

30 de setembro a 4 de outubro
Ponta Grossa - PR - Brasil

ANÁLISE DO COMPORTAMENTO DO CAPITAL DE GIRO NA EMPRESA MAGAZINE LUIZA S/A NOS ANOS DE 2012 A 2017.

ANALYSIS OF THE BEHAVIOR OF THE SHARE CAPITAL IN THE COMPANY MAGAZINE LUIZA S/A IN THE YEARS OF 2012 TO 2017.

ÁREA TEMÁTICA: Finanças

Karine Ap^a Marcondes Leal, Universidade Estadual de Ponta Grossa, Brasil, (karinelealcb@gmail.com)

Adriele Gomes, Universidade Estadual de Ponta Grossa, Brasil, (drica_go1@hotmail.com)

André Luiz de Lima Peixoto, Universidade Estadual de Ponta Grossa, Brasil, (andrepxtandre@hotmail.com)

Oswaldo Malta Callegari, Universidade Estadual de Ponta Grossa, Brasil, (Oswaldo.callegari1@gmail.com)

Resumo

Este artigo tem por objetivo discorrer sobre a gestão do capital de giro e os índices de liquidez da empresa Magazine Luiza S/A no período de 2012 a 2017. Sendo realizada uma relação entre as teorias sobre o capital de giro e um estudo de caso prático utilizando o modelo Fleuriet. A pesquisa tem caráter descritivo e qualitativo, foram utilizadas as demonstrações contábeis retiradas do site Infomoney sendo elas o balanço patrimonial e a demonstração de resultado do exercício dos anos de 2012 até 2017. O presente artigo contribui para o melhor entendimento do cenário enfrentado pela empresa e quais foram suas estratégias para tomada de decisões financeiras durante a crise econômica brasileira de 2014.

Palavras-chave: Capital de giro; Liquidez; Ciclo operacional;

Abstract

This article aims to discuss the management of working capital and the liquidity ratios of the company Magazine Luiza S / A in the period from 2012 to 2017. A relationship was made between the working capital theories and a case study practical using the Fleuriet model. The research has a descriptive and qualitative character, the financial statements drawn from the Infomoney site were used, being the balance sheet and income statement for the year 2012 up to 2017. This article contributes to a better understanding of the scenario faced by the company and what were their strategies for financial decision making during the Brazilian economic crisis of 2014.

Keywords: Working Capital; Liquidity; Operational cycle;

1. INTRODUÇÃO

Com a mudança do cenário econômico mundial desde a crise americana de 2008 as empresas vêm enfrentando uma recessão. No Brasil principalmente desde 2014 o setor empresarial enfrenta problemas de crescimento econômico, além do histórico de inflação da economia brasileira que reduz o poder de compra do consumidor.

Diante destes fatores o setor que apresentou um moderado crescimento foi o setor varejista. Segundo pesquisa Conjuntural da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Paraná (Fecomércio – PR) em 2018 o crescimento foi de 6,12%, o varejo é um setor muito competitivo no Brasil e neste cenário a gigante varejista Magazine Luiza S/A se destaca.

Segundo o site *Infomoney* a empresa reverteu uma dívida de R\$ 300 milhões de reais em um caixa de R\$ 1,6 bilhões esse resultado é muito acima da realidade de mercado atual do varejo brasileiro.

O presente artigo tem por objetivo utilizar as demonstrações contábeis da empresa retiradas do site *infomoney* e desenvolver as teorias estudadas na disciplina de administração financeira e orçamentária, explicar sua importância e aplicação prática na análise de liquidez, análise do ciclo operacional e análise dinâmica da empresa Magazine Luiza S/A.

2 REFERÊNCIAL TEÓRICO

2.1 Capital de giro;

Segundo (Braga, 1991) a administração do capital de giro faz parte de um processo de controle e planejamento dos recursos financeiros que são aplicados no ativo financeiro de uma empresa. A administração financeira nos mostra que o capital de giro pode funcionar como uma reserva financeira ou um lastro financeiro, que será utilizado para suprir as atividades operacionais da empresa durante determinado período de tempo.

De acordo com (Monteiro, 2015) a necessidade de capital de giro (NIG) vem da diferença dos ativos e passivos operacionais, sendo positiva quando o ciclo operacional é maior que o prazo médio de vendas e caso ocorra o contrário a mesma será negativa. Vem de um lado pelos dos ativos da empresa por exemplo: aplicações em vendas a prazo, estoques, disponibilidades em caixa etc.... em contrapartida aos passivos ou recursos da empresa como: impostos, fornecedores, salários entre outros. O momento de pagamento dos passivos nem sempre é sincronizado com a entrada ou recebimento dos ativos.

Por exemplo: na compra de uma mercadoria que possui um giro de estoque com prazo médio de 90 dias (3 meses), o pagamento ao fornecedor ocorre com 60 dias (2 meses), ou seja, existe um período de 30 dias (1 mês) de diferença onde é necessário um reserva de capital para financiar as operações da empresa.

Segundo Hoji (2001, p.109) “O capital de giro é conhecido também como capital circulante e corresponde aos recursos aplicados em ativos circulantes, que se transformam constantemente dentro do ciclo operacional”. O gerenciamento correto e eficaz do capital de giro proporciona maior “saúde” financeira a empresa.

2.2 Ciclo operacional, financeiro e econômico;

De acordo com (Ramos, 2011) o ciclo operacional é a representação tanto do ciclo econômico como do ciclo financeiro onde se inicia quando há a compra da mercadoria quando acontece a venda ou o recebimento dos recursos de venda, ou seja, o ciclo operacional de uma empresa se inicia no recebimento da matéria prima/mercadoria para a produção ou estoque e termina no recebimento da venda do produto.

Segundo (Assaf Neto e Silva, 1995) “Na consecução de seus negócios, a empresa busca sistematicamente a produção e venda de bens e serviços, de maneira a produzir determinados resultados para satisfazer as expectativas de retorno de suas várias fontes de financiamento”. O ciclo operacional incluir todas as fases operacionais no processo desde a compra até a venda da mercadoria.

Conforme (Braga, 1991) “durante este período são investidos recursos nas operações da empresa sem que ocorram as entradas de caixa relativas as vendas. Parte deste capital de giro é suprida pelos fornecedores que concederam prazo para pagamento das compras de materiais ou mercadorias...”. Este período onde a empresa trabalha com recursos dos fornecedores chama-se prazo médio.

Dentro do ciclo operacional estão inclusos os ciclos financeiros e econômicos. O ciclo financeiro corresponde ao tempo em que a empresa necessita operar com capital próprio. Segundo (Braga, 1991) “durante este período, a empresa tem de financiar suas operações sem a participação dos fornecedores. Quanto maior for o ciclo financeiro, mais de recursos próprios e de terceiros (exceto fornecedores) estarão temporariamente aplicados nas operações, provocando custos financeiros e afetando a rentabilidade”. Nesses períodos a empresa pode operar utilizando-se de capital de giro para financiar suas operações.

No ciclo econômico leva-se em consideração o período em que a matéria prima/ mercadoria fica na empresa (desde a compra até a venda) ou seja o tempo que ela permanece no estoque, quanto maior for o período parado em estoque menor será o giro do estoque e conseqüentemente menor o giro de caixa, o que pode levar a empresa a procurar recursos de terceiros para financiar suas operações nesse período, além de comprometer sua capacidade de pagamento. Conforme (Ramos, 2011) “É o período em que a mercadoria permanece nas dependências da empresa, ou seja, inicia- -se com a compra da mercadoria e encerra-se com a venda da mesma. Este ciclo é o giro de estoques, ele nos diz quanto tempo a empresa está demorando a girar o seu estoque.”

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.

Em relação aos objetivos a pesquisa proposta se encaixa como exploratória e descritiva. Exploratória porque permite o pesquisador verificar qual o impacto de algumas contas específicas nas demonstrações contábeis de uma empresa. Descritiva porque, tendo em vista a classificação apresentado por Gil (1991, p. 46) “As pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis”, deste modo a pesquisa descreve como o impacto de contas específicas podem influenciar no crescimento de uma empresa.

Quanto a natureza, trata-se de uma pesquisa básica, pois busca estudar conceitos já existentes na literatura sendo aplicados de forma prática em uma empresa do ramo do varejo. Tendo uma abordagem qualitativa, pois os dados apresentados foram retirados de materiais já publicados em livros, artigos científicos e materiais disponibilizado na internet.

O procedimento técnico usado foi o estudo de caso que segundo (Nascimento, 2016) Trata-se de um estudo de um caso simulando a descoberta de um fenômeno em determinado contexto. Deste modo tal pesquisa, visa através dos dados obtidos identificar quais contas da empresa Magazine Luiza S/A foram importantes para o crescimento da mesma durante o período da crise.

A coleta de dados foi realizada através do site *Infomony*, tais dados são referentes a empresa Magazine Luiza S/A, a qual faz parte do ramo varejista. A amostra utilizada se delimita do ano de 2012 ao ano de 2017, dados anteriores e posteriores a este período não foram utilizados na amostra, os dados delimitam-se apenas ao balanço patrimonial e as demonstrações do resultado do exercício.

4 ESTUDO DE CASO: ANÁLISE APLICADA À EMPRESA MAGAZINE LUIZA S/A;

A Magazine Luiza S/A é uma empresa da rede varejista especializada na venda de móveis e eletrodomésticos, fundada por Luiza Trajano Donato e Pelegrino José Donato. Atualmente seu CEO (*Chief Executive Officer*) é Frederico Trajano.

A empresa está presente no e-commerce e possui 950 lojas físicas em mais de 16 estados brasileiros. No mês de abril de 2019 o Magazine Luiza S/A anunciou a compra do comércio eletrônico Netshoes da empresa NS2 Com Internet S/A. Segundo o site *Infomoney* no ano de 2018 a empresa se tornou a empresa de varejo mais valiosa do Brasil, com o valor de mercado chegando a R\$ 30,000,000,00 (trinta bilhões de reais).

A análise dos dados, está limitada as demonstrações contábeis retiradas do site *Infomoney* sendo elas o balanço patrimonial (BP) e a demonstração do resultado do exercício (DRE) dos anos de 2012 até 2017.

4.1 Análise vertical e horizontal;

As análises vertical e horizontal podem ser utilizadas nos balanços patrimoniais (BP) e nas demonstrações de resultado do exercício (DRE). A análise de estrutura ou chamada análise vertical tem como objetivo verificar a proporção ou participação de cada conta dentro do total do grupo, por exemplo qual a representatividade da conta estoque dentro do grupo do total do ativo.

Já a análise horizontal representa a variação de uma conta em relação a esta mesma conta em períodos posteriores.

Conforme análise é possível interpretar que o patrimônio líquido variou 236,69%, partindo de R\$ 616.000.000,00 no ano de 2012 para R\$ 2.074.000.000,00 em 2017, outra conta que obteve um crescimento significativo foi a dos lucros acumulados variando 2,600%. No ano de 2012 representavam R\$ 100.000,00 passando a R\$ 2.700.000,00 em 2017.

	2012			2017		
	Valor	AV	AH	Valor	AV	AH
Ativo Curculante	R\$ 4.070.000.000,00	72,62%		R\$ 5.257.600.000,00	70,86%	29,18%
Ativo Rea. Longo Prazo	R\$ 578.900.000,00	10,33%		R\$ 749.200.000,00	10,10%	29,42%
Ativo Permanente	R\$ 1.015.900.000,00	18,13%		R\$ 1.412.700.000,00	19,04%	39,06%
TOTAL	R\$ 5.604.800.000,00	100,00%		R\$ 7.419.500.000,00	100,00%	32,38%
Passivo Circulante	R\$ 3.607.000.000,00	64,36%		R\$ 4.136.000.000,00	55,74%	14,67%
Passivo Exig. Longo Prazo	R\$ 1.441.700.000,00	25,72%		R\$ 1.209.500.000,00	16,30%	-16,11%
* Lucros Acumulados	R\$ 100.000,00	0,00%		R\$ 2.700.000,00	0,04%	2600,00%
Patrimonio Liquido	R\$ 616.000.000,00	10,99%		R\$ 2.074.000.000,00	27,95%	236,69%
TOTAL	R\$ 5.604.800.000,00	100,00%		R\$ 7.419.500.000,00	100,00%	32,38%

Figura1: Analise Vertical e Horizontal

A conta fornecedores apresentou variação interessante entre os anos de 2012 á 2017. Variou 119,81% nesse período, partindo de R\$ 1.328.200.000,00 em 2012 que representavam 23,45% de participação no total do passivo circulante para R\$ 2.919.500.000,00 que representavam 39,35% em 2017.

No gráfico abaixo podemos ver o crescimento da utilização dos recursos de fornecedores a partir do ano de 2014, período da crise econômica. Gráfico demonstra o crescimento da participação da conta fornecedores no balanço patrimonial nos anos 2012-2017.

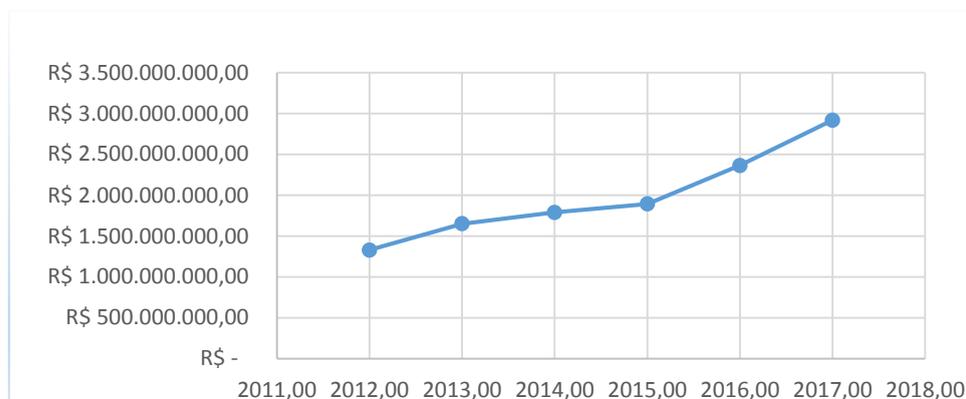


Gráfico 1: Crescimento dos recursos de fornecedores entre 2012-2017.

Dentro da DRE o maior percentual de variação foi o da conta lucro/prejuízo consolidado do período, que variou 5705,97%. Partindo de R\$ 6.700.000,00 no ano de 2012 para R\$ 389.000.000,00 em 2017. Esse valor é reflexo do aumento das vendas.

O total da receita de venda de bens/serviços em 2012 era de R\$ 7.665.100.000,00, passando para R\$ 11.984.200.000,00 no ano de 2017, o crescimento das vendas foi de 56,35%.

4.2 Análise dos índices de liquidez;

A análise da liquidez aponta uma situação razoável sobre a capacidade de pagamento do Magazine Luiza S/A em 2017 Como demonstra os índices da Figura 1:

ANO	2012		2013		2014		2015		2016		2017	
	Índice	Percentual (%)										
LIQUIDEZ GERAL	0,927	92,67%	0,8559	85,59%	0,863	86,32%	0,836	83,61%	0,8639	86,93%	1,12	112,00%
LIQUIDEZ CORRENTE	1,128	112,83%	1,156	115,60%	1,199	119,93%	1,169	116,89%	1,0673	106,73%	1,2711	127,11%
LIQUIDEZ SECA	0,682	68,23%	0,6609	66,09%	0,679	67,92%	0,698	69,82%	0,6325	63,25%	0,795	79,50%
LIQUIDEZ IMEDIATA	0,117	11,72%	0,1108	11,08%	0,146	14,56%	0,215	21,47%	0,1631	16,31%	0,0997	9,97%

Figura 2: Índices de Liquidez

A análise da liquidez aponta uma melhora na capacidade de pagamento (liquidez geral) do Magazine Luiza S/A em 2017 (tabela 3), alcançando para cada R\$ 1,00 real em dívidas a empresa possui agora R\$ 1,12 em direitos, mostrando uma evolução em relação ao ano de 2012.

4.3 Análise dos índices de composição do endividamento;

A análise dos índices de composição do endividamento (CE) do Magazine Luiza S/A entre 2012-2017, seguem os índices da tabela abaixo:

ANO	Índices de Composição do Endividamento (CE)	PERCENTUAL (%)
	ÍNDICE	
2012	0,7144	71%
2013	0,6288	63%
2014	0,6242	62%
2015	0,5835	58%
2016	2,032	203%
2017	3,4198	342%

Tabela 1: Índices de composição do Endividamento

Conforme os índices acima, podemos notar o crescimento do endividamento de recursos de curto prazo. No ano de 2012 a empresa tinha 71% de suas dívidas a curto prazo. Em 2017 esse percentual passou para 342% em dívidas a curto prazo.

5 Ciclo operacional;

No ciclo operacional da empresa Magazine Luiza S/A é possível verificar o aumento dos prazos médios. Conforme quadro abaixo com os dados (em dias) do prazo médio de renovação do estoque (PMRE):

CICLO OPERACIONAL				
PMRE	ESTRUTURA		VALOR	DIAS
ANO 1	ESTOQUE/CMV*360	ESTOQUE	R\$ 1.068.800.000,00	74,76
		CMV	R\$ 5.146.600.000,00	
ANO 2	ESTOQUE/CMV*360	ESTOQUE	R\$ 1.251.400.000,00	77,33
		CMV	R\$ 5.825.400.000,00	
ANO 3	ESTOQUE/CMV*360	ESTOQUE	R\$ 1.472.700.000,00	74,81
		CMV	R\$ 7.086.900.000,00	
ANO 4	ESTOQUE/CMV*360	ESTOQUE	R\$ 1.353.100.000,00	76,12
		CMV	R\$ 6.399.600.000,00	
ANO 5	ESTOQUE/CMV*360	ESTOQUE	R\$ 1.596.700.000,00	87,28
		CMV	R\$ 6.586.100.000,00	
ANO 6	ESTOQUE/CMV*360	ESTOQUE	R\$ 1.969.300.000,00	84,62
		CMV	R\$ 8.378.200.000,00	

Quadro 1: Ciclo Operacional

O PMRE aumentou, no ano de 2012 o prazo de renovação dos estoques era de 74,76 dias e passou para 84,62 dias, uma diferença de 9,86 dias o que aponta um giro de estoque menor. Isto demonstra que a empresa está mantendo um estoque maior tornando deste modo o giro do estoque mais lento.

Conforme quadro abaixo com os dados (em dias) do prazo médio de recebimento das vendas (PMRV):

PMRV	ESTRUTURA		VALOR		DIAS
ANO 1	(CLIENTES/VENDAS)*360	CLIENTES	R\$	2.104.500.000,00	98,84
		VENDAS*	R\$	7.665.100.000,00	
ANO 2	(CLIENTES/VENDAS)*360	CLIENTES	R\$	530.600.000,00	23,62
		VENDAS*	R\$	8.088.400.000,00	
ANO 3	(CLIENTES/VENDAS)*360	CLIENTES	R\$	618.300.000,00	22,76
		VENDAS*	R\$	9.779.400.000,00	
ANO 4	(CLIENTES/VENDAS)*360	CLIENTES	R\$	435.200.000,00	17,45
		VENDAS*	R\$	8.978.300.000,00	
ANO 5	(CLIENTES/VENDAS)*360	CLIENTES	R\$	581.000.000,00	22,00
		VENDAS*	R\$	9.508.700.000,00	
ANO 6	(CLIENTES/VENDAS)*360	CLIENTES	R\$	1.241.300.000,00	37,29
		VENDAS*	R\$	11.984.200.000,00	

Quadro 2: Prazo Médio de Recebimento das Vendas

Observando o quadro acima, pode-se perceber que no ano de 2012 o prazo médio de vendas era de 98,84 dias. Em 2017 o PMRV diminuiu passando para 37,29 dias, que demonstra o crescimento do poder de compra dos clientes pode-se também atribuir as melhores condições de compra oferecidas pela empresa, como por exemplo, a venda de produtos a prazo e o aumento da compra pelo E-commerce.

Conforme quadro abaixo com os dados (em dias) do prazo médio de pagamento de contas (PMPC):

PMPC	ESTRUTURA		VALOR		DIAS
ANO 1	FORNECEDORES/ COMPRAS*360	FORNECEDORES	R\$	1.328.200.000,00	76,93
		COMPRAS*	R\$	6.215.400.000,00	
ANO 2	FORNECEDORES/ COMPRAS*360	FORNECEDORES	R\$	1.651.500.000,00	105,36
		COMPRAS*	R\$	5.642.800.000,00	
ANO 3	FORNECEDORES/ COMPRAS*360	FORNECEDORES	R\$	1.789.900.000,00	93,85
		COMPRAS*	R\$	6.865.600.000,00	
ANO 4	FORNECEDORES/ COMPRAS*360	FORNECEDORES	R\$	1.894.200.000,00	108,58
		COMPRAS*	R\$	6.280.000.000,00	
ANO 5	FORNECEDORES/ COMPRAS*360	FORNECEDORES	R\$	2.365.000.000,00	134,24
		COMPRAS*	R\$	6.342.500.000,00	
ANO 6	FORNECEDORES/ COMPRAS*360	FORNECEDORES	R\$	2.919.500.000,00	131,29
		COMPRAS*	R\$	8.005.600.000,00	

* Comprás = Estoque Inicial + Comprás - Estoque Final

Quadro 3: Prazo Médio de Pagamento de Contas

O cálculo do prazo médio de pagamentos de compras demonstra como a empresa Magazine Luiza S/A utilizou de capital de terceiros, no caso em estudo, dos recursos de fornecedores para aumentar o PMPC.

No ano de 2012 o prazo médio era de 76,93 dias, em 2017 o prazo médio passou para 131,29 dias. O prazo de pagamentos aos fornecedores aumentou cerca de 54,36 dias. Sendo o PMRE menor que o PMPC, a empresa Magazine Luiza S/A tem sua necessidade de capital de giro NCG reduzida pois quem custeia o NCG são os fornecedores. Segundo Vieira (2008) “pesquisas indicam que, para a maior parte das empresas brasileiras a necessidade de capital de giro (NCG) representa uma demanda operacional de recursos que precisa ser financiada.”

6 Análise dinâmica do capital de giro:

Para realizar a análise dinâmica é necessário reorganizar as contas patrimoniais, conforme o modelo Fleuriet, organizados em componentes de curto e longo prazo, ativos circulantes e não circulantes, passivos circulantes e não circulantes e ainda os classifica entre operacionais ou cíclicos e financeiros ou erráticos.

Depois de reorganizar o balanço pode-se então relacionar as contas e então calcular os indicadores do modelo, são eles:

- Necessidade de Capital de Giro (NCG);
- Capital de Giro (CDG);
- Saldo de Tesouraria (T);

A partir desse modelo é possível identificar seis tipos de balanços patrimoniais. No princípio Fleuriet (1978) apontava 4 tipos de balanços, e depois Braga (1991) adicionou mais 2 tipos possíveis, totalizando 6 tipos. Segue tabela abaixo com os tipos possíveis:

	CDG	NCG	ST
TIPO 1	+	-	+
TIPO 2	+	+	+
TIPO 3	+	+	-
TIPO 4	-	+	-
TIPO 5	-	-	+
TIPO 6	-	-	+

Quadro 4: Análise Dinâmica; Fonte: Adaptado de: [http://; modelo-fleuriet.com](http://modelo-fleuriet.com)

6.1 CDG (capital de giro);

A média de CDG da empresa Magazine Luiza S/A no ano de 2017 foi de R\$ -720.200.000,00 isto indica um CDG negativo (empresas do tipo 4,5 e 6). Significa que os ativos não circulantes da empresa recebem financiamento de terceiros para suprir empréstimos de curto prazo.

6.2 NCG (necessidade de capital de giro);

A média da NCG da empresa Magazine Luiza S/A no ano de 2017 foi de R\$ 54.500.000,00 indicando NCG positivo (empresas do tipo 2,3 e 4), sendo assim existe a necessidade dos recursos para financiar suas atividades operacionais.

6.3 ST (saldo de tesouraria);

Todos os dados utilizados na pesquisa foram retirados do site Infomoney, o qual por motivos desconhecidos foi retirado do ar deste modo impossibilitando a obtenção de alguns dados necessários para a realização de cálculos específicos. Devido à falta de tais dados, ficamos impossibilitados de calcular o ST referente aos anos estudados.

6.4 Tipo do balanço patrimonial no modelo dinâmico.

Foi possível através da análise do capital de giro e da necessidade de capital de giro, classificar a empresa como tipo 4 (IV), pois apresenta: CDG (-) / NCG (+).

Empresas do Tipo 4 financiam parte de seus ativos não circulantes e parte de sua necessidade de capital de giro permanente através de dívidas de curto prazo. Financiar através de empréstimos de curto prazo resolve o problema imediato da gerência de caixa, mas deixa a empresa muito vulnerável para qualquer mudança em seu ambiente financeiro.

Segundo Braga (1991), “Entretanto, mesmo com NCG negativo, poderia ocorrer de a empresa continuar obtendo crédito junto aos seus fornecedores e levantar empréstimos bancários. Isto aconteceria mediante oferecimento de garantias adicionais...”. Ainda segundo o autor “Deve-se ressaltar que a ocorrência simultânea de IOG positivo e CCL negativo indica péssima situação financeira, com a possibilidade de agravamento, evidenciado pelo crescimento do saldo negativo de tesouraria”.

7 CONCLUSÃO

Ao final desta pesquisa, através dos dados obtidos no site *Infomoney* juntamente com as teorias estudadas na disciplina de administração financeira e orçamentaria, entre elas, o capital de giro, análise dos índices de liquidez e ciclo operacional, foi possível obter uma visão mais aprofundada das movimentações financeiras ocorridas da empresa Magazine Luiza S/A. Deste modo podendo então analisar como tais movimentações influenciaram o desenvolvimento da empresa no período da crise 2014.

A partir das análises feitas foi possível observar que no período da crise econômica de 2014 a empresa utilizou-se da estratégia de obter recursos de terceiros (fornecedores) em curto prazo para financiar seu crescimento, como ficou claro através do índice de composição de endividamento que passou de 71% em 2012 para 342% em 2017. Apesar desse índice ser alto, esses recursos não são onerosos para a empresa o que representa uma vantagem competitiva no mercado, a empresa pode, por exemplo, realizar parcerias com esses fornecedores e obter melhores prazos para pagamento e entrega de mercadorias.

Também pode-se notar grandes variações dentro das contas do balanço da empresa, destacando-se a conta “investimento” a qual teve um salto de R\$ 0 para R\$ 311.300.000,00 em cinco anos, explicando desta forma como apesar da crise a Magazine Luiza continuou em crescimento. Já dentro da DRE a conta que teve maior variação foi a de lucro/prejuízo consolidado, que saiu de um total de R\$ 6.700.000,00 para R\$ 389.000.000,00 no período de cinco anos, tal valor é reflexo do aumento nas vendas e também do montante investido deste período.

Assim como todas as empresas do ramo varejista a Magazine Luiza enfrentou algumas dificuldades entre os anos 2014 a 2016, por conta da crise a qual acabou diminuindo o poder de compra dos consumidores e também teve um grande impacto em todo o segmento varejista. Mesmo com todas as dificuldades enfrentadas a empresa conseguiu nos anos de crise obter um crescimento, o qual fez o Magazine Luiza consolidar-se ainda mais no ramo em que está inserido

No início do ano de 2017 investiu no segmento de vendas por plataformas digitais, como o próprio site do Magazine Luiza, onde através disto um novo público acabou sendo atingido e assim alavancando ainda mais suas vendas e crescimento no mercado. Onde o segmento de vendas por plataformas digitais vem crescendo com o passar dos anos, influenciando cada vez mais nas receitas das empresas e em seus demonstrativos de crescimento, tal tema permanece ainda pouco explorado, ficando então como uma sugestão de tema para futuras pesquisas, como as vendas através das plataformas digitais influenciam no crescimento das empresas, e também como as pequenas e médias empresas do ramo varejista utilizam as parcerias com fornecedores.

REFERÊNCIAS

ASSAF NETO, A. e SILVA, César A. T. Administração do capital de giro. São Paulo: Atlas, 1995.

Braga, R. (1991). Análise avançada do capital de giro. Caderno de Estudos, (3), 01-20.

FLEURIET, Michel; KEHDY, Ricardo; BLANC, Georges. A Dinâmica Financeira das Empresas Brasileiras: um novo método de análise, orçamento e planejamento financeiro. Belo Horizonte: Fundação Dom Cabral, 1978, 2ª ed 1980

GIL, A. C. Métodos e técnicas de pesquisa social. São Paulo: Atlas, 1999

HOJI, Masakasu. Administração financeira: uma abordagem prática. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2001.

MODELO FLEURIET, disponível em <<http://www.modelo-fleuriet.com/>>. Acessado em 15 de junho de 2019.

Monteiro, A. A. S. (2015). Fluxos de caixa e capital de giro: uma adaptação do modelo de Fleuriet. *Pensar Contábil*, 6(20).

OLIVEIRA, A. A. D., SILVA, A. R. D., ZUCCARI, S. M. D. P., & Rios, R. P. (2010). A análise das Demonstrações Contábeis e sua importância para evidenciar a situação econômica e financeira das organizações. *Revista Eletrônica: Gestão e Negócios*, 1(1), 1.

Ramos, M. V. M. (2011). Utilizando o ciclo operacional para fazer o orçamento de caixa e calcular a Necessidade de Capital de Giro (NCG). *CONNEXIO-ISSN 2236-8760*, 1(1), 81-90.

SILVA, José Pereira da. *Análise Financeira das empresas*. São Paulo: Editora Atlas, 2008.