

UNIVAG – CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VÁRZEA GRANDE
GERÊNCIA DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

CAMILA SUAREZ ROCHA
RAYANE OLIVEIRA SILVA
RENATA RIBEIRO MORAES DE BARROS

**ANÁLISE ECONÔMICA FINANCEIRA ATRAVÉS DO MÉTODO
DUPONT: UMA ANÁLISE COMPARATIVA ENTRE AS EMPRESAS
LOJAS AMERICANAS S.A. E MAGAZINE LUIZA S.A, PARA
AUXILIAR NAS TOMADAS DE DECISÕES**

Várzea Grande - MT
Dezembro - 2018

CAMILA SUAREZ ROCHA
RAYANE OLIVEIRA SILVA
RENATA RIBEIRO MORAES DE BARROS

**ANÁLISE ECONÔMICA FINANCEIRA ATRAVÉS DO MÉTODO
DUPONT: UMA ANÁLISE COMPARATIVA ENTRE AS EMPRESAS
LOJAS AMERICANAS S.A. E MAGAZINE LUIZA S.A, PARA
AUXILIAR NAS TOMADAS DE DECISÕES**

Atividade apresentada como exigência para obtenção de nota para conclusão do curso de Ciências Contábeis, ministrado pelo Centro Universitário de Várzea Grande - UNIVAG, sob orientação do Profº Me. Maurício Gomes dos Santos.

Várzea Grande - MT

Dezembro - 2018

ANÁLISE ECONÔMICA FINANCEIRA ATRAVÉS DO MÉTODO DUPONT: UMA ANÁLISE COMPARATIVA ENTRE AS EMPRESAS LOJAS AMERICANAS S.A. E MAGAZINE LUIZA S.A, PARA AUXILIAR NAS TOMADAS DE DECISÕES

CAMILA SUAREZ ROCHA¹; RAYANE OLIVEIRA SILVA²; RENATA RIBEIRO MORAES DE BARROS³

RESUMO

O método de análise Dupont funciona como uma técnica de busca para localizar as áreas responsáveis pelo desempenho financeiro da empresa, auxiliando na tomada de decisão dos gestores. Este trabalho tem como objeto de estudo as empresas Lojas Americanas S/A e Magazine Luiza S/A, ambas no segmento do comércio varejista, com loja online e lojas físicas em todo Brasil. O objetivo do artigo é identificar por meio do método Dupont, as principais variáveis econômico-financeiras das empresas Lojas Americanas S.A. e Magazine Luiza S.A. A pesquisa foi realizada com base na análise de dados coletados a partir dos demonstrativos financeiros, Balanço Patrimonial e Demonstração do Resultado das empresas, divulgados no site da Bovespa, ambas empresas desenvolvem atividades no segmento do comércio varejista. O método de pesquisa utilizado foi a pesquisa bibliográfica e estudo de caso através da análise dos demonstrativos financeiros das empresas, por meio do método de análise Dupont, no período de 2015 a 2017.

Com os dados levantados, foi possível verificar que, ainda que a receita líquida das Lojas Americanas S.A apresentaram números superiores com relação à Magazine Luiza S.A, as Lojas Americanas obtiveram resultados inferiores, se tratando dos indicadores do Retorno do investimento - ROI e Giro do ativo, uma vez que ocorreram retrocessos, enquanto a Magazine Luiza apresentou evolução ao longo dos anos. Os dados mostram que a partir dos resultados pode-se obter a situação financeira das empresas objetos de estudo e diante disso ter um ponto de partida para os gestores desenvolverem estratégias, planejamento de ações, com foco na função e nas responsabilidades de cada setor envolvido nos resultados.

Palavras-chaves: Desempenho financeiro; Indicadores; Controle Gerencial.

1. Acadêmica do curso de Ciências Contábeis. E-mail: camilasrocha18@gmail.com;
2. Acadêmica do curso de Ciências Contábeis. E-mail: rayanne_mcl@hotmail.com;
3. Acadêmica do curso de Ciências Contábeis. E-mail: renata.ribeiro.barros@hotmail.com;

1 INTRODUÇÃO

É evidente que se faz necessário em todas as empresas, um controle gerencial eficaz de seu negócio, se tratando de uma empresa que comercializa produtos, o controle se inicia desde o momento em que se adquire suprimentos, até a venda do produto final. Nos dias atuais, não difere do passado, as empresas buscam mitigar os riscos, reduzir os custos e aumentar seu lucro, de modo a controlar melhor a sua obtenção de insumos, recursos que são essenciais em uma produção e alavancar suas vendas.

Diante deste cenário, muitas empresas utilizam o sistema Dupont como método de verificação de seu negócio, uma vez que funde a demonstração do resultado e o balanço patrimonial, reunindo a margem líquida, onde se obtém a lucratividade sobre as vendas, com o giro do ativo total, que indica a eficiência da empresa na obtenção dos seus ativos para realização de vendas. O método de análise Dupont age como uma plataforma de busca para localizar as áreas de maior importância, no que diz respeito ao desempenho financeiro da empresa.

Considerando a importância destas informações e atentando-se ao potencial empresarial na área do varejo, foi realizado um estudo de caso nas empresas Lojas Americanas S.A e Magazine Luiza S.A., onde ambas atuam no segmento do varejo.

Portanto, o presente trabalho aborda a eficiência deste método de verificação, uma vez que é possível analisar a risco, o desempenho econômico da empresa, assim como seu controle de utilização de recursos.

Nesse contexto, o **problema de pesquisa** questiona: - De que forma a análise econômica financeira através do método Dupont poderá influenciar nos resultados das empresas Lojas Americanas S.A. e Magazine Luiza S.A?

Conforme o problema em questão tem-se como **hipótese**, que o método Dupont demonstra quais fatores estão provocando um déficit na empresa, nesse caso apontando uma necessidade de redução de custos, despesas ou falta de investimentos, problemas de estoques, dentre outros. Caso a empresa apresentar um superávit, irá ressaltar o que está motivando o fato, para poder continuar investindo e dando seguimento ao modo de trabalho desenvolvido.

Considerando esta premissa tem como **objetivo geral**: identificar por meio do método Dupont, através do estudo de margem de lucro e giro do ativo, as principais

variáveis econômico-financeiras das empresas Lojas Americanas S.A. e Magazine Luiza S.A., tendo como **objetivos específicos**: identificar quais as demonstrações financeiras aplicáveis ao Método Dupont; Analisar as variáveis gerenciais do método e seus respectivos indicadores; Evidenciar a eficiência deste método e seus benefícios para as empresas do seguimento varejista; Analisar a influência dos resultados apurados, com foco nos principais fatores determinantes das empresas objetos de estudo.

A **justificativa** para composição deste artigo é certificar a importância da análise econômico-financeira, realizando o estudo de um modelo que possibilita uma ampla visão econômica da empresa, onde se tem um ponto de partida que influencia diretamente no processo decisório e de tomada de decisão dos gestores.

Para os acadêmicos é essencial para fixar os conhecimentos adquiridos durante o curso de ciências contábeis, com foco nas análises das demonstrações contábeis através de métodos, no que se refere à aplicação prática e teórica na busca do desenvolvimento profissional.

O artigo fora composto de acordo com a seguinte estrutura: introdução, referencial teórico, metodologia, desenvolvimento e conclusão.

No **Referencial Teórico** foi abordada a contabilidade gerencial, as análises das demonstrações contábeis, bem como as ferramentas de análise econômica financeira e seus principais índices e a eficiência do método Dupont, uma vez que é possível através desta ferramenta, identificar as áreas responsáveis pelo desempenho financeiro da empresa, assim como apontar sua situação financeira, demonstrando a eficiência da utilização dos ativos existentes de uma organização, que por meio dos recursos próprios ou de terceiros aplicados, podem ser gerados mudanças positivas ou negativas.

Na **metodologia** buscou-se por meio de estudo de caso, de bibliografias e pesquisa descritiva, o intuito de demonstrar as análises de demonstrações financeiras e procedimentos necessários para apresentar possíveis melhorias no crescimento financeiro da empresa. Os dados dessa pesquisa foram tratados qualitativamente, realizando a observação simples, pesquisas e análises, e posteriormente realizar o tratamento quantitativo, apurando os resultados.

Na sequência será apresentado os resultados, assim como as considerações finais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 CONTABILIDADE GERENCIAL

A contabilidade é uma ciência social que tem por objeto o controle do patrimônio das organizações. Possibilita o controle da movimentação com o objetivo de fornecer informações acerca da gestão, principalmente a usuários externos. A contabilidade gerencial visa suprir a entidade com informações não só de natureza econômica, financeira, patrimonial, como também de informações de natureza operacional, voltada aos administradores nas suas tomadas de decisões.

Então, a contabilidade gerencial é uma ferramenta que engloba todos os ramos da ciência contábil, como custo, balanço, financeiro, administrativo, geral, de maneira a auxiliar os usuários internos por meio de seus sistemas de identificação, análise, preparação, e interpretação do conjunto de informações de eventos passados que ocorreram na entidade.

Segundo Crepaldi (2014, p. 3) menciona que “o processo da contabilidade gerencial deverá ser obtido por meio do processamento da coleta de dados e informações que serão armazenados e processada”.

Diante disso percebemos a importância das informações obtidas que permite avaliar o desempenho das empresas, aplicando a análise econômica financeira e a partir dos resultados apurados, nortear o gestor para uma boa administração de qualquer organização. A contabilidade gerencial é essencial nesse contexto, pois disponibiliza instrumentos para análise dos resultados das empresas.

E para realizar as análises, o objeto de estudo fundamenta-se nas demonstrações financeiras, relatórios contábeis de item obrigatório conforme a NBC TG 26 – Apresentação das Demonstrações Contábeis.

2.2 DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

As demonstrações financeiras são relatórios contábeis que apresentam a posição patrimonial e financeira de um determinado período e as transações realizadas por uma empresa no período findo nessa data. Tem como objetivo

fornecer informações da situação patrimonial e financeira para os usuários das informações e auxiliar os gestores nas tomadas de decisões.

Silva (2015, pág.103) acrescenta que as Demonstrações Contábeis se constituem como um meio de comunicação, um canal pelo qual a empresa apresenta informações e dados aos diferentes usuários internos e externos. Caracterizando assim transparência em suas operações, atingindo uma dimensão que transpassa o contexto fiscal e compreende a dimensão ética. Segundo o autor, uma empresa consciente de suas funções para com seus fornecedores, clientes, acionistas, investidores e funcionários têm estabelecido informações cada vez mais precisas de sua real funcionalidade.

Os usuários das informações contábeis são pessoas físicas e jurídicas que usam as demonstrações para analisar e controlar o patrimônio e até mesmo para fazer investimento na entidade, pois é através da análise que os investidores poderão saber se é viável ou não investir na determinada entidade.

Portanto, exige-se cuidado na hora de demonstrar os dados e informações contidos no relatório dos demonstrativos financeiros, para não prejudicar no resultado do exercício da empresa. São obrigatórias as seguintes demonstrações contábeis:

A obrigatoriedade da elaboração das demonstrações contábeis está contida na Lei nº 6.404/76 – Das Sociedades por Ações, no artigo 176, que ao fim de cada exercício social, a diretoria fará elaborar, com base na escrituração mercantil da companhia, as seguintes demonstrações financeiras, que deverão exprimir com clareza a situação do patrimônio da companhia e as mutações ocorridas no exercício:

- a. Balanço Patrimonial;
- b. Demonstração do Resultado do Exercício;
- c. Demonstração de Lucros ou Prejuízos Acumulados;
- d. Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido;
- e. Demonstração do Fluxo de Caixa;
- f. Demonstração do Valor Adicionado, quando se tratar de companhia aberta;
- g. Demonstração do Resultado Abrangente.

De acordo com o artigo 186, § 2º da Lei nº 6.404/76, a companhia poderá, à sua opção, incluir a demonstração de lucros ou prejuízos acumulados nas demonstrações das mutações do patrimônio líquido.

A legislação societária determina, ainda, no seu artigo 176, § 4º, que as demonstrações contábeis em geral devem ser complementadas por Notas Explicativas e outros quadros analíticos necessários para o esclarecimento da

situação patrimonial e do resultado do exercício. A NBC TG 26, item 10, letra 'e', também inclui as Notas Explicativas entre os elementos que integram o conjunto das demonstrações contábeis obrigatórias. Sobre algumas alterações das demonstrações contábeis:

A Lei nº 6.404/76 foi alterada pela Lei nº 11.638/07, onde excluiu a Demonstração de Origens e Aplicações de Recursos (DOAR) como uma demonstração financeira obrigatória ao fim de cada exercício e a substituiu pela Demonstração do Fluxo de Caixa (DFC). Além desta substituição, torna-se obrigatória, somente para as companhias abertas, a elaboração da Demonstração do Valor Adicionado (DVA). (BRASIL. Lei 11.638, 2007, art. 176.

Nesta pesquisa abordaremos apenas o Balanço Patrimonial e a Demonstração do Resultado do Exercício.

2.3 ANÁLISE DAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS E FINANCEIRAS

A análise das demonstrações contábeis é a análise feita através das informações extraídas das demonstrações contábeis a respeito de sua posição econômica e financeira. Por meio da análise, o analista pode concluir se determinada companhia é atrativa para investir em ações; se está em condições de receber créditos solicitados; se a situação de capacidade de pagamento está em equilíbrio, e assim por diante.

O Código Civil, no Art. 1.179 da Lei nº 10.406 de 10 de Janeiro de 2002, estabelece o dever das empresas apresentarem as Demonstrações Contábeis:

Art. 1.179. O empresário e a sociedade empresária são obrigados a seguir um sistema de contabilidade, mecanizado ou não, com base na escrituração uniforme de seus livros, em correspondência com a documentação respectiva, e a levantar anualmente o balanço patrimonial e o de resultado econômico.

Fornecendo uma apresentação estruturada da posição patrimonial e financeira, e as transações efetuadas da entidade em determinado período. Porém, é necessário um resultado de informações mais detalhada, que interprete estas

demonstrações. Logo, são aplicadas as técnicas de Análises das Demonstrações, as ferramentas, e/ou os Índices econômico-financeiros, pelo profissional da Contabilidade, sendo a ferramenta adequada para apontar a real situação da entidade, através da interpretação dos números e fatos dos relatórios, que conseqüentemente auxilia a tomada de decisões.

2.3.1 Ferramentas de análise econômica financeira

Diante da necessidade de avaliar e acompanhar o desempenho das empresas para estar sempre na competitividade do mercado, existem vários modelos e ferramentas de avaliação de empresas, assim como técnicas disponíveis para serem aplicadas.

Para Silva (2015, pag.102), “realizar análises das demonstrações financeiras favorece o cliente interno e externo à entidade, por demonstrar antes as situações que empresa possivelmente irá sofrer”.

Para Martins (2015, pág. 99) existe um desentendimento por parte dos analistas e contadores quanto aos modelos de análise das empresas, pois eles não percebem que estes são complementares e não alternativos.

Sobre as demonstrações financeiras Garrison (2012, p.302) afirma que “ao apresentarem aos stakeholders as situações financeiras, patrimoniais e econômicas da entidade de forma fidedigna, configurariam-se como importante fonte de dados para esses usuários. ”

De acordo com esses conceitos de análise das demonstrações contábeis, faz-se necessária a explanação de alguns tipos de ferramentas existentes que auxiliam na análise das demonstrações, que por sua vez, são a base para identificação do valor econômico-financeiro da companhia.

Um exemplo de uso da ferramenta é a aplicação dos Índices Econômico-Financeiros, a qual nos fornecem parâmetros para que possamos analisar, avaliar e elaborar um conhecimento preciso da situação em que aquela se encontra.

2.3.2 Principais índices econômico-financeiros e suas aplicabilidades

Os índices econômico-financeiros são cálculos feitos através de fórmulas, efetuados a partir do balanço patrimonial e da demonstração de resultados, para trazer clareza e entendimento da situação da empresa, no aspecto patrimonial, financeiro e de rentabilidade. O objetivo primordial é evidenciar a situação atual e determinar a tendência do futuro da empresa, permitindo que se interfira nos resultados detectados pelos indicadores, caso apresentem consequências.

Para Neto (2015 p. 63) “alguns índices são usados com maior frequência pelas empresas devido a sua importância gerencial. Os índices de liquidez demonstram a capacidade de a empresa liquidar em dia as suas obrigações”.

Os índices demonstram informações importantes sobre a situação de solvência ou liquidez das empresas, isto é, sua capacidade de pagamento, o quanto ela possui no momento para liquidar dívidas de curto e longo prazo, como estão sendo distribuídas as obrigações e sobre a rentabilidade, ou seja, de que forma está tendo o retorno de investimentos. Os índices são de liquidez, de estrutura de capital, de rentabilidade, de atividade, entre outros.

Para desenvolver o tema de pesquisa utilizaremos o Método Dupont juntamente com o Índice de Rentabilidade, dissertando no próximo tópico, o Índice de Rentabilidade, é um de mais interesse aos sócios e gestores, pois estes após aplicabilidade demonstram o retorno dos recursos aplicados em determinado ramo.

2.3.3 Indicadores de Rentabilidade

É através dos indicadores de rentabilidade, que os empresários conseguem perceber se o capital investido foi bem remunerado. No entanto, os financiadores e fornecedores de capital, esperam ter a certeza de que o financiamento foi capaz de produzir lucro para recompensar seus ativos e ainda pagar os financiamentos adquiridos.

Segundo Frezatti (2015, pág. 141), “a análise da rentabilidade pode ser considerada como uma das mais influentes para a análise das demonstrações financeiras, pois seu foco é apresentar o retorno do capital investido”.

Os índices deste grupo mostram qual a rentabilidade dos capitais investidos, isto é, quantos renderam os investimentos e, portanto, qual o êxito econômico da empresa. Os seus objetivos são evidenciar a rentabilidade dos capitais investidos, ou seja, é por meio destes índices que se pode ter uma noção de resultado das operações realizadas por uma organização.

As predominantes medidas para avaliação dessa rentabilidade são o Giro do Ativo (GA), Rentabilidade do ativo, Margem operacional (MO), Margem bruta (MB), Margem Líquida (ML), Retorno sobre o Ativo (ROA), Retorno sobre o Patrimônio (ROE) e Retorno sobre o Investimento (ROI). Sendo estes a composição da análise do Método Dupont.

2.3.4 Giro do Ativo

Para Matarazzo (2010, p.183), o giro do ativo (Equação 1) demonstra quantas vezes o ativo girou como resultado ou efeito das vendas ou o quanto a empresa vendeu para cada \$ 1,00 de investimento total. É certo que quanto maior, melhor. De início pode-se afirmar que o êxito de uma empresa, depende de uma série de fatores, no entanto, o volume adequado de vendas será, certamente, o elemento impulsionador.

$$\text{Giro do ativo} = \frac{\text{Vendas líquidas}}{\text{Ativo}} \quad \text{eq. (01)}$$

Isto é, visa estabelecer uma relação entre as vendas líquidas e o ativo da empresa. Ele vai indicar o quanto a empresa vendeu para cada valor investido. Para garantir melhores resultados a empresa deve garantir que seu ativo se mantenha girando.

2.3.5 Rentabilidade do Ativo

Este indicador (Equação 2) mede o quanto a empresa obtém de lucro para cada \$ 100 de investimento total, por isso é visto como uma medida de potencial de geração de lucro da parte da empresa.

Para Matarazzo (2010, pg. 185), este quociente representa “uma medida da capacidade da empresa em gerar lucro líquido e assim poder capitalizar-se. É uma medida do desempenho comparativo da empresa ano a ano”.

$$\text{Rentabilidade do ativo} = \frac{\text{Lucro líquido}}{\text{Ativo}} \times 100 \quad \text{eq. (02)}$$

A Rentabilidade do Ativo mensura o quanto a empresa é capaz de produzir retorno com sua atividade principal, pois relata uma relação entre o lucro líquido e o ativo total. Lembrando que, este não depende da maneira que a empresa é financiada, pois vem antes das despesas financeiras, tendo ainda em sua composição a remuneração do capital próprio (sócio-acionistas) – lucro líquido; e remuneração do capital de terceiros (credores) – despesas financeiras.

2.3.6 Margem Operacional

Este índice (Equação 3) mostra qual o lucro operacional obtido por uma empresa para cada unidade de venda realizada, através do cálculo do Lucro Operacional dividido pelas Vendas Líquidas realizadas no período, multiplicada por 100.

Segundo Martins (2011), margem operacional nada mais é que a diferença entre o preço de venda e o custo variável unitário do produto, percebendo assim, sua relação com o custeio variável, o método de custeio que apropria apenas os custos diretamente associados, sem erros, aos produtos.

$$\text{Margem operacional} = \frac{\text{Lucro operacional}}{\text{Vendas líquidas}} \times 100 \quad \text{eq. (03)}$$

Através desta margem é possível medir a eficiência operacional da empresa, ou seja, qual a intensidade as vendas líquidas provêm das atividades operacionais da empresa. Se comparado duas empresas com o mesmo ramo de atividade, a que apresentar maior margem operacional é a que demonstra melhores resultados para cada real vendido, e custos mais reduzidos.

2.3.7 Margem Bruta

A margem bruta (Equação 4) apresenta quanto a empresa obtém de retorno das vendas, retirando os custos das mercadorias vendidas e serviços prestados, através do cálculo do lucro bruto dividido pelas vendas líquidas realizadas no período, multiplicada por 100.

Segundo Silva (2011, pag. 112) A margem bruta equivale a quanto resta, quando se realiza um levantamento posterior aos custos. De acordo com o acréscimo da margem bruta, o crescimento da rentabilidade das vendas torna-se proporcional.

$$\text{Margem bruta} = \frac{\text{Lucro bruto}}{\text{Vendas líquidas}} \times 100 \quad \text{eq. (04)}$$

Através da análise da margem é possível determinar qual produto está proporcionando maior retorno ou quais são os que necessitam de uma revisão estratégica. É importante ressaltar que a margem bruta é diferente de lucro, pois lucro é o valor ganho após a quitação de todas as contas, seja custos ou despesas, envolvidas na produção, comercialização e/ou administração.

2.3.8 Margem Líquida

A margem líquida (Equação 5) tem por objetivo, indicar o percentual das vendas em lucro, através do cálculo do lucro líquido dividido pelas vendas realizadas no período, multiplicada por 100.

Segundo Silva (2015, pag. 115) A Margem Líquida mensura a fração de cada real de vendas que trouxe o resultado em lucro líquido. Equivale ao Lucro Líquido dividido pelas vendas líquidas.

$$\text{Margem Líquida} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Vendas}} \times 100 \quad \text{eq. (05)}$$

É frequente confundir a margem líquida com a margem bruta, diferenciando-as que a líquida corresponde ao que sobra para os acionistas em relação às receitas com vendas e prestação de serviços da empresa, apresentando qual o lucro líquido para cada unidade de venda realizada na empresa.

2.3.9 Retorno operacional dos ativos – ROA

O ROA é o retorno dos ativos (Equação 6), onde se mensura a capacidade da empresa de gerar retorno com sua atividade fim, onde há uma relação entre o lucro operacional e o ativo total.

É a taxa de retorno gerado pelas aplicações realizadas por uma empresa em seus ativos. Quanto maior o retorno melhor para a empresa. Para Gitman (2004, p. 46), a aplicação em ativos gera ou não lucros. O índice gerado pelo Retorno sobre o Ativo é que revela a capacidade da administração em gerar este lucro.

$$\text{ROA} = \frac{\text{Lucro operacional}}{\text{Ativo total}} \times 100 \quad \text{eq. (06)}$$

O ROA tem a completa relação com a alavancagem financeira, montante da dívida para compra de ativos. Pois o ROA, permite ter conhecimento de qual é o retorno de cada um dos ativos aplicados sobre a empresa, assim como sua eficiência em produzir vendas, logo, é possível identificar o grau de alavancagem, que nada mais é do que o endividamento externo para financiamento dos ativos.

2.3.10 Retorno sobre o patrimônio– ROE

Esse é o retorno total do lucro líquido (Equação 7), medido como porcentagem do patrimônio líquido dos acionistas. O Retorno sobre o Patrimônio Líquido mensura a rentabilidade de uma corporação ao revelar o quanto de lucro a companhia gera com o dinheiro investido pelos acionistas.

Segundo Wernke (2011, p.199), “o ROE evidencia o retorno do capital próprio (PL) aplicado na empresa. Ou seja, os acionistas são os que mais se interessam em acompanhar o desempenho desse indicador”.

$$\text{ROE} = \frac{\text{Lucro líquido}}{\text{Patrimônio líquido}} \times 100 \quad \text{eq. (07)}$$

Por esta razão, este quociente é de interesse tanto dos acionistas como de gerência. É importante observar que o cálculo da Rentabilidade do Patrimônio Líquido permite saber quanto à administração, através dos ativos, obteve de rendimento percentual entre o capital próprio e o de terceiros.

2.3.11 Retorno sobre o investimento – ROI

De acordo com Wernke (2011, pag 208), “o interesse por este indicador deve-se ao fato de que este combina fatores de lucratividade (como receitas, custos e investimentos) e os transforma em taxa percentual.” Por isso, é possível o comprá-lo com a taxa de retorno de outros investimentos, internos ou externos à companhia. O retorno sobre o investimento (Equação 8), está representado abaixo.

$$\text{ROI} = \frac{\text{Lucro operacional}}{\text{Investimento}} \times 100 \quad \text{eq. (08)}$$

O Retorno sobre o Investimento, também denominado de ROI, mostra a taxa de retorno obtida pela empresa sobre qualquer tipo de investimento, seja uma campanha publicitária, compra de novas máquinas e equipamentos, aquisição de

título de capitalização; para seus financiadores, de capital próprio ou capital de terceiros, esta ferramenta acaba sendo utilizada pelos investidores para avaliação, quanto ao processamento de investimentos, pois através desta, é permitido verificar se há a possibilidade de cobrir tudo o que foi investido.

2.4 MÉTODO DUPONT

O método de análise Dupont funciona como uma técnica para identificar as áreas responsáveis pelo desempenho financeiro da empresa. Este sistema une a demonstração do resultado e o balanço patrimonial em duas medidas-sínteses da lucratividade: as taxas de retorno sobre o ativo total e sobre o patrimônio líquido. O modelo possibilita, ainda, identificar como o retorno do investimento é afetado pela mudança em qualquer elemento, seja do balanço, por meio do giro do ativo, ou pela demonstração de resultados que pode ser verificada pelos dados operacionais, conforme demonstrado na Figura 1.

Segundo o Johnson & Kaplan apud RGSS (2014 p. 35):

Em 1903, em um cenário de empresas com apenas um ramo de atividade e a preocupação voltada apenas para a avaliação dos processos internos, foi criada a *DuPont Powder Company*. Os primos Du Pont desenvolveram uma nova estrutura administrativa com o objetivo de avaliar e controlar a eficiência e rentabilidade de sua recém-adquirida companhia (JOHNSON & KAPLAN, 1993).

Como a diversidade de atividades exercidas naquela época era praticamente inexistente, os projetos e os procedimentos de gerenciamento da Dupont foram os divisores de águas, possibilitando a compreensão e preocupação do retorno do investimento.

Sobre a visão dos gestores da empresa sobre o retorno do investimento, Johnson e Kaplan (1993) destacam que os executivos da Powder Company também percebiam que um item produzido em uma fábrica barata poderia exibir um índice de retorno do investimento maior que outro item vendido pelo dobro do custo, mas produzido numa fábrica cara. Segundo Johnson e Kaplan (1993), o intuito de avaliar cada aspecto das atividades da empresa em termos do preço do capital levou os

fundadores da *DuPont Powder Company* a criarem uma fórmula do retorno do investimento, atualmente conhecida como método Dupont.

Conforme Silva (2015, pag. 127) a análise Dupont representa uma análise da entidade em seus aspectos inerentes à obtenção do retorno sobre os investimentos. É possível acompanhar a evolução do ROA no decorrer dos períodos e analisar as causas e efeitos na rentabilidade da empresa. Sendo que, esta ferramenta de análise técnica possibilita uma ampla visão econômica da empresa, seja pela consequência de sua atividade, ou pela administração do ativo. Sendo um meio voltado para demonstrar a eficiência da utilização dos ativos existentes de uma organização, que por meio dos recursos próprios ou de terceiros aplicados, podem ser gerados mudanças positivas ou negativas.

Primeiramente, o sistema Dupont reúne a margem líquida, a qual mensura a lucratividade sobre as vendas, com o giro do ativo total, que aponta a eficiência da empresa na utilização dos seus ativos para geração de vendas. No Método Dupont, o produto desses dois índices resulta na taxa de retorno sobre o ativo total, ROA – Retorno Operacional dos Ativos, apresentado no tópico anterior.

O próximo passo no sistema Dupont é a dissecação do ROE – Retorno sobre o Patrimônio, a qual relaciona a taxa de retorno sobre o ativo total à taxa de retorno sobre o patrimônio líquido. Esta última é obtida multiplicando-se a taxa de retorno sobre o ativo total pelo Multiplicador de Alavancagem Financeira, que representa o índice de endividamento geral da empresa.

O Método Dupont vem sendo utilizado continuamente, há anos, pelos administradores financeiros como uma estrutura para analisar as demonstrações financeiras e avaliar a situação econômico-financeira da empresa.

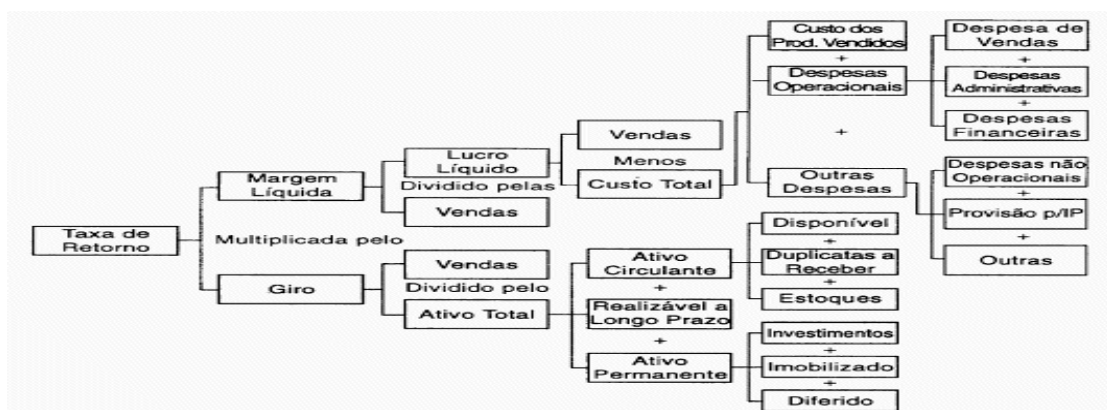


Figura 1 - Organograma do Modelo Dupont.

Fonte: Marion, 1998, p.493.

3 METODOLOGIA

Para a elaboração deste trabalho, foram realizados estudo bibliográfico, coleta de dados no site da BOVESPA e algumas referências foram extraídas em sites e/ou informativos, livros, e na legislação. Sendo o estudo caracterizado como um tipo de pesquisa exploratória e descritiva. O processo descritivo visa à identificação, registro e análise das características, fatores ou variáveis que se relacionam com o fenômeno ou processo.

A metodologia aplicada vem com o intuito de apresentar as análises de demonstrações financeiras e procedimentos necessários para que tenha um resultado significativo e apresentar possíveis melhorias no crescimento financeiro das duas empresas examinadas.

O estudo é classificado na área de Controladoria e finanças, pois a linha de pesquisa é voltada aos usuários internos, abordando as implicações da contabilidade gerencial para os executivos, diretores e gerentes de todos os níveis. Contemplando o estudo e a pesquisa sobre o método Dupont, sendo um instrumento de gestão necessário ao suporte do processo de planejamento e controle gerencial da empresa, bem como a avaliação ao desempenho econômico dos negócios.

3.1 ÁREA DE ESTUDO

O universo em que se trata esta pesquisa, são das Lojas Americanas S.A e Magazine Luiza S.A, ambas empresas brasileiras do segmento de varejo, que estão entre as 10 maiores varejistas do país em faturamento, conforme a revista brasileira Exame. Onde através da análise econômica financeira seja possível identificar pelo método Dupont, quais as principais variáveis econômico-financeiras no estudo de margem de lucro e giro do ativo.

A amostra utilizada neste estudo é a não probabilística, pois tem a finalidade de analisar os dados de ambas empresas, e com os fatos apresentados alcançar o objetivo do estudo, expondo os resultados de um modo comparativo.

3.2 COLETA DE DADOS

Para a elaboração deste trabalho, foram realizados estudo bibliográfico e coleta de dados no site da BOVESPA. Quanto aos dados utilizados na pesquisa, foram disponibilizados pelas Lojas Americanas S.A e Magazine Luiza S.A, através do site da Bovespa (<http://www.bmfbovespa.com.br>), por serem uma empresa de sociedade anônima de capital aberto, onde pode-se fazer contato com o diretor de relações com investidores.

Nesta pesquisa foi necessário fazer o levantamento de dados e observação, através do acesso as demonstrações contábeis no site da Bovespa, para fazer análise econômica financeira e aplicar o método Dupont, permitindo identificar as principais variáveis econômico-financeiras que influenciam os resultados da empresa. As demonstrações extraídas no site são o Balanço Patrimonial e Demonstração de Resultado, disponibilizado no portfólio do projeto.

Os dados dessa pesquisa foram tratados qualitativamente, realizando a observação simples, pesquisas e análises, permitindo uma visão da situação econômica financeira das Lojas Americanas S.A. e Magazine Luiza S.A, e posteriormente o tratamento quantitativo, apurando os resultados e assim ampliando o conhecimento científico da pesquisa, contribuindo com a melhoria das informações da empresa. Logo confrontando as informações de ambas, para uma análise comparativa de mercado.

4 RESULTADOS

Neste tópico serão apresentados os resultados da análise do método Dupont das Lojas Americanas S.A e Magazine Luiza S.A. Os resultados foram apurados a partir da planilha de cálculo das informações extraídas dos relatórios financeiros das empresas objeto de estudo.

4.1 LOJAS AMERICANAS S.A

Abaixo serão apresentadas as tabelas do cálculo do método Dupont da Lojas Americanas, onde a tabela 1 apresenta a Demonstração de Resultado – DRE, a tabela 2 corresponde ao cálculo do Retorno do investimento, a tabela 3 apresenta os resultados da margem de lucro e a tabela 4 apresenta o cálculo da margem de giro do ativo.

Tabela 1 – Demonstração de Resultado – DRE

Descrição	2015	2016	2017
Receita Líquida	17.926.155	18.103.512	17.044.716
(-) CPV	-12.799.670	-12.703.942	-11.603.751
Lucro Bruto	5.126.485	5.399.570	5.440.965
Despesas/Receitas Operacionais			
outras receitas/despesas operacionais			
(-) Despesas Gerais e Administrativas	-751.248	-798.084	-964.311
(-) Resultado Financeiro	-1.659.999	-2.153.690	-1.876.522
Lucro Operacional	2.715.238	2.447.796	2.600.132
Resultado Não Operacional	0	0	0
Resultado antes dos Tributos sobre o Lucro	2.715.238	2.447.796	2.600.132
(-) IR e CSSL	-210.269	-143.300	-45.151
(=) Resultado Líquido	2.504.969	2.304.496	2.554.981

Fonte: Autores (2018) Adaptado.

A tabela 1 apresenta a demonstração do resultado das Lojas Americanas, adaptada com os valores utilizados para o cálculo do método Dupont.

Tabela 2 – Retorno sobre o investimento - ROI

ROI	12,22%	11,09%	9,28%	-2,94%
EV	100	90,75	75,91	
Retorno em anos	8,18	9,02	10,78	
Retorno em dias	425	726	1.360	

Fonte: Autores (2018)

A tabela 2 demonstra o cálculo do retorno dos investimentos dos anos de 2015, 2016 e 2017 respectivamente.

O Retorno sobre o investimento apresentou queda ao longo dos anos e em consequência disso o Enterprise Value (EV), onde determina o valor de mercado da empresa, também apresentou baixa no período analisado, justificando o aumento de 8 para 10 anos do retorno do investimento.

Abaixo, será apresentado a margem de lucro e o giro ativo, em que os resultados influenciaram na queda do Retorno do investimento - ROI.

Tabela 3 – Margem de Lucro

VL	13,97%	12,73%	14,99%	
EV	100	91	107	7

Fonte: Autores (2018)

A tabela 3 demonstra o cálculo da margem de lucro dos anos de 2015, 2016 e 2017 respectivamente.

Na margem de lucro pode-se identificar que o Valor líquido (VL), teve uma oscilação, em 2015 apresentou uma baixa e em 2017 superou seu resultado em relação à 2016. Diante disso, seu valor de mercado (Enterprise Value - EV) também apresentou essa oscilação.

Na análise de margem de lucro, foi possível concluir que os custos variaram de forma inferior com relação às vendas, não influenciando para a queda do ROI. Apesar de que as despesas operacionais apresentaram uma variação superior a 20 pontos percentuais entre 2016 e 2017. Dentro desse grupo de contas, as que mais comprometeram essa variação foram as despesas administrativas e despesas financeiras, o que pode estar sendo influenciado por despesas elevadas com folha de pagamento. Logo, as despesas financeiras podem estar relacionadas ao baixo giro do estoque, fazendo com que a empresa necessite captar recursos para financiar seu ativo.

Tabela 4 – Giro do Ativo

VL	0,87	0,87	0,62	
EV	100	100	71	- 29

Fonte: Autores (2018)

A tabela 4 demonstra o cálculo do giro do ativo dos anos de 2015, 2016 e 2017 respectivamente.

No giro do ativo pode-se identificar que o Valor líquido (VL), apresentou uma queda no ano de 2017 e com isso seu valor de mercado (Enterprise Value - EV) também obteve baixa no período analisado.

Com relação à análise do giro do ativo, podemos concluir que houve uma variação negativa de mais de 40 pontos percentuais do ano de 2016 para 2017. Diante desse fator, foi feita a análise da evolução do ativo total, que apresentou uma variação de mais de 32 pontos percentuais. Dentro desse grupo de contas, o que mais influenciou nesse resultado foi a variação de mais de 8 pontos percentuais das duplicatas a receber, o que mostra um aumento do prazo de recebimento e uma possível inadimplência, e o aumento do estoque ao longo dos anos, o que mostra que os estoques não estão acompanhando a demanda de vendas, resultando num giro do ativo mais lento.

A partir da análise da margem de lucro e do giro do ativo, foi identificado que o giro do ativo contribuiu para a queda do ROI, pois apresentou déficit ao longo do tempo, ao contrário da margem que teve resultado positivo ao longo dos anos.

Diante desse fator, foi feita a análise da evolução das vendas, como elas apresentaram uma variação de mais de 6 pontos percentuais, os demais desdobramentos de análise das variáveis que compõem o método (Ativo Total e DRE), que apresentaram índice de variação superior aos 6 pontos deverão ser analisados item a item para verificar mais profundamente qual deles contribuiu mais efetivamente para essa queda.

Para que a empresa melhore sua performance nesses fatores (despesas administrativas e financeiras), sugere-se uma reavaliação do gerenciamento da folha de pagamento, quanto avaliar a rotatividade de funcionários. Além disso, recomenda-se também o estabelecimento de uma política de crédito a fim de mitigar a exposição ao risco de inadimplência. E adequar a demanda de compra com base no histórico de vendas e a qualidade do produto que está compondo esse estoque, para garantir sua comercialização.

4.2 MAGAZINE LUIZA S.A

Abaixo serão apresentadas as tabelas do cálculo do método Dupont da Magazine Luiza, onde a tabela 5 apresenta a Demonstração de Resultado – DRE, a tabela 6 corresponde ao cálculo do Retorno do investimento, a tabela 7 apresenta os

resultados da margem de lucro e a tabela 8 apresenta o cálculo da margem de giro do ativo.

Tabela 5 – Demonstração de Resultado – DRE

Descrição	2015	2016	2017
Receita Líquida	8.978.259	9.508.745	11.984.250
(-) CPV	-6.399.630	-6.586.130	-8.378.239
Lucro Bruto	2.578.629	2.922.615	3.606.011
Despesas/Receitas Operacionais			
outras receitas/despesas operacionais			
(-) Despesas Gerais e Administrativas	-584.280	-615.545	-679.085
(-) Resultado Financeiro	-486.055	-503.849	-410.821
Lucro Operacional	1.508.294	1.803.221	2.516.105
Resultado Não Operacional	0	0	0
Resultado antes dos Tributos sobre o Lucro	1.508.294	1.803.221	2.516.105
(-) IR e CSSL	-81.524	-9.469	-87.851
(=) Resultado Líquido	1.426.770	1.793.752	2.428.254

Fonte: Autores (2018) Adaptado.

A tabela 5 apresenta a demonstração do resultado da Magazine Luiza S/A, adaptada com os valores utilizados para o cálculo do método Dupont.

Tabela 6 – Retorno sobre o investimento - ROI

ROI	25,93%	29,40%	32,73%	6,80%
EV	100	113,38	126,21	
Retorno em anos	3,86	3,40	3,06	
Retorno em dias	- 1.132	- 1.296	- 1.420	

Fonte: Autores (2018)

A tabela 6 demonstra o cálculo do retorno dos investimentos dos anos de 2015, 2016 e 2017 respectivamente.

O Retorno sobre o investimento apresentou alta ao longo dos anos e em consequência disso o Enterprise Value (EV), onde determina o valor de mercado da empresa, também apresentou avanço no período analisado, justificando a redução do período necessário para o retorno do investimento.

Abaixo, será apresentado a margem de lucro e o giro ativo, em que os resultados influenciaram no aumento do Retorno do investimento - ROI.

Tabela 7 – Margem de Lucro

VL	15,89%	18,86%	20,26%	
EV	100	119	128	28

Fonte: Autores (2018)

A tabela 7 demonstra o cálculo margem de lucro dos anos de 2015, 2016 e 2017 respectivamente.

Na margem de lucro pode-se identificar que o Valor Líquido (VL), apresentou evolução ao longo dos anos. Diante disso, seu valor de mercado (Enterprise Value - EV) também apresentou avanço no período analisado.

Na análise da margem de lucro, foi possível concluir que os custos variaram de forma superior com relação às vendas, mas não influenciou para a queda do ROI. Apesar de que as despesas operacionais apresentaram uma variação superior a 9 pontos percentuais entre 2016 e 2017. Dentro desse grupo de contas, o que mais comprometeu essa variação foram as despesas administrativas, o que pode estar sendo influenciado por despesas elevadas com folha de pagamento, entre outras despesas administrativas.

A partir da análise da margem de lucro e giro do ativo, foi identificado que a margem de lucro evoluiu de forma positiva ao longo dos anos, variando em 28 pontos percentuais do ano de 2015 para 2017.

Tabela 8 – Giro do Ativo

VL	1,63	1,56	1,62	
EV	100	96	99	- 1

Fonte: Autores (2018)

A tabela 8 demonstra o cálculo do giro do ativo dos anos de 2015, 2016 e 2017 respectivamente.

No giro do ativo pode-se identificar que o Valor Líquido (VL), apresentou queda ao longo dos anos, onde oscilou de 2015 para 2016 com queda e em 2017 apresentou um aumento, mas não alcançou o resultado do primeiro ano analisado. Diante disso, seu valor de mercado (Enterprise Value - EV) também apresentou essa oscilação no período analisado.

Com relação à análise do giro do ativo, podemos concluir que houve uma variação negativa de 1% do ano de 2015 para 2017, apesar do aumento que variou 3 pontos percentuais de 2016 para 2017.

Diante desse fator, foi feita a análise da evolução do ativo total, que apresentou uma variação de mais de 21 pontos percentuais. Dentro desse grupo de contas, o que mais influenciou nesse resultado foi a variação de aproximadamente 115 pontos percentuais das duplicatas a receber, o que mostra um aumento do prazo de recebimento e uma possível inadimplência, e o aumento do estoque ao longo dos anos, o que mostra que os estoques não estão acompanhando a demanda de vendas, resultando num giro do ativo mais lento.

A partir da análise da margem de lucro e giro do ativo, foi identificado que o giro do ativo obteve um déficit de 1%, no entanto essa variação não motivou queda no ROI, pois o ROI apresentou superávit ao longo dos anos, variando mais de 6 pontos percentuais de 2015 a 2017.

A empresa apresenta bons resultados no retorno de seus investimentos, na margem e no giro do ativo, mas para que a empresa melhore sua performance no fator (despesas administrativas), sugere-se uma reavaliação das despesas administrativas. Além disso, recomenda-se também o estabelecimento de uma política de crédito a fim de mitigar a exposição ao risco de inadimplência. E adequar a demanda de compra com base no histórico de vendas e a qualidade do produto que está compondo esse estoque, para garantir sua comercialização.

4.3 ANÁLISE COMPARATIVA DAS EMPRESAS

Nos gráficos abaixo, serão demonstrados a análise comparativa dos indicadores econômicos das empresas Lojas Americanas S.A e Magazine Luiza S.A, no gráfico 1 será apresentado o comparativo do Retorno do investimento- ROI, no gráfico 2 está a margem de lucro e no gráfico 3 o giro do ativo, dos anos de 2015 a 2017.

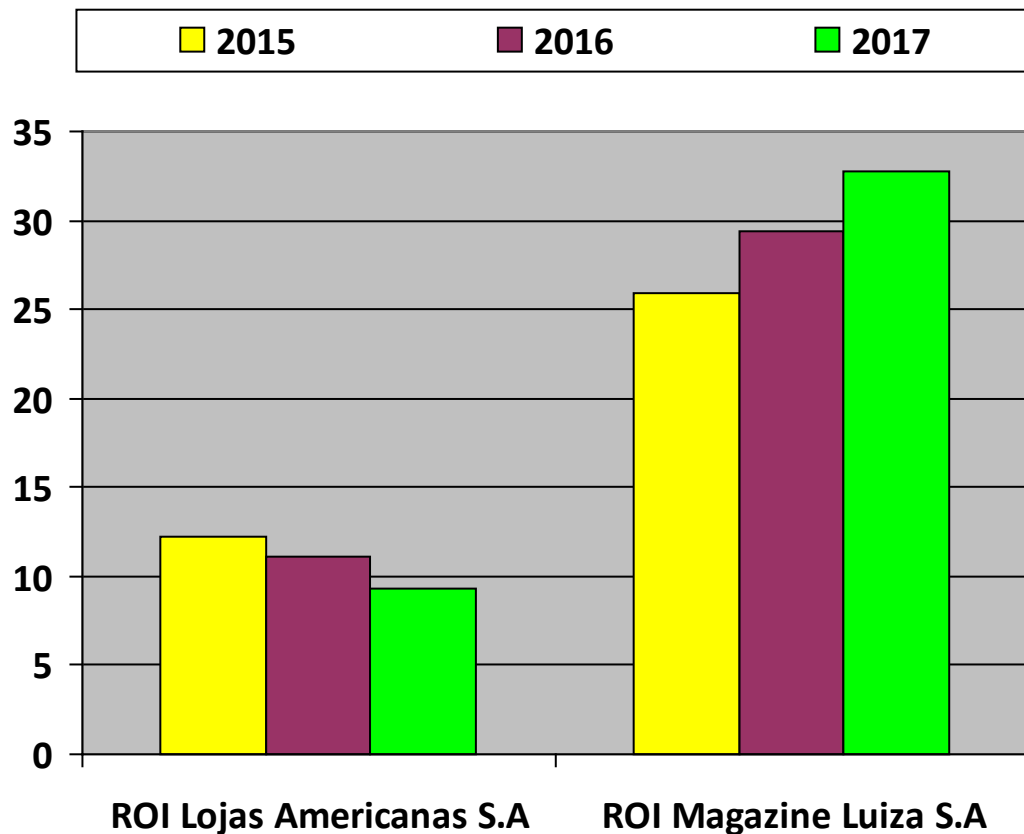


Gráfico 1 – Análise comparativa do Retorno do investimento - ROI
Fonte: Autores (2018)

É possível verificar que o Retorno do investimento – ROI da Lojas Americanas, apresentou queda ao longo dos anos, obtendo no ano de 2015 12,22%, em 2016 11,09% e em 2017 9,28%, onde teve uma variação negativa de 2,94% do primeiro para o último ano, enquanto a Magazine Luiza obteve progresso ao longo dos anos, apurando em 2015 25,93%, em 2016 29,40% e em 2017 32,73%, obtendo uma variação positiva de 6,80%.

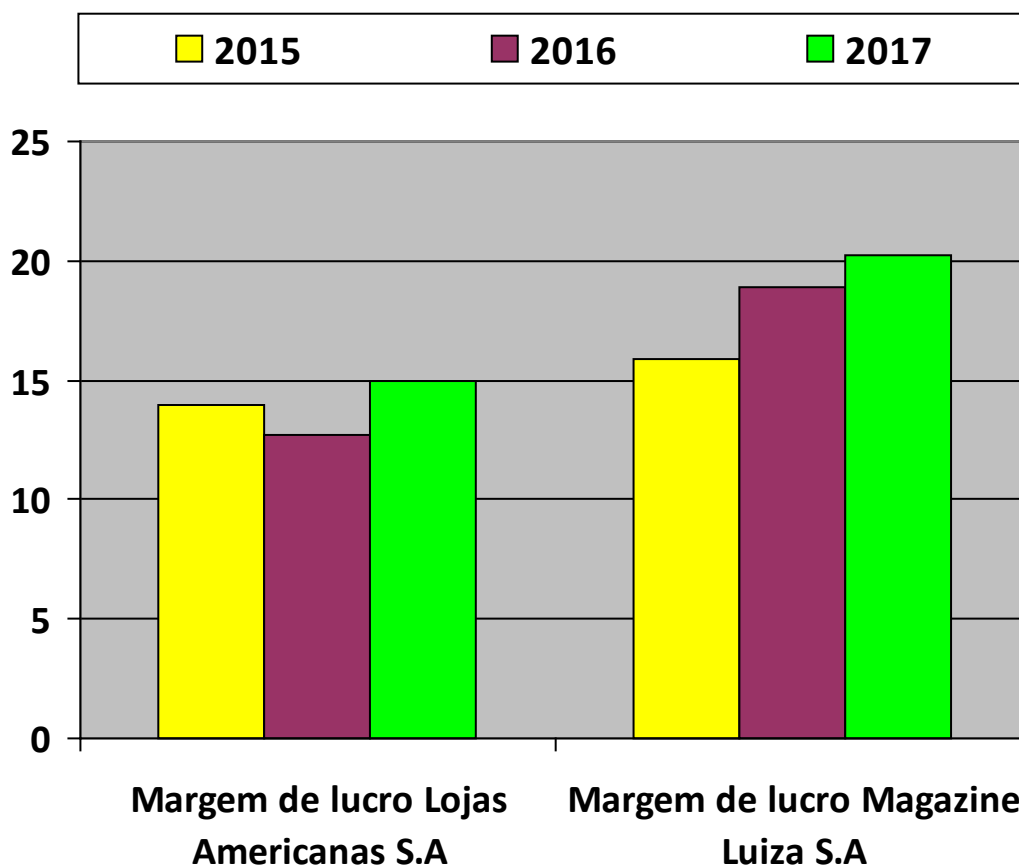


Gráfico 2 – Análise comparativa da Margem de lucro
Fonte: Autores (2018)

Com relação à margem de lucro, a Lojas Americanas apresentou oscilação, no ano de 2015 com 13,97% para 2016 com 12,73% houve queda, mas logo em 2017 ocorreu um progresso com 14,99%, superando o resultado de 2015. Enquanto a Magazine Luiza S.A obteve evolução contínua nos anos de 2015 a 2017, obtendo 15,89%, 18,86% e 20,26%, respectivamente.

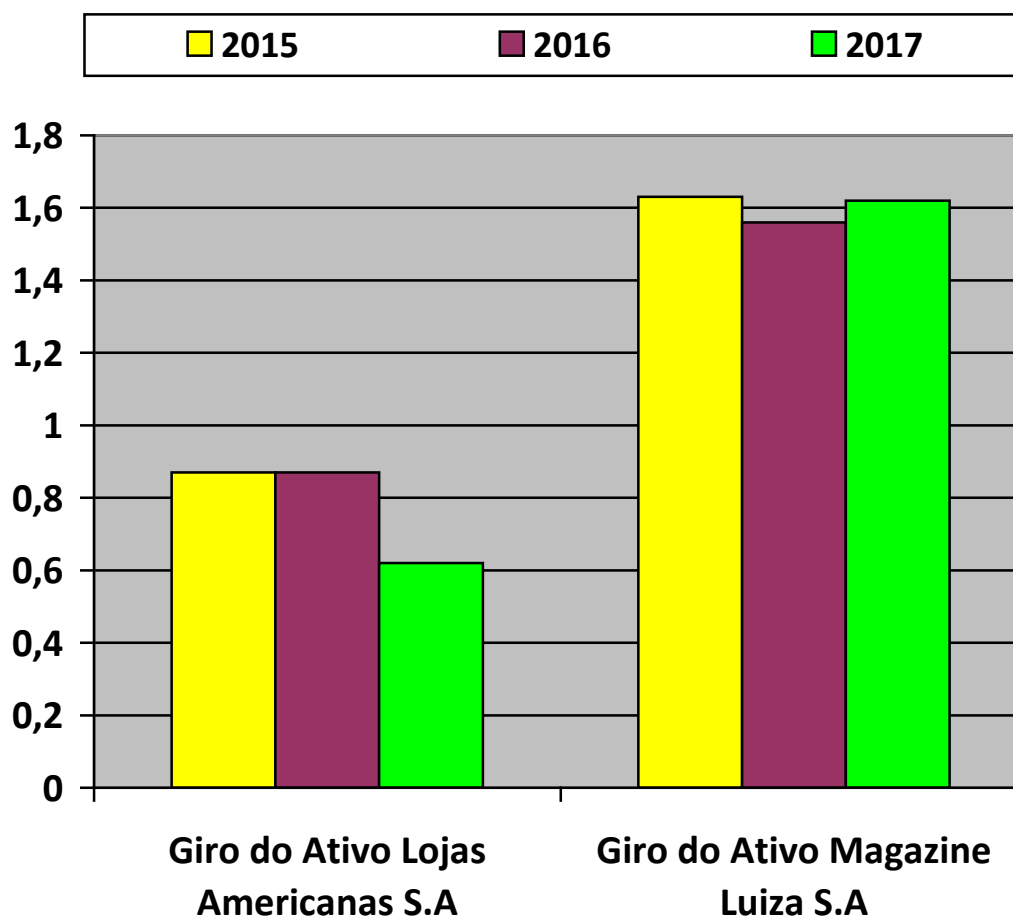


Gráfico 3 – Análise comparativa do Giro do ativo
Fonte: Autores (2018)

O giro do ativo da Lojas Americanas manteve em 0,87 no ano de 2015 e 2016 e em 2017 obteve queda para 0,62. A Magazine Luiza apresentou resultados mais significativos, atingindo 1,63 em 2015, 1,56 em 2016 e 1,62 em 2017.

O giro do ativo da Americanas contribuiu para a queda do ROI, pois foi apurado que ocorreu atraso em seu processo, uma vez que o fluxo aconteceu de maneira lenta, considerando que o estoque permaneceu estagnado por conta da queda nas vendas. Já a Magazine Luiza obteve uma queda de 1% no giro do ativo, em decorrência da variação superior a 100% das duplicatas a receber, que pode ter ocasionado pelo aumento do prazo de recebimento e/ou possíveis inadimplências, motivando um giro mais lento, mas não foi significativo para contribuir com a queda do ROI.

De acordo com os dados levantados, foi possível verificar que, ainda que a receita líquida da Empresa - Lojas Americanas S.A apresentaram números

superiores com relação à Empresa – Magazine Luiza S.A, as Lojas Americanas obtiveram resultados inferiores, se tratando dos indicadores ROI e giro do ativo, uma vez que ocorreram retrocessos, enquanto a Magazine Luiza apresentou evolução ao longo dos anos.

Foi realizada uma análise do Retorno do investimento do patrimônio - ROE das empresas em relação às variáveis externas, no caso foi utilizado o índice de IGPM, conforme demonstrado no gráfico 4.

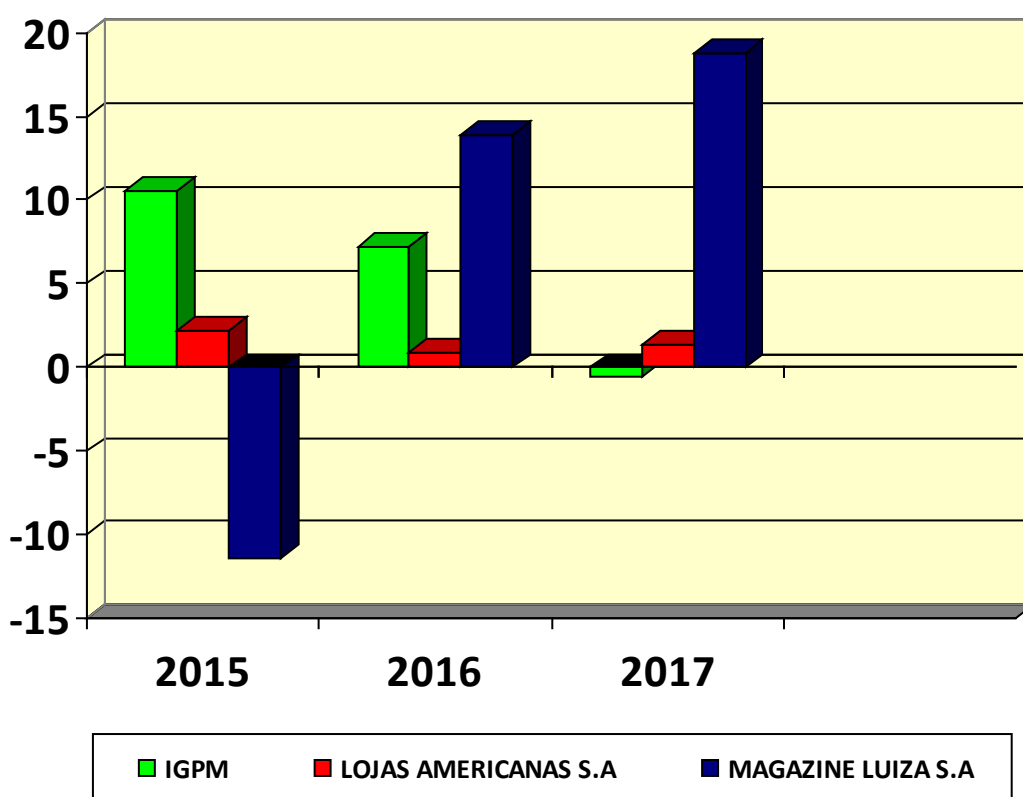


Gráfico 4 – Análise comparativa entre o Retorno do investimento sobre o patrimônio - ROE e o índice de IGPM

Fonte: Autores (2018)

Analisando o confronto do retorno de investimento sobre o patrimônio das duas empresas, em relação as variáveis externas, nesse caso o desempenho do indexador IGPM em 2015 foi de 10,54%, a Lojas americanas obteve um resultado abaixo do índice de inflação, sendo 2,19%, e a Magazine Luiza apresentou um retorno negativo de 11,40%, pois apresentou prejuízo como resultado do exercício neste ano.

No ano de 2016 o IGPM foi de 7,19%, a Lojas americanas reduziu em comparação ao ano anterior para 0,88% e a Magazine Luiza obteve um retorno acima do índice, com 13,93%.

No ano de 2017 o IGPM apresentou uma deflação de 0,53% e ambas as empresas objeto de estudo, superaram o índice, sendo a Americanas com 1,33% e a Magazine Luiza com 18,76%.

4.4 PROPOSTA DE AÇÃO

4.4.1 Relatório gerencial

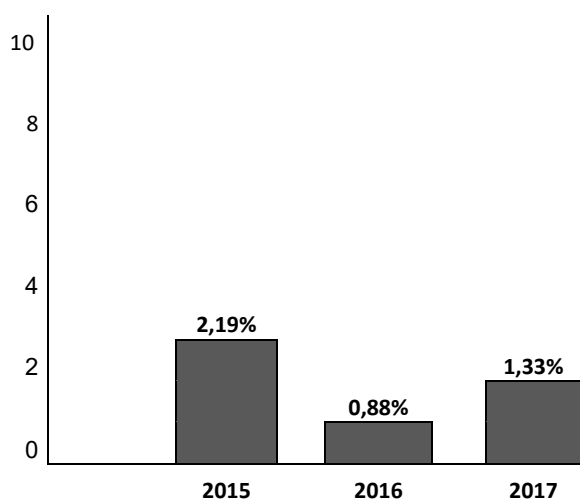
O objetivo deste relatório é identificar e ressaltar os pontos de maior relevância das companhias relacionadas acima, de maneira a identificar o potencial futuro destas empresas, visto que investidores irão realizar análises financeiras e gerenciais para que realizem possíveis investimentos.

Entende-se que para melhor compor este relatório, fora necessário relacionar o retorno de investimentos sobre o patrimônio das companhias ao IGP-M, índice de inflação calculado e divulgado pela Fundação Getúlio Vargas, sem deixar de considerar os objetivos sociais, “Realizar sonhos e atender as necessidades de consumo das pessoas, poupando tempo e dinheiro e superando suas expectativas” como ressalta as Lojas Americanas, e “Ser uma empresa competitiva, inovadora e ousada que visa sempre o bem-estar comum” como explana a Magazine Luiza.

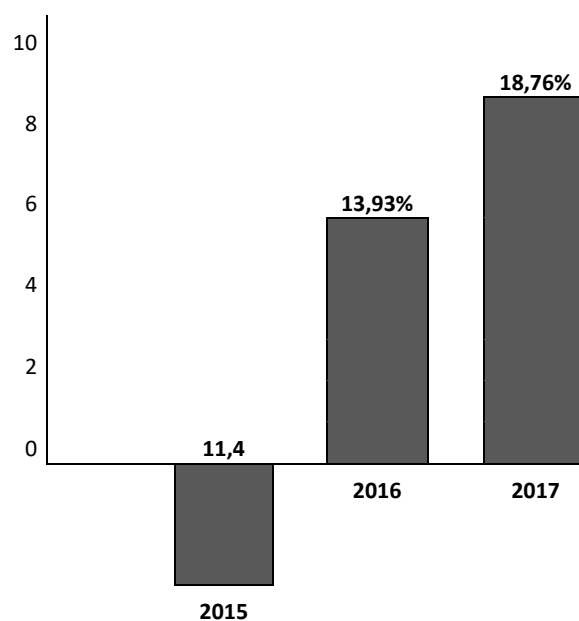
Identificou-se através das análises da Margem de Lucro, Giro do Ativo e ROI, que a margem de lucro obteve uma evolução no decorrer dos anos de 2015 a 2017, de 28%, (-1%) referente ao Giro do Ativo, o que não ocasionou queda no ROI, que apresentou expansão superior a 6% neste mesmo período.

Abaixo serão demonstrados os resultados do retorno do investimento sobre o patrimônio das empresas em relação ao índice do IGPM.

Lojas Americanas S.A



Magazine Luiza S.A



De acordo com o confronto do retorno de investimento sobre o patrimônio das duas empresas, em relação ao desempenho do indexador IGPM, que em 2015 foi de 10,54%, a Lojas americanas obteve um resultado abaixo do índice de inflação, sendo 2,19%, e a Magazine Luiza apresentou um retorno negativo de 11,40%, pois apresentou prejuízo como resultado do exercício neste ano. No ano de 2016 o IGPM acumulado foi de 7,19%, a Lojas americanas reduziu em comparação ao ano anterior para 0,88% e a Magazine Luiza obteve um retorno acima do índice, com 13,93%. Em 2017 o IGPM apresentou uma deflação de 0,53% e ambas as empresas objeto de estudo, superaram o índice, sendo a Americanas com 1,33% e a Magazine Luiza com 18,76%.

Considerando os dados levantados, pôde-se verificar que com exceção ao ano de 2015, a Companhia Magazine Luiza S.A obteve um ótimo desempenho relacionado ao índice de inflação utilizado - IGPM, uma vez que nos anos de 2016 e 2017 seu retorno de investimento sobre o patrimônio superou este índice acumulado ao longo dos 12 meses, sendo 13,93% e 18,76% consecutivos, o que representou uma diferença de performance considerável, se comparada a companhia Lojas Americanas S.A. Para que o relatório seja melhor acompanhado e analisado, será realizado semestralmente, de modo a obter um melhor controle de seus dados.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O método Dupont é considerado uma ferramenta utilizada para avaliar e controlar a eficiência e rentabilidade das empresas. Em decorrência da competitividade do mercado, observa-se a necessidade dos gestores de analisar e acompanhar o desenvolvimento das empresas, com foco no que traz retorno significativo para empresa, seja produto ou serviço, para engessar investimento da forma mais eficaz e poder reduzir custos daquilo que não está sendo rentável operacionalmente.

Diante do cenário atual de crise econômica, os gestores devem recorrer aos meios e procedimentos, para que sempre busque alavancar os negócios e mitigar os riscos, obtendo o aumento dos lucros e podendo se manter sobrevivente nesse cenário econômico.

Identificou-se que o método Dupont é uma técnica essencial para o auxílio dos gestores nas tomadas de decisões, pois permite através da análise de margem de lucro e giro do ativo, onde une a demonstração do resultado e o balanço patrimonial, verificar quais fatores estão provocando déficit e o que deve dar prioridade de investimento na empresa, e ainda apresenta os possíveis caminhos para as tomadas de decisões.

Compreende-se que a estrutura e aplicabilidade do método Dupont nas empresas, possibilita os gestores a desenvolverem estratégias, como o planejamento das ações, considerando a função e as responsabilidades de cada setor envolvido direto e indiretamente nos resultados, com o objetivo de administrar os fluxos de informações, monitorando os resultados e implementando as ações preventivas e corretivas na aplicabilidade das ações.

Considerando que cada empresa possui sua particularidade, sua pontualidade, administração, controladoria, é necessário que se verifique e analise minuciosamente seus dados, suas informações para que se chegue a um denominador comum, a fim de aprimorar os processos já existentes e aplicar o processo de inovação e invenção para que seu negócio venha prosperar ainda mais, uma vez que auferir lucro é o principal objetivo das companhias.

O método Dupont existe para que as empresas possuam melhor controle de seus dados, assim como, localizar os locais e pontos de melhoria para sua atividade.

Fora possível verificar que até mesmo as grandes empresas precisam passar por avaliação em sua administração e controle em pequenos intervalos de tempo para que não limite o seu processo, visto que é sempre importante estar em busca de melhorias, e essas melhorias incluem tecnologia, busca pela necessidade do cliente e não menos importante, possuir o total controle e conhecimento do seu negócio.

Nos dias atuais existem inúmeras empresas no mercado, empresas fortes, conhecidas, renomadas e com credibilidade, mas engana-se quem acha que é fácil chegar entre as melhores, mais difícil ainda é manter o padrão e estar atualizada e coerente com as necessidades dos principais interessados e envolvidos. Com a concorrência pressionando a cada dia, o que irá diferenciar uma empresa para outra, é a busca pela satisfação do cliente, interligada a uma ótima administração, de modo a manter o controle de seus dados, principalmente financeiro, controle de estoque, verificando as necessidades de melhoria e aprimoramento.

Em quase todos os ramos de atividades, quase todas as empresas possuem a incidência de erros e fraudes, erros ocasionados por equívocos, falta de atenção ou situação semelhante, e fraudes causadas intencionalmente, com o intuito de agir na contramão dos interesses da companhia, por isso, se faz necessário controlar minuciosamente os dados da empresa, ter conhecimento para controlar é essencial, assim como verificar e analisar as melhores maneiras de melhorar os processos, diariamente.

Além disto, com a crise econômica e política existente nos últimos anos, constata-se a afetação direta na rentabilidade das organizações, seja de pequeno, médio ou grande porte. Necessitando de profissionais capacitados para elaboração e aplicação de estratégias com objetivo de manter a entidade no mercado de trabalho, sustentando-as para enfrentarem este período sem encerrar suas atividades.

O contabilista é o profissional habilitado para elaborar os demonstrativos e realizar as análises necessárias deste, logo, também é capacitado para realização dos controles que facilitem, ao apresentar aos usuários, o entendimento necessário das informações fornecidas, norteando a alta administração para as decisões e a sua real situação.

O presente estudo teve o intuito de mensurar a lucratividade das vendas e apontar a eficiência das empresas estudadas na utilização dos seus ativos. Foi

reconhecido que apesar do alto faturamento da Lojas Americanas S.A comparado com a Magazine Luiza S.A, a Magazine obteve melhores resultados com o Lucro Líquido e Retorno de Investimentos.

A primeira etapa do estudo consistiu em realizar a análise dos índices do método Dupont, verificando suas aplicabilidades e os meios para identificação das variáveis econômicas das organizações. Esta foi uma ferramenta que facilitou a análise das demonstrações financeiras utilizadas, e proporcionou uma visão do comportamento de cada uma, deixando transparecer em suas ações como são lidados os processos operacionais de suas atividades.

O método Dupont é de extrema relevância em uma entidade, para que se encontrem as lacunas a serem preenchidas, auxiliando tecnicamente os gestores na tomada de decisão. Por meio do método foi possível identificar as principais variáveis que afetaram os resultados de cada organização. Através do estudo ficaram evidentes, ao decorrer do ano de 2015, 2016 e 2017 quais as contas obtiveram maior impacto sobre o resultado final, seja por meio de aumento ou diminuição das contas, como, por exemplo, o Giro do Ativo e as Despesas Administrativas.

Nas limitações do estudo, diante da pesquisa realizada com empresas de sociedade anônima de capital aberto, este trabalho não teve a pretensão de esgotar o tratamento das informações que envolvem o estudo, portanto, se limitou em tratar o estudo de caso com resultados quantitativos, tendo como objeto de pesquisa apresentar a aplicabilidade do método Dupont e como os resultados demonstrados são essenciais para o auxílio na tomada de decisão dos gestores.

Como proposta de estudos futuros, na construção deste trabalho verificou-se a necessidade de fazer pesquisa à campo e analisar a rotina gerencial das empresas e fazer o acompanhamento das ações implementadas após as tomadas de decisões baseadas nos resultados do método Dupont.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. **Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976.** Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L6404consol.htm> Acesso em: 14 abril 2018.

BRASIL. **Lei nº 11.638, de 28 de dezembro de 2007.** Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/lei/l11638.htm> Acesso em: 14 abril 2018.

BRASIL. **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002.** Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406.htm> Acesso em: 15 abril 2018.

CREPALDI, Silvio Aparecido. **Contabilidade Gerencial.** 7º ed. São Paulo: Atlas, 2014. 300 p.

FREZATTI, Fabio. **Orçamento Empresarial.** 6.ª edição. São Paulo: Editora Atlas, 2015. 267 p.

GARRISON. **Contabilidade Gerencial.** Edição 14.ª. São Paulo: Editoria Mc Graw Hill, 2012. 302 p.

GITMAN, Lawrence Jeffrey. **Princípios de administração financeira.** 10ª ed. São Paulo: Pearson Addison Wesley, 2004. 278 p.

Johnson, H. T.; Kaplan, R. S. **Contabilidade gerencial: a restauração da relevância da contabilidade nas empresas.** Rio de Janeiro: Campus, 1993. 235 p.

MARTINS, Eliseu. **Método de custos comparados.** 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2011. 202 p.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade - Contabilidade e Custos.** 11ª edição. São Paulo: editora Atlas, 2015. 315 p.

MATARAZZO, Dante Carmine. **Análise Financeira de Balanços: abordagem gerencial.** 7ª ed. São Paulo: Atlas, 2010. 389 p.

NETO, Alexandre Assaf. **Estrutura e análise de balanços**: Um enfoque econômico – financeiro. 11ª ed. São Paulo: Atlas, 2015. 297 p.

REVISTA DE GESTÃO EM SISTEMAS DE SAÚDE - RGSS. **Análise de Rentabilidade utilizando o modelo Dupont**: estudo de caso em uma operadora de planos de saúde. Vol. 3 n. 2 São Paulo, 2014.

SILVA, Carlos Alberto dos Santos. **Gestão contábil financeira**. 2ª edição. São Paulo: editora FGV, 2015. 248 p.

SILVA, João Edison. **Contabilidade Geral**. 2ª ed. Curitiba: IESDE BRASIL S.A, 2011. 305 p.

WERKKE, Rodney. **Gestão de custos**. Edição: 1. Curitiba: Ed. Juruá, 2011. 276 p.