



UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

ADMINISTRAÇÃO
CIÊNCIAS CONTÁBEIS
RECURSOS HUMANOS

PROJETO INTEGRADO

ORÇAMENTO EMPRESARIAL

MAGAZINE LUIZA

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

MARÇO, 2021

UNIFEOB

CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO DE ENSINO
OCTÁVIO BASTOS

ESCOLA DE NEGÓCIOS ONLINE

ADMINISTRAÇÃO
CIÊNCIAS CONTÁBEIS
RECURSOS HUMANOS

PROJETO INTEGRADO

ORÇAMENTO EMPRESARIAL

MAGAZINE LUIZA

MÓDULO GESTÃO EMPREENDEDORA

GESTÃO ORÇAMENTÁRIA - PROF. LUIZ FERNANDO PANCINE

GESTÃO ESTRATÉGICA DE TRIBUTOS - PROF. DANILO MORAIS
DOVAL

Estudantes:

Diego Edgar Ribeiro da Silva RA: 1012020100871

Jéssica Helena Arcanjo RA: 1012020100445

Joice Cristina dos Santos RA: 1012020100373

Joice Rafaela Rodrigues Belchior RA: 1012020200053

Sara Raquel Gomes RA: 1012020100372

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

MARÇO, 2021

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	4
3. PROJETO INTEGRADO	5
3.1 GESTÃO ORÇAMENTÁRIA	5
3.1.1 ORÇAMENTO DE VENDAS	7
3.1.2 ORÇAMENTO DAS DESPESAS OPERACIONAIS	8
3.1.3 ORÇAMENTO EMPRESARIAL	9
3.2 GESTÃO ESTRATÉGICA DE TRIBUTOS	11
3.2.1 LUCRO REAL	12
3.2.2 LUCRO PRESUMIDO	13
3.2.3 SIMPLES NACIONAL	15
4. CONCLUSÃO	17
REFERÊNCIAS	18
ANEXOS	19

1. INTRODUÇÃO

O objetivo deste projeto é mostrar a Gestão Estratégica de Tributos que será abordada através da análise tributária da empresa, referente ao regime tributário do Simples Nacional da Magazine Luiza, uma empresa de capital aberto.

A Magazine Luiza S/A é uma empresa de 63 anos no mercado e possui mais de 1.199 lojas e 17 centros de distribuição estrategicamente localizados em 18 estados Brasileiros e seu modelo de negócio hoje caracteriza-se como uma plataforma digital com pontos físicos.

O orçamento empresarial é de extrema importância para a organização. Dessa forma, é necessário que o planejamento tributário de uma empresa seja um conjunto de estratégias e decisões que priorize a diminuição no pagamento de impostos, de maneira lícita, podendo assim, prolongar a vida útil de empresas já existentes no mercado. Através de um planejamento bem estruturado, é possível avaliar e criar projeções futuras, permitindo também planejar o faturamento futuro da empresa, buscando evolução no mercado. O processo de tomada de decisão se torna mais assertivo quando amparado por um Orçamento bem estruturado.

A Gestão Estratégica de Tributos é essencial para o bom funcionamento de uma empresa, independentemente de seu faturamento anual. É a Gestão de Tributos que irá direcionar o funcionário responsável por esse setor a tomar as decisões necessárias e analisar com clareza o cenário atual de seu negócio.

Desse modo iremos abordar no atual projeto a Gestão Orçamentária referente a empresa escolhida, usando como base suas vendas, despesas e a análise da DRE (Demonstrativo de Resultado de Exercício).

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Razão Social- Magazine Luiza

Slogan: Vem ser feliz !

Magazine Luiza é uma empresa de capital aberto CNPJ: 47.960.950/0001-21, rede varejista de eletroeletrônicos, eletrodomésticos, móveis, brinquedos, produtos de limpeza, comida para pets, créditos, seguros e consórcio. Fundada em 16 de setembro de 1957 na cidade de Franca, interior de São Paulo, por Luiza Trajano Donato e Pelegrino José Donato.

Desde Janeiro de 2016, seu presidente é Frederico Trajano, de 44 anos, filho de Luiza Helena Trajano, sobrinha da fundadora da empresa, Luiza Trajano Donato. Sua gestão foi a responsável pela transformação digital da companhia.

O Magazine Luiza possui mais de 1199 lojas e 17 centros de distribuição estrategicamente localizados em 18 estados Brasileiros e seu modelo de negócio hoje caracteriza-se como uma plataforma digital com pontos físicos.

Uma das maiores empresas varejistas do Brasil, o Magazine Luiza S.A. acumula mais de 60 anos de história. E para suportar toda a estratégia multicanal da Companhia, há o Luizalabs, em que mais de 450 engenheiros e especialistas trabalham no centro de desenvolvimento e inovação, de forma a garantir a máxima fluidez no desempenho dos negócios. Organizados em cerca de 50 pequenos times, cada um dedicado a missões específicas, os profissionais criaram soluções como o Mobile Vendas, o Mobile Entregas, o Mobile Estoquista, o CDC Digital, e o Magazine você, e continuam como uma peça fundamental na execução da estratégia da Companhia.

3. PROJETO INTEGRADO

3.1 GESTÃO ORÇAMENTÁRIA

O orçamento empresarial é de extrema importância para a organização. Mediante os seus processos, é possível avaliar e criar projeções futuras, permitindo também planejar o faturamento futuro da empresa, buscando evolução no mercado através de vendas alcançadas. É usado para controlar tudo que foi realizado e projetado, orientando a organização, evitando assim, possíveis riscos.

Como ferramenta de gestão, um Orçamento bem elaborado permite:

1. O mapeamento das diversas fontes de receitas, considerando novas fontes de receita advindas de novos negócios, ou recursos provenientes de clientes existentes;
2. O detalhamento das receitas originadas de outras frentes de negócios e parcerias;
3. Detalhar o custo da mercadoria ou serviço vendido, além de possibilitar o monitoramento das tendências de aumento ou queda dos componentes formadores do custo;
4. Estabelecer junto aos clientes a margem de contribuição média que o setor de vendas deverá observar nos processos de negociação;
5. Estabelecer as despesas fixas relacionadas à matriz da corporação;
6. Estabelece os provisionamentos que podem ser, por exemplo: variação cambial, devedores duvidosos, encargos financeiros, financiamentos, juros relativos a empréstimos;
7. Definir a necessidade de capital de giro e as melhores alternativas para o financiamento da corporação;
8. Estabelecer a estratégia empresarial para gerar caixa, que é fator fundamental na apresentação da rentabilidade;
9. Planejar as ações de investimento em projetos estratégicos, táticos e operacionais;
10. Definir a remuneração por meritocracia através de bônus e remunerar o acionista

através dos dividendos.

Toda rotina empresarial necessita ser revisada no objetivo de manter sua eficácia, corrigir possíveis distorções, implantar inovações, redefinir metas.

Outro benefício do Orçamento é estabelecer as ações dos gestores que conduzirão a empresa no decorrer do ano fiscal. O processo de tomada de decisão se torna mais assertivo quando amparado por um Orçamento bem estruturado.

3.1.1 ORÇAMENTO DE VENDAS

O orçamento de vendas idealiza as perspectivas sobre o volume de vendas com base nas premissas orçamentárias. O planejamento sobre as vendas tornará possível a projeção do faturamento para períodos futuros. Para a elaboração do orçamento de vendas, devem ser observadas as perspectivas de mercado em relação ao que está sendo comercializado.

O objetivo fundamental do Orçamento de Vendas é o atendimento com excelência aos clientes, considerando preço, qualidade, prazos, etc.

Outro importante objetivo é o estudo detalhado dos mercados, como: quantidades a serem comercializadas, preços a praticar, dentre outros aspectos. Concluídas estas etapas, o próximo passo é estimar a receita operacional, organizar e programar a produção, tendo em vista o atendimento eficaz aos clientes e, ao mesmo tempo, atingir as metas estabelecidas no plano orçamentário e financeiro da empresa.

Portanto o Orçamento de Vendas tem como objetivo imprimir na empresa a perspectiva de seu potencial para atuar no mercado, considerando que é o resultado das vendas, seja de bens, produtos ou serviços, a origem dos resultados da empresa.

Na empresa Magazine luiza a aposta da vez é a venda do e-commerce, que mesmo durante a pandemia que estamos enfrentando não deixa de dar resultados claramente já vistos e apontados em seu crescimento diário. O e-commerce vem se destacando desde a venda dos setores de eletrodomésticos, moda , beleza e até mesmo serviços de ifood.

3.1.2 ORÇAMENTO DAS DESPESAS OPERACIONAIS

O Orçamento das Despesas Operacionais é muito importante para a gestão da corporação na medida em que se torna estratégico conhecer o volume dos gastos que a empresa deverá suportar para administrar e comercializar seus produtos e ou serviços aos clientes além de ser ainda uma ferramenta de gestão administrativa que possibilita a estimativa das despesas de vendas, financeiras, administrativas e tributárias da empresa em um determinado período.

O Orçamento das Despesas Operacionais será composto por todos os gastos que a empresa deverá suportar para gerenciar e vender os produtos aos consumidores e ou tomadores de serviços.

Alguns dos principais objetivos do Orçamento das Despesas Operacionais:

- Planejar as atividades operacionais da empresa, considerando o total das despesas orçado, e a conjuntura interna e externa relacionadas à empresa;
- Diagnosticar os fatores que resultarão em saídas de caixa futuramente. Esse procedimento permite avaliar com maior segurança às despesas que poderão ser modificadas, inseridas ou eliminadas;
- Avaliar o montante das despesas necessárias em relação às metas de crescimento e metas operacionais estabelecidas, e o impacto destas despesas nas finanças da empresa;
- Instrumentalizar o Comitê Orçamentário para as verificações do custo x benefício durante a elaboração do Orçamento das Despesas.

O Orçamento das Despesas Operacionais da empresa deve contemplar todas as áreas e rotinas estratégicas da empresa como: Administração, Tributos, Vendas, Finanças.

Deve ser comentado sobre o processo de projeção das despesas operacionais das empresas e os fatores que influenciam nas projeções.

3.1.3 ORÇAMENTO EMPRESARIAL

Através da DRE Projetada, executivos e administradores podem simular cenários futuros levando em conta as possibilidades de gestão dos custos, despesas e investimentos. Finalmente, a Demonstração Projetada reúne em uma única peça os resultados alcançados através do Orçamento Empresarial.

A rede Magazine Luiza divulgou nesta 2ª feira (8.mar.2021) os resultados financeiros relativos ao 4º trimestre e o consolidado do ano fiscal de 2020. O lucro líquido da rede varejista cresceu 30,6% nos 3 últimos meses do ano, na comparação anual, alcançando R\$219,5 milhões. A Magalu, como é conhecida, teve em 2020 o maior faturamento de sua história, com as vendas totais chegando a R\$43,5 bilhões. O valor representa crescimento em comparação com 2019.

	2019	2020		2021
(+) Receitas vendas e serviços	13.501.284	19.111.320	20%	23.045.549,679
(-) Custo mercadoria e serviços	- 9.772.712	-14.076.909	28%	18.018.443,52
(=) Resultado bruto	3.728.572	5.034.411		18.018.443,52
(-) Despesas operacionais	-2.816.773	-4.528.263		4.784.685,977
(-) Despesas com vendas	-2.309.125	-3.487.191	4,70%	-3.651.088,977
(-) Despesas gerais administrativas	-862.913	-1.133.597	0%	-1.133.597
(=) Lucro operacional	1.446.212	2.353.594	3%	22.803.129,497

Lucro Operacional **2.353.594 * 3% PIB Mundial = 2.424.201.82**

Despesas com vendas + Despesas Gerais Administrativas = Despesas Operacionais

O Custo de Mercadoria + 28% de IPCA = Resultado Bruto.

Resultado Bruto + Despesas Operacionais = Lucro Operacional

Pegamos o Lucro Operacional mais o Resultado do PIB Mundial e obtemos o valor da
Receitas de vendas e serviços

Receitas de serviços de 2021 - Receitas de serviços 2020, então concluímos que
precisamos crescer 20% .

Em 2021 a previsão de crescimento é de aproximadamente 20% , apesar dos fatores
externos com a Covid 19 , as vendas vem aumentando esse ano e além disso a Magazine
Luiza vem investindo alto no marketing.

3.2 GESTÃO ESTRATÉGICA DE TRIBUTOS

Uma postura simples de organização estratégica, ordenara recursos viáveis para uma competência singular dirigida de qualquer operação funcional exigida sendo elas previsíveis ou não.

Nesse sentido, a ideia de alinhamento estratégico envolve a ligação e coerência entre a estratégia organizacional e a estratégica de tecnologia e informação .Apresenta o consumidor 4.0, assim como suas principais características e comportamento de consumo. objetiva analisar como as marcas se moldaram para atender o novo comportamento de compra e estreitaram suas relações com o público na era digital. Conceitua termos da área do marketing e da publicidade através de fundamentos teóricos de autores consagrados e renomados. Estudo o caso da marca varejista "Magazine Luiza", seu sucesso e reconhecimento no mercado e o resultado do investimento da marca na personagem "Lu", que transformou os canais de comunicação da empresa e tornou a personagem uma influenciadora virtual. Conclui que as organizações devem estar atentas às mudanças de comportamento e de marketing para estar presente e relevante através de conteúdos significativos que geram interesse e inicie diálogos nos meios em que seu público está inserido.

3.2.1 LUCRO REAL

No Lucro Real, o IRPJ e a CSLL são resultados com base no Lucro Real.

O Lucro Real é o lucro contábil ajustado pelas adições e exclusões permitidas na Instrução Normativa RFB 1700 de 14/03/2017.

O lucro real é o lucro líquido do período de apuração, apurado de acordo com a legislação societária e ajustado pelas adições, exclusões ou compensações prescritas ou autorizadas pela legislação do IR. Qualquer empresa pode optar pela tributação pelo lucro real, mas algumas são obrigadas a utilizar essa modalidade, em função de características relacionadas ao tamanho e ao tipo de atividade desenvolvida (REZENDE; PEREIRA; ALENCAR, 2010, p. 131).

Segundo Decreto nº 1.598, de 1977 (BRASIL, 1977), o contribuinte optante pelo lucro real deve escriturar o Livro de Apuração do Lucro Real (LALUR), em que serão demonstrados os ajustes do lucro líquido do exercício, a demonstração do lucro real, a apuração do Imposto de Renda Pessoa Jurídica (IRPJ) e o controle dos prejuízos a compensar. Para Chaves e Muniz (2010, p. 338) “[...] o LALUR é dividido em duas partes, quais sejam, A e B. Na primeira parte, são demonstrados os cálculos do imposto; na segunda, são controlados os créditos tributários, tanto a favor da Fazenda quanto do contribuinte”.

3.2.2 LUCRO PRESUMIDO

O Lucro Presumido é um regime tributário em que a empresa faz a apuração simplificada do Imposto de Renda de Pessoa Jurídica (IRPJ) e da Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL).

A Receita Federal presume que uma determinada porcentagem do faturamento é lucro. Com esse eventual de presunção, não será mais necessário comprovar o fisco e se houve ou não lucro no período do recolhimento de impostos.

O cálculo do IRPJ é imposto o lucro, no lucro presumido é calculado com base no faturamento (presunção de lucro) e a base de cálculo para este imposto está prevista na Lei 9.249/19

O cálculo do CSLL e imposto sobre o lucro, no lucro presumido é calculado com base no faturamento (presunção de lucro) e a base de cálculo para esses impostos está prevista na Lei 10.684/2003.

-12% da receita libera mas atividades, comerciais, industriais, serviços hospitalares e de transporte.

32% para :

- a) Prestação de serviços em geral, exceto a de serviços hospitalares e de transporte;
- b) Intermediação de negócios;
- c) Administração de cessão de bens.

Para a empresa optar pelo lucro presumido é necessário estabelecer algumas regras e procedimentos.

- A Partir do ano de 2014, a pessoa jurídica que apurar durante o ano - calendário anterior receita bruta total ou inferior ao valor estabelecido pela legislação vigente poderá optar pelo regime Lucro Presumido.
- Não pode ter optado no início do ano pelo regime do lucro real, pois a opção pelo regime é irrevogável e irretroatável

- As empresas de factoring e que usufruam benefícios fiscais concedidos não poderão optar pelo lucro presumido.

O Lucro Presumido é um regime tributário em especial para fins de cálculo do IRPJ e da Contribuição Social, porém o PIS e a Cofins também têm regras específicas para esse regime tributário.

3.2.3 SIMPLES NACIONAL

O Simples Nacional é um regime compartilhado de arrecadação, cobrança e fiscalização de tributos aplicável às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, previsto na Lei Complementar nº 123, em seu artigo 13, os impostos a serem recolhidos mediante documento único de arrecadação são:

- Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI);
- Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL);
- Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (COFINS);
- Contribuição para o PIS/PASEP;
- Contribuição Patronal Previdenciária (CPP);
- Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e Sobre
- Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação (ICMS);
- Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISS) (BRASIL, 2006, documento on-line).

O Simples Nacional é um programa do governo federal que visa simplificar a burocracia das empresas. As empresas enquadradas no programa possuem as rotinas e obrigações mensais facilitadas, além de uma carga tributária reduzida e unificada (um imposto único).

A adoção do Simples Nacional ocorreu para tornar mais fácil a vida dos micro e pequenos empresários e, para isso, permite tanto alíquotas menores quanto o pagamento unificado de impostos, o que auxilia no dia a dia das atividades empresariais.

Características principais do Regime do Simples Nacional:

- Ser facultativo;
- Ser irrevogável para todo o ano-calendário;
- Recolhimento dos tributos abrangidos mediante documento único de arrecadação - DAS;

- Disponibilização às ME/EPP de sistema eletrônico para a realização do cálculo do valor mensal devido, geração do DAS e, a partir de janeiro de 2012, para constituição do crédito tributário;
- Apresentação de declaração única e simplificada de informações socioeconômicas e fiscais;
- Prazo para recolhimento do DAS até o dia 20 do mês subsequente àquele em que houver sido auferida a receita bruta;
- Possibilidade de os Estados adotarem sublimites para EPP em função da respectiva participação no PIB. Os estabelecimentos localizados nesses Estados cuja receita bruta total extrapolar o respectivo sublimite deverão recolher o ICMS e o ISS diretamente ao Estado ou ao Município.

Assim, os dentre os principais objetivos da adoção do Simples estão:

- Busca de uma maior integração entre as diferentes esferas do fisco;
- Formalização dos negócios, por meio da desburocratização, permitindo uma melhoria do ambiente de negócio nacional;
- Redução da carga tributária com o objetivo de estimular o empreendedorismo; - Melhoria e racionalização dos processos tanto do ponto de vista dos
- Empresários quanto do próprio governo, evitando falhas e retrabalhos;
- Unificação dos tributos em diferentes níveis, simplificando os processos para torná-los mais práticos e objetivos;
- Busca constante pela diminuição na informalidade e legalização de novas empresas, principalmente no que diz respeito ao Microempreendedor Individual (MEI).

Assim, a adoção do Simples também se mostrou essencial para que as próprias empresas pudessem ter ganhos de escala, comprando mais e pagando menos, reduzindo seus custos e explorando diferentes possibilidades tanto no mercado interno quanto no externo.

A principal mudança nesse quesito aconteceu em 2018, quando passaram a valer novos limites de faturamento. No caso do Simples Nacional, a receita bruta por ano O enquadramento no regime é de R \$4,8 milhões por ano. O valor equivale a uma média mensal de R \$400 mil de receita.

4. CONCLUSÃO

O Projeto em questão teve a finalidade de contribuir com o conhecimento do grupo nesse trimestre, referente às matérias estudadas. Com base nessa finalidade, foi possível argumentar e oferecer os resultados esperados.

Foram discutidos os assuntos referentes à Gestão Orçamentária e Gestão Estratégica de Tributos, aplicando esses temas sobre a empresa escolhida, Magazine Luiza e também de um modo geral, para esclarecimento total do assunto. Mesmo durante a pandemia, o Magazine Luiza conseguiu se destacar com lojas parcialmente fechadas durante o ano, Magalu teve em 2020 o maior faturamento de sua história na comparação em 2019.

Para que o projeto fosse realizado com êxito, a equipe buscou, além dos conhecimentos adquiridos pelo material didático oferecido, informações extras e de extrema relevância para o planejamento da empresa escolhida.

O Projeto nos proporcionou aplicar o conteúdo técnico em uma visão dinâmica e prática, elaborando então, algo sustentável para uma empresa real atuante no mercado.

REFERÊNCIAS

Disponível em - [Alinhamento estratégico da utilização da internet e do comércio eletrônico: os casos Magazine Luiza e Fleury \(scielo.br\)](#) . Acessado em 08/04/2021 as 11:47-CONTABILIDADE TRIBUTÁRIA Tatiane Antonovz.

Disponível em Receita Fazenda - Simples Nacional

<http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/Documentos/Pagina.aspx?id=3>
acessado em 18/03/2021 - 20:24h

Disponível em - Livro © SAGAH EDUCAÇÃO S.A., 2016,ZDANOWICZ, J. Eduardo. Orçamento operacional. Porto Alegre: Editora Sagra, 1989. Acessado em 23/03/2021 às 20:47

Disponível em - Planejamento Tributária - Felipe Martins da Silva Ramon Alberto Cunha de Faria. Acesso em 31/03/2021 às 22:11.

Disponível em

<https://www.poder360.com.br/economia/lucro-da-magalu-cresce-30-no-4o-tri-de-2020-e-chega-a-r-2195-milhoes/#:~:text=O%20lucro%20%C3%ADquido%20da%20rede,60%25%20na%20compara%C3%A7%C3%A3o%20com%202019>. Acessado em 07/04/2021 às 22:29.

Disponível em - <http://www.riuni.unisul.br/handle/12345/11415>. Acesso em 08/04/2021.

LABORATÓRIO CONTÁBIL - Ramon Alberto Cunha de Faria

Disponível em : file:///C:/Users/User/Downloads/dre%20magalu.pdf
08/04/2021 as 23:00

Disponível em-

http://www.b3.com.br/pt_br/produtos-e-servicos/negociacao/renda-variavel/empresas-listadas.htm. Acessado em 12/04/2021 as 23:00.

ANEXOS

Metas e Objetivos do Orçamento Empresarial:



Conceitos e Exemplos do Simples Nacional:



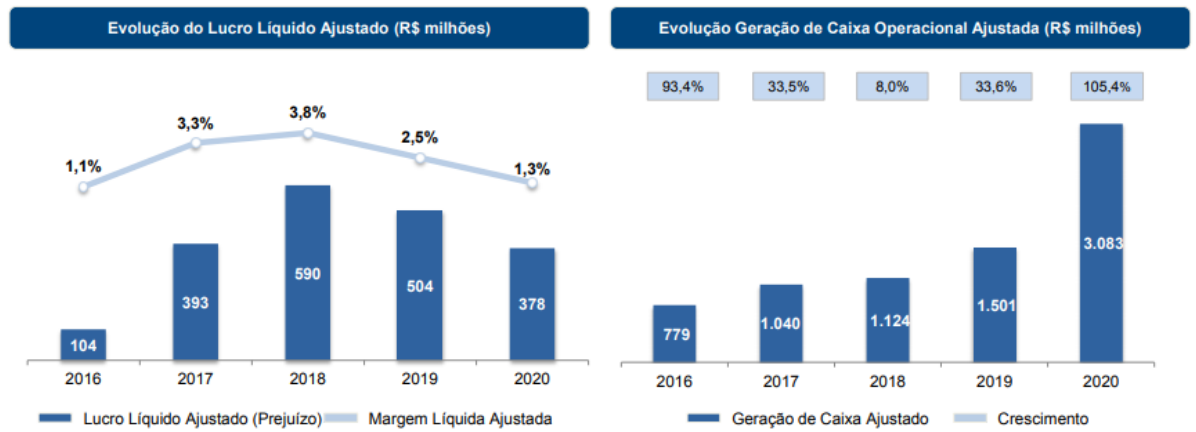
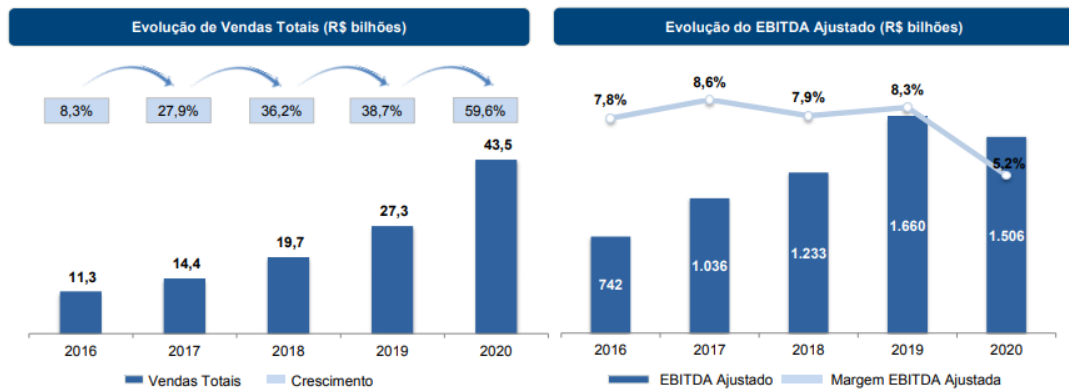
Lucro Presumido

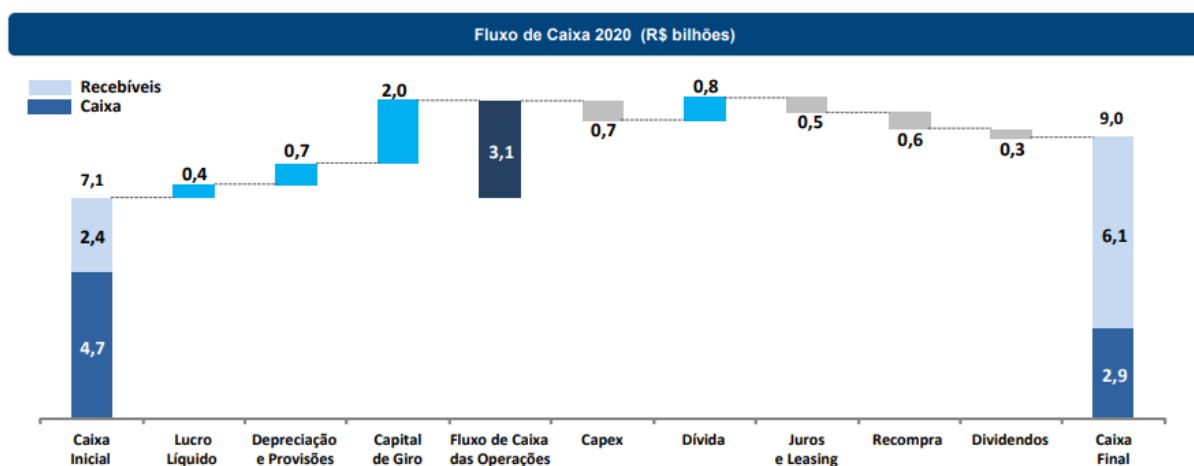


A tabela abaixo apresenta os valores relativos às demonstrações dos resultados consolidados dos exercícios sociais encerrados em 31 de dezembro de 2020 e de 2019.

DRE CONSOLIDADO (em R\$ milhões)	12M20	12M20 Ajustado	AV	12M19 Ajustado	AV	Var(%)
Receita Bruta	36.116,0	36.116,0	123,8%	24.377,1	122,6%	48,2%
Impostos e Cancelamentos	(6.938,9)	(6.938,9)	-23,8%	(4.490,8)	-22,6%	54,5%
Receita Líquida	29.177,1	29.177,1	100,0%	19.886,3	100,0%	46,7%
Custo Total	(21.657,2)	(21.657,2)	-74,2%	(14.096,3)	-70,9%	53,6%
Lucro Bruto	7.520,0	7.520,0	25,8%	5.790,0	29,1%	29,9%
Despesas com Vendas	(5.162,6)	(5.162,6)	-17,7%	(3.444,1)	-17,3%	49,9%
Despesas Gerais e Administrativas	(906,8)	(906,8)	-3,1%	(701,6)	-3,5%	29,2%
Perda em Liquidação Duvidosa	(118,1)	(118,1)	-0,4%	(76,0)	-0,4%	55,4%
Outras Receitas Operacionais, Líquidas	74,7	53,7	0,2%	64,8	0,3%	-17,2%
Equivalência Patrimonial	119,9	119,9	0,4%	26,6	0,1%	350,7%
Total de Despesas Operacionais	(5.992,9)	(6.013,9)	-20,6%	(4.130,2)	-20,8%	45,6%
EBITDA	1.527,1	1.506,0	5,2%	1.659,7	8,3%	-9,3%
Depreciação e Amortização	(702,5)	(702,5)	-2,4%	(487,0)	-2,4%	44,3%
EBIT	824,6	803,5	2,8%	1.172,7	5,9%	-31,5%
Resultado Financeiro	(410,5)	(410,5)	-1,4%	(531,1)	-2,7%	-22,7%
Lucro (Prejuízo) Operacional	414,1	393,0	1,3%	641,6	3,2%	-38,7%
IR / CS	(22,4)	(15,2)	-0,1%	(137,5)	-0,7%	-88,9%
Lucro Líquido	391,7	377,8	1,3%	504,2	2,5%	-25,1%
Vendas Totais Varejo*	43.516,7	43.516,7	-	27.270,7	-	59,6%
Crescimento nas Vendas Mesmas Lojas Físicas	-7,4%	-7,4%	-	7,8%	-	-
Crescimento nas Vendas Totais Lojas Físicas	0,6%	0,6%	-	17,9%	-	-
Crescimento nas Vendas E-commerce (1P)	122,6%	122,6%	-	51,4%	-	-
Crescimento nas Vendas E-commerce Total	130,7%	130,7%	-	76,0%	-	-
Participação E-commerce Total nas Vendas Totais	65,6%	65,6%	-	45,3%	-	20,2 pp
Quantidade de Lojas - Final do Período	1.301	1.301	-	1.112	-	189
Área de Vendas - Final do Período (M²)	666.089	666.089	-	648.227	-	2,8%

DESEMPENHO FINANCEIRO CONSOLIDADO





Demonstração do Resultado - Consolidado	01/01/2020 a 31/12/2020	01/01/2019 a 31/12/2019
Receita de Venda	29.177.113	19.886.310
Resultado Bruto	7.519.962	5.553.961
Resultado de Equivalência Patrimonial	119.929	26.607
Resultado Financeiro	(410.495)	(70.413)
Resultado Líquido das Operações Continuadas	391.709	921.828
Lucro (Prejuízo) do Período	391.709	921.828
Lucro (Prejuízo) do Período Atribuído à Controladora	391.709	921.828

ORÇAMENTO EMPRESARIAL

