



Universidade Federal do Pará

Centro: Sócio Econômico

Curso: Ciências Contábeis

Disciplina: **Análise de Demonstrativos Contábeis II**

Professor: Héber Lavor Moreira.

Eliane Martins Ferreira: Matrícula: 05155000802

Leucilândia Cardoso Sarraf: Matrícula: 05155002402



Abaetetuba, 05 de Outubro de 2009.

Conteúdo

RESUMO	3
INTRODUÇÃO.....	4
ANÁLISE DA LIQUIDEZ E CAPACIDADE DE PAGAMENTO	7
ANÁLISE DOS INDICADORES DE ENDIVIDAMENTO	9
ESTUDO DOS INDICADORES DE ATIVIDADE.....	12
ESTUDO DOS INDICADORES DE RENTABILIDADE.	14
TERMÔMETRO DE INSOLVÊNCIA.....	16
INDICADORES DE OVERTRADING	16
ESTUDO DO EBITIDA.....	18
ASPECTOS POSITIVOS IDENTIFICADOS	18
ASPECTOS NEGATIVOS IDENTIFICADOS	19
SUGESTÕES.....	19
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	20

RESUMO

O trabalho a seguir trata da Análise dos Demonstrativos Contábeis da empresa **Marisa Lojas Varejistas Ltda.** A empresa analisada possui **60 anos de experiência.** A Marisa é a maior rede de lojas especializadas em moda íntima feminina e uma das maiores redes de lojas de departamento de vestuário feminino, masculino e infantil do Brasil. Conhecendo e acompanhando as necessidades do seu público-alvo, a empresa construiu uma relação de cumplicidade e intimidade com a mulher brasileira. A marca **“Marisa”**, associada ao reconhecido slogan **“De Mulher para Mulher”**, possui forte reputação por sua ampla variedade de produtos de qualidade, de acordo com as últimas tendências da moda, segmentados por estilo de vida e a preços atrativos.

Os estudos dos demonstrativos apresentados pela empresa serão feitos através da análise dos índices de liquidez, endividamento, atividade, rentabilidade, insolvência, overtrading, Ebitda, aspectos positivos, negativos identificados.

O objetivo deste trabalho é realizar estudo que nos mostre a real situação desta empresa, pontos fortes, pontos fracos e identificar sugestões no sentido de corrigir ou melhorar alguns itens porventura observados no estudo.

INTRODUÇÃO

A história da Marisa está intimamente relacionada à aguçada visão empresarial do fundador da empresa: Bernardo Goldfarb. Sua experiência no mundo dos negócios veio do berço, pois, desde muito cedo se envolveu nas atividades da loja de sapatos de seu pai. Sob seu comando a empresa abriu a primeira loja, Marisa Bolsas, em 1948, e aos poucos foi conquistando o público feminino. Desde o início a Marisa quis atender o público de baixa renda. Era uma filosofia do próprio dono que apostou num segmento com as características do próprio consumo.

Com o intuito de ampliar as oportunidades da Marisa, em 1950, por meio de seu pioneirismo no segmento de varejo voltado ao público feminino, a companhia criou a primeira ponta de estoque conhecida no Brasil: Marisa Malhas, terceira loja do grupo. Em seguida a empresa passou a utilizar nome Marisa para todas as suas lojas. Vendendo pronta entrega de estoques para todos os fabricantes, a preços competitivos, a Marisa teve um crescimento gradativo e planejado e se tornou nacionalmente como uma rede de lojas de moda feminina e moda íntima feminina.

A partir de 1952, a Marisa iniciou sua expansão por todo o território nacional. Em 1982, a Marisa já estava presente em todas as regiões do país. Em 1991, acompanhando as tendências do mercado de varejo, inaugurou a sua primeira loja em shopping Center, na cidade de São Paulo. Os shoppings centers foram um dos componentes-chaves para a estratégia de crescimento da rede de lojas Marisa. A capacidade de concentrar de maneira conveniente, em um único estabelecimento, uma variedade de produtos que atendiam a diversos interesses, além de oferecer segurança, facilidade de acesso, estacionamento e outros serviços associados. Fez do Shopping Center o principal destino para compras dos consumidores urbanos brasileiros.

Em 1999, a Marisa iniciou uma estratégia de expansão a fim de aumentar a variedade de produtos oferecidos, rejuvenescer a marca “Marisa” e modernizar suas lojas, reformando-as e ampliando-as. A liderança da Marisa foi reforçada depois que a companhia encerrou, em outubro de 1999, as operações deficitárias das Lojas Brasileiras,

outra marca do grupo. Quando anunciou o fechamento das 63 Lojas Brasileiras, Márcio Goldfarb, filho de Bernardo, já tinha sua carta na manga: o projeto das lojas Marisa & Família.

A partir da larga experiência da companhia, ratificada por meio de pesquisas de mercado conduzidas pela Inter Science, uma das empresas de pesquisa mais bem conceituadas em consumo de varejo, a Marisa verificou a necessidade de um novo modelo de loja que aumentasse a variedade de produtos oferecidos para toda a família, criando maior conveniência de compra para suas clientes em um mesmo local. Esse foi o estalo inicial para a criação da nova rede de lojas batizada Marisa & Família. Livre de dívidas, a empresa se lançou na nova empreitada. Segundo Márcio Goldfarb, **todo o investimento foi feito com recursos próprios**, já que os resultados da Marisa permitiram cobrir o rombo deixado pelas Lojas Brasileiras.

O novo formato marcou a entrada da Marisa nos segmentos de roupas masculinas e infantis, além de cama, mesa e banho. A nova rede manteve o alvo nas camadas de baixa renda e se apresentou como uma espécie de Marisa ampliada. Porém, o segmento feminino continuou a ser o carro-chefe nas novas lojas do grupo, representando sozinho quase 50% dos itens comercializados.

Além dos novos nichos, a Marisa lançou, em 1999, um cartão para oferecer crédito facilitado, com compras parceladas em até cinco vezes. O Cartão Marisa foi uma ferramenta importante na estratégia de negócios para a fidelização da clientela, bem como para o aumento das receitas em vendas. Ainda no mesmo ano, inaugurou a Marisa Virtual, possibilitando às suas clientes a realização de compras pela internet em seu website.

A partir de 2001, a fim de aprimorar e atualizar a imagem da marca Marisa, a empresa desenvolveu uma nova fase de modernização, expandindo sua metragem e implementando o conceito de exposição dos produtos nas lojas por “estilo de vida”. A moda feminina passou a ser apresentada nos estilos de vida: jovem, contemporâneo, clássico, surfwear, aeróbico e praia; a moda íntima, nos estilos de vida: jovem, contemporâneo, sensual e clássico; a moda masculina, nos estilos de vida: jovem,

contemporâneo, casual, social e a moda infantil foram segmentadas por faixa etária: de 1 a 3 anos, de 4 a 8 anos e de 10 a 16 anos.

Em 2006, a InterScience, em pesquisa realizada por iniciativa do mercado, apontou a Marisa como a empresa do setor têxtil de varejo que mais respeita o consumidor, levando em consideração os seguintes atributos: qualidade do produto, atendimento, preço, propaganda, responsabilidade social e monitoramento da satisfação de clientes, ficando à frente de seus principais concorrentes.

Atualmente, a Marisa tem presença em todas as regiões brasileiras e forte posição competitiva, por meio de 201 lojas e quatro centros de distribuição próximos aos maiores centros consumidores do Brasil, com um quadro de funcionários de 4.900 e um faturamento de R\$ 1,2 bilhões.

ANÁLISE DA LIQUIDEZ E CAPACIDADE DE PAGAMENTO

QLC - Quociente de Liquidez Corrente: AC/PC

Este índice indica quanto à empresa possui de ativo circulante comparado com seu passivo circulante, ou seja, quanto se tem de ativos correntes para honrar as dívidas de curto prazo. O desejável é que a empresa apresente resultado maior que 1 nesta relação, ou seja, que exista mais recursos do que dívidas no curto prazo. Vejamos os cálculos da empresa:

Ano de 2007						
QLC	=	AC	=	4.802.161,76	=	1,98
		PC		2.426.438,46		

Ano de 2008						
QLC	=	AC	=	3.737.980,00	=	2,21
		PC		1.691.572,00		

Na empresa analisada, com base nos dados disponibilizados, verificamos que a Marisa aumentou seu poder de liquidez corrente em relação ao ano de 2007. Obtivemos resultado igual a 1,98 em 2007 e 2,21 em 2008. Estes indicadores são totalmente adequados, pois tanto em 2007 quanto em 2008 a empresa dispunha de recursos suficientes para honrar suas dívidas de Curto Prazo. Percebemos isso nos indicadores verticais no Balanço que nos mostram a autonomia do Ativo Circulante de 69% em relação ao passivo Circulante de 32%. Isso nos mostra que mesmo que a empresa tenha apresentado prejuízo líquido, com uma variação de 15,7% em relação ao ano de 2007 para 2008, a mesma apresenta uma boa liquidez comum para cobrir o prejuízo, causando uma estabilidade, pois para cada R\$ 1,00 de dívidas à empresa dispõem de R\$ 2,21 para pagar dívidas de curto prazo.

QLS - Quociente de Liquidez Seca: AC- EST/PC

Este índice indica quanto a empresa possui em seu ativo circulante subtraindo os estoques comparando com seu passivo circulante, quer dizer, representa as disponibilidades de pagar seus compromissos no curto prazo livre dos Estoques, ou seja, apresenta capacidade de pagamento mais aproximada da realidade, pois apura a liquidez sem considerar o estoque que pode está obsoleto. Tal como o quociente de liquidez corrente, o desejável é que a empresa apresente resultado maior que 1 nesta relação. Vejamos os cálculos:

Ano de 2007						
QLS	=	AC - E	=	4.221.449,99	=	1,74
		PC		2.426.438,46		

Ano de 2008						
QLS	=	AC - E	=	2.974.820,00	=	1,76
		PC		1.691.572,00		

Na empresa analisada, com base nos dados disponibilizados no Balanço, obtivemos resultado igual a 1,74 em 2007 e 1,76 em 2008. Estes indicadores são totalmente adequados, pois nos dois exercícios, a empresa dispunha de recursos suficientes para honrar suas dívidas de Curto Prazo.

Esta análise nos mostra que o quociente foi superior a 1,00, isso significa que os estoques da empresa estão totalmente livres de dívidas com terceiros, por exemplo, se a empresa negociasse seu ativo circulante (sem os estoques), mesmo assim conseguiria pagar suas dívidas de custo prazo, no passivo circulante, e restaria todo o seu estoque livre de dívidas.

QLG - Quociente de Liquidez Geral: AC+REAL.LP/PC+EXIG.LP

Este índice revela quanto a empresa possui ao somar seu Ativo Circulante com seu Realizável à longo prazo, com seu Passivo Circulante e seu Exigível a longo prazo, ou seja, indica quanto a empresa possui em dinheiro, bens e direitos realizáveis a curto e a

longo prazo, para fazer face às suas dívidas totais. A interpretação do índice de liquidez geral é no sentido de quanto maior, melhor. Possibilita verificar se a empresa reúne valores disponíveis a receber em todos os prazos para pagar todas as obrigações em todos os prazos. O desejável é que a empresa apresente resultado maior que 1 nesta relação. Vejamos os resultados observados:

Ano de 2007						
QLG	=	AC + RLP	=	5.214.190,52	=	1,32
		PC + ELP		3.954.784,75		

Ano de 2008						
QLG	=	AC + RLP	=	4.176.404,00	=	1,40
		PC + ELP		2.988.604,00		

Na empresa analisada, com base nos dados disponibilizados, obtivemos resultado igual a 1,32 em 2007 e 1,40 em 2008. Estes indicadores são adequados, pois nos dois exercícios a empresa dispunha de recursos suficientes para honrar suas dívidas de Curto Prazo e no Longo Prazo, dado os recursos disponíveis e a receber no curto e no longo prazo, ou seja, a empresa conseguiu aumentar seu quociente de liquidez geral devido a redução da conta empréstimos e financiamentos que em 2007 era de R\$ 1.075.806,03 passando em 2008 para R\$ 680.904,00, o que garantiu para a empresa uma credibilidade maior para honrar suas dívidas de curto e longo prazo.

ANÁLISE DOS INDICADORES DE ENDIVIDAMENTO

QPC 3° - Quociente de participação do capital de terceiros: PC+EXIG.LP/PL

Este coeficiente representa a **composição do capital**, pois mostra quanto o capital de terceiros representa do capital da empresa. Vejamos os resultados:

Em 2007 a Participação de Capital de Terceiros (PCT):

Ano 2007

PC + EX. LP	=	3.954.784,75	=	150,52
PL		2.627.397,14		

Ano de 2008				
PC + EX. LP	=	2.988.604,00	=	124,90
PL		2.392.808,00		

Na empresa analisada, com base nos dados disponibilizados no Balanço obtivemos resultado igual a 150,52% em 2007 e 124,90% em 2008. Estes indicadores mostram a diminuição do endividamento da empresa, pois em 2007 150,52% do Patrimônio Líquido da empresa estava comprometido com terceiros e esse índice caiu para 124,90%, o que significa que em 2008 o endividamento da empresa é menor que seu patrimônio líquido, ou seja, o patrimônio Líquido é suficiente para cobrir todas as dívidas. A diminuição do endividamento ocorreu principalmente pela redução da conta empréstimos e financiamentos tanto no curto prazo quanto no longo, passando de 11% (longo) e 16% (curto) em 2007 para 10% (longo) e 13% (curto) em 2008.

CE – Composição do endividamento: PC/PC+EXIG.LP

Este índice representa quanto das dívidas da empresa vencem no curto prazo. Quanto mais expressivo, maior a preponderância das dívidas de curto prazo sobre o capital alheio total. Assim, se a empresa mantiver estrutura de capital com alta participação de capital de terceiros, o ideal é que o prazo das dívidas seja alongado. Vejamos os resultados:

Ano de 2007				
PC	=	2.426.438,46	=	61,35
PC + EX. LP		3.954.784,75		

Ano de 2008				
PC	=	1.691.572,00	=	56,60
PC + EX. LP		2.988.604,00		

Na empresa analisada, com base nos dados disponibilizados, obtivemos resultado igual a 61,35% em 2007 e 56,60% em 2008. Estes indicadores mostram baixo endividamento da empresa no curto prazo, o que se mostra adequado, pois a empresa apresenta bom nível de liquidez no exercício de 2008 com relação a 2007, quanto aos prazos de pagamentos com folga quando comparados aos prazos de recebimentos, percebemos anteriormente que a estrutura de capital da empresa não é formada com grande participação de capital de terceiros o que torna os prazos de pagamento mais alongados.

Desta forma os índices nos mostram uma diminuição das dívidas da empresa que vencem à curto prazo, diminuindo assim a participação de Capital de Terceiros.

IPL: Imobilização do Patrimônio Líquido: AP/PL

Este índice mostra quanto a empresa tem de Ativo permanente comparando com seu patrimônio líquido, ou seja, quanto a empresa imobilizou seu capital próprio. Vejamos os resultados:

Ano de 2007				
AP	=	1.368.180,24	=	52,07
PL		2.627.397,14		

Ano de 2008				
AP	=	1.205.188,00	=	50,37
PL		2.392.808,00		

Com base nos dados informados no Balanço Patrimonial da Empresa Marisa, percebemos que nos dois exercícios o ativo permanente é menor que o capital próprio da empresa, ou seja, o PL da empresa não está totalmente imobilizado e tal situação prevalece, pois, passou de 52,07% em 2007 para 51,20% em 2008, o que representa

uma pequena melhora, ou seja, a empresa dispõe de patrimônio líquido suficiente para pagar o Ativo Permanente e ainda sobra parcela para financiar o Ativo Circulante. O resultado revela que a empresa está investindo em ativo de rápida conversão em dinheiro o que facilita o capital de giro com recursos próprios, diminuindo a dependência com capitais de terceiros, aumentando desta forma a autonomia da empresa

ESTUDO DOS INDICADORES DE ATIVIDADE

Prazo médio de Renovação do Estoque ou Giro do estoque: CPV/EM

Este índice indica a rotação do estoque, ou seja, quantas vezes o estoque se renova no exercício, podendo também ser apurado a periodicidade em quantidade de meses e de dias. Vejamos os resultados:

Ano de 2007						
RE	=	CPV	=	578.427,70	=	1,00
		EM		580.711,77		

Ano de 2008						
RE	=	CPV	=	490.680,00	=	0,73
		EM		671.949,88		

Na empresa analisada, observamos que o estoque se renovou no exercício de 2007, apenas uma (1) vez neste exercício, como mostra o índice de Renovação de Estoque. Já em 2008, o Estoque se renovou aproximadamente 0,73 vezes no exercício, ou seja, o ano de 2007 caracterizou-se por ser um período onde as vendas foram menores e as margens mais estreitas, devido à forte temporada de promoções e liquidações. No que se refere às vendas, a MARISA, mesmo entendendo o momento de dificuldades do mercado, não ficou satisfeita com seu desempenho. Parte da desaceleração é explicada pela alta temperatura das estações, mas principalmente, pelo desabastecimento das lojas a partir de janeiro. A Companhia buscando o conservadorismo perante o cenário futuro errou ao reduzir drasticamente seus estoques, o que acabou acarretando em pior desempenho das vendas. Em contrapartida, o estoque do exercício de 2008 contribuiu para a Companhia aumentar suas remarcações em mais de 50% quando comparado com o mesmo período do ano anterior.

PMRV: Prazo médio de recebimento de vendas: CONTAS A RECEBER/VENDAS/360DIAS

Este índice mostra-se mais apropriado quanto menor for, pois isso indica que a empresa recebe rápido o que vende. E ao contrário, quanto maior for, acentua-se a necessidade de capital de giro e acrescenta-se o risco de custo de capital e de inadimplência. Vejamos os cálculos:

Ano de 2007						
PMR	=	CR	=	2.490.985,41	=	458,97
		Vendas		1.953.842,29		
		360		360		

Ano de 2008						
PMR	=	CR	=	1.685.740,00	=	309,61
		Vendas		1.960.113,00		
		360		360		

Na empresa analisada, verificamos que o prazo médio de recebimento é de aproximadamente 458,97 dias em 2007 e 309,61 dias em 2008. Houve assim uma melhora no índice, visto que houve diminuição de 149,36 dias para a empresa receber a receita de suas vendas de produtos e serviços, o que, a princípio, diminuiria a necessidade de capital de giro.

PMPC: Prazo médio de pagamento das compras: FORNECEDORES/ COMPRAS/360 DIAS

Este índice mostra-se tanto mais apropriado quanto maior for, pois isso indica que a empresa tem prazo dilatado para pagar seus fornecedores e assim terá mais tempo para receber suas vendas. E ao contrário, quanto menor for, acentua-se a necessidade de capital de giro. Vejamos os cálculos:

Ano de 2007						
PMP	=	Fornec	=	552.925,17	=	344,13
		compras		578.427,70		
		360		360		

Ano de 2008						
PMP	=	Fornec	=	526.164,00	=	281,39
		compras		673.157,00		
		360		360		

Na empresa analisada, verificamos que o prazo médio de pagamento em 2007 era de 344,13 dias e em 2008 era de 281,39 dias, ou seja, a empresa em 2007 tinha maior prazo para pagar suas dívidas, porém em 2008 à empresa com o lançamento dos Cartões de Crédito Marisa aumentou seu o prazo médio de recebimento, em contrapartida o Banco antecipa os pagamentos das faturas, dessa forma ela aumenta seu capital de giro, com esse capital ela pode honrar suas dívidas mesmo que seu prazo médio de pagamento tenha diminuído.

ESTUDO DOS INDICADORES DE RENTABILIDADE.

RENTABILIDADE DO PATRIMÔNIO (RP= LL:PL)

A rentabilidade de uma empresa é mensurada em função dos investimentos. Este índice mostra o retorno dos investimentos dos recursos próprios da empresa. Na Marisa, os retornos foram os seguintes:

Ano de 2008						
RP	=	LL	=	300.921,00	100	12,58
		PL		2.392.808,00		

Ano de 2007						
RP	=	LL	=	98.461,01	100	3,75
		PL		2.627.397,14		

Através dos demonstrativos analisados podemos considerar que houve um aumento considerável no índice de rentabilidade da empresa. No exercício de 2007 a rentabilidade do patrimônio era de 3,75%, e no Ano de 2008 foi de 12,58%, ou seja, houve um aumento considerável na taxa de retorno de investimentos da empresa. Esse crescimento de participação é explicado pelo esforço da empresa em aumentar a receita com serviços financeiros através do Cartão Marisa, antes pouco explorados, o que fez a empresa dispor de um maior capital de giro, fazendo aumentar seus investimentos, como com aberturas de novas filiais e conseqüentemente receber um maior retorno dos mesmos.

Rentabilidade das Vendas ou ML: Margem Líquida: LUCRO LÍQUIDO/VENDAS LÍQUIDAS

Este índice identifica a rentabilidade das vendas, ou seja, a eficiência global da empresa, ou seja, o retorno efetivo das vendas. Vejamos os cálculos:

Ano de 2008						
RV	=	LL	=	300.921,00	100	20,44
		VL		1.472.345,00		

Ano de 2007						
RV	=	LL	=	98.461,01	100	6,82
		VL		1.443.128,50		

Na empresa analisada, obtivemos índice de 6,82% em 2007 e 20,44% em 2008. Este aumento é influenciado pelo grande aumento das vendas e conseqüentemente da conta Lucro Líquido, aumento este devido à criação dos cartões Marisa, como explicado anteriormente.

MB: Margem Bruta: LUCRO BRUTO/VL

Este índice revela a eficiência da produção ou capacidade de absorver as despesas operacionais e a remuneração dos proprietários da empresa e denota o desempenho dos custos de produção. Vejamos os cálculos:

Ano de 2008						
MBV	=	LB	=	981.665,00	100	50,08
		VL		1.960.113,00		

Ano de 2007					
MBV	=	LB	=	864.700,80	100
		VL		1.953.842,29	

Na empresa analisada, obtivemos resultado de 44,26% em 2007 e 50,08% em 2008, o que mostra um aumento na capacidade da empresa de gerar lucros e cobrir suas despesas, com isso a empresa ainda diminui seus custos, como podemos observar na Demonstração do Resultado do Exercício, onde observamos a diminuição das despesas e custos de mercadorias e o aumento da receita líquida.

TERMÔMETRO DE INSOLVÊNCIA

É o cálculo para encontrar um número que determina a tendência de uma empresa falir ou não. Vejamos os cálculos:

Ano de 2008

$(X1+X2+X3)-(X4+X5)$	=	8,97
----------------------	---	------

Ano de 2007

$(X1+X2+X3)-(X4+X5)$	=	9,52
----------------------	---	------

Com base nos índices do termômetro de insolvência, observamos que a empresa no ano de 2007 obteve um resultado de 9,52 e no ano de 2008 foi de 8,97. Dessa forma, por mais que este índice tenha diminuído de um período para outro, a Marisa encontra-se numa situação boa, ou seja, **solvente**, com isso não há motivos para preocupação da empresa vir abrir falência.

INDICADORES DE OVERTRADING

Vejamos os cálculos:

Ano de 2008.

Ativo Permanente x 100	=	1.205.188,00	=	22,39463713
Ativo Total		5.381.592,00		

Ativo Circulante x 100	=	3.737.980,00	=	69,4586286
Ativo Total		5.381.592,00		

Ano de 2007.

Ativo Permanente x 100	=	1.368.180,24	=	20,78552377
Ativo Total		6.582.370,76		

Ativo Circulante x 100	=	4.802.161,76	=	72,95489624
Ativo Total		6.582.370,76		

Com base na análise dos indicadores de Overtrading, podemos verificar que a empresa nesse sentido esta em perfeito equilíbrio operacional, com base na análise vertical do balanço, observamos que seu Ativo Circulante é predominante sobre o Ativo Permanente, subgrupos do Ativo. O que é totalmente explicado devido a Marisa ser uma empresa comercial e possuir um elevado capital de giro, havendo assim uma maior rotatividade nos seus estoques, na conta clientes e investimentos, causando assim a empresa um equilíbrio financeiro.

Ano 2008

Lucro Líquido x 100	=	300.921,00	=	15,35222714
Vendas		1.960.113,00		

Ano 2007

Lucro Líquido x 100	=	98.461,01	=	5,204671574
Vendas		1.891.781,46		

Esta análise nos mostra a Margem de Lucro Líquido da empresa Marisa, observamos que no ano de 2007 foi de aproximadamente 5,20% e no exercício de 2008 obtivemos um percentual de 15,35%. Percebemos um aumento considerável neste índice e isso é considerado excelente para a empresa, pois é sinal que a mesma está tendo uma boa receptividade dos seus consumidores, tanto em relação a preços, quanto a atendimento, e é sinal também que os cartões de crédito Marisa foram bem aceitos por seus clientes, contribuindo dessa forma para o aumento do seu lucro líquido.

ESTUDO DO EBITDA

O EBITDA no Ano de 2008 foi de R\$ 383.001,00, e em 2007 foi de R\$ 121.033,32. Essa melhora é explicada pela performance do Cartão Marisa no período.

A empresa em 2008 obteve uma diferença de R\$ 261.967,68 positivos em relação ao exercício de 2007. Essa evolução é explicada pelo aumento da receita bruta e líquida da empresa, pelo acréscimo da participação das vendas com juros, fazendo aumentar seu lucro operacional, a Marisa também busca melhorar a inadimplência, e gerar receita com os produtos financeiros do Cartão e isso é o que a empresa vem buscando e obtendo progressos.

Com esse resultado positivo do EBITDA, a empresa financiou os investimentos em bens de capital (CAPEX), através de lojas novas, remodeladas, ampliadas, isso para adequá-las ao seu novo *layout* e também foram utilizados na reposição de ativos e melhora dos sistemas e equipamentos de tecnologia.

ASPECTOS POSITIVOS IDENTIFICADOS

Através desta análise financeira, podemos afirmar que a empresa **Marisa Lojas Varejistas Ltda**, encontra-se em total equilíbrio financeiro, como percebemos através do seu bom índice de solvência segundo o termômetro de solvência utilizado, seus índices

de endividamento mostram também que a empresa dispõe de capital próprio e podem honrar com suas dívidas, além do grande crescimento do lucro operacional da empresa que teve sua alavancagem com a criação dos cartões Marisa, ressaltando também que todos os índices analisados aumentaram consideravelmente.

ASPECTOS NEGATIVOS IDENTIFICADOS

Na empresa analisada, através dos índices de atividade e do seu prazo médio de recebimento, percebemos que esses resultados ainda não são satisfatórios, tanto para a Rotação de estoque que foram baixas nestes dois últimos exercícios, quanto para seus prazos médios de recebimento e pagamento, onde percebemos que o PMP é menor que o PMR, sendo que o inverso que seria ideal.

SUGESTÕES

Dada a análise feita nos exercícios de 2007 e 2008, a sugestão para a empresa Marisa neste momento, seria criar ações que aumentasse sua rotatividade de estoque, ou seja, quando este estiver ocioso criar promoções e liquidações relâmpagos, que possibilitasse novos recursos podendo a mesma dessa forma renovar seu estoque sem perdas. Além disso, em relação ao PMP, uma forma seria negociar melhores prazos junto a seus fornecedores ou até mesmo procurar novos que lhe possibilitassem melhores formas de pagamentos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

MOREIRA, Héber Lavor. Curso de Análise dos Demonstrativos Financeiros. Belém. WWW.peritocontador.com.br.

MOREIRA, Héber Lavor. EBITDA: Lucro Ajustado para Fins de Avaliação de Desempenho Operacional. Belém. WWW.peritocontador.com.br

MOREIRA, Héber Lavor. Um Estudo sobre o Desequilíbrio Econômico-Financeiro das Empresas. Belém. WWW.peritocontador.com.br