

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO (UFRJ)
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS (CCJE)
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS (FACC)
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

LUANDA FERNANDES DE ANDRADE

**ANÁLISE DO IMPACTO DA PANDEMIA DO COVID-19 NA
ESTRUTURA DE CUSTO DO SETOR VAREJISTA**

Rio de Janeiro

2021

Luanda Fernandes de Andrade

**ANÁLISE DO IMPACTO DA PANDEMIA DO COVID-19 NA
ESTRUTURA DE CUSTO DO SETOR VAREJISTA**

Rio de Janeiro

2021

LUANDA FERNANDES DE ANDRADE

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Departamento de Contabilidade da Faculdade de Administração e Ciências Contábeis da Universidade Federal do Rio de Janeiro como requisito para a obtenção do título de bacharel em Ciências Contábeis.

Orientador: Prof. Claudio Marcos Maciel da Silva

Rio de Janeiro

2021

CIP - Catalogação na Publicação

FA553a Fernandes de Andrade, Luanda
 Análise do impacto da pandemia da COVID-19 na
 estrutura de custo do setor varejista / Luanda
 Fernandes de Andrade. -- Rio de Janeiro, 2021.
 32 f.

 Orientador: Cláudio Marcos Maciel da Silva.
 Trabalho de conclusão de curso (graduação) -
 Universidade Federal do Rio de Janeiro, Faculdade
 de Administração e Ciências Contábeis, Bacharel em
 Ciências Contábeis, 2021.

 1. varejo. 2. estrutura de custos. 3. pandemia.
 4. covid-19. I. Maciel da Silva, Cláudio Marcos,
 orient. II. Título.

Dedico esta monografia aos meus pais, Ana Cristina e Marcos Luis.

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, Ana Cristina e Marcos Luis, que sempre me incentivaram e investiram tudo o que puderam na minha educação desde a educação infantil até hoje;

À minha esposa, Palloma, que me apoiou em todos os momentos difíceis da minha graduação;

Ao meu orientador, Cláudio Maciel, pela assistência durante o desenvolvimento do trabalho;

Aos meus sogros, Teresa e Paulo, pelo carinho;

À minha família

À UFRJ que foi fundamental para a minha formação profissional e pessoal.

“Liberdade é não ter medo”
(Nina Simone)

Resumo

No final de 2019 surgiu no mundo uma nova variante do Coronavírus, esta variante foi protagonista de uma pandemia que impactou significativamente a economia mundial. Devido a grande capacidade de transmissão do vírus, vários países decretaram que as pessoas deveriam ficar em confinamento em suas casas e sair apenas para serviços essenciais. Com isso, o varejo foi o setor que sofreu grande impacto. O objetivo desta pesquisa é analisar o impacto da pandemia na estrutura de custo do setor varejista, desta forma, foram selecionadas algumas empresas do setor, duas com foco no varejo presencial e outras duas no varejo online. Com isto, foram selecionados alguns indicadores de liquidez, rentabilidade e endividamento. Também foi analisada a Demonstração do Resultado do Exercício e a Demonstração de Fluxo de Caixa para realizar uma pesquisa documental, verificando o comportamento desses indicadores nos anos de 2018, 2019 e 2020. Os resultados encontrados foram que os indicadores liquidez apresentaram resultados imprecisos, já os de endividamento indicam que a pandemia provavelmente impactou negativamente nas dívidas das empresas. Os indicadores de rentabilidade sugerem que as empresas com foco nas vendas online tiveram impactos positivos, já as de foco presencial tiveram resultados negativos. A demonstração do resultado do exercício aponta resultados imprecisos no que diz respeito ao lucro das empresas, já a demonstração de fluxo de caixa indica que houve aumento de disponibilidade das empresas, entretanto também aponta que foi necessária a captação de recursos. Desta forma, é provável que a pandemia tenha impactado de forma negativa a estrutura de custos do setor.

Palavras-chave: varejo; estrutura de custos; pandemia; Covid-19.

ABSTRACT

At the end of 2019, a new variant of the Coronavirus emerged in the world, this variant was the protagonist of a pandemic that significantly impacted the world economy. Due to the great capacity of transmission of the virus, several countries decreed that people should stay in confinement in their homes and go out only for essential services. As a result, retail was the sector that suffered a big impact. The objective of this research is to analyze the impact of the pandemic on the cost structure of the retail sector. In this way, some companies in the sector were selected, two focused on face-to-face retail and another two on online retail. With this, some indicators of liquidity, profitability and indebtedness were selected. The Income Statement for the Year and the Cash Flow Statement were also analyzed to carry out a documentary research, verifying the behavior of these indicators in the years 2018, 2019 and 2020. The results found were that the liquidity indicators presented imprecise results, while the indebtedness indicated that the pandemic likely had a negative impact on companies' debts. Profitability indicators suggest that companies focused on online sales had positive impacts, while those focused on face-to-face sales had negative results. The income statement for the year shows imprecise results with regard to the companies' profit, while the cash flow statement indicates that there was an increase in companies' availability, however it also points out that it was necessary to raise funds. Thus, the pandemic is likely to have had a negative impact on the sector's cost structure.

Keywords: retail; cost structure; pandemic; Covid-19.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 REFERENCIAL TEÓRICO	14
2.1 SETOR DE VAREJO NO BRASIL	14
2.2 ESTRUTURA DE CUSTOS NO SETOR DE VAREJO	16
2.3 EFEITOS DA PANDEMIA NA ECONOMIA BRASILEIRA	18
3 METODOLOGIA	21
4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	24
4.1 INDICADORES DE LIQUIDEZ	24
4.2 INDICADORES DE ENDIVIDAMENTO	25
4.3 INDICADORES DE RENTABILIDADE	26
4.4 DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS	27
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	29
REFERÊNCIAS	30

1 INTRODUÇÃO

A história mundial é marcada por diversas crises econômicas. No final de 2019 a então nova variante do Coronavírus que surgiu na China, na cidade de Wuhan, foi chamada de COVID-19 pela Organização Mundial de Saúde, dando início a uma das maiores pandemias vividas, conforme o portal G1. Os principais sintomas se assemelham aos de um resfriado comum, mas em alguns casos pode evoluir para pneumonia, insuficiência renal, síndrome respiratória aguda grave (SRAG) e morte. Um vírus altamente transmissível pelo ar quando alguém infectado tosse, espirra ou fala, e sem um tratamento precoce. No começo da pandemia ainda não havia intervenção médica reconhecidamente eficaz para a cura dos infectados. Este vírus foi responsável pela morte de mais de 5,8 milhões de pessoas no mundo, desses 644 mil eram brasileiros, além dos casos em que os curados ficaram com sequelas leves ou graves, conseqüentemente o Coronavírus se tornou o protagonista de uma das maiores crises que já existiu no Brasil e no mundo.

No início de 2020, quando o vírus chegou ao Brasil, para conter a aceleração da transmissão, diversos governadores e prefeitos decidiram pelo fechamento temporário do comércio, com exceção dos serviços essenciais – como assistência à saúde; assistência social e atendimento à população em estado de vulnerabilidade; telecomunicações e internet; entre outros. Isso impactou alguns setores da economia, tendo em vista que o fechamento do comércio se estendeu por meses e, em alguns casos, até mais de um ano após o início da pandemia, alguns setores ainda não se recuperaram completamente.

Um dos segmentos que também foi afetado pela crise foi o varejo, conforme dados da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), o Brasil ficou com um saldo negativo entre aberturas e fechamentos de lojas de 75,2 mil em 2020. O país não havia passado por uma retração referente ao fechamento de estabelecimentos comerciais deste 2016.

Junto com a crise econômica veio o desemprego, conforme o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), de milhares de brasileiros que perderam seus empregos em 2020. Em vinte estados as taxas de desocupação bateram o recorde

dos últimos nove anos, se considerarmos a média no país, temos os maiores níveis de desemprego desde 2012:

Tabela 1 - Taxa de desocupação

Médias anuais (em %)									
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Brasil	7,4	7,1	6,8	8,5	11,5	12,7	12,3	11,9	13,5

Fonte: Adaptada de IBGE - PNAD Contínua

De acordo com Eliseu Martins (2010) a contabilidade de custos possui sobretudo duas funções de relevância: a de controle no fornecimento de dados para estabelecer alguns padrões, orçamentos e previsões no geral; a outra função é de auxílio no julgamento de decisões da empresa, ou seja, fornecendo informações relevantes no que tange às consequências de curto e longo prazo sobre medidas de retirada ou inclusão de produtos, controle de preços de venda, optar por comprar ou produzir.

O objetivo dessa pesquisa é analisar o desempenho do setor varejista durante o ano de 2020 e analisar o impacto da crise causada pelo Coronavírus na estrutura de custo das empresas, verificando os números dos anos anteriores à crise e durante o auge, quando o comércio não essencial das grandes cidades estava fechado.

Dessa forma também surge a seguinte questão a ser analisada: houve alteração na estrutura de custos do setor de varejo após pandemia?

Os objetivos específicos da pesquisa são:

- Analisar o setor varejista no Brasil;
- Discorrer sobre a estrutura de custos das empresas;
- Verificar qual foi o impacto da pandemia na estrutura de custos das empresas varejistas

A escolha do tema é justificada pela importância da análise de custos na criação de estratégias diversas para enfrentar uma crise econômica, assim como analisar a saúde financeira das empresas como um todo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 SETOR DE VAREJO NO BRASIL

A palavra varejo, de acordo com Levy e Weitz (2000), é advinda do francês *retailer*, que tem por definição partir um pedaço ou pequenas quantidades. Kotler define varejo como:

O varejo inclui todas as atividades relativas à venda de bens e serviços diretamente ao consumidor final, para uso pessoal e não comercial. Um varejista ou loja de varejo é qualquer empreendimento comercial cujo volume de vendas provenha principalmente do varejo. Qualquer organização que venda para consumidores finais – seja ela um fabricante, atacadista ou varejista – está envolvida em varejo. Não importa como os bens ou serviços são vendidos (pessoalmente, pelo correio, pelo telefone, por máquinas de venda automática ou pela internet) ou onde eles são vendidos (em uma loja, na rua ou na casa do consumidor) (KOTLER,2012, p. 482).

Enquanto que McCarthy (1966 apud JESUS, 2020) destaca que produtos industriais comercializados por atacadistas para pequenos comerciantes não se tratam de varejo, que este se define na venda de produtos para o consumo final. Conforme Parente (2014), o setor varejista é um dos mais relevantes para a economia brasileira, também é um dos setores que mais emprega pessoas no Brasil. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, em 2019 o setor empregou cerca de 7,5 milhões de pessoas.

De acordo com Sandhusen (2000 apud GOUVEIA et al., 2011), o varejista compra diversos produtos em variadas quantidades de fornecedores atacadistas, transporta, armazena, precifica e expõem tais produtos para o consumidor final. Além de promover a campanha de divulgação, o varejo vende através de condições favoráveis de horários e preços, e pode oferecer vendedores especializados e treinados ao cliente.

As funções do varejo, de acordo com Webster (1974 apud GOUVEIA et al., 2011), são: as vendas; compras; seleção buscando um nicho de mercado; financiamento com o intuito de adequação ao poder de compra do consumidor, oferecendo condições especiais de parcelamento, entre outros tipos de crédito; armazenagem; distribuição, com a intenção de organizar em quantidades desejadas

pelos clientes, mesmo que a compra seja realizada de fornecedores atacadistas; controle de qualidade; transporte ao consumidor; informações de marketing, com consultoria aos fabricantes, pesquisa de mercado expondo a predisposição aos costumes recentes; e assumir os riscos com a consequente preservação do estoque e arcar com perdas.

Existem três grandes categorias de classificação para o setor varejista nacional: o varejo de carros e combustíveis, o de bens de consumo e o de serviços. Entretanto, no Brasil o IBGE em suas pesquisas e análises utiliza duas classificações, o varejo restrito e o ampliado, conforme a Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC). O quadro 1 discorre sobre tais categorias:

Quadro 1 - Diferenciação detalhada entre os dois tipos de comércio

Varejo restrito
1 - Combustíveis e lubrificantes
2 - Hiper, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo
2.1 - Super e hipermercados
3 - Tecidos, vestuário e calçados
4 - Móveis e eletrodomésticos
4.1 - Móveis
5 - Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos e de perfumaria
6 - Livros, jornais, revistas e papelaria
7 - Equipamentos e material para escritório, informática e comunicação
8 - Outros artigos de uso pessoal e doméstico
Varejo ampliado
9 - Veículos e motos, partes e peças
10 - Material de construção

Fonte SBVC

Em 2019, conforme a SBVC, o varejo restrito teve cerca de 19,24% de impacto no Produto Interno Bruto (PIB), estendendo os números para o varejo ampliado o impacto foi de 26,20%. Já em 2020, o restrito teve um impacto de 23,6% no PIB, enquanto que o varejo ampliado impactou cerca de 27,6% no PIB.

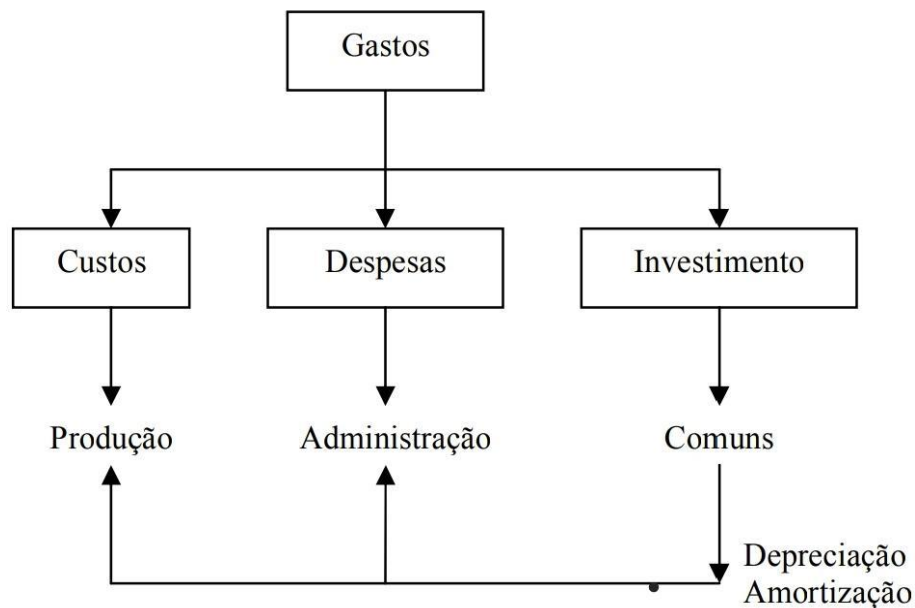
Existe também a classificação do varejo essencial, em que lojas comercializam produtos de uso essencial para a população em geral, como supermercados, farmácias e lojas de materiais de construção. Segundo a SBVC, esse setor representou cerca de 53% do varejo restrito, em 2020.

2.2 ESTRUTURA DE CUSTOS NO SETOR DE VAREJO

O setor varejista não é caracterizado pela transformação ou produção e, sim pela compra e venda de mercadorias. Entretanto, da mesma forma que outros segmentos é muito importante a realização de uma boa gestão de custos para facilitar com a definição de um preço de venda, analisando juntamente com a demanda e o ponto de equilíbrio do faturamento, de acordo com Braga Junior e Merlo (2007).

Para um melhor entendimento de uma gestão de custos, deve ser bem definida a diferença entre custos e despesas, que muitas vezes se confundem. De acordo com Martins (2010) o custo é o "gasto relativo a bem ou serviço utilizado na produção de outros bens e serviços", já o conceito de despesas Martins (2010) define como "um bem ou serviço consumidos direta ou indiretamente para obtenção de receitas". Além de custos e despesas também podemos definir investimentos, de acordo com Bernardi (2004) é classificado com investimento todos os gastos que tem como objetivo a geração de benefícios econômicos futuros, sendo que estes são caracterizados como ativo fixo e não circulantes, ou seja, de longo prazo, gerando depreciação ou amortização. Na figura 1 Bernardi (2004) demonstra a diferenciação entre os conceitos mencionados.

Figura 1 - Diferenciação entre os conceitos



Fonte: BERNARDI (2004)

O objetivo dos varejistas é que todos os gastos, custos, despesas e investimentos, sejam recuperados com o fluxo natural da operação da empresa. Dessa forma é necessário ter uma boa gestão de custos para formar o preço de venda de cada mercadoria.

Para a formação de um preço é necessário que alguns indicadores sejam conhecidos e analisados, como a margem bruta, que de acordo com Braga (2009, p. 178) é utilizada para medir o lucro das vendas após o custo de mercadorias vendidas. O ponto de equilíbrio, que segundo Martins (2010, p.186) ocorre quando as despesas e custos se igualam às receitas totais. Margem de contribuição, que "é a diferença entre o preço de venda e o Custo Variável de cada produto" de acordo com Martins (2010, p.128).

A partir da aplicação dos conceitos descritos acima, cada gestor pode extrair informações para a formação de preço de venda usando os conceitos e aplicando uma boa gestão de custos, dessa forma, estes conseguem passar os custos para o cliente.

2.3 EFEITOS DA PANDEMIA NA ECONOMIA BRASILEIRA

Para conter o avanço da COVID-19 diversas medidas foram instituídas pelo governo como o uso de máscaras de proteção individual, a quarentena, o isolamento, a determinação de categorias de profissionais essenciais ao controle de doenças e à manutenção da ordem pública, conforme a lei nº 13.979/2020. Assim foi divulgado que as pessoas deveriam ficar confinadas em casa e somente sair quando fosse inevitável, ou seja, para utilizar os serviços essenciais.

Uma inevitável crise econômica foi desencadeada após a aplicação de tais medidas preventivas, principalmente o isolamento social e o funcionamento apenas dos serviços essenciais em diversas regiões do Brasil, em níveis diferentes de flexibilidade e mantendo o cumprimento dos protocolos e orientações da Organização Mundial da Saúde (OMS).

De acordo com o estudo realizado pelo Ministério da Economia, os setores que mais foram afetados pela pandemia foram as atividades artísticas, serviços de transporte, serviços de alojamento, alimentação, fabricação de veículos, fabricação de calçados, comercialização de veículos e peças.

Se considerarmos os setores de serviços, indústria e comércio, a indústria em primeiro momento sofreu o maior impacto negativo, houve a paralisação na produção e em relação a procura também houve certa diminuição, de acordo com Alvarenga, Gerbelli e Martins (2020). Após a criação de alguns programas pelo Governo Federal, a indústria e o comércio conseguiram uma melhora significativa no desempenho, deixando o setor de serviços por último. Segundo o economista Juan Jensen, a previsão, em dezembro de 2020, mostrava que o setor de serviços retomaria seus números aos poucos depois da chegada da vacina, já que a população ficaria mais segura para frequentar bares, restaurantes e fazer viagens turísticas.

Figura 2 - Evolução da indústria, comércio e serviços em 2020**Evolução da indústria, comércio e serviços em 2020**

Base 100 = jan.2020

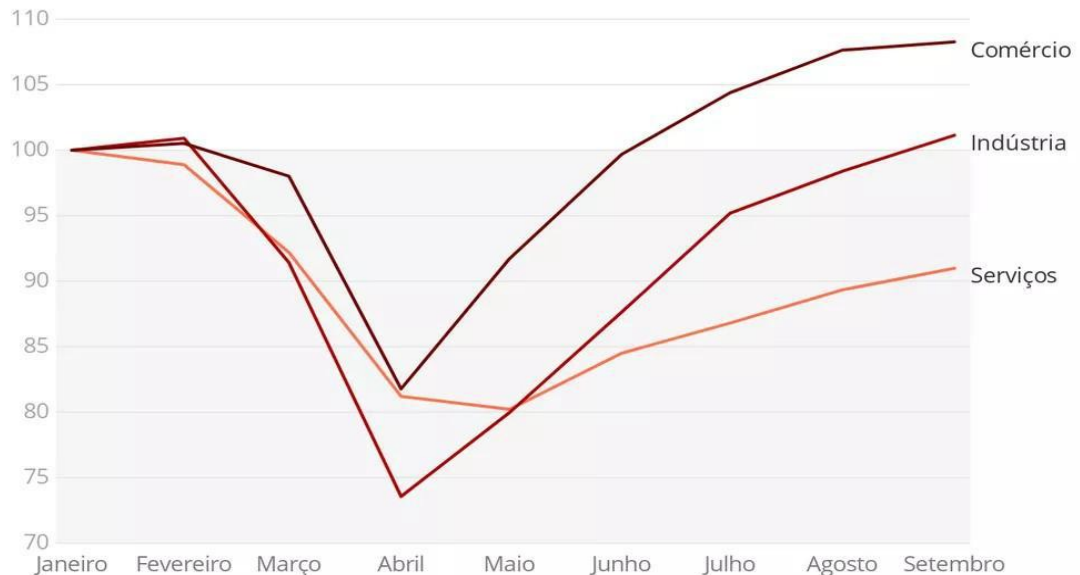


Gráfico: 4E Consultoria • Fonte: IBGE

Fonte: 4E Consultoria

Conforme Alvarenga, Gerbelli e Martins (2020) devido à crise o governo elaborou medidas durante a pandemia, algumas dessas medidas como a criação do auxílio emergencial e a liberação do saque do FGTS também de forma emergencial, objetivando incentivar o consumo ao manter a renda das famílias. O auxílio emergencial foi um política de renda para pessoas que tiveram suas fontes de renda familiar afetadas durante o período pandêmico, esse valor poderia chegar até três parcelas de R \$600,00, de acordo com Silva e Silva (2020).

Uma das principais consequências da crise econômica causada pela pandemia é a alta da inflação, de acordo com o IBGE, o índice IPCA, que mede a variação de preço dos produtos e serviços que a população consome, teve um aumento de 10,06%, muito acima da meta anual de inflação para o ano de 2021 que era de 3,75%. Desta forma, o poder de compra do brasileiro vem diminuindo muito, levando algumas pessoas mudarem seus hábitos.

Um das medidas utilizadas para combater a inflação foi o aumento da taxa básica de juros, a Sistema Especial de Liquidação de Custódia (SELIC), que de acordo com as informações extraídas do site de Banco Central do Brasil (BACEN), a

taxa saiu de 2% março de 2021 e foi subindo gradualmente até chegar em 6,25% em setembro de 2021. Desta forma, segundo Gerbelli (2021) a economia acaba perdendo um grande estímulo, tendo em vista que os juros em patamares mais baixos estimulam o crescimento das empresas, pois é mais barato tomar recursos para realizar investimentos.

Por isto, há um risco do Brasil entrar em um quadro de estagflação, de acordo com Nunes (2015) é a estagnação econômica, onde o país não tem crescimentos significativos, juntamente com a alta da inflação, causando um grande desequilíbrio macroeconômico.

3 METODOLOGIA

Este tópico tem como objetivo explicitar a metodologia utilizada. Para Lakatos e Marconi (2004) o método científico é um procedimento aplicado regularmente para obtenção de um resultado. Já para Cruz e Ribeiro (2004) é a implementação de passos de forma sistêmica para apurar dados e investigar a verdade, objetivando a obtenção do conhecimento.

Foi realizada uma pesquisa documental, ou seja, de acordo com Silva e Grigolo (2002 apud BEUREN et al, 2013, p. 89).

“A pesquisa documental vale-se de materiais que ainda não receberam nenhuma análise aprofundada. Esse tipo de pesquisa visa, assim, selecionar, tratar e interpretar a informação bruta, buscando extrair dela algum sentido e introduzir-lhe algum valor, podendo, desse modo, contribuir com a comunidade científica a fim de que outros possam voltar a desempenhar futuramente o mesmo papel.”

Desta forma, os dados coletados e analisados já eram de conhecimento público pois foram publicados pelas empresas, entretanto ainda não foram muito explorados pela comunidade científica. Foram selecionadas quatro empresas varejistas para análise de suas demonstrações financeiras e seus indicadores de custos e rentabilidade. O objetivo da análise é verificar o impacto da pandemia causada pelo coronavírus na estrutura de custo das empresas.

Com isto foram selecionadas duas empresas que se destacam na venda de produtos online e outras duas empresas que são mais fortes na venda presencial. Assim podemos analisar se esse fator também pode ter influenciado no desempenho da companhia.

A empresa Magazine Luiza foi selecionada para o estudo devido ao fato de se destacar de forma expressiva no comércio digital, se trata de uma sociedade anônima de capital aberto com as ações negociadas na bolsa de valores brasileira (B3). Também foi selecionada a empresa Americanas S.A, também conhecida como B2W, a empresa começou com a fusão de duas outras grandes varejistas, a Americanas.com e a Submarino, sendo que atualmente, além das já mencionadas o grupo é responsável pelas marcas Sou Barato, Shoptime entre outras.

A empresa C&A Modas S.A. foi selecionada por se tratar de uma companhia de varejo que possui muitas lojas físicas, além das lojas online. Comercializa roupas para adultos e crianças, masculinas e femininas, além de celulares, bijuterias e relógios. Outra empresa que foi escolhida para analisarmos no que diz respeito ao varejo físico é a Lojas Renner S.A. a companhia atua no comércio varejista de artigos de vestuário e esportes, calçados, acessórios e perfumaria, entre outros.

Nas demonstrações financeiras, é importante analisarmos os resultados das empresas, assim conseguimos verificar se o negócio é lucrativo. Dessa forma, foram realizadas as comparações entre as Demonstrações do Resultado do Exercícios (DRE). Também foi analisada a Demonstração do fluxo de caixa (DFC), com esta conseguimos analisar as mudanças nas disponibilidades das empresas com os fluxos de pagamentos e recebimentos, de acordo com Marion (2012).

No que diz respeito aos indicadores financeiros, de acordo com Marion, estes estão divididos em três categorias: rentabilidade, liquidez e endividamento. Para analisarmos o resultado da empresa precisamos verificar os indicadores de rentabilidade, os indicadores de liquidez examinam a situação financeira da empresa, e também há indicadores de endividamentos, dessa forma é analisado o nível de endividamento.

De acordo com Marion (2012), os principais indicadores de liquidez utilizados são:

Quadro 2 - Liquidez

Indicadores	Fórmula	Descrição
Liquidez corrente	$\text{Ativo Circulante} / \text{Passivo Circulante}$	Utilizado para verificar se a empresa tem capacidade de quitar suas dívidas no curto prazo.
Liquidez Seca	$(\text{Ativo Circulante} - \text{Estoque}) / \text{Passivo Circulante}$	Utilizado para verificar se a empresa tem capacidade de quitar suas dívidas no curto prazo, desprezando o estoque.

Liquidez Geral	$(\text{Ativo circulante} + \text{Realizável a Longo Prazo}) / (\text{Passivo Circulante} + \text{Exigível a Longo Prazo})$	Um indicador de longo prazo, analisa se a empresa tem capacidade de quitar todas as dívidas caso converta todo o ativo em dinheiro.
Liquidez Imediata	$\text{Disponibilidades} / \text{Passivo Circulante}$	Verifica a capacidade de quitar as dívidas de curto prazo de forma imediata.

Fonte: Adaptado de José Carlos Marion (2012)

Quadro 3 - Endividamento

Indicadores	Fórmula	Descrição
Endividamento Geral	$\text{Capital de Terceiros} / (\text{Capital de Terceiros} + \text{Capital Próprio})$	Verifica a quantidade de capitais de terceiros nos recursos totais
Garantia do Capital Próprio	$\text{Capital Próprio} / \text{Capital de Terceiros}$	Utilizado para verificar a Garantia do Capital Próprio sobre o de terceiros.
Composição do Endividamento	$\text{Passivo Circulante} / \text{Capital de Terceiros}$	Verifica a qualidade do endividamento, ou seja, quanto ao prazo de pagamento das dívidas.

Fonte: Adaptado de José Carlos Marion (2012)

Quadro 4 - Rentabilidade e retorno do investimento

Indicadores	Fórmula	Descrição
Giro de Ativo	$\text{Vendas Líquidas} / \text{Ativo Total}$	Verifica o valor de venda por cada unidade monetária investida.
Margem de Lucro	$(\text{Lucro Líquido} / \text{Venda Líquida}) \times 100$	Verifica o lucro por cada unidade monetária vendida.
Taxa de Retorno Sobre o Ativo Total	$(\text{Lucro Líquido} / \text{Ativo Total}) \times 100$	Mede a capacidade de geração de lucro dos ativos totais das empresas.
Taxa de Retorno Sobre o Patrimônio Líquido	$(\text{Lucro Líquido} / \text{Patrimônio Líquido}) \times 100$	Mede a capacidade de geração de lucro dos recursos aplicados.

Fonte: Adaptado de José Carlos Marion (2012)

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISES DE RESULTADOS

A partir dos dados que são disponibilizados na B3, a bolsa de valores do brasileira, foram calculados os indicadores, citados mais acima, para as empresas selecionadas e verificados os valores das demonstrações financeiras.

4.1 INDICADORES DE LIQUIDEZ

Tabela 2 - Indicadores de liquidez

Empresa	Liquidez Imediata			Liquidez Corrente			Liquidez Seca			Liquidez Geral		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Magazine Luiza	0,10	0,03	0,11	1,18	1,69	1,29	0,66	1,20	0,81	1,09	1,24	1,09
Americanas	1,07	0,75	1,27	2,31	1,93	2,95	2,02	1,74	2,64	1,01	1,19	1,43
C&A Modas	0,25	0,25	0,67	1,25	1,71	1,56	0,97	1,40	1,28	1,12	1,10	1,04
Renner	0,33	0,27	0,49	1,42	1,33	1,61	1,06	1,03	1,29	1,29	0,93	1,02

Fonte: elaboração própria (2021)

Analisando o indicador liquidez imediata para todas as empresas verificadas, houve um aumento da liquidez no ano em que a pandemia começou, indicando que o setor como um todo aumentou sua capacidade de liquidação das dívidas de curto, quando é considerado apenas o grupo de disponibilidades para efetuar o pagamento. Isto aponta a possibilidade de um aumento de caixa ou retração das dívidas no período pandêmico.

Já a liquidez corrente, que considera todo o ativo circulante para quitar as dívidas de curto prazo, em metade das empresas houve aumento e na outra metade houve retração, dessa forma não é possível afirmar que esse indicador foi afetado pela pandemia de alguma forma.

Na liquidez seca, que considera o ativo circulante menos o estoque para quitar as dívidas de curto prazo das empresas, ocorreu o mesmo movimento da liquidez corrente, ou seja, não é possível afirmar que a pandemia impactou a liquidez seca no setor.

A liquidez geral, que considera todo o ativo circulante e o ativo realizável a longo prazo para quitar as dívidas tanto de curto quanto de longo prazo, também

apresentou retração em duas das empresas analisadas e aumento nas outras duas. Desta forma, também não foi possível analisar se a pandemia impactou significativamente o indicador no setor.

4.2 INDICADORES DE ENDIVIDAMENTO

Tabela 3 - Indicadores de endividamento

Empresa	Endividamento geral			Garantia Cap. Próprio			Composição Endividamento		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Magazine Luiza	0,74	0,59	0,67	0,36	0,68	0,49	0,83	0,65	0,77
Americanas	0,72	0,64	0,57	0,38	0,57	0,74	0,31	0,47	0,41
C&A Modas	0,68	0,55	0,64	0,47	0,83	0,57	0,74	0,53	0,48
Renner	0,43	0,49	0,54	1,31	1,02	0,85	0,87	0,67	0,56

Fonte: elaboração própria (2021)

Para o endividamento geral, indicador que verifica a quantidade de capitais de terceiros nos recursos totais, para a três das quatro empresas analisadas o nível de endividamento aumentou no período pandêmico. Dessa forma, é provável que o nível de endividamento do setor no geral tenha um impacto negativo.

No indicador garantia de capital próprio, que verifica a garantia do capital próprio sobre os recursos de terceiros, três das duas empresas analisadas tiveram retração do indicador no período pandêmico. Dessa forma, é provável que o indicador tenha sofrido um impacto nas empresas do setor.

Já a composição do endividamento, que mede a qualidade do endividamento da empresa, para três das quatro empresas analisadas houve retração do indicador. Desta forma, houve melhora na qualidade das dívidas ou um aumento das obrigações de longo prazo, tendo em vista que o endividamento do setor no geral aumentou.

4.3 INDICADORES DE RENTABILIDADE

Tabela 4 - Indicadores de rentabilidade

Empresa	Taxa Retorno s/ Ativo			Taxa Retorno s/ PL		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Magazine Luiza	6,84%	4,95%	1,76%	25,94%	12,19%	5,35%
Americanas	-3,12%	-2,01%	-0,95%	-11,24%	-5,55%	-2,22%
C&A Modas	4,99%	16,10%	-2,28%	15,57%	35,48%	-6,27%
Renner	14,61%	11,71%	9,18%	25,80%	23,15%	19,93%

Fonte: elaboração própria (2021)

Tabela 5 - Indicadores de rentabilidade

Empresa	Giro do Ativo			Margem de Lucro		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Magazine Luiza	1,76	0,99	1,17	3,88%	4,99%	1,50%
Americanas	0,49	0,41	0,44	-6,38%	-4,88%	-2,15%
C&A Modas	1,48	0,88	0,56	3,38%	18,40%	-4,07%
Renner	1,02	0,85	0,49	14,34%	13,76%	18,73%

Fonte: elaboração própria (2021)

Em relação ao indicador giro do ativo, que verifica o valor de venda para cada unidade monetária investida, as empresas que possuem foco nas vendas online tiveram aumento do índice no período pandêmico. Já as empresas que possuem foco na venda presencial, o indicador teve retração do período citado. Indicando que as empresas com foco nas vendas online conseguiram otimizar a utilização dos seus ativos para geração de receitas, já as empresas com foco na venda presencial não tiveram o mesmo desempenho.

A margem de lucro é o indicador que verifica o lucro para cada unidade monetária investida, em duas das quatro empresas analisadas o indicador teve resultados positivos e nas outras empresas o resultado foi negativo, ou seja, não há dados consistentes suficientes para analisar se esse indicador foi afetado pela pandemia.

Em relação à taxa de retorno sobre o ativo, indicador que mede a capacidade de geração de lucro dos ativos totais das empresas, três entre as quatro empresas analisadas tiveram retração nos valores, indicando que é possível que a pandemia tenha impactado negativamente no indicador analisado.

A taxa de retorno sobre o patrimônio líquido, que verifica a capacidade de geração lucro dos recursos aplicados, houve o mesmo movimento da taxa de retorno do ativo. Ou seja, três das quatro empresas analisadas tiveram resultados negativos, indicando que a pandemia impactou de forma negativa.

4.4 DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

Tabela 6 - Demonstrações financeiras

Empresa	Demonstração do resultado			Demonstração do fluxo de caixa		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Magazine Luiza	597.429	921.828	391.709	186.380	-293.341	1.375.630
Americanas	-397.914	-318.238	-210.758	1.650.448	415.859	3.098.480
C&A Modas	173.634	971.993	-166.332	14.247	1.103	1.062.050
Renner	1.020.136	1.086.201	1.096.269	-115.202	195.824	1.085.827

Fonte: elaboração própria (2021)

Analisando o resultado da demonstração do resultado do exercício duas das quatro empresas tiveram resultados positivos em relação ao período anterior ao pandêmico e as outras duas o resultado foi negativo, desta forma não é possível afirmar que a pandemia afetou o lucro do setor.

Já sobre a demonstração de fluxo de caixa, é possível observar que todas as empresas possuem mais disponibilidades no período pandêmico do que no ano anterior, entretanto analisando apenas o resultado da demonstração não é possível saber qual é a origem desse caixa. Podendo ser da atividade operacional de compra e venda de mercadorias, de financiamento como a captação de empréstimo ou aporte de capital social, ou de investimento podendo ser aquisições ou vendas de imóveis ou intangíveis.

Tabela 7 - Demonstração do fluxo de caixa

Empresa	Operacional			Investimento		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Magazine Luiza	1.236.164	-3.329.555	2.603.882	-394.112	-928.586	-651.445
Americanas	402.999	157.938	-61.768	699.321	-1.723.688	-1.988.551
C&A Modas	358.536	851.888	604.648	-246.408	-321.306	-259.999
Renner	811.379	1.581.687	608.379	-609.814	-750.273	-543.829

Fonte: elaboração própria (2021)

Tabela 8 - Demonstração do fluxo de caixa

Empresa	Financiamento			Variação cambial		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Magazine Luiza	-655.672	3.964.800	-576.807	-	-	-
Americanas	548.128	1.981.609	5.148.799	-	-	-
C&A Modas	-97.881	-529.479	717.401	-	-	-
Renner	-317.514	-647.713	1.013.300	747	12.123	7.977

Fonte: elaboração própria (2021)

Para as atividades operacionais, de forma geral, o setor de varejo pode ter sofrido um impacto positivo no período, pois apenas uma das três empresas analisadas obteve resultados negativos, e as demais empresas tiveram resultados expressivamente positivos.

Nas atividades de investimento ocorreram resultados negativos, porém nos anos anteriores os resultados também foram negativos, desta forma é provável que a pandemia não tenha impactado este grupo do setor.

Para as atividades de financiamento, três das quatro empresas obtiveram resultados positivos, desta forma, é provável que a pandemia tenha impactado este grupo da DFC. Dessa forma, é possível concluir que as empresas tiveram necessidades de captação de capital para a continuidade das atividades operacionais.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desta forma, o setor apresentou dados imprecisos para analisar se a pandemia afetou diretamente a liquidez das empresas, apenas a liquidez imediata apresentou resultados claros e positivos.

Já os indicadores que analisam as dívidas das empresas, é possível observar que o nível de endividamento tenha piorado, apenas o indicador que mede a qualidade do endividamento apresentou melhora. Entretanto, essa melhora pode ser devido a capital de recursos exigíveis a longo prazo.

Os indicadores de rentabilidade também apresentaram piora de forma geral, entretanto é possível observar que o ativo de giro das empresas que possuem foco nas vendas presenciais não obtiveram o mesmo resultado das empresas que possuem vendas onlines fortes. As companhias de vendas online conseguiram resultados positivos, enquanto as outras os resultados foram negativos.

Nas demonstrações financeiras, a demonstração do resultado do exercício apresentou resultados imprecisos, desta forma não foi possível saber se a pandemia afetou diretamente o lucro das empresas. Já a DFC indicou que o setor apresentou um resultado positivo de entrada de caixa, porém também foi necessária a captação de recursos para a atividade operacional.

Analisando todos os dados é provável que a pandemia tenha impactado negativamente a estrutura de custos do setor de modo geral, pois a maioria das empresas analisadas apresentaram resultados negativos.

REFERÊNCIAS

ALVARENGA, Darlan; GERBELLI, Luiz Guilherme; MARTINS, Raphael. **Com pandemia, 20 estados têm taxa média de desemprego recorde em 2020**. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2020/12/12/como-a-pandemia-baguncou-a-economia-brasileira-em-2020.ghtml>. Acesso em: 20 out. 2021.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Taxas de juros básicas**: histórico. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/controleinflacao/historicotaxasjuros>. Acesso em: 20 out. 2021.

BERNARDI, Luiz Antônio. **Política e formação de preços**: uma abordagem competitiva sistemática e integrada. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

BEUREN, Ilse Maria *et al.* **Como elaborar trabalhos monográficos em Contabilidade**. São Paulo: Atlas, 2013.

BRAGA, Hugo Rocha. **Demonstrações contábeis**: estrutura, análise e interpretação. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

BRAGA JUNIOR, Sergio Silva; MERLO, Edgard Monforte. Análise da gestão de custos na formação de preço no varejo: um estudo em um supermercado de médio porte. **Revista de Administração da Unimep**, São Paulo, v. 5, n. 3, p. 19-34, 01 set. 2007. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/2737/273720505004.pdf>. Acesso em: 20 set. 2021.

BRASIL. Ministério da Economia. **Ministério da Economia divulga lista dos setores mais afetados pela pandemia da Covid-19 no Brasil**. Disponível em: <https://www.gov.br/economia/pt-br/assuntos/noticias/2020/setembro/ministerio-da-economia-divulga-lista-dos-setores-mais-afetados-pela-pandemia-da-covid-19-no-brasil>. Acesso em: 20 out. 2021.

BRASIL. **Lei nº 13.979, de 06 de fevereiro de 2020**. Brasília, Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/lei-n-13.979-de-6-de-fevereiro-de-2020-242078735>. Acesso em: 20 out. 2021.

BRASIL. **Decreto nº 10.282, de 20 de março de 2020**. Brasília, Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/decreto/D10282.htm. Acesso em: 19 fev. 2022.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO DE BENS SERVIÇOS E TURISMO. **Varejo perdeu 75 mil estabelecimentos em 2020**. 2021. Disponível em: https://static.poder360.com.br/2021/03/http___www.cnc_.org_.br_sites_default_files

_2021-03_Analise20Balanço20de20Lojas20-2020_0.pdf. Acesso em: 14 ago. 2021.

CRUZ, Carla; RIBEIRO, Uirá. **Metodologia científica: teoria e prática**. 2. ed. Rio de Janeiro: Axcel Books, 2004.

G1. **Coronavírus: o que se sabe sobre o novo vírus que surgiu na China**. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/02/27/o-que-se-sabe-e-o-que-ainda-e-duvida-sobre-o-coronavirus.ghtml>. Acesso em: 14 ago. 2021.

GERBELLI, Luiz Guilherme. **SELIC em alta: para onde vai a taxa de juros e qual o impacto na economia?** Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2021/06/26/selic-em-alta-para-onde-vai-a-taxa-de-juros-e-qual-o-impacto-na-economia.ghtml>. Acesso em: 21 out. 2021.

GOOGLE ESTATÍSTICAS. **Coronavírus (COVID-19)**. Disponível em: https://www.google.com/search?q=estatística+covid&rlz=1C1GCEA_enBR848BR848&oq=estatística&aqs=chrome.3.69i57j0i13l9.6190j0j9&sourceid=chrome&ie=UTF-8. Acesso em: 20 fev. 2022.

GOUVEIA, Fágner Sousa *et al.* O marketing e sua importância para o varejo. **Revista Científica do Itpac**, Araguaína, v. 4, n. 1, p. 28-39, jan. 2011. Disponível em: <https://assets.unitpac.com.br/arquivos/Revista/41/4.pdf>. Acesso em: 20 set. 2021.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Com pandemia, 20 estados têm taxa média de desemprego recorde em 2020**. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/30235-com-pandemia-20-estados-tem-taxa-media-de-desemprego-recorde-em-2020>. Acesso em: 14 ago. 2021.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **PAC - Pesquisa Anual de Comércio**. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/comercio/9075-pesquisa-anual-de-comercio.html?=&t=destaques>. Acesso em: 20 set. 2021.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **IPCA - Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo**. 2021. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/precos-e-custos/9256-indice-nacional-de-precos-ao-consumidor-amplo.html?=&t=series-historicas>. Acesso em: 19 fev. 2022.

JESUS, Fernanda Mascarenhas de. **Estratégia de marketing de varejo: uma revisão sistemática de literatura**. 2020. 35 f. Monografia (Especialização) - Curso de Administração, Faculdade Maria Milza Bacharelado em Administração, Governador Mangabeira, 2020. Disponível em: <http://131.0.244.66:8082/jspui/bitstream/123456789/1806/1/Administração%20a7%20c>

3%a3o%20-%20FERNANDA%20MASCARENHAS%20DE%20JESUS.pdf. Acesso em: 20 set. 2021.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**: a edição do novo milênio. 14. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2012.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia Científica**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2004.

LEVY, Michael; WEITZ, Barton A. **Administração de varejo**. São Paulo: Atlas, 2000.

TUON, Ligia. **Brasil caminha para cenário de estagflação, alertam economistas**; entenda. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/business/brasil-caminha-para-cenario-de-estagflacao-alertam-economistas-entenda/>. Acesso em: 20 out. 2021.

MARION, José Carlos. **Análise das demonstrações contábeis**: contabilidade empresarial. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de Custos**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

NUNES, Sérgio José Zeri. **A economia da estagflação e a ordem econômica constitucional**. 2015. 149 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Direito Político e Econômico, Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2015. Disponível em: <http://tede.mackenzie.br/jspui/bitstream/tede/1167/1/Sergio%20Jose%20Zeri%20Nunes.pdf>. Acesso em: 21 out. 2021.

PARENTE, Juracy; BARKI, Edgard. **Varejo no Brasil**: gestão e estratégia. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2014

SILVA, Mygre Lopes da; SILVA, Rodrigo Abbade da. **Economia brasileira pré, durante e pós-pandemia do covid-19**: impactos e reflexões. Disponível em: <https://www.ufsm.br/app/uploads/sites/820/2020/06/Textos-para-Discuss%C3%A3o-07-Economia-Brasileira-Pr%C3%A9-Durante-e-P%C3%B3s-Pandemia.pdf>. Acesso em: 20 out. 2021.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE VAREJO E CONSUMO. **O papel do varejo na economia brasileira**. Disponível em: http://sbvc.com.br/wp-content/uploads/2021/04/O-Papel-do-Varejo-na-Economia-Brasileira_2021-SBVC-4.pdf. Acesso em: 20 set. 2021.