

(X) Graduação () Pós-Graduação

**IMPACTO DA PANDEMIA DA COVID-19 NAS EMPRESAS DO SETOR VAREJISTA
BRASILEIRO LISTADAS NA B3**

Maria Eduarda Martins Medeiros
Universidade Federal do Mato Grosso do Sul
martinsmedeirosmariaeduarda@gmail.com

José Aparecido Moura Aranha
Universidade Federal do Mato Grosso do Sul
jaranha@terra.com.br; jose.moura@ufms.br

RESUMO

O setor varejista brasileiro enfrentou diferentes crises, contudo a pandemia de Covid-19 envolveu complexidades por conta de suas condições agravantes na economia brasileira e internacional. O presente estudo de caso embasou-se em uma pesquisa de cunho descritivo, identificando na práxis os fatores contribuintes para o atual cenário do varejo nacional com base em artigos e documentos científicos. A coleta dos índices foi realizada através do banco de dados Economática[®], enquanto os cálculos da análise de variância de fator duplo com repetição e estatística descritiva foram feitos por meio da ferramenta de análise de dados do software Excel[®]. Objetivou-se efetuar uma análise econômico-financeira do impacto da crise causada pela pandemia da COVID-19 nas empresas do setor varejista brasileiro listadas na B3, por meio dos indicadores econômico-financeiros do período de 2018 a 2021 utilizando a análise de variância (ANOVA) como ferramenta. Através dos resultados práticos, foi possível concluir que as empresas não apresentaram índices impactados pela pandemia da Covid-19, visto que apenas o índice de grau de endividamento apresentou diferenças estatisticamente relevantes na comparação do período pré-pandemia e durante a pandemia, enquanto os demais aceitaram H_0 por não apresentarem o mesmo resultado

Palavras-chave: Análise da variância; COVID 19; Estatística Descritiva; Índices econômico-financeiros; Pandemia.

1 INTRODUÇÃO

A pandemia de Covid-19 trouxe consigo fortes impactos em empresas do setor varejista brasileiro, sobretudo por condicionar o acesso basilar dos consumidores às compras de modo convencional, ao passo que cada organização demandou por realizar medidas ágeis firmadas em inovação, sobretudo tecnológica, para manterem-se dentro de um mercado limitado e antagônico.

O planejamento estratégico, portanto, fez-se parte importante para que o isolamento social não fosse um enorme agravante do mercado em questão, enquanto medidas governamentais tornaram-se necessárias, desde o isolamento social até a flexibilização organizacional do trabalho.

No que concerne as ações contábeis, visualiza-se que tal segmentação é essencial para que as organizações possam tomar novas medidas estratégicas e econômicas para os anos que sucedem a pandemia de Covid-19. O isolamento social foi um intensificador de mudanças ágeis nas preferências de compra dos brasileiros enquanto coube ao setor varejista compreender tais alterações que sucedem ao período pós pandemia.

A ênfase primordial se dá pelo seguinte problema: **Em quais aspectos a pandemia da Covid-19 impactou o desempenho econômico-financeiro das empresas do setor varejista brasileiro listadas na Bolsa, Brasil, Balcão - B3?** A justificativa central, por sua vez, remete ao processo de retomada da atividade tradicional e quais as oportunidades derivadas das mudanças tecnológicas e a tomada de decisões assertivas quanto ao *E-Commerce*.

O objetivo geral é efetuar uma análise econômico-financeira do impacto da crise causada pela pandemia da COVID-19 nas empresas do setor varejista brasileiro listadas na B3, por meio dos indicadores econômico-financeiros no período de 2018 a 2021.

Quanto aos objetivos específicos, intencionou-se: caracterizar o setor varejista brasileiro em frente das inconsistências mercadológicas recentes, demonstrar os impactos da Covid-19 no mercado atual e demonstrar numericamente as atuações práticas apresentadas pelas empresas listadas na B3.

Essa definição abrange, em tese, a profundidade temática e a necessidade de compreender os anos precedentes à etapa pandêmica até o seu período final, compreendendo então o período de 2018 a 2021.

O presente artigo consiste em um estudo de caso embasado em uma pesquisa de cunho descritivo, identificando na práxis os fatores contribuintes para o atual cenário do varejo nacional. Adiciona-se, ainda, a abordagem quantitativa para o exame estatístico de dados,

textos e artigos científicos de autorias como: Banhara (2021), Carvalho *et al.* (2021), Demetrio *et al.* (2020), Gil (2008), Largura (2022), Machado (2020), Portella *et al.* (2021), Silva *et al.* (2020), Souza (2021), Vieira e Borel (2021) e Yin (2001).

Tal abrangência é definida pela contemplação adicional via método comparativo, enquanto Gil (2008), indica que a mensuração de uma “entidade sempre é feita por comparação. Medir algo consiste em verificar quantas vezes uma unidade de medida cabe no objeto a medir. Quando se deseja, por exemplo, medir a extensão de um objeto, coloca-se uma fita métrica sobre o mesmo e observa-se quantos centímetros ou metros abarca o objeto em questão” (Gil, 2008, p. 81).

Utilizar-se de dissemelhantes fontes de evidência são adequadas para englobar a temática de modo abrangente e fidedigno do que é exposto através das reais circunstâncias dos fatos contábeis. Um dos principais pontos positivos desta escolha se dá por conta da significância das linhas de investigação, ou seja, é um processo de “triangulação mencionado inúmeras vezes na seção anterior deste capítulo. Assim, qualquer descoberta ou conclusão em um estudo de caso provavelmente será muito mais convincente e acurada se se basear em várias fontes distintas de informação, obedecendo a um estilo corroborativo de pesquisa” (Yin, 2001, p. 121).

Assim, espera-se do mesmo modo, colaborar ativamente para com as áreas das Ciências Contábeis na contemporaneidade em harmonia com uma fundamentação abrangente de dados teóricos para que eles possam servir como embasamento para pesquisas futuras que tornem a correlacionar a temática e o período aqui dispostos.

2 REVISÃO DA LITERATURA

Este estudo de caso é apresentado a partir de três frentes teóricas abordadas nesta etapa de fundamentação, bem como: “Setor Varejista Brasileiro: Caracterização”, “Empresas do Setor Varejista Brasileiro Listadas e o Impacto da Covid-19” e por fim “Análise dos Indicadores Financeiros”.

No subtítulo 2.1 são denotados os principais fatores indicativos quanto aos conceitos das Ciências Contábeis em harmonia com a caracterização do setor varejista brasileiro através de um ponto de vista histórico.

Em seguida, o subtítulo 2.2 abrange a contemporaneidade do setor varejista brasileiro e os impactos sofridos pela pandemia de Covid-19, especificamente no período entre 2020 e 2021, correlacionando dados desde 2018 para uma abordagem precedente e, ainda,

controvérsias durante a fase pós-pandêmica pelas necessidades de intervenções diretas.

Por fim, o subtítulo 2.3, discorre do papel da contabilidade em fornecer informações úteis para a tomada de decisões das partes interessadas, bem como os índices são ferramentas eficientes por proporcionarem exames da situação econômico-financeira, com vista à avaliação da sua capacidade e qualidade em termos de liquidez, endividamento, lucratividade e rentabilidade, possibilitando que o analista extraia tendências e compare com os índices preestabelecidos ou dos concorrentes/ramo de atividade.

2.1 Setor Varejista Brasileiro e a Contabilidade: Caracterização

As informações contábeis são de grande valia para as empresas do nicho varejista na atualidade, do mesmo modo que foram imprescindíveis para este segmento em etapas anteriores do histórico nacional (Silva et al., 2020).

O setor varejista no Brasil, por sua vez, conta com características específicas acerca de suas normas regulamentadoras e, do mesmo modo, pelo que é definido tanto pelo Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC) quanto pelas Normas Internacionais da Contabilidade (IFRS). Ademais, as preocupações contábeis estendem-se a toda a amplitude de cada organização envolvida, como também de forma internacional onde todo o eixo varejista influi sobre o Produto Interno Bruto (PIB) (Machado, 2020).

Para Machado (2020), a contabilidade “sempre foi um fator importante para tomada de decisão e determinante para o sucesso gerencial, mas a partir da grande evolução das tecnologias da comunicação e informação, a sua relevância vem tendo um papel decisivo para a sobrevivência e desenvolvimento das organizações” (Machado, 2020, p. 3).

No que concerne a representatividade da contabilidade é importante ressaltar que está revestida de características obrigatoriamente presentes nas demonstrações e relatórios contábeis e, que são mandatárias e reputadas como úteis e fundamentais para quem se utiliza da contabilidade. A relevância e a representação fidedigna o que significa que a informação deverá ser completa, neutra e livre de erros, enquanto a relevância está relacionada como a informação influência na decisão dos usuários. As características qualitativas de melhoria são a comparabilidade, verificabilidade, tempestividade e compreensibilidade, para Machado, 2020 a entidade é responsável pela evidenciação em conformidade com essas características, pois, qualquer ato contrário agirá fora dos padrões e normas estabelecidas, perdendo credibilidade no mercado no qual está inserida.

Na linha do tempo, o comércio brasileiro apresentou um enorme desenvolvimento,

sendo moldado com o passar das décadas (Silva *et al.*, 2020). Historicamente, é preciso voltar-se para um enfoque próximo do que é vivenciado atualmente, para assim compreender os impactos da pandemia e o norteamento das mudanças averiguadas na prática, portanto, de 1900 a 1930, grandes avanços levaram ao início do que seria o varejo atualmente, como exemplo pode-se mencionar que foi em 1908 que houve a inauguração da primeira magazine brasileira, que seria as Lojas Pernambucanas, posteriormente, alguns anos depois, mais precisamente em São Paulo, as feiras livres começaram a ganhar espaço para comercialização de produtos. Mas somente em 1922 que a primeira loja virtual foi apresentada a sociedade, e era lançada oficialmente pela Magazine Luiza. Os avanços continuaram cada vez mais promissores. São Paulo já tinha as feiras livres em seu catálogo de vendas, mas agora a ideia era as famosas lojas de departamento, foi em 1940 que os clientes começaram a ter acesso ao modelo de autosserviço, no qual o próprio cliente escolhia sua mercadoria, se tornando a pioneira no país. (Silva *et al.*, 2020).

Na práxis, torna-se importante a adequação quanto a teoria dos stakeholders, uma vez que esse conceito fez com diferentes indivíduos passassem a ser relevados ao invés de apenas os acionistas, proprietários e societários presentes no comércio nacional (Souza *et al.*, 2021).

A adequação vigorada pela análise econômica, financeira e patrimonial é de grande valia para traçar um balanço via demonstrações contábeis em diferentes períodos, inclusive posteriormente e durante a pandemia de Covid-19, além do pós-período pandêmico (Silva *et al.*, 2020).

Contudo, é necessário compreender as variações acerca das diferentes modalidades e estratégias modernas quanto aos balanços desta natureza, principalmente no que diz respeito às demonstrações contábeis introdutórias, intermediárias e avançadas (Souza *et al.*, 2021).

Por conseguinte, a análise econômico-financeira deve decorrer de uma ampla averiguação via processo contábil, que reverbera para uma compreensão ampla da realidade econômico-financeira à medida que também norteia o futuro do nicho, neste caso especificamente ao setor varejista brasileiro (Vieira; Borel, 2021).

Em harmonia com a visão de Vieira e Borel (2021), é verossímil citar a seguinte constante: “quanto maior o índice de liquidez, melhor a situação da organização, significa que ela apresenta capacidade de honrar com suas obrigações com terceiros. No entanto, do ponto de vista da rentabilidade da organização, essa interpretação pode não ser verdadeira, dado que, excesso de recursos no ativo circulante pode indicar má gestão dos ativos” (Vieira e Borel, 2021, p. 6 a 7).

Sendo assim, o varejo online passou a ser um eixo muito buscado por tais empresas na contemporaneidade, onde as perspectivas apontam para uma crescente ainda mais robusta para os próximos anos, em grande parte pelas mudanças ocasionadas quanto ao estilo de compra majoritário dos brasileiros, sobretudo após 2020. O grande desafio das novas organizações e das empresas de reconhecimento longínquo em solo nacional e manterem-se competitivas também na modalidade do *E-Commerce* (Banhara, 2021).

Carvalho *et al.* (2021) define o *E-commerce* como a “abreviação de comércio eletrônico que, em significado sucinto, diz respeito a compra e venda de produtos e mercadorias, entre produtor e consumidor, através de meios digitais, como a internet” (Carvalho *et al.*, 2021, p. 154).

De acordo com dados levantados por Banhara (2021), o comércio virtual brasileiro tem crescido via “altas taxas nos últimos 10 anos, fechando 2020 com 41% de crescimento e já representando 7% do total do Varejo Restrito” (Banhara, 2021, p. 18).

Acerca do varejo online brasileiro, torna-se verossímil citar que:

[...] não existe mais o mesmo perfil de consumidor que existia há 5, 10, 15 anos atrás. Antes não existiam tantas informações e dados sobre uma empresa abertamente como se tem acesso hoje, alguns pontos como sustentabilidade, logística reversa, marketplace, e-commerce e marketing moderno não eram abordados com tanta frequência ou levados com tanto rigor. Com o acesso às informações sobre a empresa, sobre os colaboradores, notícias sobre escândalos ambientais e até mesmo lavagem de dinheiro, fizeram com que o consumidor optasse por outras empresas que seguem no mesmo segmento varejista, do que permanecer utilizando os produtos ou serviços de uma determinada instituição, que por sua vez não estão atentas à boa visibilidade da marca (Banhara, 2021, p. 18).

Não obstante, a classificação quando aos quocientes de endividamento faz-se notável para que tanto a participação de capitais de terceiros quanto o nível de endividamento proporcional a esse período possa ser considerado analiticamente. O grau de endividamento é calculado pela divisão do capital de terceiros pelo ativo total vezes 100, revelando basicamente o quanto o ativo total é financiado por recursos de terceiros, bem como a parcela do ativo que é financiada pelos recursos próprios. Já a participação de capitais de terceiros é calculada através da divisão do passivo exigível pelo patrimônio líquido vezes 100, elucidando a percentualidade existente entre recursos próprios e recursos provenientes de terceiros (Aranha, 2015).

Ainda nesta conjuntura é de suma importância avaliar as atividades englobadas pelo varejo nacional através das duas classes primárias, que são varejo ampliado e varejo restrito, que na opinião de Portella *et al.*, 2021, tem as seguintes características: o varejo restrito composto por

hipermercados, supermercados, vendas de produtos alimentícios, bebidas e fumo, tecidos, vestuário, calçados, móveis, eletrodomésticos, artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, perfumaria, livros, jornais, revistas, papelaria, equipamentos e material para escritório, itens de informática e outros artigos de uso pessoal e doméstico. Enquanto que o ampliado compreende além do varejo restrito, veículos, motos, partes e peças, material de construção e combustíveis e lubrificantes.

2.2 Empresas do Setor Varejista Brasileiro Listadas na B3 e o Impacto da Covid-19

A pandemia de Covid-19 impactou diretamente em diferentes escalas quanto as empresas do setor do varejo no Brasil, em especial aquelas que não conseguiram direcionar seu alcance para o eixo das vendas online (Portella *et al.*, 2021).

Para tanto, as diferenciações quanto aos padrões dos consumidores após essa etapa é o que direciona a complexidade econômico-financeira presente na atual conjuntura, sobretudo após o período pandêmico onde visualiza-se uma tentativa de retomada econômica (Machado, 2020).

Contudo, em um levantamento feito por Portella *et al.* (2021), averiguou-se que parte majoritária dos brasileiros já realizaram, ao menos uma vez, compras online durante o período de distanciamento social. Essa modalidade vem registrando um constante crescimento por conta das preferências dos brasileiros e por ser, ainda, um processo comumente registrado em outros países (Portella *et al.*, 2021).

Os impactos da pandemia no varejo brasileiro, portanto, conglopera-se aos indicativos na mudança dos hábitos dos consumidores em um curto período, exigindo adequações ágeis por parte deste segmento que já possui uma representativa em larga escala (Souza *et al.*, 2021). Assim, após as primeiras indicações de que as paralizações decorrentes da pandemia do coronavírus seriam fundamentais, o mercado varejista do Brasil já começou a sentir os primeiros impactos, do mesmo modo que o cenário internacional obteve um direcionamento similar (Carvalho *et al.*, 2021).

Analogamente, as altas em diferentes setores seguiram-se como um sentido lógico após as condições irregulares em diferentes setores do comércio varejista, seja pela impossibilidade de retorno para as atividades convencionais ou ainda por conta das alterações quanto aos hábitos dos brasileiros no período de retomada econômica, bem como no nicho de papelaria, jornais, escritórios, comunicação e, sobretudo nos meios correlatos às tecnologias (Largura, 2022).

2.3 Análise dos Indicadores Financeiros

A contabilidade se atenta a desenvolver e aplicar modelos que capturem a realidade econômica contida nas entidades a fim de fornecer informações para a tomada de decisões (Salotti, 2019).

Iudícibus (2017) afirma que a técnica realizada através de quocientes é um dos mais importantes desenvolvimentos da Contabilidade, visto que comparar os elementos é muito mais indicado do que mesmo analisar simplesmente cada um individualmente, além de permitir a derivação de tendências e a comparação com quocientes já estabelecidos como padrões. O autor reforça ainda que, essas informações fornecem bases para induzir o que poderá acontecer no futuro, bem como identificar tendências que contribuem para tomadas de decisões com antecedência.

A finalidade precípua da análise das demonstrações financeiras/contábeis é transformar os dados extraídos em informações úteis para a tomada de decisões por parte das pessoas interessadas.

O uso dos índices proporciona exame da situação econômico-financeira de uma empresa, com vista à avaliação da sua capacidade e qualidade em termos de liquidez, endividamento, lucratividade e rentabilidade, permitindo ao analista extrair tendências e comparar com os índices preestabelecidos ou dos concorrentes/ramo de atividade. Ou seja, além de permitir verificar o que ocorreu no passado, os índices fornecem informações sobre o que poderá ocorrer no futuro e assim identificar tendências que podem contribuir para as tomadas de decisões dos gestores.

A liquidez de um bem, diz respeito à facilidade de sua conversão em dinheiro, ou seja, o quão rápido se consegue extinguir um bem transformando-o em dinheiro. Iudícibus (2017), discorre sobre os principais quocientes de liquidez, sendo eles quociente de liquidez imediata, quociente de liquidez corrente, quociente de liquidez seco e quociente de liquidez geral. “A interpretação dos índices de liquidez é importante quando geralmente se considera o QUANTO MAIOR, MELHOR” (Aranha, 2015, p. 104). Os índices de liquidez foram considerados para a pesquisa pelo objetivo de elucidar se a falta de clientes em contato presencial com as empresas do setor impactaram na capacidade de liquidez das companhias do varejo.

Existem também os quocientes de endividamento, que serão aqui tratados, sendo eles, entre outros, o grau de endividamento e a participação de capitais de terceiros. O grau de endividamento é calculado pela divisão do capital de terceiros pelo ativo total vezes 100, revelando basicamente o quanto o ativo total é financiado por recursos de terceiros, bem como

a parcela do ativo que é financiada pelos recursos próprios (Aranha, 2015). Enquanto a participação de capitais de terceiros é calculada através da divisão do passivo exigível pelo patrimônio líquido vezes 100, elucidando a percentualidade existente entre recursos próprios e recursos provenientes de terceiros. Ambos, quanto maiores, piores (Aranha, 2015). Esse grupo foi selecionado para a pesquisa a fim de analisar se a Covid-19 influenciou na estrutura de capital da empresa, por elas contraírem mais dívidas durante o período por exemplo.

Também foram utilizados índices de rentabilidade na análise, sendo considerado relevante o estudo da eficiência e desempenho econômico das empresas, configurando em tais quocientes. Ademais, os indicadores de rentabilidade têm o objetivo de mostrar como a utilização de recursos pela empresa repercutiu, incluindo a influência de fatores externos (Rezende et al., 2013), no caso a pandemia. Na tabela 1 é apresentado os tópicos e principais autores da revisão bibliográfica.

Tabela 1 - Revisão Bibliográfica

Tópicos	Autores principais
Setor varejista brasileiro e a contabilidade: caracterização	Aranha (2015) Banhara (2021) Carvalho et al. (2021) Machado (2020) Silva et al. (2020) Souza et al. (2021) Vieira; Borel (2021)
Empresas do setor varejista brasileiro listadas na B3 e o impacto da Covid-19	Carvalho et al. (2021) Machado (2020) Largura (2022) Portella et al. (2021) Souza et al. (2021)
Análise dos indicadores financeiros	Aranha (2015) Iudícibus (2017) Salotti (2019) Stewart (2005)

Fonte: Autoria própria, 2022

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Buscando alcançar o objetivo desta pesquisa, de demonstrar e analisar os impactos causados pela pandemia da Covid-19 nas empresas do setor varejista brasileiros listadas na B3,

baseando-se em indicadores econômico-financeiros entre o período de 2018 a 2021, foi realizada uma pesquisa de caráter descritiva. A pesquisa descritiva, segundo Gil (2008), se caracteriza por focar em identificar os fatores que determinam e/ou contribuem para a ocorrência de fatos.

Quanto à natureza dos dados, a pesquisa teve abordagem quantitativa. As pesquisas quantitativas, se caracterizam por utilizar tanto números quanto medidas estatísticas, a fim de possibilitar a dissertação sobre populações e ou fenômenos, bem como verificar a correlação entre as variáveis, afirma Gil (2008).

Os índices econômico-financeiros utilizados na pesquisa foram coletados no banco de dados Economática[®]. Foram coletados os índices pertencentes às companhias listadas na B3 no setor de consumo cíclico. O subsetor utilizado foi o de comércio, que é composto por três segmentos, sendo eles eletrodomésticos, produtos diversos e tecidos, vestuários e calçados. São listadas 19 empresas nessas condições, entretanto 6 foram excluídas da amostra, por não conterem todos os índices econômico-financeiros do período analisado conforme tabela 2..

Tabela 2 – Empresas do setor varejista brasileiro listadas na B3

Código	Empresas/Companhias	Segmento
1	Allied Tecnologia S.A.	Eletrodomésticos
2	Americanas S.A.	Produtos diversos
3	Arezzo Indústria e Comércio S.A.	Tecidos, vestuário e calçados
4	CEA Modas S.A.	Tecidos, vestuário e calçados
5	Grazziotin S.A.	Tecidos, vestuário e calçados
6	Guararapes Confecções S.A.	Tecidos, vestuário e calçados
7	Lojas Le Biscuit S.A.	Produtos diversos
8	Lojas Quero-Quero S.A.	Produtos diversos
9	Magazine Luiza S.A.	Eletrodomésticos
10	Lojas Renner S.A.	Tecidos, vestuário e calçados
11	Marisa Lojas S.A.	Tecidos, vestuário e calçados
12	Via S.A.	Eletrodomésticos
13	Whirlpool S.A.	Eletrodomésticos

Fonte: Bolsa, Brasil, Balcão (B3)

Quantos aos indicadores, foram coletados na Economática[®] os índices de liquidez geral, corrente e seca, rentabilidade com a margem líquida, margem EBITDA, rentabilidade do ativo e rentabilidade do investimento e estrutura de capital com participação de capital de terceiros, grau de endividamento e imobilizado de capital próprio, conforme demonstrado nas tabelas 2,

3 e 4, contidos no apêndice A deste artigo.

Todos os dados foram processados em planilha Excel[®] através da ferramenta de análise de dados do software, obtendo-se a análise da variância (ANOVA) de fator duplo com repetição utilizando nível de significância de 5%. A ANOVA aponta se há diferenças estatisticamente significantes entre as médias de um grupo ao compará-las. A *estatística F* é o resultado do cálculo, que aponta a diferença entre a variância dentro do grupo e entre os grupos.

A análise da variância possui a hipótese nula, H_0 e hipótese alternativa H_1 . Enquanto a primeira representa que não há diferenças estatisticamente significantes entre as médias dos grupos, a segunda indica que há diferenças entre as médias dos grupos. A hipótese nula é rejeitada quando o *valor-P* se apresentar menor que 0,05, bem como o *F-crítico* possuir valor menor que a *estatística F*.

4 DISCUSSÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Os dados da amostra, inicialmente, foram submetidos à análise de estatística descritiva com a finalidade de se estabelecer os seus valores médios, mínimos, máximos, bem como variâncias e desvios-padrão, cujos resultados estão demonstrados na tabela 3:

Tabela 3 – Estatística descritiva dos Índices de Liquidez

Índices	Anos	Média	Mediana	Mínimo	Máximo	Variância	Desvio-Padrão
Liquidez Geral	2018	1,22	1,10	0,90	2,40	0,17	0,41
	2019	1,12	1,10	0,70	2,00	0,12	0,34
	2020	1,05	1,00	0,70	1,70	0,06	0,25
	2021	0,98	0,90	0,70	1,50	0,05	0,23
Liquidez Corrente	2018	1,62	1,40	0,90	3,30	0,52	0,72
	2019	1,70	1,50	0,80	3,80	0,56	0,75
	2020	1,78	1,40	0,90	4,90	1,21	1,10
	2021	1,37	1,40	0,70	2,30	0,24	0,49
Liquidez Seca	2018	1,27	1,00	0,50	3,10	0,55	0,74
	2019	1,36	1,20	0,50	3,40	0,57	0,75
	2020	1,45	1,10	0,70	4,50	1,12	1,06
	2021	0,99	1,00	0,50	1,70	0,20	0,44

Fonte: Dados da pesquisa, 2022

As médias obtidas não apresentam grandes discrepâncias em seus valores, já que os

resultados variam entre 0,98 e 1,78. Através de análise do desvio-padrão, conforme tabela 4, é possível perceber que os períodos analisados não apresentam resultados com diferenças significativas.

Tabela 4 – ANOVA para Índices de Liquidez

Índices	F	Valor-P	F-crítico
Liquidez Geral	3,105791	0,084381	4,042652
Liquidez Corrente	0,147704	0,702437	4,042652
Liquidez Seca	0,120192	0,6589	4,042652

Fonte: Dados da pesquisa, 2022

Com os resultados da análise de variância para os índices de liquidez, é possível visualizar que não são apontadas diferenças estatisticamente relevantes para esse grupo de índices, visto que nas três análises o *valor-P* foi maior que 0,05, assim como o *F* foi menor que o *F-crítico* portanto, a hipótese nula H_0 deve ser aceita.

Os resultados da estatística descritiva para o grupo de índices de rentabilidade são apresentados na tabela 5.

Tabela 5 – Estatística descritivas dos Índices de Rentabilidade

Índices	Anos	Média	Mediana	Mínimo	Máximo	Variância	Desvio-Padrão
Margem Líquida	2018	12,68	3,40	- 6,40	115,90	993,66	31,52
	2019	11,39	5,00	- 5,90	49,70	267,59	16,36
	2020	1,52	3,50	- 25,50	18,70	126,53	11,25
	2021	8,08	5,10	- 14,80	35,00	183,54	13,55
Margem EBITDA	2018	18,28	10,90	2,10	115,60	886,76	29,78
	2019	16,84	15,00	- 1,00	49,70	176,56	13,29
	2020	9,99	7,60	- 0,20	25,70	60,26	7,76
	2021	14,39	11,30	2,20	41,00	154,91	12,45
ROA	2018	5,72	2,60	- 3,10	19,90	46,77	6,84
	2019	6,91	5,00	-5,90	23,10	76,51	8,75
	2020	1,50	2,10	- 15,20	10,00	44,06	6,64
	2021	4,22	3,50	-8,70	16,30	44,63	6,68
ROE	2018	10,65	10,80	- 11,20	25,90	153,05	12,37
	2019	- 3,15	12,20	- 247,90	58,80	5.706,09	75,54
	2020	3,77	5,30	- 43,60	37,00	403,74	20,09
	2021	6,07	8,60	- 66,60	46,50	668,06	25,85

Fonte: Dados da pesquisa, 2022

Os resultados da estatística descritiva para os índices de rentabilidade também não apresentam diferenças significativas. A conclusão dá se através de análise dos valores média e mediana, conforme demonstrado na tabela acima. Apenas a variância no ano de 2019 do ROE apresenta um valor mais elevado comparado aos demais.

Tabela 6 – ANOVA para Índices de Rentabilidade

Índice	F	Valor-P	F-crítico
Margem Líquida %	1,732085	0,194396	4,042652
Margem EBITDA %	1,172545	0,284289	4,042652
ROA %	2,932942	0,093243	4,042652
ROE %	0,010257	0,919753	4,042652

Fonte: Dados da pesquisa, 2022

Na tabela 6, analisando os dados obtidos da análise de variância dos índices de rentabilidade é possível visualizar que os resultados para esse grupo também não apresentaram diferenças estatisticamente relevantes, pois comparando o F com o F-crítico, o primeiro apresenta menor valor, bem como o valor-P foi maior que 0,05.

Tabela 7 – Estatística descritiva dos Índices de Estrutura de Capital

Índices	Anos	Média	Mediana	Mínimo	Máximo	Variância	Desvio- Padrão
Participação de Terceiros	2018	215,42	207,20	25,90	644,20	32.124,37	179,23
	2019	483,69	146,60	36,60	4.093,40	1.205.921,54	1.098,14
	2020	198,90	185,90	39,40	446,20	15.607,13	124,93
	2021	226,00	188,50	43,10	667,50	34.316,54	185,25
Grau de Endividamento	2018	69,95	67,00	22,30	147,90	1.189,62	34,49
	2019	86,77	77,80	27,00	160,20	1.563,22	39,54
	2020	108,08	104,30	54,30	251,50	2.820,90	53,11
	2021	96,20	94,50	49,80	180,20	1.359,82	36,88
Imobilização do Capital Próprio	2018	31,08	29,10	1,50	71,30	447,44	21,15
	2019	116,58	38,10	7,70	845,80	51.567,23	227,08
	2020	50,56	41,00	3,60	187,90	2.532,37	50,32
	2021	63,34	44,20	4,40	293,10	5.805,51	76,19

Fonte: Dados da pesquisa, 2022

Na tabela 7 são apresentados os resultados da estatística descritiva para os índices de

estrutura de capital. O índice de participação de terceiros apresentou um valor muito discrepante dos demais referente à variância e desvio-padrão. Algumas médias e medianas também apresentam valores muito diferentes entre si, assim como os valores máximos.

Tabela 8 – ANOVA para Índices de Estrutura de Capital

Índices	F	Valor-P	F-crítico
Participação de Terceiros	0,758964	0,387989	4,042652
Grau de Endividamento	4,242673	0,044865	4,042652
Imobilizado de Capital Próprio	0,245523	0,622506	4,042652

Fonte: Dados da pesquisa, 2022

Os resultados obtidos da análise de variância do grupo de índices da estrutura de capital, conforme tabela 8, apontaram que apenas o índice de grau de endividamento apresentou diferenças estatisticamente relevantes, através dos valores obtidos de F igual a 4,242673, F -crítico 4,042652 e $valor-P$ 0,044865. Os demais índices, assim como os anteriores, não apresentaram os resultados apontando diferenças relevantes. Concluindo, os índices analisados não foram impactos pela pandemia da Covid-19, exceto grau de endividamento, portanto a hipótese nula H_0 deve ser aceita, ou seja, não há diferenças significativas entre as médias dos grupos.

5 CONCLUSÕES

O objetivo principal da pesquisa foi analisar se houve impacto econômico-financeiro da pandemia da COVID-19 nas empresas do setor varejista brasileiro listadas na B3, através da análise da variância entre dois grupos de índices. Um contendo os dados das empresas referentes aos anos de 2018 e 2019, antes da pandemia, e 2020 e 2021, durante seu acontecimento.

Para tanto foram utilizados índices de liquidez geral, corrente e seca, margem líquida, margem EBITDA, rentabilidade do ativo, rentabilidade do investimento, participação de capital de terceiros, grau de endividamento e imobilizado de capital próprio.

Foi utilizada uma amostra de 13 empresas, pois das 19 listadas na B3 no setor de consumo cíclico e subsetor comércio, 6 não apresentaram todos os dados necessários para análise no de período selecionado. A principal contribuição teórica do artigo refere-se à ampliação do conhecimento referente ao setor varejista brasileiro, suas características e comportamentos, um setor importante para o Brasil, entretanto pouco estudado e tratado em

artigos e livros pela academia.

Os resultados obtidos através da análise de variância de fator duplo com repetição expressam que apenas um índice apresentou diferenças significativas na amostra e período analisados. Os índices liquidez e rentabilidade não sofreram diferenças estatisticamente relevantes, assim como os índices de participação de terceiros e imobilizado de capital próprio. Entretanto o índice de grau de endividamento apresentou resultados contrários, com F maior que o F -crítico e $valor-P$ menor que 0,05, portanto rejeitando o H_0 .

O presente estudo é importante para que gestores compreendam como o setor se comportou durante a crise causada pela pandemia, auxiliando na preparação de planos estratégicos para o enfrentamento de futuras crises semelhantes. É importante também para o conhecimento das demais partes interessadas nessas empresas, por se tratar de um setor extremamente importante para o crescimento e desenvolvimento da economia do país.

Para trabalhos futuros, sugere-se uma análise do período pós-pandemia, comparando os resultados com os obtidos na presente pesquisa. Por fim, sugere-se também a mesma análise para os outros setores que sejam importantes para a economia brasileira, ampliando assim a contribuição para com gestores de diferentes setores.

REFERÊNCIAS

ARANHA, José Aparecido Moura.; DIAS, Alexandre Menezes. **Construção e aplicação de índices-padrão**. In Seminário Internacional de Integração e Desenvolvimento Regional, I. Ponta Porã, MS, 2 a 4 de setembro de 2015.

BOLSA, BRASIL, BALCÃO - B3. **Empresas listadas**. Disponível em: https://www.b3.com.br/pt_br/produtos-e-servicos/negociacao/renda-variavel/empresas-listadas.htm. Acesso em: 15 de novembro de 2022.

BANHARA, R. F. **Impacto e mudanças do varejo brasileiro com a COVID- 19: a transformação do e-commerce**. 2021. 43 f. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/>. Acesso em: 31 de agosto de 2022.

CARVALHO, F. W. S. *et al.* **O E-Commerce e o Impacto Econômico Positivo em Empresas do Comércio Varejista Durante o Período Pandêmico**. 2021.

DEMETRIO, A. *et al.* **Covid-19: Impactos Econômicos no Setor Varejista de Materiais de Construção na Cidade de Guarapuava/PR**. 2020. VIII Simpósio de Engenharia de Produção.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. - São Paulo: Atlas, 2008.

IUDÍCIBUS, Sergio de. **Análise de balanços**. 11. São Paulo: Atlas, 2017.

LARGURA, T. S. **Análise do Impacto da Pandemia de Covid-19 no Setor de Comércio em Santa Catarina**. Florianópolis/SC, 2022.

MACHADO, N. F. **Impactos da Covid-19 Evidenciados nas Demonstrações Financeiras das Maiores Companhias Varejistas Brasileiras**. 2020.

PORTELLA, N. V. *et al.* **Desafios do Setor Varejista Durante a Pandemia da Covid-19: Um Estudo de Caso em São João Del- Rei/MG**. 2021. Universidade Federal de São João del Rei – UFSJ.

REZENDE, Isabelle Carlos Campos, et al. **Medição de desempenho baseada na combinação de lucratividade e produtividade à luz do Método Du Pont em empresas do setor de Construção Civil da Bm&Fbovespa**. 10º Congresso Iniciação Científica em Contabilidade: Desafios e tendências da normatização contábil, 2013.

SALOTTI, Bruno Meirelles et al. **Contabilidade financeira**. São Paulo Atlas: 1, 2019.

SILVA, A. de L. *et al.* **Análise do Comportamento dos Consumidores no Setor Varejista a Partir dos Novos Hábitos Digitais Durante a Pandemia do Covid-19**. São Bernardo do Campo/SP, 2020.

SILVA, José Pereira da. **Análise financeira das empresas**. 13. São Paulo: Cengage Learning, 2018.

SOUZA, A. T. B. de *et al.* **Impacto da Covid 19 na Geração e Distribuição da Riqueza das Empresas do Setor Varejista Listadas na B3**. 2021 – FEA/USP - São Paulo/SP.

STEWART, G. Bennett. **Em busca do valor**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

VIEIRA, C.; BOREL, J. P. **O Impacto Econômico-Financeiro da Pandemia do Covid-19 na Rede Varejista Magazine Luiza S.A**. 2021.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2.ed. -Porto Alegre: Bookman, 2001.