

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALFENAS - UNIFAL-MG
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - ICSA**

LAYDNA APARECIDA LUIZA DA SILVA

**INDICADORES ECONÔMICO-FINANCEIROS: UM ESTUDO DE CASO DO
MAGAZINE LUIZA NO PERÍODO DE 2010 A 2020**

VARGINHA/MG

2022

LAYDNA APARECIDA LUIZA DA SILVA

**INDICADORES ECONÔMICO-FINANCEIROS: UM ESTUDO DE CASO DO
MAGAZINE LUIZA NO PERÍODO DE 2010 A 2020**

Trabalho de conclusão do Programa Integrado de Ensino, Pesquisa e Extensão (PIEPEX) apresentado como parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Ciência e Economia pelo Instituto de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal de Alfenas - Campus Varginha.

Orientador: Dr. Adriano Antônio Nuintin

VARGINHA/MG

2022

LAYDNA APARECIDA LUIZA DA SILVA

**INDICADORES ECONÔMICO-FINANCEIROS: UM ESTUDO DE CASO DO
MAGAZINE LUIZA NO PERÍODO DE 2010 A 2020**

A Banca examinadora abaixo-assinada, aprova o trabalho de conclusão do Programa Integrado de Ensino, Pesquisa e Extensão (PIEPEX) apresentado como parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Ciência e Economia pelo Instituto de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal de Alfenas - Campus Varginha.

Aprovado em:

Profº. Dr. Adriano Antônio Nuintin Assinatura:
Instituição: Universidade Federal de Alfenas

Profª. Dra. Maria Aparecida Curi Assinatura:
Instituição: Universidade Federal de Alfenas

Profº. Dr. Paulo Roberto R. de Souza Assinatura:
Instituição: Universidade Federal de Alfenas

AGRADECIMENTOS

Ao Instituto de Ciências Sociais Aplicadas (ICSA) da Universidade Federal de Alfenas (UNIFAL-MG), Campus Varginha, pela contribuição com a minha formação acadêmica.

Ao professor Dr. Adriano Antônio Nuintin, orientador, pela disponibilidade, confiança e conhecimentos agregados neste estudo.

Ao Instituto de Pesquisas e Estudos Contábeis e Tributários (IPECONT) pela oportunidade profissional, bem como toda possibilidade de aprendizado, desenvolvimento e crescimento que são excepcionais para minha atuação.

A toda família, principalmente aos meus pais pela motivação, amor e compreensão nesta trajetória.

Aos meus amigos, em especial a Letícia Carvalho de Souza e a Samantha Praxedes Constâncio que sempre estiveram ao meu lado compartilhando experiências, incentivo e força ao longo deste processo.

RESUMO

Os indicadores econômico-financeiros são métricas utilizadas para análises das demonstrações contábeis que viabilizam o conhecimento da situação da empresa. O objetivo deste artigo é apresentar uma análise temporal da empresa Magazine Luiza referente às demonstrações contábeis do período de 2010 a 2020, o qual permite a visualização de contextos anteriores, atuais e futuros da organização. A metodologia aplicada é a revisão de literatura não sistemática, recorrendo ao mecanismo do Google Acadêmico, além da pesquisa em livros, artigos acadêmicos, leis e também a coleta de dados divulgados no portal B3 para o estudo de caso sobre o Magazine Luiza. Em relação à abordagem do problema da pesquisa, combina-se componentes quantitativos e qualitativos, denominados como métodos mistos. Os indicadores econômico-financeiros combinados para análise são: liquidez geral, liquidez corrente, capital circulante líquido, endividamento geral, composição do endividamento, giro do ativo, margem líquida, retorno sobre ativos e retorno sobre o patrimônio líquido, em relação com o Modelo Dupont. Para tal estudo considera-se as demonstrações financeiras da empresa, sendo explorados o balanço patrimonial e a demonstração do resultado do exercício para as análises. Os dados permitiram analisar que os indicadores econômico-financeiros e o modelo Dupont possuem concordâncias entre seus resultados. Para ambos os métodos, o Magazine Luiza apresentou resultados constantes no período de 2010 a 2016, exceto os anos de 2012 e 2015, em que demonstraram menor desempenho. No período de 2017 a 2019, houve uma evolução positiva nos indicadores, seguido pela queda na Margem Líquida para o ano de 2020.

Palavras-chave: análise; demonstrações contábeis; empresa; indicadores econômico-financeiros; Magazine Luiza.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 1 - Modelo de Estrutura do Balanço Patrimonial	11
Quadro 2 - Estrutura da Demonstração de Resultado do Exercício	12
Quadro 3 - Estrutura da Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido	12
Quadro 4 - Estrutura da Demonstração de Lucros e Prejuízos Acumulados	13
Quadro 5 - Modelo básico da Demonstração dos Fluxos de Caixa	14
Quadro 6 - Modelo da Demonstração do Valor Adicionado	14
Quadro 7 - Quadro-resumo dos índices	16
Figura 1 - Processo de tomada de decisão	17
Tabela 1 - Índices econômico-financeiros do Magazine Luiza de 2010 a 2020	24
Tabela 2 - Modelo Dupont aplicado ao Magazine Luiza nos anos de 2010 a 2020	27

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

AC	Ativo Circulante
AT	Ativo Total
CCL	Capital Circulante Líquido
CNAE	Classificação Nacional de Atividades Econômicas
CONCLA	Comissão Nacional de Classificação
CPC	Comitê de Pronunciamentos Contábeis
CE	Composição do Endividamento
END	Endividamento Geral
ELP	Exigível a Longo Prazo
GA	Giro do Ativo
LC	Liquidez Corrente
LG	Liquidez Geral
LL	Lucro Líquido
ML	Margem Líquida
PC	Passivo Circulante
RLP	Realizável a Longo Prazo
ROA	Retorno sobre o Ativo
RSPL	Retorno sobre o Patrimônio Líquido
V	Vendas Líquidas

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	8
2. REVISÃO DE LITERATURA	9
2.1 DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS	9
2.1.1 Balanço Patrimonial	10
2.1.2 Demonstração do resultado do exercício	11
2.1.3 Demonstração das mutações do patrimônio líquido	12
2.1.4 Demonstração de lucros ou prejuízos acumulados	13
2.1.5 Demonstração dos fluxos de caixa	13
2.1.6 Demonstração do valor adicionado	14
2.1.7 Notas explicativas	15
2.2 ANÁLISE DAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS POR MEIO DE INDICADORES ECONÔMICO-FINANCEIROS	15
2.3 MÉTODO DUPONT	17
2.4 TRABALHOS ANTERIORES	17
3. METODOLOGIA	21
3.1 ENQUADRAMENTO METODOLÓGICO	21
3.2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	22
3.3 CARACTERIZAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO	22
4. ANÁLISE DE DADOS	24
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	28
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	31
APÊNDICES	34

1. INTRODUÇÃO

Segundo Marion (2018, p. 4) “a contabilidade é o instrumento que fornece o máximo de informações úteis para a tomada de decisões dentro e fora da empresa”. Para Assaf Neto (2020), o objetivo da contabilidade é disponibilizar conhecimentos acerca do comportamento de desempenho e resultados de uma organização. Tal objetivo é evidenciado nos dados das demonstrações contábeis publicadas, o qual permite visualizar a situação de uma organização.

As demonstrações contábeis apresentam o uso de termos técnicos que são conhecidos aos profissionais da área contábil. Por este motivo, surge a necessidade das análises de balanços para traduzi-las a uma linguagem simplificada em que os gestores possam compreender o contexto empresarial (MARION, 2018). São as análises das demonstrações contábeis que avaliam o desempenho econômico, financeiro e patrimonial da empresa. Elas relacionam performance passadas e futuras da empresa, para que auxiliem os gestores nas decisões de mudanças ou formação de novos rumos da entidade (SILVA, 2017).

Neste trabalho, apresenta-se o estudo das análises das demonstrações contábeis para o ramo de atividade comercial. De acordo com o IBGE (2022), a Comissão Nacional de Classificação (CONCLA) classifica como atividade do comércio varejista aquela que “baseia-se na gama de produtos vendidos, sem distinção da forma de comercialização em loja ou fora da loja (por correio, catálogo, porta-a-porta, internet, etc.)”. Neste ramo encontra-se a empresa Magazine Luiza, que se define pelo seu código do CNAE¹ como um comércio varejista que oferece uma diversidade de produtos comercializados: móveis, eletrodomésticos, cosméticos, roupas, entre outros (IBGE, 2022).

Dados do IBGE (2022), constatou que o comércio varejista contemplado como um todo, apresentou um crescimento de 27,9% no período de 2008 a 2018 (FRANÇA, 2019). Mas, devido ao coronavírus que disseminou no Brasil em 2020, as medidas preventivas estabelecidas contra a Covid-19, como *lockdown*, fez com que o comércio eletrônico se tornasse uma alternativa de compras (BRASILEIRO, 2021). Um dos efeitos da pandemia para o Magazine Luiza, foi a obtenção de

¹ A CNAE é “a classificação de atividades econômicas adotada na produção e disseminação de estatísticas econômicas e na organização de cadastros da Administração Pública do país”. (IBGE, 2022).

faturamento recorde neste cenário, o qual desempenho se destacou também para outras empresas de *E-commerce* (BRASILEIRO, 2021).

Diante disso, o objetivo geral deste estudo é analisar as demonstrações contábeis dos exercícios de 2010 a 2020 da empresa Magazine Luiza, por meio dos indicadores econômico-financeiros.

Para tanto, tem-se como objetivos específicos:

- (i) Apresentar a evolução dos indicadores econômico-financeiros;
- (ii) Evidenciar o resultado do Modelo Dupont do período analisado; e
- (iii) Verificar a variação do indicador Retorno sobre o Patrimônio Líquido por meio do Modelo Dupont.

A metodologia aplicada é a revisão de literatura não sistemática, recorrendo ao mecanismo do Google Acadêmico, além da pesquisa em livros, artigos acadêmicos, leis e também a coleta de dados divulgados no portal B3 para o estudo de caso da empresa.

O trabalho está organizado em cinco seções. Após esta introdução, a seção seguinte apresenta o que são as demonstrações contábeis e quais seus tipos, com enfoque nos respectivos objetos de estudo: balanço patrimonial e demonstração do resultado do exercício. Ainda na segunda seção, exibe-se os grupos de indicadores econômico-financeiros selecionados, o modelo de Dupont e estudos anteriores sobre a empresa. Já na terceira seção, dispõe-se sobre o enquadramento metodológico, procedimentos metodológicos e caracterização da empresa pesquisada. Logo, na quarta seção, apresenta-se as análises dos dados das demonstrações contábeis com relação ao método Dupont. Por fim, são feitas as considerações finais, mediante um diagnóstico evolutivo dos indicadores mostrados nas seções anteriores, como também os apontamentos para melhor gerenciamento do Magazine Luiza.

2. REVISÃO DE LITERATURA

2.1 DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS

Conforme o CPC 26 (R1) (2011) “as demonstrações contábeis são uma representação estruturada da posição patrimonial e financeira e do desempenho da entidade”. Já de acordo com o CPC 00 (R2) (2019), as demonstrações contábeis

tem como objetivo proporcionar informações confiáveis sobre os ativos, passivos, patrimônio líquido, receitas e despesas da entidade que sejam favoráveis aos usuários para tomada de decisões. E, para atender os objetivos supracitados, tais informações são disponibilizadas:

(a) no balanço patrimonial, ao reconhecer ativos, passivos e patrimônio líquido; (b) na demonstração do resultado e na demonstração do resultado abrangente, ao reconhecer receitas e despesas; e (c) em outras demonstrações e notas explicativas [...] (CPC 00 (R2), 2019, p. 15).

Segundo Marion (2018, p. 29) “o tratamento dessas Demonstrações Financeiras varia de acordo com o tipo de constituição da sociedade empresarial”. Para uma sociedade anônima de capital aberto como o Magazine Luiza, deve-se elaborar ao final de cada exercício social: o balanço patrimonial, as demonstrações dos lucros ou prejuízos acumulados, a demonstração do resultado do exercício, a demonstração do fluxo de caixa e a demonstração do valor adicionado, complementadas pelas notas explicativas quando necessárias para explicação da situação patrimonial, de acordo com o Art. 176 da Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976 (Brasil, 1976).

Para este trabalho, considera-se as demonstrações consolidadas da rede de varejo do Magazine Luiza. Visto que, em concordância com o CPC 00 (R2) (2019), as demonstrações contábeis consolidadas viabilizam informações a respeito dos ativos, passivos, patrimônio líquido, receitas e despesas em uma só sociedade, ou seja, tanto da controladora quanto das controladas. Ainda conforme o CPC 00 (R2) (2019), as demonstrações não consolidadas geralmente não suprem as informações necessárias para avaliações de investidores, credores, entre outras potencialidades que analisam as perspectivas da organização. Ademais, mostra-se a composição das demonstrações financeiras, explorando em particular as estruturas do balanço patrimonial e da demonstração do resultado do exercício, que serão indispensáveis para análise dos indicadores econômico-financeiros escolhidos.

2.1.1 Balanço Patrimonial

O balanço patrimonial é uma demonstração contábil que representa a composição do patrimônio da entidade. O balanço patrimonial é importante porque mostra as origens e aplicações de recursos da empresa, que podem ser obtidas por recursos próprios ou de terceiros (IUDÍCIBUS et al., 2019). O Quadro 1 abaixo apresenta o modelo de estrutura do balanço patrimonial e as contas em que são

classificadas em vários grupos e subgrupos. Este relatório contábil abrange um tripé de elementos, sendo eles o ativo (bens e direitos), passivo (obrigações) e patrimônio líquido (diferença entre o ativo e o passivo).

No Ativo aparecem em primeiro lugar as contas que se transformarão mais rápido em dinheiro (Ativo Circulante) e, a seguir, as contas que demoram mais para se realizar em dinheiro (Ativo Não Circulante). Já no Passivo e no Patrimônio Líquido, primeiro aparecem as contas que devem ser pagas mais rapidamente (Passivo Circulante) e, a seguir, as contas que demoram mais para serem pagas (Passivo Não Circulante) (IUDÍCIBUS et al., 2019, p 107).

A elaboração do balanço patrimonial surge pela necessidade das empresas em organizar as movimentações diárias que contém um grande número de informações. Para Iudícibus et al. (2019, p. 105) “resumir e apresentar os elementos para análise e interpretação é uma tarefa simples se a contabilização das operações for feita com critério e apoiada em um plano de contas bem elaborado”.

Quadro 1 - Modelo de Estrutura do Balanço Patrimonial

BALANÇO PATRIMONIAL	
ATIVO	PASSIVO
Ativo Circulante	Passivo Circulante
Ativo Não Circulante	Passivo Não Circulante
Realizável a Longo Prazo	PATRIMÔNIO LÍQUIDO
Investimento	Capital Social
Imobilizado	Reservas de Capital
Intangível	Reservas de Lucros
	Lucros ou Prejuízos Acumulados

Fonte: Adaptado de Silva (2019, p. 43)

2.1.2 Demonstração do resultado do exercício

A demonstração do resultado do exercício é o demonstrativo que apura o resultado econômico e patrimonial da empresa. O Quadro 2 a seguir exhibe a estrutura da demonstração contábil, segundo o padrão exigido pela Lei das Sociedades por Ações. Este relatório identifica os valores das receitas, despesas e detecta o resultado líquido, lucro ou prejuízo obtido em determinado exercício.

De acordo com Iudícibus et al. (2019), o balanço patrimonial e a demonstração do resultado do exercício são complementares e permitem obter análises, estimativas, conclusões e projeções futuras da organização, sendo importantes para o conhecimento e interpretações da situação da empresa.

Quadro 2 - Estrutura da Demonstração de Resultado do Exercício

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO DO EXERCÍCIO	
RECEITA BRUTA DE VENDAS E SERVIÇOS	
(-) Impostos, devoluções e descontos sobre vendas e serviços	
RECEITA LÍQUIDA DE VENDAS E SERVIÇOS	
(-) Custo das mercadorias vendidas e serviços prestados	
LUCRO BRUTO	
RECEITAS DESPESAS OPERACIONAIS	
(-) Despesas operacionais	
(+) Receitas operacionais	
LUCRO OPERACIONAL ANTES DO RESULTADO FINANCEIRO	
RESULTADO FINANCEIRO	
(+) Receitas financeiras	
(-) Despesas financeiras	
Lucro do exercício antes do IR e CSLL	
Lucro do exercício antes das participações minoritárias	
LUCRO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO	
Lucro líquido do exercício por ação do capital social no final do exercício	
Quantidade de ações do capital social no final do exercício	

Fonte: Adaptado de Silva (2019, p. 52)

2.1.3 Demonstração das mutações do patrimônio líquido

As demonstrações das mutações patrimoniais possuem informações complementares ao balanço patrimonial e a demonstração do resultado do exercício, com objetivo de “evidenciar todas as movimentações ocorridas no Patrimônio Líquido durante o exercício.” (MELO; BARBOSA, 2018, p. 91). A seguir, o Quadro 3 mostra a estrutura deste demonstrativo contábil, partindo do saldo inicial do exercício anterior até o saldo final do exercício. As contas como lucros acumulados, capital social, reservas de capital, reservas de lucros e ações em tesouraria que a compõem, demonstram as variações que refletem no efeito de aumento ou diminuição do patrimônio líquido (IUDÍCIBUS et al., 2019).

Quadro 3 - Estrutura da Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido

DEMONSTRAÇÃO DAS MUTAÇÕES DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO				
Movimentação	Capital Social	Reservas de Lucros	Lucros Acumulados	Total
Saldo inicial - balanço inicial				
(+) Aumento de capital social em dinheiro				
(+) Lucro líquido do exercício				
(-) Distribuição de lucros				
(-) Transferência para reservas de lucros				
Saldo final - balanço final				

Fonte: PADOVEZE (2017, p. 193)

2.1.4 Demonstração de lucros ou prejuízos acumulados

Conforme o Quadro 3 da subseção anterior, os lucros ou prejuízos acumulados engloba a demonstração das mutações do patrimônio líquido, mas é a demonstração de lucros ou prejuízos acumulados que é prevista legalmente segundo o Art. 176 da Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976 (Brasil, 1976).

O Quadro 4 abaixo exemplifica um modelo de elaboração da demonstração de lucros e prejuízos acumulados que é o demonstrativo que exhibe “o saldo do exercício anterior, as alterações ocorridas no exercício, o lucro ou prejuízo do exercício, a destinação dada aos lucros ao final de cada exercício social e o saldo final desta conta” (MELO; BARBOSA, 2018, p. 86).

Iudícibus et al. (2019) entende que a importância deste relatório contábil está nas causas e efeitos apresentados na conta lucros ou prejuízos acumulados que são relevantes para pessoas interessadas na empresa, além de explicar e evidenciar os motivos das variações da conta lucros ou prejuízos acumulados.

Quadro 4 - Estrutura da Demonstração de Lucros e Prejuízos Acumulados

DEMONSTRAÇÃO DE LUCROS OU PREJUÍZOS ACUMULADOS
SALDO INICIAL
(+/-) Ajustes de Exercícios Anteriores
(-) Parcela de Lucros Incorporada ao Capital Social
(+) Reversões de Reservas
(+/-) Resultado Líquido do Exercício
(-) PROPOSTA DE DESTINAÇÃO DO LUCRO
Transferência para Reservas
Dividendos a Distribuir
Juros Sobre o Capital Próprio
(=) SALDO FINAL

Fonte: ASSAF NETO (2020, p. 91).

2.1.5 Demonstração dos fluxos de caixa

A demonstração do fluxo de caixa objetiva "fornecer informações acerca das alterações no caixa e equivalentes de caixa da entidade para um determinado período contábil, evidenciando separadamente as mudanças nas atividades [...]” (MELO; BARBOSA, 2018, p. 109). O Quadro 5 exhibe sua estrutura básica de elaboração, que apresenta informações de entradas e saídas referentes às atividades operacionais, de financiamento e de investimento, que são separadas em grupos de mesma natureza (PADOVEZE, 2017). O fluxo de caixa pode ser

elaborado pelo método indireto ou direto. Os métodos se diferem na evidenciação das atividades operacionais, visto que as demais atividades são apresentadas igualmente para ambos os métodos (MELO; BARBOSA, 2018).

Quadro 5 - Modelo básico da Demonstração dos Fluxos de Caixa

DEMONSTRAÇÃO DOS FLUXOS DE CAIXA	
ATIVIDADES OPERACIONAIS	
Lucro líquido do exercício	
Despesas (receitas) que não afetam o caixa e equivalentes	
(Aumento) redução no Ativo Circulante Operacional	
Aumento (redução) no Passivo Circulante Operacional	
Caixa Gerado (absorvido) pelas Atividades Operacionais	
ATIVIDADES DE INVESTIMENTO	
Caixa Gerado pelas (utilizado nas) Atividades de Investimento	
ATIVIDADES DE FINANCIAMENTO	
Caixa Gerado (utilizado) nas Atividades de Financiamento	
GERAÇÃO (ABSORÇÃO) LÍQUIDA DE CAIXA	
+ SALDO INICIAL DO CAIXA	
= SALDO FINAL DO CAIXA	

Fonte: Adaptado de MATARAZZO (2010, p. 34)

2.1.6 Demonstração do valor adicionado

De acordo com o Art. 188, inciso II, da Lei nº 11.638, de 28 de dezembro de 2007, compreende-se como valor adicionado “[...] o valor da riqueza gerada pela companhia, a sua distribuição entre os elementos que contribuíram para a geração dessa riqueza [...]” (BRASIL, 2007). O Quadro 6 apresenta um modelo exemplo deste demonstrativo, que identifica a estrutura de custos, o qual permite compará-los entre setores e concorrentes para gerenciamento destes custos (PADOVEZE, 2017).

Quadro 6 - Modelo da Demonstração do Valor Adicionado

DEMONSTRAÇÃO DO VALOR ADICIONADO		
DESCRIÇÃO	20X1	20X0
1 - RECEITAS		
2 - INSUMOS ADQUIRIDOS DE TERCEIROS		
3 - VALOR ADICIONADO BRUTO		
4 - DEPRECIÇÃO, AMORTIZAÇÃO E EXAUSTÃO		
5 - VALOR ADICIONADO LÍQUIDO PRODUZIDO PELA ENTIDADE		
6 - VALOR ADICIONADO RECEBIDO EM TRANSFERÊNCIA		
7 - VALOR ADICIONADO TOTAL A DISTRIBUIR		
8 - DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO		

Fonte: Adaptado da NBC TG 09 (2008, p. 12)

2.1.7 Notas explicativas

Para um melhor esclarecimento das demonstrações contábeis, estas devem ser complementadas por notas explicativas.

As notas explicativas são elaboradas para destacar e interpretar os detalhes relevantes, as informações adicionais sobre fatos passados, presentes e futuros significativos nos negócios, e os resultados da empresa, de importância para as pessoas nela interessadas [...] (IUDÍCIBUS et al., 2019, p 107).

Não há um padrão a seguir em relação à estrutura das notas explicativas. Para cada item das demonstrações financeiras que demande um detalhamento, inclui-se um espaço para apresentação. É comum que haja referências numéricas entre a nota e o item que está sendo interpretado (PADOVEZE, 2017).

São as demonstrações financeiras que mostram uma sequência de dados sobre a empresa, conforme as regras contábeis. Segundo Matarazzo (2010, p. 3) “a análise de balanços transforma esses dados em informações e será tanto mais eficiente quanto melhores informações a produzir”. Na seção seguinte, apresenta-se as análises das demonstrações contábeis, como também a ferramenta de utilizar indicadores econômico-financeiros e o Modelo Dupont para expor os resultados.

2.2 ANÁLISE DAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS POR MEIO DE INDICADORES ECONÔMICO-FINANCEIROS

As demonstrações contábeis disponibilizam uma série de dados sobre a empresa em conformidade com as regras contábeis. E, o papel da análise de balanços é transformar estes dados em informações para tomada de decisões (MATARAZZO, 2010). A análise de balanços traduz as informações contidas nas demonstrações contábeis por meio de uma linguagem mais simplificada do que técnica. Assim, é possível entregar informações:

“que permitam concluir se a empresa merece ou não crédito, se vem sendo bem ou mal administrada, se tem ou não condições de pagar suas dívidas, se é ou não lucrativa, se vem evoluindo ou regredindo, se é eficiente ou ineficiente, se irá falir ou se continuará” (MATARAZZO, 2010, p. 5).

O uso de indicadores econômico-financeiros está dentre as técnicas que constituem a análise das demonstrações contábeis. Define-se índice como “a relação entre contas ou grupo de contas das Demonstrações Financeiras, que visa evidenciar determinado aspecto da situação econômica ou financeira de uma empresa” (MATARAZZO, 2010, p. 81). Para o estudo de caso do Magazine Luiza,

são selecionados nove indicadores econômico-financeiros conforme o Quadro 7, para expor a situação da empresa: composição do endividamento, endividamento geral, giro do ativo, liquidez corrente, liquidez geral, lucro líquido, margem líquida, retorno sobre o ativo e retorno sobre o patrimônio líquido.

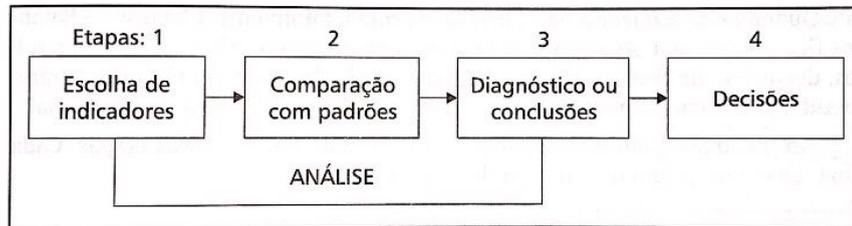
Quadro 7 - Quadro-resumo dos índices

ÍNDICE	FÓRMULA	INDICA
Composição do Endividamento	$PC/PC+ELP$	O percentual de obrigações a curto prazo em relação às obrigações totais.
Endividamento Geral	$PC+ELP/AT$	O percentual que a empresa possui de recursos totais financiado por capital de terceiros.
Capital Circulante Líquido	$AC-PC$	A parcela de capital próprio que está sendo utilizada para financiar o ativo circulante.
Liquidez Geral	$AC+RLP/PC+ELP$	Quanto a empresa possui de Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo para cada \$1 de dívida total.
Liquidez Corrente	AC/PC	Quanto a empresa possui de Ativo Circulante para cada \$1 de Passivo Circulante.
Giro do Ativo	V/AT	Quanto a empresa vendeu para cada \$1 de investimento total.
Margem Líquida	LL/V	Quanto a empresa obtém de lucro para cada \$100 vendidos.
Retorno sobre Ativos	LL/AT	Quanto a empresa obtém de lucro para cada \$100 de investimento total.
Retorno sobre Patrimônio Líquido	LL/PL	Quanto a empresa obtém de lucro para cada \$100 de capital próprio investido, em média, no exercício.

Fonte: Adaptado de Matarazzo (2010, p. 86)

De acordo com a Figura 1, a análise de balanços segue um raciocínio científico de etapas que devem ser levadas em consideração para que a análise não seja comprometida. Para elaborar um relatório de análise de balanços adequado, deve-se incluir as seguintes informações sobre a entidade: situação financeira, econômica, desempenho, eficiência, pontos fortes e fracos, tendências, evolução, adequações, causas das alterações, erros da administração, providências e alternativas (MATARAZZO, 2010).

Figura 1 - Processo de tomada de decisão.



Fonte: MATARAZZO (2010, p. 7).

2.3 MÉTODO DUPONT

Os indicadores econômico-financeiros permitem evidenciar os detalhes da empresa durante as análises, mas pode-se perder a percepção geral, como um todo. Assim, proporciona-se o uso do método Dupont, que surge para suprir tal necessidade. A equação de Dupont estruturada abaixo, combina dois índices da seção anterior (margem líquida e giro do ativo), como medidas de lucratividade e eficiência de ativos. Utiliza-se também o multiplicador de patrimônio, que é a medida de alavancagem financeira (BRIGHAM; EHRHARDT, 2016).

$$\begin{aligned}
 ROE &= \frac{LUCRO LÍQUIDO}{VENDAS} = \frac{LUCRO LÍQUIDO}{VENDAS} \times \frac{VENDAS}{ATIVOS TOTAIS} \times \frac{TOTAL DO ATIVO}{PATRIMÔNIO LÍQUIDO} \\
 &= (Margem Líquida) (Giro do Ativo) (Multiplicador de Patrimônio)
 \end{aligned}$$

2.4 TRABALHOS ANTERIORES

Esta seção discorre a cerca de estudos que empregaram as demonstrações contábeis do Magazine Luiza para a análise econômica financeira. Revisa-se respectivamente os objetivos, indicadores analisados e resultados alcançados dos estudos de Rocha, Silva e Barros (2018); Marra (2021); Trasel (2018); e de Seles (2019).

Por intermédio comparativo entre as Lojas Americanas e o Magazine Luiza, a pesquisa de Rocha, Silva e Barros (2018) teve como intuito averiguar pelo Método Dupont, as principais variáveis econômicas, financeiras e de rentabilidade, para destacar a aplicabilidade deste meio às análises gerenciais em prol do setor varejista.

As predominantes medidas para avaliação dessa rentabilidade são o Giro do Ativo (GA), Rentabilidade do ativo, Margem operacional (MO), Margem bruta (MB), Margem Líquida (ML), Retorno sobre o Ativo (ROA), Retorno sobre o Patrimônio (ROE) e Retorno sobre o Investimento (ROI). Sendo estes a composição da análise do Método Dupont (ROCHA; SILVA; BARROS, 2018, p. 10).

Notou-se que “[...] apesar do alto faturamento da Lojas Americanas S.A comparado com a Magazine Luiza S.A, a Magazine obteve melhores resultados com o Lucro Líquido e Retorno de Investimentos (ROCHA; SILVA; BARROS, 2018, p. 33). Além disso, foi possível identificar as contas que comprometeram a análise de cada indicador de rentabilidade do período de 2015 a 2017.

Outro estudo comparativo foi de Marra (2021) que objetivou analisar os resultados de 2016 a 2019 sobre a saúde financeira do Magazine Luiza e da Via Varejo, fazendo uso dos indicadores econômico-financeiros, que deu sequência a pesquisa de Hoffmann et al.,² (2017 *apud* MARRA, 2021), o qual analisou o período de 2013 a 2015, para avaliar o desenvolvimento financeiro destes anos.

Para a pesquisa, aplicou-se os indicadores de liquidez corrente, liquidez seca, liquidez geral, rentabilidade do ativo, retorno sobre o patrimônio líquido, margem líquida, endividamento geral e composição do endividamento (MARRA, 2021).

Segundo Marra (2021, p. 18) “[...] houve uma melhora nos índices e indicadores do Magazine Luiza, e uma piora quase geral para a Via Varejo”. Para mais, Marra (2021) percebeu que a saúde financeira do Magazine Luiza evoluiu, em comparação com os últimos três anos do estudo anterior, como se manteve também a sujeição aos estoques. Isto se dá pois “[...] a Magazine Luiza apresenta capacidade de saldar suas dívidas de curto prazo contanto que consiga reverter seus estoques em vendas [...]” (MARRA, 2021, p. 18). Em contrapartida, os resultados positivos de 2013 a 2015 não se mantiveram nos anos de 2016 a 2019 para a Via Varejo, apresentando uma posição financeira abaixo de sua concorrente (MARRA, 2021).

A pesquisa de Trasel (2018) trabalhou com as três empresas varejistas supracitadas (Lojas Americanas, Magazine Luiza e Via Varejo). A finalidade do estudo comparativo foi calcular indicadores para propor uma análise sobre o comportamento econômico e financeiro das empresas no intervalo de 2013 a 2017 (TRASEL, 2018).

² HOFFMANN, Eliza et al. ANÁLISE DOS INDICADORES ECONÔMICO-FINANCEIROS DAS EMPRESAS VAREJISTAS MAGAZINE LUIZA E VIA VAREJO. **Revista de Administração e Negócios da Amazônia**, [S.L.], v. 9, n. 3, p. 60-82, ago. 2017. Revista de Administração e Negócios da Amazônia.

Trasel (2018) apresentou uma análise vasta, que contemplou o manuseio de indicadores de liquidez, garantia de dívida ativa, grau de imobilização do patrimônio líquido, lucratividade, rentabilidade, giro, qualidade do resultado, dispêndios do capital e retornos do fluxo de caixa.

Com enfoque nos resultados dos indicadores de liquidez, rentabilidade e lucratividade no estudo de Trasel (2018), a liquidez corrente, seca e geral do Magazine Luiza foi menor do que o recomendado, mas para a liquidez imediata e o capital circulante líquido, a empresa progrediu com o crescimento desses índices. Em questão do endividamento, requer-se uma atenção, visto que a maior parte dos recursos é proveniente de capital de terceiros. Segundo Trasel (2018, p. 71), “a empresa apresenta ainda baixos níveis de lucratividade e rentabilidade, necessitando adotar políticas de aumento de vendas e redução de custos e despesas”.

Já nas Lojas Americanas, “os índices de liquidez corrente e geral tiveram baixos desempenhos. Já como fator positivo a empresa apresentou bons indicadores de liquidez seca, imediata e especialmente de capital circulante líquido” (TRASEL, 2018, p. 71). Assim como o Magazine Luiza, o capital de terceiros também superou as fontes de capital próprio, mas em compensação, no ano de 2013 a loja se destacou positivamente quanto à lucratividade e à rentabilidade (TRASEL, 2018). Porém, Trasel (2018) destaca um declínio ao longo dos anos nestes indicadores, o qual percebe a necessidade de ajustes nos custos, despesas e aumento das vendas nas Lojas Americanas.

Na empresa Via Varejo, Trasel (2018) expõe que a liquidez imediata é o único indicador padronizado, visto que os indicadores de endividamento são irregulares. Além disso, tanto o capital circulante líquido quanto a liquidez são extremamente desfavorecidos ao longo dos anos e a política necessária se iguala às Lojas Americanas: demanda redução de custos, despesas e aumento das vendas (TRASEL, 2018).

De forma geral, através dos indicadores econômico-financeiros pode-se concluir sobre as três empresas que:

[...] o Magazine Luiza apresenta os melhores indicadores de giro e de dispêndios de capital. As Lojas Americanas apresenta a melhor liquidez e rentabilidade, enquanto a Via Varejo apresenta os melhores indicadores de garantia de dívida, de imobilização do patrimônio líquido, de lucratividade, de qualidade do resultado e de retorno do fluxo de caixa (TRASEL, 2018, p. 73).

Por fim, o trabalho de Seles (2019, p. 47) propôs “verificar a situação financeira da empresa brasileira Magazine Luiza, companhia de capital aberto, fazendo um estudo de caso, e aplicando os métodos de análises de balanços”. Para alcançar o objetivo da pesquisa, a autora exibiu duas perspectivas para as análises: o modelo tradicional e o modelo dinâmico.

Respectivamente, o primeiro modelo calculou: os índices de participação de capitais de terceiros (endividamento), composição do endividamento, imobilização do patrimônio líquido, imobilização dos recursos não correntes, liquidez geral, liquidez corrente, liquidez seca, giro do ativo, margem líquida, rentabilidade do ativo e rentabilidade do patrimônio líquido. Já para o segundo modelo, as variáveis utilizadas foram: “a necessidade de capital de giro, a NCG; o saldo de tesouraria, T ou ST; capital circulante líquido, CCL; capital de giro próprio, CGP; financiamento de longo prazo, FLP e; termômetro da situação financeira, TSF” (SELES, 2019, p. 39).

O método tradicional mostrou que os primeiros semestres do Magazine Luiza em 2016 foram desfavoráveis, mas obteve uma recuperação nos últimos trimestres analisados visto a presença de índices positivos (SELES, 2019).

Por outro lado, o modelo dinâmico “permitiu verificar o padrão de gestão da empresa quanto aos seus recursos sob a perspectiva de curto prazo” (SELES, 2019, p. 71). Além disso, no ano de 2016 os índices de Tesouraria estavam inferiores ao ideal, mas ao longo do ano a empresa conseguiu alcançar a segurança financeira, aumentando seus recursos a curto prazo (SELES, 2019). Para que não houvesse problemas financeiros, o Magazine Luiza manteve o Saldo de Tesouraria superior a Necessidade de Capital de Giro (SELES, 2019). Ademais, o Capital Circulante Líquido evoluiu em comparação com os primeiros trimestres analisados, visto que a existência de capital para atividades diárias foi um dos motivos das melhorias (SELES, 2019).

Para Seles (2019, p. 69):

[...] os métodos concordam um com o outro sobre a saúde financeira da empresa quando aplicados ao mesmo tempo, com a situação mais rapidamente resumida pelo método Dinâmico e com mais detalhes com o modelo Tradicional.

Desse modo, foram destacados nesta seção, estudos que trabalharam com diferentes visões de autores sobre a situação econômica e financeira do Magazine Luiza, o qual será a base para continuidade do estudo da empresa neste artigo.

3. METODOLOGIA

3.1 ENQUADRAMENTO METODOLÓGICO

Segundo Gil (2018, p. 26), “pode-se afirmar que a maioria das pesquisas realizadas com propósitos acadêmicos, pelo menos num primeiro momento, assume o caráter de pesquisa exploratória”. No objetivo deste estudo, “é possível identificar pesquisas bibliográficas, estudos de caso e até mesmo levantamentos de campos que podem ser considerados estudos exploratórios” (GIL, 2018, p. 26).

Por outro lado, classifica-se esta pesquisa como descritiva também, que têm objetivo de descrever características de determinado fenômeno e também são elaboradas para associar relações entre variáveis (GIL, 2018). A pesquisa descritiva está presente neste trabalho por meio da análise das demonstrações contábeis e interpretação dos indicadores econômico-financeiros.

Em relação à abordagem do problema da pesquisa, combina-se os componentes quantitativos e qualitativos, que são denominados como métodos mistos. Para Sampieri, Collado e Lucio (2013, p. 548), “a meta da pesquisa mista não é substituir a pesquisa quantitativa nem a pesquisa qualitativa, mas utilizar os pontos fortes de ambos os tipos combinando-os e tentando minimizar seus potenciais pontos fracos”.

Em primeiro lugar, os aspectos quantitativos se caracterizam pela inclusão de variáveis para estudo, juntamente com um modelo proposto, com a intenção de relacioná-las para levantamento de um resultado (CRESWELL, 2010). Isto se identifica neste estudo pelos valores coletados do balanço patrimonial e demonstração do resultado do exercício para cálculo dos índices conforme suas fórmulas.

Já o sentido qualitativo, acontece pela “[...] impossibilidade de investigar e compreender, por meio de dados estatísticos [...]” (MINAYO, 1994, p. 22 *apud* FIGUEIREDO, 2008, p. 113).³ Este tipo de abordagem faz-se presente pelo fato de que os cálculos dos indicadores são apenas dados, e para produzir informações é necessário traduzi-los em análises e interpretações.

³ MINAYO, M. C. S. (Org.). **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. Rio de Janeiro: Vozes, 1994.

3.2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Segundo Gil (2018, p. 28), “praticamente toda pesquisa acadêmica requer em algum momento a realização de trabalho que pode ser caracterizado como pesquisa bibliográfica”. Neste artigo, utiliza-se esta classificação de pesquisa na seção em que foi revisado sobre as demonstrações contábeis, os indicadores econômico-financeiros, método Dupont, e os estudos já realizados sobre o Magazine Luiza. Para esta revisão literária recorreu-se a pesquisa em livros, artigos acadêmicos e revistas, uma vez que “a pesquisa bibliográfica é elaborada com base em material já publicado” (GIL, 2018, p. 28).

Considera-se como pesquisa documental “quando o material consultado é interno à organização [...]” (GIL, 2018, p. 29). Na pesquisa documental, coletou-se os dados divulgados no portal da Bolsa de Valores de São Paulo (B3), para o período de análise de 2010 a 2020. O intervalo de tempo estabelecido é justificado pela finalidade de verificar o quadro evolutivo da empresa ao longo dos anos. Os demonstrativos contábeis extraídos foram o balanço patrimonial e a demonstração do resultado do exercício. Também se consultou ao Comitê de Pronunciamento Contábeis (CPC) para a revisão de literatura e ao site do Magazine Luiza para caracterização do objeto de estudo.

Os dados foram tratados por meio da extração das contas do ativo circulante, ativo realizável a longo prazo, ativo total, lucro líquido, passivo circulante, patrimônio líquido consolidado, passivo não circulante e receita operacional líquida no Portal B3, para o uso dos índices descritos no Quadro 7. Por fim, utilizou-se o editor de planilhas Microsoft Excel com objetivo de transpor a base de dados das contas contábeis para calcular eletronicamente os indicadores e o método Dupont, mostrados respectivamente pela Tabela 1 e pela Tabela 2 da próxima seção.

3.3 CARACTERIZAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO

De acordo com o site do Magazine Luiza (2022), a empresa brasileira foi fundada no interior de São Paulo no ano de 1957 pelo casal de vendedores Luiza e Pelegrino Donato, que sonhavam em construir um comércio para gerar emprego à sua família. O nome Magazine Luiza foi escolhido durante um concurso cultural em uma rádio local, como sugestão dos ouvintes pela popularidade da vendedora Luiza.

A Luiza Trajano deu início a administração da empresa como CEO, com sequência pela liderança de Marcelo Silva e dirigida atualmente por Frederico Trajano, que é gestor da empresa desde 2016.

Segundo o website do Magazine Luiza (2022), a empresa é intitulada como uma das grandes varejistas do Brasil, já conquistou sua expansão pelo território brasileiro, com destaque pela entrada no mercado de São Paulo. Em 2019, iniciou-se o ciclo de transformação do varejo tradicional da Companhia para uma plataforma digital, sustentada por cinco pilares.

O pilar das novas categorias é a estratégia que propôs a venda de praticamente 50 milhões de itens para que possa atender tudo que seus 35 milhões de clientes desejam ou procuram. Já o “Super App”, é o aplicativo de vendas digital que reúne os produtos ofertados pela empresa e por seus vendedores que possibilitam pagamentos e acesso a serviços públicos. Conforme a página da Internet do Magazine Luiza (2022), o aplicativo da empresa foi considerado o mais instalado em sistemas *iOS* e *Android* em 2020, e no ano seguinte, atingiu cerca de 40 milhões de *downloads*, utilizados por clientes potenciais com pelo menos um acesso mensal.

O terceiro pilar visa uma melhor experiência de compra através da entrega rápida do produto até o cliente. Já o *Magalu as a Service*, são serviços e ferramentas digitais desenvolvidas pela loja que são ofertadas aos vendedores como uma solução completa de tecnologia, pagamentos e propaganda. Este pilar começou a ser desenvolvido para atender empresas que precisam vender digitalmente possam ter rápido acesso a investimentos tecnológicos que levariam anos de conhecimento. Por fim, o pilar *Hub Fintech*, plataforma de serviços para cartões pré-pago e contas digitais, foi a compra estratégica da varejista. A plataforma permitiu a conexão entre os segmentos *Magalu Pay*, *Hub Fintech* e *Luizacred* dentro de um mesmo ambiente digital, para prestação de serviços digitais e financeiros aos clientes e vendedores da organização.

Com base no site do Magazine Luiza (2022), em 43 anos a empresa faturou 1 bilhão de reais em lojas físicas, mas em apenas 10 anos conseguiu alcançar a mesma marca pelo *E-commerce*. Em 2021, todas as vendas totalizaram 56 bilhões de reais. A Companhia opera em 1.481 lojas físicas, 26 centros de distribuição, composto por cerca de 8.200 motoristas e mais de 160.000 *sellers*, indústrias e varejistas.

O Magazine Luiza foi criado há mais de 60 anos, com origem no interior do Brasil, para não somente contribuir com o consumo, mas com a missão de incluir. Dado o site do Magazine Luiza (2022), o objetivo é levar a transformação digital como uma experiência única para vidas e empresas brasileiras.

4. ANÁLISE DE DADOS

Nesta etapa, apresenta-se a análise de dados do Magazine Luiza nos anos de 2010 a 2020. Na Tabela 1 constam os resultados obtidos para a liquidez geral, liquidez corrente, capital circulante líquido, endividamento geral, composição do endividamento, giro do ativo, margem líquida, retorno sobre ativos e retorno sobre o patrimônio líquido. Logo, compara-se os indicadores com o método Dupont, que fornece a decomposição da taxa de retorno sobre investimentos, dado pela Tabela 2.

Tabela 1 - Índices econômico-financeiros do Magazine Luiza de 2010 a 2020

ANO	LG	LC	CCL	END	CE	GA	ML	ROA	RSPL
2010	0,8232	1,0781	209.677	98,79%	69,22%	1,2241	1,43%	1,75%	145,11%
2011	0,9253	1,1263	399.992	87,27%	74,41%	1,3162	0,18%	0,24%	1,07%
2012	0,9208	1,1283	462.956	89,13%	71,44%	1,3531	-0,09%	-0,12%	-1,09%
2013	0,8560	1,1560	394.399	85,26%	62,89%	1,7159	1,41%	2,41%	16,38%
2014	0,8633	1,1994	564.474	85,74%	62,43%	1,8486	1,31%	2,43%	17,04%
2015	0,8362	1,1690	485.733	89,54%	58,36%	1,6318	-0,73%	-1,19%	-11,40%
2016	0,8640	1,0674	247.417	89,81%	67,03%	1,5587	0,91%	1,42%	13,93%
2017	1,1237	1,2712	1.121.581	72,05%	77,37%	1,6152	3,25%	5,24%	18,76%
2018	1,0988	1,1900	1.023.792	73,82%	82,98%	1,7723	3,83%	6,79%	25,94%
2019	1,1933	1,6046	4.838.574	61,78%	65,45%	1,0048	4,64%	4,66%	12,19%
2020	1,0767	1,2521	3.382.665	70,28%	77,45%	1,1838	1,34%	1,59%	5,35%

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados coletados das demonstrações financeiras disponibilizadas pelo Magazine Luiza.

Na Tabela 1 acima, a Composição de Endividamento mostra que para todos os anos analisados, o Magazine Luiza possui mais de 50% com obrigações de curto prazo em relação ao total de dívidas com terceiros. O melhor resultado pode ser

visto em 2015, quando a empresa possuía 58,36% das dívidas vencíveis a curto prazo, mas em três anos depois, este percentual apresentou o resultado menos favorável, sendo de 82,98%. No geral, há uma variação no indicador ao longo dos anos, mas ainda assim não houve alterações positivas. Do ponto de vista financeiro, o ideal seria que a maior parte das dívidas fosse concentrada no longo prazo.

Em 2010, praticamente 99% dos recursos para financiar as atividades do Magazine Luiza eram dependentes de capital de terceiros. A partir de 2017, o indicador de Endividamento Geral declinou em mais de 25%, ao se comparar com o primeiro ano analisado. O melhor cenário pode ser visto em 2019, em que 61,78% em relação ao ativo total da empresa foi financiado por recursos de terceiros. Ao decorrer dos anos, percebe-se uma tendência evolutiva, mas apesar disso, mais da metade dos recursos para manter as atividades do Magazine Luiza continuam submetidos a terceiros.

O indicador do Capital Circulante Líquido pressupõe que se o Magazine Luiza utilizasse todo seu ativo circulante disponível para pagar suas obrigações com terceiros a curto prazo, ainda haveria um saldo de recursos financeiros para todos os anos observados. Este saldo representou um montante de aproximadamente R\$210 mil em 2010 e alcançou mais de R\$3 milhões em 2020. Isto mostra que no período de 2010 a 2020, a empresa compensou todas as dívidas a curto prazo e não apresentou problemas de liquidez.

Por meio do índice de Liquidez Geral pode-se afirmar que no intervalo de 2010 a 2016, o Magazine Luiza exibiu um potencial problema para realizar seus pagamentos. O cenário indica que até 2016, para cada R\$1,00 de dívidas a curto e longo prazo, a empresa dispunha menos de R\$1,00 de investimentos a curto prazo, ou seja, os recursos líquidos eram insuficientes para arcar com todas as obrigações. A partir de 2017, houve melhorias neste indicador, visto que, para cada R\$1,00 das dívidas com terceiros, o Magazine Luiza possuía mais de R\$1,00 para pagar suas dívidas e ainda contemplava um excesso financeiro.

Acerca da Liquidez Corrente, embora a empresa tenha mantido a capacidade de dispor R\$1,00 de ativos líquidos para cada R\$1,00 de dívidas a curto prazo em todos os anos analisados, este resultado evoluiu para os últimos quatro anos estudados. Durante o período de 2017 a 2020, mesmo que a empresa utilizasse R\$1,00 de ativo circulante para cada R\$1,00 de passivo circulante, era possível que

lhe restasse R\$0,20 de saldo. O melhor resultado ocorreu em 2019, quando a empresa superou a marca de R\$0,60 como excesso de recursos.

Ao observar os indicadores de lucratividade e rentabilidade, percebe-se primeiramente pelo Giro do Ativo que no decorrer de 2010 a 2014, houve um crescimento no volume de vendas do Magazine Luiza em relação ao seu nível de investimento, que atingiu seu ápice em 2014. Para cada R\$1,00 investido pela empresa em 2014, gerou-se R\$1,85 de receita de vendas. O índice declinou de 2015 em diante, o qual percebe-se queda acentuada em 2019, visto que para cada R\$1,00 de ativos (bens e direitos), a empresa faturou praticamente a mesma quantidade em vendas.

Em relação a Margem Líquida, o Magazine Luiza auferiu lucro menor que 1,45% nos anos de 2010 a 2016. A queda da margem de lucro atingiu índices negativos de -0,09% e -0,73%, respectivamente em 2012 e 2015. No período de 2017 a 2019, houve um aumento contínuo no indicador, dado que para cada R\$100,00 vendidos, converteu-se 3,25% de lucro em 2017, 3,83% em 2018 e 4,64% em 2019. Em 2020, o índice regrediu para 1,34%, representando uma porcentagem de lucros menor do que os sete primeiros anos analisados. Tal ponto influencia sobre a rentabilidade do ativo tratado a seguir.

Assim como na Margem Líquida, o Retorno sobre Ativos apresentou lucros líquidos menores do que o ativo nos anos de 2012 e 2015. No intervalo de 2017 a 2019, para cada R\$100,00 do ativo total, a empresa ganhou 5,24% de lucro em 2017, 6,79% em 2018 e 4,66% em 2019. Ao relacionar o volume de vendas, a Margem Líquida e Retorno sobre Ativos, infere-se adiante o efeito destes indicadores sobre o poder de capitalização da empresa.

No que se refere à Rentabilidade sobre o Patrimônio Líquido, analisa-se que em 2010, a taxa de rendimento do capital próprio é extremamente discrepante em relação aos demais anos analisados. Isto acontece pois neste ano, o Magazine Luiza obteve um lucro líquido de R\$68.834,00 e patrimônio líquido de R\$47.436,00, visto que para cada R\$100,00 de capital próprio investido, o lucro obtido ultrapassou a margem de 145% do patrimônio líquido. Entretanto, o decréscimo na rentabilidade empresarial se destaca negativamente em 2012 com índices de -1,09% e em 2015 com -11,40%, o qual o lucro líquido não gerou remuneração para o capital próprio. Apesar das variações ocorridas no período analisado, no geral, a tendência é que

haja um retorno sobre o patrimônio líquido, o qual indica um resultado favorável para a empresa.

Na Tabela 2 abaixo, desdobra-se o Modelo Dupont, o qual proporcionará uma melhor compreensão de como o Giro do Ativo, a Margem Líquida e o grau de Alavancagem Financeira impactam no Retorno sobre o Patrimônio Líquido.

Tabela 2 - Modelo Dupont aplicado ao Magazine Luiza nos anos de 2010 a 2020

Ano	Margem Líquida	Giro do Ativo	Alavancagem Financeira	Retorno sobre o Patrimônio Líquido
2010	1,43%	1,22	82,80	145,11%
2011	0,18%	1,32	7,85	1,88%
2012	-0,09%	1,35	9,20	-1,09%
2013	1,41%	1,72	6,79	16,38%
2014	1,31%	1,85	7,01	17,04%
2015	-0,73%	1,63	9,56	-11,40%
2016	0,91%	1,56	9,81	13,93%
2017	3,25%	1,62	3,58	18,76%
2018	3,83%	1,77	3,82	25,94%
2019	4,64%	1,00	2,62	12,19%
2020	1,34%	1,18	3,36	5,35%

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados coletados das demonstrações financeiras disponibilizadas pelo Magazine Luiza.

A Tabela 2 mostra que em 2010, a origem da rentabilidade do Magazine Luiza se deu em grande parte pela fonte de Alavancagem Financeira, de forma que a empresa se expôs a um capital de risco, mas conseguiu multiplicar seu Retorno sobre o Patrimônio Líquido a uma taxa superior a 145%, pela participação de capital de terceiros.

A aplicação do método Dupont mostra pela Margem Líquida, que nos anos de 2012 e 2015, os produtos e serviços vendidos pelo Magazine Luiza não auferiram lucro líquido. Ressalta-se pelo Giro do Ativo que apesar de um volume de vendas significativo nestes dois anos, as vendas da empresa ainda geraram prejuízos. Sendo assim, em decorrência da ausência de lucros, a empresa não apresentou recursos próprios disponíveis. Dessa maneira, o Magazine Luiza consumiu caixa e precisou operar com recursos de terceiros, dado pelo alto nível de Alavancagem Financeira nestes dois anos.

No período de 2011 a 2016, excluídos os anos de 2010, 2012 e 2015 já analisados, percebe-se pelo Giro do Ativo, que a empresa aumentou moderadamente a capacidade de vendas. Apesar da variação decrescente da Margem Líquida, foi possível obter lucro pelas quantidades vendidas. Em função deste cenário, a empresa conseguiu gerar ativos a um menor grau de Alavancagem Financeira, obtendo retornos de até 17%.

A partir de 2017, a empresa demonstrou um crescimento na capacidade de gerar riquezas com investimentos por capitais próprios. Mesmo que o Magazine Luiza tenha mantido a média de Giro de Ativo, visualiza-se pela Margem Líquida, o aumento nos níveis de lucros para cada R\$100,00 vendidos. Tal resultado fez com que a empresa reduzisse o grau de alavancagem financeira, apresentando baixos riscos financeiros pelo menor uso de recursos de terceiros. Diante disso, houve um impacto positivo no Retorno sobre o Patrimônio Líquido, o qual apontou uma potencial capacidade de obter lucros com investimento de capitais próprios.

O método Dupont revela pelo Giro do Ativo que o volume de vendas do Magazine Luiza em 2020 aumentou se comparado a 2019. Entretanto, a redução no Retorno sobre o Patrimônio Líquido foi afetada diretamente pela Margem Líquida, visto que, o lucro obtido nas vendas de produtos ou serviços do Magazine Luiza representou uma queda no lucro líquido de R\$921 mil em 2019 para R\$391 mil em 2020.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho apresentou as demonstrações contábeis para a análise do contexto empresarial do comércio varejista Magazine Luiza, com o uso de indicadores econômico-financeiros em relação ao modelo Dupont. A justificativa se deu pelo fato de que as análises de balanços proporcionam o conhecimento sobre a situação econômica, financeira e patrimonial da empresa, respondendo à problemática de que a linguagem técnica composta nas demonstrações contábeis não alcança o entendimento dos gestores para tomada de decisões. Desta forma, cumpre-se o objetivo geral de analisar as demonstrações contábeis do Magazine Luiza no período de 2010 a 2020 por meio dos indicadores econômico-financeiros. Em específico, expõe-se o quadro evolutivo destes índices, como também a

variação do Retorno sobre o Patrimônio Líquido, que fora explicado pela decomposição dos indicadores dispostos no Modelo Dupont.

Pelos indicadores de Estrutura de Capital, verifica-se que em todos os anos analisados o Magazine Luiza possui alta demanda de recursos a curto prazo. Para que este cenário seja revertido, o ideal é que a empresa faça uma renegociação dos prazos para pagamento das dívidas de forma que se concentre a maior parte no longo prazo. Além disso, o alto grau de endividamento mostra que a empresa está sujeita ao risco de inadimplência, e, uma das ações para conter a situação, seria o aumento da lucratividade, gestão eficiente de estoque e reestruturação de dívidas (MILHOME, 2020).

No que tange à liquidez da empresa, afirma-se que para todos os anos estudados, houve montante suficiente que possam ser utilizados para quitação de dívidas a curto prazo como também para circulação de mercadorias. Além disso, nos primeiros anos em questão, a capacidade financeira da empresa no curto prazo era insuficiente para assumir todas as suas obrigações. Mas, o Magazine Luiza evoluiu ao decorrer do tempo nesta questão, uma vez que além de possuir recursos a curto prazo para pagamento de dívidas com terceiros, houve uma sobra financeira. Em relação às dívidas a curto prazo, a empresa demonstrou disposição de recursos satisfatórios para pagamento de fornecedores, contas, financiamentos, entre outras atribuições a curto prazo.

Acerca da rentabilidade da empresa, infere-se pelo Modelo Dupont que o Magazine Luiza não obteve retorno sobre investimentos nos anos de 2012 e 2015, dado que a empresa não lucrou com suas vendas e precisou utilizar a participação de capitais de terceiros na sua estrutura. Nos demais anos analisados, o retorno obtido pelos investimentos da empresa tendeu-se a uma sequência evolutiva. A empresa conseguiu reduzir expressivamente a dependência de recursos de terceiros para obtenção de retornos, visto que, aumentou seu volume de vendas ao longo dos anos, como também seu lucro líquido para os produtos e serviços vendidos.

A relação dos indicadores econômico-financeiros com o modelo Dupont apresenta concordâncias entre seus resultados. Para ambos os métodos, os resultados constantes do Magazine Luiza estão no período de 2010 a 2016, exceto em 2012 e 2015, que demonstram o desempenho mais desfavorável para a empresa. Nos anos de 2017 a 2019, há uma evolução positiva nos indicadores, seguido da queda na Margem Líquida para o ano de 2020.

Sugere-se o desenvolvimento de pesquisas futuras complementando este estudo com a comparação do desempenho econômico e financeiro de outras empresas do mesmo setor. Dado as limitações dos indicadores econômico-financeiros escolhidos para análise, recomenda-se o uso de outros modelos de análises para uma melhor visualização da situação da empresa, como a análise vertical, horizontal, índices de prazos médios, entre outras.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSAF NETO, Alexandre. **Estrutura e análise de balanços: um enfoque econômico-financeiro**. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2020.

BM&FBOVESPA. **MAGAZINE LUIZA S.A.** Disponível em: <<https://bvmf.bmfbovespa.com.br/cias-listadas/empresas-listadas/ResumoDemonstrativosFinanceiros.aspx?codigoCvm=22470&idioma=pt-br>>. Acesso em: 16 jan. 2022.

BRASIL. **Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976**. Dispõe sobre as Sociedades por Ações. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l6404consol.htm>. Acesso em: 06 fev. 2022.

_____. **Lei nº 11.638, de 28 de dezembro de 2007**. Altera e revoga dispositivos da Lei no 6.404, de 15 de dezembro de 1976, e da Lei no 6.385, de 7 de dezembro de 1976, e estende às sociedades de grande porte disposições relativas à elaboração e divulgação de demonstrações financeiras. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2007-2010/2007/lei/l11638.htm>. Acesso em: 01 mar. 2022.

BRASILEIRO, Natasha Fernandes. **O efeito do e-commerce durante a pandemia covid-19: uma análise dos indicadores econômico-financeiros das empresas B2W, Magazine Luiza e Via Varejo**. 2021. 43 f. Monografia (Graduação em Ciências Contábeis) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN, 2021. Disponível em <<https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/41273>>. Acesso em: 28 mar. 2022.

BRIGHAM, Eugene; EHRHARDT, Michael. **Administração financeira: teoria e prática**. 3. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2016.

COMITÊ DE PRONUNCIAMENTOS CONTÁBEIS. Pronunciamento Técnico CPC 00 (R2). **Estrutura conceitual para relatório financeiro**. 2019. Disponível em: <<http://www.cpc.org.br/CPC/Documentos-Emitidos/Pronunciamentos/Pronunciamento?Id=80>>. Acesso em: 24 jan. 2022.

COMITÊ DE PRONUNCIAMENTOS CONTÁBEIS. Pronunciamento Técnico CPC 26 (R1). **Apresentação das demonstrações contábeis**. 2011. Disponível em: <<http://www.cpc.org.br/CPC/Documentos-Emitidos/Pronunciamentos/Pronunciamento?Id=57>>. Acesso em: 24 jan. 2022.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. Normas Brasileiras de Contabilidade. **Resolução CFC Nº. 1.138/08**. Aprova a NBC TG 09 – Demonstração do Valor Adicionado. Brasília, 2008. Disponível em: <https://www1.cfc.org.br/sisweb/sre/detalhes_sre.aspx?Codigo=2008/001138>. Acesso em: 28 jan. 2022.

CRESWELL, John Ward. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 3. ed. Porto Alegre: Penso, 2010.

FIGUEIREDO, Nélia Maria Almeida de. **Método e metodologia na pesquisa científica**. 3. ed. São Paulo: Yendis Editora, 2008.

FRANÇA, Vitor. O que mudou no varejo nos últimos 10 anos? veja a evolução por ramos de atividades. Campina Grande, 07 fev. 2019. **Accg**. Disponível em: <[O que mudou no varejo nos últimos 10 anos? veja a evolução por ramos de atividades - ACCG](#)>. Acesso em: 28 mar. 2022.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Classificação Nacional de Atividades Econômicas**. [2022]. Disponível em: <<https://ibge.gov.br/estatisticas/metodos-e-classificacoes/classificacoes-e-listas-estatisticas/9078-classificacao-nacional-de-atividades-economicas.html?=&t=o-que-e>>. Acesso em: 28 mar. 2022.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Comissão Nacional de Classificação**. [2022]. Disponível em: <<https://concla.ibge.gov.br/busca-online-cnae.html?divisao=47&tipo=cnae&view=divisao>>. Acesso em: 28 mar. 2022.

IUDÍCIBUS, Sérgio de. et al. **Contabilidade introdutória**. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

MAGAZINE LUIZA. Nossa Estratégia. **Magazine Luiza**, 2022. Disponível em: <[Nossa Estratégia - Magazine Luiza | Relações com Investidores](#)>. Acesso em: 21 fev. 2022.

MAGAZINE LUIZA. Nosso Ecossistema. **Magazine Luiza**, 2022. Disponível em: <[Nosso Ecossistema - Magazine Luiza | Relações com Investidores](#)>. Acesso em: 21 fev. 2022.

MAGAZINE LUIZA. Nossa História. **Magazine Luiza**, 2022. Disponível em: <[Nossa História - Magazine Luiza | Relações com Investidores](#)>. Acesso em: 21 fev. 2022.

MAGAZINE LUIZA. Quem Somos. **Magazine Luiza**, 2022. Disponível em: <[Quem Somos - Magazine Luiza | Relações com Investidores](#)>. Acesso em: 21 fev. 2022.

MARRA, Ayrton Pereira. **Análise sobre a saúde financeira das empresas dos setores de varejo brasileiro Magazine Luiza e Via Varejo por meio de índices e indicadores econômico-financeiros**. 2021. 28 f. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Ciências Contábeis) - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, MG, 2021. Disponível em: <<http://repositorio.ufu.br/handle/123456789/31924>>. Acesso em: 13 mar. 2022.

MARION, José Carlos. **Contabilidade básica**. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

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

MELO, Moisés Moura de; BARBOSA, Sérgio Correia. **Demonstrações contábeis da teoria à prática**. Rio de Janeiro: Maria Augusta Delgado, 2018.

MILHOME, Fred. O que é o índice de endividamento geral? 04 set. 2020. **Econsult**. Disponível em: <[Índice de Endividamento Geral: avalie já o da sua empresa \(econsult.org.br\)](http://econsult.org.br)>. Acesso em: 31 mar. 2022.

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Contabilidade geral facilitada**. Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: Método, 2017.

ROCHA, Camila Suarez; SILVA, Rayane Oliveira; BARROS, Renata Ribeiro Moraes de. **Análise econômica financeira através do método Dupont**: uma análise comparativa entre as empresas Lojas Americanas S.A e Magazine Luiza S.A para auxiliar nas tomadas de decisões. 2018. 36 f. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Ciências Contábeis) - Centro Universitário de Várzea Grande, Várzea Grande, MT, 2018. Disponível em: <<http://www.repositoriodigital.univag.com.br/index.php/cic/article/view/900/883>>. Acesso em: 13 mar. 2022.

SAMPIERI, Roberto Hernández; COLLADO, Carlos Fernández; LUCIO, Maria del Pilar Baptista. **Metodologia de pesquisa**. 5. ed. Porto Alegre: Penso, 2013.

SELES, Juliete Micol Gouveia. **Análise financeira de balanços**: um estudo de caso da Magazine Luiza S.A. 2019, 76 f. Trabalho de conclusão de curso (Tecnólogo em Processos Gerenciais) - Instituto Federal de Educação, Ciências e Tecnologia, Caraguatatuba, SP, 2019. Disponível em: <https://www.ifspcaraguatatuba.edu.br/images/conteudo/Cursos/Tecnologia_em_Processos_Gerenciais/TCC_2019_1/AN%C3%81LISE_FINANCEIRA_DE_BALAN%C3%87OS_UM_ESTUDO_DE_CASO_DA_MAGAZINE_LUIZA_S.A_-_JULIETE_MICOL_GOUVEIA_SELES.pdf>. Acesso em: 13 mar. 2022.

SILVA, Alexandre Alcântara da. **Estrutura, análise e interpretação das demonstrações contábeis**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

SILVA, Patrícia C. da. et. al. **Manual de normalização e apresentação de trabalhos acadêmicos da UNIFAL-MG**: com base nas normas de documentação da ABNT. Alfenas, MG: UNIFAL-MG, 2022. Disponível em: <<https://www.unifal-mg.edu.br/bibliotecas/wp-content/uploads/sites/125/2022/01/Manual-Normalizacao-2022-SIBI.pdf>>. Acesso em: 27 jan. 2022.

TRASEL, Josiane Jarlise. **Análise do desempenho econômico e financeiro de empresas do varejo listadas na B3**: Magazine Luiza, Lojas Americanas e Via Varejo. 2018. 88 f. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Ciências Contábeis) - Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Ijuí, RS, 2018. Disponível em: <<http://bibliodigital.unijui.edu.br:8080/xmlui/handle/123456789/5586>>. Acesso em: 13 mar. 2022.

APÊNDICES

APÊNDICE A - Componentes patrimoniais e de resultado do Magazine Luiza no período de 2010 a 2020

(contínua)

Conta Contábil	2010	2011	2012	2013
Ativo Circulante	2.895.585	3.567.127	4.069.970	2.921.990
Ativo Realizável a Longo Prazo	298.735	371.381	578.862	518.353
Ativo Total	3.927.780	4.877.354	5.664.755	4.713.904
Lucro Líquido	68.834	11.666	-6.745	113.806
Passivo Circulante	2.685.908	3.167.135	3.607.014	2.527.591
Patrimônio Líquido Consolidado	47.436	620.945	615.992	694.611
Passivo Não Circulante	1.194.436	1.089.274	1.441.749	1.491.702
Receita Operacional Líquida	4.808.024	6.419.371	7.665.112	8.088.439
Conta Contábil	2014	2015	2016	2017
Ativo Circulante	3.395.922	3.360.515	3.919.843	5.257.617
Ativo Realizável a Longo Prazo	519.565	758.706	813.817	749.162
Ativo Total	5.290.037	5.501.981	6.100.606	7.419.513
Lucro Líquido	128.556	-65.605	86.565	389.022
Passivo Circulante	2.831.448	2.874.782	3.672.426	4.136.036
Patrimônio Líquido Consolidado	754.467	575.656	621.586	2.073.977
Passivo Não Circulante	1.704.122	2.051.543	1.806.594	1.209.500
Receita Operacional Líquida	9.779.385	8.978.259	9.508.745	11.984.250
Conta Contábil	2018	2019	2020	
Ativo Circulante	6.412.390	12.841.161	16.798.810	
Ativo Realizável a Longo Prazo	722.814	1.748.703	1.850.995	
Ativo Total	8.796.741	19.791.073	24.647.203	

(conclusão)			
Conta Contábil	2018	2019	2020
Lucro Líquido	597.429	921.828	391.709
Passivo Circulante	5.388.598	8.002.587	13.416.145
Patrimônio Líquido Consolidado	2.302.872	7.564.937	7.325.287
Passivo Não Circulante	1.105.271	4.223.549	3.905.771
Receita Operacional Líquida	15.590.444	19.886.310	29.177.113

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados coletados no portal B3.

APÊNDICE B - Multiplicador do Patrimônio

ANO	MULTIPLICADOR DO PATRIMÔNIO
2010	82,8017
2011	7,8547
2012	9,1962
2013	6,7864
2014	7,0116
2015	9,5578
2016	9,8146
2017	3,5774
2018	3,8199
2019	2,6162
2020	3,3647

Fonte: Elaboração própria a partir dos dados coletados no portal B3.