a necessidade de capital de terceiros, mas sem abrir mão do capital próprio.

4.3.3. Análise Vertical da Demonstração do Resultado-Carrefour

Tabela 13: Análise Vertical da Demonstração do Resultado Carrefour

	Demonstração do Resultado										
	2022		2021		2020		2019		2018		Média
	\$	A.V%	\$	A.V%	\$	A.V%	\$	A.V%	\$	A.V%	
Receita de Venda de Bens e/ou Serviços	64.582.000	100	53.800.000	100	47.232.000	100	38.383.000	100	34.388.000	100	100
Custo dos Bens e/ou Serviços Vendidos	-54.946.000	-85	-45.640.000	-85	-40.169.000	-85	-32.468.000	-85	-28.922.000	-84	-85
Resultado Bruto	9.636.000	15	8.160.000	15	7.063.000	15	5.915.000	15	5.466.000	16	15
Despesas/Receitas Operacionais	-6.219.000	-10	-3.950.000	7	-3.374.000	-7	-4.140.000	-11	-3.192.000	-9	-9
Resultado Antes do Resultado Financeiro e dos Tributos	-3.417.000	-5	-4.210.000	8	-3.689.000	-8	1.775.000	5	2.274.000	7	-2
Resultado Financeiro	-1.440.000	-2	-433.000	-1	-212.000	0	-1.670.000	-4	-89.000	-	-2
Resultado Antes dos Tributos sobre o Lucro	1.977.000	3	3.777.000	7	3.477.000	7	1.608.000	-4	2.185.000	6	6
Imposto de Renda e CSSL	-238.000	-1	-633.000	-1	-806.000	-1	-595.000	-2	-595.000	-2	-2
Resultado Líquido das Operações Continuadas	1.739.000	-5	3.144.000	6	2.671.000	6	1.010.000	3	1.660.000	5	3
Lucro/Prejuízo do Período	1.739.000	3	3.144.000	6	2.671.000	6	1.013.000	3	1.660.000	5	5

Fonte: elaborada pelo autor a partir da Demonstração do Resultado do Grupo Carrefour, entre os anos de 2018 e 2022.

No tocante a demonstração de resultados, a análise vertical destaca um grande aumento nas receitas de vendas, porém, quando visualizado ano por ano, esse aumento é diluído no custo dos produtos e/ou serviços vendidos, o que leva a 85% das receitas, e outra boa parcela fica restrita com as despesas operacionais, com média de 9%. Porém, apesar dos vislumbres, a empresa apresenta lucro médio de 4%, sendo os anos de 2019 e 2020 o maior resultado, com 6% de lucro.

4.3.4 Análise Horizontal da Demonstração do Resultado-Carrefour

Tabela 14: Análise Horizontal da Demonstração do Resultado Grupo Carrefour

	Demonstração do Resultado										
	2022		2021		2020		2019		2018		Média%
	\$	A.H%	\$	A.H%	\$	A.H%	\$	A.H%	\$	A.H%	
Receita de Venda de Bens e/ou Serviços	64.582.000	88	53.800.000	56	47.232.000	37	38.383.000	12	34.388.000	100	48
Custo dos Bens e/ou Serviços Vendidos	-54.946.000	90	-45.640.000	58	-40.169.000	39	-32.468.000	12	-28.922.000	100	50
Resultado Bruto	9.636.000	76	8.160.000	49	7.063.000	29	5.915.000	8	5.466.000	100	41
Despesas/Receitas Operacionais	-6.219.000	95	-3.950.000	24	-3.374.000	6	-4.140.000	30	-3.192.000	100	38
Resultado Antes do Resultado Financeiro e dos Tributos	-3.417.000	-250	-4.210.000	-285	-3.689.000	-262	1.775.000	-22	2.274.000	100	-205
Resultado Financeiro	-1.440.000	1518	-433.000	387	-212.000	-138	-1.670.000	-18	-89.000	100	980
Resultado Antes dos Tributos sobre o Lucro	1.977.000	-10	3.777.000	73	3.477.000	59	1.608.000	-26	2.185.000	100	24
Imposto de Renda e CSSL	-238.000	-60	-633.000	6	-806.000	35	-595.000	-	-595.000	100	-5
Resultado Líquido das Operações Continuadas	1.739.000	5	3.144.000	89	2.671.000	61	1.010.000	39	1.660.000	100	29
Lucro/Prejuízo do Período	1.739.000	5	3.144.000	89	2.671.000	61	1.013.000	39	1.660.000	100	29

Fonte: elaborada pelo autor a partir da Demonstração do Resultado do Grupo Carrefour, entre os anos de 2018 e 2022.

A Análise Horizontal da demonstração do Resultado do Atacadão S.A. retrata um crescimento de 56% e 88% no valor das Receitas, nos anos de 2021 e 2022, ou seja, um crescimento que partiu de 12% em 2019, demonstrando uma ótima progressão. Outro ponto importante é o crescimento médio de 50% nos custos, saindo de 12% em 2019 para 90% em 2022. Nesse sentido, entende-se que a empresa vende muito, porém, o processo que gera o curso de produção tem um elevado índice de consumo, o que detém a grande margem do resultado

anual da empresa. Nessa mesma linha de pensamento, há uma diversificação no lucro, em que o ano de 2021 apresenta aumento de 89% em relação ao ano de 2018.

4.3.5. Análise dos Indicadores Financeiros

Tabela 15: Principais Indicadores financeiros Carrefour

Indicadores Financeiros-Carrefour							
		2022	2021	2020	2019	2018	Média
Índice de Liquidez	Corrente	0,65	0,89	0,79	0,96	0,93	0,84
	Seca	0,38	0,47	0,32	0,53	0,48	0,44
	Geral	0,58	0,74	0,77	0,8	0,33	0,6
Índice de Endividamento	Emdividamento	1,5	1,23	1,04	0,95	0,76	1,1
	Composição do Endividamento	0,82	0,71	0,67	0,65	0,75	0,72
	Imobilização do PL	1,62	1,32	1,24	1,18	1,12	1,3
	Imobilização dos Recursos não correntes	1,3	0,98	0,92	0,89	0,95	1
Índice de Rentabilidade	Retorno sobre o Investimento	20%	55%	55%	29%	36%	39%
	Margem operacional	35%	52%	52%	30%	42%	42%
	Giro ativo	0,57	1,05	1,05	0,97	0,87	90
	Retorno do PL	9%	18%	17%	7%	13%	13%

Fonte: elaborada pelo autor a partir da análise dos indicadores Financeiros e Econômicos do Carrefour, entre 2018 e 2022.

4.3.5.1 Índices de Liquidez

O índice de liquidez corrente é um dos principais fatores a serem discutidos, pois mostra o quanto a empresa possui a curto prazo para cada real de dívida. O resultado determina o quanto a empresa possui de ativo circulante para cada R\$ 1,00 de passivo circulante. Dessa forma, observa-se que a empresa não possui capacidade de pagamento das dívidas de curto prazo, uma vez que o índice médio aqui analisado é de R\$ 0,84, e o pior ano da análise é no pós-pandemia, quando alcançou apenas R\$ 0,65, ou seja, esse índice conduz a informação da incapacidade da empresa pagar suas dívidas no curto prazo sob o ativo circulante.

O índice de liquidez seca visa o montante que a empresa possui de ativos de maior liquidez para cada 1 real de dívida no curto prazo, entretanto, observamos que a empresa apresenta baixos ativos de liquidez imediata, demonstrando incapacidade de saldar suas dívidas de curto prazo com esses ativos, sendo a média da empresa em questão apenas de R\$ 0,44, menores que o recomendado, o que a tornaria incapaz de honrar seus compromissos em curto prazo, utilizando-se apenas esses ativos.

O índice de Liquidez Geral mostra a capacidade atual da empresa em remunerar a origem de seus recursos, ou seja, o quanto de recursos a empresa possui pra cada real de dívidas em curto e longo prazo, o que, segundo Martins, Miranda e Diniz (2014), considera tudo o que

ela convertera em dinheiro, em relação a dívidas assumidas em curto e no longo prazo. O que, segundo Silva (2006), a interpretação do índice de liquidez geral representa que, quanto maior, melhor, quando forem constantes os demais fatores. Portanto, observa-se que a entidade não tem margem para sanar suas dívidas, e a média de sua análise ficou com R\$ 00,6, no geral, onde em 2018 era de apenas R\$ 0,33 para cada 1 real de dívida, demonstrando a necessidade de terceiros para se manter.

4.3.5.2 Índices de Estrutura Patrimonial

O índice de endividamento mostra o quanto a empresa possui em dívidas com terceiros para cada real de seu próprio capital, e indica a dependência da entidade em relação a esse capital e ao risco em que ela está sujeita. Assim, a relação que a empresa tem do seu capital em relação ao endividamento de terceiros, é uma média de 1,1 real para cada 1 real de capital próprio, ou seja, os recursos da entidade são advindos igualmente entre o seu próprio capital e o capital de terceiros. Dessa forma, observou-se que a empresa tem em 2018 e 2019 mais capital próprio, e de 2020 à 2022 aumentou a captura de capital no mercado.

O índice de composição do endividamento revela quanto da dívida de curto e longo prazo com terceiros é exigida no curto prazo. Ao observarmos esse índice, foi possível analisar que a empresa tem a maior parte de suas obrigações com terceiros no curto prazo, com média de R\$ 0,72 que se arrasta por todos os anos, ou seja, 72% de suas obrigações venceram no curto prazo, elevando o risco da empresa não conseguir pagar suas dívidas e, conseqüentemente, seria menor a chance de seus investimentos darem certo.

A imobilização do Capital Líquido apresenta quanto do capital próprio está investido em ativos de baixa liquidez. Quando se analisou a tabela, foi constatado que a empresa tem imobilizado a maior parte de seu capital próprio, onde todos os índices analisados ficaram acima de 1, o que indica que a empresa depende de capitais de terceiros para o financiamento do Ativo Circulante.

O índice de imobilização de recursos não correntes mostra o quanto de recursos de longo prazo está aplicado em ativos de menor liquidez, ou seja, o quanto de capital próprio e capital de terceiros está investido em ativo imobilizado, o que, segundo Martins, Miranda e Diniz (2014), recursos não correntes superiores a 1,0 significam que a entidade está imobilizando recursos de curto prazo, o que é um sinal de desequilíbrio financeiro. Nesse caso, entendeu-se que a empresa apresentou índices próximos a 1 de 2018 à 2021, e no ano de 2022 este índice

foi superior, sendo 1,3, o que representa que a empresa possui recursos de curto prazo investidos no imobilizado.

4.3.5.3. Indicadores de Rentabilidade

O índice de retorno sobre o investimento é um dos mais utilizados na prática e visa o quanto a empresa obteve de resultado em relação aos investimentos realizados. Neste item, a empresa analisada obteve média de 39%, e nesse ponto, apresenta um péssimo resultado, uma vez que para cada R\$ 100,00 investidos no seu ativo, a empresa obteve um retorno de apenas R\$ 39,00 ou seja, o investimento realizado não resultou em um ganho real.

O Giro do Ativo compara as vendas realizadas com o investimento, ou seja, o quanto a empresa vendeu para cada real investido. Nesse caso, a entidade tem uma média de retorno de R\$ 0,90 em relação a cada 1 real investido, isso indica que a empresa tem um giro menor do que o investimento realizado, e apresenta ineficiência na utilização dos recursos totais aplicados.

Uma empresa pode aumentar bruscamente suas vendas e isso não resultar necessariamente em lucro (MARTINS, MIRANDA E DINIZ, 2014). Nesse sentido, a margem operacional é importante, pois sinaliza a rentabilidade da empresa, ou seja, o quanto das vendas foram convertidas em lucro. E nesse ponto, a entidade apresenta índices satisfatórios de vendas, porém não se converte na mesma proporção em lucro, onde a média é 42%, e isso indica que a empresa precisa melhorar a sua gestão de custos.

O mais importante entre os índices, o retorno sobre o Patrimônio Líquido demonstra a capacidade das empresas remunerarem o capital investido pelos sócios. Nesse sentido, observou que a empresa remunera o capital investido pelos sócios, porém, em uma margem pequena, pois obtém uma média de 13%, o que torna delicada a posição de investimento dos sócios

4.4 Grupo Assaí

O Grupo Assaí é a segunda maior varejista do país, segundo o ranking IBEVEAR, também denominada por Sendas Distribuidora. A empresa detém grande crescimento no mercado varejista brasileiro. A seguir, observaremos o Balanço Patrimonial Demonstração de Resultado do Exercício relativo aos anos de 2019 à 2022.

4.4.1 Análise Vertical do Balanço Patrimonial-Assaí

Tabela 16: Análise Vertical do Balanço Patrimonial Assaí

Balanço Patrimonial-Análise Vertical											
	2022		2021		2020		2019		2018		Média%
	\$	A.V%	\$	A.V%	\$	A.V%	\$	A.V%	\$	A.V%	
Ativo Total	40.618.000	100	22.854.000	100	18.921.000	100,0	23.540.000	100	10.933.000	100	100
Ativo Circulante	14.179.000	35	8.772.000	38	8.349.000	24,0	5.722.000	24	4.198.000	38	32
Caixa e Equivalentes de Caixa	5.842.000	14	2.550.000	11	3.532.000	8,0	1.876.000	8	1.411.000	13	11
Contas a Receber	622.000	2	324.000	1	216.000	1,0	304.000	1	171.000	2	1
Estoques	6.467.000	16	4.380.000	19	3.739	12,0	189.000	1	137.000	20	14
Tributos a Recuperar	1.055.000	3	876.000	4	768.000	3,0	2.765.000	12	2.235.000	3	5
Outros Ativos Circulantes	193.000	-	642.000	3	94.000	-	75.000	-	43.000	-	-
Ativo Não Circulante	26.439.000	65	14.082.000	62	10.472.000	76,0	17.818.000	76	6.735.000	62	68
Ativo Realizável a Longo Prazo	1.405.000	3	1.086.000	5	1.190.000	5,0	1.125.000	5	1.067.000	10	6
investimentos	833.000	2	789.000	3	769.000	41,0	9.635.000	41	-	-	17
Imobilizado	19.183.000	47	10.320.000	45	7.476.000	40,0	6.025.000	26	4.655.000	43	40
Intangível	5.018.000	12	1.018.000	4	1.037.000	5,0	1.033.000	4	1.013.000	9	7
Passivo Total	40.618.000	100	22.854.000	100	18.854.000	100,0	23.540.000	100	10.933.000	100	100
Passivo Circulante	16.416.000	40	8.644.000	38	8.786.000	47,0	6.721.000	29	5.125.000	47	40
Obrigações Sociais e Trabalhistas	584.000	1	425.000	2	371.000	2,0	279.000	1	246.000	2	2
Fornecedores	12.999.000	32	6.139.000	27	5.092.000	27,0	4.567.000	19	3.607.000	33	28
Obrigações Fiscais	265.000	-	158.000	1	528.000	-	108.000	-	128.000	1	-
Empréstimos e Financiamentos	1.260.000	3	613.000	3	2.120.000	11,0	1.174.000	5	676.000	6	6
Outras Obrigações	1.308.000	3	1.309.000	6	675.000	4,0	598.000	3	468.000	4	4
Passivo Não Circulante	20.306.000	50	11.444.000	50	8.688.000	46,0	9.720.000	41	1.716.000	16	41
Empréstimos e Financiamentos	11.331.000	28	7.420.000	32	5.711.000	30,0	7.303.000	31	102.000	1	25
Outras Obrigações	8.779.000	22	3.819.000	17	2.612.000	14,0	1.780.000	8	1.109.000	10	14
Tributos Diferidos	-	-	-	-	82.000	-	396.000	2	265.000	2	-
Provisões	165.000	-	205.000	1	282.000	1,0	240.000	1	236.000	2	-
Lucros e Receitas a Apropriar	31.000	-	-	-	1.000	-	2.000	-	4.000	-	-
Patrimônio Líquido	3.896.000	10	2.766.000	12	1.347.000	7,0	7.098.000	30	4.092.000	37	19
Capital Social Realizado	1.263.000	3	788.000	3	761.000	4,0	4.421.000	19	2.351.000	22	10
Reservas de Capital	36.000	-	18.000	-	4.000	-	18.000	0	16.000	-	-
Reservas de Lucros	2.599.000	6	1.961.000	9	582.000	3,0	2.497.000	11	1.725.000	16	9
Outros Resultados Abrangentes	-2.000	-	-1.000	-	-	-	162.000	1	0	-	-

Fonte: elaborada pelo autor a partir do balanço patrimonial do Grupo Assaí entre os anos de 2018 e 2022.

A análise vertical do grupo Assaí destaca o ano pré-pandêmico, em que a empresa mantinha um índice de 20% do total do ativo de 2018 nos estoques, e com uma parcela imobilizada de 43% de seu patrimônio. Ainda analisando verticalmente o ativo, em 2019 e 2020 a empresa detinha cerca de 76% de seu ativo no longo prazo. Em 2019, a conta de estoques apresentava apenas 1%, enquanto o imobilizado e investimento juntos somam um total de 67% do total ativo não circulante. Entretanto, vale destacar o intangível, com uma valorização de 12% do não circulante, ou seja, uma marca ou patente valorizada no mercado.

No tocante ao passivo, apesar da variação dos anos, há uma paridade na proporção do valor do passivo, que representa 47% em 2018 e 2020. Entretanto, a captura do capital de terceiros se manteve baixa no curto prazo, com média de 6%, o que é positivo para as pretensões da empresa, pois tem suas principais obrigações vencendo no longo prazo. É importante observarmos o quanto de capital próprio a empresa detinha nos anos 2018 e 2019, visto que a margem era 37% e 30% respectivamente, enquanto em 2022 representava apenas 3% de todo o passivo.

4.4.2 Análise Horizontal do Balanço Patrimônio-Assaí

Tabela 17: Análise Horizontal do Balanço Patrimonial Assaí

Balanço Patrimonial-Análise Horizontal											
	2022		2021		2020		2019		2018		Média%
	\$	A.H%	\$	A.H%	\$	A.H%	\$	A.H%	\$	A.H%	
Ativo Total	40.618.000	272	22.854.000	109	18.921.000	73	23.540.000	115	10.933.000	100	142
Ativo Circulante	14.179.000	236	8.772.000	109	8.349.000	99	5.722.000	36	4.198.000	100	120
Caixa e Equivalentes de Caixa	5.842.000	314	2.550.000	81	3.532.000	150	1.876.000	33	1.411.000	100	145
Contas a Receber	622.000	264	324.000	89	216.000	26	304.000	78	171.000	100	114
Estoques	6.467.000	4620	4.380.000	3097	3.739	-97	189.000	38	137.000	100	1915
Tributos a Recuperar	1.055.000	-53	876.000	-61	768.000	-66	2.765.000	24	2.235.000	100	-39
Outros Ativos Circulantes	193.000	349	642.000	1393	94.000	119	75.000	74	43.000	100	484
Ativo Não Circulante	26.439.000	293	14.082.000	109	10.472.000	55	17.818.000	165	6.735.000	100	155
Ativo Realizável a Longo Prazo	1.405.000	32	1.086.000	2	1.190.000	12	1.125.000	5	1.067.000	100	13
investimentos	833.000	-	789.000	-	769.000	-	9.635.000	-	-	100	-
Imobilizado	19.183.000	312	10.320.000	122	7.476.000	61	6.025.000	29	4.655.000	100	131
Intangível	5.018.000	395	1.018.000	0	1.037.000	2	1.033.000	2	1.013.000	100	100
Passivo Total	40.618.000	272	22.854.000	109	18.854.000	72	23.540.000	115	10.933.000	100	142
Passivo Circulante	16.416.000	220	8.644.000	69	8.786.000	71	6.721.000	31	5.125.000	100	98
Obrigações Sociais e Trabalhistas	584.000	137	425.000	73	371.000	51	279.000	13	246.000	100	69
Fornecedores	12.999.000	260	6.139.000	70	5.092.000	41	4.567.000	27	3.607.000	100	100
Obrigações Fiscais	265.000	107	158.000	23	528.000	313	108.000	-16	128.000	100	107
Empréstimos e Financiamentos	1.260.000	86	613.000	-9	2.120.000	214	1.174.000	74	676.000	100	91
Outras Obrigações	1.308.000	179	1.309.000	180	675.000	44	598.000	28	468.000	100	108
Passivo Não Circulante	20.306.000	1083	11.444.000	567	8.688.000	406	9.720.000	466	1.716.000	100	631
Empréstimos e Financiamentos	11.331.000	11009	7.420.000	7175	5.711.000	5499	7.303.000	7060	102.000	100	7686
Outras Obrigações	8.779.000	692	3.819.000	244	2.612.000	136	1.780.000	61	1.109.000	100	283
Tributos Diferidos	-	-	-	-	82.000	-69	396.000	49	265.000	100	-
Provisões	165.000	-30	205.000	-13	282.000	19	240.000	2	236.000	100	-6
Lucros e Receitas a Apropriar	31.000	675	-	-	1.000	-75	2.000	-50	4.000	100	-
Patrimônio Líquido	3.896.000	-5	2.766.000	-32	1.347.000	-67	7.098.000	73	4.092.000	100	-8
Capital Social Realizado	1.263.000	-46	788.000	-66	761.000	-68	4.421.000	88	2.351.000	100	-23
Reservas de Capital	36.000	125	18.000	13	4.000	-75	18.000	13	16.000	100	19
Reservas de Lucros	2.599.000	51	1.961.000	14	582.000	-66	2.497.000	45	1.725.000	100	11
Outros Resultados Abrangentes	-2.000	272	-1.000	109	-	72	162.000	115	0	100	142

Fonte: elaborada pelo autor a partir do balanço patrimonial do Grupo Assaí, entre os anos de 2018 e 2022.

No que se refere a análise horizontal, é possível observarmos o crescimento na obtenção de ativos de liquidez imediata, como caixa e equivalente de caixa, com índice de 314% em 2022. Entretanto, a principal variação se encontra na conta estoques, que cresceu respectivamente em 2022 e 2021 cerca de 4620% e 3097% em relação ao ano base. Porém, em 2020, ano da pandemia, se tem uma retração de -97%, ou seja, a empresa operou com menos disponibilidades no estoque do que nos anos anteriores à pandemia. Tal motivo se deve pela ausência de investimento, visível em todos os anos investigados. Entretanto, no tocante a dependência de capital de terceiros, os índices são alarmantes, com média de crescimento de 7686%, onde no ano de 2022, logo após a pandemia, esse índice chegou a 11009% em relação a 2018. Por outro lado, o capital próprio teve severa redução principalmente em 2021 retraindo -66% e -68% em 2020 durante a pandemia, entende-se que empresa cresceu quando capturou capital de terceiros parar financiar seu Ativo e sua estrutura patrimonial.

4.4.3 Análise vertical da Demonstração do Resultado-Assaí

Tabela 18: Análise Vertical da Demonstração do Resultado do grupo Assaí

	Demonstração do Resultado										
	2022		2021		2020		2019		2018		Média%
	\$	A.V%	\$	A.V%	\$	A.V%	\$	A.V%	\$	A.V%	
Receita de Venda de Bens e/ou Serviços	54.520.000	100	41.898.000	100	36.043.000	100	28.082.000	100	23.017.000	100	
Custo dos Bens e/ou Serviços Vendidos	-45.557.000	-84	-34.753.000	-83	-30.129.000	-84	-23.349.000	-83	-18.845.000	-82	-83
Resultado Bruto	8.963.000	16	7.145.000	17	5.914.000	16	4.733.000	17	4.172.000	18	17
Despesas/Receitas Operacionais	-6.113.000	-11	-4.566.000	-11	-3.637.000	-10	-3.114.000	-11	-2.499.000	-11	-11
Resultado Antes do Resultado Financeiro e dos Tributos	2.850.000	5	2.579.000	6	2.277.000	6	1.619.000	6	1.673.000	7	-6
Resultado Financeiro	-1.515.000	-3	-730.000	-2	-443.000	-1	-200.000	-1	-120.000	-1	-1
Resultado Antes dos Tributos sobre o Lucro	1.335.000	2	1.849.000	4	1.834.000	5	1.419.000	5	1.553.000	7	5
Imposto de Renda e CSSL	-115.000	-9	-239.000	-13	-436.000	-24	-372.000	-26	-477.000	-31	-20
Resultado Líquido das Operações Continuadas	1.220.000	2	1.610.000	4	1.398.000	4	1.047.000	4	1.076.000	5	4
Lucro/Prejuízo do Período	1.220.000	2	1.610.000	4	1.398.000	4	1.047.000	4	1.076.000	5	4

Fonte: elaborada pelo autor a partir da Demonstração do Resultado do Grupo Assaí, entre os anos de 2018 e 2022.

A análise vertical da demonstração do grupo Sendas Distribuidora observou que no processo da venda de seus bens e serviços, 83% do total é composto pelo custo da produção, e tal índice se repete em todos os anos analisados verticalmente. Dessa forma, também é fundamental observarmos que em 2018, o resultado bruto era de 18%, enquanto que em 2022 é menor 16%, mesmo o faturamento em 2022 sendo maior que o dobro do ano de 2018. Por fim, se destaca que, apesar do aumento do faturamento, a proporção em relação a cada ano aponta diminuição do lucro que era de 5% em 2018, e cai para 2% do montante de 2022.

4.4.4 Análise Vertical da Demonstração do Resultado-Assaí

Tabela 19: Análise Horizontal da Demonstração do Resultado do Grupo Assaí

	Demonstração do Resultado										
	2022		2021		2020		2019		2018		Média%
	\$	A.H%	\$	A.H%	\$	A.H%	\$	A.H%	\$	A.H%	
Receita de Venda de Bens e/ou Serviços	54.520.000	137,0	41.898.000	82	36.043.000	57	28.082.000	22	23.017.000	100	
Custo dos Bens e/ou Serviços Vendidos	-45.557.000	142,0	-34.753.000	84	-30.129.000	60	-23.349.000	24	-18.845.000	100	-77
Resultado Bruto	8.963.000	115,0	7.145.000	71	5.914.000	42	4.733.000	13	4.172.000	100	60
Despesas/Receitas Operacionais	-6.113.000	145,0	-4.566.000	83	-3.637.000	46	-3.114.000	25	-2.499.000	100	-74
Resultado Antes do Resultado Financeiro e dos Tributos	2.850.000	70,0	2.579.000	54	2.277.000	36	1.619.000	-3	1.673.000	100	39
Resultado Financeiro	-1.515.000	1163,0	-730.000	508	-443.000	269	-200.000	-67	-120.000	100	-502
Resultado Antes dos Tributos sobre o Lucro	1.335.000	-14,0	1.849.000	19	1.834.000	18	1.419.000	-9	1.553.000	100	4
Imposto de Renda e CSSL	-115.000	-76,0	-239.000	-50	-436.000	-9	-372.000	-22	-477.000	100	0
Resultado Líquido das Operações Continuadas	1.220.000	13,0	1.610.000	50	1.398.000	30	1.047.000	-3	1.076.000	100	23
Lucro/Prejuízo do Período	1.220.000	13,0	1.610.000	50	1.398.000	30	1.047.000	-3	1.076.000	100	23

Fonte: elaborada pelo autor a partir da Demonstração do Resultado do grupo Assaí, entre os anos de 2018 e 2022.

A análise horizontal aponta crescimento das receitas apresentadas na Demonstração do Resultado do grupo Assaí, um aumento progressista, que em 2022 representa 137%, o que é extremamente maior do que em 2021, com margem de 84%. Apesar do aumento nas receitas, o custo para produzir cresceu mais que as próprias receitas, sendo esse o principal ponto negativo, e responsável direto pelo baixo lucro em relação a produção. Entretanto, o resultado

financeiro apresenta valor negativo, e um índice com um crescimento de 1163% em 2022, mais do que o dobro do ano anterior, e se repete recessivamente nos anos anteriores até o ano base. Se tratando do lucro, é viável mensurar que em comparação às vendas, 2018 foi o melhor ano, pois a empresa alcançou um lucro maior vendendo menos que os outros anos. Ou seja, apesar de muitas receitas, o resultado final não apresenta vantagem, ou até margem para continuidade de suas funções, utilizando-se dessa metodologia de negócio.

4.4.5 Análise dos Indicadores Financeiros

Tabela 20: Principais indicadores financeiros do grupo Assaí

Indicadores Financeiros		2022	2021	2020	2019	2018	Média
Índice de Liquidez	Corrente	0,86	1,01	0,95	0,85	2,1	1,2
	Seca	0,47	0,51	0,95	0,82	0,79	0,7
	Geral	0,42	0,49	0,55	0,42	0,77	0,53
Índice de Endividamento	Emdividamento	9,4	7,2	12,9	2,3	1,7	6,9
	Composição do Endividamento	0,45	0,43	0,5	0,41	0,75	0,51
	Imobilização do PL	6,4	4,7	6,9	2,3	1,3	4,32
	Imobilização dos Recursos não correntes	1,03	0,91	0,92	0,99	0,97	0,96
Índice de Rentabilidade	Retorno sobre o Investimento	242%	227%	196%	-83%	-	146%
	Margem operacional	40%	34%	39%	36%	32%	36%
	Giro ativo	10,7	9,05	7,7	0,49	-	6,99
	Retorno do PL	31%	58%	10%	15%	26%	28%

Fonte: elaborada pelo autor a partir da análise dos indicadores Financeiros e Econômicos do grupo Assaí, entre 2018 e 2022.

4.4.5.1 Índices de Liquidez

O índice de liquidez corrente mostra o quanto a empresa possui no curto prazo para cada real de dívida de curto prazo, e nesse sentido, é ideal que esteja sempre acima de 1. O resultado determina o quanto a empresa possui de ativo circulante para cada R\$1,00 de passivo circulante. Nesse caso, observa-se que a empresa possui capacidade de pagamento das dívidas de curto prazo, uma vez que o índice médio aqui analisado é de 1,2, e esse índice acima de 1 é considerado um bom resultado. Entretanto, é importante destacar que esse índice fica acima de 1 em apenas 2 anos, 2018 com 2,1 e 2021 com 1,01, e nos outros anos fica abaixo de 1.

O índice de Liquidez Seca mostra quanto a empresa possui de ativos de maior liquidez para cada 1 real de dívida no curto prazo. Nesses sentido, observou-se que a empresa apresenta baixos índices em ativos de liquidez imediata, demonstrando incapacidade de saldar suas dívidas de curto prazo com esses ativos, sendo a média da empresa em questão apenas de 0,7, menor

que o recomendado, o que mostra uma postura financeira mais arriscada, e a tornaria incapaz de honrar seus compromissos no curto prazo sem a utilização dos estoques.

O índice de Liquidez Geral mostra a capacidade geral da empresa em remunerar a origem de seus recursos, ou seja, o quanto de recursos a empresa possui pra cada real de dívidas no curto e longo prazo, o que, segundo Martins, Miranda e Diniz (2014), considera tudo o que ela converterá em dinheiro, em relação a dívidas assumidas no curto e no longo prazo. Este índice mede a capacidade global de saldar compromissos e/ou dívidas, e quanto maior for o resultado obtido, melhor. Os resultado superior a 1 é considerado um bom resultado para a empresa. Portanto, observa-se que a entidade não tem margem suficiente para sanar suas dívidas, e a média de sua análise ficou com 0,53, o que no geral era insuficiente para cada 1 real de dívida, demonstrando a necessidade de terceiros para se manter solvente.

4.4.5.1 Indicadores de Estrutura de Capitais

O Índice de endividamento mostra o quanto a empresa possui em dívidas com terceiros para cada real de seu próprio capital, e indica a dependência da entidade em relação a esse capital e ao risco que ela está sujeita. Assim, a relação que a empresa tem de seu capital em relação ao endividamento de terceiros é uma média de 6,9 real para cada 1 real de capital próprio, ou seja, os recursos da entidade são advindos na sua maioria do capital de terceiros. Dessa forma, entende-se que a empresa tem um alto grau de dependência de terceiros para se manter ativa, uma vez que a maior parte desse capital se consolidou no curto prazo.

O índice composição do endividamento revela o quanto da dívida total da entidade, ou seja, de curto e longo prazo, com terceiros, tem exigência no curto prazo. Ao observar esse índice, foi possível analisar que a empresa tem uma média de 0,51, o que representa 51% de sua dívida total vencendo no curto prazo, o que nos leva a compreender que a empresa tem praticamente dividida suas dívidas entre curto e longo prazo.

A imobilização do capital líquido apresenta o quanto do capital próprio está investido em ativos de baixa liquidez. Quando se analisou a tabela, foi constatado que a empresa tem imobilizado todo seu capital próprio, onde todos os índices analisados ficaram em média 4,32, uma situação onde indica que a empresa depende de capitais de terceiros para o financiamento do Ativo Circulante.

O índice de imobilização de recursos não correntes mostra o quanto de recursos de longo prazo está aplicado em ativos de menor liquidez, ou seja, o quanto de capital próprio e de capital de terceiros está investido em ativo imobilizado, o que segundo Martins, Miranda e Diniz

(2014), recursos não correntes superiores a 1,0 significam que a entidade está imobilizando recursos de curto prazo, o que é um sinal de falta de equilíbrio. Observou-se que a empresa apresentou índice médio de 0,96, o que significa que a empresa apresenta equilíbrio financeiro, pois os recursos não correntes ficaram abaixo de 1, pois é melhor a empresa ter capital não corrente investido no ativo circulante que possuir recursos de curto prazo investidos em imobilizado.

4.4.5.1 Indicadores de Rentabilidade

O índice de retorno sobre o investimento é um dos mais utilizados na prática, e visa o quanto a empresa obteve de resultado em relação aos investimentos realizados. Nesse sentido, a empresa analisada obteve média de 146% e apresenta um bom resultado, uma vez que para cada R\$100,00 investidos no seu ativo a empresa obteve um retorno de R\$146,00 ou seja, o investimento realizado tem um bom resultado em ganho real. Vale ressaltarmos que esse índice leva em consideração o lucro operacional líquido dividido pelo investimento, e nesse ponto a empresa apresenta baixa aplicação recursos em investimento, uma vez que no ano de 2018 a empresa não detinha valores na conta investimentos.

Esse índice compara as vendas realizadas com o investimento, ou seja, o giro do ativo mostra o quanto a empresa vendeu para cada real investido. Aqui a entidade tem uma média de retorno de 6,99 em relação a cada 1 real investido, isso indica que a empresa tem um giro alto em relação ao investimento realizado, e apresenta eficiência na utilização dos recursos totais aplicados.

É importante mencionar que o motivo do bom resultado é o fato da empresa ter baixa aplicação de recursos na conta investimentos.

A margem operacional também é importante, pois sinaliza a rentabilidade da empresa, ou seja, o quanto das vendas foram convertidas em lucro. Nesse sentido, Martins, Miranda e Diniz (2014) apontam que uma empresa pode aumentar bruscamente suas vendas e isso não resultar necessariamente em lucro. Nesse ponto, a entidade apresenta índices satisfatórios de vendas, porém não se converte na mesma proporção em lucro, onde a média é 36%, e isso indica que a empresa precisa melhorar a gestão de custos, pois converteu em lucro apenas R\$ 00,36 de cada um R\$ 1,00 de receitas líquidas.

O mais importante entre os índices, o retorno sobre o Patrimônio Líquido demonstra a capacidade das empresas remunerar o capital investido pelos sócios. Nesse sentido, observou que o lucro líquido remunerou o capital próprio investido pelos sócios, sendo assim, analisou-

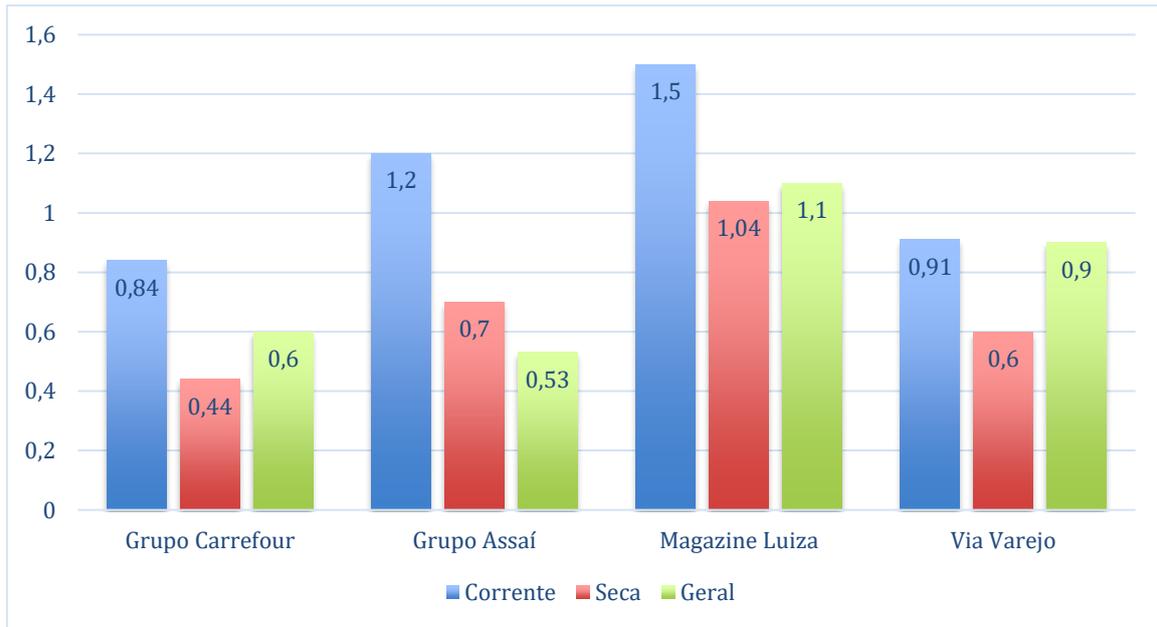
se que a empresa obteve lucro médio de 28% em relação ao capital investido, onde se destaca o ano de 2021, onde esse índice foi de 58%, sendo bem atrativo o investimento para os sócios.

4.5 Análise comparativa dos índices médios das empresas analisadas

A partir da análise dos principais indicadores financeiros das empresas aqui discutidas, de forma prática, buscou-se um diagnóstico sobre a situação individual dessas empresas, quando comparamos todos os resultados advindos da análise dos indicadores mais importantes dentro do contexto contábil. Nesse sentido, trabalhou-se as médias desses indicadores, considerando todos os anos estudados, ou seja, retirando uma média de cada índice para fomentação da análise, comparado todas as empresas com objetivo de conhecer os resultados advindos do estudo de multicasos.

4.5.1. Índice de Liquidez

Os índices de liquidez, em linhas gerais, representam a situação financeira de uma empresa, demonstrando a sua capacidade de arcar com as dívidas assumidas. Sendo assim, compreendemos que o índice de liquidez corrente é o que mostra o quanto a empresa possui de recursos de curto prazo, para cada real da dívida de curto prazo. Assim como a liquidez seca, que é o que mostra a parcela da dívida de curto prazo que seriam pagas com ativos de maior liquidez, enquanto a liquidez geral é o que mostra o quanto de recursos totais para cada real de dívida total. Os dados extraídos na análise dos índices são apresentados no gráfico 1 abaixo:

Gráfico 1: Índices médios de liquidez das empresas analisadas

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

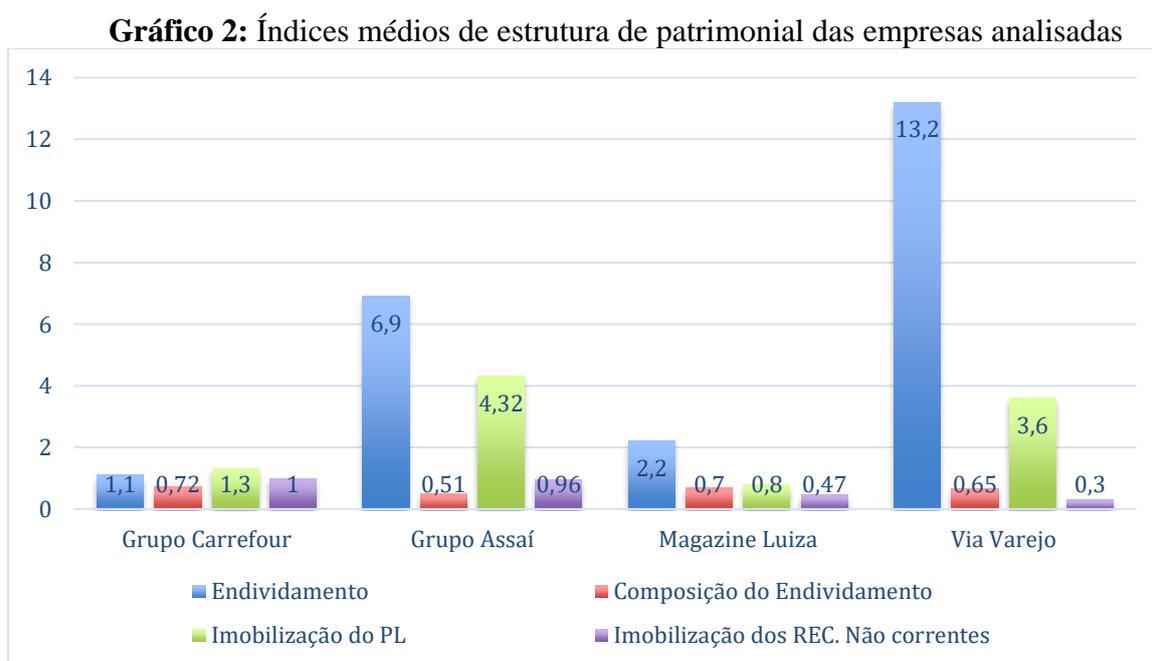
No tocante a liquidez corrente, é ideal que ela esteja sempre acima de 1. Nesse sentido, observou-se que o grupo Carrefour tem média de 0,84 e a via varejo de 0,91, e por isso não demonstram capacidade de pagar suas dívidas em curto prazo, com os recursos de curto prazo. Entretanto, o grupo Assaí e o grupo Magazine têm índices superiores a 1, com 1,2 e 1,5 respectivamente, dessa forma, o resultado é positivo, e mostra que essas empresas têm capacidade de pagamento no curto prazo.

Já a liquidez seca, para não depender de ativos de menor liquidez, é indicado que seja igual ou maior que 1. Nesse ponto, apenas o Magazine Luiza consegue pagar suas dívidas de curto prazo com os ativos de maior liquidez, com índice 1,04, enquanto grupo Carrefour (0,44), Grupo Assaí (0,7), e via varejo (0,6), dependem dos ativos de menor liquidez para honrar suas dívidas de curto prazo.

No índice de liquidez geral, é importante que seja 1 ou maior que 1, pois reflete a capacidade de remunerar a origem de seus recursos. Ao analisarmos as médias das empresas, observou-se que a Via varejo com 0,9 se aproxima do ideal, e o Magazine Luiza tem o melhor índice, com 1,1, enquanto o grupo Carrefour e o grupo Assaí estão bem abaixo da média exigida, ou de forma geral, estas últimas não têm capacidade de pagar suas dívidas assumidas.

4.5.2. Índice de Estrutura Patrimonial

Os índices advindos do indicador patrimonial visam as fontes de financiamento próprio e de terceiros. Dessa forma, o índice de endividamento mostra o quanto a empresa tem de dívidas com terceiros para cada real de recursos próprios. Já a composição do endividamento visa o quanto da dívida total é exigida no curto prazo. Em contrapartida, a imobilização do patrimônio líquido mostra a parcela do próprio capital que está investido em ativos de baixa liquidez. Nesse ponto, apenas o índice de imobilização de recursos não correntes aponta o percentual de recursos de longo prazo que estão aplicados nos ativos de menor liquidez. Os dados extraídos na análise dos índices são apresentados no gráfico 2 abaixo:



Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

O índice de endividamento reflete a capacidade da empresa em saldar suas dívidas com terceiros em relação ao próprio capital, ou seja, o ideal é que seja igual ou menor que 1, pois quanto menor melhor será o resultado. Dessa forma, observou-se que todas as empresas possuem dificuldades em pagar suas contas à terceiros; destaca-se o grupo assai com 6,9 e via varejo com 13,2, ou seja, essas duas empresas não têm patrimônio líquido para contrapor o capital de terceiros.

Nesse sentido, a composição do endividamento estabelece a dependência da entidade em relação a terceiros, e o ideal é que seja menor que 1, pois sendo maior que 1 representa que o ativo não é suficiente para pagar as dívidas. Sendo assim, todas as empresas analisadas tem índices médios equilibrados, ficando próximos de 0,60, onde é possível observar que as dívidas

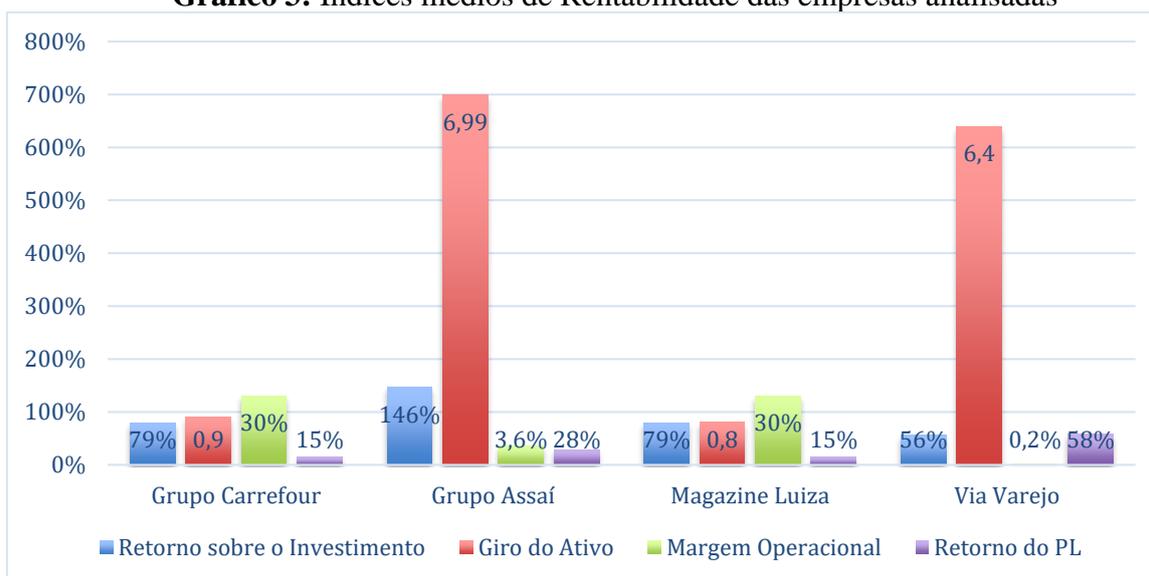
totais com terceiros exigida no curto prazo é considerável, pois as empresas têm mais dívidas com estes no curto do que no longo prazo.

A imobilização do patrimônio líquido reflete a dependência de capital de terceiros para financiar o ativo circulante, pois a maior partes dos recursos próprios foram imobilizados, ou seja, nesse índice, quanto menor, melhor. Desse modo, o Magazine Luiza tem o melhor desempenho, com média de 0,8, sendo o único a não depender somente do capital de terceiros para financiar o ativo circulante. Entretanto as outras empresas demonstram bastante dependência de terceiros para financiar seu ativo, de forma que demonstram índices de 1,3, o grupo Carrefour possui 4,32, e o grupo Assaí e Via varejo com 3,6.

Imobilização de recursos não correntes não devem ser superiores a 1, pois se o índice for maior que 1 significa que a empresa está imobilizando recursos de curto prazo, o que demonstra desequilíbrio financeiro. Observando esses dados, entende-se que todas as empresas estão dentro do índice esperado, onde o grupo Carrefour é o que mais detém ativos em contas de menor liquidez, com média de 1,0, enquanto o grupo Assaí está próximo de 0,96 com médias similares ao Carrefour; já a Via Varejo é a que menos detém ativos nessas contas, com média de 0,3, assim como o Magazine Luiza, com 0,43, e a maior parte de seus ativos é de maior liquidez.

4.5.3. Índices de Rentabilidade

Os índices de rentabilidade mostram os resultados obtidos pela empresa, ou seja, os rendimentos acumulados em relação ao investimento, tornando mais visível o desempenho econômico da entidade. Nesse sentido, o retorno sobre o investimento evidencia o quanto a empresa obteve de resultados em relação aos investimentos realizados. Dessa forma, o giro do ativo compara as vendas com seu investimento, evidenciando a relação entre as vendas líquidas e o ativo da entidade. A margem operacional indica o percentual das vendas que são convertidas em lucro, ou seja, é o percentual representado pelo lucro líquido operacional sobre as receitas líquidas. Dessa forma, o retorno do patrimônio líquido é o mais importante dos indicadores, pois demonstra a capacidade da empresa de remunerar o capital investido pelos sócios, e verifica o retorno obtido pelos acionistas, considerando a estrutura de capital utilizada pela entidade. Os dados extraídos na análise dos índices são apresentados no gráfico 3 abaixo:

Gráfico 3: Índices médios de Rentabilidade das empresas analisadas

Fonte: Dados da pesquisa, 2023.

O retorno sobre o investimento visa o quanto a empresa obteve de resultado em relação aos investimentos realizados, sendo o ideal maior que 1, ou seja 100%, o que reflete um investimento eficiente. Sendo assim, o Grupo Assaí tem 146%, e apresenta o melhor retorno sobre o investimento realizado, enquanto todas as outras empresas não apresentam o mesmo retorno sobre o investimento, observamos que o índice fica abaixo do ideal, onde a Via Varejo tem o pior resultado com apenas 56% de retorno para cada R\$ 100,00 investido. Enquanto isso, tanto o Magazine Luiza quanto o grupo Carrefour tem em média de 79%, e não apresentam um retorno satisfatório, ficando abaixo do ideal.

O giro do ativo reflete o quanto a empresa vendeu para cada real investido, o que indica que enquanto maior, melhor. Seguindo essa linha de raciocínio, o grupo Assaí e a Via Varejo são os que mais giraram o ativo, com médias de 6,99 e 6,4 respectivamente. Vale ressaltarmos o baixo valor da conta investimento, que foi o condutor do ótimo giro dessas empresas. Entretanto, o grupo Carrefour e o Magazine Luiza, apesar de ter bons resultados ambos próximo a 1, indicam que elas venderam 0,9 e 0,8 para cada real investido.

Deste modo, a margem operacional indica o percentual de vendas convertido em lucro, portanto, quanto maior, melhor. Ao analisarmos os dados das empresas, foi possível observarmos que o grupo Carrefour e o Magazine Luiza converteram 30% em lucro das vendas realizadas, enquanto o Grupo Assaí convertia 3,6% das vendas líquidas em lucro, já a Via Varejo detinha o pior resultado, onde praticamente não há lucro, e o índice médio é de apenas 0,2%, ou seja, todas as cifras que advinham das vendas eram decepadas entre o custo para produzir, as despesas de funcionamento e os tributos federais.

O índice de retorno sobre patrimônio líquido verifica o retorno obtido pelos acionistas, considerando a estrutura de capital, observando o capital de terceiros e o próprio capital. Sendo assim, é possível afirmarmos que a Via Varejo é a empresa que mais remunera os sócios, pois tem média de 56%, enquanto o Magazine Luiza tem remunerado em 26% seus acionistas. Entretanto, tanto os Grupos Assaí e Carrefour têm médias de remuneração de 15%, dessa forma, analisou-se que todas tem capacidade de remunerar o capital investido, e que é mais vantajoso para os acionistas investir na Via Varejo, apesar da dificuldade financeira observada nos outros índices.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve por objetivo diagnosticar as alterações ocorridas nos indicadores econômico-financeiros das empresas listadas no Ranking IBEVAR, nos períodos pré e pós pandêmico. Nesse contexto, analisou-se as empresas varejistas mais bem colocadas no Ranking IBEVAR, sob a condição de maior faturamento e melhor posição de mercado, onde analisaram-se seus demonstrativos contábeis, entre os anos de 2018 e 2022.

Durante o período de cinco anos estudados, pode-se verificar as distinções nos coeficientes de liquidez, estrutura patrimonial e rentabilidade. Constatou-se que as empresas analisadas apresentaram no sentido financeiro um resultado satisfatório, apesar de bastante distintos. Na análise do nível de liquidez pode-se constatar que as empresas analisadas contam com um nível de pagamento de curto e longo prazo consideravelmente arriscados, apesar de serem margens distintas entre as empresas.

Na liquidez corrente, onde é calculado o poder de pagamento a curto prazo das obrigações da entidade, verificou-se que foi maior que 1 apenas no grupo Assaí e o grupo Magazine, resultado que demonstra que ambos possuem em seu ativo disponibilidade para uma possível quitação das obrigações, enquanto o grupo Carrefour e a Via Varejo não conseguem honrar seus compromissos.

Na liquidez seca, que é um cálculo semelhante ao anterior, excluindo apenas o estoque, por entender que ele demora um pouco mais para tornar-se uma disponibilidade, nesse sentido, o Magazine Luiza consegue pagar suas dívidas de curto prazo, com um índice 1,04, enquanto grupo Carrefour (0,44), Grupo Assaí (0,7) e Via Varejo (0,6), dependem dos estoques para igualar as dívidas de curto prazo.

A análise de liquidez geral abrange um período maior de pagamento das obrigações, e permaneceu acima ou próximo a 1 apenas para o Magazine Luiza e Via Varejo, enquanto nesse sentido, o grupo Carrefour e o grupo Assaí têm índices muito baixos, ou seja, não apresentam capacidade de pagar suas dívidas assumidas.

Na análise dos índices que reportam a estrutura patrimonial, todas as empresas de estrutura patrimonial em questão, quando se refere ao endividamento, demonstram dificuldades, pois dependem da captação de recursos com terceiros para financiar seu ativo, e desfrutam de uma zona de desconforto, pois estes recursos são advindos de empréstimos, e na maioria das vezes, são dívidas a curto prazo. No sentido da composição do endividamento, todas as empresas analisadas refletem a dependência das entidades em relação a terceiros, onde

a maior partes desses recursos vencem no curto prazo, o que é desfavorável, pois, caso haja alguma crise, ficarão em um situação delicada. Desse modo, no tocante a imobilização do patrimônio líquido, percebeu-se que todas as empresas imobilizaram praticamente todo seu capital próprio, com exceção do Magazine Luiza, sendo o único a não depender somente do capital de terceiros para financiar o ativo circulante. Nesse sentido, é viável mencionarmos que todas as empresas têm equilíbrio na imobilização de recursos não correntes, apesar da Via Varejo e o Magazine Luiza terem os menores índices de imobilização.

Quando observado, o retorno do investimento realizado pode concluir que na geração de lucro pela utilização do que foi investido no ativo, somente o grupo Carrefour apresentou resultado superior ao investido, enquanto todas as outras empresas ficaram com índices abaixo do esperado, ficando evidente na margem operacional de cada empresa, onde o grupo Carrefour apresenta 30% das vendas convertidas em lucro, seguida pelo Magazine Luiza, que apesar de não ter um retorno ideal do investimento nela efetuado, conseguiu converter o mesmo índice de lucro do Carrefour, enquanto o Grupo Assaí e a Via Varejo tiveram o pior resultado; porém, há um contraponto, onde essas últimas tiveram o maior giro no ativo, resultado do baixo índice de investimento nessas empresas. Seguindo esse mesmo raciocínio, o Magazine Luiza e o grupo Carrefour têm equilíbrio, com o seu giro próximo ao esperado.

Apesar dos números analisados, a Via Varejo é a empresa que mais remunera o capital investido, com médias de 56%, seguida pelo Magazine Luiza com 26%, enquanto os grupos Assaí e Carrefour têm índices de remuneração em 15%. Assim, para complementar as informações, observou-se que o Magazine Luiza tem os melhores índices no Geral, com boa liquidez e com endividamento equilibrado, apesar de não ser ideal, está próximo do aceitável, e em relação à rentabilidade, ela tem potencial de crescimento. Em relação às outras empresas, são possíveis afirmar que os grupos Assaí e Carrefour, apesar de liderarem o ranking IBEVAR, não apresentam equilíbrio nos índices analisados, passando ainda uma insegurança financeira. Entretanto, a Via Varejo apresentou o pior resultado, e tem risco de insolvência, por possuir péssimos números de liquidez e depender praticamente do capital de terceiros para financiar seu ativo, por fim, não consegue gerar lucro, apesar do alto faturamento com vendas, o que a torna ineficiente.

Dessa forma, conclui-se que as empresas antes da pandemia já eram grandes e detinham uma boa parcela do mercado varejista, porém, durante a pandemia, tiveram um grande impulso e se estabilizaram no mercado, fazendo investimentos em tecnologia e desenvolvimento socioeconômico, movidas pela necessidade de atender a população reclusa em casa, o que gerou grandes faturamentos e crescimento financeiro.

Portanto, com o objetivo alcançado, mediante aos objetivos propostos, não se pretende encerrar aqui a discursão aberta inicialmente, que versa sobre a situação econômico-financeira das empresas analisadas antes, durante e após a pandemia da Covid-19. Este estudo ainda pode ser complementado pela utilização de outros indicadores contábeis que possibilitem a compreensão de aspectos mais específicos, como os índices de atividade e indicadores de valor de mercado. Recomenda-se, portanto, para futuros estudos, a ampliação da amostra pesquisada, sendo possível analisar uma quantidade maior de empresas do segmento varejista e em períodos superiores aos cinco anos estudados, e sugere-se realizar outros estudos que possam complementar com maior abrangência o período estudado.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Luanda. **ANÁLISE DO IMPACTO DA PANDEMIA DO COVID-19 NA ESTRUTURA DE CUSTO DO SETOR VAREJISTA**. Orientador: Claudio Marcos Maciel da Silva. 2021. Monografia (Departamento de Contabilidade da Faculdade de Administração e Ciências Contábeis) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2021. f. 32.

AMORIM, Diego. **Um pouco de história sobre o mercado varejista**. [S. l.], 2015. Disponível em: <<https://administradores.com.br/artigos/um-pouco-de-historia-sobre-o-mercado-varejista>> Acesso em: 10 nov. 2023.

ARANTES, Vivianne. **E-commerce: A expansão do setor no Brasil e o comportamento do consumidor**. Orientador: Prof. Dr. Diego Senise. 2016. 57 p. Monografia (curso de Especialização, Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo) - Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.

BRAGA, Hugo Rocha. **Demonstrações Contábeis: Estrutura, Análise e Interpretação**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

CASTING, **Conheça a história e evolução do varejo no Brasil**: Passamos por um momento de profundas mudanças, que devem acrescentar novos pontos à evolução do varejo no Brasil.. São Paulo: Casting, 2018. Disponível em:< <https://www.cstng.com/blog/historia-e-evolucao-do-varejo-no-brasil/#>>. Acesso em: 12 nov. 2023.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO DE BENS SERVIÇOS E TURISMO.

Varejo perdeu 75 mil estabelecimentos em 2020 e 2021 Disponível:<<https://www.portaldocomercio.org.br/noticias/com-pandemia-75-mil-lojas-fecharam-as-portas-em-2020/320559>> Acesso em: 23/04/2023.

SZUSTER, Natan *et al.* **Contabilidade geral**: Introdução à contabilidade societária. 4 ed. ed. São Paulo: Atlas, 2013. 363 p. ISBN 9788522473199.

CNN-Brasil Consumo na pandemia: 71% dos brasileiros preferem compras online. Disponível em <<https://www.cnnbrasil.com.br/business/consumo-na-pandemia-71-dos-brasileiros-preferem-compras-online>> Acesso em 02/09/2023

CUNHA, Arthur. **Análise comparativa do desempenho econômico-financeiro no segmento de varejo a partir da pandemia de covid-19**: um estudo de caso na empresa b2w – companhia global do varejo. Orientador: M.Sc. Marcelo Jota Gomes. 2022. Monografia (Universidade Federal de Pernambuco – UFPE) - Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, Recife, 2022. f. 44.

CPC, Comitê de Pronunciamentos Contábeis. **Estrutura conceitual para elaboração e Divulgação de relatório contábil-financeiro**. Disponível em: < http://static.cpc.aatb.com.br/Documentos/147_CPC00_R1.pdf>. Acesso em: 20 de março 2023

CPC, Comitê de Pronunciamentos Contábeis. **Apresentação das demonstrações contábeis**. 2011. Disponível em <http://www.cpc.org.br/mostraOrientacao.php?id=44>. Acesso em 11/11/2023.

DEMONSTRAÇÕES Contábeis: o que são e quais as 5 principais: Qual é a estrutura das demonstrações contábeis. [S. l.]: Econsult Consultoria Econômica, 21 ago. 2020. Disponível em: <https://econsult.org.br/blog/demonstracoes-contabeis/>. Acesso em: 11 nov. 2023.

FREITAS, F. M. R. **Efeitos da pandemia de covid-19 nos indicadores econômico-financeiros das empresas brasileiras**. 2021. 51 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Ciências Contábeis) - Centro Universitário Christus, Fortaleza, 2021.

IBEVAR- Ranking Ibevar – fia 2022 destaca as maiores marcas do varejo -Disponível em < <https://www.ibevar.org.br/blog/ranking-ibevar-fia-2022-destaca-as-maiores-marcas-do-varejo/>> acesso em 13/06/21

IBEVAR- Ranking Ibevar :o Ibevar – instituto brasileiro de executivos de varejo & mercado de consumo -Disponível em < <https://www.ibevar.org.br/sobre-o-ibevar/>> acesso em 13/06/21

IUDÍCIBUS, Sergio de. **Análise de balanços** / Sergio Iudícibus. -6. Reimpr. – São Paulo: Atlas, 2014.

LEMONS, Gabriela. **O que é o varejo e como ele evoluiu ao longo do tempo?** Florianópolis: Smarket, 2016. Disponível em:< <https://smarket.com.br/o-que-e-o-varejo-e-como-ele-evoluiu-ao-longo-do-tempo/>>. Acesso em: 12 nov. 2023.

LÜDKE, Menga; ANDRÉ, Marli E. D. A. **Pesquisa em educação:** abordagens qualitativas. 2ª edição. Rio de Janeiro: E.P.U., 2014.

LEI Nº 6.404, DE 15 DE DEZEMBRO DE 1976 -**Dispõe sobre as sociedades por ações**. Disponível em <<lei-6404-15-dezembro-1976-368447-norma-actualizada-pl.pdf> (camara.leg.br)> acesso em 28/06

MARTINS, Eliseu. **Análise didática das demonstrações contábeis**/ Eliseu Martins, Gilberto José Miranda, Josedilton Alves Diniz. – São Paulo: Atlas 2014.

MARTINS, Raphael. **Bolsa termina o ano em alta de 3%; veja o balanço do mercado em 2020:** Em meio à pandemia do novo corona vírus, o principal índice da B3 experimentou flutuações inéditas; perdas chegaram a acumular 45% no ano, mas o Ibovespa voltou ao campo positivo depois de 267 dias... [S. l.]: G1, 30 dez. 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/2020/12/30/bolsa-termina-o-ano-em-alta-de-321percent-veja-o-balanco-do-mercado-em-2020.ghtml>>. Acesso em: 12 nov. 2023.

MARQUES, Luiz. **A pandemia incide no ano mais importante da história da humanidade. Serão as próximas zoonoses gestadas no Brasil?** [S. l.], 5 dez. 2023. Disponível em: <https://www.unicamp.br/unicamp/noticias/2020/05/05/pandemia-incide-no-ano-mais-importante-da-historia-da-humanidade-serao-proximas>. Acesso em: 11 nov. 2023.

MARCONI e LAKATOS. **Fundamentos de metodologia científica**. - 9. ed. - São Paulo: Atlas 2021.

MATARAZZO, Dante. **Análise financeira de balanços: abordagem gerencial**. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

Ministério da Educação. BRASIL. **Conselho federal de contabilidade. Nbc tsp 1: NBC TSP 1 – Apresentação das Demonstrações Contábeis**, resolução cfc n.º 785, de 28 de julho de 1995. Disponível em <https://www.peritoscontabeis.com.br/normas/normas_contabeis.htm> Acesso em 07 de setembro de 2023

Organização Pan-Americana da Saúde, & Organização Mundial da Saúde. (2020). Folha informativa COVID-19 - Escritório da OPAS e da OMS no Brasil

PADOVEZE, C. L; BENEDICTO, G. C. **Análises das Demonstrações Financeiras**. 3. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

PAULA, Eliza de. **Indicadores econômicos e financeiros da empresa Onda Ltda- Uma avaliação das demonstrações contábeis de 2011 até 2015**. São Leopoldo: UNISINOS, 2016. Disponível em : <Elisa de Paula_ (jesuita.org.br)> acesso em 31/05/2021

PEREIRA, Alexandre Demetrius. **A auditoria externa e as demonstrações contábeis no direito comercial**. 2010. 398 F. Tese (doutorado em Direito) - Faculdade de direito da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010.

PEREIRA, Antônio Gualberto. **Análise das demonstrações contábeis / Antônio Gualberto Pereira**. - Salvador: UFBA, Faculdade de Ciências Contábeis; Superintendência de Educação a Distância, 2018. 72 p.: il

PESQUISA descritiva: o que é e como funciona? [S. l.]: Serasa Experian, 22 mar. 2023. Disponível em: <https://www.serasaexperian.com.br/conteudos/marketing/pesquisa-descritiva-o-que-e-e-como-funciona/>. Acesso em: 10 nov. 2023.

PRODANOV, Cleber Cristiano. **Metodologia do trabalho científico [recurso eletrônico]: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico / Cleber Cristiano Prodanov, Ernani Cesar de Freitas**. – 2. ed. – Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

PEREIRA, Irene Fonseca de Campos. **Análise das demonstrações contábeis- As principais dificuldades encontradas na cooperativa de crédito Unicred Centro Paraibana**. Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais e Aplicadas, 2014.

RAUEN, Fabio. **Roteiros de Investigação Científica: Desde a concepção até a produção e a apresentação**. 1. ed. Brasil: Unisul, 2002. 264 p. v. 1. ISBN 9788586870156.

SAMPIERI, COLLADO E LUCIO, Roberto, Carlos, María. **Metodologia de pesquisa**. 5. ed. Porto Alegre: Penso, 2013. 624 p. ISBN 9788565848282.

SZUSTER, Natan *et al.* **Contabilidade geral:** Introdução à contabilidade societária. 4 ed. ed. São Paulo: Atlas, 2013. 363 p. ISBN 9788522473199.

SCHNAIDER, Amanda. **Pandemia impulsiona transformação digital no varejo:** Estudo realizado pela Sociedade Brasileira do Varejo e Consumo revelou que mais varejistas apostam em soluções tecnológicas e voltam parte de faturamento para investimentos na área. São Paulo, 30 mar. 2021. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/marketing/pandemia-impulsiona-transformacao-digital-no-varejo>. Acesso em: 12 out. 2023.

SILVA E SOUZA, Kleiton Ribeiro da, Paulo Cesar de,/-**Análise das demonstrações financeiras como instrumento para tomada de decisões.** INGEPRO – Inovação, Gestão e Produção Janeiro de 2011, vol. 03, nº 01. - p. 1-12 , 2011

SILVA, José Pereira. **Análise financeira das empresas.** 12 ed. São Paulo: Editora Atlas, 2013.

Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo. **Ranking:um estudo completo no setor- 300 maiores empresas do varejo brasileiro,** 2021. Disponível em: <Estudo O Papel do Varejo na Economia Brasileira - Atualização 2021 - SBVC - SBVC – Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo> acesso em 08 de Agosto de 2021.

SOARES, S. J. **Pesquisa científica:** uma abordagem sobre o método qualitativo Revista Ciranda –Montes Claros, v. 1, n.3, pp.168-180, jan/dez-2019.180

SOUZA, Mariana. **O Estado e o turismo no Brasil:** análise das políticas públicas no contexto da pandemia da COVID-19. Chamada especial: Turismo e Covid-19, RBTUR 15 (1) • Jan-Apr 2021, São Paulo, ano 2021.

VICECONTI E NEVES, Silvero das, Paulo. **Contabilidade Avançada e Análise das Demonstrações Financeiras.** 18ª Edição. ed. [S. l.]: Saraiva, 2018. 784 p. ISBN 9788553131242.

VITO, Pedro. **A História e Evolução do Varejo Brasileiro.** [S. l.], 10 dez. 2020. Disponível em: <https://ellovarejo.com.br/blog/historia-evolucao-varejo-brasileiro/>. Acesso em: 10 nov. 2023.