

ANÁLISE DAS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS: AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO FINANCEIRO DE TRÊS EMPRESAS DO SETOR VAREJISTA.

ANALYSIS OF FINANCIAL STATEMENTS: EVALUATION OF THE FINANCIAL PERFORMANCE OF THREE COMPANIES IN THE RETAIL SECTOR.

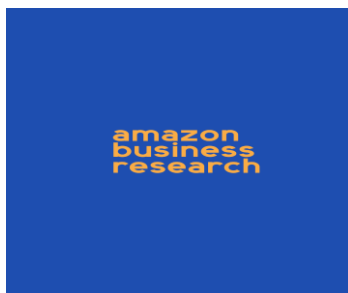
CLÁUDIO GUTEMBERG MENEZES DOS SANTOS¹; IZABEL CRISTINA NOGUEIRA SEABRA²;
1 – UNIVERSIDADE DO ESTADO DO AMZONAS; 2 – UNIVERSIDADE DO ESTADO DO AMAZONAS;

cgmds.eei23@uea.edu.br; iSeabra@uea.edu.br;

Resumo – Este artigo busca compreender o porquê de algumas empresas do setor do varejo no Brasil apresentarem situações de desempenho financeiro tão distintas uma das outras. O setor varejista é uma das molas propulsoras da economia do país e um dos carros-chefes de consumo do brasileiro e que mesmo em períodos de economia menos aquecida, é um dos setores que apresentam forte relevância na participação do Produto Interno Bruto (PIB) nacional. O estudo apresenta uma avaliação do desempenho financeiro de três empresas do setor de varejo no Brasil, sendo duas de projeção nacional e uma regional (Região Norte-Amazonas). A metodologia utilizada foi a de apuração, interpretação e análise de indicadores aplicados nas demonstrações financeiras das respectivas empresas, no período entre 2018 e 2023, pré e pós-pandemia, além disso, suas políticas de venda e modelo de negócios foram superficialmente analisados para possibilitar maior compreensão do comportamento das empresas frente a sua clientela. Os resultados demonstraram que, mesmo sendo empresas do mesmo ramo, as mesmas possuem desempenho financeiro completamente diferenciados, onde pode-se concluir que a tão falada crise no setor varejista de fato não é no setor e sim na gestão dessas empresas.

Palavras-chave: Varejo; Demonstrações Financeiras; Gestão; Inovação; Análises.

Abstract - This article seeks to understand why some companies in the retail sector in Brazil present financial performance situations that are so different from each other. The retail sector is one of the driving forces of the country's economy and one of the flagships of Brazilian consumption and even in periods of less heated economy, it is one of the sectors that have strong relevance in the participation of the national Gross Domestic Product (GDP). The study presents an assessment of the financial performance of three companies in the retail sector in Brazil, two of which are national and one regional (North-Amazonas Region). The methodology used was to calculate, interpret and analyze indicators applied in the financial statements of the respective companies, in the period between 2018 and 2023, pre and post-pandemic, in addition, their sales policies and business model were superficially analyzed to enable greater understanding of the behavior of companies towards their



cliente. The results demonstrated that, even though they are companies in the same sector, they have completely different financial performance, where it can be concluded that the much talked about crisis in the retail sector is in fact not in the sector but in the management of these companies.

Keywords: Retail; Financial Statements; Management; Innovation; Analyzes.

1. INTRODUÇÃO

Desde meados dos anos 90 o Brasil se depara com episódios de fechamento de grandes redes varejistas, empresas que aparentemente demonstravam pujança em suas atividades, seriam elas por tamanho de suas estruturas, mix de produtos e escala de suas operações. Nomes como Mapin, Mesbla e Lobrás são exemplos dessas organizações que sucumbiram neste período.

No Estado do Amazonas há um exemplo que contrapõe essa realidade, que são as lojas Bemol, fundada em 1942 pelos irmãos Samuel, Israel e Saul Benchimol, o grupo empresarial viu findar o segundo ciclo da borracha com o término da Segunda Guerra Mundial, presenciou a criação da Zona Franca de Manaus, passou por períodos de hiperinflação na década de 80 até início dos anos 90 no Brasil e se consolidou como uma gigante do varejo, presente em 69 cidades da região norte.

Atualmente há indícios que a história se repete, grandes grupos empresariais do mesmo ramo amargam a possibilidade de fechamento de suas portas, como por exemplo as Casas Bahia que em abril de 2024 entrou em processo de recuperação judicial. A outra grande do setor – Magazine Luiza – tem dado sinais que caminha para o mesmo rumo.

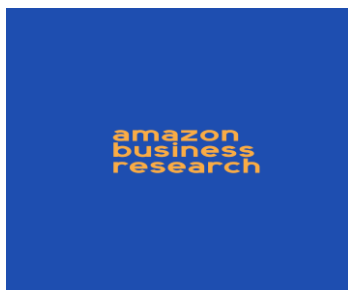
Diante deste cenário, onde temos um amplo mercado consumidor, que enfrentam as mesmas condições de competitividade como compras on-line e produtos importados, dificuldade logística e entre outros fatores. Pergunta-se: A chamada crise no setor varejista decorre da má gestão das companhias ou do comportamento do mercado?

O Brasil possui um grande mercado consumidor receptivo a compras em diversas modalidades, sejam elas pelos meios tradicionais ou por formatos modernos como compras online através de sítios eletrônicos e aplicativos.

O brasileiro em tempos de crise, com taxas de juros elevadas e crescimento da inflação não deixa de comprar itens de segunda necessidade, reduz sim seu consumo, mas não abole esta prática.

Embora haja correntes que digam que o setor varejista está fadado ao fracasso e que o perfil de consumo está mudando, é necessário enxergar e entender a ótica daqueles atores que estão indo contra essa vertente. Empresas como Bemol, Lojas Zema, Havan e outras do mesmo segmento apresentam números e performance superior aos seus concorrentes que indicam aumento de seu endividamento, perda de liquidez e manobras contábeis que derrubam seu valor de mercado frente a suas concorrentes.

Esta pesquisa terá o intuito de entender o desempenho financeiro de empresas através das análises financeiras e dos resultados dos últimos cinco anos das empresas Bemol, Casas Bahia e Magazine Luiza, o que está por trás do crescimento e queda de players do setor



varejista. Conceitos como sustentabilidade financeira, diversificação de negócios, modelo de gestão e inovação serão colocados como ponto focal da análise.

O estudo servirá como ponto de reflexão a respeito das decisões tomadas pelos gestores e seus impactos dentro das organizações estigmatizadas como direcionadas a falência ou tendentes a baixa performance de resultados, pelo fato de terem produtos muito influenciáveis e sensíveis a mudanças no mercado externo, política cambial, necessidade de estoque elevado, grandes estruturas físicas e capital humano considerável, além de controle e gestão financeira e operacional.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Esta seção aborda os temas de finanças corporativas de acordo com o entendimento de Alexandre Assaf Neto (2014), os conceitos de inovação e gestão da inovação segundo Tidd e Bessant (2015) e Paulo Bastos Tigre (2006), os quais são condensados para busca do melhor entendimento da realidade das empresas analisadas e a geração de riqueza através da inovação, explicado por Peter Drucker (1986).

2.1 INOVAÇÃO COMO FORMA DE GERAÇÃO DE RIQUEZA

É impossível falar de inovação sem citar Drucker (1986), em seu livro “Inovação e espírito empreendedor”, o autor trata a inovação como uma ferramenta que pode ser aprendida, disciplinada e praticada, e que tal ferramenta deve ser utilizada como oportunidade para negócios e serviços. Corroborando com este pensamento de inovação, Schumpeter (1997) fala sobre a destruição criativa, que consiste em destruir velhas regras e criar produtos para obter novas fontes de lucratividade. A exemplo desses dois autores, podemos entender que o mercado não admite apatia ou estagnação, o que nos leva a refletir sobre as diferentes situações de resultados das empresas varejistas.

Ao pensarmos que dentro de uma mesma localidade temos diferentes lojas do mesmo segmento, vendendo o mesmo produto, oferecendo condições semelhantes de pagamento e acesso a informações. O que nos leva a escolher comprar na loja A, B ou C? Seria somente atendimento, ou às vezes a inovação no serviço para gerar a necessidade de consumo pode ser considerado um ponto a ser analisado?

No caso da varejista do Amazonas, com o passar dos anos, diferentes serviços da atividade varejista original foram inseridos no share de serviço como drogarias, banco digital e outros meios de atração de público, até mesmo a casa lotérica pode ser citada neste meio.

Segundo a Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo – SBVC (2020), o conceito puro de varejo é a venda bens e serviços de uma empresa para um consumidor final, onde as mercadorias vendidas são em pequenas quantidades, necessárias para uso próprio. O varejo tende a acompanhar ou muitas vezes ditar o comportamento do mercado, a exemplo disso são os tipos de lojas varejistas que podemos citar como lojas de especialidades, lojas de departamento, supermercados, hipermercados, lojas de conveniências, e-commerce, entre outros.

Ao apresentarmos uma série histórica do varejo no Brasil de 2018 a 2023, período pré, durante e pós – pandemia, podemos levar em consideração o PIB do país, consumo das famílias, taxa Selic e a inflação medida pelo Índice de Preços ao Consumidor (IPCA), conforme Gráfico 1:

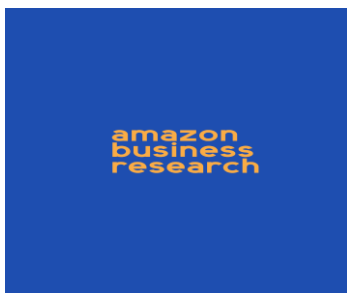
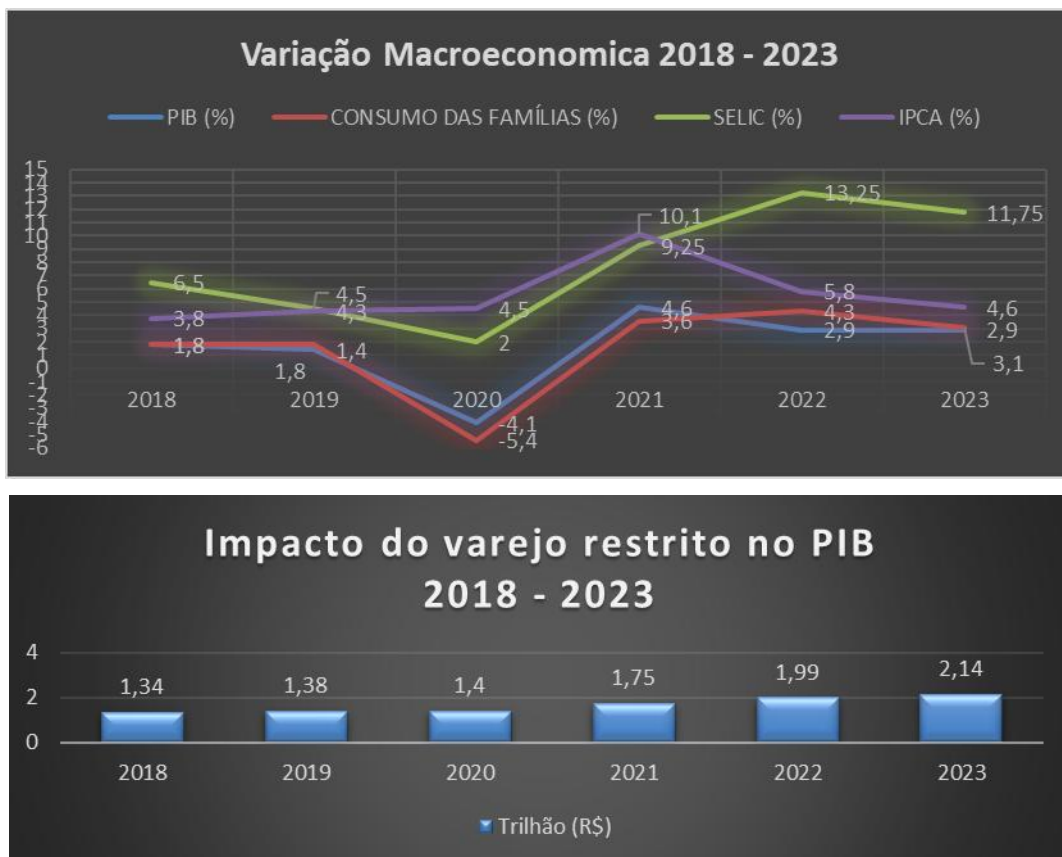


Gráfico 1. Série Histórica da Variação Macroeconômica (2018 a 2023).



Fonte: Elaborado pelo autor, 2024.

Nota¹: Varejo restrito: Varejo de bens de consumo, incluindo materiais de construção e excluindo veículos.

Nota²: Dados extraídos do SBVC de 2018 a 2023.

Ao analisarmos os dados acima, podemos notar que a participação do varejo no PIB do Brasil segue uma tendência de crescimento, mesmo com a COVID-19 e o cenário macroeconômico com momentos de juros altos e diminuição no consumo das famílias.

Nota-se que após 2019 houve uma mudança no comportamento do consumo, principalmente no período entre 2019 e 2021, onde os consumidores passaram a dar mais atenção à saúde e bem-estar, aumento no consumo de produtos farmacêuticos e de suplementação, compras on-line tornaram-se mais frequentes, além disso houve forte influência do governo em reforçar e criar programas de auxílios, manutenção de empregos e estímulo ao consumo.

O volume de vendas no varejo do Amazonas em 2023 foi maior 3,1% que em 2022, 2022 em relação a 2021 foi 2,2% maior, 2021 em relação a 2020 teve uma queda 1,3%, 2020 em relação a 2019 teve um aumento de 7,3% e 2019 em relação a 2018 houve um aumento de 7,9%.



Podemos contextualizar o cenário de três empresas do varejo brasileiro em três momentos distintos, 2018, 2019 e 2023, os quais são respectivamente, antes da pandemia, ano da pandemia e lockdown e o ano passado. Para essa análise superficial, iremos focar nas suas receitas de vendas, conforme Gráfico 2:

Gráfico 2. Receita Líquida de Vendas (2018 a 2023):



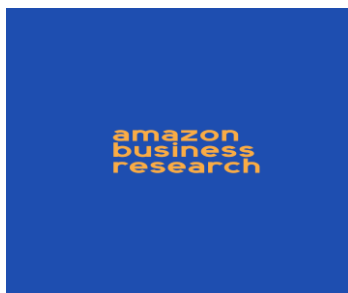
Fonte: Elaborado pelo autor, 2024.

Se analisarmos o acumulado entre 2018 e 2023 as três empresas tiveram acréscimos consideráveis em suas receitas líquidas proveniente das vendas. A Magazine Luiza apresentou 146,18% de aumento na sua receita líquida de venda, Casas Bahia 10,88% e a amazonense Bemol 180,04%. Mesmo após um dos períodos mais críticos para o mercado nacional, com cenários macroeconômicos desfavoráveis, as três empresas varejistas apresentaram aumento em suas vendas.

O mercado consumidor brasileiro continuou demandando o setor varejista e contribuindo fortemente para a marcha econômica do país. No que diz respeito à inovação, a varejista amazonense em 2016 inovou ao olhar para o passado, quando inaugurou sua primeira loja no ramo farmacêutico, agregando mais um serviço em sua esteira de produtos. E quando falamos em passado, é em virtude de que a Bemol S.A iniciou suas atividades na década de 40 com vendas de produtos farmacêuticos e cosméticos.

Para Neto (2014) o administrador financeiro atualmente não pode apenas focar em aplicações e captação de fundos da empresa, seu papel vai além, deve gerenciar os recursos para manter a saúde financeira das empresa e assim alcançar as suas metas estabelecidas. Estabelecendo um paralelo a esta afirmação Peter Drucker (1986) diz que a administração empreendedora necessita de diretrizes e práticas em quatro áreas, sendo elas: a organização deve ser receptiva à inovação e não vê-la com uma ameaça, a outra diretriz é a mensuração sistemática, onde o desempenho da inovação é medido e integrado para melhorar seu desempenho, a administração empreendedora requer práticas de política organizacional como bônus por desempenho, remuneração diferenciada e incentivos a recompensas e a quarta diretriz é que alguns “nãos” devem ser ditos.

Outro ponto que deve ser destacado para ajudar a explicar o desempenho entre as empresas de varejo é o que Tidd e Bessant (2015) dizem a respeito da inovação no setor de serviço onde quatro características são apontadas como diferenciais competitivos sendo:



aparência das instalações, de pessoal e dos equipamentos – chamados de aspectos tangíveis; rapidez da condução e a disposição em ajudar – responsividade; capacidade de desempenhar o serviço de forma confiável – a competência; o conhecimento e a cortesia das equipes e sua capacidade em transmitir esse conhecimento – a garantia e por fim a empatia com oferta de cuidado e atenção.

2.2 AVALIAÇÃO FINANCEIRA E SEUS INDICADORES

Para uma análise consolidada e bem embasada é necessário que o administrador ou o investidor esteja munido de dados e informações que revelem o cenário real da companhia que está sendo analisada.

Para Seabra (2019), a administração financeira se objetiva em dois pontos: rentabilidade e liquidez. Onde a rentabilidade proporciona a maximização dos investimentos realizados pelos acionistas ou proprietários da empresa e a liquidez que condiz com a capacidade da empresa em honrar seus compromissos nas datas acordadas. Para se enxergar esse cenário, pode-se utilizar de algumas ferramentas como índice de liquidez corrente, liquidez geral, solvência, endividamento, composição do endividamento, capital de giro líquido, situação patrimonial líquida e outros.

O índice de liquidez corrente revela o quanto a empresa tem capacidade financeira em cumprir suas obrigações de curto prazo utilizando os seus ativos também de curto prazo (Seabra, 2019). Sua fórmula é dada, conforme Fórmula 1:

Fórmula 1. Liquidez Corrente:

$$\text{Liquidez Corrente (LC)} = \frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}} \times 100$$

Fonte: Seabra, 2019.

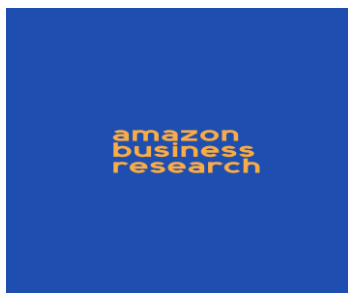
Onde seu resultado recomendável é que seja 100% ou R\$1,00, ou seja, que a empresa possua pelo menos R\$1,00 em seu ativo de curto prazo para honrar cada R\$1,00 em seu passivo de curto prazo (Seabra, 2019).

O índice de liquidez geral demonstra quanto a empresa possui capacidade financeira para honrar com todas suas obrigações de curto e longo prazo (Seabra, 2019). Sua fórmula é dada na Fórmula 2:

Fórmula 2. Liquidez Geral:

$$\text{Liquidez Geral (LG)} = \frac{\text{AC} + \text{ARLP}}{\text{PC} + \text{PNC}} \times 100$$

Fonte: Seabra, 2019.



O seu resultado recomendado é que seja 100% ou R\$1,00, ou seja, que a empresa possua pelo menos R\$1,00 em seus ativos circulantes e de longo prazo para honrar com suas obrigações de curto e longo prazo (SEABRA, 2019).

O índice de solvência indica quanto a empresa está apta a fazer frente as suas obrigações e ainda manter sua sustentabilidade patrimonial no futuro (Seabra, 2019). Sua fórmula é dada na Fórmula 3:

Fórmula 3. Fórmula de Índice de Solvência:

$$\text{Índice de Solvência (IS)} = \frac{AC + ANC}{PC + PNC} \times 100$$

Fonte: Seabra, 2019.

Seu resultado recomendado é que seja 100% ou R\$1,00 (Seabra, 2019).

O grau de endividamento geral demonstra quanto do total do ativo da empresa está comprometido para pagamento de terceiros (SEABRA, 2019). Obtém-se esse dado pela seguinte fórmula, conforme Fórmula 4:

Fórmula 4. Endividamento Geral:

$$\text{Endividamento Geral (EG)} = \frac{\text{Passivo Exigível (PE)}}{\text{Ativo Total (AT)}} \times 100$$

Fonte: Seabra, 2019.

Já a composição do endividamento revela quanto de dívida de curto prazo está representando em função do endividamento de curto e longo prazo da empresa. O ideal é que a composição do endividamento esteja mais direcionada a longo prazo (Seabra, 2019).

A fórmula para obtenção desse dado é a seguinte, conforme Fórmula 5:

Fórmula 5. Composição de Endividamento:

$$\text{Composição do Endividamento (CE)} = \frac{\text{Passivo Circulante (PC)}}{\text{Passivo Exigível (PE)}} \times 100$$

Fonte: Seabra, 2019.

Outro índice de suma importância para a análise da saúde financeira de uma empresa é a sua situação patrimonial líquida, que fundamentalmente é o resultado da empresa quando ela soma seus bens e direitos e diminui suas obrigações (Seabra, 2019). Ou dado melhor entendimento pela fórmula, conforme Fórmula 6:

Fórmula 6. Fórmula da Situação Patrimonial Líquida:

$$\text{SLP} = \text{ATIVO TOTAL (AT)} - \text{PASSIVO EXIGÍVEL (PE)}$$

Fonte: Seabra, 2019.



O resultado ideal é que este saldo seja superavitário, ou seja, que a empresa tenha folga financeira em seu patrimônio após quitar todas suas obrigações (Seabra, 2019).

Para saber quanto a empresa deixa em caixa em curto prazo, ou seja, após quitar suas obrigações no exercício corrente com os recursos de curto prazo, é utilizado o Capital de Giro Líquido (CGL). O ideal é que a empresa tenha recursos suficientes em curto prazo para saldar suas dívidas também de curto prazo e ainda ter folga ao final. Sua fórmula é dada, conforme Fórmula 7:

Fórmula 7. Fórmula do Capital de Giro Líquido:

$$\text{CGL} = \text{ATIVO CIRCULANTE} - \text{PASSIVO CIRCULANTE}$$

Fonte: Seabra, 2019.

2.3 DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

De acordo com a Lei nº 11.638/07, as empresas S.A são obrigadas a elaborar e publicar as seguintes demonstrações financeiras: Balanço Patrimonial, Demonstração das Mutações Patrimoniais ou Demonstração dos Lucros ou Prejuízos Acumulados, Demonstração dos Resultados do Exercício, Demonstração do Fluxo de Caixa e Demonstração do Valor Adicionado (PLANALTO, 2007).

O Balanço Patrimonial é dividido em três grupos, Ativo, Passivo Exigível e Patrimônio Líquido. O Ativo e Passivo Exigível se subdividem em circulante e não circulante, onde o primeiro trata dos direitos e obrigações do exercício corrente ou curto prazo e não circulante dos direitos e obrigações de exercícios seguintes ou de longo prazo (Seabra, 2019).

De acordo com Seabra (2019), o balanço patrimonial tem por objetivo apresentar a estrutura do patrimônio de uma empresa, é a demonstração contábil destinada a evidenciar, qualitativa e quantitativamente, numa determinada data, a posição patrimonial e financeira da entidade.

A Demonstração das Mutações Patrimoniais, é um complemento do Balanço Patrimonial, onde nela está evidenciado os fatos que provocaram mudanças internas sem alterar o patrimônio líquido, assim como as alterações do próprio patrimônio líquido (NETO, 2014).

A Demonstração do Resultado do Exercício tem por puro objetivo apurar o lucro ou o prejuízo do exercício. A Demonstração de Fluxo de Caixa é a demonstração que avalia a capacidade da empresa em reconhecer a sua efetiva capacidade de pagamento. Essa demonstração revela de onde e para onde os recursos de caixa foram originados e destinados no exercício (Neto, 2014).

A Demonstração do Valor Adicionado, em uma simples analogia, é como se fosse o PIB – Produto Interno Bruto da empresa, ou seja, quanto a companhia está agregando de valor através de suas atividades (Neto, 2014).

A análise das demonstrações financeiras tem por objetivo avaliar o desempenho econômico-financeiro da companhia em período passado para poder diagnosticar sua situação atual e principalmente entender o futuro comportamento da empresa com o que foi



apresentado até então. O que se pretende fazer ao analisar os dados das demonstrações financeiras é se embasar para tomar decisões estratégicas que visam liquidez, rentabilidade e estrutura patrimonial (Seabra, 2019).

Outro ponto que deve ser levado em consideração é quem analisa as demonstrações financeiras, existe um analista interno que compõe o quadro da empresa que é o que vai tomar as decisões a nível estratégico para mudar o comportamento da empresa e rever situações como gastos, investimentos e demais desempenhos de caráter interno. E há o analista externo que está normalmente numa posição de investidor ou credor. Para esse analista as demonstrações financeiras interessam para que haja um entendimento e um panorama do comportamento da empresa em função da capacidade de pagamento de suas obrigações, retorno financeiro a acionistas e investidores e principalmente como a empresa está se comportando em relação ao futuro, neste caso, na sua capacidade de crescimento e retorno de seus investimentos (Seabra, 2019).

3. METODOLOGIA

Os métodos de pesquisa adotados foram análise documental, pesquisa bibliográfica, levantamento *ex-post-facto*.

Os métodos de pesquisa adotados foram documentais, pesquisa bibliográfica e levantamento *ex-post-facto*.

A análise documental foi realizada através das demonstrações financeiras disponibilizadas nos sítios eletrônicos das próprias empresas, a parte bibliográfica foi realizada através de bases teóricas encontradas em livros e artigos cujo assunto foram convergentes com o que foi discutido na pesquisa e a pesquisa *ex-post-facto*, foi baseada em noticiários impressos, periódicos, artigos jornalísticos e científicos que puderem identificar relações de causa e efeito das questões discutidas nesta pesquisa.

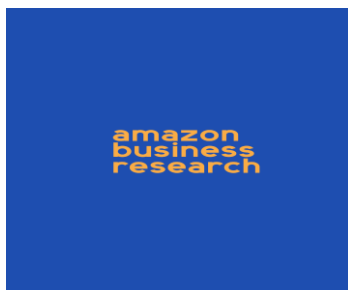
4. RESULTADOS

4.1 ANÁLISE DO BALANÇO PATRIMONIAL

A empresa Bemol S.A é uma empresa amazonense, fundada em 1943 pelos irmãos Samuel, Saul e Israel Benchimol, atualmente a companhia conta com 34 lojas físicas, 42 farmácias, 4 mercados, 19 casas lotéricas, 5 centros de distribuição e aproximadamente 4.100 funcionários. A empresa está inserida nos Estados do Amazonas, Acre, Roraima e Rondônia. Uma curiosidade sobre a empresa Bemol é que desde o ano de 1993, ela é a empresa do segmento comercial que mais arrecada

Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) para o Estado do Amazonas. A empresa possui uma política empresarial voltada para ética, Environmental, Social and Governance (ESG), inovação e melhoria contínua dos serviços.

A empresa Magazine Luiza surgiu em 1957 com o casal Luiza e Pelegriano Donato, ao longo dos anos a empresa foi se expandindo a nível nacional adquirindo outras redes de lojas regionais. A partir dos anos 2000, a companhia mergulhou no mercado de *e-commerce*, a partir de então suas vendas aumentaram e sua estratégia foi de comprar também redes de comércio eletrônicos como a Netshoes.



Atualmente a rede possui 1.246 lojas físicas em 21 Estados do país, cerca de 37.000 funcionários e 21 centros de distribuição.

A empresa Casas Bahia iniciou suas atividades em 1952 com Samuel Klein, hoje a rede possui aproximadamente 57.000 funcionários e 900 lojas físicas em 21 Estados e no Distrito Federal. A empresa Casas Bahia ao longo dos anos passou por processos de fusão e recompra, como o que aconteceu em 2009 quando o Grupo Pão de Açúcar adquiriu a empresa e anos depois a família Klein sob a gestão da Via Varejo readquiriu a empresa Casas Bahia, após esse período a empresa compra a empresa Ponto Frio que passa a se chamar Ponto: e a rede Extra.

Ao analisarmos as demonstrações financeiras das três empresas entre os anos de 2018 e 2023, podemos observar primeiramente através de seus ativos a seguinte comparação entre elas:

A empresa Bemol (Tabela 1) apresentou melhora ano após ano na sua situação de ativos, circulante e não circulante, a empresa Casas Bahia (Tabela 2) sofre queda em relação ao ano anterior em 2019 e 2023 e nos outros anos apresentou aumento em seus ativos, a empresa Magazine Luiza (Tabela 3) apresentou aumento em seus ativos no período entre 2018 e 2021 e apresentou queda em 2022 e 2023. Somente ao analisarmos os ativos das empresas não demonstra o comportamento de seus demais resultados, mas já começa a nortear o comportamento do consumo no período.

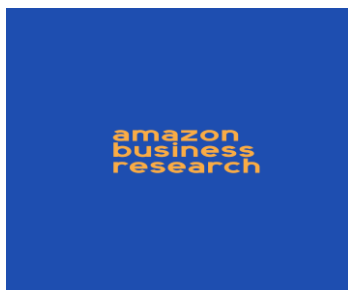
Tabela 1. Demonstrações Financeiras da Empresa Bemol (2018 a 2023).

BEMOL S.A	2023	2022	2021	2020	2019	2018
ATIVO (em MILHARES de R\$)	3.788.929	2.951.888	2.501.097	1.919.928	1.453.901	985.660
ATIVO CIRCULANTE	3.125.906	1.881.957	1.562.558	1.553.379	1.103.607	812.293
ATIVOS NÃO CIRCULANTES	663.023	1.069.931	938.539	366.549	350.294	173.367
ARLP (Ativo Realizável a Longo Prazo)	155.342	621.525	522.496	21.282	10.135	7.482
ATIVOS PERMANENTES	507.681	448.406	416.043	345.267	340.159	165.885
Investimentos	0	0	0	0	0	0
Imobilizados	278.561	283.783	270.780	219.626	205.683	165.430
Direito de uso em arrendamento	228.554	164.538	145.178	125.516	134.186	0
Intangíveis	566	85	85	125	290	455
BEMOL S.A	2023	2022	2021	2020	2019	2018
PASSIVO	2.088.807	1.648.129	1.358.508	1.049.505	722.775	520.887
PASSIVO CIRCULANTE	1.215.814	1.098.268	824.472	767.939	565.993	485.730
PASSIVO NÃO CIRCULANTE	872.993	549.861	534.036	281.566	156.782	35.157
PATRIMÔNIO LÍQUIDO	1.700.122	1.303.759	1.142.589	870.423	1.453.901	985.660

Fonte: Elaborado pelo autor, 2024.

Nota¹: Dados extraídos das Demonstrações Financeiras da Bemol de 2018 a 2023.

Tabela 2. Demonstrações Financeiras da Empresa Casas Bahia (2018 a 2023).



CASAS BAHIA	2023	2022	2021	2020	2019	2018
ATIVO (em MILHÕES de R\$)	31.996	35.574	35.340	33.056	24.424	24.676
ATIVO CIRCULANTE	13.350	17.123	18.464	19.248	12.452	13.552
ATIVOS NÃO CIRCULANTES	18.646	18.451	16.876	13.808	11.972	11.124
ARLP (Ativo Realizável a Longo Prazo)	11.554	10.929	9.489	7.457	5.573	4.798
ATIVOS PERMANENTES	7.092	7.522	7.387	6.351	6.399	6.326
Investimentos	298	265	225	206	145	108
Imobilizados	1.478	1.737	1.712	1.413	1.369	1.444
Ativo de direito de uso	2.561	2.816	3.307	3.079	3.640	3.401
Intangíveis	2.755	2.704	2.143	1.653	1.245	1.373
CASAS BAHIA	2023	2022	2021	2020	2019	2018
PASSIVO	28.542	30.290	29.703	27.077	23.846	22.677
PASSIVO CIRCULANTE	18.829	19.750	18.677	18.497	15.733	15.325
PASSIVO NÃO CIRCULANTE	9.713	10.540	11.026	8.580	8.113	7.352
PATRIMÔNIO LÍQUIDO	3.454	5.284	5.637	5.979	578	1.999

Fonte: Elaborado pelo autor, 2024.

Nota¹: Dados extraídos das Demonstrações Financeiras da Casas Bahia de 2018 a 2023.

Tabela 3. Demonstrações Financeiras da Empresa Magazine Luiza (2018 a 2023).

MAGAZINE LUIZA	2023	2022	2021	2020	2019	2018
ATIVO (em MILHARES de R\$)	37.455.067	37.765.845	38.384.616	24.647.203	19.791.073	8.796.741
ATIVO CIRCULANTE	20.221.163	21.938.136	24.509.810	16.798.810	12.841.161	6.412.390
ATIVOS NÃO CIRCULANTES	17.233.904	15.827.709	13.874.806	7.848.393	6.949.912	2.384.351
ARLP (Ativo Realizável a Longo Prazo)	7.222.005	5.594.390	3.858.728	1.850.995	1.748.703	722.814
ATIVOS PERMANENTES	10.011.899	10.233.319	10.016.078	5.997.398	5.201.209	1.661.537
Investimentos	322.516	338.833	407.780	386.725	305.091	308.462
Imobilizados	1.841.522	1.955.479	1.938.713	1.258.162	1.076.704	754.253
Ativo de direito de uso	3.343.054	3.511.497	3.362.998	2.465.514	2.273.786	0
Intangíveis	4.504.807	4.427.510	4.306.587	1.886.997	1.545.628	598.822
MAGAZINE LUIZA	2023	2022	2021	2020	2019	2018
PASSIVO	27.844.533	27.117.144	27.123.385	17.321.916	12.226.136	6.493.869
PASSIVO CIRCULANTE	17.408.127	14.832.925	15.257.189	13.416.145	8.002.587	5.388.598
PASSIVO NÃO CIRCULANTE	10.436.406	12.284.219	11.866.196	3.905.771	4.223.549	1.105.271
PATRIMÔNIO LÍQUIDO	11.261.231	7.325.287	11.261.231	7.325.287	7.564.937	2.302.872

Fonte: Elaborado pelo autor, 2024.

Nota¹: Dados extraídos das Demonstrações Financeiras da Magazine Luiza de 2018 a 2023.

Considerando os resultados da análise da situação líquida patrimonial das empresas, o cenário da empresa Bemol é consideravelmente mais favorável que as demais. A empresa amazonense varia entre 44,87% a 50,29% de Patrimônio Líquido, ou seja, o quanto ela possui de recursos disponíveis para pagar todas as suas obrigações. Este cenário é completamente diferente das outras duas, onde a empresa Casas Bahia chegou a apresentar até 2,37% de patrimônio líquido na sua pior situação e 18,09% em sua melhor situação. Já a empresa Magazine Luiza variou seu patrimônio líquido entre 25,66% e 38,22%.

As três empresas não apresentaram situação patrimonial líquida favorável em nenhum de seus cenários. A empresa Bemol é a que apresenta uma sustentabilidade patrimonial um pouco mais próxima da ideal, que é onde seus índices patrimoniais estão próximo ou acima de 50%, ainda assim apresenta estabilidade e consistência em seus números, diferente das demais que apresentam uma forte variação entre os períodos, conforme demonstrado na Tabela 4:

Tabela 4. Situação Líquida Patrimonial (2018 a 2023).

BEMOL S.A	2023	2022	2021	2020	2019	2018
SITUAÇÃO LÍQUIDA PATRIMONIAL (SLP)	1.700.122 44,87%	1.303.759 44,17%	1.142.589 45,68%	870.423 45,34%	731.126 50,29%	464.773 47,15%



CASAS BAHIA	2023	2022	2021	2020	2019	2018
SITUAÇÃO LÍQUIDA PATRIMONIAL (SLP)	3.454	5.284	5.637	5.979	578	1.999
	10,80%	14,85%	15,95%	18,09%	2,37%	8,10%
MAGAZINE LUIZA	2023	2022	2021	2020	2019	2018
SITUAÇÃO LÍQUIDA PATRIMONIAL (SLP)	9.610.534	10.648.701	11.261.231	7.325.287	7.564.937	2.302.872
	25,66%	28,20%	29,34%	29,72%	38,22%	26,18%

Fonte: Elaborado pelo autor, 2024.

Nota¹: Dados extraídos das Demonstrações Financeiras das empresas Bemol S.A., Casas Bahia e Magazine Luiza de 2018 a 2023.

Quando se analisa a estrutura de capital das empresas, a empresa Bemol é a única que possui uma estrutura de capital considerada boa, pois seu ativo circulante é superior que seu passivo circulante e seu patrimônio líquido é maior que seus ativos permanentes, ou seja, no pior dos cenários a empresa Bemol consegue honrar com seus compromissos a curto prazo e se precisar utilizar seu patrimônio líquido para honrar compromissos de longo prazo estes estarão cobertos.

As outras duas empresas apresentaram cenários distintos da empresa amazonense, a empresa Casas Bahia, por exemplo, não consegue honrar com seus compromissos de curto prazo e seu patrimônio líquido é insuficiente para quitar dívidas de longo prazo em qualquer momento do período estudado.

A empresa Magazine Luiza não possui uma situação tão confortável quanto a empresa Bemol, mas apresenta uma estrutura de capital razoável, onde em quatro anos do período analisado ela conseguiu cumprir com suas obrigações de curto prazo e seu patrimônio líquido foi suficiente para sanar as obrigações de longo prazo. Somente no ano de 2022, seu patrimônio líquido foi insuficiente para honrar os compromissos de longo prazo, porém no ano seguinte houve recuperação desse índice.

Tabela 5. Estrutura de Capital (2018 a 2023).

BEMOL S.A	2023	2022	2021	2020	2019	2018
ESTRUTURA DE CAPITAL						
	2023	2022	2021	2020	2019	2018
AC/AT	82,50%	63,75%	62,47%	80,91%	75,91%	82,41%
ANC/AT	17,50%	36,25%	37,53%	19,09%	24,09%	17,59%
PC/PE	32,09%	37,21%	32,96%	40,00%	26,00%	32,24%
PNC/PE	23,04%	18,63%	21,35%	14,67%	7,20%	2,33%
PL	44,87%	44,17%	45,68%	45,34%	66,79%	65,43%
AP	13,40%	15,19%	16,63%	17,98%	23,40%	16,83%
CASAS BAHIA	2023	2022	2021	2020	2019	2018
ESTRUTURA DE CAPITAL						
AC/AT	41,72%	48,13%	52,25%	58,23%	50,98%	54,92%
ANC/AT	58,28%	51,87%	47,75%	41,77%	49,02%	45,08%
PC/PE	58,85%	55,52%	52,85%	55,96%	64,42%	62,10%
PNC/PE	30,36%	29,63%	31,20%	25,96%	33,22%	29,79%
PL	10,80%	14,85%	15,95%	18,09%	2,37%	8,10%
AP	22,17%	21,14%	20,90%	19,21%	26,20%	25,64%



Amazon Business Research (ABR)

ISSN 2595-8909

n. 03, p. 72-91, ANO 2025

DOI: <https://doi.org/10.59666/abr.v0i3.4261>

MAGAZINE LUIZA	2023	2022	2021	2020	2019	2018
ESTRUTURA DE CAPITAL						
AC/AT	53,99%	58,09%	63,85%	68,16%	64,88%	72,90%
ANC/AT	46,01%	41,91%	36,15%	31,84%	35,12%	27,10%
PC/PE	44,52%	43,07%	39,75%	54,43%	40,44%	61,26%
PNC/PE	26,69%	35,67%	30,91%	15,85%	21,34%	12,56%
PL	28,80%	21,27%	29,34%	29,72%	38,22%	26,18%
AP	26,73%	27,10%	26,09%	24,33%	26,28%	18,89%

Fonte: Elaborado pelo autor, 2024.

Nota¹: Dados extraídos das Demonstrações Financeiras das empresas Bemol S.A., Casas Bahia e Magazine Luiza de 2018 a 2023.

Quanto à análise do capital de giro líquido, novamente a empresa Bemol se destaca entre as duas empresas nacionais. Em todo o período a empresa Bemol apresenta capital de giro líquido confortável para arcar com suas despesas a curto prazo. A empresa Magazine Luiza apresenta saldo positivo em seu capital de giro líquido, no entanto há uma variação grande no período estudado que vai de 16,16% em 2023 a 60,64% em 2021, os demais anos se encontram dentro dessa faixa, conforme tabela. A empresa Casas Bahia das três empresas é a que detém o pior cenário em capital de giro líquido, em todo o período estudado seu índice foi negativo, ou seja, a empresa não possui recursos para honrar suas dívidas a curto prazo, conforme Tabela 6: **Tabela 6. Capital de Giro Líquido (2018 a 2023).**

BEMOL S.A	2023	2022	2021	2020	2019	2018
CAPITAL DE GIRO LÍQUIDO (CGL)	1.910.092	783.689	738.086	785.440	537.614	326.563
	157,10%	71,36%	89,52%	102,28%	94,99%	67,23%
CASAS BAHIA	2023	2022	2021	2020	2019	2018
CAPITAL DE GIRO LÍQUIDO (CGL)	-5.479	-2.627	-213	751	-3.281	-1.773
	-29,10%	-13,30%	-1,14%	4,06%	-20,85%	-11,57%
MAGAZINE LUIZA	2023	2022	2021	2020	2019	2018
CAPITAL DE GIRO LÍQUIDO (CGL)	2.813.036	7.105.211	9.252.621	3.382.665	4.838.574	1.023.792
	16,16%	47,90%	60,64%	25,21%	60,46%	19,00%

Fonte: Elaborado pelo autor, 2024.

Nota¹: Dados extraídos das Demonstrações Financeiras das empresas Bemol S.A., Casas Bahia e Magazine Luiza de 2018 a 2023.

Quando se fala em índice de liquidez corrente, geral, índice de solvência, endividamento geral e composição do endividamento temos os conceitos a serem apresentados primeiramente, e posteriormente a análise das três empresas.

Os índices de liquidez medem a capacidade de pagamento de uma empresa, no caso da liquidez corrente, refere-se a quanto do ativo circulante está disponível para arcar com o passivo circulante. A liquidez geral é a capacidade que a empresa tem em cumprir com suas obrigações a longo prazo.

O índice de solvência revela se a empresa tem condições de fazer frente a suas obrigações com seus ativos e ainda assim garantir seu patrimônio líquido no futuro. O ideal é que o índice de solvência seja superior a 1,50.

O endividamento geral demonstra o quanto a empresa está endividada, recomenda-se que este índice esteja abaixo de 50% ou 0,50.

A composição do endividamento representa o quanto a empresa está endividada a curto prazo, o ideal é que este índice esteja em até 50% ou 0,50.



A respeito dos conceitos apresentados acima, mais uma vez a empresa Bemol se destaca por um cenário positivo em relação às outras empresas analisadas. A empresa possui caixa para arcar seus compromissos a curto prazo e longo prazo, possui lastro financeiro para arcar com suas obrigações sem fazer uso de seus ativos permanentes, possui baixo índice de endividamento e concentra parte das suas dívidas em período de longo prazo, ou seja, possui cenário extremamente favorável financeiramente.

A empresa Casas Bahia é a que possui pior situação financeira já que não possui liquidez para sanar suas dívidas a curto e longo prazo, seus endividamentos são altos tanto em curto quanto em longo prazo e a sua capacidade de solvência no período analisado é extremamente baixa, chegando a quase consumir todo seu patrimônio em caso falimentar.

A empresa Magazine Luiza apresenta situação regular em todos os seus índices, necessitando de atenção em sua administração de recursos principalmente nas responsabilidades com recursos a longo prazo, já que seus índices estão no limite de sua capacidade em todo o período analisado.

Algo comum entre as três empresas analisadas foi a composição do endividamento, desde 2018 até 2023, as empresas reduziram este índice, ou seja, diminuíram suas dívidas a curto prazo. As três também mantiveram seu endividamento geral num padrão não evolutivo e sim linear, sem grandes alterações ao longo do período.

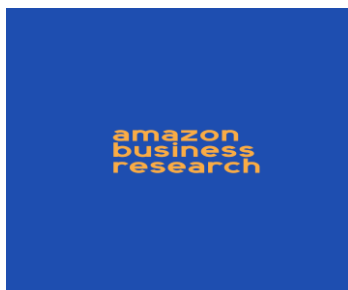
Tabela 7. Composição de Endividamento (2018 a 2023).

BEMOL S.A	2023	2022	2021	2020	2019	2018
LIQUIDEZ CORRENTE	2,57	1,71	1,90	2,02	1,95	1,67
LIQUIDEZ GERAL	1,57	1,52	1,53	1,50	1,54	1,57
ÍNDICE DE SOLVÊNCIA	1,81	1,79	1,84	1,83	2,01	1,89
ENDIVIDAMENTO GERAL	0,55	0,56	0,54	0,55	0,50	0,53
COMPOSIÇÃO DO ENDIVIDAMENTO	0,58	0,67	0,61	0,73	0,78	0,93
CASAS BAHIA	2023	2022	2021	2020	2019	2018
LIQUIDEZ CORRENTE	0,71	0,87	0,99	1,04	0,79	0,88
LIQUIDEZ GERAL	0,87	0,93	0,94	0,99	0,76	0,81
ÍNDICE DE SOLVÊNCIA	1,12	1,17	1,19	1,22	1,02	1,09
ENDIVIDAMENTO GERAL	0,89	0,85	0,84	0,82	0,98	0,92
COMPOSIÇÃO DO ENDIVIDAMENTO	0,66	0,65	0,63	0,68	0,66	0,68
MAGAZINE LUIZA	2023	2022	2021	2020	2019	2018
LIQUIDEZ CORRENTE	1,16	1,48	1,61	1,25	1,60	1,19
LIQUIDEZ GERAL	0,99	1,02	1,05	1,08	1,19	1,10
ÍNDICE DE SOLVÊNCIA	1,35	1,39	1,42	1,42	1,62	1,35
ENDIVIDAMENTO GERAL	0,74	0,72	0,71	0,70	0,62	0,74
COMPOSIÇÃO DO ENDIVIDAMENTO	0,63	0,55	0,56	0,77	0,65	0,83

Fonte:Elaborado pelo autor, 2024.

Nota!: Dados extraídos das Demonstrações Financeiras das empresas Bemol S.A., Casas Bahia e Magazine Luiza de 2018 a 2023.

Confirmando a performance das três empresas e observando seus resultados sobre as vendas, podemos observar que a empresa Bemol sempre apresentou uma tendência crescente em suas vendas e em seu resultado de vendas, pelos números apresentados, a empresa possui boa margem entre suas receitas de venda e seus custos operacionais. Com exceção dos anos de 2020 e 2022 que apresentaram quedas em seu lucro líquido do exercício, nos demais anos de estudos a empresa apresentou aumento em sua lucratividade.



A empresa Casas Bahia infelizmente amarga um cenário completamente contrário, com acúmulo de déficit em seu lucro líquido. Os anos estudados todos foram deficitários. Suas operações de venda não conseguem suprir seus custos operacionais e nem as próprias operações com vendas e administrativas.

A empresa Magazine Luiza apresentou aumento no lucro líquido em 2019, queda em 2020, aumento em 2021 e 2022 e novamente queda em 2023, ou seja, uma grande instabilidade em sua performance no período estudado. Mesmo nos anos que o lucro líquido demonstrou queda, a empresa apresentou aumento em sua receita de vendas, com exceção do ano de 2023, que mesmo com acréscimo nas vendas, o resultado líquido foi menor que o ano anterior.

Tabela 8. Demonstrativo do Resultado do Exercício da Bemol (2018 a 2023)

DEMONSTRATIVO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO						
BEMOL S.A	2023	2022	2021	2020	2019	2018
RECEITA LÍQUIDA DE VENDAS	3.418.954	3.044.268	2.776.439	2.577.287	2.069.689	1.802.325
CUSTOS (-)	-2.333.392	-2.050.097	-1.973.611	-1.739.170	-1.432.089	-1.220.844
RESULTADO BRUTO	1.085.562	994.171	802.828	838.117	637.600	581.481
DESP E REC. OPERACIONAIS						
COM VENDAS	-813.538	-739.331	-561.743	-597.876	-515.669	-413.073
GERAIS E ADMINISTRATIVAS	-276.171	-239.973	-248.324	-151.771	-107.754	-88.464
TRIBUTÁRIAS	0	0	0	0	-11.966	-11.812
RESULT. DE EQUIV. PATRIMONIAL	0	0	0	0	0	0
OUTRAS RECEITAS OPERACIONAIS	337.648	129.574	40.104	188.846	360.425	226.19
TOTAL	-752.061	-849.730	-409.027	-560.801	-274.964	-490.730
EBIT / LAJIR	333.501	144.441	393.801	277.316	362.636	90.751
RESULTADO FINANCEIRO	257.102	-11.074	126.173	45.020	80.945	86.481
RECEITA FINANCEIRA	416.613	150.652	213.004	94.202	114.568	103.249
DESPESA FINANCEIRA	-159.511	-161.726	-86.831	-49.182	-33.623	-16.768
LAIR	590.603	133.367	519.974	322.336	443.581	177.232
LUCRO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO	493.373	185.139	381.171	226.955	369.136	96.847

Fonte: Elaborado pelo autor, 2024.

Nota¹: Dados extraídos das Demonstrações Financeiras da empresa Bemol S.A., de 2018 a 2023.

Tabela 9. Demonstrativo do Resultado do Exercício da Empresa Casas Bahia (2018 a 2023).

DEMONSTRATIVO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO						
CASAS BAHIA	2023	2022	2021	2020	2019	2018
RECEITA LÍQUIDA DE VENDAS	28.847	30.898	30.899	28.901	25.655	26.928
CUSTOS (-)	-20.154	-21.684	-21.572	-19.435	-18.312	-18.901
RESULTADO BRUTO	8.693	9.214	9.327	9.466	7.343	8.027
DESP E REC. OPERACIONAIS						
COM VENDAS	-5.883	-6.160	-7.121	-5.892	-5.564	-5.158
GERAIS E ADMINISTRATIVAS	-1.181	-936	-1.077	-891	-931	-1.034
DEPRECIações E AMORTIZAÇÕES	-940	-895	-799	-731	-702	-613
OUTRAS RECEITAS OPERACIONAIS	-1.262	-102	-718	-386	-1.235	-539
TOTAL	-9.266	-8.093	-9.715	-7.900	-8.432	-7.344
EBIT / LAJIR	-573	1.121	-388	1.566	-1.089	683
RESULTADO FINANCEIRO	-3.041	-2.244	-1.217	-696	-962	-1.147
LAIR	-3.614	-9.953	-1.605	870	-2.051	-464
LUCRO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO	-2.625	-342	-297	1.004	-1.433	-291

Fonte: Elaborado pelo autor, 2024.

Nota¹: Dados extraídos das Demonstrações Financeiras da empresa Casas Bahia de 2018 a 2023.

Tabela 10. Demonstrativo do Resultado do Exercício da Empresa Magazine Luiza (2018 a 2023).

DEMONSTRATIVO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO						
MAGAZINE LUIZA	2023	2022	2021	2020	2019	2018
RECEITA LÍQUIDA DE VENDAS	36.768.149	37.299.002	35.278.150	29.177.113	19.886.310	15.590.444
CUSTOS (-)	-26.604.266	-26.860.106	-26.791.345	-21.657.151	-14.332.349	-11.053.022
RESULTADO BRUTO	10.163.883	10.438.896	8.486.805	7.519.962	5.553.961	4.537.422
DESP E REC. OPERACIONAIS						
COM VENDAS	-7.002.066	-6.741.109	-6.374.429	-5.162.618	-3.444.112	-2.747.447
GERAIS E ADMINISTRATIVAS	-1.335.204	-1.370.198	-1.031.654	-906.799	-701.587	-596.143
PERDAS COM CRED DE LIQ DUVIDOSA	-386.157	-239.658	-154.244	-118.119	-75.993	-59.737
DEPRECIACÕES E AMORTIZAÇÕES	-1.242.690	-1.163.624	-816.964	-702.523	-486.975	-163.690
EQUIVALENCIA PATRIMONIAL	-19.010	-35.738	99.328	119.929	26.607	57.757
OUTRAS RECEITAS OPERACIONAIS	-550.904	-116.934	261.760	74.744	416.662	53.389
TOTAL	-10.536.031	-9.667.261	-8.016.203	-6.695.386	-4.265.398	-3.455.871
EBIT/LAJIR	-372.148	771.635	470.602	824.576	1.288.563	1.081.551
RESULTADO FINANCEIRO	-1.692.219	-2.041.033	-689.011	-410.495	-70.413	-294.688
LAIR	-2.064.367	760.561	-218.409	414.081	1.218.150	786.863
LUCRO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO	764.873	1.726.510	590.661	391.709	921.828	597.429

Fonte: Elaborado pelo autor, 2024.

Nota¹: Dados extraídos das Demonstrações Financeiras da empresa Magazine Luiza de 2018 a 2023.

Diante dos conjuntos de informações interpretados, aliado com informações constantes nas próprias demonstrações financeiras, nota-se que a empresa Bemol S.A possui diversificação em suas operações como drogarias, casas lotéricas, serviços financeiros e fazendas de energia solar.

As empresas Casas Bahia e Magazine Luiza, diferente da empresa amazonense, não evidenciam outras atividades econômicas além da própria atividade varejista.

Em relação às políticas de *disclosure*, a empresa Bemol e empresa Casas Bahia possuem bons índices de transparências em suas demonstrações financeiras, nelas é possível evidenciar as políticas para a sociedade e as políticas internas dos acionistas, já a empresa Magazine Luiza, possui uma restrição de informação maior que as demais.

5. CONCLUSÃO

Neste estudo, foi realizada uma análise do desempenho financeiro por meio da aplicação de indicadores nas demonstrações financeiras com o objetivo de relacionar os resultados de três empresas do setor de varejo no Brasil, sendo duas de projeção nacional e uma regional, as análises consideraram o indicadores de desempenho em contraste com cenário macroeconômico do Brasil. Os resultados foram significativos pois, um dos primeiros questionamentos realizados foi se haveria uma crise no setor varejista ou uma crise na gestão das empresas do setor.

Primeiramente, pôde-se observar que a empresa Bemol S.A obteve um comportamento e uma performance financeira em seus resultados superior às outras empresas estudadas. A empresa apresentou estabilidade em seus gastos, aumento de lucratividade e boa sustentabilidade financeira nos anos estudados, inclusive em período de pandemia. Este achado é crucial pois evidencia que a empresa mesmo em tempos de crise conseguiu manter-se estável financeiramente. Além disso, a diversificação de sua esteira de produtos pode ser um fator que tenha ajudado a equilibrar e melhorar seus resultados. Outro ponto que deve ser levado em consideração, é a operação enxuta no que diz respeito a quantidade de lojas físicas e o seu porte em relação às outras empresas estudadas. Com uma estrutura mais reduzida e melhor aproveitada, tem-se uma melhor otimização e racionalização de recursos pessoais e financeiros.



Ao contrário da empresa amazonense, empresa Bemol S.A, a empresa Casas Bahia é a que apresentou pior resultado das três empresas analisadas, seu comportamento financeiro revela que o setor esteve bem impulsionado no período apresentando aumento nas vendas nos anos estudados e mesmo assim a empresa em quatro dos cinco anos estudados amargou prejuízo em suas operações, o que revela claramente o objeto do estudo: que o setor do varejo não está em crise, mas sim a crise está na gestão.

A empresa Magazine Luiza também não figura excelentes resultados, no entanto vem apresentando melhorias em suas performances, o ano de 2020 e 2021, epicentro da pandemia, foram onde a empresa mais sofreu com seus resultados, diferente da empresa Bemol que apenas 2020 teve impacto significativo em sua lucratividade. Ainda assim a empresa Magazine Luiza vem apresentando bons resultados, longe de estarem excelentes, mas já aponta para uma melhoria futura. Inclusive no ano de 2018 a empresa passou por uma grande modificação em sua diretoria, o que revelou uma mudança significativa para melhor no ano seguinte e em 2022 – pós pandemia.

A relevância desse estudo é destacada pela análise dos demonstrativos financeiros da empresa e de como uma análise direcionada e objetiva pode revelar, através de uma série histórica, o comportamento atual e expectativa de futuro de uma empresa, principalmente quando trata-se de gestão de empresas de um mesmo segmento. Nossos resultados contribuem para a literatura existente ao dar ênfase nas análises das situações líquidas patrimoniais, capital de giro, índices de liquidez, solvência, endividamento e ao analisar os demonstrativos de resultado de exercício. Além disso, o estudo apresenta implicações práticas como elaboração de tabelas e gráficos comparativos tanto do setor varejista quanto das empresas de forma individualizada e por série histórica.

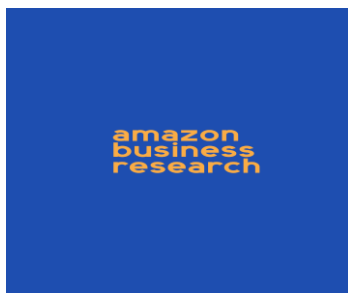
No entanto, é importante reconhecer as limitações deste estudo. Primeiramente o acesso às informações que são restritas e encontradas apenas no sítio eletrônico das empresas. Em segundo lugar, as três não dispõem de transparência no seu modelo de gestão. Em terceiro lugar, as literaturas jornalísticas analisadas não são objetos que podem ser validados neste estudo, tendo em vista que algumas delas podem possuir caráter tendencioso positivo ou negativo. Essas limitações sugerem que os resultados devem ser interpretados com cautela e que futuras pesquisas devem considerar situações de comportamento de consumidor, localidades, dificuldades de logísticas e geografia e outros personagens do segmento.

Em conclusão, este estudo permitiu uma maior compreensão das demonstrações financeiras e seus resultados correlacionados com a gestão das empresas e destacando a importância de se fazer uma boa gestão, para o enfrentamento e travessias das crises setoriais sem perder desempenho e constância em seus resultados financeiros. Espera-se que este estudo incentive futuras pesquisas e contribua para o avanço do conhecimento neste campo.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BEMOL, 2018. Demonstrações Financeiras. Disponível em: <https://www.bemol.com.br/institucional>. Acesso em: 28 set. 2024.

BEMOL, 2019. Demonstrações Financeiras. Disponível em: <https://www.bemol.com.br/institucional>. Acesso em: 28 set. 2024.



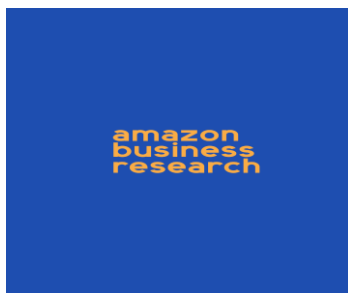
Amazon Business Research (ABR)

ISSN 2595-8909

n. 03, p. 72-91, ANO 2025

DOI: <https://doi.org/10.59666/abr.v0i3.4261>

- BEMOL, 2020. Demonstrações Financeiras. Disponível em: <https://www.bemol.com.br/institucional>. Acesso em: 28 set. 2024.
- BEMOL, 2021. Demonstrações Financeiras. Disponível em: <https://www.bemol.com.br/institucional>. Acesso em: 28 set. 2024.
- BEMOL, 2022. Demonstrações Financeiras. Disponível em: <https://www.bemol.com.br/institucional>. Acesso em: 28 set. 2024.
- BEMOL, 2023. Demonstrações Financeiras. Disponível em: <https://www.bemol.com.br/institucional>. Acesso em: 28 set. 2024.
- CASAS BAHIA, 2018. Demonstrações Financeiras. Disponível em: https://mz-filemanager.s3.amazonaws.com/ce9bff9f-fb19-49b9-9588-c4c6b7052c9c/file_manager/03668f0c-4976-4096-a832-1b3e07f99378/dfp_2018.pdf. Acesso em: 28 set. 2024.
- CASAS BAHIA, 2019. Demonstrações Financeiras. Disponível em: https://s3.amazonaws.com/mz-filemanager/ce9bff9f-fb19-49b9-9588-c4c6b7052c9c/73cb971b-b153-44b4-b502-7878cf476789_DFP19%20VVAR_Final_v01.pdf. Acesso em: 28 set. 2024.
- CASAS BAHIA, 2020. Demonstrações Financeiras. Disponível em: <https://api.mziq.com/mzfilemanager/v2/d/ce9bff9f-fb19-49b9-9588-c4c6b7052c9c/bd3b910b-c19b-2606-c083-347e1a603d30?origin=1>. Acesso em: 28 set. 2024.
- CASAS BAHIA, 2021. Demonstrações Financeiras. Disponível em: <https://api.mziq.com/mzfilemanager/v2/d/ce9bff9f-fb19-49b9-9588-c4c6b7052c9c/befe1b29-1bc2-e7fb-9607-983a2106cf0c?origin=1>. Acesso em: 28 set. 2024.
- CASAS BAHIA, 2022. Demonstrações Financeiras. Disponível em: <https://api.mziq.com/mzfilemanager/v2/d/ce9bff9f-fb19-49b9-9588-c4c6b7052c9c/e93dbfc3-0502-7a12-a76f-a500b6fe108e?origin=1>. Acesso em: 28 set. 2024.
- CASAS BAHIA, 2023. Demonstrações Financeiras. Disponível em: <https://api.mziq.com/mzfilemanager/v2/d/ce9bff9f-fb19-49b9-9588-c4c6b7052c9c/fab7c78b-3c6b-92fc-4874-6975ecdc9557?origin=1>. Acesso em: 28 set. 2024.
- DRUCKER, Peter F. Inovacao e espirito empreendedor (entrepreneurship). Pioneira, 1986.
- MAGAZINE LUIZA, 2018. Demonstrações Financeiras. Disponível em: <https://ri.magazineluiza.com.br/ListResultados/Download.aspx?Arquivo=+mZzBAqqWt/00RFJl56+hg==>. Acesso em: 28 set. 2024.
- MAGAZINE LUIZA, 2019. Demonstrações Financeiras. Disponível em: <https://ri.magazineluiza.com.br/ListResultados/Download.aspx?Arquivo=EDjHO0Z4QwPGXaBjhVLPwh==>. Acesso em: 28 set. 2024.
- MAGAZINE LUIZA, 2020. Demonstrações Financeiras. Disponível em: <https://ri.magazineluiza.com.br/ListResultados/Download.aspx?Arquivo=vISJ3CKULpKzPN6pjAcCDA==>. Acesso em: 28 set. 2024.



Amazon Business Research (ABR)

ISSN 2595-8909

n. 03, p. 72-91, ANO 2025

DOI: <https://doi.org/10.59666/abr.v0i3.4261>

MAGAZINE LUIZA, 2021. Demonstrações Financeiras. Disponível em: <https://ri.magazineluiza.com.br/ListResultados/Download.aspx?Arquivo=EODr40Ijk6Txe4Ny4iJU5w==>. Acesso em: 28 set. 2024.

MAGAZINE LUIZA, 2022. Demonstrações Financeiras. Disponível em: <https://ri.magazineluiza.com.br/ListResultados/Download.aspx?Arquivo=1ma7Uig6SY1ApD3uYujvpw==>. Acesso em: 28 set. 2024.

MAGAZINE LUIZA, 2023. Demonstrações Financeiras. Disponível em: <https://ri.magazineluiza.com.br/ListResultados/Download.aspx?Arquivo=BmfmPVpAeRGWhJUMiHaE0w==>. Acesso em: 28 set. 2024.

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

PLANALTO, 2007. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/lei/111638.htm. Acesso em: 28 set. 2024.

SBVC. O Papel do Varejo na Economia Brasileira, 10ª Edição 2023. Disponível em: https://sbvc.com.br/wp-content/uploads/2023/06/O-Papel-do-Varejo-na-Economia-Brasileira_2023-SBVC_vfinal-1.pdf. Acesso em: 28 set. 2024.

SBVC. O Papel do Varejo na Economia Brasileira, 11ª Edição 2024. Disponível em https://sbvc.com.br/wp-content/uploads/2024/05/O-Papel-do-Varejo-na-Economia-Brasileira_2024-SBVC-revisado-1.pdf. Acesso em: 28 set. 2024.

SBVC. O Papel do Varejo na Economia Brasileira, Atualização 2019. Disponível em: https://sbvc.com.br/wp-content/uploads/2019/07/O-Papel-do-Varejo-na-Economia-Brasileira-SBVC_2019.pdf. Acesso em: 28 set. 2024.

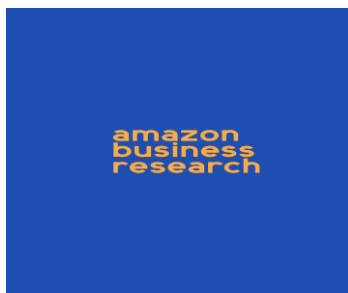
SBVC. O Papel do Varejo na Economia Brasileira, Atualização 2020. Disponível em: https://sbvc.com.br/wp-content/uploads/2020/04/O-Papel-do-Varejo-na-Economia-Brasileira_2020-SBVC-vfinal.pdf. Acesso em: 28 set. 2024.

SBVC. O Papel do Varejo na Economia Brasileira, Atualização 2021. Disponível em: https://sbvc.com.br/wp-content/uploads/2021/04/O-Papel-do-Varejo-na-Economia-Brasileira_2021-SBVC-4.pdf. Acesso em: 28 set. 2024.

SBVC. O Papel do Varejo na Economia Brasileira, Atualização 2022. Disponível em: https://sbvc.com.br/wp-content/uploads/2022/04/O-Papel-do-Varejo-na-Economia-Brasileira_2022-SBVC-final-2.pdf. Acesso em: 28 set. 2024.

SBVC. O Papel do Varejo na Economia Brasileira, Atualização Junho/2018. Disponível em: https://sbvc.com.br/wp-content/uploads/2018/07/O_Papel_do_Varejo_na_Economia_Brasileira_SBVC_atualizacao_2018_vfinal.pdf. Acesso em: 28 set. 2024.

SCHUMPETER, Joseph A. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. São Paulo: Nova Cultura, (1997).



Amazon Business Research (ABR)

ISSN 2595-8909

n. 03, p. 72-91, ANO 2025

DOI: <https://doi.org/10.59666/abr.v0i3.4261>

SEABRA, Izabel C. Nogueira. **E-book de Administração Financeira Orçamentária**. Manaus: Universidade do Estado do Amazonas (UEA), 2019 (e-Book com distribuição gratuita).

TIDD, Joe; BESSANT, Joe. **Gestão da inovação-5**. Bookman Editora, 2015.

TIGRE, Paulo Bastos. **Gestão da inovação: a economia da tecnologia no Brasil**. Rio de Janeiro. Campus/Elsevier, v. 282, 2006.