

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALFENAS**

**MATTHEUS VEIGA LIMA ABREU**

**TÍTULO: ÍNDICES DE LIQUIDEZ DAS EMPRESAS VAREJISTAS NO BRASIL**

**Varginha/MG**

**2023**

**MATTHEUS VEIGA LIMA ABREU**

**TÍTULO: ÍNDICES DE LIQUIDEZ EMPRESAS VAREJISTAS NO BRASIL**

Trabalho de Conclusão de Piepex apresentado como parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel Interdisciplinar em Ciência e Economia, pela Universidade Federal de Alfenas.

Orientador: Ronaldo Marques Carvalho

**Varginha/MG**

**2023**

## RESUMO

Este trabalho teve como objetivo calcular e analisar o índice de liquidez das empresas Carrefour, Assaí Atacadista e Magazine Luiza, do ramo de varejo no Brasil, a partir da análise das demonstrações contábeis. Para isso utilizou-se o método de pesquisa descritivo documental, do qual se coleta dados, para se obter os indicadores de liquidez geral, liquidez corrente, liquidez seca e liquidez imediata. O período das referências coletadas é de cinco anos, 2018 até 2022, e os dados foram colhidos a partir das respectivas demonstrações contábeis das empresas, com foco nas informações de ativo circulante, realizável a longo prazo, passivo circulante, passivo não circulante, estoques e disponíveis. Em suma, as empresas estudadas não apresentam liquidez suficiente. Como destaque entre as instituições estudadas, que alcança os melhores indicadores de liquidez, tem-se o Magazine Luiza.

Palavras-chave: índices de liquidez; liquidez geral; liquidez corrente; liquidez seca; liquidez imediata; Carrefour; Assaí Atacadista; Magazine Luiza.

## **ABSTRACT**

This study aimed to calculate and analyze the liquidity ratio of the Carrefour, Assaí Atacadista, and Magazine Luiza companies, operating in the retail sector in Brazil, based on the analysis of their financial statements. The descriptive documentary research method was used, in which data is collected to obtain general liquidity, current liquidity, quick liquidity, and immediate liquidity indicators. The reference period for the collected data is five years, from 2018 to 2022, and the data was gathered from the companies' financial statements, focusing on information related to current assets, long-term receivables, current liabilities, non-current liabilities, inventories, and cash. In summary, the studied companies do not exhibit enough liquidity. As a notable highlight, the best liquidity indicators were observed in the case of Magazine Luiza.

**Keywords:** Liquidity ratios; overall liquidity; current liquidity; quick liquidity; immediate liquidity; Carrefour; Assaí Atacadista; Magazine Luiza.

## SUMÁRIO

|          |                                    |           |
|----------|------------------------------------|-----------|
| <b>1</b> | <b>INTRODUÇÃO.....</b>             | <b>5</b>  |
| <b>2</b> | <b>REVISÃO DA LITERATURA.....</b>  | <b>6</b>  |
| 2.1      | SETOR VAREJISTA.....               | 6         |
| 2.2      | DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS.....       | 6         |
| 2.3      | ÍNDICES DE LIQUIDEZ.....           | 8         |
| 2.4      | LITERATURA ANTERIOR.....           | 11        |
| <b>3</b> | <b>METODOLOGIA.....</b>            | <b>11</b> |
| <b>4</b> | <b>ANÁLISE DOS RESULTADOS.....</b> | <b>13</b> |
| <b>5</b> | <b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>   | <b>16</b> |
|          | <b>REFERÊNCIAS.....</b>            | <b>17</b> |

## 1 INTRODUÇÃO

No último ano o varejo brasileiro teve um faturamento de 1,046 trilhões de reais, com crescimento de 14,1% em relação ao ano anterior, alcançando números históricos para o cenário do país (Startse, 2023).

Já a página Infovarejo, divulga que, conforme pesquisa da Reuters, renomada empresa de pesquisas, no primeiro trimestre de 2023, houve um aumento de 4,5% em relação a dezembro do ano anterior, quando ocorreu uma queda no setor.

Nesse sentido, percebe-se que o setor de varejo está entre os principais negócios do Brasil e tem grande impacto na economia e no mercado interno, sendo de extrema importância seu estudo e entendimento. De acordo com o ranking da Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo, tem-se que as maiores empresas varejistas, considerando o faturamento, são, em ordem, o Carrefour, Assaí e Magazine Luiza e por esse motivo são o foco do presente estudo.

Ressalta-se, também, que, no cenário tecnológico atual, grande parte do comércio ocorre por meio eletrônico, então as companhias devem investir nesse segmento para acompanhar o mercado. Assim, todas as empresas, especialmente as do ramo varejista, já possuem grande mercado por meio digital. De acordo com a jornalista Tainá Freitas, a Magalu, uma das empresas do presente trabalho, se encontra em terceiro lugar, com R\$43,3 bilhões em 2022 no varejo digital.

Há de se destacar que, durante o período analisado, 2018 até 2022, houve a pandemia do Covid-19, nos anos de 2020 e 2021, que afetou todo o mundo, especialmente os mercados e empresas. Além de períodos de eleições presidenciais, que alteram o consumo e investimento, em 2018 e 2022. Também a guerra na Ucrânia, com início em fevereiro de 2022, que afetou o mercado em escala global. Por isso, podem ser detectadas variações nesse lapso temporal.

Nesse sentido, inclusive, a pandemia acelerou o processo de vendas por meio da internet, sem sair de casa, no qual milhões de compradores passaram a realizar compras pela internet, muitos pela primeira vez, e que aumentaram os negócios de forma online (Silva, 2021).

Assim, diante da dinâmica verificada no mercado varejista, da introdução e massificação do comércio digital e dos eventos no Brasil e no mundo, tem-se de extrema importância a análise econômica e financeira das demonstrações contábeis, que fornece informações relevantes a diversos usuários, que estão interessados em

ler e entender as atividades operacionais dos negócios (Almeida, 2019).

Nesse teor, extrai-se que as empresas do varejo têm grande movimentação de mercadoria e necessitam de uma boa gestão do estoque e caixa, visto que possuem ciclo financeiros baixo. Por isso o presente trabalho vem demonstrar os indicadores de liquidez das varejistas selecionadas.

O indicador de liquidez é um importante para avaliar os negócios, especialmente no varejo. Com ele é possível identificar a saúde financeira das empresas e se conseguem honrar com seus compromissos. O objetivo dos índices de liquidez é fundamentalmente verificar a capacidade da entidade de pagar as suas obrigações (Almeida, 2019), ou seja, para uma empresa, e também seus acionistas, é imprescindível conhecer exatamente sua liquidez.

Nesse teor, reforça-se que o objetivo do trabalho é calcular e analisar o índice de liquidez das empresas apresentadas, que atuam no ramo de varejo no Brasil. Para isso, é necessário analisar as demonstrações contábeis e encontrar o índice de liquidez geral, liquidez corrente, liquidez seca e liquidez imediata do Carrefour, Assaí Atacadista e Magazine Luiza.

## **2 REVISÃO DA LITERATURA**

### **2.1 SETOR VAREJISTA**

Varejo são atividades de negócios que envolvem venda de qualquer produtor ou qualquer prestação de serviço a consumidores finais, para os mais variados tipos de consumo, seja pessoal, familiar, residencial ou empresarial (Mattar, 2019). Tal mercado adiciona valor aos produtos vendidos, sendo o último estágio de distribuição, caracterizado por maior contato com os consumidores e adquirentes.

### **2.2 DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS**

Segundo Bazzi (2018) a implementação de um sistema de informações contábeis é muito importante para o processo de controle e planejamento organizacional, uma vez que a ciência da contabilidade se apoia totalmente em informações. Um sistema pode ser definido como um grupo de itens que interagem entre si ou são independentes, de modo a alcançar um objetivo em comum.

Para Bazzi (2018) as bases para o sistema de informações contábeis são contabilidade, custos e orçamentos, gestão tributária e de tesouraria.

As demonstrações contábeis obrigatórias são dispostas no artigo 176 da Lei n.º 6.404/1976 e respectivas alterações da Lei 11.638/2007. Destaca-se o Balanço Patrimonial e Demonstração do Resultado do Exercício, incisos I e III, respectivamente, do mencionado artigo.

De acordo com Bruni (2014) o Balanço Patrimonial é o primeiro e mais básico relatório da Contabilidade, que se preocupa em apresentar, de forma distinta, bens e direitos separados das obrigações e patrimônio líquido. Por sempre representar uma situação de equilíbrio, recebe o nome de Balanço Patrimonial. É estático e representa um instante da situação patrimonial.

Nas palavras de Bazzi (2018), Balanço Patrimonial apresenta uma descrição sintética da posição financeira da empresa em determinada data. É um relatório que demonstra a situação patrimonial e sua configuração, resumindo a posição financeira da empresa em determinado momento.

Segundo ele, sua importância reside na visão que ele fornece das aplicações de recursos feitas pela empresa (ativo) e quanto desses recursos são devidos a terceiros (passivos). Isso evidencia o nível de endividamento, a liquidez da empresa e a proporção do capital próprio (patrimônio líquido).

Já para Camloffski (2014) o Balanço Patrimonial apresenta uma “fotografia” da posição financeira da empresa em uma determinada data. Através desse demonstrativo, é possível verificar a origem e a aplicação dos recursos financeiros empresariais, evidenciados nas contas de investimento e financiamento.

Para Graham (2014) um Balanço Patrimonial serve para mostrar o quanto uma empresa possui financeiramente e o quanto deve. O que é mostrado na coluna dos ativos é o que ela possui; o que é mostrado na coluna dos passivos é o que ela deve. Os ativos consistem nas propriedades físicas da empresa, no dinheiro que possui ou investiu e no dinheiro devido à empresa. Algumas vezes também há ativos intangíveis, como reputação – que frequentemente recebem um valor arbitrário. A soma desses itens compõe o ativo total da empresa, mostrado no final do Balanço Patrimonial.

Já a coluna dos passivos que mostra não apenas as dívidas da empresa, mas também as reservas de várias naturezas e o controle ou a participação acionária. As dívidas incorridas nas operações rotineiras do negócio aparecem como sendo contas a pagar. Os empréstimos são relacionados como obrigações ou notas promissórias



em aberto.

Bruni (2014) indica que a Demonstração de Resultado do Exercício de uma entidade registra a geração de lucro ou prejuízo, Subtraindo das Receitas, as Deduções, Custos, Despesas e Imposto de Renda da entidade, a DRE representa o resultado encontrado sob a forma de lucro ou prejuízo.

Para Bazzi (2018) a Demonstração do Resultado do Exercício é o instrumento contábil que exhibe as receitas e despesas do Exercício, fornecendo um resumo financeiro dos resultados operacionais da empresa em determinado período. É uma demonstração dos aumentos e reduções causados no patrimônio líquido pelas operações da empresa. As receitas normalmente representam aumento no ativo. Esse alargamento do ativo eleva o patrimônio líquido. As despesas, por sua vez, representam redução do patrimônio líquido.

Conforme Camloffski (2014) é por meio do Demonstrativo do Resultado do Exercício que se visualiza os resultados da empresa durante um determinado período de tempo, o qual pode ser mensal, trimestral, semestral ou anual. Independente do período utilizado para a contabilização do resultado, o DRE é um instrumento que deve ser acompanhado pelo gestor financeiro.

Ainda, em paralelo com as demonstrações contábeis, tem-se as demonstrações financeiras, das quais, nos termos de Luz (2017), é uma técnica para se obter conclusões acerca da situação empresarial em que uma organização, a partir dos dados analisados.

Nesse caminho, importante que o investidor, ou gestor financeiro, tenha excelente compreensão das demonstrações financeiras (Graham, 2012), para que possa tomar as melhores decisões a partir de uma visão geral da empresa.

Portanto, indispensável, dentre outros dados e indicadores, que os usuários tenham conhecimento dos índices de liquidez das empresas.

### 2.3 ÍNDICES DE LIQUIDEZ

Nos termos de Bruni (2014) os índices, ou indicadores, têm como função medir o desempenho da empresa no que se refere a liquidez, ciclo operacional, grau de endividamento, rentabilidade e atividade. O cálculo é feito com base nas informações financeiras apresentadas no Balanço Patrimonial e na Demonstração de Resultado do Exercício da empresa. Porém, complementa que possui suas limitações, visto que

não indica causas.

De acordo com Bazzi (2018) os índices, ou indicadores, têm como função medir o desempenho da empresa no que se refere a liquidez, ciclo operacional, grau de endividamento, rentabilidade e atividade. O cálculo é feito com base nas informações financeiras apresentadas no Balanço Patrimonial e na Demonstração de Resultado do Exercício da empresa. Porém, complementa que possui suas limitações, visto que não indica causas.

Para ele, analisar a liquidez de uma empresa significa verificar a possibilidade de esta honrar seus compromissos em dia e com encargos contratuais acordados. A liquidez de uma empresa é medida em termos de sua capacidade de saldar suas obrigações de curto prazo conforme se tornam devidas, ou seja, se a empresa consegue pagar todas as dívidas até a data do vencimento de cada uma delas. Esses índices são capazes de prever problemas com fluxo de caixa de insolvência.

Segundo Camloffski (2014) liquidez significa “dinheiro na mão”, ou seja, ter recursos suficientes em caixa para honrar seus compromissos assumidos. Quanto mais rápido o retorno, maior a liquidez e, conseqüentemente, maior a credibilidade da empresa perante os credores e fornecedores. Assim o índice de liquidez varia amplamente de acordo com a empresa e o seguimento, mas 2 para 1 é considerado o mínimo (Graham, 2014).

O índice de liquidez geral (ILG), demonstrado na fórmula 1, possui o propósito de estudar a saúde financeira da empresa no longo prazo. Basicamente, compara todas as possibilidades de realizações de ativos da empresa (Bruni, 2014), sem incluir aqueles essencialmente necessários para a manutenção da entidade, com todas as obrigações de fato existentes da empresa.

Bazzi (2018) entende que a liquidez geral mostra a solidez do embasamento financeiro da empresa em longo prazo, considerando tudo o que ela converterá em dinheiro em curto e longo prazos e relacionando com tudo o que a empresa já assumiu como dívida, também em curto e longo prazo. Para ele, quanto maior esse índice melhor, mas deve ser maior que 1.

$$\text{Índice de Liquidez Geral} = \frac{(\text{Ativo Circulante} + \text{Aplicações realizáveis a Longo Prazo})}{(\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo Não Circulante})} \quad (1)$$

Outra forma comumente usada para analisar a relação entre ativos e passivos

circulantes consiste no cálculo do índice de liquidez corrente (ILC), expresso na fórmula 2, que relaciona as disponibilidades e obrigações de curto prazo. Convencionalmente, é representada pelo ativo circulante dividido pelo passivo circulante. É uma medida da capacidade da empresa de pagar suas obrigações correntes (ou circulantes ou de curto prazo) (Bruni, 2014).

Já a liquidez corrente indica a solidez do embasamento financeiro da empresa quanto aos seus compromissos de curto prazo, mostrando quantas vezes os ativos circulantes cobrem os passivos circulantes (Bazzi, 2018). No mesmo sentido da liquidez geral, tal indicador deve ser maior que 1 e é considerado normal o valor de 1,50.

$$\text{Índice de Liquidez Corrente} = \text{Ativo Circulante} / \text{Passivo Circulante} \quad (2)$$

A liquidez corrente possui um problema, que consiste no fato de trabalhar com a comparação e análise de contas com níveis de risco e realização diferenciadas, a exemplo dos estoques. Assim, o índice de liquidez seca (ILS), constante na fórmula 3, resolve parte destes problemas, subtraindo dos ativos circulantes os valores registrados no estoque. Representa o quanto a empresa possui a realizar no curto prazo, sem considerar a venda dos estoques, para cada real registrado a pagar (Bruni, 2014).

Para Bazzi (2018) a liquidez seca é o coeficiente que indica a solidez da empresa em relação aos seus compromissos de curto prazo, sem contar com os estoques. Isso possibilita uma visão mais assertiva da solvência da organização, pois os estoques podem ter giro lento ou estarem obsoletos. Esse índice mede a habilidade da empresa em honrar suas obrigações sem precisar converter estoques em caixa sem considerar despesas antecipadas.

No ponto de vista dele, alguns segmentos gerem seus estoques de forma diferenciada, a partir da necessidade de cada setor, por exemplo um supermercado que investe muito em estoque.

Nesse sentido, Camloffski (2014) ressalta que o fato de o Ativo Circulante ser maior que o Passivo Circulante não significa, necessariamente, que a empresa possua recursos financeiros disponíveis de sobra.

Como nos outros indicadores de liquidez, é necessário que o valor esteja acima de 1, mas, nesse caso, é importante que não esteja muito superior (Bazzi, 2018).

$$\text{Índice de Liquidez Seca} = (\text{Ativo Circulante} - \text{Estoques}) / \text{Passivo Circulante} \quad (3)$$

Para Bruni (2014), o índice de liquidez imediata (ILI), indicado na fórmula 4, representa o valor que dispõe imediatamente para saldar dívidas de curto prazo. As disponibilidades representam os recursos que já estão convertidos em dinheiro como caixa e bancos ou que poderiam ser convertidos em dinheiro com grande liquidez, como as aplicações financeiras de liquidez imediata.

Já Bazzi (2018), traz liquidez imediata como a obtida a partir da relação entre os ativos que representam disponibilidade (caixa, banco e aplicações financeiras de liquidez imediata) e passivo circulante. Esse índice evidencia quanto a empresa tem de dinheiro para cada unidade monetária de obrigações de curto prazo. Nesse caso, em uma análise isolada, quanto maior o índice melhor.

$$\text{Índice de Liquidez Imediata} = \text{Disponibilidade} / \text{Passivo Circulante} \quad (4)$$

## 2.4 LITERATURA ANTERIOR

Existem várias pesquisas que estudam o índice de liquidez de empresas, considerando a grande importância de tais indicadores para análise dos usuários dessas informações.

Os autores Marzzoni, Silva e Pereira (2020), publicaram o trabalho Análise dos índices de liquidez de uma instituição bancária, com objetivo de identificar o comportamento dos índices de liquidez do Banco da Amazônia, entre 2016 e 2018, e objetivo específico identificar a Liquidez Geral, Liquidez Corrente, Liquidez imediata e Capital Circulante Líquido. Para isso foram utilizadas as mesmas fórmulas de liquidez do presente estudo.

A metodologia utilizada foi descritiva documental, baseando em documentos terminados, mas que não foram analisados e as informações aprimoradas. Portanto uma pesquisa com propósito de descrever e comparar dados.

## 3 METODOLOGIA

Conforme abordado, o objetivo do trabalho foi calcular e analisar o índice de

liquidez das empresas selecionadas, do ramo de varejo no Brasil, a partir da análise das demonstrações contábeis. Portanto, foi utilizado o método de pesquisa descritivo e quantitativo documental, do qual se coleta dados de documentos disponíveis (Marcelino, 2020), nesse caso do portal Oceans14, para então se obter os indicadores de liquidez geral, liquidez corrente, liquidez seca e liquidez imediata.

A partir dos dados obtidos, calculou-se os índices de liquidez geral, corrente, seca e imediata das empresas selecionadas, com base, respectivamente, nas fórmulas expostas na fórmula 1, fórmula 2, fórmula 3 e fórmula 4, da seção anterior. O período das referências coletadas foi de cinco anos, 2018 até 2022, visto se tratar de tempo suficiente para conseguir uma visão ampla das empresas, além de ser um período com acontecimentos relevantes, já especificados. Os dados foram colhidos a partir das respectivas demonstrações contábeis das empresas, com foco nas informações de ativo circulante, realizável a longo prazo, passivo circulante, passivo não circulante, estoques e disponíveis, usados para obtenção dos índices de liquidez.

As empresas escolhidas foram o Carrefour, Assaí Atacadista e Magazine Luiza, visto se tratarem das três maiores empresas do setor, por rendimento, de acordo com a Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo. Ainda, menciona-se que o Carrefour foi fundado em 1959, na França, e veio para o continente americano em 1975, exatamente no Brasil, e possui hoje o título de maior varejista do país, com mais de 750 lojas, mais de 100.000 funcionários e faturamento de mais de 81,2 bilhões de reais. O grupo parou com o comércio eletrônico em 2012, para focar nas lojas físicas, mas voltou atrás em 2016 com o Carrefour Marketplace e atende hoje de forma ampla pela Internet.

Já o Assaí Atacadista é uma empresa nacional, fundada em 1974, na cidade de São Paulo. Porém, atualmente, é uma empresa sem dono, com capital pulverizado, que entrou na bolsa de valores em 2021. Por loja são comercializados mais de nove mil produtos, em lojas físicas, televendas com retirada e por entrega a partir de parceiros. Em 2022 foi considerada a segunda maior varejista do Brasil, com faturamento de 45,6 bilhões de reais.

Assim como o Assaí Atacadista, o Magazine Luiza foi fundado no Brasil, no ano de 1957, na cidade de Franca/SP. Atualmente possui mais de 1400 lojas no país, em 21 Estados e mais de 800 municípios. A empresa se destaca por seu comércio eletrônico, que se iniciou ainda em 1992, quando a internet não era tão difundida. Atualmente está na terceira posição entre faturamento por meio digital.

#### 4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Na Tabela 1, é possível observar os dados obtidos referentes à empresa Carrefour entre os anos de 2018 e 2022.

Tabela 1 – Demonstrativos Carrefour com valores em milhões de reais

| Dados                                | Ano 2018 | Ano 2019 | Ano 2020 | Ano 2021 | Ano 2022 |
|--------------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Ativo circulante                     | 17.898   | 22.155   | 25.413   | 30.838   | 42.747   |
| Aplicações realizáveis a longo prazo | -        | 0        | 0        | 0        | 0        |
| Passivo Circulante                   | 16.747   | 20.059   | 24.720   | 29.076   | 46.725   |
| PNC                                  | 5.884    | 10.148   | 10.059   | 11.452   | 23.798   |
| Estoques                             | 5.132    | 5.949    | 7.709    | 8.788    | 12.293   |
| Disponibilidades                     | 4.933    | 5.609    | 5.672    | 6.992    | 11.091   |

Fonte: <https://www.oceans14.com.br/acoes/assai/asai3/balanco-dividendos> - acessado em 04/12/2023.

Com os dados da Tabela 1, calculou-se os índices de liquidez geral, corrente, seca e imediata do Carrefour, utilizando as fórmulas da seção anterior, respectivamente, obtendo-se os resultados constantes na Tabela 2.

Tabela 2 – Índices de Liquidez Carrefour

| Dados             | Ano 2018 | Ano 2019 | Ano 2020 | Ano 2021 | Ano 2022 |
|-------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Liquidez Geral    | 0,790897 | 0,733439 | 0,730700 | 0,760906 | 0,606143 |
| Liquidez Corrente | 1,068793 | 1,104492 | 1,028034 | 1,060600 | 0,914864 |
| Liquidez Seca     | 0,762331 | 0,807917 | 0,716181 | 0,758357 | 0,651771 |
| Liquidez Imediata | 0,294578 | 0,279625 | 0,229450 | 0,240473 | 0,237368 |

Fonte: Elaboração própria com base na revisão literária.

Na Tabela 3, é possível observar os dados obtidos referentes à empresa Assaí Atacadista entre os anos de 2019 e 2022.

Tabela 3 – Demonstrativos Assaí Atacadista com valores em milhões de reais

| Dados            | Ano 2018 | Ano 2019 | Ano 2020 | Ano 2021 | Ano 2022 |
|------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Ativo circulante | -        | 12.282   | 8.349    | 8.772    | 14.179   |

|                                      |   |        |       |        |        |
|--------------------------------------|---|--------|-------|--------|--------|
| Aplicações realizáveis a longo prazo | - | 0      | 0     | 0      | 0      |
| Passivo Circulante                   | - | 13.930 | 8.723 | 8.644  | 16.416 |
| PNC                                  | - | 12.274 | 8.688 | 11.444 | 20.306 |
| Estoques                             | - | 5.190  | 3.739 | 4.380  | 6.467  |
| Disponibilidades                     | - | 5.026  | 3.532 | 2.550  | 5.842  |

Fonte: <https://www.oceans14.com.br/acoes/assai/asai3/balanco-dividendos> - acessado em 04/12/2023.

Com os dados da Tabela 3, calculou-se os índices de liquidez geral, corrente, seca e imediata do Carrefour, utilizando as fórmulas da seção anterior, respectivamente, obtendo-se os resultados constantes na Tabela 4.

Tabela 4 – Índices de Liquidez Assaí Atacadista

| Dados             | Ano 2018 | Ano 2019 | Ano 2020 | Ano 2021 | Ano 2022 |
|-------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Liquidez Geral    | -        | 0,468707 | 0,479524 | 0,436679 | 0,386117 |
| Liquidez Corrente | -        | 0,881694 | 0,957125 | 1,014808 | 0,863731 |
| Liquidez Seca     | -        | 0,509117 | 0,528488 | 0,508098 | 0,469786 |
| Liquidez Imediata | -        | 0,360804 | 0,404907 | 0,295002 | 0,355872 |

Fonte: Elaboração própria com base na revisão literária.

Na Tabela 5, é possível observar os dados obtidos referentes à empresa Magazine Luiza entre os anos de 2018 e 2022.

Tabela 5 – Demonstrativos Magazine Luiza com valores em milhões reais

| Dados                                | Ano 2018 | Ano 2019 | Ano 2020 | Ano 2021 | Ano 2022 |
|--------------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Ativo circulante                     | 6.412    | 12.841   | 16.798   | 24.509   | 21.938   |
| Aplicações realizáveis a longo prazo | -        | 0        | 0        | 0        | 0        |
| Passivo Circulante                   | 5.388    | 8.002    | 13.416   | 15.257   | 14.832   |
| PNC                                  | 1.105    | 4.223    | 3.905    | 11.866   | 12.284   |
| Estoques                             | 2.810    | 3.801    | 5.927    | 9.112    | 7.790    |
| Disponibilidades                     | 1.008    | 4.753    | 2.903    | 4.122    | 2.724    |

Fonte: <https://www.oceans14.com.br/acoes/assai/asai3/balanco-dividendos> - acessado em 04/12/2023.

Com os dados da Tabela 5, calculou-se os índices de liquidez geral, corrente, seca e imediata do Carrefour, utilizando as fórmulas da seção anterior, respectivamente, obtendo-se os resultados constantes na Tabela 6.

Tabela 6 – Índices de Liquidez Magazine Luiza

| Dados             | Ano 2018 | Ano 2019 | Ano 2020 | Ano 2021 | Ano 2022 |
|-------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Liquidez Geral    | 0,987525 | 1,050389 | 0,969805 | 0,903624 | 0,809043 |
| Liquidez Corrente | 1,190052 | 1,604724 | 1,252087 | 1,606410 | 1,479099 |
| Liquidez Seca     | 0,668523 | 1,129718 | 0,810301 | 1,009176 | 0,953883 |
| Liquidez Imediata | 0,187082 | 0,593977 | 0,216383 | 0,270171 | 0,183657 |

Fonte: Elaboração própria com base na revisão literária.

Inferiu-se que os índices de liquidez caminham entre si, sendo que as variações de um indicador acompanham o mesmo sentido dos outros, em cada período observada, ou seja, se o índice geral aumenta de 2018 para 2019, o índice de liquidez seca aumenta de 2018 para 2019.

Quanto aos índices de liquidez geral encontrados, tem-se que não são satisfatórios visto não serem superiores a 1 (Bazzi, 2018). Porém, destaca-se os valores da Magazine Luiza, que se encontram próximo do ideal e bem acima dos outros casos analisados.

Já o índice de liquidez corrente normal deve ser 1,5 (Bazzi, 2018), mas, nas empresas analisadas, novamente, somente a Magazine Luiza alcança tal valor em dois períodos, 2019 e 2021. Entretanto, extrai-se que todas elas possuem índice próximo de 1, que seria o mínimo esperado.

Para a liquidez seca espera-se um valor maior que 1, porém não tão elevado (Bazzi, 2018), nesse sentido, tem-se que o Magazine Luiza é a única empresa estudada que alcança números satisfatórios, novamente nos períodos de 2019 e 2021.

Em relação à liquidez imediata, observa-se que o índice encontrado deve ser o maior possível. Apesar disso, destaca-se que esse índice, em todas as empresas analisadas, sempre é o de menor valor em relação aos demais. Isso ocorre já que as empresas trabalham com pouco disponível, conforme se nota dos demonstrativos contábeis.



Em suma, as empresas observadas não possuem alto índice de liquidez, ou seja, de maneira isolada, conclui-se que não conseguiriam de prontidão honrar com seus compromissos (Almeida, 2019).

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Este trabalho teve como objetivo calcular e analisar o índice de liquidez das empresas escolhidas, do ramo de varejo no Brasil, a partir da análise das demonstrações contábeis. Foram analisados os dados das empresas do setor de varejo Carrefour, Assaí Atacadista e Magazine Luiza nos anos de 2018, 2019, 2020, 2021 e 2022 no Brasil e obtidos os índices.

Dentre as empresas observadas, a que apresenta melhores indicadores é a Magazine Luiza, situada sempre em níveis aceitáveis de liquidez, especialmente nos anos de 2019 e 2021.

Chama atenção, também, que não há variação durante o período de pandemia, o que pode estar relacionado ao grande mercado digital dos negócios estudados, que acabou por alterar o modo de consumo da população (Silva et al., 2021), durante o período eleitoral, por ser um comércio, em sua maioria, de itens essenciais, ou pelo período de guerra, pelo mesmo motivo.

Apesar do exposto, há de se considerar a atividade desempenhada, já que podem possuir ciclos financeiros diferentes e fornecedores que trabalhem de forma diferente, além dos estoques, que são de grande importância no setor do varejo.

Além do mais, conforme mostrado, os índices de liquidez não devem ser analisados de forma independente, mas sim relacionados com outros indicadores, especialmente ciclo operacional, rendimento e retorno sobre patrimônio.

Portanto, para um próximo projeto, sugere-se a análise de mais empresas, de forma mais diversificada dentro do setor, não somente as com maiores faturamentos. A comparação dos indicadores do presente trabalho com os ciclos financeiros, rendimentos, retorno, capital de terceiros, capital de giro, assim como outros dados relevantes.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Marcelo Cavalcanti. **Análise das demonstrações contábeis em IFRS e CPC: facilitada e sistematizada**. Rio de Janeiro: Atlas, 2019. E-book. (1 recurso online). ISBN 9788597020779. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788597020779>. Acesso em: 1 dez. 2023.

ASSAÍ. Site do Assaí Atacadista. Disponível em: <<https://www.assai.com.br/>>. Acesso em: 02 dez. 2023.

BRUNI, Adriano Leal. **A análise contábil e financeira**, v.4. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2014. E-book. (1 recurso online). ISBN 9788522490332. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788522490332>. Acesso em: 23 nov. 2023. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/books/9788522490332>. Acesso em: 23 nov. 2023.

CAMLOFFSKI, Rodrigo. **Análise de investimentos e viabilidade financeira das empresas**. São Paulo: Atlas, 2014. E-book. (1 recurso online). ISBN 9788522486571. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788522486571>. Acesso em: 23 nov. 2023. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/books/9788522486571>. Acesso em: 23 nov. 2023.

CARREFOUR. Mercado Carrefour. Disponível em: <<https://mercado.carrefour.com.br/>>. Acesso em: 02 dez. 2023.

GRAHAM, Benjamin; MEREDITH, Spencer B. **A interpretação das demonstrações financeiras**. São Paulo: Saraiva, 2012. E-book. (1 recurso online). ISBN 9788502105843. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788502105843>. Acesso em: 23 nov. 2023. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/books/9788502105843>. Acesso em: 23 nov. 2023.

INFOVAREJO. **Varejo Brasil: Desafios e Tendências**. Disponível em: <<https://www.infovarejo.com.br/varejo-brasil-desafios/>>. Acesso em: 02 dez. 2023.

MAGAZINE LUIZA. Site do Magazine Luiza. Disponível em: <<https://www.magazineluiza.com.br/>>. Acesso em: 02 dez. 2023.

MARCELINO, Carla Andréia Alves da Silva. **Metodologia de pesquisa**. Contentus, 2020. E-book. (56 p.). ISBN 9786557455203. Disponível em: <https://middleware-bv.am4.com.br/SSO/unifalmg/9786557455203>. Acesso em: 03 dez. 2023.

MARZZONI, David Nogueira Silva, SILVA, Laiana Santos da, PEREIRA, Rafael da Silva. **Análise dos índices de liquidez de uma instituição bancária**. Braz. J. of Develop., Curitiba, v. 6, n.6, p.35920-35940 jun. 2020. DOI: 10.34117/bjdv6n6-223. ISSN 2525-8761.

MATTAR, Fauze Najib. **Administração de varejo**. 2. ed. Rio de Janeiro: GEN Atlas, 2019. E-book. (1 recurso online). ISBN 9788595154797. Disponível em:

<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788595154797>. Acesso em: 12 dez. 2023. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/books/9788595154797>. Acesso em: 03 dez. 2023.

OCEANS 14. Balanço e Dividendos do Assaí (ASAÍ3). Disponível em: <https://www.oceans14.com.br/acoes/assai/asai3/balanco-dividendos>. Acesso em: 03 dez. 2023.

OCEANS 14. Balanço e Dividendos do Carrefour (CRFB3). Disponível em: <https://www.oceans14.com.br/acoes/carrefour/crfb3/balanco-dividendos>. Acesso em: 03 dez. 2023.

OCEANS 14. Balanço e Dividendos do Magazine Luiza (MGLU3). Disponível em: <https://www.oceans14.com.br/acoes/magazine-luiza/mglu3/balanco-dividendos>. Acesso em: 03 dez. 2023.

ORGANIZADOR ÉRICO LUZ. **Análise e Demonstração Financeira**. Editora Pearson, 0. E-book. (132 p.). ISBN 9788543015118. Disponível em: <https://middleware-bv.am4.com.br/SSO/unifalmg/9788543015118>. Acesso em: 23 nov. 2023.

ORGANIZADOR SAMIR BAZZI. **Análise das demonstrações contábeis**. Editora Pearson, 2018. E-book. (123 p.). ISBN 9788543017853. Disponível em: <https://middleware-bv.am4.com.br/SSO/unifalmg/9788543017853>. Acesso em: 23 nov. 2023.

SILVA, Walyson Monteiro da; MORAIS, Lucas Andrade de; FRADE, Cinthia Moura; PESSOA, Mariana Ferreira. **Marketing digital, E-commerce e pandemia: uma revisão bibliográfica sobre o panorama brasileiro**. Research, Society and Development, v. 10, n. 5, e45210515054, 2021. DOI: 10.33448/rsd-v10i5.15054. ISSN 2525-3409. CC BY 4.0.

STARTSE. **Varejo Brasileiro: rumo a 1 trilhão com ESG**. Disponível em: <https://www.startse.com/artigos/varejo-brasileiro-1-trilhao-esg/>. Acesso em: 02 dez. 2023.

WIKIPÉDIA. Assaí Atacadista. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Assa%C3%AD\\_Atacadista](https://pt.wikipedia.org/wiki/Assa%C3%AD_Atacadista). Acesso em: 02 dez. 2023.

WIKIPÉDIA. Carrefour. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Carrefour>. Acesso em: 02 dez. 2023

WIKIPÉDIA. Magazine Luiza. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Magazine\\_Luiza](https://pt.wikipedia.org/wiki/Magazine_Luiza). Acesso em: 02 dez. 2023.