



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS I – CAMPINA GRANDE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE CONTABILIDADE
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

FRANCISCO JEFFERSON LINO DE OLIVEIRA

ANÁLISE DOS ÍNDICES ECONÔMICO-FINANCEIROS DAS PRINCIPAIS EMPRESAS DO VAREJO LISTADA NA B3: UM ESTUDO ANTES E DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19.

**CAMPINA GRANDE
2024**

FRANCISCO JEFFERSON LINO DE OLIVEIRA

ANÁLISE DOS ÍNDICES ECONÔMICO-FINANCEIROS DAS PRINCIPAIS EMPRESAS DO VAREJO LISTADA NA B3: UM ESTUDO ANTES E DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19.

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo) apresentado ao Departamento do Curso de Ciências Contábeis da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de graduação em Ciências contábeis.

Área de concentração: Controladoria.

Orientador: Prof. Me. José Elinilton Cruz de Menezes.

**CAMPINA GRANDE
2024**

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.

O48a Oliveira, Francisco Jefferson Lino de.
Análise dos índices econômico-financeiros das principais empresas do varejo listada na B3: Um estudo antes e durante a pandemia da Covid-19. [manuscrito] / Francisco Jefferson Lino de Oliveira. - 2024.
22 p.

Digitado.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Contábeis) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2024.
"Orientação : Prof. Me. José Elinilton Cruz de Menezes, Coordenação do Curso de Ciências Contábeis - CCSA. "
1. Índices. 2. Setor varejista. 3. Pandemia. 4. Covid-. I.
Título

21. ed. CDD 657.3

FRANCISCO JEFFERSON LINO DE OLIVEIRA

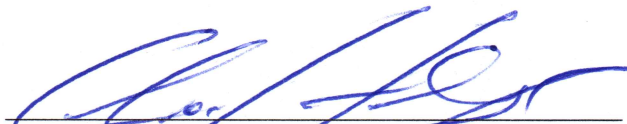
ANÁLISE DOS ÍNDICES ECONÔMICO-FINANCEIROS DAS PRINCIPAIS EMPRESAS DO VAREJO LISTADA NA B3: UM ESTUDO ANTES E DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19.

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo) apresentado ao Departamento do Curso de Ciências Contábeis da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de graduação em Ciências Contábeis.

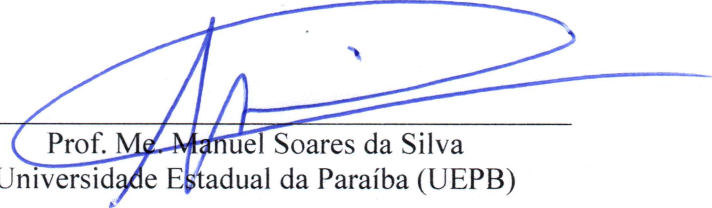
Área de concentração: Controladoria.

Aprovada em: 06/06/2024.

BANCA EXAMINADORA



Prof. Me. José Elnilton Cruz de Menezes (Orientador)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof. Me. Manuel Soares da Silva
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof. Esp. Cláudio de Oliveira Leôncio Pinheiro
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Ao meu filho Ravi e a minha esposa Fabrícia,
pela dedicação, companheirismo no qual sempre
estive me apoiando na cainhada, DEDI-
CO.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Índice de Liquidez Corrente	13
Tabela 2 - Índice de Liquidez Seca	13
Tabela 3 - Índice de Liquidez Geral	14
Tabela 4 - Índice de Liquidez Imediata	15
Tabela 5 - Participação de Terceiros Sobre Recursos Próprios Totais.....	15
Tabela 6 - Capital de Terceiros Sobre Capitais Próprios.....	16
Tabela 7 - Composição do Endividamento.....	16
Tabela 8 - Taxa de Retorno Sobre o Ativo	17
Tabela 9 - Taxa de Retorno Sobre o Patrimônio Líquido	17

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	7
2	REFERENCIAL TEÓRICO	8
2.1	Impacto da COVID-19	8
2.2	História do setor varejista brasileiro	8
2.3	Análise das Demonstrações Contábeis.....	9
2.3.1	Índices de Liquidez	9
2.3.2	Índices de Endividamento	10
2.3.3	Indicadores de Rentabilidade	10
2.4	Trabalhos Correlatos.....	11
3	METODOLOGIA.....	12
3.1	Universo e Amostra	12
4	ANÁLISE DAS DISCURSÕES E RESULTADOS	13
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	18
	REFERÊNCIAS.....	18

ANÁLISE DOS ÍNDICES ECONÔMICO-FINANCEIROS DAS PRINCIPAIS EMPRESAS DO VAREJO LISTADA NA B3: UM ESTUDO ANTES E DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19.

ANALYSIS OF THE ECONOMIC-FINANCIAL INDICES OF THE MAIN RETAIL COMPANIES LISTED ON B3: A STUDY BEFORE AND DURING THE COVID-19 PANDEMIC.

Oliveira, Francisco Jefferson Lino ¹

RESUMO

O objetivo geral desta pesquisa é analisar os índices econômico-financeiros das principais empresas do varejo listada na B3 entre o período de 2018 e 2022. O estudo adota uma abordagem quantitativo-descritivo, utilizando uma metodologia documental para coletar e analisar os dados das demonstrações contábeis, obtido através dos sites das empresas Magazine Luiza, Americanas e Via Varejo e também no site da Bolsa de Valores no período 2018 a 2022. Os resultados da pesquisa revelam variações nos índices das empresas analisadas, destaca-se a Americanas por apresentar resultados superiores na maioria dos índices comparados em relação a Magazine Luiza e a Via Varejo. Conclui-se que a pandemia da Covid-19 teve impacto significativo nos resultados trazidos pelas demonstrações contábeis das principais empresas setor varejista, especialmente 2021, durante o auge da pandemia, e seus efeitos continuaram a ser sentido em 2023 no período pós-pandemia.

Palavras-Chave: Índices; Setor varejista; Pandemia; Covid-19.

ABSTRACT

The general objective of this research is to analyze the economic-financial indices of the main retail companies listed on B3 between the period 2018 and 2022. The study adopts a quantitative-descriptive approach, using a documentary methodology to collect and analyze data from the financial statements, obtained through the websites of the companies Magazine Luiza, Americanas and Via Varejo and also on the website of the Stock Exchange in the period 2018 to 2022. The results of the research reveal variations in the indices of the companies analyzed, Americanas stands out for presenting superior results in most indexes compared in relation to Magazine Luiza and Via Varejo. It is concluded that the Covid-19 pandemic had a significant impact on the results brought by the financial statements of the main companies in the retail sector, especially in 2021, during the height of the pandemic, and its effects continued to be felt in 2023 in the post-pandemic period.

Keywords: Indexes; Retail sector; Pandemic; Covid-19.

¹ Graduando em Ciências Contábeis pela Universidade Estadual da Paraíba, Campus I. Endereço eletrônico: Francisco.lino@aluno.uepb.edu.br

1 INTRODUÇÃO

O setor varejista destaca-se como um dos segmentos mais importante, visto que seu desempenho reflete diretamente no notável crescimento da geração de empregos no país, e também impulsiona o crescimento do PIB brasileiro. Segundo Souza (2022), o setor varejista e comercial contribuiu com 28% do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro em 2020, esse desempenho foi impulsionado por inovações, digitalização, internacionalização e estratégias implementadas no setor, apesar do cenário de crise enfrentado tanto no Brasil quanto no cenário global.

De acordo com o empresário Flávio Rocha, presidente da Riachuelo e do Instituto para o Desenvolvimento do Varejo, o setor varejista é o maior empregador privado do Brasil. Rocha argumenta que, segundo suas observações, a cada quatro empregos no país, um é gerado pelo varejo (Amaro, 2014). Os dados do IBGE (2020) também indicam um crescimento significativo no comércio varejista, que aumentou 19,7% em uma década.

De acordo com Saraiva (2020), o setor varejista brasileiro abriga aproximadamente 1,3 milhões de empresas, que normalmente empregam cerca de 8,5 milhões de trabalhadores. Entretanto, devido à crise, estima-se que 47 mil empresas possam encerrar suas atividades, resultando no desemprego de aproximadamente 444 mil pessoas, conforme apontado em pesquisa realizada pelo Jornal Estadão.

De acordo com Brasil (2021), os primeiros casos de contaminação pelo coronavírus foram registrados em Wuhan, China, em dezembro de 2019. Nas primeiras semanas de 2020, a disseminação da Covid-19 ocorreu de forma exponencial, levando ao fechamento de cidades e países como medida para reduzir o contágio. De acordo com a BBC Brasil (2020), diante da seriedade da situação e das dificuldades em controlar a propagação da Covid-19, o governo implementou várias medidas, entre as quais se destacam o isolamento social e o fechamento de grande parte das atividades não essenciais, o que resultou em uma crise marcada pelo fechamento de empresas e uma significativa redução na renda da população. Essa situação teve repercussões significativas nas demonstrações contábeis de empresas de diversos setores, com alguns deles sendo impactados de maneira substancial pelos efeitos da pandemia. Conforme França, *et al* (2020), a pandemia teve repercussões amplamente desfavoráveis para a maioria das empresas brasileiras, afetando negativamente cerca de 70% delas. Os setores mais impactados foram os de serviços, indústria, construção e comércio.

Conforme podemos observar, o Brasil e mundo passou por uma crise pandêmica que desencadeou uma crise econômica global, dessa forma, formula-se o seguinte problema de pesquisa: **Como se comportaram os principais índices econômico-financeiros das principais empresas do varejo listadas na B3 antes e durante a covid-19?**

Este tema é de fundamental relevância, pois possibilita a compreensão da importância da análise dos demonstrativos contábeis e observar como as empresas se comportaram antes e durante o período pandêmico. Isso acarretou um impacto significativamente negativo na saúde financeira das organizações, respaldando, por conseguinte na sociedade, manifestando-se notadamente pelo aumento expressivo do desemprego. Desta forma, justifica-se a elaboração da presente pesquisa.

O trabalho tem como objetivo geral analisar os índices econômico-financeiros das principais empresas do varejo listada na B3 entre o período de 2018 a 2022. Os objetivos específicos são: I- analisar se os anos com as maiores discrepâncias nos resultados dos índices correspondem aos anos do período pandêmico; II verificar se existem disparidades significativas nos índices entre as empresas; III analisar se houve alguma alteração nos resultados ante e durante o período da COVID-19.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Impacto da COVID-19

A pandemia de COVID-19 teve início com os primeiros casos registrados na cidade de Wuhan, localizada na China, aproximadamente no meio do mês de dezembro de 2019. Rapidamente, o vírus se disseminou pela população mundial, sendo um agente infeccioso novo e desconhecido, caracterizado por uma significativa capacidade de propagação. Os primeiros casos no Brasil foram identificados por volta de fevereiro de 2020.

Em 26 de fevereiro de 2020, o Brasil registrou o primeiro caso da enfermidade em São Paulo, marcando o início da disseminação do Sars-Cov-2. Na época, tanto os efeitos da doença quanto sua natureza eram amplamente desconhecidos para pacientes, estudiosos e médicos (Brasil, 2021).

De acordo com as conclusões de Kerr et al. (2020), diante da necessidade de conter a disseminação da doença, as autoridades estaduais e municipais tomaram medidas significativas de saúde pública, como a declaração de estado de emergência. Na ausência de uma vacina ou tratamento comprovadamente eficaz no início de 2020, o isolamento social emergiu como uma das principais estratégias para controlar o avanço da doença. Como resposta a essa necessidade, diversos governos estaduais e municipais optaram por decretar o fechamento temporário de serviços não essenciais, impactando diretamente setores como o varejo e serviços, restringindo o transporte e determinando o fechamento de instituições educacionais, incluindo escolas e universidades.

Pivato e Almeida (2021) destacam que a COVID-19 teve repercussões significativas na economia global, particularmente no contexto brasileiro. Em um cenário já marcado por uma crise econômica e esforços para redução de gastos públicos, o impacto da pandemia foi agravado pela demora do governo brasileiro em reconhecer a magnitude da crise. Com a implementação de medidas tardiamente, o país enfrentou desafios adicionais, incluindo elevadas taxas de desemprego, baixa produtividade e uma pressão financeira acentuada sobre o Estado, resultante de uma arrecadação reduzida.

As situações evidenciadas promoveram o fechamento de empresas, na pesquisa realizada pelo IBGE, evidencia-se que cerca de 1,3 milhões de empresas encerraram suas atividades temporariamente ou definitivamente, durante a primeira quinzena de junho de 2020. De acordo com Nery (2020), os percentuais que têm tido efeito negativo estão no setor de serviços com (74,4%), indústria (72,9%), construção (72,6%) e comércio (65,3%), em que notadamente serviços e indústria foram os mais atingidos. (Pessoa, 2022, p.156).

Assim, é possível constatar que a pandemia de Covid-19 teve um impacto significativo no setor varejo, sendo um dos segmentos mais afetados economicamente. No setor de comércio varejista, observou-se uma significativa interrupção das operações, com aproximadamente 41,1% das entidades encerrando suas atividades devido aos efeitos adversos causados pela pandemia de COVID-19. Mesmo entre as empresas que conseguiram manter sua continuidade operacional, registrou-se um impacto negativo expressivo, atingindo 65,4% (IBGE, 2020).

2.2 História do setor varejista brasileiro

Varotto (2006) ressalta que a descoberta do ouro em Minas Gerais na segunda metade do século XVII levou ao surgimento de novos caminhos para o interior, desencadeando um processo de povoamento. Isso foi feito na construção gradual de pousos e estalagens, destinado a fornecer mantimentos, ferramentas e descanso para os viajantes durante suas longas jor-

nadas. Conforme Fausto (1998), a partir desse momento, a implementação de pousos e estalagens desencadeou o surgimento de pequenas vilas e cidades, como Vila Rica (Ouro Preto), Mariana e São João Del Rei, que proporcionaram o abastecimento de mantimentos para os viajantes.

De acordo com Varotto (2006), a chegada da família real portuguesa ao Brasil, escapando de Napoleão Bonaparte na Europa, e a consequente abertura dos portos resultaram em um aumento significativo do tráfego marítimo e do comércio nas cidades portuárias como Rio de Janeiro, Salvador, São Luís, Recife e Belém. Isso atraiu comerciantes europeus que estabeleceram suas operações no país, resultando no surgimento de inúmeras lojas nas proximidades dos portos. Portanto, é possível compreender o contexto histórico e considerar a magnitude da importância para o varejo alcançar o ponto em que está nos dias de hoje.

2.3 Análise das Demonstrações Contábeis

A análise de balanços, conforme destacado por Ribeiro (2017), consiste em uma técnica contábil que visa examinar e interpretar os dados presentes nas demonstrações financeiras, transformando-os em informações valiosas para diversos usuários da contabilidade.

Na perspectiva de Iudícibus (2017), a utilização da análise das demonstrações emerge como uma valiosa ferramenta de gestão, possibilitando uma compreensão abrangente da situação financeira, do desempenho e dos fluxos de caixa da entidade. Portanto, essa abordagem revela-se crucial para orientar os usuários na tomada de decisões estratégicas.

2.3.1 Índices de Liquidez

Os indicadores de liquidez desempenham um papel crucial ao evidenciar a essência da condição financeira de uma entidade. Sua importância fundamental reside em revelar de maneira precisa a situação real da organização em um período específico, permitindo avaliar sua capacidade de pagamento, solvência e saúde financeira diante de suas obrigações (MARTINS; DINIZ; MIRANDA, 2017).

De acordo com a interpretação de Assaf Neto (2011), os indicadores de liquidez proporcionam uma visão da condição financeira da empresa em relação às suas diversas obrigações financeiras perante terceiros.

De acordo com Marion (2019), a Liquidez Corrente emerge como um indicador preponderante para a avaliação da condição financeira da empresa, estabelecendo uma relação entre os recursos imediatamente disponíveis e conversíveis e as obrigações de curto prazo.

Segundo as considerações de Neto (2007), a análise da liquidez corrente, que reflete a relação entre os bens e direitos de curto prazo e as obrigações com terceiros no curto prazo, indica que uma maior liquidez corrente está associada a uma capacidade elevada da empresa em financiar seu capital de giro.

Fórmula: Ativo Circulante / Passivo Circulante
--

Iudícibus (2017) destaca a importância da Liquidez Imediata como indicador, enfatizando que esse índice revela a disponibilidade financeira da entidade em termos de Caixa, Bancos e Aplicações Imediatas, proporcionando uma visão clara da capacidade de enfrentar as obrigações de curto prazo presentes no Passivo Circulante.

Fórmula: Disponível / Passivo Circulante
--

Para Silva (2019 p. 271) “O índice de liquidez seca (*acid test*) indica quanto a empresa possui em disponibilidades (dinheiro, depósitos bancários à vista e aplicações financeiras de liquidez imediata), aplicações financeiras de curto prazo e duplicatas a receber, para fazer face ao seu passivo circulante.”

Fórmula: $\text{Ativo Circulante} - \text{Estoque} / \text{Passivo Circulante}$

A liquidez geral, conforme abordada por Ribeiro (2018), refere-se à capacidade da empresa em utilizar seus recursos no Ativo Circulante e Realizável a Longo Prazo para cumprir suas obrigações financeiras.

Fórmula: $\text{Ativo Circulante} + \text{Ativo Realizável a Longo Prazo} / \text{Passivo Circulante} + \text{Passivo Não Circulante}$

Portanto, esses índices de liquidez assumem uma importância fundamental, pois permitem analisar e avaliar a quantidade de recursos disponíveis ou a receber pela empresa, viabilizando sua capacidade de cumprir obrigações perante terceiros.

2.3.2 Índices de Endividamento

Iudícibus (2017) destaca que o indicador de Capitais de Terceiros sobre Recursos Totais fornece uma medida significativa, ao indicar a proporção de dívidas que uma entidade detém em relação a cada real de capital próprio e de terceiros.

Fórmula: $\text{Exigível Total} / (\text{Exigível Total} + \text{Patrimônio Líquido})$

Conforme Assaf Neto (2014), a análise desse índice revela a proporção dos recursos totais provenientes de fontes externas, evidenciando a percentagem de capital de terceiros em relação a cada unidade monetária captada pela empresa.

De acordo com as considerações de Matarazzo (2010), a Participação de Capitais de Terceiros é um indicador que revela a quantidade de recursos captados pela empresa junto a terceiros para cada unidade de capital próprio investido por ela.

Fórmula: $\text{Exigível Total} / \text{Patrimônio Líquido}$

Conforme destacado por Iudícibus (2017), a análise da Composição do Endividamento revela a proporção do endividamento global com vencimento em curto prazo. Quanto menor esse índice, melhor, indicando que a empresa dispõe de mais tempo para cumprir suas obrigações financeiras.

Fórmula: $\text{Passivo Circulante} / \text{Exigível Total}$

Portanto, é crucial que a empresa compreenda a quantidade de capital externo que está sendo injetado. Por meio da análise desse índice, a organização se orientará sobre a proporção de capital de terceiros investido nela.

2.3.3 Indicadores de Rentabilidade

Conforme Padoveze e Benedicto (2011, p. 116), “a rentabilidade é o resultante das operações da empresa em um determinado período, portanto, envolve todos os elementos operacionais, econômicos e financeiros do empreendimento”.

A rentabilidade sobre o patrimônio líquido, conhecida como Taxa de Retorno sobre o Patrimônio Líquido (ROE), destaca-se como um indicador significativo, revelando o rendimento alcançado pelos acionistas ou quotistas em relação aos investimentos realizados na empresa (Silva, 2019).

Fórmula: Lucro Líquido / Patrimônio Líquido

Conforme Wernke (2011, p.199), “o ROE evidencia o retorno do capital próprio (PL) aplicado na empresa. Ou seja, os acionistas são os que mais se interessam em acompanhar o desempenho desse indicador”.

Segundo a abordagem de Assaf Neto (2014), a taxa de retorno sobre o patrimônio líquido refere-se à medida do lucro que os acionistas da empresa podem esperar para cada real investido no patrimônio líquido.

A avaliação da eficiência global da alta direção da empresa na geração de lucros a partir de seus investimentos totais é realizada por meio da rentabilidade do ativo, conhecida como Taxa de Retorno sobre o Ativo Total (ROA) ou, de forma mais simplificada, como Taxa de Retorno sobre Investimentos (ROI), conforme destacado por Silva (2019).

De acordo com a interpretação de Matarazzo (2010), o Retorno sobre o Ativo (ROI) é um indicador que reflete a rentabilidade do Lucro Líquido em relação ao Ativo Total.

Fórmula: Lucro Líquido / Ativo Total

Segundo Wernke (2011, pág. 208), “o interesse por este indicador deve-se ao fato de que este combina fatores de lucratividade (como receitas, custos e investimentos) e os transforma em taxa percentual.”

Segundo a perspectiva de Iudicibus (2017), fica evidente que este é considerado o indicador principal no âmbito das análises de balanço.

Portanto, isso destaca a relevância desse indicador, já que a empresa busca alcançar o maior retorno possível através dele.

2.4 Trabalhos Correlatos

Segundo BRITO *et al* (2021), em seu estudo Efeitos da pandemia Covid-19 no Segmento varejista de eletrodomésticos e produtos diversos da B3: Análise dos Indicadores a partir das Demonstrações Contábeis, chegou à conclusão que as empresas analisadas tiveram um significativo crescimento nos faturamentos, contudo, ao examinar seus custos e despesas operacionais, evidencia-se uma elevação substancial, resultando em lucros impactados negativamente e, conseqüentemente, baixos.

Segundo Vieira e Borel (2020), em seu estudo O Impacto Econômico-Financeiro da Pandemia do Covid-19 na Rede Varejista Magazine Luiza S.A, chegou à conclusão que a empresa analisada, tiveram impactos significativos e notórios no segundo trimestre de 2020, a organização que já apresentava preparo e estabilidade nos meios digitais, teve como diferencial as vendas online e a qualidade do serviço prestado neste meio.

3 METODOLOGIA

A presente pesquisa é classificada como um estudo quantitativo-descritivo, com o objetivo de quantificar os resultados encontrados de maneira numérica da forma mais eficiente possível. Lakatos e Marconi (2003) destacam que a pesquisa quantitativa-descritiva tem como objetivo a análise das características de fatos ou fenômenos, enfatizando o controle estatístico como um meio de fornecer dados para a verificação das hipóteses.

O método utilizado na pesquisa adotará uma abordagem documental, concentrando-se nas análises das demonstrações contábeis das empresas estudadas. A pesquisa documental é destacada por sua ênfase na utilização de documentos como fontes primárias de dados coletados, conforme apontado por Lakatos e Marconi (2003).

Os dados da pesquisa foram obtidos através do site da B3 e nos sites das empresas, através da análise das demonstrações contábeis publicadas pelas mesmas. Foram considerados os anos de 2018 e 2019 (anteriores à pandemia) em comparação com os anos de 2020, 2021 e 2022 (durante a pandemia).

Os dados coletados foram sistematizados e examinados por meio do software Microsoft Excel. No qual foram analisados diversos índices, abrangendo a Liquidez (Liquidez Imediata, Liquidez Corrente, Liquidez Seca e Liquidez Geral); o Endividamento (Relação entre Capitais de Terceiros e Recursos Totais, Participação de Capitais de Terceiros e Composição de Endividamento); e a Rentabilidade (Margem Líquida, Retorno sobre o Investimento e Retorno sobre o Patrimônio Líquido).

3.1 Universo e Amostra

O universo da pesquisa engloba empresas do segmento do varejista de capital aberto, sendo que a amostra se concentra em três grandes empresas desse setor: Magazine Luiza, Via Varejo e Americanas.

A Via Varejo é um conglomerado formado por diversas empresas que compõem o grupo, cada uma delas reconhecida por nomes de grande expressão no mercado varejista brasileiro há anos. Entre essas empresas estão Casas Bahia, Ponto Frio, Bartira e Extra. Em 2012, a empresa Globex adotou o nome Via Varejo S/A, e hoje em dia possui uma extensa rede de mais de 1000 lojas que abrangem as marcas Casas Bahia e Ponto Frio em conjunto (LEMOS, 2020; VIA VAREJO, 2024).

A trajetória da Magazine Luiza, desde sua fundação em 1957 por Luiza e Pelegrino Donato no interior de São Paulo, mais especificamente na cidade de Franca, revela uma história marcada pela inovação e transparência. Inicialmente uma modesta loja de presentes, a empresa ganhou o nome Magazine Luiza através de um concurso com seus clientes. Ao longo dos anos, a empresa tornou-se a maior loja de varejo do Brasil, mantendo como princípios fundamentais a inovação e a comunicação transparente. O constante processo de expansão, com a inauguração de novas lojas em todo o país, destaca a sólida presença da Magazine Luiza no mercado brasileiro (MAGAZINE LUIZA, 2024).

De acordo com Magazine Luiza (2024), a empresa atualmente preserva uma presença marcante no mercado, com operações em mais de 1.303 lojas distribuídas por 20 estados brasileiros.

A Americanas S.A, uma varejista com quase cem anos de história e presença nacional, destaca-se como uma das marcas mais influentes do Brasil, ocupando a posição de destaque no top 10 do ranking Ipsos de 2022. Reconhecida por milhões de brasileiros, a empresa opera uma extensa rede de mais de 1.700 lojas físicas, um e-commerce com marcas populares na internet e conta com milhões de clientes ativos em suas plataformas online e aplicativos (AMERICANAS S.A,2024).

4 ANÁLISE DAS DISCURSÕES E RESULTADOS

- **Índice de Liquidez Corrente**

Conforme demonstra a pesquisa os resultados dos índices de liquidez corrente serão apresentados na tabela 1.

Tabela 1 - Índice de Liquidez Corrente

Empresa / Ano	2018	2019	2020	2021	2022
Magazine Luiza	1,19	1,60	1,25	1,61	1,48
Americanas	2,19	1,95	2,96	1,64	0,34
Via Varejo	0,91	0,79	1,04	0,99	0,87

Fonte: Elaborada pelo Autor 2024

O índice de liquidez corrente tem como objetivo atingir o valor 1,0, se o resultado for igual ou maior que esse valor, significa dizer que o resultado é positivo e se for menor indica que a empresa vai ter dificuldades de cumprir com suas obrigações em curto prazo.

A Tabela 1 demonstra que tanto a Magazine Luiza quanto as Americanas, durante os anos analisados, apresentaram saldos bastante expressivos nesse índice. Verifica-se que a Magazine Luiza teve uma variação ao comparar os anos de 2019 e 2020, onde houve uma leve queda de 2019 (1,60) para 2020 (1,25), representando 22%, mas permanecendo acima de 1,00. Já as Americanas, ao comparar os anos de 2018 e 2022, apresentaram uma variação nesse índice de 84%, ou seja, uma queda de 2018 (2,19) para 2022 (0,34). Com relação à Via Varejo, houve uma leve variação ao comparar os anos de 2018 e 2022, onde a mesma apresentou uma variação de 5%, com uma queda de 2018 (0,91) para 2022 (0,87). Em comparação com as demais empresas analisadas, quase todos os anos ficaram abaixo de 1,0.

As Americanas apresentou os melhores resultados nesse índice se comparado as outras empresas que foram analisadas, onde a mesma vem apresentando durante os anos analisados sempre um índice de liquidez corrente elevado com leves variações, mas um ponto bastante curioso está no ano de 2022, onde mesmo caiu drasticamente ficando abaixo 1,0 alcançando o menor índice de 0,34 se comparada as outras empresas analisadas, já e seu ponto de máximo foi durante a pandemia no ano de 2020 onde chegou a (2,96).

- **Índice de Liquidez Seca**

Os resultados que vão expresso nesse índice serão expostos na tabela 2 logo abaixo.

Tabela 2 - Índice de Liquidez Seca

Empresa / Ano	2018	2019	2020	2021	2022
Magazine Luiza	0,67	1,13	0,81	1,07	0,95
Americanas	1,91	1,75	2,63	1,25	0,27
Via Varejo	0,59	0,50	0,69	0,60	0,57

Fonte: Elaborada pelo Autor 2024

O propósito fundamental do índice de liquidez seca é alcançar o valor de 1,0, quanto maior melhor. Quando o resultado é igual ou superior a esse patamar, sinaliza uma situação favorável. Valores inferiores denotam uma condição desfavorável. Se a empresa deduzir seus

estoques e despesas antecipadas do ativo circulante, ela poderá não dispor de recursos suficientes para honrar suas obrigações de curto prazo.

O resultado da pesquisa mostra uma variação nesse índice comparando o antes e o durante a pandemia da Covid-19. A Magazine Luiza apresentou seu pior resultado no primeiro ano de pandemia, comparando com o ano de 2019, passando de (1,13) para (0,81) em 2020, o que representa uma variação de 28%. Já as Americanas e a Via Varejo apresentaram seus piores resultados no último ano de pandemia. As Americanas registraram uma variação na comparação entre 2018, com (1,92), e 2022, com (0,27), o que representa uma variação de 86%. Enquanto isso, a Via Varejo, comparando os anos de 2018 (0,59) e 2022 (0,57), teve uma variação de apenas 2%.

Nos anos analisados, 2020 e 2022, se desconsiderarmos os estoques e as despesas antecipadas das empresas Magazine Luiza, Americanas e Via Varejo, não haveria recursos suficientes disponíveis para cumprir as obrigações com terceiros de curto prazo. Para cada R\$ 1,00 de obrigações de curto prazo, a Magazine Luiza em 2020 teria apenas 0,81 de seus recursos. Enquanto as Americanas, em 2022, teriam (0,27), e a Via Varejo, no mesmo ano, teria (0,57) de recursos.

Verifica-se que, em comparação com os anos anteriores, durante a pandemia houve uma redução significativa no índice de liquidez seca nas empresas analisadas, situando-se muito abaixo do ideal. O pior desempenho registrado nesses anos foi o das Americanas, que alcançaram um índice de apenas 0,27, seu resultado mais baixo entre as três empresas analisadas.

- **Índice de Liquidez Geral**

Os resultados que vão expresso nesse índice serão expostos na tabela 3 logo abaixo.

Tabela 3 - Índice de Liquidez Geral

Empresa / Ano	2018	2019	2020	2021	2022
Magazine Luiza	1,10	1,19	1,08	1,05	1,02
Americanas	1,01	1,20	1,4	0,99	0,37
Via Varejo	0,98	0,76	0,99	0,94	0,93

Fonte: Elaborada pelo Autor 2024

O índice de liquidez geral tem como objetivo atingir o valor 1,0, quanto maior melhor. Se o resultado for igual ou superior a esse valor, indicará uma situação positiva, enquanto valores abaixo indicam que não é bom. Com isso, percebe-se que a empresa não terá recursos no seu ativo circulante mais o exigível a longo prazo para cumprir com suas obrigações de curto e longo prazo.

Neste indicador de Liquidez Geral, as empresas Magazine Luiza, Americanas e Via Varejo obtiveram seus piores resultados no ano de 2022. A Magazine Luiza apresentou uma leve variação comparando o ano de 2019 (1,19) com 2022 (1,02), uma variação de 15%. Em todos os anos analisados, ela obteve resultados positivos acima de 1,0. Já as Americanas, comparando o ano de 2019 (1,20) com 2022 (0,37), variou 69%. Assim, nos dois últimos anos de pandemia, ela ficou abaixo de 1,0. Apenas a Via Varejo obteve resultados abaixo de 1,00 em todos os anos, onde seu pior resultado está no ano de 2022, comparando o ano de 2018 (0,98) com 2022 (0,93), uma variação de 5%.

- **Índice de Liquidez Imediata**

Os resultados que vão expresso nesse índice serão expostos na tabela 4 logo abaixo.

Tabela 4 - Índice de Liquidez Imediata

Empresa / Ano	2018	2019	2020	2021	2022
Magazine Luiza	0,19	0,59	0,22	0,27	0,18
Americanas	1,57	1,34	2,07	0,52	0,12
Via Varejo	0,25	0,09	0,16	0,10	0,10

Fonte: Elaborada pelo Autor 2024

A análise desse índice de liquidez imediata tem como foco principal alcançar valores superiores a 1,0, indicando que a empresa possui recursos em quantidade suficiente para quitar suas obrigações de curto prazo de maneira imediata. Portanto, valores inferiores a 1,0 neste indicador, de forma isolada, são considerados desfavoráveis.

Os resultados da tabela acima, é possível observar que a empresa que manteve um índice de liquidez imediata acima de 1,0 até o primeiro ano de pandemia foi a Americanas. Por outro lado, tanto a Magazine Luiza quanto a Via Varejo apresentaram resultados consistentemente baixos, tanto antes quanto durante a pandemia da COVID-19. As Americanas, ao comparar os resultados dos anos de 2018 (1,57) com 2022 (0,12), obtiveram uma variação de 92%, demonstrando uma queda muito brusca. Já a Magazine Luiza teve uma variação de 69% ao comparar os índices de 2019 (0,59) e 2022 (0,18). A Via Varejo apresentou uma variação entre o ano de 2018 (0,25) e 2022 (0,10) de 59%.

- **Participação de Terceiros sobre Recursos Próprios Totais**

Os resultados que vão expresso nesse índice serão expostos na tabela 5 logo abaixo

Tabela 5 - Participação de Terceiros Sobre Recursos Próprios Totais

Empresa / Ano	2018	2019	2020	2021	2022
Magazine Luiza	74%	62%	70%	71%	72%
Americanas	73%	64%	58%	64%	185%
Via Varejo	88%	98%	82%	84%	85%

Fonte: Elaborada pelo Autor 2024

Neste índice, quanto menor for a participação de terceiros, mais favorável será a avaliação quando considerada de forma isolada. A Americanas apresentou melhores resultados comparando o período antes e durante a pandemia, nos anos de 2019, 2020 e 2021, variando de (64%) para (58%) em percentual de participação de terceiros sobre os recursos. Porém, seu índice cresceu, atingindo (185%) no ano de 2022, comparado com (64%) em 2019, uma variação de 35% na participação de capital de terceiros em 2022, resultando em seu pior desempenho.

Já a Magazine Luiza apresentou seu melhor resultado no ano de 2019, com um percentual de (62%), mas seu pior resultado, comparando com os anos pandêmicos, foi em 2018, com um percentual de (74%) de participação de capital de terceiros. Nos três anos pandêmicos, houve aumento: (70%) em 2020, (71%) em 2021 e (72%) em 2022, comparado com os três anos anteriores, teve uma média de 5% de variação.

A Via Varejo, comparando os anos antes e durante a pandemia, teve seu pior resultado no ano de 2019, com um percentual de (98%) de participação de capital de terceiros. Já nos anos pandêmicos, houve uma leve variação: (82%) em 2020, (84%) em 2021 e (85%) em 2022. Comparando o pior resultado com os demais anos pandêmicos, a variação foi, em média, de 16%.

- **Capital de Terceiros Sobre Capitais Próprios**

Os resultados que vão expresso nesse índice serão expostos na tabela 6 logo abaixo.

Tabela 6 - Capital de Terceiros Sobre Capitais Próprios

Empresa / Ano	2018	2019	2020	2021	2022
Magazine Luiza	282%	162%	236%	241%	255%
Americanas	268%	180%	138%	180%	-217%
Via Varejo	735%	4126%	453%	527%	573%

Fonte: Elaborada pelo Autor 2024

Neste índice não vai ser diferente do analisado anteriormente, ou seja, quanto menor for a participação do capital de terceiros nas empresas analisadas, melhor será. O resultado dessa tabela é um pouco semelhante ao já analisado anteriormente, onde as Americanas obtiveram seu pior resultado no ano de 2022 (-217%) em comparação com 2018 (268%), variando seu percentual de capital de terceiros sobre seu próprio em 181%. Seu melhor resultado foi em 2020 (138%). Já o Magazine Luiza mostra seu melhor desempenho no ano de 2019 (162%) no seu percentual. Seu pior resultado foi no ano de 2018 (282%) em comparação com 2021 (241%), nos anos seguintes crescendo a influência de capital de terceiros com uma variação de 15%. A Via Varejo teve seu melhor percentual no ano de 2020 (453%). Comparando com 2019 (4126%), obteve uma variação no seu percentual de 89%, e nos anos seguintes seu percentual cresceu exponencialmente.

- **Composição do Endividamento**

Os resultados abaixo vão expressar as composições do endividamento, onde será demonstrado na tabela 7.

Tabela 7 - Composição do Endividamento

Empresa / Ano	2018	2019	2020	2021	2022
Magazine Luiza	83%	65%	77%	56%	55%
Americanas	34%	47%	41%	47%	86%
Via Varejo	80%	66%	68%	63%	65%

Fonte: Elaborada pelo Autor 2024

Neste índice, as Americanas apresentaram um bom desempenho com os melhores percentuais dos anos analisados, de 2018 a 2021, antes e durante o período pandêmico, variando de 34% a 47%. Comparando o ano de 2018 (34%) com 2022 (86%), obteve seu pior resultado em 2022, com uma variação de 39% entre os dois anos. Já a Magazine Luiza obteve seu pior índice no ano de 2018 (83%) comparado a 2022 (55%), ou seja, variou 34%, apresentando seus melhores resultados nos dois últimos anos da pandemia. A Via Varejo também apresentou seu pior resultado no ano de 2018 (80%) em comparação com 2021 (63%), variando em 22%, tendo seus melhores resultados nos dois anos finais da pandemia da Covid-19.

- **Taxa de Retorno sobre o Ativo**

Os resultados deste índice serão apresentados logo a baixo na tabela 8.

Tabela 8 - Taxa de Retorno Sobre o Ativo

Empresa / Ano	2018	2019	2020	2021	2022
Magazine Luiza	7%	5%	2%	2%	-1%
Americanas	-3%	-2%	-1%	1%	-41%
Via Varejo	-1%	-6%	-4%	-1%	-1%

Fonte: Elaborada pelo Autor 2024

Nos resultados analisados nos anos antes e durante a pandemia, a empresa que obteve os melhores resultados foi a Magazine Luiza, em 2018, com 7%. Comparando com 2022, quando teve (-1%), houve uma variação de 119% em relação ao seu pior resultado. Já as Americanas tiveram seu melhor resultado no ano de 2021, com 1% durante o período da pandemia. Comparando o ano de 2018 (-3%) com 2021 (1%), houve uma variação de -40%, apresentando seu pior resultado no ano seguinte, com (-41%) em 2022. A Via Varejo apresentou, nesses índices, os piores resultados comparados às outras empresas analisadas, com seu pior resultado em 2019 (-6%).

- **Taxa de Retorno sobre o Patrimônio Líquido**

Os resultados deste índice serão apresentados logo a baixo na tabela 9.

Tabela 9 - Taxa de Retorno Sobre o Patrimônio Líquido

Empresa / Ano	2018	2019	2020	2021	2022
Magazine Luiza	26%	12%	5%	5%	-5%
Americanas	-11%	-6%	-2%	3%	48%
Via Varejo	-11%	-248%	-24%	-5%	-6%

Fonte: Elaborada pelo Autor 2024

Este índice vai demonstrar que, para a empresa, quanto maior for seu percentual, melhor será para ela. Assim como demonstrado na tabela anterior, nos cinco anos analisados, incluindo os anos de pandemia, a Magazine Luiza teve um bom desempenho se comparado às outras duas empresas. São perceptíveis as variações do ano de 2018, com 26%, comparando com o ano de 2022 (-5%), que variou 118%, sendo que seu pior percentual foi no último ano da pandemia. Já as Americanas não atingiram um percentual muito bom nos três primeiros anos analisados, alcançando um índice de -11% em 2018. Ao longo dos anos, houve uma ascensão de seu percentual de 2021 a 2022, de forma positiva, alcançando 48% em 2022. Comparando com seu pior resultado de 2018 (-11%), houve uma variação de 123%. A Via Varejo, nos quatro anos analisados, obteve percentuais negativos. Se comparado ao ano de 2019 (-248%) com o de 2022 (-6%), houve uma variação de 97%.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa foi realizada com os dados financeiros e econômico trazido nas demonstrações contábeis das principais empresas do varejo do Brasil listadas na B3. O período analisado foi antes do período pandêmico (2018 e 2019) e durante (2020, 2021 e 2022).

Para tanto, verificou-se que os índices com maiores discrepâncias foram os de liquidez imediata e endividamento das empresas Americanas, Magazine Luiza e Via Varejo, principalmente nos anos pandêmicos de 2021 e 2022, em comparação com os anos sem pandemia. As Americanas obtiveram um resultado no índice de endividamento no ano de 2022 de (-217%). Já no caso da Magazine Luiza, o índice de liquidez imediata no último ano da pandemia, 2022, foi de (0,18), ficando abaixo de 1,0. Por fim, na Via Varejo, o índice de endividamento no ano de 2019 foi de (4126%).

Também foram verificadas disparidades nos índices de rentabilidade das empresas analisadas. As Americanas apresentaram um índice de rentabilidade de (-41%) no ano de 2022. Já a Via Varejo teve um índice de rentabilidade de (-248%) no ano de 2019. Comparando os anos antes e durante a pandemia da Covid-19, principalmente no ano de 2022, a Magazine Luiza obteve um índice de rentabilidade de (-1%) em 2022.

Verificou-se que, nos anos anteriores à pandemia, em comparação com os anos pandêmicos, houve algumas alterações significativas nos índices das três empresas analisadas. Por exemplo, a Magazine Luiza obteve variações no índice de liquidez imediata um pouco elevadas, se comparadas com outros anos, de 69%, enquanto as Americanas tiveram uma variação de 92% e a Via Varejo, 59%. Ou seja, essa variação nesse índice pode ser atribuída aos efeitos da pandemia.

Ao analisar as três empresas estudadas, as que apresentaram variação com índices aceitáveis foram a Americanas e a Magazine Luiza na maioria dos índices analisados entre os anos de 2018 e 2021. Ou seja, a Americanas apresentou seu melhor desempenho no índice de liquidez seca, com (2,63) em 2020, ficando muito acima de 1,0. Já a Magazine Luiza apresentou um índice de liquidez corrente de (1,61) no ano de 2021. Por outro lado, a Via Varejo teve o pior desempenho em todos os índices analisados em todos os anos.

Por fim, ao analisar todos os resultados obtidos de forma mais concisa sobre todos os índices, foi possível verificar que algumas empresas, como a Magazine Luiza e as Americanas, tiveram bons desempenhos em quase todos os índices, até mesmo durante o período da pandemia da COVID-19, embora esta tenha impactado de forma mais agressiva a saúde financeira das empresas. No entanto, é nítido que o setor do varejo foi um dos mais atingidos por essa situação atípica. Mesmo assim, conseguiu se reinventar utilizando as tecnologias a seu favor, por meio das vendas online, refletindo de forma positiva nos resultados financeiros das empresas. Um dos exemplos é a Magazine Luiza, que teve um bom desempenho no índice de rentabilidade tanto antes quanto durante a pandemia.

Ressalta-se como limitação da pesquisa a quantidade de empresas, ou seja, neste sentido, como sugestão para futuros estudos, é ampliar a quantidade de empresas do mesmo setor, e ver como as mesmas se comportam, e também aumentar o número de período e observar de forma mais abrangente os reflexos deixados pela pandemia no pós-pandemia.

REFERÊNCIAS

AMARO, Mariana. **Varejo: o motor da economia brasileira**. Exame, 2014. Disponível em <https://exame.com/negocios/o-futuro-do-varejo/>. Acesso em: 20 dez. 2023.

AMERICANAS S.A. Quem Somos. 2024. Disponível em: <https://ri.americanas.io/a-companhia/quem-somos/>. Acesso em: 05 de fev. 2024.

ASSAF NETO, Alexandre. **Estrutura e análise de balanço: um enfoque econômico financeiro**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

ASSAF NETO, Alexandre; GUAISTI LIMA, Fabiano. **Curso de administração financeira**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

ASSAF NETO, Alexandre. **Finanças Corporativas e Valor**. 7ª Ed. São Paulo: Editora Atlas, 2014.

BBCBrasil, British Broadcasting Corporation no Brasil (2021). Apesar de custos econômicos, lockdowns abrem caminho para recuperação mais rápida, diz FMI. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-54464705>.

Brasil. (2021). Ministério da Saúde. Gabinete do Ministro. Resposta nacional e internacional de enfrentamento ao novo coronavírus. Brasília, 1999. Disponível em: <https://coronavirus.saude.gov.br/linha-do-tempo>.

FAUSTO, B. **História do Brasil**, 6. ed. São Paulo: Edusp, 1998.

França et al., (2020). Pandemia impactou 70% das indústrias. Revista indústria brasileira. Disponível em: <https://noticias.portaldaindustria.com.br/entrevistas/pandemia-impactou-70-das-industrias>.

IBGE. **Pesquisa Pulso Empresa: Impacto da COVID-19 nas empresas**. IBGE, 2020.

IUDÍCIBUS, Sergio de. **Análise de Balanços**. 11ª edição. São Paulo: Editora Atlas, 2017.

KERR, L. et al. **COVID-19 no Nordeste brasileiro: sucessos e limitações nas respostas dos governos dos estados**. Ciência & Saúde Coletiva. Agosto de 2020 – Ed. 25. Págs. 4099-4120.

LEMOS, Arthur Dantas. **VVAR3: vale a pena investir na Via Varejo?** 2020. Disponível em: <https://empreenderdinheiro.com.br/blog/vvar3/#:~:text=A%20Via%20varejo%20surgiu%20no,pelo%20Grupo%20P%C3%A3o%20de%20A%C3%A7%C3%BAcar..> Acesso em: 31 jan. 2024.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MAGAZINELUIZA. **Quem Somos**. 2024. Disponível em: <https://ri.magazineluiza.com.br/ShowCanal/QuemSomos?=urUqu4hANldyCLgMRgOsTw==>. Acesso em: 01 fev. 2024.

MAGAZINELUIZA. **Nossa História**. 2024. Disponível em:
<https://ri.magazineluiza.com.br/ShowCanal/NossaHistoria?maMhsoEQNCOOr/Wxrb98OXA>
 =. Acesso em: 01 fev. 2024.

MATARAZZO, Dante Carmine. **Análise Financeira de Balanços**. 7ª edição. São Paulo: Editora Atlas, 2010

MARTINS, Eliseu; DINIZ, Josedilton Alves; MIRANDA, Gilberto Jose Miranda. **Análise Avançada das Demonstrações Contábeis - Uma Abordagem Crítica**, 2. Ed., 2017. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597014013/>. Acesso em: 8/10/2020.

Marion, J. C. (2019). **Análise das demonstrações contábeis** (p.21).

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

PESSOA, M. L. J. et al. **A contabilidade gerencial na gestão de empresas durante a pandemia da COVID-19**. Desafio Online. v.10, n.1, art.7. Jan/Abr. de 2022. Págs. 152-179.

PIVATO, M. C., ALMEIDA, S. A. de. **Mobilidade urbana, a pandemia do (novo) coronavírus (COVID-19) e seus impactos na economia: Revisão de leitura**. JNT – Facit business and technology journal. Qualis B1. ISSN: 2526-4281. Janeiro de 2021. Ed. 22; V.1. Págs. 225-238. Disponível em: <http://revistas.faculdefacit.edu.br/index.php/JNT>. Acesso em: 04-jul-2022.

Ribeiro, O. M. (2017). **Estrutura e Análise de Balanço**. (12. ed., p. 7-8). São Paulo: Saraiva.

RIBEIRO, Osni Moura. **Estrutura e Análise de Balanços Fácil**. 12ª edição. São Paulo: Editora Saraiva, 2018.

SARAIVA, Alessandra. **Efeito instantâneo da crise sobre o varejo**. Estadão, 2020. disponível em <https://opinio.estadao.com.br/noticias/editorial-economico,efeito-instantaneo-da-criesobre-o-varejo,70003275471>. Acesso em 12/9/2020.

Silva, A. A. (2019). **Estrutura, Análise e Interpretação das Demonstrações Contábeis**. (5ª ed.) São Paulo: Atlas.

SOUZA, M. G. d. O aumento da representatividade do varejo no Brasil. **Mercado e Consumo**, 07 fev. 2022. Disponível em: <https://mercadoeconsumo.com.br/07/02/2022/artigos/o-aumento-da-representatividade-do-varejo-no-brasil/#:~:text=Em%202004%2C%20o%20varejo%20e,um%20per%C3%ADodo%20de%2016%20anos>. Acesso em: 14 ago. 2022

WERKKE, Rodney. **Gestão de custos**. Edição: 1. Curitiba: Ed. Juruá, 2011. 276 p.

VAROTTO, Luís Fernando. História do varejo. **GV executivo**, v. 5, n. 1, p. 86-90, 2006.

VIAVAREJO. **Nossas Marcas**. 2024. Disponível em:
<https://ri.viavarejo.com.br/acompanhia/nossas-marcas/>. Acesso em: 31 jan. 2024.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, quero agradecer a Deus por ter me iluminado nesta jornada, que não foi tão fácil, mas que, através de suas bênçãos, me permitiu chegar até aqui.

À minha família, que me apoiou nessa longa caminhada que trilhei, em especial minha esposa Fabrícia, que sempre esteve ao meu lado, me apoiando e me incentivando.

Agradeço a todos os professores do curso que me transmitiram uma gama de conhecimentos essenciais para minha formação. Em especial, expresso minha gratidão ao professor Elinilton pela disponibilidade, apoio e empenho na elaboração deste trabalho de conclusão de curso.

Aos colegas tanto que sempre me apoio nessa caminhada, dando apoio e força. E os que participaram de forma direta ou indiretamente da minha carreira acadêmica.