

Análise do impacto no desempenho econômico e financeiro de empresas do varejo listadas na B3 durante a pandemia de Covid 19 no ano de 2020

Jonas Diehl¹

Rejane |Duarte²

Resumo: O presente estudo consiste em evidenciar, por meio dos indicadores de análise das demonstrações contábeis, a *performance* econômica e financeira comparada de três empresas pertencentes ao setor do varejo e listadas pela B3. Esse tema visa a mostrar a importância de conhecer o cenário em que a empresa se encontra, bem como a necessidade de análise e interpretação corretas das informações constantes nas demonstrações contábeis para auxiliar no gerenciamento organizacional e garantir que sejam tomadas decisões assertivas. O método de pesquisa utilizado no presente artigo é o quantitativo e com objetivo descritivo. A população-alvo são as empresas Magazine Luiza, Lojas Americanas e Via Varejo. A utilização de amostragem é não probabilística. O procedimento de coleta de dados utilizado no estudo tem como característica a utilização de dados secundários. O estudo é desenvolvido com base em indicadores calculados e analisados a partir do Balanço Patrimonial e da Demonstração do Resultado do Exercício disponíveis no site da B3. O ambiente externo afetou os resultados das organizações ao redor do mundo em 2020 por conta da pandemia de Covid-19. As informações obtidas no artigo demonstram pontos positivos e negativos entre as três empresas e evidencia as diferenças de desempenho entre os anos analisados. Os resultados apresentados revelam que as três empresas apresentaram aumento nas vendas *online*. O Magazine Luiza apresentou o melhor crescimento em vendas e giro de estoque. As Lojas Americanas apresentaram os melhores índices de liquidez e o melhor prazo médio de pagamento e recebimento de vendas. A Via Varejo apresentou a melhor evolução no lucro bruto e procedeu ajustes nos custos e nas despesas, o que resultou em lucro líquido mais elevado que as demais empresas analisadas no segundo ano. As três empresas apresentaram alto índice de endividamento.

Palavras-chave: Análise das Demonstrações Contábeis; Análise de *performance*; Indicadores econômicos e financeiros; Pandemia Covid-19; Varejo.

Abstract: The present study consists of demonstrate, after the review and analysis indicators of the financial statements, the economic and financial performance compared of three companies of the retail sector and listed by B3, brazilian stock exchange. The paper discusses the importance of knowing the scenario in which the company finds itself, e the necessity of the correct analysis and correct interpretation of the informations contained in the financial statements, to assist in organizational management and ensure that assertive decisions are taken. The research method used in this paper is the quantitative, with a descriptive objective. The research target population are the companies Magazine Luiza, Lojas Americanas and Via Varejo. The sampling is non-probabilistic. The data collection procedure used in the study is characterized by the use of secondary data. The study is based on indicators drawn from the Balance Sheet and Income Statement for the year available on the B3 website. The external environment affected the results of organizations around the world in 2020 due to the Covid-19 pandemic, including the companies whose data is being analyzed. The informations obtained by research demonstrates positive and negative points in the three companies and highlights the differences in performance in the years object of the analysis. The results presented reveal that the three companies had an increase by internet sales. Magazine Luiza obtened the best growth in sales and inventory turnover. Lojas Americanas presented the best liquidity indexes and the best average payment term and sales receivables. Via Varejo had a better evolution in gross profit and adjusted costs and expenses, resulting in a higher net profit compared to the other companies analyzed in the second year whose data were analyzed. All three companies presented high indebtedness index.

Keywords: Analysis of Financial Statements; Covid-19 pandemic; Economic and financial indicators; Performance analysis; Retail sector.

¹ Aluno do Curso de Administração da Faculdade de Administração da Universidade de Passo Fundo.

² Professora Orientadora Me Rejane Aparecida Duarte da FEAC

1 Introdução

Neste artigo, registra-se a pesquisa científica realizada em dados de empresas listadas na bolsa de valores B3, analisando seus demonstrativos contábeis durante o ano de 2020 e expondo os impactos que a pandemia de Covid-19 vem causando em seus números contábeis. Serão analisadas três empresas do setor de varejo para comparação.

O coronavírus é uma família de vírus causadoras de infecções respiratórias. Foi descoberto em 31/12/19, após casos registrados na China. O vírus se espalhou rapidamente por todo o mundo e chegando ao Brasil. A partir de março de 2020, começaram as restrições para conter o aumento das contaminações. Cidades entraram em quarentena, dificultando o funcionamento das empresas. O coronavírus requer distanciamento social para evitar o contágio e, em razão disso, empresas implantaram novos processos de segurança que resultaram em diminuição do potencial produtivo das organizações.

As demonstrações contábeis são um conjunto de relatórios contábeis que possuem o objetivo de fornecer informações sobre a situação patrimonial, econômica e financeira de uma empresa aos usuários internos e externos. Esses relatórios ajudam a compreensão do cenário o qual a empresa atravessa, e sua análise facilita o planejamento para os próximos períodos e ajuda a identificar problemas e oportunidades.

A economia brasileira sofreu uma alta queda em 2020 em decorrência da pandemia de Covid-19. O produto interno bruto (PIB) sofreu uma queda de 4,1% frente a 2019, registrando a menor taxa da série histórica iniciada em 1996. Houve alta somente na agropecuária de 2,0%, e queda na indústria (-3,5%) e nos serviços (-4,5%). O PIB *per capita* foi de R\$35.172 em 2020, representando uma queda de 4,8% em termos reais. O primeiro semestre de 2020 foi especialmente marcante nessa crise. Durante o período de março a junho de 2020, foram 1,6 milhão de empregos com carteira assinada perdidos no Brasil.

A partir desse cenário pandêmico, faz-se a análise do impacto econômico da pandemia em três empresas de capital aberto listadas na bolsa brasileira. Serão analisados os indicadores econômicos da Magazine Luiza, Lojas Americanas e Via Varejo. Todas as empresas são do setor de varejo. Nesse contexto, a questão que norteia a pesquisa é: **Qual o impacto da pandemia de Covid-19 no desempenho econômico e financeiro de empresas do varejo Magazine Luiza, Lojas Americanas e Via Varejo, listadas na B3?**

O objetivo principal das divulgações corporativas é comunicar informações aos usuários do mercado, a fim de reduzir a assimetria de informações e os conflitos de agência entre os gerentes de uma empresa e os seus *stakeholders*. A comunicação da empresa com os seus

usuários se dá tanto por meio de informações numéricas quanto por meio de narrativas em relatórios divulgados.

2 Fundamentação Teórica

A contabilidade adquire cada vez mais uma maior importância no contexto atual, pois, segundo Marion (1988), representa um instrumento que auxilia a administração a tomar decisões. Na verdade, ela coleta todos os dados econômicos, mensurando-os monetariamente e registrando em forma de relatórios ou comunicados que contribuem para a tomada de decisão.

Os eventos econômicos são as fontes básicas da informação contábil, e o contador trabalha como transmissor, observando esses eventos e realizando a codificação para transmitir a informação nos relatórios contábeis. Segundo Meigs, Johnson e Meigs (1977), a contabilidade representa um processo pelo qual a rentabilidade e a solvência de uma empresa podem ser medidas, bem como supre as necessidades de informações para a tomada de decisão, que possibilita à administração guiar a empresa em direção à rentabilidade e à solvência. Os autores salientam que a Contabilidade é um meio de mensurar os resultados das transações empresariais e comunicar informações financeiras.

Segundo a CVM (1986), a contabilidade é uma ciência nitidamente social quanto às suas finalidades, pois, em última análise, por meio de suas avaliações do progresso das entidades, propicia um melhor conhecimento das configurações de rentabilidade e financeiras, e, indiretamente, auxilia os acionistas, os tomadores de decisões, os investidores a aumentar a riqueza da entidade.

Um fator importante na contabilidade é a sua neutralidade nas informações. Para a FASB (1980), a neutralidade na formulação e na implementação de padrões significa que o interesse principal deve ser a Relevância e a Confiabilidade da informação resultante, e não o efeito que a nova regra terá sobre um interesse em particular, ou seja, para ser neutra, a informação contábil deve representar as atividades econômicas de forma mais fiel possível, sem querer influenciar o comportamento em uma particular direção.

Para que a informação contábil possua a característica de confiabilidade, ela precisa estar revestida de neutralidade. A informação não pode se apresentar de forma a sugerir o usuário. Para o CFC (1995), a confiabilidade da informação fundamenta-se em três pontos: veracidade – que exige que as informações contábeis não contenham erros ou vieses, e sejam elaboradas em rigorosa consonância com os Princípios Fundamentais de Contabilidade e as Normas Brasileiras de Contabilidade; completeza – diz respeito ao fato de a informação

compreender todos os elementos relevantes e significativos sobre o que pretende revelar ou divulgar, como transações, previsões, análises e demonstrações; pertinência – requer que seu conteúdo esteja de acordo com a respectiva denominação ou título.

Ainda segundo o CFC (1995), a informação contábil deve ser exposta de forma compreensível ao usuário a que se destine. Entretanto, a compreensibilidade presume que o usuário disponha de conhecimento de contabilidade e dos negócios e atividades da entidade, em nível que o habilite ao entendimento das informações colocadas à sua disposição.

Nota-se que a contabilidade tradicional, executada apenas para cumprir exigências legais e os relatórios contábeis por ela gerados, não acrescenta valor às atividades empresariais, representando quase sempre gastos obrigatórios para as organizações e mostrando-se incapaz de atender satisfatoriamente às necessidades dos usuários (OLIVEIRA; PEREZ JUNIOR; SILVA, 2002; CARVALHO; NAKAGAWA, 2004).

De acordo com o pronunciamento do Instituto Brasileiro de Auditores Independentes do Brasil – IBRACON (CVM, 1986), sobre a Estrutura Conceitual Básica da Contabilidade, os objetivos da contabilidade devem ser aderentes, de alguma forma explícita ou implícita, àquilo que o usuário considera como elementos importantes para seu processo decisório. Não tem sentido ou razão de ser a contabilidade como uma disciplina “neutra”, que se contenta em perseguir esterilmente uma verdade ou beleza. A verdade da contabilidade reside em ser instrumento útil para a tomada de decisões pelo usuário, tendo em vista a entidade (CVM, 1986; CFC, 1995). Ainda conforme a CVM (1986), uma forma prática de verificar se a contabilidade está alcançando seus objetivos é pesquisar, periodicamente, qual o grau de utilização de demonstrações contábeis por parte de grupos de usuários.

O administrador precisa, no desempenho de suas funções, obter informações que lhe permitam acompanhar o desenvolvimento das atividades e avaliar os resultados decorrentes dessas ações, traçando metas e políticas que possibilitem o alcance de seus objetivos, quando se estabelece a relação entre a contabilidade e a administração, pois é ela que pode oferecer ao administrador tais informações (PITELA, 2000).

A contabilidade classifica-se em Contabilidade Financeira, Contabilidade de Custos e Contabilidade Gerencial. A Contabilidade Financeira é a contabilidade geral, necessária a todas às empresas, que fornece informações básicas aos seus usuários e é obrigatória para fins fiscais (MARION, 1988). Para Atkinson et al. (2000), a Contabilidade financeira lida com a elaboração e a comunicação de informações econômicas de uma empresa dirigidas a uma clientela externa: acionistas, credores, entidades reguladoras e autoridades governamentais e tributárias. A informação contábil financeira comunica aos agentes externos as consequências das decisões e

das melhorias dos processos executadas por administradores e funcionários. A Contabilidade de custos, por sua vez, está voltada para o cálculo e a interpretação dos custos dos bens fabricados ou comercializados, ou dos serviços prestados pela empresa (MARION, 1988) e a Contabilidade gerencial representa o processo de identificar, mensurar, reportar e analisar informações sobre os eventos econômicos das empresas (ATKINSON et al., 2000). Para os autores “a informação gerencial contábil é uma das fontes informacionais primárias para a tomada de decisão e controle nas empresas” (ATKINSON et al., 2000, p. 36). De acordo com Marion (1988), a Contabilidade gerencial está voltada para fins internos e procura suprir os gerentes de um elenco maior de informações, exclusivamente para tomada de decisões. Conforme o autor, diferencia-se das contabilidades anteriores, pois não se prende aos princípios tradicionais aceitos pelos contadores. Para Atkinson et al., a “informação gerencial contábil participa de várias funções organizacionais diferentes – controle operacional, custeio dos produtos e do cliente, controle administrativo e controle estratégico” (2000, p. 45).

A função da informação contábil gerencial no controle operacional consiste em fornecer informação sobre a eficiência e a qualidade das tarefas executadas; no custeio do produto e do cliente, mensura os custos dos recursos para se produzir, vender e entregar um produto ou serviço aos clientes; no controle administrativo, fornece informação sobre o desempenho dos gerentes e de unidades operacionais; e no controle estratégico, fornece informação sobre o desempenho financeiro e competitivo de longo prazo, condições de mercado, preferências dos clientes e inovações tecnológicas (ATKINSON et al., 2000).

Além disso, a contabilidade, ao mesmo tempo em que gera informações, permite explicar os fenômenos patrimoniais, construir modelos de prosperidade, efetuar análises, controlar e também serve para prever e projetar exercícios seguintes, entre tantas outras funções (OLIVEIRA; MÜLLER; NAKAMURA, 2000).

A contabilidade possui o objetivo básico de prover informações úteis para a tomada de decisão organizacional. Para o CFC, “informações geradas pela Contabilidade devem propiciar aos seus usuários base segura às suas decisões, pela compreensão do estado em que se encontra a Entidade, seu desempenho, sua evolução, riscos e oportunidades que oferece” (1995).

2.1 Demonstrações Contábeis

Segundo Basso, Filipin e Enderli, “[...] as demonstrações contábeis são relatórios que reúnem dados e informações de ordem econômica e financeira sobre determinado patrimônio, situado numa entidade específica, no momento de sua elaboração” (2015, p. 26).

As demonstrações contábeis apresentam informações sobre a posição patrimonial e financeira das entidades sendo preparadas e apresentadas pelo menos anualmente e visam atender as necessidades de usuários em suas avaliações e tomadas de decisões (NBC TG, SEMESP, 2011).

Segundo Basso, Brizolla e Filipin (2017), para mostrar as informações econômicas e financeiras do patrimônio das empresas, é estabelecida, obrigatoriamente, a elaboração mínima de cinco demonstrativos, sendo dois deles básicos que derivam as informações para as demais demonstrações: balanço patrimonial e demonstração do resultado do exercício, que são complementados por demonstração do fluxo de caixa, demonstração dos lucros ou prejuízos acumulados ou demonstrações das mutações do patrimônio líquido e demonstração de valor adicionado.

Portanto, as demonstrações contábeis mais importantes são o balanço patrimonial e a demonstração do resultado do exercício (DRE), visto que as demais demonstrações necessitam das informações contidas nesses demonstrativos para serem elaboradas.

2.2 Balanço Patrimonial

O balanço patrimonial é uma das demonstrações contábeis mais importantes, pois demonstra a posição patrimonial e financeira de uma empresa em um dado momento. Conforme Matarazzo, “É a demonstração que apresenta todos os bens e direitos da empresa” (2003, p. 41). A diferença entre ativo e passivo é chamada de patrimônio líquido e representa o capital investido pelos proprietários da empresa.

Assaf Neto (2002) afirma que o ativo compreende as aplicações de recursos efetuadas pela empresa, ou seja, os bens e direitos da entidade, que podem estar distribuídos em ativos circulantes, que apresentam alta rotação; em ativos realizáveis a longo prazo, e em ativos classificados como permanentes que irão servir à vários ciclos operacionais. O passivo representa as dívidas e obrigações da empresa e podem ser classificadas em passivo circulante e passivo não circulante. O patrimônio líquido é representado pela diferença entre o valor do ativo e o valor do passivo, compreendendo os recursos próprios da empresa, sendo, capital social, reservas de capital e lucros ou prejuízos acumulados.

O Quadro 1 abaixo representa uma estrutura básica de Balanço Patrimonial:

Quadro 1 - Estrutura Básica de Balanço Patrimonial

BALANÇO PATRIMONIAL	
1 – ATIVO	2 – PASSIVO
1.1 – CIRCULANTE	2.1 – CIRCULANTE
1.2 – NÃO CIRCULANTE	2.2 – NÃO CIRCULANTE
1.2.1 – REALIZÁVEL A LONGO PRAZO	2.2.1 – EXIGÍVEL A LONGO PRAZO
1.2.2 – INVESTIMENTOS	
1.2.3 – IMOBILIZADO	
1.2.4 – INTANGÍVEL	
	3 – PATRIMÔNIO LÍQUIDO
	3.1 – CAPITAL SOCIAL
	3.2 – RESERVAS DE CAPITAL
	3.3 – RESERVAS DE LUCROS
	3.4 – AJUSTES DE AVALIAÇÕES PATRIMONIAIS
	3.5 – (-) AÇÕES EM TESOURARIA
	3.6 – (-) PREJUÍZOS ACUMULADOS

Fonte: Basso, Brizolla e Filipin (2017, p. 308).

Sendo assim, as contas que compõem o ativo, assim como o passivo, são agrupadas em circulante e não circulante. Conforme Padoveze e Benedicto (2014), no ativo circulante encontram-se bens e direito de liquidez imediata, que se convertem em dinheiro dentro do prazo de um ano, já no ativo não circulante encontra-se o realizável a longo prazo (cujos bens e direitos a receber ou realizar possuem prazo maior do que doze meses), os investimentos, o imobilizado e o intangível (que são os bens e direitos utilizados para o desenvolvimento das atividades operacionais ou para renda, os quais a empresa não tem intenção de vender).

2.3 Demonstração do Resultado do Exercício

De acordo com Basso, Brizolla e Filipin, “A Demonstração do Resultado do Exercício é o relatório contábil que sintetiza as operações que deram origem ao resultado de um determinado período ou exercício social” (2017, p. 316).

Assaf Neto (2002) complementa afirmando que esta demonstração evidencia os resultados (lucro ou prejuízo) alcançados pela empresa em determinado exercício social, os quais são transferidos para contas do patrimônio líquido. O autor complementa que o resultado encontrado advém de receitas, custos e despesas da entidade ocorridas no período, sendo apropriado de acordo com o regime de competência.

O Quadro 2 abaixo representa um modelo de Demonstrativo de Resultado do Exercício:

Quadro 2 - Modelo de Demonstrativo de Resultado do Exercício

DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO		
1. RECEITA OPERACIONAL BRUTA	X1	X2
Vendas de...		
2. (-) DEDUÇÕES DA RECEITA OPERACIONAL BRUTA		
Tributos faturados, abatimentos e devoluções de vendas		
3. (=) RECEITA OPERACIONAL LÍQUIDA (1-2)		
4. (-) CUSTO DAS MERCADORIAS/PRODUTOS VENDIDOS		
5. (=) RESULTADO OPERACIONAL BRUTO (3-4)		
6. (-) DESPESAS OPERACIONAIS NÃO FINANCEIRAS		
De vendas		
Despesas administrativas		
Outras receitas operacionais		
Outras despesas operacionais		
7. (=) RESULTADO OPERACIONAL PRÓPRIO (5-6)		
8. (=) RESULTADO FINANCEIRO		
Receitas financeiras		
(-) Despesas financeiras		
9. (=) RESULTADO OPERACIONAL LÍQUIDO (7+-8)		
10. (+-) RESULTADO NÃO OPERACIONAL		
Receitas não operacionais		
(-) Despesas não operacionais		
11. (=) RESULTADO ANTES DOS TRIBUTOS SOBRE A RENDA (9+-10)		
12. (-) PROVISÃO PARA OS TRIBUTOS SOBRE A RENDA		
Provisão para o imposto de renda pessoa jurídica		
Provisão para a contribuição social sobre o lucro líquido		
13. (=) RESULTADO DEPOIS DOS TRIBUTOS SOBRE A RENDA (11-12)		
14. (-) PARTICIPAÇÕES E CONTRIBUIÇÕES SOCIAIS		
Participações estatutárias		
Participações sociais		
Outras participações		
15. (=) RESULTADO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO (13-14)		
16. (=) RESULTADO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO POR AÇÃO/COTA		

Fonte: Basso, Filipin e Enderlin (2015, p. 37).

2.4 Avaliação de Desempenho

A competição entre as empresas está cada vez mais acirrada, obrigando a se diferenciarem dos concorrentes. Isso se deve aos avanços tecnológicos e à globalização (PEREZ; FAMÁ, 2003). Devido a essa necessidade, a avaliação de desempenho tem sido considerada fundamental para que as organizações sejam competitivas (WERNKE; LEMBECK, 2004).

A avaliação de desempenho é um instrumento gerencial que permite ao administrador mensurar os resultados obtidos por um empregado ou grupo por um período e em áreas específicas (MARRAS, 2009).

Diversas pesquisas são realizadas abordando a importância da avaliação de desempenho nas empresas. Os resultados mostraram que, apesar da eficiência das instituições financeiras, ainda existe muito espaço para melhorias em todas as variáveis de desempenho, tendo em vista não haver instituição 100% eficiente. Além disso, os autores afirmam que a vantagem competitiva não está relacionada com o tamanho da instituição, mas com seu desempenho no mercado (MACEDO; BARBOSA, 2009).

2.4.1 Indicadores

Os indicadores são os grandes aliados para a avaliação de desempenho. Para Abe e Fama (1999), quando falamos em análise de desempenho, um aspecto importante que deve ser considerado é a utilização de indicadores. Segundo Juran (1992), os indicadores são compreendidos como uma forma de gerenciamento e controle das organizações. Quem não mede não controla, e quem não controla não consegue gerenciar. Seguindo essa mesma linha de raciocínio, Graeml (2003), afirma que os indicadores são informações que registram o comportamento de uma função, atividade ou de uma organização.

Podem ser representados por valores ou medidas mensuráveis que variam no tempo e no espaço. Kaplan e Norton (1996) afirmam que os indicadores servem para comunicar a estratégia e alinhar os pensamentos e as ações de profissionais nas organizações. A importância dos indicadores fica evidente, pois são ferramentas que auxiliam na avaliação de desempenho, além de tornar mais eficiente a gestão de uma empresa.

2.4.2 Indicadores Financeiros

Para Merchant e Stede (2007), os indicadores financeiros são baseados em diferentes componentes que o desempenho de uma empresa pode ser analisado como, por exemplo, o valor de mercado e as informações contábeis. Para Assaf Neto (2006), a forma mais utilizada para análise é baseada em índices financeiros, retirados das demonstrações financeiras levantadas pelas empresas, e que são divididos em quatro grupos: indicadores de liquidez e atividade; endividamento e estrutura; rentabilidade; e análise das ações.

a) Índices de Liquidez e Atividade

De acordo com Gitman (2010), os indicadores de liquidez têm como objetivo medir a capacidade de pagamento de uma empresa, ou seja, mensurar o quanto a empresa é capaz de honrar com suas obrigações.

O índice de liquidez corrente é um dos índices mais utilizados e tem como objetivo mostrar a facilidade da empresa em pagar suas obrigações em curto prazo (GITMAN, 2010). De acordo com Assaf Neto (2002), quanto maior for o índice de liquidez corrente melhor será a capacidade da empresa para uma possível liquidação das obrigações. Ou seja, índices acima de 2,00 são considerados bons.

O índice de liquidez seca, de acordo com Gitman (2010), é semelhante ao índice de liquidez corrente, exceto por excluir os estoques, por serem os ativos circulantes menos líquidos. Para Assaf Neto (2002), este indicador demonstra a capacidade de serem liquidadas as dívidas de curto prazo mediante a utilização das contas do disponível e valores a receber. Assim, quando o coeficiente de liquidez seca for superior a 1,00 demonstra que a empresa possui uma situação financeira satisfatória.

O índice de liquidez geral é definido por Gitman (2010) como a relação entre o ativo circulante e realizável a longo prazo com o passivo circulante e exigível a longo prazo. Segundo Marion (2010), pelo fato de este indicador considerar períodos longos, torna-se mais difícil analisá-lo, pois o recebimento do ativo pode ser diferente do pagamento do passivo. No entanto, Basso, Filipin e Enderli (2015) complementam que, para maior tranquilidade financeira, o indicador de liquidez geral não deve ser inferior a 1,5.

Assaf Neto refere que

Os indicadores de atividade visam à mensuração das diversas durações de um ciclo operacional, o qual envolve todas as fases operacionais típicas de uma empresa, que vão desde a aquisição de insumos básicos ou mercadorias até o recebimento das vendas realizadas (2006, p. 108).

Para Gitman, existem quatro índices de atividade:

- a) Giro de estoque: é o tempo que a empresa leva para renovar o seu estoque;
- b) Prazo médio de estocagem: tempo necessário para renovação do estoque;
- c) Prazo médio de pagamento: período médio que a empresa honra suas obrigações com os seus fornecedores;
- d) Prazo médio de cobrança: prazo médio que a empresa recebe por suas vendas realizadas no longo prazo (2010).

b) Índices de endividamento e estrutura

Esses indicadores demonstram o percentual de recursos de terceiros pela empresa em relação ao seu capital próprio, bem como a avaliação do seu comprometimento financeiro perante 42 credores e débitos em longo prazo (GITMAN, 2010).

As principais medidas de endividamento segundo Gitman (2010) são:

- e) Relação Capital de Terceiros/Capital Próprio: revela o grau de endividamento por meio de captação de recursos próprios.
- f) Relação Capital de Terceiros/Passivo Total: esse índice demonstra o percentual de capital de terceiros utilizado pela empresa em relação ao total do capital investido.
- g) Imobilização de Recursos Permanentes: indica a porcentagem dos recursos passivos em longo prazo que se encontram alocados no ativo permanente.
- h) Índice de Endividamento Geral: mostra a relação dos ativos totais que foram financiados por terceiros. Quanto maior o índice maior a relação de credores com os ativos da empresa.
- i) Índice de Cobertura de Juros: indica a facilidade da empresa em pagar os juros previstos em contratos.

c) Indicadores de rentabilidade

Segundo Iudícibus, “expressar a rentabilidade em termos absolutos tem uma utilidade informativa bastante reduzida” (2007, p. 110). Para Gitman (2010), existem diversas medições de rentabilidade. Essas medições permitem ao analista avaliar os lucros da empresa em relação a certo nível de vendas, a certo nível de ativos ou ao volume de capital investido pelos proprietários. Alguns indicadores de rentabilidade são:

- a) Margem de lucro bruto: o quanto de cada unidade monetária de vendas resta após o pagamento do custo da mercadoria vendida.
- b) Margem de lucro líquido: representa a proporção de cada unidade monetária de receita de vendas restante após a dedução de todos os custos e despesas, incluindo juros, impostos e dividendos de ações preferenciais.
- c) Lucro por ação: representa o número de unidades monetárias de lucro gerado para cada ação ordinária emitida. Os índices de rentabilidade envolvem as relações entre o retorno auferido pela empresa, comparados ao ativo (Return on Assets – ROA), comparados ao patrimônio líquido (Return on Equity – ROE) ou pode ser calculado o retorno sobre o investimento (Return on Investment – ROI) (GITMAN, 2010).

Ainda segundo Gitman (2010), o retorno sobre ativo (ROA) apresenta o retorno produzido pelo total das aplicações realizadas por uma empresa por seus ativos, o retorno sobre o patrimônio líquido (ROE) apresenta a porcentagem de retorno do lucro sobre os recursos aplicados e o retorno sobre investimento (ROI) apresenta o retorno produzido pelo total de recursos aplicados em determinado período.

d) Indicadores de análise de ações

Os fluxos de caixa, lucros, retorno aos acionistas e vantagem competitiva são diferentes maneiras de medir a mesma coisa e para os outros diferentes grupos de interesse que se ocupam do desempenho da empresa não estão contrariando a direção do enfoque, mas adotando diferentes perspectivas para o mesmo fenômeno (KAY, 1996).

Assaf Neto (2008, p. 195) define o objetivo dos indicadores de análise de ações como avaliar os reflexos do desempenho da empresa sobre o valor de mercado de suas ações. São de grande utilidade para os analistas de mercado, acionistas e investidores em geral, como parâmetros de apoio as suas decisões financeiras. A evolução das cotações de mercado das ações apresenta-se geralmente identificada nestes indicadores de análise, sendo possível inclusive estabelecer tendências futuras.

2 Procedimentos Metodológicos

2.1 Delineamento da pesquisa

A pesquisa constitui-se num procedimento racional e sistemático, cujo objetivo é proporcionar respostas aos problemas propostos. Para seu desenvolvimento é necessário o uso de métodos, processos e técnicas (DIEHL; TATIM, 2004). O método de pesquisa a ser utilizado no presente artigo é de pesquisa quantitativa e com objetivo descritivo.

Segundo Diehl e Tatim (2004), essa pesquisa caracteriza-se pelo uso da quantificação tanto na coleta quanto no tratamento das informações por meio de técnicas estatísticas, desde as mais simples, como percentual, média, desvio-padrão, às mais complexas, como coeficiente de correlação e análise de regressão por exemplo. Possui o objetivo de garantir resultados e evitar distorções de análise e de interpretação, possibilitando uma margem de segurança maior quanto às inferências. Entre os tipos de estudos quantitativos estão os estudos de correlação de variáveis, os quais, por meio de técnicas estatísticas de correlação, procuram especificar seu grau de relação e o modo como estão operando, podendo também indicar possíveis fatores causais a serem testados em estudos experimentais; os estudos comparativos causais, em que o pesquisador parte dos efeitos observados para procurar descobrir seus antecedentes; e os estudos experimentais, que proporcionam meios para testar hipóteses, sendo esses meios que determinam a relação causa-efeito entre as variáveis.

De acordo com Diehl e Tatim (2004), pesquisa descritiva tem como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o

estabelecimento de relações entre variáveis. São inúmeros os estudos que podem ser classificados como pesquisa descritiva, e uma de suas características mais significativas é a utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como questionário e observação sistemática.

2.2 Variáveis de estudo/categoria de análise

O estudo leva em consideração as seguintes variáveis:

a) Avaliação de desempenho econômico: a avaliação de desempenho tem sido considerada fundamental para que as organizações sejam competitivas (WERNKE; LEMBECK, 2004).

b) Indicadores financeiros: Podem ser representados por valores ou medidas mensuráveis que variam no tempo e no espaço. A importância dos indicadores fica evidente, eles são ferramentas que auxiliam na avaliação de desempenho além de tornar mais eficiente a gestão de uma empresa (KAPLAN; NORTON, 1996).

2.3 Universo de pesquisa

Diehl e Tatim (2004, p. 64) referem que população ou universo é um conjunto de elementos mensurados com respeito às variáveis que se pretende levantar. A população pode ser formada por pessoas, famílias, empresas, ou qualquer outro tipo de elemento, conforme os objetivos da pesquisa. A amostra é uma porção ou parcela da população convenientemente selecionada.

A população-alvo do presente artigo são as empresas Magazine Luiza, Lojas Americanas e Via Varejo, todas pertencentes ao segmento do varejo e listadas na B3. A utilização de amostragem presente no artigo é não probabilística. Serão utilizados os demonstrativos contábeis e relatórios de administração das empresas citadas.

A empresa Magazine Luiza foi fundada em 16 de novembro de 1957, em Franca, no estado de São Paulo, e é considerada uma das maiores redes de varejo do País. As vendas ocorrem por meio de lojas físicas, virtuais, televendas, *e-commerce* e redes sociais, sendo que os principais produtos comercializados estão nos setores de móveis, eletrodomésticos, presentes, brinquedos, *hobby* e lazer, informática e telefonia.

As Lojas Americanas foram inauguradas em Niterói, no estado do Rio de Janeiro, no ano de 1929, sendo uma das maiores e mais tradicionais redes de varejo do país. Atualmente oferece mais de 500 mil itens distribuídos em 32 categorias, como informática,

eletrodomésticos, eletrônicos, celulares, móveis, utilidades domésticas, livros, dentre outros. Além da rede de lojas físicas, a companhia também opera via *internet*.

A Via Varejo teve a razão social adotada em fevereiro de 2012, em substituição à Globex Utilidades S/A, e possui sede administrativa em São Caetano do Sul, na Grande São Paulo, no estado de São Paulo. A empresa é considerada uma das maiores varejistas de eletroeletrônicos do mundo e é responsável pela administração de duas importantes varejistas brasileiras: Casas Bahia (1957) e Pontofrio (1946). As vendas ocorrem através das lojas físicas e por meio da *internet*, sendo que são comercializados eletrodomésticos, eletroeletrônicos, móveis e utilidades domésticas.

De acordo com Diehl e Tatim (2004, p. 65), amostragem não probabilística não são utilizadas as formas aleatórias de seleção, podendo esta ser feita de forma intencional, com o pesquisador se dirigindo a determinados elementos considerados típicos da população que deseja estudar.

2.4 Procedimento e técnica de coleta de dados

Existem diversos instrumentos de coleta de dados que podem ser empregados a fim de se obter informações. As técnicas de coleta de dados devem ser escolhidas e aplicadas pelo pesquisador conforme o contexto da pesquisa. É possível trabalhar com dados existentes na forma de arquivos, bancos de dados, índices ou relatórios e fontes bibliográficas. Estes, quando não são criados pelo pesquisador, são denominados de dados secundários (DIEHL; TATIM, 2004).

O procedimento de coleta de dados utilizado no estudo tem como característica dados secundários. São dados existentes obtidos diretamente pelo *site* da Bolsa Brasileira B3, representando as informações necessárias ao artigo.

2.5 Instrumento de coleta de dados

Roerch (1999) propõe uma tipologia de pesquisa com vistas a auxiliar na melhor explicação do propósito a ser atingido, que compreende a pesquisa aplicada, a avaliação de resultados, a avaliação formativa, a proposição de planos e a pesquisa-diagnóstico. Neste artigo, utiliza-se para coleta de dados justamente o tipo pesquisa-diagnóstico.

De acordo com Diehl e Tatim (2004), pesquisa-diagnóstico tem como meta diagnosticar uma situação organizacional e geralmente não acarreta custos muito altos, mas é dificultada pela questão da confidencialidade dos dados ou pela desconfiança do empresário, que tem de

abrir informações para os pesquisadores. Sua vantagem é apresentar um conjunto de técnicas e instrumentos de análise que permitem não só o diagnóstico, como também a racionalização dos sistemas.

2.6 Procedimento de coleta de dados

A coleta de dados é uma etapa de extrema importância na pesquisa de campo, uma vez que são definidos os procedimentos para a obtenção dos dados necessários para responder ao problema em estudo.

De acordo com Diehl e Tatim (2004), em vista da necessidade de analisar os fatos do ponto de vista empírico, é preciso traçar um modelo conceitual e operativo de pesquisa, relativo ao planejamento do trabalho em sua dimensão mais ampla, que envolve tanto a diagramação quanto a previsão de coleta e a interpretação dos dados.

A pesquisa documental assemelha-se à pesquisa bibliográfica. A diferença fundamental é a natureza das fontes. Enquanto a pesquisa bibliográfica se utiliza fundamentalmente das contribuições de diversos autores sobre determinado assunto, a pesquisa documental vale-se de materiais que ainda não receberam tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com o objetivo do trabalho (DIEHL; TATIM, 2004).

Pesquisa bibliográfica é desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos. Embora em quase todos os estudos seja exigido algum tipo de trabalho dessa natureza, há pesquisas desenvolvidas exclusivamente a partir de fontes bibliográficas. As principais fontes bibliográficas são livros de leitura corrente, livros de referência, publicações periódicas e impressos diversos.

Dessa forma, para a coleta de dados do presente trabalho, utilizou-se a pesquisa bibliográfica em livros e artigos que tratam dos indicadores de desempenho. Para a coleta de dados documental, serão utilizados os documentos disponíveis no *site* da B3 das empresas Magazine Luiza, Lojas Americanas e Via Varejo no período de 2019 a 2020.

2.7 Análise e interpretação dos dados

De acordo com Diehl e Tatim (2004), na pesquisa de caráter quantitativo, os dados coletados são normalmente submetidos à análise estatística, o que é feito com a ajuda de software presentes em computadores ou com planilhas para codificação dos dados. Com essas ferramentas, pode-se calcular médias, computar porcentagens, examinar os dados para verificar se possuem significância estatística.

Assim, no presente artigo, partindo dos demonstrativos contábeis do período de 2019 a 2020, coletados do *site* da B3 das três empresas em estudo, é realizada a análise de conteúdo e documental, a partir da coleta das demonstrações contábeis das empresas e por meio de planilhas.

Isso permitiu elaborar os indicadores econômicos, financeiros e operacionais, visando a obter dados a respeito da *performance* econômica e financeira comparada entre as empresas nos anos de 2019 e 2020.

2.8 Coleta e desenvolvimento dos dados de pesquisa

Seguem, abaixo, os quadros com balanços patrimoniais das três empresas analisadas.

Quadro 3 – Balanço Patrimonial Lojas Americanas.

LOJAS AMERICANAS S.A.					
Balanço Patrimonial					
	31/12/2020	31/12/2019		31/12/2020	31/12/2019
ATIVO TOTAL	47.709.461	33.269.041	PASSIVO TOTAL	47.709.461	33.269.041
Ativo Circulante	31.567.858	18.908.712	Passivo Circulante	12.088.056	10.557.822
Caixa e Equivalentes de Caixa	14.009.152	6.291.718	Obrigações Sociais e Trabalhistas	190.227	172.157
Aplicações Financeiras	7.622.064	4.314.814	Fornecedores	7.093.847	6.031.720
Clientes	3.365.280	2.321.052	Obrigações Fiscais	332.832	351.255
Estoques	4.122.456	3.558.531	Empréstimos e Financiamentos	2.775.892	2.753.194
Tributos a Recuperar	1.240.146	1.243.798	Outras Obrigações	376.571	306.342
Despesas Antecipadas	65.174	46.594	Provisões	1.318.687	943.154
Outros Ativos Circulantes	1.143.586	1.132.205			
Ativo Não Circulante	16.141.603	14.360.329	Passivo Não Circulante	19.750.829	15.331.346
Ativo Realizável a Longo Prazo	4.550.904	4.072.131	Empréstimos e Financiamentos	19.232.853	15.075.213
Imobilizado	6.860.408	6.315.478	Outras Obrigações	134.992	5.500
Intangível	4.730.291	3.972.720	Provisões	382.984	250.633
			Patrimônio Líquido Consolidado	15.870.576	7.379.873
			Capital Social Realizado	12.014.779	4.009.961
			Reservas de Capital	-751.672	102.534
			Reservas de Lucros	1.048.306	1.055.136
			Participação dos Acionistas Não Controladores	3.559.163	2.212.242

Fonte: B3, 2021.

Quadro 4 – Balanço Patrimonial Lojas Americanas.

MAGAZINE LUIZA S.A.					
Balanço Patrimonial					
	31/12/2020	31/12/2019		31/12/2020	31/12/2019
ATIVO TOTAL	24.647.203	19.791.073	PASSIVO TOTAL	24.647.203	19.791.073
Ativo Circulante	16.798.810	12.841.161	Passivo Circulante	13.416.145	8.002.587
Caixa e Equivalentes de Caixa	1.681.376	305.746	Obrigações Sociais e Trabalhistas	359.721	354.717
Aplicações Financeiras	1.221.779	4.448.158	Fornecedores	8.501.398	5.934.877
Clientes	4.761.899	2.915.034	Obrigações Fiscais	401.308	352.008
Estoques	5.927.236	3.801.763	Empréstimos e Financiamentos	1.667.181	9.967
Tributos a Recuperar	716.118	864.144	Outras Obrigações	2.486.537	1.351.018
Outros Ativos Circulantes	2.490.402	506.316	Provisões		
Ativo Não Circulante	7.848.393	6.949.912	Passivo Não Circulante	3.905.771	4.223.549
Ativo Realizável a Longo Prazo	1.850.995	1.748.703	Empréstimos e Financiamentos	19.581	838.862
Investimentos	386.725	305.091	Outras Obrigações	2.180.142	1.951.724
Imobilizado	3.723.676	3.350.490	Tributos Diferidos	24.843	39.043
Intangível	1.886.997	1.545.628	Provisões	1.379.935	1.037.119
			Lucros e Receitas a Apropriar	301.270	356.801
			Patrimônio Líquido Consolidado	7.325.287	7.564.937
			Capital Social Realizado	5.952.282	5.952.282
			Reservas de Capital	-213.037	198.730
			Reservas de Lucros	1.574.891	1.410.757
			Outros Resultados Abrangentes	11.151	3.168

Fonte: B3, 2021.

Quadro 5 – Balanço Patrimonial Via Varejo.

VIA VAREJO S.A.					
Balanço Patrimonial					
	31/12/2020	31/12/2019		31/12/2020	31/12/2019
ATIVO TOTAL	33.056.000	24.424.000	PASSIVO TOTAL	33.056.000	24.424.000
Ativo Circulante	19.248.000	12.452.000	Passivo Circulante	18.497.000	15.733.000
Caixa e Equivalentes de Caixa	2.984.000	1.364.000	Obrigações Sociais e Trabalhistas	612.000	401.000
Clientes	7.907.000	5.112.000	Fornecedores	7.799.000	7.278.000
Estoques	6.176.000	4.565.000	Obrigações Fiscais	276.000	198.000
Tributos a Recuperar	1.394.000	1.050.000	Empréstimos e Financiamentos	6.687.000	4.944.000
Despesas antecipadas	281.000	54.000	Outras Obrigações	3.123.000	2.912.000
Outros Ativos Circulantes	506.000	307.000	Provisões		
Ativo Não Circulante	13.808.000	11.972.000	Passivo Não Circulante	8.580.000	8.113.000
Ativo Realizável a Longo Prazo	7.457.000	5.573.000	Empréstimos e Financiamentos	2.409.000	957.000
Investimentos	206.000	145.000	Outras Obrigações	4.474.000	5.285.000
Imobilizado	4.492.000	5.009.000	Tributos diferidos	6.000	6.000
Intangível	1.653.000	1.245.000	Provisões	1.691.000	1.865.000
			Patrimônio Líquido Consolidado	5.979.000	578.000
			Capital Social Realizado	5.039.000	2.903.000
			Reservas de Capital	1.423.000	-857.000
			Reservas de Lucros	1.004.000	0
			Lucros/prejuízos acumulados	-1.420.000	-1.420.000
			Outros resultados abrangentes	-67.000	-48.000

Fonte: B3, 2021.

3 Apresentação e análise dos demonstrativos de resultado

Quadro 6 – Demonstrativo de Resultado Lojas Americanas

LOJAS AMERICANAS S.A.							
Demonstração do Resultado							
Análise vertical e Horizontal da DRE							
	2020	A.V	A.H	2019	A.V	A.H	2019
Receita de venda de bens e/ou serviços	21.291.412	100,00%	112,32%	18.956.331	100,00%	100,00%	
Custo dos bens e/ou serviços vendidos	-14.162.135	66,52%	117,41%	-12.061.659	63,63%	100,00%	
Resultado bruto	7.129.277	33,48%	103,40%	6.894.672	36,71%	100,00%	
Despesas com vendas	-3.371.030	15,83%	118,61%	-2.841.996	14,99%	100,00%	
Despesas gerais e administrativas	-1.995.424	9,37%	113,40%	-1.759.569	9,28%	100,00%	
Depreciação e amortização	-1.683.980	7,91%	122,96%	-1.369.547	7,22%	100,00%	
Outros	-311.444	1,46%	79,85%	-390.022	2,06%	100,00%	
Outras despesas operacionais	-326.92	1,54%	173,88%	-188.012	0,99%	100,00%	
Resultado Antes do Resultado Financeiro e dos Tributos	1.435.901	6,74%	68,21%	2.105.095	11,10%	100,00%	
Receitas Financeiras	624.374	2,93%	64,50%	968.058	5,11%	100,00%	
Despesas Financeiras	-1.752.562	8,23%	74,78%	-2.343.704	12,36%	100,00%	
Resultado Antes dos Tributos sobre o lucro	307.713	1,45%	42,18%	729.449	3,85%	100,00%	
IR e Contribuição Social sobre o Lucro Corrente	-152.669	0,72%	84,71%	-180.225	0,95%	100,00%	
IR e Contribuição Social sobre o Lucro Diferido	159.885	0,75%	498,72%	32.059	0,17%	100,00%	
Resultado Líquido das Operações	314.929	1,48%	54,18%	581.283	3,07%	100,00%	

Fonte: B3, 2021.

As Lojas Americanas apresentaram um aumento nas vendas de 2020 em relação a 2019 em 12,32%, porém houve aumento no custo de bens e/ou serviços vendidos de 2,89% em 2020 em relação a 2019, com um resultado bruto percentualmente menor. O resultado antes do resultado financeiro e dos tributos em 2020 foi o menor apresentado, de 6,74% da receita contra 11,10% em 2019. O resultado líquido das operações em 2020 foi de apenas 54,18% do valor de 2019.

Quadro 7 – Demonstrativo de Resultado Magazine Luíza

MAGAZINE LUIZA S.A.							
Demonstração do Resultado							
Análise vertical e Horizontal da DRE							
	2020	A.V	A.H	2019	A.V	A.H	2019
Receita de venda de bens e/ou serviços	29.177.113	100,00%	146,72%	19.886.310	100,00%	100,00%	
Custo dos bens e/ou serviços vendidos	-21.657.151	74,23%	151,11%	-14.332.349	72,07%	100,00%	
Resultado bruto	7.519.962	25,77%	135,40%	5.553.961	27,93%	100,00%	
Despesas com vendas	-5.162.618	17,69%	149,90%	-3.444.112	17,32%	100,00%	
Gerais e administrativas	-906.799	3,11%	129,25%	-701.587	3,53%	100,00%	
Depreciação e amortização	-702.523	2,41%	144,26%	-486.975	2,45%	100,00%	
Perdas pela Não Recuperabilidade de Ativos	-118.119	0,40%	155,43%	-75.993	0,38%	100,00%	
Outras Receitas Operacionais	74.744	0,26%	17,94%	416.662	2,10%	100,00%	
Resultado de equivalência patrimonial	119.929	0,41%	450,74%	26.607	0,13%	100,00%	
Resultado Antes do Resultado Financeiro e dos Tributos	824.576	2,83%	63,99%	1.288.563	6,48%	100,00%	
Receitas Financeiras	183.368	0,63%	27,19%	674.363	3,39%	100,00%	
Despesas Financeiras	-593.863	2,04%	79,74%	-744.776	3,75%	100,00%	
Resultado Antes dos Tributos sobre o lucro	414.081	1,42%	33,99%	1.218.150	6,13%	100,00%	
IR e Contribuição Social sobre o Lucro	-22.372	0,08%	7,55%	-296.322	1,49%	100,00%	
Resultado Líquido das Operações	391.709	1,34%	42,49%	921.828	4,64%	100,00%	

Fonte: B3, 2021.

A Magazine Luiza apresentou um aumento expressivo em sua receita de bens e/ou serviços no ano de 2020 em comparação com 2019, com o percentual de 46,72% maior. Observando a análise vertical, percebe-se que o custo dos bens e/ou serviços vendidos em 2019 foi 72,07% da receita e em 2020 74,23% da receita. Esse dado mostra que, mesmo com o resultado bruto maior em 2020, a margem média dos produtos vendidos demonstrou um recuo. O resultado antes do resultado financeiro e dos tributos em 2019 foi maior em relação a 2020 em valor e em porcentagem apresentada na análise vertical. O resultado líquido das operações recuo em 2020, apresentando valor de 391.709 milhões contra 921.828 milhões em 2019. A demonstração de resultado da Magazine Luiza revela que, apesar do aumento da receita em 2020, o resultado ficou menor em relação a 2019 por conta do aumento dos custos e despesas.

Quadro 8 – Demonstrativo de Resultado Via Varejo

VIA VAREJO S.A.							
Demonstração do Resultado							
Análise vertical e Horizontal da DRE							
	2020	A.V	A.H	2019	A.V	A.H	2019
Receita de venda de bens e/ou serviços	28.901.000	100,00%	112,65%	25.655.000	100,00%	100,00%	
Custo dos bens e/ou serviços vendidos	-19.435.000	67,25%	106,13%	-18.312.000	71,38%	100,00%	
Resultado bruto	9.466.000	32,75%	128,91%	7.343.000	28,62%	100,00%	
Despesas com vendas	-5.892.000	20,39%	105,90%	-5.564.000	21,69%	100,00%	
Gerais e administrativas	-891.000	3,08%	95,70%	-931.000	3,63%	100,00%	
Depreciação e amortização	-731.000	2,53%	104,13%	-702.000	2,74%	100,00%	
Outras Receitas (despesas) Operacionais líquidas	-386.000	1,34%	31,26%	-1.235.000	4,81%	100,00%	
Resultado de equivalência patrimonial	53.000	0,18%	112,77%	47.000	0,18%	100,00%	
Resultado Antes do Resultado Financeiro e dos Tributos	1.619.000	5,60%	155,37%	-1.042.000	4,06%	100,00%	
Resultado financeiro	-696.000	2,41%	72,35%	-962.000	3,75%	100,00%	
Resultado Antes dos Tributos sobre o lucro	923.000	3,19%	46,06%	-2.004.000	7,81%	100,00%	
IR e Contribuição Social sobre o Lucro	81.000	0,28%	14,19%	571.000	2,23%	100,00%	
Resultado Líquido das Operações	1.004.000	3,47%	70,06%	-1.433.000	5,59%	100,00%	

Fonte: B3, 2021.

A Via Varejo apresentou aumento em sua receita de bens e/ou serviços do ano de 2020 em relação ao ano de 2019 em 12,65%. A análise vertical demonstra uma redução percentual no custo de bens e/ou serviços vendidos 2020 em 4,13%, dado positivo para a empresa resultando em um resultado bruto melhor no ano de 2020 em valor bruto e percentualmente. O resultado antes do resultado financeiro e dos tributos foi negativo em 2019 e positivo em 2020. Os custos e as despesas em 2020 apresentaram uma melhora expressiva em relação a 2019 resultando em um resultado líquido das operações de 1.433.000 reais mil negativos em 2019 e 1.004.000 reais positivo em 2020.

3.1 Análise dos índices de desempenho

3.1.1 Índices de liquidez

Quadro 9 – Índices de liquidez

ÍNDICES DE LIQUIDEZ	LOJAS AMERICANAS S.A.		MAGAZINE LUIZA S.A.		VIA VAREJO S.A.	
	31/12/2020	31/12/2019	31/12/2020	31/12/2019	31/12/2020	31/12/2019
Liquidez Corrente	2,61	1,79	1,25	1,60	1,04	0,79
Liquidez Seca	2,27	1,45	0,81	1,13	0,71	0,50
Liquidez Geral	1,13	0,89	1,08	1,19	0,99	0,76

Fonte: B3, 2021.

Observa-se que as Lojas Americanas não apresentam índice de liquidez corrente recomendado de 2,00 no ano de 2019. Liquidez corrente 2019 em 1,79 e em 2020 o índice melhorou atingindo 2,61, assim atingindo o valor recomendado para esse indicativo. A liquidez seca foi satisfatória em ambos os anos analisados, ficando superior a 1,00, sendo 1,45 em 2019 e 2,27 em 2020 evidenciando ter condições de liquidar suas obrigações de curto prazo, sem contar com os valores dos seus estoques. Em relação ao indicador de liquidez geral nos dois anos em análise apresentou índices menores que 1,5. Mostrou uma melhora em 2020, no qual atingiu 1,13 e em 2019 atingiu 0,89. A liquidez geral evidencia que seus ativos circulantes e realizáveis a longo prazo não cobrem as dívidas totais da empresa.

A Magazine Luiza não atingiu um índice de liquidez corrente satisfatório de 2,00 em ambos os anos em análise, atingindo 1,60 em 2019 e 1,25 em 2020. A liquidez corrente mostra a facilidade da empresa em pagar suas obrigações em curto prazo. A liquidez seca recomendada é superior 1,00. A liquidez seca em 2019 atingiu 1,13 e em 2020 pior o índice atingindo 0,81. Utilizado para quantificar a capacidade da empresa em quitar as suas obrigações de curto prazo sem contar com os valores dos estoques. O indicador de liquidez geral mostra a capacidade de honrar com as obrigações de curto e longo prazo e recomendado índices maiores que 1,5. No ano de 2019, obteve 1,19 e em 2020 obteve 1,08, ficando nos dois anos abaixo do recomendado para o índice.

A Via Varejo apresentou liquidez corrente não satisfatório em ambos os anos, ficando 0,79 em 2019 e 1,04 em 2020. O desempenho recomendado para liquidez corrente é 2,00. O índice de liquidez seca também não atingiu desempenho satisfatório de superior a 1,00. Obteve 0,50 em 2019 e apresentou uma leve melhora em 2020, atingindo 0,71. A liquidez geral atingiu desempenho menor que 1,50 nos dois anos em análise. Obteve 0,76 em 2019 e 0,99 em 2020. Os três índices em análise apresentaram melhora no ano de 2020, porém não chegaram a atingir os valores recomendados.

3.1.2 Análise dos indicadores de atividade

Quadro 10 – Indicadores de atividade

INDICADORES DE ATIVIDADE	LOJAS AMERICANAS S.A		MAGAZINE LUIZA S.A.		VIA VAREJO S.A.	
	31/12/2020	31/12/2019	31/12/2020	31/12/2019	31/12/2020	31/12/2019
Giro de estoque	5,54 giros	5,37 giros	6,00 giros	6,02 giros	5,38 giros	5,49 giros
Prazo médio de renovação de estoque PMRE	98 dias	105 dias	81 dias	83 dias	99 dias	92 dias
Prazo médio de pagamento compras PMPC	173 dias	179 dias	129 dias	139 dias	133 dias	145 dias
Prazo médio de recebimento vendas PMRV	57 dias	44 dias	59 dias	53 dias	98 dias	72 dias

Fonte: B3, 2021.

Observa-se que as Lojas Americanas melhoraram o giro de estoque em 2020. Sendo 5,37 giros em 2019 e 5,54 em 2020. O prazo médio de renovação de estoque diminuiu de 105 em 2019 dias para 98 dias em 2020 mostrando que a rotatividade dos estoques melhorou. O prazo médio de pagamento de compras diminuiu, 2019 era 179 dias e em 2020 foram 173 dias. O prazo médio de recebimento de vendas é o cálculo que indica o tempo médio que uma empresa leva para receber de seus clientes aquilo que vende a eles. Esse prazo aumentou em 2020 para 57 dias em 2019 apresentou um prazo de 44 dias. Portanto, a empresa está demorando mais, em média, para receber de seus clientes.

A Magazine Luiza manteve o giro de estoque praticamente igual em ambos os anos ficando 6,02 giros em 2019 e 6,00 giros em 2020. O prazo médio de renovação de estoque também apresentou estabilidade com uma diferença apenas de 2 dias. Apresentou 83 dias em 2019 e 81 dias em 2020. O prazo médio de pagamento de compras diminuiu: em 2019 era 139 dias e em 2020 obteve 129 dias em média de prazo para pagamento de fornecedores. O prazo de recebimento de vendas em 2019 foi de 53 dias e em 2020 ficou em 59 dias, apresentando um aumento de 6 dias em média para recebimento de vendas.

A Via Varejo obteve em relação a giro de estoque 5,49 giros em 2019 e 5,38 giros em 2020, logo, houve uma pequena diminuição do giro de estoque em 2020. O prazo médio de renovação de estoque aumentou em 2020. Em 2019, era de 92 dias e em 2020 apresentou 99 dias. O prazo médio de pagamento de compras diminuiu: em 2019 era de 145 dias em média e em 2020 apresentou 133 dias. O prazo médio de recebimento de vendas aumentou expressivamente em 2020, de 26 dias em média. No ano de 2019, era de 72 dias e em 2020 obteve 98 dias.

3.1.3 Análise dos índices de endividamento e estrutura

Quadro 11 – Índices de endividamento e estrutura

ÍNDICES DE ENDIVIDAMENTO E ESTRUTURA	LOJAS AMERICANAS S.A		MAGAZINE LUIZA S.A.		VIA VAREJO S.A.	
	31/12/2020	31/12/2019	31/12/2020	31/12/2019	31/12/2020	31/12/2019
Relação Capital de Terceiros/Capital Próprio	2,01	3,51	2,36	1,62	4,53	41,26
Relação Capital de Terceiros/Passivo Total	0,67	0,78	0,70	0,62	0,82	0,98
Imobilização de Recursos Não Correntes	0,33	0,45	0,53	0,44	0,44	0,74
Índice de Endividamento Geral	66,73%	77,82%	70,28%	61,78%	81,91%	97,63%

Fonte: B3, 2021.

Observa-se que as Lojas Americanas apresentaram a relação de capital de terceiros com o capital próprio em 2019 de 3,51 e em 2020 de 2,01. Esse índice representa que para cada 1,00 unidade de capital próprio a empresa possui 3,51 unidade de terceiros em 2019 e 2,01 unidade de terceiros em 2020. O índice de relação de capital de terceiros com o passivo total demonstra o percentual de capital de terceiros utilizado pela empresa em relação ao total investido, obtendo 78% em 2019 e 67% em 2020 nesse índice. A imobilização de recursos não correntes demonstra a relação entre os recursos próprios e de terceiros de longo prazo que estão financiando o ativo permanente. Quanto menor for o índice de imobilização de recursos não correntes, mais confortável será a situação financeira da empresa. No ano de 2019, apresentou 0,45 e em 2020 obteve 0,33 na imobilização de recursos não correntes. O índice de endividamento geral indica o quanto a empresa deve em relação a seu investimento total. Em 2019, obteve 77,82% em 2020 diminuir para 66,73%.

A Magazine Luiza demonstrou a relação de capital de terceiros com o capital próprio maior em 2020 em relação a 2019, com 1,62 em 2019 e 2,36 em 2020. A relação de capital de terceiros e passivo total aumentou: em 2019 era 62% e 2020 foi de 70% de capital de terceiros em relação ao total investido. A imobilização de recursos não correntes demonstrou um resultado negativo em 2020 em relação ao ano anterior. Em 2019, o índice era 0,44 e, em 2020, aumentou para 0,53. O índice de endividamento geral em 2019 foi 61,78% e, em 2020, 70,28%.

A Via Varejo apresentou os piores desempenhos nos índices de endividamento e estrutura entre as empresas analisadas. A relação de capital de terceiros com o capital próprio foi 41,26 em 2019 e 4,53 em 2020, demonstrando uma melhora expressiva em 2020, porém apresentando os maiores índices deste indicador entre as três empresas apresentadas neste artigo. A relação capital de terceiros com o passivo total diminuiu: obteve 98% em 2019 e 82% em 2020. A imobilização de recursos não correntes também apresentou melhora em 2020, ficando 0,44 e em 2019 era 0,74. O índice de endividamento geral apresentou 97,63% em 2019 e 81,91% em 2020.

3.1.4 Análise dos indicadores de rentabilidade

Quadro 12 – Indicadores de rentabilidade

INDICADORES DE RENTABILIDADE	LOJAS AMERICANAS S.A		MAGAZINE LUIZA S.A.		VIA VAREJO S.A.	
	31/12/2020	31/12/2019	31/12/2020	31/12/2019	31/12/2020	31/12/2019
Margem de lucro bruto	33,48%	36,37%	25,77%	27,93%	32,75%	28,62%
Margem de lucro líquido	1,48%	3,07%	1,34%	4,64%	3,47%	-5,59%
Retorno sobre ativo (ROA)	0,66%	1,75%	1,59%	4,66%	3,04%	-5,87%
Retorno sobre o patrimônio líquido (ROE)	1,98%	7,88%	5,35%	12,19%	16,79%	-247,92%

Fonte: B3, 2021.

As Lojas Americanas apresentaram uma margem de lucro bruto de 36,37% em 2019 e reduziram para 33,48% em 2020. O lucro bruto mede o quanto a empresa ganha após o pagamento do custo da mercadoria vendida. A margem de lucro líquido mostra o quanto a empresa ganha após todas os custos e despesas. As Americanas obtiveram 3,07% de lucro líquido em 2019 e 1,48% em 2020. O retorno sobre ativo foi 1,75% em 2019 e diminuiu para 0,66% em 2020, demonstrando um retorno menor em relação ao total das aplicações realizadas pela empresa por seus ativos. O retorno sobre o patrimônio líquido em 2019 obteve 7,88% e em 2020 diminuiu para 1,98%. O retorno sobre o patrimônio é a relação do lucro da empresa com seu patrimônio líquido. A empresa mais que dobrou seu patrimônio líquido de 2019 para 2020, com um salto de 115% no patrimônio líquido.

A Magazine Luiza obteve sua margem bruta de lucro em 27,93% em 2019 e diminuiu para 25,77% em 2020. A margem de lucro líquido em 2019 ficou em 4,64% e em 2020 houve uma redução, obtendo apenas 1,34%, ficando longe do resultado de 2019. O retorno sobre o ativo ROA em 2019 demonstrou 4,66% e em 2020 diminuiu para 1,59%, refletindo o aumento no ativo total da empresa de 2020 e a diminuição no lucro líquido. O retorno sobre o patrimônio líquido ROE apresentou 12,19% em 2019 e 5,35% em 2020, a redução do lucro líquido de 2020 influenciou diretamente esse indicador. O patrimônio líquido da empresa manteve valores próximos nos dois anos analisados.

A Via Varejo foi a única empresa das três analisadas que obteve um melhor resultado na margem de lucro bruto de vendas no ano 2020 em relação a 2019. Em 2019, era 28,62% de margem de lucro bruto e em 2020 obteve 32,75%. O lucro líquido foi negativo em 2019, ficando 5,59% negativo e, em 2020, demonstrou uma melhora expressiva para 3,47% positivos. O retorno sobre ativo ROA em 2019 era 5,87% negativo porque o lucro líquido do mesmo ano ficou negativo. Em 2020, o ROA ficou 3,04% positivo. O retorno sobre o patrimônio líquido ROE, que mede a rentabilidade dos recursos que foram investidos pelos acionistas da empresa, em 2019, foi negativo em 247,92%: a empresa apresentava um patrimônio líquido de 578.000

reais mil em 2019 e em 2020 o patrimônio líquido aumentou para 5.979.000 reais mil e o ROE obtivo foi 16,79%, demonstrando uma melhora no indicativo.

4 Resultados

Em relação aos demonstrativos de resultado, nas três empresas pesquisadas observou-se aumento da receita líquida de vendas em 2020. Destaca-se a Magazine Luiza, que obteve o maior aumento na receita líquida com 46,72% de crescimento, entretanto o resultado líquido em 2020 demonstrou uma queda expressiva de 57,51%. As Lojas Americanas demonstraram aumento de vendas de 12,32% em 2020, porém, o aumento nos custos e despesas que resultaram em um lucro líquido menor, caindo 45,82% em 2020. A Via Varejo apresentou maior receita líquida de vendas em 12,65% em 2020 e melhorou o resultado líquido, ficando positivo e revertendo o resultado negativo do ano anterior.

Quanto aos índices de liquidez, a empresa que demonstrou os melhores resultado nos dois anos analisados foram as Lojas Americanas, com a melhor capacidade de pagamento, melhor saúde financeira. A Magazine Luiza apresentou piora em todos os índices de liquidez analisados, liquidez corrente, seca e geral. Os índices de liquidez da Via Varejo melhoraram em 2020, dado positivo, mas que ainda apresenta índices não satisfatórios.

Os indicadores de atividade demonstraram a competitividade entre as três empresas. O melhor giro de estoque foi da Magazine Luiza. No prazo médio de renovação de estoques (PMRE), a Magazine Luiza obteve os melhores resultados, mostrou capacidade de renovar seus estoques com maior velocidade. Quanto ao prazo médio de pagamento de fornecedores (PMPC), as Lojas Americanas obtiveram os melhores resultados, e no prazo médio de recebimento de vendas (PMRV), as Lojas Americanas demonstraram o menor prazo. A Via Varejo obteve os maiores prazos de recebimento de vendas, demonstrando, assim, sua estratégia de vendas com prazos maiores que seus concorrentes.

No que diz respeito aos índices de endividamento e estrutura, as três empresas demonstraram grande participação de capital de terceiros em sua estrutura. Vale ressaltar o indicador de imobilização de recursos não correntes que revela quanto a empresa usa dos seus recursos permanentes para financiar todo o seu ativo fixo. Quanto menor o índice, mais confortável é a situação financeira da empresa. O melhor desempenho nesse índice ficou com as Lojas Americanas.

Quanto ao índice de endividamento geral, que indica o quanto a empresa deve em relação a seu investimento total, observou-se o seguinte: as Lojas Americanas obtiveram o

melhor resultado em 2020 com 66,73% baixando seu endividamento geral que era 77,82% em 2019; Magazine Luiza aumentou o índice em 2020, obtendo 70,28%; Via Varejo apresentou a maior porcentagem de endividamento geral em ambos os anos, com diminuição em 2020, mas apresentou índice de 81,91%, sendo maior que as demais empresas estudadas. Alto grau de endividamento pode resultar em juros mais elevados para financiar o capital de giro.

Os indicadores de rentabilidade são cálculos que mostram o retorno financeiro que a empresa gera. Em 2020, a melhor margem de lucro bruto demonstrado pelas empresas pesquisadas foi das Lojas Americanas, seguido da Via Varejo e, por último, Magazine Luiza. O lucro líquido teve grande variação entre os dois anos em todas as empresas. As Lojas americanas e Magazine Luiza obtiveram lucro líquido positivo em ambos os anos, e em 2020 as duas empresas demonstraram diminuição do lucro líquido. A Via Varejo obteve um resultado negativo em 2019, mas melhorou em 2020, apresentando lucro líquido positivo.

Portando, no presente artigo, foram analisados dados dos anos 2019 e 2020 das empresas citadas, para compreender quais foram os resultados obtidos em 2020, especialmente em razão da pandemia de Covid 19, que teve início em 2020 e persiste até os dias atuais. No início da pandemia, as empresas foram orientadas a tomar atitudes drásticas, com o intuito de conter a contaminação e tentar a dissipação do vírus. Portanto, as medidas de segurança, incluindo distanciamento social, higiene redobrada, evitar aglomerações e uso de máscara e álcool em gel invadiram o dia a dia das empresas e das pessoas ao redor do mundo. Muitas cidades no Brasil realizaram medidas de quarentena e atividades de comércio e serviços não essenciais foram fechadas por um período. Esse contexto fez com que a venda de produtos pela *internet* aumentasse significativamente em 2020. As três empresas analisadas, apesar de tudo, conseguiram contornar os problemas causados pela pandemia em seus negócios e aumentaram suas vendas *online*. As três empresas possuem uma sólida estrutura de comércio *online*, podendo assim captar mais vendas pela *internet*. Segundo os relatórios de administração e relação com o investidor das empresas analisadas, o aumento de vendas nas plataformas de *e-commerce* superou as expectativas.

5 Considerações Finais

As empresas encontram-se cada vez mais em ambientes competitivos e dentro de uma economia instável, necessitando de informações úteis e de qualidade para a correta gestão dos recursos, para a criação de diferenciais competitivos e para garantir a sua sobrevivência. Assim, por meio da análise das demonstrações contábeis, são extraídos indicadores, dados e

informações que evidenciam o desempenho organizacional e a situação econômica e financeira das empresas, permitindo avaliar os pontos fracos e fortes e, conseqüentemente, servindo de base para a tomada de decisão assertiva, garantindo que a empresa continue com suas atividades no futuro e destaque-se das demais.

Para a realização deste estudo, buscou-se o embasamento teórico em livros que tratam dos indicadores de desempenho e utilizou-se o balanço patrimonial e a demonstração do resultado do exercício das três empresas do período de 2019 a 2020, disponíveis no site da B3 para efetuar o cálculo dos indicadores.

Os resultados apresentados revelam, com base na análise dos indicadores, que as três empresas obtiveram aumento na receita líquida de vendas em 2020, resultado influenciado pelo aumento das vendas pela internet. Os melhores resultados nos indicadores de liquidez foram da Lojas Americanas.

Em relação aos indicadores de atividade, observou-se diferenças e as três empresas demonstraram pontos fortes e fracos. Os indicadores de endividamento e estrutura as três empresas demonstraram alto grau de endividamento. Os indicadores de rentabilidade demonstraram a volatilidade dos índices entre os anos analisados e as diferenças de lucratividade entre as empresas analisadas.

Observou-se que muitos dos indicadores analisados apresentaram índices fora dos padrões considerados bons pela base teórica estudada, portanto espera-se que as empresas busquem medidas corretivas a fim de assegurar a melhor gestão de seus negócios.

Como concludente do curso de Administração, este artigo foi de suma importância, POIS Possibilitou aplicar os conhecimentos teóricos construídos durante a realização do curso, contribuindo para o meu aperfeiçoamento profissional.

Referências

ABE, E. R.; FAMA, R. A utilização da *duration* como instrumento de análise financeira: um estudo exploratório do setor de eletrodoméstico. **Caderno de pesquisas em administração**, São Paulo, v. 1, n. 10, p. 1-12, 3º trimestre, 1999.

ASSAF NETO, A. **Estrutura e análise de balanços**: um enfoque econômico-financeiro. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

ASSAF NETO, A. **Finanças Corporativas e Valor**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

ASSAF NETO, A. **Mercado Financeiro**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

ATKINSON, A.A.; BANKER, R.D; KAPLAN, R.S; YOUNG, S.M. **Contabilidade Gerencial**. São Paulo: Atlas, 2000.

B3 (Bolsa de Valores). **A Bolsa do Brasil**. Disponível em: https://www.b3.com.br/pt_br/. Acesso em: 2021.

BASSO, I. P.; BRIZOLLA, M. M. B.; FILIPIN, R. **Contabilidade geral básica**. 5. ed. rev. Ijuí: Unijuí, 2017.

BASSO, I. P.; FILIPIN, R.; ENDERLI, S. M. **Estrutura, análise e interpretação de demonstrações contábeis**. Ijuí: Unijuí, 2015.

CARVALHO, A.M.R; NAKAGAWA, M. **Informações Contábeis: um olhar fenomenológico**. In: 17º Congresso Brasileiro de Contabilidade, 2004, Santos. Resumos dos trabalhos apresentados. Brasília: Conselho Federal de Contabilidade, 2004.

CFC (Conselho Federal de Contabilidade), 1995. Resolução CFC n.º 785/95 - **Aprova a NBC T 1: Das Características da Informação Contábil**. Disponível em: https://www2.cfc.org.br/sisweb/sre/detalhes_sre.aspx?Codigo=1995/000785&arquivo=RES_785.DOC. Acesso em: 22 dez. 2020.

CVM (Comissão de Valores Mobiliários), 1986. **Deliberação CVM nº 29/86**. Brasília: CVM, 1986. Disponível em: <http://conteudo.cvm.gov.br/legislacao/deliberacoes/deli0001/deli029.html>. Acesso em: 22 dez. 2020.

DIEHL, A. A.; TATIM, D. C. **Pesquisa em ciências sociais aplicadas: métodos e técnicas**. São Paulo: Prentice-Hall, 2004.

FASB (Financial Accounting Standards Board). **Statement of Financial Accounting Concepts nº 2**. Qualitative characteristics of accounting information. may 1980. Disponível em: <http://fasb.org>. Acesso em: 2021.

GITMAN, L. J. **Princípios da Administração Financeira**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

GRAEML, A. R. **Sistemas de Informação: o alinhamento da estratégia de TI com a estratégia corporativa**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

IUDÍCIBUS, S. de. **Análise de Balanços**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

JURAN, J. M. **Planejamento para a Qualidade**. São Paulo: Pioneira, 1992.

KAPLAN, R. S.; NORTON, D. P. **The Balanced Scorecard: translating strategy into action**. Boston: Harvard Business School, 1996.

KAY, J. **Fundamentos do Sucesso Empresarial: como as estratégias de negócios agregam valor**. São Paulo: Campus, 1996.

MACEDO, A. S. M; BARBOSA, C. T. A. M. A. Eficiência do Sistema Bancário Brasileiro: uma análise do desempenho de bancos de varejo, atacado, *middle-market* e financiamento utilizando DEA. **Revista de Informação Contábil**, Recife, v. 3, n. 3, p. 1-24, Jul./Set. 2009.

MARION, J. C. **Análise das demonstrações contábeis:** contabilidade empresarial. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARION, J. C. **Contabilidade Empresarial.** 3. ed. São Paulo: Atlas, 1988.

MARRAS, J. P. **Administração de Recursos Humanos:** do operacional ao estratégico. 13. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

MATARAZZO, D. C. **Análise financeira de balanços:** abordagem básica e gerencial. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MEIGS, W.B., JOHNSON, C.E. e MEIGS, R.F. **Accounting:** the basis for business decisions. 4. ed. New York: McGraw0Hill Book Company, 1977.

MERCHANT, K. A.; STEDE, Wi A. Van der. **Management Control Systems:** Performance Measurement, Evaluation and Incentives. London: Pearson, 2007.

OLIVEIRA A. G.; MÜLLER A. N.; NAKAMURA, W.T. A utilização das informações geradas pelo sistema de informação contábil como subsídio aos processos administrativos nas pequenas empresas. **Revista da FAE**, Curitiba, v.3, n.3, set./dez. 2000.

OLIVEIRA, L.M.; PEREZ JÚNIOR, J.H.; SILVA, C.A.S. **Controladoria Estratégica.** São Paulo: Atlas, 2002.

PADOVEZE, C. L.; BENEDICTO, G. C.. **Análise das demonstrações financeiras.** 3. ed. rev. e ampl. São Paulo: Cengage Learning, 2014.

PEREZ, M. M.; FAMÁ, R. Métodos de Avaliação de Empresas e o Balanço de Determinação. **Caderno de Pesquisa em Administração**, São Paulo, v. 10, n. 4, p. 47-59, Out./Dez. 2003.

PITELA, A. C. O desempenho profissional do contador na opinião do empresário. **Revista Publicatio UEPG** - Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ciências Humanas, Ciências Sociais Aplicadas, Linguística, Letras e Artes, ano 8, n.1, 2000.

ROERCH, S.M.A, et al. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração:** guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SEMESP - Resolução CFC nº 1.374, de 8 de dezembro de 2011. **Dá nova redação à NBC TG ESTRUTURA CONCEITUAL - Estrutura Conceitual para Elaboração e Divulgação de Relatório Contábil- Financeiro.** Disponível em: <https://semesp.org.br>. Acesso em: 2021.

WERNKE, R.; LEMBECK, M. Análise de Rentabilidade dos Segmentos de Mercado de Empresa Distribuidora de Mercadorias. **Revista de Contabilidade e Finanças da USP**, n. 35, p. 68-83, Maio/Ago., 2004.