

O IMPACTO DA PANDEMIA DO COVID-19 NOS INDICADORES DE LUCRATIVIDADE: um estudo de caso na rede varejista Magazine Luiza S.A.

Débora Tamires da Silva¹
Geraldo Luiz Ribeiro²

Resumo: O presente estudo visa levantar o nível de impacto nos indicadores de rentabilidade da rede varejista Magazine Luiza S.A. ocorridos em tempo de pandemia da Covid-19 por um estudo de caso, evidenciando as variações ocorridas nos indicadores de lucratividade margem EBITDA, margem bruta e margem líquida em conjunto com a análise vertical e a análise horizontal, aplicadas em um recorte temporal dos quatro trimestres dos anos 2019 e 2020 e o acumulado dos exercícios. Tendo que a pandemia já é tida como uma das maiores crises econômicas do mundo. A pesquisa se qualifica como um estudo de caso com abordagem qualitativa e caráter descritivo. Pela análise dos indicadores levantados se identificou que o maior nível de impacto ocorreu no segundo trimestre de 2020 tendo sua maior variação no indicador de margem líquida, tanto no cenário trimestral quanto no acumulado dos períodos. O indicador de margem bruta se mostrou estável tanto nas variações quanto no ano corrente, e o indicador de margem EBITDA também se apresentou com maior variação negativa no segundo trimestre evidenciando assim ser o trimestre com mais alto nível de impacto.

Palavras-chave: Covid-19, Magazine Luiza, Indicadores de Lucratividade.

Abstract: This study aims to raise the level of impact on the indicators of profitability from Magazine Luiza SA retail chain during the Covid-19 pandemic through a case study, showing the changes in profitability indicators such as the EBITDA margin, gross margin and net margin in conjunction with vertical analysis and horizontal analysis applied in a time frame of four quarters of the years 2019 and 2020, as well as the accumulated from the financial periods. Considering that pandemic is already taken as one of the biggest economic crises in the world, the research is qualified as a case study with a qualitative and descriptive approach. By analyzing the indicators surveyed it was identified that the highest level of impact occurred in the second quarter of 2020, with its greatest variation in the net margin indicator, both in the quarterly scenario and in the accumulated periods as well. The gross margin indicator was stable both in variations and in the current year, and the EBITDA margin indicator also showed the highest negative variation in the second quarter, thus proving to be the quarter period with the highest level of impact.

Keywords: Covid-19, Magazine Luiza, Profitability Indicators.

1. INTRODUÇÃO

Em dezembro de 2019 o mundo se viu em alerta por um vírus com alto nível de contágio difundido na China e que em poucos meses se espalhou para os demais países tomando características pandêmicas. O Corona vírus, causador da doença Covid-19, demonstrou ser de alto impacto físico, social e econômico forçando as nações a tomarem

¹Graduando do curso Ciências Contábeis, da Faculdade Ciências da Vida. dehtamiressilva@gmail.com

²Especialista em controladoria financeira pela PUC Minas; Professor do curso Ciências Contábeis, da Faculdade Ciências da Vida. Geluri2002@yahoo.com.br

atitudes nunca presenciadas, desde o fechamento de fronteiras ao confinamento total da população (MARQUES; SILVEIRA, 2021).

Como medida para conter o avanço da pandemia nas nações a OMS realizou uma recomendação pública informando que o meio mais assertivo seria o distanciamento social total. Medida adotada no Brasil a partir de março de 2020, onde as empresas consideradas não essenciais tiveram seus serviços presenciais suspensos de forma imediata. Com esta medida várias empresas sucumbiram à fragilidade econômica trazida pelo colapso ocasionado pelo vírus (MARQUES; SILVEIRA, 2021).

A economia brasileira que se acreditava ter expectativas de crescimento econômico mais acelerado que em 2019 foi substituída por um cenário de grandes incertezas e uma nova expectativa de processo de recessão uma vez que nenhum setor, seja público ou privado, estava preparado, menos ainda o setor econômico (MARCELINO; MIYAJI; REZENDE, 2020).

A rede Magazine Luiza S.A. formou um comitê de assuntos urgentes onde em comunhão com os fundadores da rede para tomada de decisões sobre temas estratégicos de enfrentamento a pandemia. Com o Brasil ainda instável em junho de 2020 tendo os números de mortalidade pelo vírus subindo sem previsão de melhora, as empresas se questionavam sobre meios de sobrevivência, e a rede Magalu, como é popularmente conhecida, buscava junto ao comitê, soluções para estratégias de mercado entre outras visando amenizar o impacto em seus lucros e colaboradores (GAMA; et.al., 2021).

Sendo a rede de varejo Magazine Luiza S.A. considerada pelo Ranking Brandz Brasil a 4º empresa mais valiosa do mercado nacional com alta capacidade de influência comercial se originou a questão que norteará a presente pesquisa: qual o nível de impacto da pandemia originada pelo vírus Covid-19 nos indicadores de rentabilidade da rede varejista Magazine Luiza S.A.?

Com o propósito de solucionar a problemática levantada o presente trabalho tem como objetivo geral: levantar o nível de impacto nos indicadores de rentabilidade da rede varejista Magazine Luiza S.A. ocorridos em tempo de pandemia da Covid-19. Como objetivos específicos: (01) Evidenciar e analisar os indicadores de rentabilidade: margem EBITDA, margens de lucro líquido, margem de lucro bruto. (02) evidenciar por aplicação de análise vertical e horizontal a variação nos indicadores da empresa. (03) Analisar as proporções de cada conta de resultado da empresa em período pandêmico e suas variações com o exercício anterior. (04) Levantar a conta causa raiz das variações ocorridas no resultado líquido da empresa.

Durante o cenário de incertezas econômicas e declínio nacional é inevitável e de extrema necessidade o questionamento acerca da saúde das empresas de grande impacto no mercado. O presente artigo se justifica pela necessidade de apresentar indicadores que demonstrem as variações entre os períodos de pandemia em confronto com o período anterior, esclarecer estudos acerca da continuidade das empresas e produzir conhecimento referente ao tema e assim demonstrar novas perspectivas da pandemia e seus efeitos sobre os indicadores financeiros de rentabilidade da empresa objeto do estudo.

Fabris (et. al., 2017) afirmam que estudos que produzem conhecimento sobre indicadores financeiros e suas análises em âmbito contábil visando agregar informações à literatura e produzir conhecimento têm grande destaque dentro da literatura acadêmica. Assim justificamos a relevância acadêmica desta pesquisa, uma vez que traz a público, apontamentos atuais de uma das cinco empresas mais valiosas do Brasil segundo Ranking Brandz Brasil, evidenciando seus principais indicadores financeiros de rentabilidade em tempos de crise mundial e a necessidade destas para visibilidade de saúde econômica e financeira para as empresas em tempo de crise. Ainda Análises nos indicadores contábeis tem referência direta no mercado de capitais, tendo que este é um dos setores que mais utilizam as informações contábeis, pois por meio delas que é possível identificar possíveis estratégias e levantar a probabilidade de retorno dos investimentos realizados (FABRIS; et.al., 2017).

Outro ponto onde se justifica a presente pesquisa é sua relevância econômica, tendo que o comércio varejista tem alto impacto para a economia nacional. Os dados do IBGE_2018 apresenta que, dentre as empresas comerciais, a representação das empresas varejistas representa o maior impacto para o equilíbrio do PIB nacional.

A pesquisa se apresenta natureza aplicada com abordagem qualitativa. Quanto aos seus objetivos esta é classificada como descritiva, pois, como apresentado por Gil (2002), busca demonstrar propriedades de algumas populações, episódios ou organizações perante um cenário de crise entre suas variáveis. Quanto aos procedimentos se classifica como estudo de caso, onde foi realizado o estudo sobre os dados de uma empresa do setor comercial varejista Magazine Luiza S.A. Conforme Gomes (2006), estudo de caso se classifica como aquele que visa apresentar uma descrição ativa, holística de uma situação sem precedentes e fidedigna da realidade vivida ou provocação a se considerar por um indivíduo, ou grupo.

Para alcance dos objetivos propostos foi levantado os demonstrativos financeiros disponibilizados pela empresa em seu site com recorte temporal dos quatro trimestres dos exercícios de 2019 e 2020. Após o levantamento das informações foram extraídos dados por

fórmulas predefinidas para cada indicador. Os dados obtidos foram aplicados em planilhas e gráficos para uma melhor análise e compreensão das variações incorridas perante a pandemia.

A estrutura do artigo foi realizada por tópicos. Iniciando pela presente introdução, seguida do referencial teórico desenvolvido por pesquisa bibliográfica diluída entre os principais aspectos tratados na pesquisa. Como terceiro tópico será demonstrado a metodologia finalizando com a análise de dados e considerações finais.

2. REFERENCIALTEÓRICO

2.1 A economia na pandemia

A Covid-19 consiste em uma doença respiratória que pode ou não apresentar quadros respiratórios graves, onde os portadores do vírus não apresentam sintomas aparentes sendo assim apenas transmissores do vírus sem agravante para si. (CARVALHO; et. al., 2020).

O vírus causador teve sua aparição em dezembro de 2019 em uma província chinesa de nome Hubei, situada na cidade de Wuhan, poucos meses posteriores eram apresentados casos derivados deste em todo o mundo devido a sua facilidade de contágio. Em março de 2020 a Organização Mundial da Saúde decretou caso de emergência de saúde pública internacional, tomando assim a característica de pandemia (FERREIRA JUNIOR; RITA, 2020).

Desde seu início tem causado impacto significativo e sem precedentes em todos os países, com fechamento de fronteiras e confinamento de toda população. Estas medidas tomadas pelos órgãos responsáveis a fim de conter o avanço do contágio pelo vírus, acarretaram um impacto direto no setor econômico e social (MARCELINO; MIYAJI; REZENDE, 2020).

Segundo os pensamentos de Moraes, Schreiber e Stasiak (2021), a medida de maior impacto econômico para diminuir o contágio e evitar um colapso na saúde, foi a paralisação de início imediato das atividades que foram consideradas como não essenciais. Os estabelecimentos ainda se encontravam em fase de recuperação da última crise econômica finalizada em 2017 e podem não conseguir arcar com suas obrigações devido à insuficiência de caixa.

Como meio de amenizar o impacto na economia nacional o Estado se viu na posição de intervir com programas de auxílio às organizações, homologando medidas com impacto trabalhista e de cunho financeiro como a medida provisória 927 de março de 2020 que alterou critérios trabalhistas como adiantamento de férias, feriados, procrastinação de FGTS entre outros (MORAES, SCHREIBER e STASIAK, 2021).

2.2 Indicadores Financeiros

Para uma análise bem estruturada, se faz necessária aplicação de técnicas sobre os relatórios, possibilitando fornecer informações aos usuários da contabilidade que não seriam possíveis somente com os dados fornecidos pelas demonstrações contábeis (LUZ, 2019).

Carvalho, Nogueira e Silva (2020) afirmam que a empresa que tenha informações relevantes para tomada de decisão se destaca de seus concorrentes.

Indicadores financeiros são dados extraídos por meio de análise das demonstrações contábeis com o propósito de levantar a saúde econômica e financeira das empresas de forma global. Sendo as demonstrações mais utilizadas para levantamento destes o balanço patrimonial, a demonstração de resultado de exercício e o fluxo de caixa. Entre os indicadores podemos encontrar os indicadores de liquidez, indicadores de atividade, indicadores de endividamento, indicadores de alavancagem financeira, indicadores de margens de lucratividade e indicadores de retorno (AVILA; CRUZ, 2021).

Os indicadores de rentabilidade utilizam contas existentes na demonstração de resultado do exercício (DRE) para enfatizar a lucratividade da empresa, em sua grande maioria por meio de percentuais. Estes dados são conhecidos por meio de aplicação de fórmulas predeterminadas variando com o tipo de custos e despesas utilizados para obtenção destas informações. Os indicadores de rentabilidade mais utilizados para analisar a lucratividade das organizações são os índices de margem líquida, margem bruta e margem EBITDA (AVILA; CRUZ, 2021).

2.2.1 Margem EBITDA

O EBITDA se apresenta como indicador que busca viabilizar a mensuração dos resultados da empresa tendo as atividades operacionais como referência, por ele se consegue levantar as condições da empresa de honrar com seus credores e possíveis dividendos aos seus associados e ainda levantar sua capacidade de investimento. Para cálculo deste indicador é desconsiderado as despesas não desembolsáveis existentes no demonstrativo de resultado, ou seja, é o lucro antes das despesas financeiras, depreciação e amortização. (FABRIS; et.al., 2017).

A margem EBITDA é de uso comum das empresas, pois possui a finalidade de avaliar a competência de geração de caixa proporcionados pelos ativos operacionais da empresa ignorando os efeitos financeiros e impostos tributados sobre o resultado. Este indicador é calculado com o valor de EBITDA pela receita líquida levantada na DRE (ELY; et.al., 2019). Este indicador se utilizado de forma isolada dos demais pode levar a uma falsa interpretação, uma vez que mesmo ele apresentando de forma positiva pode o resultado da empresa fechar

em prejuízo, sendo assim sua análise deve preferencialmente ser realizada em conjunto com os demais indicadores de rentabilidade (AVILA; CRUZ, 2021).

2.2.2 Margem de Lucro

Como indicadores de margem de lucro temos o indicador de margem líquida e o indicador de margem bruta. O indicador de margem bruta é utilizado para mensurar o lucro bruto da empresa. Este demonstra a proporção do valor vendido que fica à disposição da empresa depois das deduções dos custos diretos incorridos, ignorando os impactos de despesas administrativas e despesas sobre as vendas (AVILA; CRUZ, 2021). A fórmula aplicada para que este indicador seja encontrado é Lucro Operacional apresentado na DRE pelas Vendas Líquidas realizadas no período, assim quanto mais elevado a margem encontrada maior a eficiência da empresa quanto a sua gestão de operação essencial (COSTA; SILVA, 2020).

O indicador de margem líquida busca evidenciar a proporção de ganho pela empresa sobre os valores de receita após todas as deduções incorridas para efetivação desta. Este se apresenta de grande importância uma vez que, apenas quando seu resultado é positivo pode se avaliar que ocorrerá divisão de dividendos aos sócios (AVILA; CRUZ, 2021). A fórmula aplicada para identificar o indicador de margem líquida é o Lucro Líquido apresentado na DRE pela Receita Líquida levantada no período, assim quanto maior a margem encontrada maior a rentabilidade da empresa (COSTA; SILVA, 2020).

2.3 Magazine Luiza

A rede varejista Magazine Luiza foi fundada em 1957 pelo casal Pelegrino José Donato e Luiza Trajano Donato na cidade de Franca no interior do estado de São Paulo. Inicialmente nomeada como A Cristaleira, teve sua identidade alterada para Magazine Luiza após um concurso popular em uma rádio local. No ano de 1991 a rede passou a ser comandada pela sobrinha do casal Luiza Helena Trajano, que programou um novo modelo de gestão com a inclusão do comércio digital o qual perdura até os dias atuais. O Magazine Luiza é uma rede que já foi premiada como uma empresa humanizada que visa apoiar seus colaboradores, e sempre engajada em projetos sociais (BENFEITA; VIDIGAL, 2019).

A rede Magazine Luiza como todas as lojas do setor varejista, se viu em meio à pandemia do covid-19 tendo que encerrar suas atividades presenciais de imediato, sua administração optou pela criação de um comitê de assuntos urgentes. Comitê este que, com a liderança de Luiza Trajano, buscou interagir de perto com os assuntos sobre a doença e meios de manter o mínimo de estabilidade econômica e prezar pela não demissão de seus colaboradores. Com o passar dos meses e em meados de 2020 ainda não se tinha uma

perspectiva de fim da situação vivente, era inevitável as indagações sobre se a empresa conseguiria manter sua cultura de responsabilidade social em paralelo com a reputação de ser uma das empresas mais rentáveis do Brasil. (GAMA; et.al., 2021).

Diante do exposto que se fez a escolha da Rede Varejista Magazine Luiza S.A. para objeto de estudo. Pelo seu engajamento com as ações sociais em tempo de pandemia, pertencente do B3 e uma das mais valiosas empresas em território nacional.

3. METODOLOGIA

A pesquisa se apresenta de natureza aplicada com abordagem qualitativa. Quanto aos seus objetivos como descritiva e como procedimento se classifica em pesquisa bibliográfica e estudo de caso, onde foi realizado o estudo sobre os dados de uma empresa do setor comercial varejista Magazine Luiza S.A.

O presente trabalho tem em seus objetivos, levantar conhecimento e interpretação de uma realidade de forma assistida, levantando descrições, por meio de classificação e interpretação de fenômenos sem que ocorra interferência por parte do pesquisador para alteração, justificando assim sua natureza descritiva, tendo que seus objetivos visam evidenciar características de fatos particulares, as variações dos indicadores financeiros de rentabilidade em tempos pandêmicos (GIL; 2008; p. 28).

Quanto aos seus meios inicialmente foram apresentadas referências teóricas por meio de pesquisa bibliográfica. Esta se caracteriza por ser formulada tendo como fonte de pesquisa principal, livros impressos e artigos científicos. (GIL, 2002). Foram utilizados para desenvolvimento do referencial teórico, artigos científicos publicados após o ano de 2017 das bases de dados digitais SCIELO, Google Acadêmico e Capes como fonte de pesquisa. A busca foi realizada nos portais de internet usando como principais descrições: Covid-19, indicadores financeiros, economia, varejo, Magazine Luiza.

Qualificasse como estudo de caso, pois visa apresentar análise de indicadores financeiros da rede varejista Magazine Luiza S.A. e como afirma Gonçalves (2019) o estudo de caso é classificado como investigação empírica, que visa investigar a respeito de um fato contemporâneo em âmbito real. Ainda a pesquisa toma característica de estudo de caso quando aplicada a uma ciência social com finalidade de descrever e analisar fatos se estendendo além de estudos iniciais atingindo setores administrativos, contábeis jornalísticos entre outros que envolvam interação humana (MARTINS, 2008). Este estudo se baseou no levantamento de indicadores financeiros de rentabilidade extraídos de demonstrações contábeis disponibilizadas pela empresa, apresentadas em períodos trimestrais do ano

exercício de 2020, onde se principiou o período pandêmico, e o ano exercício que antecedeu este período, 2019. Com isso buscou-se atender os objetivos determinados na pesquisa.

A pesquisa toma característica qualitativa, pois têm em suas finalidades, realizar um demonstrativo dos dados levantados de forma empírica e ainda apresentar o desenvolvimento interpretativo destes dados (LAKATOS, MARCONI; 2007). Ainda, como afirmam Marcelino (et.al., 2020), a característica qualitativa se dá pelo fato de se tratar de um estudo baseado em levantamento bibliográfico, documental e realizado por coleta de dados secundários. Como mencionado neste artigo o estudo foi realizado sobre a perspectiva de dados levantados diretamente da plataforma da empresa onde disponibiliza seus resultados financeiros, e estudos científicos relacionados aos temas aqui tratados afirmando assim como uma pesquisa de abordagem qualitativa.

4. ANÁLISE DE DADOS

Para início as análises de dados necessárias para solucionar os objetivos propostos a este trabalho, foram retiradas do site de relações com os investidores da rede varejista Magazine Luiza S.A. os dados divulgados nas demonstrações financeiras trimestrais e do acumulado referente ao exercício de 2020 onde também se relacionava os dados referentes ao ano exercício de 2019, de onde serão analisadas as variações apresentadas em tempo de pandemia. Os dados extraídos da demonstração de resultado do exercício foram agrupados em planilhas a fim de melhor identificação dos valores necessários para mensuração dos indicadores de margem EBITDA, margem bruta e margem líquida e auxiliar nas análises para concretizar os objetivos propostos no presente estudo. Estes valores com suas respectivas contas estão expostos nas planilhas abaixo, enumeradas de 01 a 05.

Planilha 01 – Demonstração de Resultado do Exercício Consolidado (\$ em milhares)

Descrição da Conta	2020	2019
Receita de Venda de Bens e/ou Serviços	26.130.544	18.491.861
Custo dos Bens e/ou Serviços Vendidos	(19.672.090)	(13.464.405)
Resultado Bruto	6.458.454	5.027.456
Despesas/Receitas Operacionais	(5.753.929)	(3.745.083)
Despesas com Vendas	(4.476.887)	(3.134.586)
Despesas Gerais e Administrativas	(1.295.041)	(972.582)
Gerais e Administrativas	(725.716)	(534.573)
Depreciação	(569.325)	(438.009)
Perdas pela Não Recuperabilidade de Ativos	(100.388)	(69.676)
Outras Receitas Operacionais	81.834	352.031
Resultado de Equivalência Patrimonial	36.553	79.730
Resultado Antes do Resultado Financeiro e dos Tributos	704.525	1.282.373
Resultado Financeiro	(325.080)	(66.989)
Receitas Financeiras	201.463	647.421

Despesas Financeiras	(526.543)	(714.410)
Resultado Antes dos Tributos sobre o Lucro	379.445	1.215.384
Imposto de Renda e Contribuição Social sobre o Lucro	12.264	(293.556)
Resultado Líquido das Operações Continuadas	391.709	921.828
Lucro/Prejuízo do Período	391.709	921.828

Fonte: Fechamento anual 2020_Relações com investidores Magazine Luiza.

Planilha 02 – Demonstração de Resultado do Exercício 1º trimestre (\$ em milhares)

Descrição da Conta	2020	2019
Receita de Venda de Bens e/ou Serviços	4.723.796	4.269.246
Custo dos Bens e/ou Serviços Vendidos	(3.483.552)	(3.078.612)
Resultado Bruto	1.240.244	1.190.634
Despesas/Receitas Operacionais	(1.099.945)	(901.180)
Despesas com Vendas	(801.140)	(684.994)
Despesas Gerais e Administrativas	(294.214)	(226.787)
Gerais e Administrativas	(148.393)	(123.443)
Depreciação	(145.821)	(103.344)
Perdas pela Não Recuperabilidade de Ativos	(26.944)	(12.422)
Outras Receitas Operacionais	82.168	25.598
Resultado de Equivalência Patrimonial	(59.815)	(2.575)
Resultado Antes do Resultado Financeiro e dos Tributos	140.299	289.454
Resultado Financeiro	(72.485)	(95.519)
Receitas Financeiras	57.536	40.530
Despesas Financeiras	(130.021)	(136.049)
Resultado Antes dos Tributos sobre o Lucro	67.814	193.935
Imposto de Renda e Contribuição Social sobre o Lucro	(37.011)	(61.831)
Resultado Líquido das Operações Continuadas	30.803	132.104
Lucro/Prejuízo do Período	30.803	132.104

Fonte: Fechamento anual 2020_Relações com investidores Magazine Luiza.

Planilha 03 - Demonstração de Resultado do Exercício 2º trimestre (\$ em milhares)

Descrição da Conta	2020	2019
Receita de Venda de Bens e/ou Serviços	4.896.001	4.179.431
Custo dos Bens e/ou Serviços Vendidos	(3.731.310)	(3.137.501)
Resultado Bruto	1.164.691	1.041.930
Despesas/Receitas Operacionais	(1.212.654)	(723.675)
Despesas com Vendas	(936.239)	(699.528)
Despesas Gerais e Administrativas	(276.888)	(224.029)
Gerais e Administrativas	(142.893)	(131.232)
Depreciação	(133.995)	(92.797)
Perdas pela Não Recuperabilidade de Ativos	(26.712)	(13.075)
Outras Receitas Operacionais	(394)	115.723
Resultado de Equivalência Patrimonial	27.579	97.234
Resultado Antes do Resultado Financeiro e dos Tributos	(47.963)	318.255
Resultado Financeiro	(78.995)	220.398
Receitas Financeiras	51.905	435.421

Despesas Financeiras	(130.900)	(215.023)
Resultado Antes dos Tributos sobre o Lucro	(126.958)	538.653
Imposto de Renda e Contribuição Social sobre o Lucro	62.421	(152.027)
Resultado Líquido das Operações Continuadas	(64.537)	386.626
Lucro/Prejuízo do Período	(64.537)	386.626

Fonte: Fechamento anual 2020_Relações com investidores Magazine Luiza.

Planilha 04 - Demonstração de Resultado do Exercício 3º trimestre (\$ em milhares)

Descrição da Conta	2020	2019
Receita de Venda de Bens e/ou Serviços	7.491.409	4.356.834
Custo dos Bens e/ou Serviços Vendidos	(5.614.213)	(3.132.246)
Resultado Bruto	1.877.196	1.224.588
Despesas/Receitas Operacionais	(1.545.464)	(894.120)
Despesas com Vendas	(1.258.968)	(762.498)
Despesas Gerais e Administrativas	(330.542)	(283.439)
Gerais e Administrativas	(197.579)	(141.065)
Depreciação	(132.963)	(142.374)
Perdas pela Não Recuperabilidade de Ativos	(20.955)	(17.467)
Outras Receitas Operacionais	3.518	181.829
Resultado de Equivalência Patrimonial	61.483	(12.545)
Resultado Antes do Resultado Financeiro e dos Tributos	331.732	330.468
Resultado Financeiro	(72.953)	(32.444)
Receitas Financeiras	54.704	93.201
Despesas Financeiras	(127.657)	(125.645)
Resultado Antes dos Tributos sobre o Lucro	258.779	298.024
Imposto de Renda e Contribuição Social sobre o Lucro	(52.822)	(62.924)
Resultado Líquido das Operações Continuadas	205.957	235.100
Lucro/Prejuízo do Período	205.957	235.100

Fonte: Fechamento anual 2020_Relações com investidores Magazine Luiza.

Planilha 05 - Demonstração de Resultado do Exercício 4º trimestre (\$ em milhares)

Descrição da Conta	2020	2019
Receita de Venda de Bens e/ou Serviços	9.019.338	5.686.350
Custo dos Bens e/ou Serviços Vendidos	(6.843.015)	(4.116.046)
Resultado Bruto	2.176.323	1.570.304
Despesas/Receitas Operacionais	(1.895.866)	(1.226.108)
Despesas com Vendas	(1.480.540)	(987.566)
Despesas Gerais e Administrativas	(393.397)	(238.327)
Gerais e Administrativas	(236.851)	(138.833)
Depreciação	(156.546)	(99.494)
Perdas pela Não Recuperabilidade de Ativos	(25.777)	(26.712)
Outras Receitas Operacionais	(3.458)	28.881
Resultado de Equivalência Patrimonial	7.306	(2.384)
Resultado Antes do Resultado Financeiro e dos Tributos	280.457	344.196
Resultado Financeiro	(100.647)	(159.424)
Receitas Financeiras	37.318	78.269

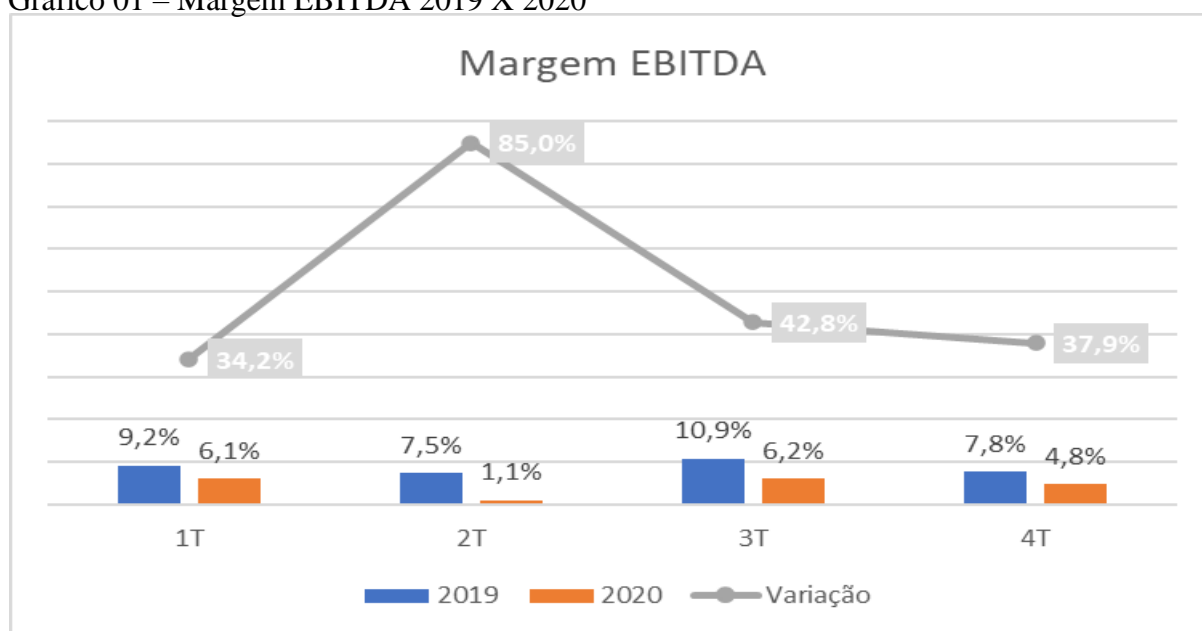
Despesas Financeiras	(137.965)	(237.693)
Resultado Antes dos Tributos sobre o Lucro	179.810	184.772
Imposto de Renda e Contribuição Social sobre o Lucro	39.676	(16.774)
Resultado Líquido das Operações Continuadas	219.486	167.998
Lucro/Prejuízo do Período	219.486	167.998

Fonte: Fechamento anual 2020_Relações com investidores Magazine Luiza.

Das planilhas contendo os resultados acumulados e trimestrais dos anos a serem analisados, foram identificados os valores de EBITDA, para mensuração da margem EBITDA e apontamentos das contas de lucro bruto, lucro líquido e Receita líquida que serão utilizadas para calcular os indicadores. Com finalidade de alcançar os objetivos propostos, foi aplicada a análise horizontal evidenciando o qual nível de variação entre os indicadores propostos. Para análise da possível conta de maior impacto nos indicadores foi aplicada a análise vertical para identificar qual conta de resultado mais impactou o demonstrativo no ano em que a pandemia do Covid-19 se instaurou na sociedade.

A margem EBITDA visa identificar a capacidade operacional de geração de caixa da empresa, por ela consegue enxergar se a empresa. No gráfico abaixo demonstra uma variação na margem EBITDA de 85% no comparativo com o ano anterior, sendo este trimestre o resultado de menor eficiência dentro do período de 2020, apresentando uma margem EBITDA de 1,1%, neste período foi identificado uma queda na conta Outras Receitas Operacionais da empresa em 100,5%, onde apresentou o valor negativo de R\$394 mil e aumento de 146% nos resultados de Equivalência patrimonial do período que fechou o segundo trimestres com saldo positivo de R\$27,58 milhões.

Gráfico 01 – Margem EBITDA 2019 X 2020



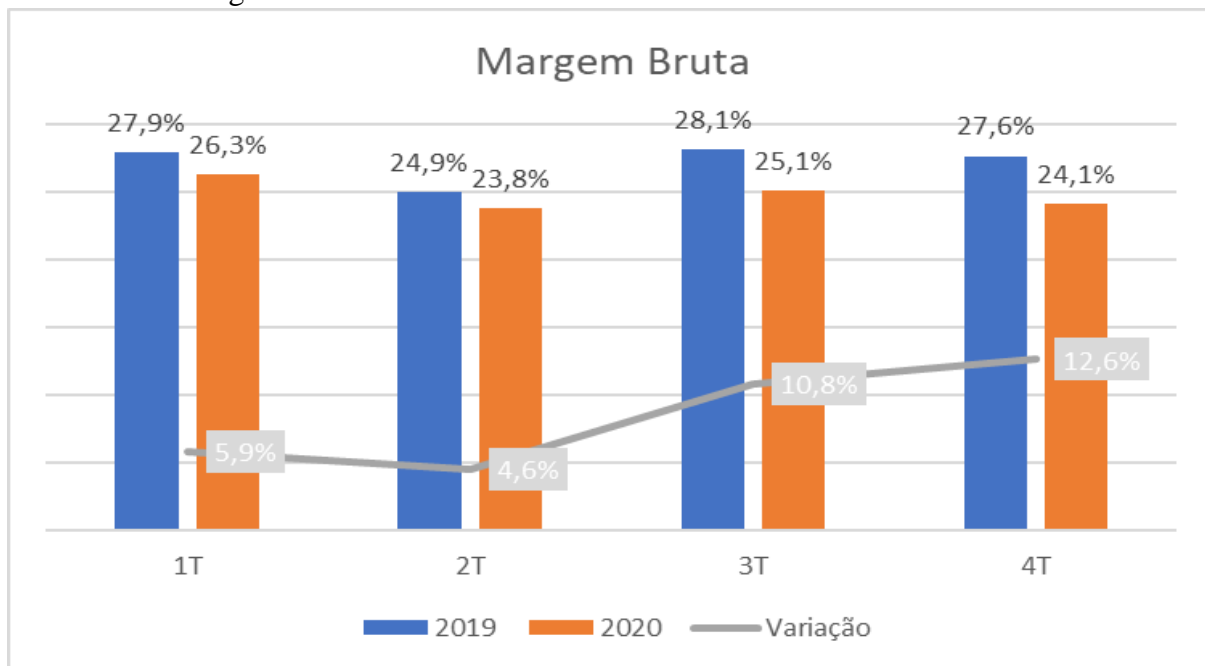
Fonte: Elaborado pela autora

No terceiro trimestre se identifica uma melhora no indicador que se apresenta em 6,2% onde a conta Outras Receitas Operacionais apresentou um aumento de mais de 900% sobre o segundo semestre, fechando o trimestre em R\$3,5 milhões. A variação com o ano anterior indicou uma queda de 42,8%.

A margem bruta busca mensurar a operacionalidade da empresa, ou seja, quanto à empresa pode reter após arcar com suas obrigações ligadas à sua operação. Em contexto geral o gráfico abaixo apresenta uma instabilidade relativa ao longo dos trimestres referentes ao ano exercício de 2020, variando entre 24% até 26%, isso se dá pelo fato de seus custos não ultrapassarem em nenhum dos períodos estudados a margem de 75% da receita total arrecada, o segundo trimestre novamente se apresenta como o período com maior ineficiência tendo seus custos em R\$3.731,3 milhões sobre a receita líquida de R\$4.896 milhões.

Já as variações referentes ao ano exercício de 2019 a maior variação se apresentou no quarto trimestre com o valor de 12,6% onde os custos dos trimestres entre os anos tiveram um aumento de 66% confrontando com um aumento de 59% na receita líquida entre o ano de 2019 e 2020.

Gráfico 02 – Margem Bruta 2019 X 2020

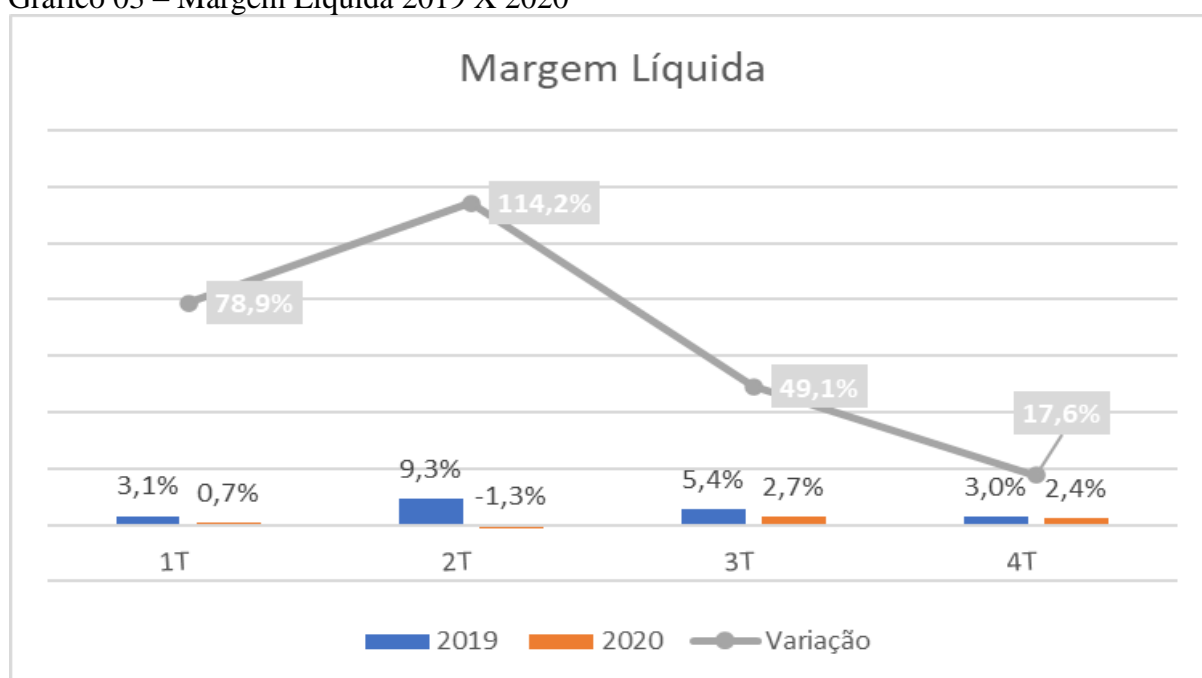


Fonte: Elaborado pela autora

A margem Líquida visa mensurar a capacidade de lucro da empresa, ela é tida como o indicador de lucratividade mais representativo, pois demonstra a proporção da receita arrecada que pode ser diluída entre os sócios ou utilizada para valorização da empresa. O próximo gráfico apresenta um resultado negativo no segundo trimestre, de 1,3%, e uma variação entre os indicadores de margem Líquida de 114,2%, neste período o resultado

líquido se apresentou com prejuízo de R\$64.537 milhões, uma queda de 309,5% do trimestre anterior que fechou com o saldo positivo de R\$30.803 milhões, e de R\$451.163 milhões de déficit em relação ao quarto trimestre do exercício de 2019. A conta de maior impacto se mostrou na conta de resultado financeiro com uma queda de 135,8% em confronto com o ano anterior, já em análise dentro do ano de 2020 se vê maior impacto na variação das contas que englobam o grupo de contas de despesas e receitas operacionais. Nos demais trimestres a margem líquida se manteve com ineficiência em todos os cenários nas variações, como já mencionado o segundo trimestre com maior ineficiência, seguido do primeiro trimestre que identificou a variação de 78,9% entre os indicadores dos dois anos.

Gráfico 03 – Margem Líquida 2019 X 2020



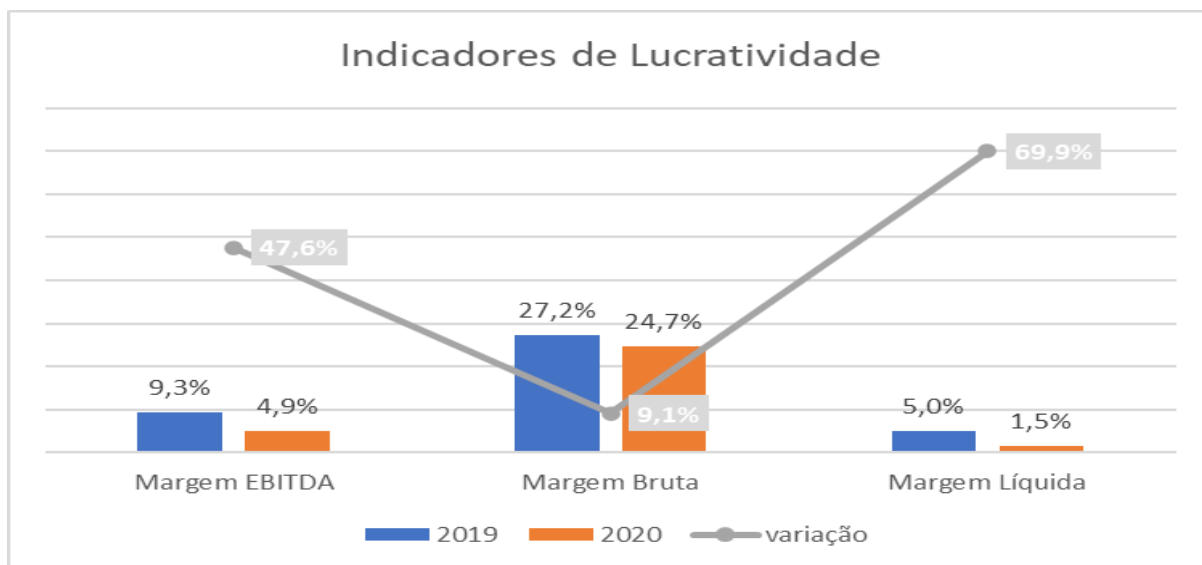
Fonte: Elaborado pela autora

Com a aplicação de análise vertical e horizontal, os dados levantados apresentaram que o grupo de contas Despesa e Receitas Operacionais teve maior impacto na operação comparando com os demais trimestres, onde este fechou com um impacto de 23,3% sobre a receita mensurando um valor de R\$1.099,9 milhões, com ênfase no subgrupo de contas Despesas Gerais e Administrativas onde se teve a maior proporção entre os cenários, deduzindo 6,2% da receita contra 5,7% do segundo trimestre e 4,4% de dedução do terceiro e quarto semestre.

Os dois próximos gráficos apresentam as variações dos indicadores confrontando os dois períodos estudados. No primeiro se pode analisar as variações incorridas entre os três indicadores estudados, margem EBITDA, margem bruta e margem líquida. No segundo se enfatiza por meio da aplicação de análise horizontal, as variações entre as contas de resultado

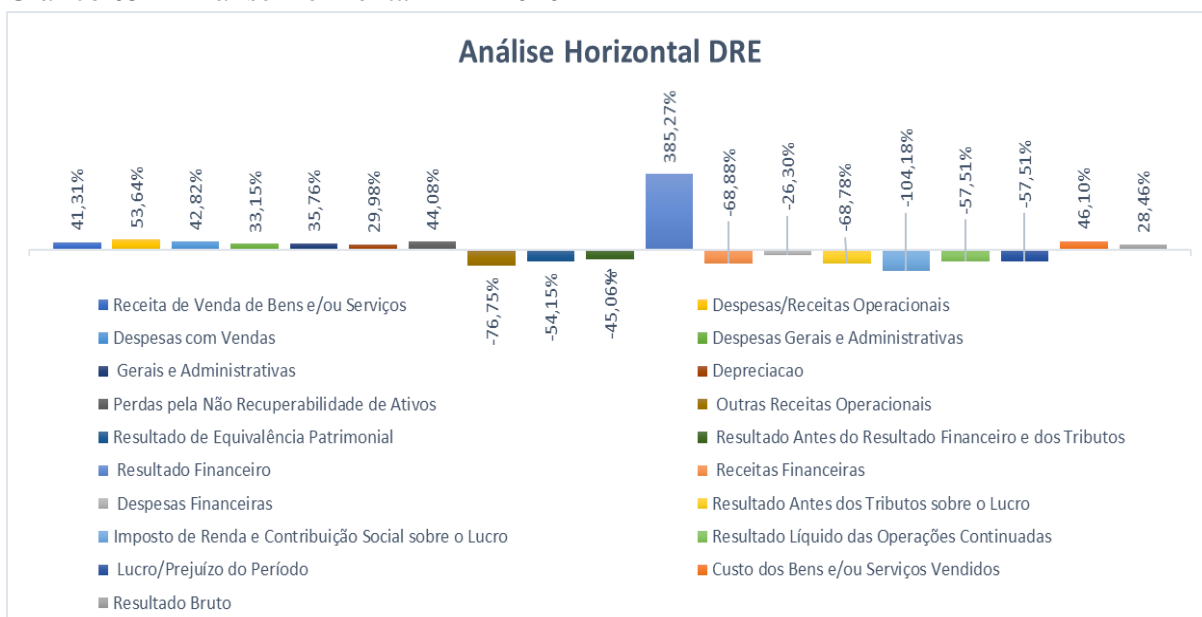
a fim de levantar-se a conta de maior impacto nos indicadores mensurados no primeiro entre o ano exercício de 2020, onde se instaurou a pandemia do Covid-19 e o ano antecedente.

Gráfico 04 – Indicadores de Lucratividade Acumulado 2019 X 2020



Fonte: Elaborado pela autora

Gráfico 05 – Análise Horizontal DRE 2020



Fonte: Elaborado pela autora

A margem EBITDA teve sua variação acumulada de 47,6%, onde EBITDA fechou o período em R\$1.273,8 milhões contra R\$1.720,4 milhões em 2019. No gráfico 05 se pode analisar os dados da aplicação de análise horizontal entre os períodos, nele demonstra que a conta que teve maior impacto para tal variação na margem EBITDA, foi a conta Outras Receitas Operacionais, que apresentou uma queda entre os dois períodos de 76,75%, o que representa em valores monetários um déficit de R\$270,2 milhões. Estes resultados refletem diretamente no grupo de contas Despesas/Receitas Operacionais, que apresentou um aumento

em seu valor dedutivo de 53,6% o qual representa um aumento na despesa em R\$2.008,9 milhões.

A margem bruta teve sua variação no acumulado de 9,1%, onde as variações dos custos e da receita líquida se apresentaram de 46,1% e 41,3% respectivamente, mantendo os custos com um impacto dentro de 75% da receita líquida nos dois períodos acumulados.

A margem líquida evidencia ainda mais a variação apresentada na margem EBITDA, com a maior variação entre os três indicadores levantados, sendo de 69,9 por cento no acumulado anual. Representando em uma variação de 57,5% no resultado líquido da organização que equivalem a uma diferença monetária negativa de R\$530 milhões. A conta de maior impacto no confronto da análise horizontal aplicada, foi o grupo de contas Resultado Financeiro, que apresentou um déficit de 385% em relação ao ano exercício de 2019, onde a conta Despesas Operacionais fechou com uma eficiência de 26,3%, mas não conseguindo diminuir o impacto de ineficiência da conta de Receita Financeira que apresentou uma queda de 68,9% refletindo na queda do ganho econômico de R\$445,9 milhões.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para futuros e atuais investidores, diante do atual cenário vivente, se faz necessário o entendimento claro das variações ocorridas nos resultados das empresas em consequências a fatores externos.

A presente pesquisa teve como objetivo geral levantar o nível de impacto nos indicadores de rentabilidade da rede varejista Magazine Luiza ocorridos em tempo de pandemia da Covid-19, a fim de evidenciar como a pandemia afetou a lucratividade de uma das empresas mais valiosas do Brasil. Os resultados levantados apresentaram que o segundo trimestre foi o período mais impactado no ano sendo, o indicador margem líquida mais afetado apresentando no acumulado o índice de 1,5%, em contrapartida, mesmo os indicadores do ano de 2020 ficando abaixo dos levantados no ano anterior, se mantiveram positivos nos demais trimestres.

Para alcance do primeiro objetivo específico levantado, evidenciar e analisar os indicadores de rentabilidade, os dados levantados foram expostos em planilha e aplicados as fórmulas relacionadas a mensuração de cada indicador. Em análise aos indicadores mensurados identificou no cenário trimestral uma estabilidade no indicador de margem bruta, e nos indicadores de margem EBITDA e líquida o segundo semestre apresentou como o mais impactado tendo a margem EBITDA mesurado em 1,1% e a margem líquida com um saldo negativo de 1,3% confirmando ser o trimestre mais afetado.

Para alcance do segundo e terceiro objetivos, evidenciar por aplicação de análise vertical e horizontal a variação nos indicadores da empresa e realizar análise das proporções de cada conta de resultado da empresa em período pandêmico e suas variações com o exercício anterior, foi aplicado aos indicadores a fórmula para alcance dos dados e se constatou que a maior variação no cenário acumulado ocorreu no indicador de margem líquida com variação de 69,9%, e o indicador com menor variação a margem bruta sendo de 9,1%. No cenário trimestral a maior variação ocorreu no segundo semestre do indicador de margem líquida, apresentando uma variação de 114%. Os resultados indicam o segundo semestre com a maior variação nos dois cenários, trimestrais e acumulado reforçando o impacto com as variações da margem EBITDA. As variações de margem bruta se mantiveram estáveis reforçando o equilíbrio nos custos operacionais.

Como objetivo específico final, a fim de alcançar o proposto da pesquisa, visou levantar a conta causa raiz das variações ocorridas no resultado líquido da empresa, assim por meio de aplicação de análise horizontal em comparativo ao ano anterior, identificou-se como a conta de maior variação entre os períodos o grupo de conta Resultados financeiros com uma queda de 385% referente ao ano exercício anterior. Com aplicação de análise vertical nos resultados acumulados a conta que teve impacto para queda nos resultados do exercício foi a conta de Despesas Gerais e Administrativas com um aumento nestas despesas de 5%. Outras contas com proporções maiores que esta foram desconsideradas pelo fato de apresentarem estáveis durante os dois anos exercícios analisados.

Assim, se tem que, todos os objetivos propostos foram alcançados, em conclusão ao objetivo geral da pesquisa entende-se que os indicadores foram afetados de forma significativa no segundo trimestre, onde se iniciou os meios de contenção a empresa, mesmo está se mostrando no acumulado um resultado líquido e de indicadores positivos ainda é relevante a variação com o período anterior.

Para o presente estudo não foi considerado ações externas a quem do período de pandemia, outro ponto a se considerar é a continuidade do período até a data de fechamento da pesquisa, tendo isto, para uma análise de impacto mais profundo, recomendasse um estudo que envolva os trimestres de 2021 associados aos valores de mercado da empresa.

REFERÊNCIAS

CARVALHO, Sandro Sacchet de; NOGUEIRA, Mauro Oddo; SILVA, Sandro Pereira. **Da virose biológica à virose econômica: uma vacina para microempresas no Brasil**. Revista de Administração Pública, Rio de Janeiro, v. 54, n. 4, p. 1010-1021, jul. 2020. ISSN 1982-

3134. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rap/article/view/81899>>. Acesso em: 08 nov. 2020.

CARVALHO, Monica Cristina Borges de; LIMA, Vinicius da Costa; SIQUEIRA, Eduardo Padilha de; SILVA, Marcelo Salles da; SILVA, Ana Lúcia da Rocha; SANTOS, Márcio Luí dos; CAPELLARI, Clayton Pedro. **O Impacto da Pandemia do Covid-19 nas Relações de Emprego nas Micro e Pequenas Empresas**. Revista Fatec SEBRAE em debate – gestão, tecnologias e negócios. [S.l.]. Vol.7. n.º. 12. jun. 2020. p. 62-86. Disponível em: <<http://revista.fatecsebrae.edu.br/index.php/em-debate/article/view/142>>. Acesso em: 05 nov. 2020.

CRUZ, Pedro Lucas. ÁVILA, Lucas Veiga. **Uso de indicadores financeiros e não financeiros para gerenciamento nas organizações: quando devem ser considerados KPI ou KRI**. Revista GESTO: Revista de Gestão Estratégica de Organizações, v.9, n.2, p.88-100. Disponível em:<<http://san.uri.br/revistas/index.php/gesto/article/view/324>>. Acesso em: 25 maio 2021.

FERREIRA JUNIOR, Reynaldo Rubem; SANTA RITA, Luciana Peixoto. **Impactos da Covid-19 na Economia: limites, desafios e políticas**. Revista Teste, [S.l.], v. 1, n. 7, p. 35-47, Dez. 2016. Disponível em: <<https://portalseer.ufba.br/index.php/Teste/article/view/37324>>. Acesso em: 05 nov. 2020.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOMES, Josir Simeone. **Método de Estudo de Caso Aplicado à Negócios**. São Paulo: Editora Atlas, 2006.

GONÇALVES, Jonas Rodrigo. **Metodologia Científica e Redação Acadêmica**. 8. ed. Brasília: JRG, 2019e.

INTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Produto Interno Bruto – PIB**. Rio de Janeiro: IBGE, 2021. Disponível em:<<https://www.ibge.gov.br/explica/pib.php#:~:text=O%20PIB%20do%20Brasil%20em,%24%20%20003%2C5%20bilh%C3%B5es>>. Acesso em: 26 maio 2021.

LUZ, Andressa Francielle Rodrigues da; **Análise Das Demonstrações Contábeis E O Impacto Das Despesas Financeiras No Resultado Da Empresa**. Revista Diálogo.[S.l.]. Ano 02. n.º 02. Seção 3. 2020. Disponível em: <http://fundasul.br/revista_dialogo/ano2_n02/revista-dialogo-ano02-n02-artigo_analise_demo_contabeis_e_o_impacto_despesas_financeiras_no_resultado_empresa_por_andressa_franciele_da_luz.pdf>. Acesso em: 05 nov. 2020.

MARCELINO, Jose Antonio; REZENDE, Adriano; MIYAJI, Mauren. **Impactos Iniciais da Covid-19 nas Micro e Pequenas Empresas do Estado do Paraná - Brasil**. Boletim de

Conjuntura (BOCA). Boa Vista-RO, v. 2, n. 5, p. 101-112. 2020. Disponível em: <<https://revista.ufr.br/boca/article/view/Marcelinoetal>>. Acesso em: 05 nov. 2020.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos da Metodologia Científica**, 6. ed., São Paulo: Atlas, 2007.

MARQUEZAN, Luiz Henrique Figueira. ROSSATO, Marivane Vestena. ELY, Bernardo Cohen. FOGAÇA, Tiago Ribas. **Indicadores de Desempenho Diferenciam Empresas do Mesmo Segmento?** Revista Contemporânea de Contabilidade, Florianópolis, v.16, n.38, p.129-149, jan./mar. 2019. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/documentos/ver/53804/indicadores-de-desempenho-diferenciam-empresas--->>. Acesso em: 25 maio 2021.

MARTINS, Gilberto de Andrade. **Estudo de caso: uma reflexão sobre a aplicabilidade em pesquisas no Brasil**. Revista de Contabilidade e Organizações, v. 2, n. 2, p. 9-18, jan./abr., 2008.

PASSOS, Ana Paula Pereira. MENEGHINI, Eleandra Maria Prigol. GAMA, Marina Amado Bahia. LANA, Jeferson. **Tem no Magalu: Estratégias Sociais, Políticas e de Mercado Durante a Covid**. Revista de Administração Contemporânea, São Paulo, v.25, 2021. Disponível em: <<http://www.scielo.br/j/rac/a/9c4xC5XpnfzKqbVpFWKFPPLc/?lang=pt>>. Acesso em: 25 maio 2021.

REZENDE, Adriano Alves. MARCELINO, José Antônio. MIYAJI, Mauren. **A reinvenção das vendas: as estratégias das empresas brasileiras para gerar receitas na pandemia de Covid-19**. Boletim de Conjuntura, Boa Vista, v.6. n.2, 2020. Disponível em: <<https://revista.ufr.br/boca/article/view/Rezendeetal>>. Acesso em: 25 maio 2021.

RITTA, Cleyton de Oliveria. JACAMOSSI, Fellipe André. FABRIS, Thiago Rocha. KLANN, Roberto Carlos. **Um estudo sobre casualidade entre EBITDA e retorno das ações de empresas brasileiras (2008-2014)**. Enfoque: Reflexão Contábil, v.36. n.2, p.115-130, maio/ago. 2014. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/pdf/3071/307150906008.pdf>>. Acesso em: 25 maio 2021.

SCHREIBER, Dusan. MOARES, Margareth Aparecida. STASIAK, Ligia. **O impacto da crise pelo Covid-19 nas micro e pequenas empresas**. Revista Vianna Sapiens, Juiz de Fora, v.12, n.1, jan./jun.2021, 2021. Disponível em: <<https://viannasapiens.com.br/revista/article/view/707/379>>. Acesso em: 25 maio 2021.

SILVA, Evaldo de Souza. **Impactos da Aplicação do CPC 06 R2 (IFRS 16) em Empresas do Setor de Varejo no Brasil: Análise de Indicadores Financeiros**. In: CONGRESSO USP DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM CONTABILIDADE, 17, 2020, São Paulo. Anais... São Paulo: FIPECAFI, jul. 2020. Disponível em: <<https://congressosp.fipecafi.org/anais/20UspInternational/ArtigosDownload/1990.pdf?>>. Acesso em: 26 maio 2021.

SILVEIRA, Daniel Barile. MARQUES, Ana Paula Lemos Baptista. **O Impacto do Coronavírus (COVID-19) no Brasil para a ordem econômica, as políticas urbanas e a sua integração**. Revista de Direito da Cidade, Rio de Janeiro, v.13, n.2, dez. 2021.

Disponível em:<<https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/rdc/article/view/54876/37528>>.
Acesso em: 25 maio 2021.

VIDIGAL, Arthur Rocha. BENFEITA, Polyana Rocha. **Inovações no varejo brasileiro: o caso Magazine Luiza**. 2019. Projeto de graduação (Graduação em Engenharia de Produção) – Universidade Federal do Rio de Janeiro; Rio de Janeiro, 2019. Disponível em:<http://portal.pucminas.br/imagedb/documento/DOC_DSC_NOME_ARQUI20160217102425.pdf>. Acesso em: 26 maio 2021.