



UNIFEOB

Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos

CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTERDISCIPLINAR

**PROJEÇÃO DE UMA DEMONSTRAÇÃO DO
RESULTADO DO EXERCÍCIO**

<Magazine Luiza>

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

AGOSTO 2018

UNIFEOB

Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos

CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

PROJETO INTERDISCIPLINAR

**PROJEÇÃO DE UMA DEMONSTRAÇÃO DO
RESULTADO DO EXERCÍCIO**

<Magazine Luiza>

Módulo 02 FUNDAMENTOS EMPRESARIAIS

Fundamentos de Contabilidade – Prof. Max Streicher Vallim

Fundamentos de Administração – Prof. Frederico Fagnoli Ribeiro

Fundamentos de Economia – Prof. Leonardo Marcelino

Fundamentos de Finanças – Profa. Renata E. de Alencar Marcondes

Fundamentos de Direito – Prof. João Fernando Alves Palomo

Alunos:

Brenda Ramiro Fostinoni , RA 18000942

Cristiane Brun, RA 18000943

Franciele Souza , RA 18000140

João César Fontes Marques, RA 18001589

Sarah Valente Machado, RA 18001998

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

AGOSTO 2018

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	00
2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA	00
3 PROJETO INTERDISCIPLINAR	00
3.1 FUNDAMENTOS DE DIREITO	00
3.2 FUNDAMENTOS DE CONTABILIDADE	00
3.3 FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO	00
3.4 FUNDAMENTOS DE ECONOMIA	00
3.5 FUNDAMENTOS DE FINANÇAS	00
4 CONCLUSÃO	00
REFERÊNCIAS	00
ANEXOS	00

1 INTRODUÇÃO

Este projeto interdisciplinar é sobre a empresa Magazine Luiza S/A. O Magazine Luiza é uma das pioneiras em vendas de eletrônicos, eletrodomésticos, informática e muita mais. Optamos por essa empresa por sua influência nacional, por abranger grandes números de premiações, e há mais de 50 anos de trabalho contínuo, tem como objetivo fazer do varejo um setor de destaque nacional. O Magazine Luiza recebeu certificações como uma das 100 melhores empresas em indicador de desenvolvimento humano e organizacional; é a 5ª na lista das 70 melhores empresas na categoria “Grande”, recebeu o prêmio de excelência em qualidade comércio eletrônico pela e-bit, além de ser a 15ª melhor empresa para se trabalhar na América Latina.

O objetivo do projeto é apresentar de forma clara e objetiva a empresa Magazine Luiza e seus projetos, temos como intuito trazer informações e análises importantes, desenvolvidas a partir dos conhecimentos obtidos em sala de aula e através de pesquisas sobre a empresa construir um repertório de informações úteis para se compreender a organização de uma empresa, como a sua apresentação, forma de administração e de tributação síntese dos dados contidos nas suas demonstrações contábeis, análise de seu mercado e projeções para exercícios futuros o foco deste trabalho foi pesquisar a estrutura organizacional da empresa, além mostrar o balanço patrimonial dela e o mais importante, fazer a projeção de uma demonstração de exercício (DRE), ou seja, projetar (semestralmente) o quanto a empresa terá de lucro ou prejuízo num período de curto e longo prazo. Cada unidade de estudo nos direcionou a

organizar e estabelecer esse projeto como por exemplo em Fundamentos de Direito foi demonstrado a importância de escolher o mais viável regime de tributação para a empresa, ou quais são aquelas obrigadas a utilizar devido regime, a diferenciação entre sociedade anônima ou limitada, e também as leis que a empresa deve seguir e os impostos obrigatórios. Em Fundamentos da Administração foi possível analisar a missão, visão e valores da empresa S/A Magazine Luiza e seu organograma, que é uma espécie de diagrama usado para representar as relações hierárquicas dentro de uma empresa, ou simplesmente a distribuição dos setores, unidades funcionais e cargos.

Em Fundamentos de Contabilidade suas observações e análises obtidas durante o semestre nos ensinou sobre dados contábeis de uma empresa e as disponibilidades no site da BM & FBOVESPA, como o Balanço Patrimonial, suas contas analíticas e sintéticas, a TRI (taxa de retorno sobre o investimento), TRPL (Taxa de retorno sobre o Patrimônio Líquido) e a Demonstração do Resultado para conseguir posteriormente realizar a projeção. Já a unidade de estudo de Fundamentos da Economia mostrou diversos fatores que influenciam na atuação da empresa e em seu desenvolvimento, como sazonalidade e cenários. Além de analisar como é o mercado atuante da mesma, sua organização e suas mudanças previsíveis e gradativas através da projeção, onde se consegue obter a situação da empresa nos próximos períodos.

Com Fundamentos de Finanças foi possível realizar a transição da projeção para os dias de hoje, através da VPL (Valor Presente Líquido) ou também denominado com VAL (Valor Atual Líquido), que é uma fórmula matemático-financeira capaz de determinar o valor presente de pagamentos futuros descontados a uma taxa de juros apropriada, que foi ensinada durante

as aulas com apoio da calculadora HP 12C.

2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA

Em 1957, o casal Luiza Trajano e Pelegrino José Donato, tios de Helena Luiza Trajano comparam a “A Cristaleira”, uma pequena loja de presentes localizada na cidade de Franca. O nome Magazine Luiza surgiu depois, resultado de um concurso cultural promovido por uma rádio local. Fato. As décadas seguintes foram marcadas pela expansão do negócio para outras cidades do interior de São Paulo, como Barretos e Igarapava, além de novas unidades em Franca; sendo assim outros familiares entraram para o negócio, o que possibilitou ter dinheiro suficiente em caixa para todo o crescimento. Em 1974, foi inaugurada a primeira grande loja de departamentos, tendo mais de 5.000 m², e quando completou 20 anos de de vida, já contava com 30 unidades funcionando. Nos próximos anos, entre aquisições e inaugurações de novas unidades, a empresa soma a quantidade de 750 lojas espalhadas por todo o Brasil e uma fortíssima presença virtual.

Razão Social MAGAZINE LUIZA S/A

CNPJ 47960950000121

Data de Constituição 30/10/1957S/

Setor de Atuação: Consumo Cíclico

Subsetor de Atuação Comércio

Segmento de Atuação Eletrodomésticos

Atividade Principal: Somos uma rede varejista e atuamos com foco na comercialização de bens duráveis no Brasil.Código CVM22470

Data de Registro na CVM 28/04/2011

Nome de Pregão Magazine Luiza

Data de Início na Bovespa 02/05/2011

3 Projeto Interdisciplinar

3.1 FUNDAMENTOS DE DIREITO

3.1.1 Tipo da empresa

Sociedade limitada (LTDA): É a estrutura que reúne no mínimo uma dupla de empresários que se inscrevem na Junta Comercial estadual para abrir o negócio. O contrato social irá definir quantos e quem são os sócios da empresa e como as cotas de capital estão distribuídas entre eles. A participação e as responsabilidades de cada um na empresa são limitadas à proporção das cotas.

Microempresa (ME): As MEs são empresas que te obrigatoriamente ser dividida entre os acionistas. São os chamados dividendos, que devem ser de, no mínimo, 25%. Outra parte deve compor a reserva legal e a reserva para contingências.

O Magazine Luiza por exemplo é uma empresa de sociedade anônima, ou seja, é um modelo de companhia com fins lucrativos, caracterizada por ter o seu capital financeiro dividido por ações. Os donos das ações são chamados de acionistas ,e neste caso, a empresa deve ter sempre dois ou mais acionistas As sociedades anônimas são normalmente constituída por uma assembleia geral, um conselho de administração, um conselho fiscal,e uma diretoria, assim é a empresa Magazine Luiza formada atualmente por um conselho

O Magazine Luiza por exemplo é uma empresa de sociedade anônima, ou seja, é um modelo de companhia com fins lucrativos, caracterizada por ter o seu capital financeiro dividido por ações. Os donos das ações são chamados de acionistas ,e neste caso, a empresa deve ter sempre dois ou mais acionistas.As sociedades anônimas são normalmente constituída por uma assembléia geral,

um conselho de administração, um conselho fiscal, e uma diretoria, assim é a empresa Magazine Luiza formada atualmente por um conselho

3.1.2 Formas de tributação

O Lucro Real é a regra geral para a apuração do Imposto de Renda (IRPJ) e da Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL) da pessoa jurídica, onde essa apura o IRPJ determinado a partir do lucro contábil, acrescido de ajustes (positivos e negativos) requeridos pela legislação fiscal. Nesse regime, incidem duas situações conhecidas como Prejuízo Fiscal e Base de Cálculo Negativa de CSLL, das quais não haverá IRPJ e CSLL a pagar.

Lucro Presumido é uma forma de tributação simplificada para determinação da base de cálculo do IRPJ e da CSLL das pessoas jurídicas que não estiverem obrigadas à apuração do lucro real. A sistemática de tributação pelo Lucro Presumido é regulamentada pelos artigos 516 a 528 do Regulamento do Imposto de Renda (Decreto 3.000/1999). No regime de lucro presumido a pessoa jurídica pagará o imposto à alíquota de 15% (quinze por cento) sobre o lucro presumido, apurado de conformidade com o Regulamento do Imposto de Renda. O disposto neste item aplica-se, inclusive, à pessoa jurídica que explore atividade rural. Simples Nacional, que 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, de 14 de dezembro de 2006. Para ser optante do regime, a microempresa deve auferir em cada ano-calendário receita bruta igual ou inferior a R\$360 mil reais e a de

pequeno porte superior a R\$360 mil e igual ou inferior a R\$ 3.6 milhões. Esse pode ser considerado como um regime favorecido devido a sua simplificação na hora de pagar os impostos.

3.1.3 Análise sobre a empresa escolhida

O Magazine luiza (a “Companhia”) é uma sociedade anônima de capital aberto. Que segue a tributação de Lucro presumido .Com mais de 740 lojas espalhadas pelo Brasil, Magazine Luiza teve um aumento em suas ações de 420% no ano de 2015, tem registro para negociar suas ações no Novo Mercado da B3 sob o código “MGLU3”. Segundo definição da BM&FBOVESPA, com data de início na bovespa dia 02/05/2011.

3.2 FUNDAMENTOS DE CONTABILIDADE

3.2.1 Balanço Patrimonial e Demonstração do Resultado do Exercício.

Para que tenhamos sucesso na administração de uma empresa, é necessário, qualidade dos recursos humanos, ter bons materiais disponíveis e saber como serão empregados.

Independente do ramo ou tamanho da organização, à medida que foram descobrindo novas técnicas para a administração do patrimônio organizacional, desenvolveu-se também a contabilidade na administração, com a finalidade de orientar os gestores sobre a saúde financeira da organização.

As informações por ela obtidas são usadas para fins gerenciais de modo a analisar e monitorar os resultados obtidos em determinados períodos.

Cada empresa possui uma maneira de gerar seus recursos, utilizam matérias-primas e tecnologias diferentes, e aperfeiçoa-as de acordo com os parâmetros institucionais estabelecidos; em função disso, os relatórios e demonstrações contábeis, juntamente com uma análise da situação econômica interna e externa, tornam-se peça chave para a competitividade e rentabilidade de uma empresa.

Para que ocorra uma transmissão das informações contábeis, para com os acionistas, investidores e credores da empresa, de forma efetiva, é necessário uma intervenção da administração da empresa, para que possa ser repassado respostas claras e objetivas, para sanar quaisquer dúvidas dos usuários.

Encontramos a importância da contabilidade na administração ao confirmar sua eficácia como um instrumento de análise, gerência e decisão, em que os gestores utilizam de suas demonstrações para o gerenciamento e planejamento estratégico, auxiliando-os na tomada de decisões de caráter organizacional.

Esta ligação que existe entre os profissionais da contabilidade e da administração são fundamentais para a mensuração e atenuação de riscos que permeiam as atividades empresariais.

Através da análise nos relatórios e demonstrativos da situação patrimonial que o setor contábil oferece, às áreas administrativas passam a tomar suas decisões baseadas nos dados contábeis, criando-se uma flexibilidade, quanto às medidas corretivas a serem seguidas quando se há intempestividades econômicas.

Das informações fornecidas pela contabilidade, as que se destacam são as demonstrações contábeis, a auditoria e análise de balanços patrimoniais e as formalidades de escrituração.

Os administradores, sabendo usufruir e utilizar estas informações, conseguem efetivamente alcançar os objetivos estratégicos de gerenciamento ao obter a melhoria contínua dos resultados das unidades de negócio da organização.

Costumamos dizer que o Balanço Patrimonial de uma empresa é como se fosse uma fotografia, onde nos revela de um lado seus bens, tais como suas disponibilidades, ou seja o dinheiro que a empresa possui a curto e a longo prazo, conhecido por ativos, e do outro lado, tudo aquilo que a empresa deve, ou seja suas dívidas, representada pelo passivo.

A diferença entre esses dois é representada pelo Patrimônio Líquido.

Desta maneira quando uma empresa mostra no seu balanço que o ativo é maior do que o passivo, entendemos que essa empresa encontra-se bem, pelo que tudo indica, pois suas disponibilidades são suficientes para pagar suas dívidas e ainda ter uma reserva.

Porém, quando as contas mostram que o passivo é maior a empresa deve-se manter em alerta, pois isso significa que as suas dívidas são maiores do que seus bens, tornando assim seu patrimônio líquido menor e até mesmo negativo, representando que essa empresa possa estar endividada.

Nosso projeto interdisciplinar é sobre a empresa Magazine Luiza, a seguir apresentaremos seu a DRE compreendido entre os anos de 2014 à 2017. (ANEXO 1).

Relacionando as contas destacadas podemos verificar que : As disponibilidades financeiras (Caixa e equivalente de caixa e TVM), tem aumentado no período partindo de 16,4% em 2014 para 22,5% em 2017, em relação a representatividade dos ativos totais. Tais aspectos podem ser

caracterizados como necessidade de caixa para o giro das operações, recursos aguardando investimentos ou até recursos considerados ociosos. Conforme pode ser observado na DFC de 2017, entrada de caixa com a emissão de novas ações no montante de R\$ 1.144 milhões e novas captações de empréstimos de R\$ 502 milhões totalizando R\$ 1.665 milhões que foram substancialmente consumidos para pagamento de empréstimos e financiamentos, principal e juros, no montante de R\$ 1.648 milhões e custos na emissão de novas ações de R\$ 30 milhões. Assim, analisando a DRE de 2017, somando as linhas de Receitas de Vendas, CMV, Despesas Operacionais e Administrativas temos um total de R\$ 950 milhões.

Desse valor, aproximadamente R\$ 250 milhões teriam “reforçado” o caixa por recebimentos dentro do próprio exercício. O saldo remanescente de R\$ 700 milhões na DRE explicaria os aumentos no Contas a Receber a prazo conforme verificado no DFC. O Contas a Receber teve leve redução nos saldos e na representatividade sobre os ativos totais de 2014 para 2015, com aumentos progressivos até 2017, sendo que as análises estão em maiores detalhes em seção específica “Detalhamento dos principais grupos de contas” mais adiante. Os estoques tiveram leve redução nos saldos e na representatividade sobre os ativos totais de 2014 para 2015, com aumentos progressivos até 2017. Já os saldos mantidos junto a fornecedores têm aumentado progressivamente ao longo do período de 2014 a 2017. Tais aspectos podem estar influenciados pelo fato de estar criando mini centros de distribuição nas lojas convencionais, de forma a otimizar as entregas, ou por estratégia de compras em volume para melhorar os custos de aquisição, considerando que nestes casos o Magazine Luiza pode receber bonificações dos fornecedores. Com base na DFC de 2017, verificamos um aumento nos ativos operacionais relacionados aos Estoques de R\$ 408

milhões e um aumento nos passivos operacionais relacionados a Fornecedores de R\$ 554 milhões, que parece refletir a posição da Companhia de gestão mais efetiva.

nos estoques e busca de melhores prazos com fornecedores, apesar de não divulgar explicitamente detalhes nas notas explicativas. O imobilizado e intangível tem aumentado os saldos progressivamente ao longo do tempo, mas tem tido redução em relação à representatividade sobre o ativo total. Em relação ao imobilizado, em 2017 foram adquiridos principalmente Móveis e utensílios, Máquinas e equipamentos, Computadores e periféricos, além de execução de Obras em andamento que foram transferidas para o grupo de Benfeitorias. Tais itens possivelmente foram utilizados nas 58 lojas inauguradas e/ou reformadas ao longo do referido ano. Já em relação ao intangível, a elevação do grupo de contas “Software e desenvolvimento interno” está em linha com planejamento estratégico divulgado pela Companhia, de investimentos no desenvolvimento de plataformas digitais para mobile e para o Ecommerce. Tais aspectos indicam aquisições pontuais e/ou estratégicas com objetivo de preservar ao máximo a disponibilidade financeira. Em relação aos saldos de empréstimos e financiamentos correspondiam a cerca de 30% em relação ao total do passivo + PL desde 2014 e apresentou redução significativa em 2017, para 12%. Tal redução foi possível devido às entradas de caixa provenientes de nova emissão de ações no final do exercício de 2017, que possibilitou a quitação de grande parte dos empréstimos e financiamentos que estavam em aberto. Houve nova captação em 2017, em volume bem inferior aos saldos que estavam registrados no passivo, sendo basicamente emissão de debêntures e notas promissórias com encargos entre 109% a 113,5% do CDI. Como verificado nas movimentações de disponibilidades, a emissão de novas ações e as captações

de empréstimos foram substancialmente consumidos para pagamento de empréstimos e financiamentos, principal e juros. As receitas diferidas apresentaram um aumento no saldo e na representatividade em relação ao total do passivo + PL em 2015, diminuindo progressivamente após este evento. Esse aumento ocorreu extensão de acordo firmado entre a Luizaseg e o Grupo Cardif para exploração da base de clientes do Magazine Luiza, que resultou em ingresso de recursos no caixa da Companhia, conforme mencionado na seção “Informação por segmento”. O patrimônio líquido apresentou aumento significativo em 2017, devido a emissão de novas ações, que favoreceram o ingresso de caixa utilizado para quitação de parte substancial dos empréstimos e financiamentos já evidenciados anteriormente. Em relação à distribuição de dividendos, o Magazine Luiza possui estabelecido no Estatuto Social que o Dividendo Mínimo Obrigatório é de 15% sobre o Lucro Líquido após destinação da Reserva Legal, podendo ser distribuídos na forma de JCP.

A seguir vamos analisar a DRE da empresa. (ANEXO 2).

Em relação ao grupo de contas do resultado, as análises foram realizadas considerando os percentuais em relação a receita líquida de vendas, sendo que destacamos: - O Lucro Bruto tem aumentado progressivamente ao longo dos anos partindo de 28,7% em 2014 para 30,1% em 2017, que pode significar aumento de preços, já que houve aumento também das receitas líquidas de vendas ou melhoria do mix de produtos comercializados que compõem os custos das mercadorias revendidas. - O Lucro Operacional antes do resultado financeiro apresenta recuperação significativa partindo de 5% em 2014 para 7,4% em 2017. As despesas operacionais foram objeto de ação da administração com vista na redução de custos, revisão e renegociação de contratos de prestação de serviços de manutenção e prevenção. Além disso considerando a rotatividade de

mão de obra média anual de 30%, o Magazine Luiza decidiu não repor essa mão de obra e realizar algumas demissões também, apresentando assim diminuição do quadro de funcionários total. - O LAIR parte de um resultado negativo de -1,6% em 2015 para muito positivo em 4,0% em 2017, impulsionado pelo “enxugamento” de despesas operacionais, mas também por redução nas despesas financeiras com a liquidação de principal e juros de empréstimos e financiamentos já no final do exercício. Apresenta perspectiva de melhora no curto prazo, visto que foi realizada nova captação em 2017 em volume bem inferior aos saldos que estavam registrados no passivo, sendo basicamente emissão de debêntures e notas promissórias com encargos de aproximadamente 110% do CDI, índice em queda. - O Lucro Líquido do exercício apresentou melhora também, partindo de um resultado negativo de -0,7% em 2015 para 3,2% em 2017, sendo que depende de manutenção do contexto operacional em alta, manutenção das despesas operacionais nos patamares atuais e maior controle sobre as despesas financeiras, que deve acontecer, visto queda significativa no endividamento e ainda manutenção de caixa em 2017.

3 Análise da Liquidez e Endividamento

	2014	2015	2016	2017
liquidez imediata	0,15	0,21	0,16	0,10
liquidez corrente	1,2	1,2	1,1	1,3
liquidez seca	0,68	0,70	0,55	0,79

liquidez geral	1,15	1,12	1,12	1,38
	2014	2015	2015	2017
índice de end. (qtde.)	0,87	0,89	0,89	0,72
índice de end. (quali.)	0,61	0,58	0,67	0,77
índice de end.cap terceiros	6,86	8,55	8,81	2,57

Os índices de liquidez nada mais são que indicadores financeiros de análise de crédito, que revelam quanto a empresa possui de recursos disponíveis para quitar suas obrigações com terceiros.

A capacidade de pagamento de uma empresa é calculada por meio de um quociente que relaciona os valores do seu ativo com os valores do seu passivo.

Esses valores utilizados para calcular os índices de liquidez, encontramos no balanço patrimonial.

Como regra geral, a leitura dos índices de liquidez é feita da seguinte maneira:

- Índice de liquidez maior que 1: a empresa possui alguma folga para cumprir com suas obrigações.
- Índice de liquidez igual a 1: os valores a disposição da empresa empatam com as contas que ela tem a pagar.
- índice de liquidez menor que 1: Se a empresa precisasse quitar suas dívidas no curto prazo, ela não teria recursos suficientes.

Considerando os saldos mais representativos apresentados pela companhia e diante das principais movimentações pode-se verificar, em

uma análise global da liquidez, que a gestão de liquidez da empresa não tem demonstrado riscos. Pelo contrário, demonstra cautela e até mesmo um excesso no nível de caixa, como acontece em muitas outras empresas rentáveis. A geração de caixa operacional tem sido boa principalmente desde 2016, a relação entre ativos circulantes e passivos circulantes têm sido confortáveis, mesmo nas fases de fraco desempenho operacional, afastando os riscos de falta de liquidez. Neste sentido, fica clara também que a captação de capital próprio na bolsa em 2017 não foi pela necessidade imediata de recursos.

Ao analisarmos mais a fundo o índice de liquidez corrente, podemos perceber que de 2014 para 2015 houve uma estabilidade pois os índices permaneceram na mesma proporção de 1,2%, já em 2016 houve uma pequena queda nesse índice fazendo atingir uma porcentagem de 1,1%, logo em 2017 apresentou um aumento fechando em 1,3%.

Perceba que o ativo circulante manteve seu crescimento, enquanto o passivo circulante apresentou queda, fazendo com que os índices aumentasse, exceto em 2016 que o ativo circulante manteve-se praticamente estável, fazendo que resultasse na queda dos índices.

Na liquidez imediata, para cada R\$ 1,00 de dívidas de curto prazo, a empresa possui R\$ 0,10 em disponível, considerando o exercício de 2017. Já na liquidez seca para cada R\$ 1,00 de dívidas a curto prazo, a empresa possui R\$ 0,79 para pagamento em seu ativo circulante, já descontando seu estoque.

E por fim no índice de liquidez geral para cada R\$ 1,00 de dívidas de curto e longo prazo, a empresa possui R\$ 1,38 em seu ativo circulante, mais o seu a receber a longo prazo.

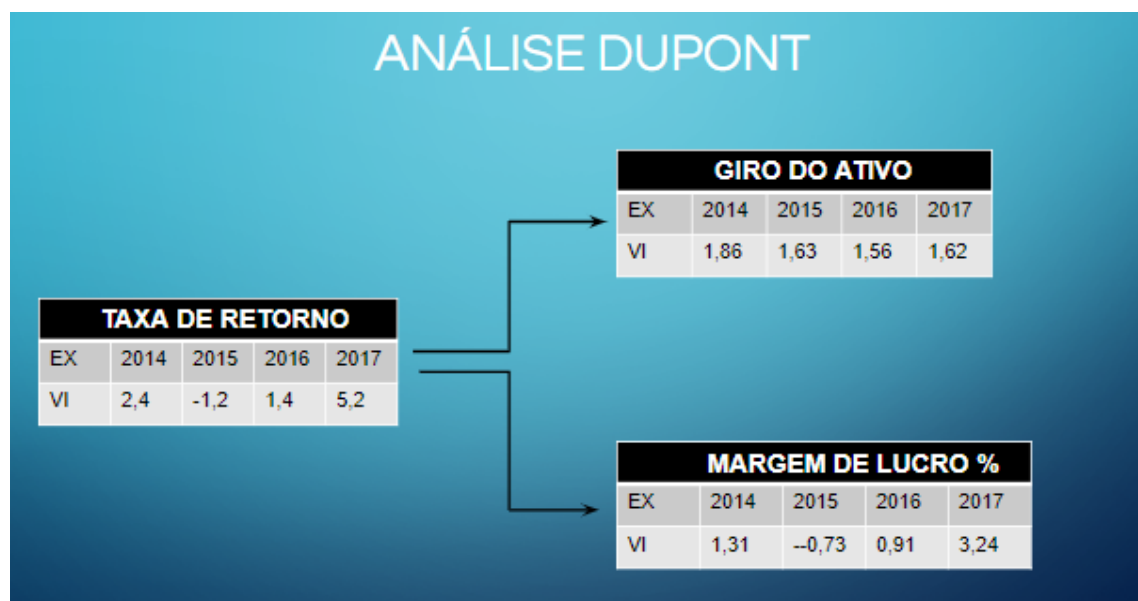
Analisando o endividamento da empresa, procuramos saber se a empresa possui mais dinheiro em caixa, ou em mãos de terceiros, portanto analisando dados de 2017 vemos que 79% do ativo está nas mãos de terceiros, enquanto 13% representa os recursos próprios.

Porém deve-se levar em conta que esses índices devem ser baseados em diversas análises, pois uma empresa pode parecer totalmente endividada, quando na verdade ela está apenas investindo e recuperando todo investimento, representado o aumento do seu lucro líquido.

3.2.2 Análise da Rentabilidade

Verificamos que a maior representatividade dos saldos do grupo de Caixa e equivalentes de caixa e TVM são compostos por aplicações em fundos. As notas explicativas indicam que os papéis que compõem as carteiras dos respectivos fundos possuem rentabilidade atrelada ao CDI, podendo variar de 70% a 105% deste índice. Considerando que as notas explicativas apresentam a rentabilidade da carteira com um intervalo de rentabilidade amplo, assim qualquer análise em relação a adequada razoabilidade das receitas financeiras sobre os saldos médios patrimoniais em relação ao índice de mercado CDI acumulado para os referidos exercícios, fica prejudicada sendo incapaz de “garantir” acurácia. Abaixo apresentamos os valores referentes às receitas originadas das aplicações financeiras em linha específica da DRE e as receitas

fundos exclusivos que estão registradas nas demonstrações contábeis consolidadas como parte das receitas brutas com abertura nas notas explicativas.



3.2.3 Conclusão sobre a Análise Financeira

As estratégias ou políticas financeiras podem ser avaliadas em termos de nível de agressividade ou de conservadorismo. Uma estratégia mais agressiva busca maiores retornos correndo-se maiores riscos, enquanto que uma estratégia mais conservadora busca menores riscos contentando-se com menores retornos. O Magazine Luiza adotava uma estratégia financeira mais agressiva na estrutura de capital, aumentando a alavancagem financeira com empréstimos e financiamentos, e adotando uma estratégia mais conservadora de liquidez, enquanto não obtinha bons resultados operacionais até 2015. A partir de 2016, no entanto, entrou em um círculo virtuoso de geração de resultados. A empresa gera lucro e gera caixa; reduz o endividamento, reduz as despesas financeiras e aumenta a liquidez; faz novos investimentos, a empresa cresce e

gera maior lucro e caixa; e assim se repete um ciclo positivo na geração de resultados. Vale lembrar, no entanto, que este círculo virtuoso implica em estratégias mais conservadoras de liquidez e de endividamento, com riscos e retornos menores aos acionistas do que na adoção de estratégias mais agressivas.

3.3 FUNDAMENTOS DE ADMINISTRAÇÃO

3.3.1 Sua Visão, Missão e Valores

A Magazine Luiza deixa claro em sua missão, que é uma empresa competitiva, inovadora e ousada, que visa sempre o bem-estar comum. Sua visão é ser o grupo mais inovador do varejo nacional, oferecendo diversas linhas de produtos e serviços para a família brasileira. Estar sempre presente onde, quando e como o cliente desejar, seja em loja física, virtual ou online. Encantando sempre o cliente com o melhor time do varejo, com um atendimento diferenciado e preços competitivos. Seus valores é a ética, o respeito, o desenvolvimento, a inovação, a crença, e o mais importante, a regra de ouro, “Faça aos outros o que gostaria que fizessem a você”.

3.3.2 Concorrentes e Clientes

O magazine luiza e uma loja de atacado e varejo, ela trabalha com produtos eletrônicos, eletrodomésticos,entre outros.Entre as empresas consideradas concorrentes e que tem o mesmo segmento que o Magazine Luiza estão: Lojas Americanas, Ponto Frio,Casas Bahia entre outros com o mesmo segmento via varejo.Não foi comparado com empresas como **Lojas Marisa,Lojas Renner** e **Graziotin**. Apesar de se enquadrarem no setor comércio, elas são do sub-setor Vestuário. Com isso, não comparamos quem vende roupas com TVs, computadores, eletrodomésticos e etc.

Os Varejistas fecharam 2017 com lucro líquido de 389 milhões, mais que quadruplicando seu resultado na comparação com o ano anterior. Mas ainda sim Magazine Luiza tem seu melhor 4º trimestre dos últimos 5 anos. A relação do Magazine

Luiza com a concorrência sempre foi de muito respeito, pois as lideranças defendem o princípio de que a companhia só será forte se atuar em uma economia saudável com espaço para todos serem bem sucedidos.

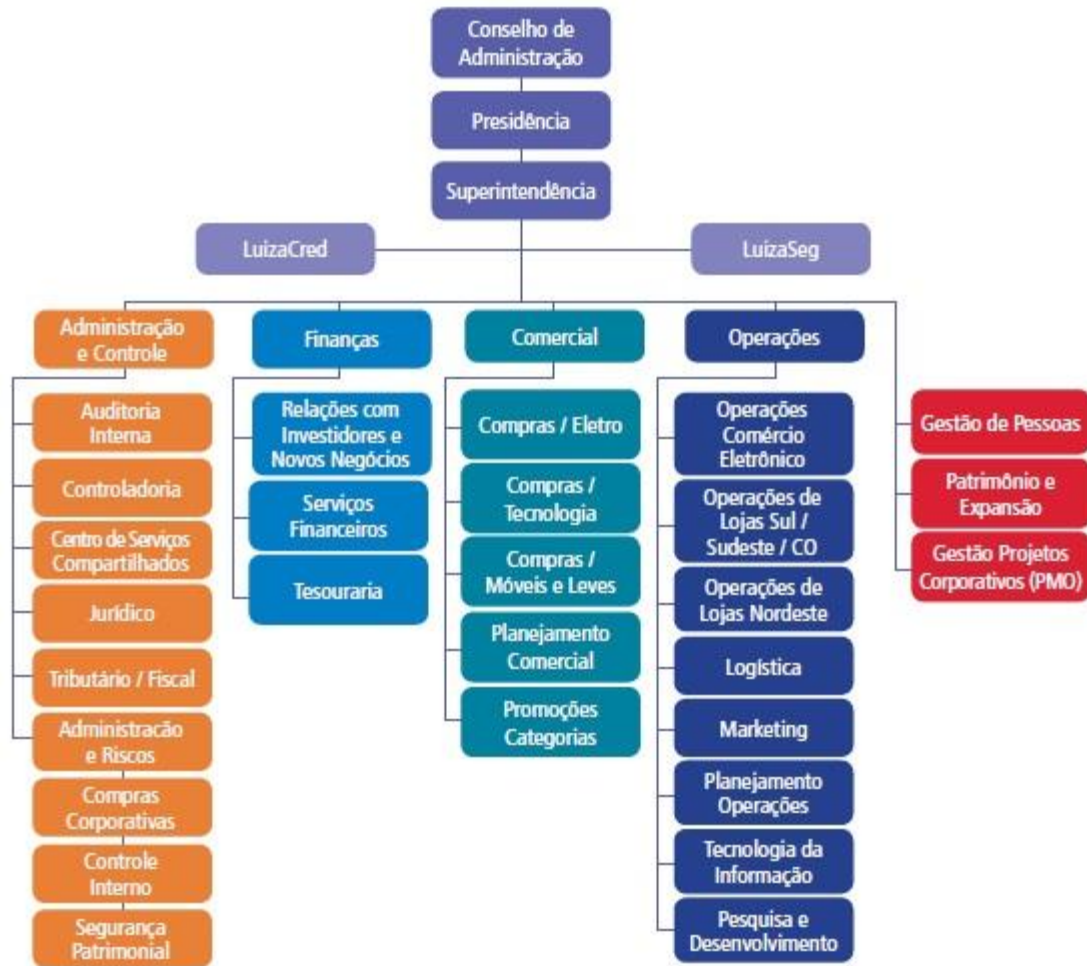
A presidente do Magazine Luiza foi também uma das fundadoras e é membro do Conselho do Instituto de Desenvolvimento do Varejo (IDV), que reúne os grandes varejistas do País para tratar de questões comuns, uma iniciativa que demonstra a postura de colaboração com os concorrentes. O Magazine Luiza tem como público alvo a classe C, pois sempre acreditaram no crescimento das classes populares.

3.3.3 Apresentar o organograma da empresa ou de parte da mesma

O Magazine Luiza adota as práticas de governança recomendadas pelo IBGC (Instituto Brasileiro de Governança Corporativa), cujas premissas são transparência, equidade, prestação de contas e responsabilidade corporativa.

O tipo de organização é de assessoria, pois ela obtém grupos de profissionais especialistas e têm uma ligação horizontal com linha cheia, suas vantagens são o uso de especialistas, soluções de problemas por consultores e

profissionais tecnicamente atualizados, suas desvantagens são, a confusão entre a ordem da linha e o conselho de assessoria, e tráfico de influência e amizade.



3.4 FUNDAMENTOS DE ECONOMIA

3.4.1 O Mercado

A Magazine Luiza é uma rede de varejo que atua no mercado e móveis, eletrodomésticos, eletroeletrônicos, celulares, informática, brinquedos e utilidades domésticas. Seu público alvo são as classes C e D, oferecendo prazos longos e prestações atrativas que fazem o preço final do produto dobrar, mas permitem a compra de itens considerados “de luxo” pela população das respectivas classes. Além das lojas físicas e das unidades virtuais, o Magazine Luiza também atua como financeira. Ele possui o LuizaCred, em parceria com o Itaú Unibanco, além de ter consórcio próprio (Consórcio Luiza) e o LuizaSeg, parceria com o banco Cardif, que fornece soluções em seguros, como o Luiza Odonto, Luiza Vida e o Luiza Residencial.

A empresa está inserida na estrutura de mercado de Concorrência Monopolista. Nesse mercado apesar de existirem muitos produtores, os produtos são diferenciados com substitutos próximos passíveis de concorrência. Cada empresa possui poder sobre o preço de seu produto, com pouca influência de poder de seus concorrentes.

3.4.2 Qual a situação da empresa?

O ano de 2017 foi excelente para a Magazine Luiza. A mesma aumentou receita e lucro e sua dívida líquida diminuiu, tornando-se negativa (algo

extremamente ambicionado). O lucro em 2017 foi de quase 400 milhões, a receita quase atingiu 12 bilhões e a empresa divulgou caixa líquido de próximos 1,7 bilhão.

Os principais concorrentes da Magazine Luiza são:

- B2W - criada em 2006 com a fusão de Shoptime, Submarino e Lojas Americanas;
- Via Varejo - fundada em 2010 com a fusão de Casas Bahia e Ponto Frio;
- Lojas Americanas fundada em 1929, abriu seu capital em 1940 (atualmente é acionista majoritária da B2W).

A B2W de 2016 para 2017 houve um crescimento no caixa da empresa de 4 bilhões contra aproximadamente 2 bilhões do ano anterior. Apesar do aumento no caixa, os empréstimos e financiamentos também aumentaram em quase 1 bilhão. O fluxo de caixa livre de 2017 foi negativo, significando que a organização não conseguiu gerar capital suficiente para arcar com seus compromissos financeiros.

A Via Varejo não possui lucros constantes. No ano de 2016 teve um prejuízo, mas 2017 ela voltou a apresentar lucro. Entre os anos de 2014-2016 a sua dívida líquida vem caindo e chegou a ser negativa significando que a empresa teve em caixa um montante maior que suas dívidas. Em 2017 a empresa voltou a apresentar dívida líquida e o caixa diminuiu um pouco frente 2016. Os estoques aumentaram e o fluxo de caixa livre também fechou negativo (porém menor que em 2016).

A Lojas Americanas conseguiu manter lucros constantes no período 2012 a 2017. No entanto eles vêm caindo ano a ano e no primeiro trimestre de 2017 houve um prejuízo que foi revertido apresentando lucro de 81 milhões contra 27 de 2016.

Apesar de ter conseguido reverter o prejuízo do começo de 2017 sua dívida é crescente. A empresa apresentou fluxo de caixa livre negativo, aumentou bem seu caixa e seus dividendos praticamente estáveis.

Frente aos dados levantados e uma análise da Magazine Luiza e seus concorrentes, podemos concluir que a situação da mesma é melhor que a de seus concorrentes, mas não apresenta diferenças drásticas.

3.4.3 Quais as informações relevantes do setor que exercem influência no negócio da empresa?

A Magazine Luiza é uma varejista que possui a Concorrência Monopolista como estrutura de Mercado. É um tipo de estrutura considerada intermediária entre a concorrência perfeita e o monopólio, em que são produzidos produtos distintos, porém, com substitutos próximos passíveis de concorrência. Cada empresa apresenta algum poder de mercado que acaba definindo o preço dos seus próprios produtos ou serviços. Com isso o seu produto particular é diferenciado dos produtos dos outros concorrentes. Apesar do mercado ser competitivo, os produtos podem ser iguais mas cada empresa vai tentar diferenciar seus bens.

O poder de consumo das classes C e D da sociedade possui grande influência sobre o setor da Magazine Luiza por serem seu público alvo. Um exemplo disso foi em 2017, o Brasil estava começando a sair da terrível crise financeira em que se encontrava. Aproveitando esse aumento no poder de consumo das classes e a Copa que tomaria lugar em 2018, a Magazine Luiza trabalhou uma campanha intitulada #SaiZica, que trocava Tv's de tubo por Tv's de plasma com uma promoção mais acessível. Com essa jogada de marketing a Magazine Luiza aumentou sua lucratividade em 35% no ano de 2017.

3.4.4 Como o futuro pode ser vislumbrado?

O futuro da Magazine Luiza é de muito otimismo e resultados positivos para empresa. No segunda trimestre de 2018 a Magazine Luiza teve lucro líquido de R\$ 141 milhões e um crescimento de 94% em relação ao mesmo período de 2017. A meta dos próximos 5 anos para a varejista é manter um aumento constante no lucro e crescimento da empresa.

PROJEÇÃO DE NOTÍCIAS			
DRE	2018	2019	2020
Receita Líquida	R\$ 13.522.012,69	R\$ 15.058.056,95	R\$ 16.059.959,55
Custo dos Bens	-R\$ 9.536.601,14	-R\$ 9.653.359,70	-R\$ 9.883.412,13
Resultado Bruto	R\$ 3.985.411,55	R\$ 5.404.697,25	R\$ 6.176.547,42
Despesas com Receitas	-R\$ 3.002.965,78	-R\$ 3.070.897,78	-R\$ 3.221.891,64
Despesas com Vendas	-R\$ 2.903.147,89	-R\$ 2.956.005,67	-R\$ 2.977.907,60
Despesas gerais	-R\$ 601.878,25	-R\$ 630.465,37	-R\$ 663.487,30
Resultado Líquido	R\$ 448.787,25	R\$ 470.900,86	R\$ 472.679,45

3.5 FUNDAMENTOS DE FINANÇAS

A VPL é utilizada para descobrir o Valor Presente (VP) de um Valor Futuro (VF) de uma Projeção. A VPL é composta pelo VF, Tempo da Projeção e a Taxa Selic. Na área financeira o VPL é usado para o planejamento de investimento a longo prazo. A VPL tem três possíveis resultados: se o valor presente de todas as entradas de caixa menos o valor presente de todas as saídas de caixa for maior que 0 o investimento tem grande potencial; Se a conta do VPL for igual a 0 o investimento é indiferente; se o VPL for menor que 0 significa que o investimento não é economicamente beneficiário para empresa. O termo Selic é uma sigla que representa o Sistema Especial de Liquidação de Custódia, é um sistema do Banco Central que registra todas as relações tributárias relacionadas ao Tesouro Nacional. Esta taxa é organizada por períodos de tempo como anual, semestral, trimestral, mensal ou diário. A Projeção deste trabalho foi feita anualmente, utilizando então a taxa de 6,5 % ao ano. Fazendo o uso de uma projeção de notícias obtido através de uma análise de toda a história da empresa e seus futuros investimentos foram descobertos os seguintes valores da VPL:

PROJEÇÃO DE NOTÍCIAS			
DRE	2018	2019	2020
Receita Líquida	R\$ 13.522.012,69	R\$ 15.058.056,95	R\$ 16.059.959,55
Custo dos Bens	-R\$ 9.536.601,14	-R\$ 9.653.359,70	-R\$ 9.883.412,13
Resultado Bruto	R\$ 3.985.411,55	R\$ 5.404.697,25	R\$ 6.176.547,42
Despesas com Receitas	-R\$ 3.002.965,78	-R\$ 3.070.897,78	-R\$ 3.221.891,64
Despesas com Vendas	-R\$ 2.903.147,89	-R\$ 2.956.005,67	-R\$ 2.977.907,60
Despesas gerais	-R\$ 601.878,25	-R\$ 630.465,37	-R\$ 663.487,30
Resultado Líquido	R\$ 448.787,25	R\$ 470.900,86	R\$ 472.679,45

	2017	2018	2019	2020	
VPL	R\$ 389.022,00	R\$ 421.396,47	R\$ 415.174,11	R\$ 391.307,25	R\$ 1.616.899,83
	T0	T1	T2	T3	TOTAL

Usando o Resultado Líquido da Projeção de notícias, multiplicado com o tempo de 1 ano, e taxando 6,5% de acordo com a taxa Selic, já que a projeção é anual, e desta maneira foi descoberto o valor de 2018. Para o ano de 2019 o processo foi o mesmo, porém o tempo foi de 2 anos e para 2020 3 anos, desta maneiras foi realizada a projeção dos anos seguintes. Para descobrir o valor total, foi feita a somatória de todos os anos mencionados acima, mais o ano de 2017 que é o T0.

3.5.1 Conclusão

Através dos dados fornecidos pela Bovespa, realizando a projeção e fazendo os cálculos para descobrir o VPL, vimos que a empresa Magazine Luiza S/A possui um VPL de 1.616.899,83 mostrando um resultado significativo, comparado ao ano de 2017(T0).

4 CONCLUSÃO

Nesse segundo módulo do curso de Administração, estudamos fundamentos empresariais. Nele observamos desde a estrutura organizacional da empresa, seus termos legais até o seu setor financeiro. Assim podendo analisar uma empresa como um todo, sabendo se sua situação está boa ou não. Para trabalharmos o conteúdo adquirido em aula, escolhemos a empresa

Magazine Luiza, fundada em 1957 em Franca no interior de São Paulo, por Luiza Trajano e Pelegrino José Donato, a empresa atua no setor varejistas, onde é pioneira em vendas de eletrodomésticos, celulares, móveis entre outros e tem como principais concorrentes deste mercado as seguintes empresas: Ponto Frio, Casas Bahia, Lojas Cem, entre outras, e mesmo com tantos concorrentes de peso Magazine Luiza vem crescendo cada dia mais.

Foi possível constatar que a estrutura organizacional da Magazine Luiza é bem-feita, deixa claro as responsabilidades sobre as funções e cargos, e como sua governança corporativa atua em relação a execução, buscando sempre novas estratégias de crescimento para enfrentar um mercado cada vez mais

competitivo e globalizado. Já que a mesma é uma sociedade anônima de capital aberto, seus dados como Balanço Patrimonial e Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) encontramos no site da Bovespa, com eles podemos analisar índices de liquidez, lucratividade, rentabilidade e com isso vemos que a empresa vem apresentando um bom resultado, aumentando seu lucro com o decorrer dos anos. Além disso, os dados coletados nos permitiram montar uma projeção, mostrando que o futuro da empresa também será próspero, e em cima disso analisamos o VPL, e concluímos que os investimentos valerão a pena, já que haverá lucro sobre o investimento inicial.

A oportunidade oferecida por esta pesquisa foi muito importante e abrangente no sentido de uma aproximação real entre os conteúdos teóricos estudados e pesquisados que resultou em trabalho em equipe, e amplo conhecimento.

REFERÊNCIAS

<https://www.magazineluiza.com.br/quem-somos/historia-magazine-luiza/>

www.bmfbovespa.com.br/

<https://www.dicionariofinanceiro.com/indices-de-liquidez/>

ANEXOS

DRE	2014	AV%	AH	2015	AV%	AH	2016	AV%	AH	2017	AV%	AH
RECEITA LIQUIDA DE VENDAS	9.779.385	100	100	8.978.259	100	91,8	9.508.745	100	97,2	11.984.250	100,0	122,5
CUSTO DAS MERCADORIAS REVENDIDAS	-7.086.909	-72,5	100	-6.399.630	-71,3	90,3	-6.586.130	-69,3	92,9	-8.378.239	-69,9	118,2
E DAS PRESTAÇÕES DE SERVIÇOS		0	100		0,0	#DIV/0!		0,0	#DIV/0!		0,0	#DIV/0!
LUCRO BRUTO	2.712.476	27,7	100	2.578.629	28,7	95,1	2.922.615	30,7	107,7	3.606.011	30,1	132,9
RECEITAS (DESPESAS)		0,0	100		0,0	#DIV/0!		0,0	#DIV/0!		0,0	#DIV/0!
OPERACIONAIS COM VENDAS	-1.746.258	-17,9	100	-1.720.799	-19,2	98,5	-1.776.258	-18,7	101,7	-2.119.953	-17,7	121,4
ADMINISTRATIVAS	-442.550	-4,5	100	-458.479	-5,1	103,6	-481.933	-5,1	108,9	-536.026	-4,5	121,1
PERDAS COM CREDITOS DE LIQUIDAÇÃO DUVIDOSAS	-22.547	-0,2	100	-30.462	-0,3	135,1	-26.074	-0,3	115,6	-41.921	-0,3	185,9
DEPRECIÇÃO E AMORTIZAÇÃO	-114.332	-1,2	100	-125.801	-1,4	110,0	-133.612	-1,4	116,9	-143.059	-1,2	125,1
RESULTADO DE EQUIVALENCIA PATRIMONIAL	99.620	1,0	100	75.605	0,8	75,9	62.702	0,7	62,9	86.156	0,7	86,5
OUTRAS RECEITAS OPERACIONAIS LIQUIDAS	24.519	0,3	100	20.266	0,2	82,7	13.505	0,1	55,1	36.486	0,3	148,8
RECEITAS (DESPESAS) OPERACIONAIS	-2.201.548	-22,5	100	-2.239.703	-24,9	101,7	-2.341.670	-24,6	106,4	-2.718.317	-22,7	123,5
LUCRO OPERACIONAL ANTES DO RESULTADO FINANCEIR	490.928	5,0	100	338.926	3,8	69,0	580.945	6,1	118,3	887.694	7,4	180,8
RECEITAS FINANCEIRAS	96.469	1,0	100	130.297	1,5	135,1	116.655	1,2	120,9	110.107	0,9	114,1
DESPESAS FINANCEIRAS	-457.211	-4,7	100	-616.352	-6,9	134,8	-620.504	-6,5	135,7	-520.928	-4,3	113,9
RESULTADO FINANCEIRO	-360.742	-3,7	100	-486.055	-5,4	134,7	-503.849	-5,3	139,7	-410.821	-3,4	113,9
LAIR	130.186	1,3	100	-147.129	-1,6	-113,0	77.096	0,8	59,2	476.873	4,0	366,3
IR E CS CORRENTES E DIFERIDOS	-1.630	0,0	100	81.534	0,9	-5002,1	9.469	0,1	-580,9	-87.851	-0,7	5389,6
LUCRO LIQUIDO DO EXERCICIO	128.556	1,3	100	-65.605	-0,7	-51,0	86.565	0,9	67,3	389.022	3,2	302,6

UNifeob

CENTRO UNIVERSITÁRIO OCTÁVIO BASTOS

BALANÇO PATRIMONIAL		2014	AV%	AH%	2015	AV%	AH	2016	AV%	AH	2017	AV%	AH
CAIXAS E EQUIVALENTES DE CAIXA		412.170	7,85	100	617.465	11,22	148,8	599.141	9,8	145,4	412.707	5,6	100,1
TVM E OUTROS ATIVOS FINANCEIROS		450.979	8,59	100	497.623	9,04	110,3	818.894	13,4	181,6	1.259.553	17,0	279,3
CONTAS A RECEBER		618.276	11,77	100	435.225	7,91	70,4	581.001	9,5	94,0	1.241.290	16,7	200,8
ESTOQUES		1.472.738	28,05	100	1.353.092	24,59	91,9	1.596.743	26,2	108,4	1.969.333	26,5	133,7
CONTAS A RECEBER DE PARTES RELACIONADAS		93.220	1,78	100	86.152	1,57	92,4	64.021	1,0	68,7	96.766	1,3	103,8
TRIBUTOS A RECUPERAR		295.595	5,63	100	314.344	6,08	113,1	212.151	3,5	71,8	200.678	2,7	67,9
OUTROS ATIVOS		52.994	1,01	100	36.614	0,67	69,1	47.802	0,8	90,2	77.290	1,0	145,8
ATIVO CIRCULANTE		3.395.922	64,67	100	3.360.515	61,08	99,0	3.919.843	64,3	115,4	5.257.617	70,9	154,8
TVM E OUTROS ATIVOS FINANCEIROS		0	0,00	100	46.728	0,85	#DIV/0!	171	0,0	#DIV/0!	0	0,0	#DIV/0!
CONTAS A RECEBER LP		5.020	0,10	100	2.595	0,05	51,7	3.570	0,1	71,1	4.741	0,1	94,4
TRIBUTOS A RECUPERAR		105.477	2,01	100	177.295	3,22	168,1	223.604	3,7	212,0	166.033	2,2	155,9
IR E CS DIFERIDOS		146.447	2,79	100	229.347	4,17	156,6	242.010	4,0	165,3	229.100	3,0	152,3
DEPOSITOS JUDICIAIS		209.648	3,99	100	248.450	4,52	118,5	292.189	4,8	139,4	310.901	4,2	148,3
OUTROS ATIVOS		51.973	0,99	100	54.291	0,99	104,5	52.273	0,9	100,6	44.387	0,6	85,4
INVESTIMENTOS EM CONJUNTOS		280.566	5,34	100	297.469	5,41	106,0	293.830	4,8	104,7	311.347	4,2	111,8
IMOBILIZADO		566.193	10,78	100	578.571	10,52	102,2	560.067	9,2	98,9	569.027	7,7	100,5
INTANGÍVEL		488.753	9,31	100	506.720	9,21	103,7	513.049	8,4	105,0	532	7,2	108,9
ATIVO NÃO CIRCULANTE		1.855.077	35,33	100	2.141.466	38,92	115,4	2.180.763	35,7	117,6	2.161.896	29,0	116,1
TOTAL DO ATIVO		5.250.999	100,00	100	5.501.981	100,00	104,8	6.100.606	100,0	116,2	7.419.513	100,0	141,3

PASSIVO	2014	AV%	AH	2015	AV%	AH	2016	AV%	AH	2017	AV%
FORNECEDORES	1.789.898	34,1	100,0	1.894.157	34,4	106	2.364.959	38,8	132,1	2.919.541	39,3
EMPRÉSTIMOS, FINANCIAMENTOS E OUTROS PASSIVOS FINANCEIROS	591.443	11,3	100,0	568.350	10,3	96	838.016	13,7	141,7	434.294	5,9
SALÁRIOS, FÉRIAS E ENCARGOS SOCIAIS	167.423	3,2	100,0	153.903	2,8	92	188.390	3,1	112,5	236.584	3,2
TRIBUTOS A RECOLHER	44.595	0,8	100,0	30.605	0,6	69	40.132	0,7	90,0	84.451	1,1
CONTAS A PAGAR A PARTES RELACIONADAS	80.305	1,5	100,0	68.404	1,2	85	72.955	1,2	90,9	89.521	1,2
TRIBUTOS PARCELADOS	6.504	0,1	100,0		0,0	106		0,0	#DIV/0!		0,0
RECEITA DIFERIDA	37.734	0,7	100,0	41.399	0,8	110	40.318	0,7	106,8	41.566	0,6
DIVIDENDOS A PAGAR	18.319	0,3	100,0		0,0	106	12.335	0,2	#DIV/0!	64.273	0,9
OUTRAS CONTAS A PAGAR	95.227	1,8	100,0	117.964	2,1	124	115.321	1,9	121,1	265.806	3,6
PASSIVO CIRCULANTE	2.831.448	53,9	100,0	2.874.782	52,2	102	3.672.426	60,2	129,7	4.136.036	55,7
EMPRÉSTIMOS, FINANCIAMENTOS E OUTROS PASSIVOS FINANCEIROS	1.120.184	21,3	100,0	1.254.960	22,8	112	1.010.760	16,6	90,2	437.204	5,9
PROVISÕES PARA RISCOS TRIBUTÁRIOS	265.691	5,1	100,0	243.412	4,4	92	284.126	4,7	106,9	301.534	4,1
RECEITA DIFERIDA	315.866	6,0	100,0	550.910	10,0	174	509.155	8,3	161,2	468.837	6,3
OUTRAS CONTAS A PAGAR	49.899	1,0	100,0	2.261	0,0	5	2.553	0,0	5,1	1.925	0,0
PASSIVO NÃO CIRCULANTE	1.751.640	33,4	100,0	2.051.543	37,3	117	1.806.594	29,6	103,1	1.209.500	16,3
PATRIMÔNIO LÍQUIDO	667.911	12,7	100,0	575.656	10,5	86	621.586	10,2	93,1	2.073.977	28,0
TOTAL DO PASSIVO + PL	5.250.999	100,0	100,0	5.501.981	100,0	105	6.100.606	100,0	116,2	7.419.513	100,0

