

Impactos da Covid-19 sobre os indicadores econômicos e financeiros das empresas de consumo cíclico listadas na B3

Impacts of Covid-19 on the economic and financial indicators of cyclical consumer companies listed on B3

Recebido: 06/01/2023 - Aprovado: 29/06/2023 - Publicado:
01/07/2023 Processo de Avaliação: Double Blind Review

Karolain Massoquetto¹
Lorrain Paganini de Souza²
Bruno Eduardo Slongo Garcia³
Débora Cristine dos Santos⁴

RESUMO

Este estudo tem como objetivo analisar o impacto (ou não) da pandemia da covid-19 nos indicadores financeiros das empresas de consumo cíclico listados na Bolsa Balcão Brasil (B3). Para atingir o objetivo proposto foi realizada uma pesquisa quantitativa com dados disponibilizados por empresas de serviços cíclicos na (B3). A amostra foi composta por 29 companhias e os indicadores econômicos financeiros trimestrais de liquidez seca, imediata e corrente, receita bruta e endividamento, já os indicadores anuais foram lucratividade e rentabilidade sobre o ativo (ROA). Os dados foram analisados por meio do teste de hipóteses não paramétrico de Wilcoxon. Os achados demonstram que os indicadores econômicos financeiros de liquidez seca, corrente e imediata, lucratividade e ROA não apresentaram oscilações significativas, uma possível explicação esta nas adaptações realizadas nas estratégias de comercialização e consumo, bem como na flexibilização de empréstimos e financiamentos realizadas por meio do poder público. Em contraponto, outros indicadores como receita bruta e endividamento apresentaram oscilações em um trimestre, respectivamente, segundo e quarto. É possível explicar a diferença na média da receita bruta no segundo trimestre em virtude do fechamento dos negócios e restrição as atividades de comercialização. Já o endividamento que apresentou diferença nas médias no quarto trimestre pode ser explicado pela necessidade de continuidade das atividades, uma vez, que os negócios estavam limitados pelas restrições da pandemia. Com isso as empresas realizaram empréstimos e financiamentos para manter suas atividades.

Palavras chave: Indicadores econômicos financeiros, Consumo cíclico, covid-19.

ABSTRACT

This study aims to analyze the impact (or not) of the covid-19 pandemic on the financial indicators of cyclical consumer companies listed on Bolsa Balcão Brasil (B3). To achieve the proposed objective, a quantitative survey was carried out with data provided by cyclical service companies in (B3). The sample consisted of 29 companies and the quarterly psychological indicators of dry, immediate and current liquidity, gross revenue and debt, while the periodic indicators were profitability and return on assets (ROA). The public data were analyzed using Wilcoxon's non-parametric hypothesis test. The findings showed that

¹ Bacharel em Ciências Contábeis. Centro Universitário Campos de Andrade – Uniandrade. Brasil. Email: kmassoquetto@gmail.com

² Bacharel em Ciências Contábeis. Centro Universitário Campos de Andrade – Uniandrade. Brasil. Email: lorranpaganini@gmail.com

³ Doutor em Administração pela Universidade Federal do Paraná - UFPR. Docente no Centro Universitário Campos de Andrade – Uniandrade. Brasil. Email: professorslongogarcia@gmail.com

⁴ Mestre em Contabilidade e Finanças pela Universidade Federal do Paraná – UFPR. Docente no Centro Universitário Campos de Andrade – Uniandrade. Brasil. Email: debora.santos@uniandrade.edu.br

the financial indicators of dry, current and immediate currency, profitability and ROA did not show demonstrated oscillations, an explanation for this inheritance in transmission and consumption strategies, as well as in the flexibility of loans and financing possible through public authorities. In contrast, other indicators such as gross revenue and debt showed fluctuations in one quarter, respectively, second and fourth. It is possible to explain the difference in the average of the gross income in the second quarter due to the closing of the businesses and restriction as diet activities. The indebtedness that showed the difference in the averages in the fourth quarter can be explained by the need to continue activities, since business was limited by the restrictions of the pandemic. As a result, companies received loans and financing to maintain their activities.

Keywords: *Psychological indicators, Cyclical consumption, covid-19.*

1. INTRODUÇÃO

A partir do momento em que foi confirmada a doença Covid-19 no país, viu-se um rápido alastramento do contágio, criando um alerta para o mundo na área da saúde, econômica e social, com fechamento dos comércios e atividades paralisadas por meio das medidas restritivas (Souza, 2021).

Devido aos cenários econômicos, muitas empresas tinham prospecções ambiciosas para o ano de 2020, por meio de alavancagem financeira, abertura de novas filiais/franquias e expansão das atividades. Entretanto, com a pandemia, isso foi adiado, e até cancelado por parte das entidades de diversos segmentos que mudaram sua forma de trabalhar e produzir frente as restrições impostas pela pandemia (Dantas, 2020).

Além dos cortes no que tange aos investimentos e interrupção dos projetos para evolução das companhias, muitas tiveram que recorrer as estratégias que visam redução de gastos, com postos de trabalho encerrados e fechamentos de empresas. Como consequência, os empregados considerados parte do grupo de risco foram afastadas aumentando a demanda de mão de obra, muitas vezes terceirizada ou temporária, em contrapartida viu-se um aumento ainda maior de trabalhos informais como uma forma de diminuir os impactos. (Silva & Silva, 2020).

Um dos principais segmentos que arcaram com a pandemia foram empresas de consumo cíclico sendo do ramo hoteleiro, vestuário, eletrodomésticos, móveis e utensílios, viagens, turismo, restaurantes e bares e eventos em geral dentre outros que tiveram suas operações paralisadas por não serem consideradas essenciais, tiveram a redução das atividades e colaboradores, além da impossibilidade de continuar suas operações (Rezende,

Marcelino & Miyaji, 2020).

Como consequência do impacto negativo na renda da população, o consumo de bens e serviços não essenciais diminuiu drasticamente, uma vez que os gastos foram focados na subsistência, afetando diretamente as receitas das companhias, levando a prorrogação de prazos de pagamento e recebimentos (Rezende, Marcelino & Miyaji, 2020).

Mesmo com esse cenário, muitas empresas mudaram de comportamento para se manter no mercado, buscando desenvolver programas de monitoramento de riscos de negócio para prevenção de crises futuras (Santos, Maia, Nascimento & Melo, 2020). A adaptação também foi ponto essencial no período, como o modelo de *delivery*, além do uso de aulas *online*, por exemplo, as academias que impossibilitadas de realizar aulas presenciais migraram para este formato. Outro ponto que mudou foi no modo como as pessoas realizam suas compras, diversos itens que eram exclusivamente comercializados no formato físico e presencialmente passaram a ser disponibilizados via *e-commerce* (Britez, Fernández & Frank, 2020).

Diante desse cenário recente que impactou as organizações, a escassez de informações e vivência em um ambiente tão incerto levou a perdas financeiras, econômicas e sociais (Bernardes, Silva & Lima, 2020; Martins, Sinay & Gonçalves, 2020). Ademais, algumas questões permanecem inexploradas, seja em relação a dimensão socioambiental, econômica ou financeira. Neste contexto, este estudo busca responder a seguinte questão de pesquisa: quais os impactos (ou não) da pandemia da covid-19 nos indicadores financeiros das empresas de consumo cíclicos listadas na B3?

Este estudo justifica-se a partir das possíveis contribuições, a saber: possibilidade de fomentar maiores discussões a respeito da pandemia da covid-19 e seus impactos sobre as organizações, em especial de consumo cíclico. Ademais, permite compreender como os indicadores podem ser geridos a partir dos esforços conjuntos, setor privado e poder público. Por fim, é possível compreender como essas organizações mantiveram seus negócios, conseguindo manter nível de atividade e postos de trabalho. Esta pesquisa está estruturada da seguinte maneira, após essa introdução encontram-se o referencial teórico, procedimentos metodológicos, análise e discussão dos resultados e possíveis conclusões.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

A pandemia da COVID-19 tornou-se um dos grandes desafios do século XXI. Seus impactos ainda continuam acontecendo, mas afetam direta e/ou indiretamente a saúde e a economia da população em escala mundial (Brito, Braga, Cunha, Palácio & Takenami, 2020).

Com as empresas obrigadas a parar suas atividades econômicas, o mundo dos negócios começou a sentir diretamente o impacto da situação, como a baixa nas receitas e a permanência das despesas nas empresas (Mattei & Heinen, 2020). Esse cenário atingiu diversos setores e empresas de diferentes portes. Com a incerteza do mercado, as ações estratégicas tornaram-se incertas devido à escassez de informações a respeito do cenário pandêmico (Bernardes, Silva & Lima, 2020).

Em decorrência da paralisação de operações e confinamento da população em suas residências, apenas algumas empresas conseguiram se manter totalmente ativas, dependendo de seu ramo de atuação. Isso propiciou um efeito imediato no mercado, levando ao fechamento de companhias já consolidadas e demissão em massa de colaboradores (Cardoso & Tristão, 2021; Marcelino, Rezende, & Miyaji, 2020). Esses efeitos ocorreram no Brasil e em outros países (Santos, 2020).

Um país em desenvolvimento como o Brasil, sentiu o impacto da pandemia da covid-19. Já no início da pandemia, o Banco Central do Brasil reconheceu que os efeitos econômicos negativos seriam relevantes, admitindo até mesmo que não era possível prever os reais impactos, levando em conta todas as incertezas conjunturais. Em maio de 2020, somente no Brasil, 9,7 milhões de trabalhadores deixaram de receber seus rendimentos (Instituto Brasileiro de Geografia E Estatística -IBGE, 2020b), afetando o modo de consumo de diversas famílias (Martins, Sinay & Gonçalves, 2020).

Massacón, Terranova e Ulloa (2020) destacam que após a dimensão da saúde, a economia se tornou a mais importante. Na dimensão econômica, empresas em diversos âmbitos sofreram com as mudanças, forçando que estratégias fossem elaboradas e mudassem os planos originalmente compostos para os negócios, essa é a diferença entre a sustentabilidade de um negócio ou não.

Diante do exposto, os ativos negociados em bolsas de valores também sofreram com a pandemia da covid-19. Santos (2020) operacionalizou um estudo de eventos no setor de turismo, o qual se encontram empresas de serviços consideradas cíclicas, demonstrando influência negativa nas ações negociadas em bolsa. Contudo, não foi somente no mercado

brasileiro que esta constatação ocorreu, a covid impactou ativos financeiros em nível mundial, o estudo de Sameer (2020) demonstrou as consequências do fechamento do comércio, aeroportos e viagens em geral, o qual provocou um efeito cascata nos mercados financeiros.

Quando se fala em incerteza, é possível mencionar as empresas de consumo cíclico, setores pouco resilientes a determinadas variáveis como a inflação, taxas de juros e atividade econômica geralmente são conhecidos como setores cíclicos, também comumente identificados como não essenciais. Em um cenário pandêmico, as pessoas tendem a preferir produtos e serviços necessários ao dia a dia, afetando as empresas responsáveis por algum tipo desses bens e consumos (Reis, 2019).

Neste contexto, surgem as hipóteses que sustentam esse estudo:

H0: a média dos indicadores econômicos e financeiros de 2019 é igual a média dos indicadores econômicos e financeiros de 2020 nas empresas de consumo cíclico.

H1: a média dos indicadores econômicos e financeiros de 2019 é igual a média dos indicadores econômicos e financeiros de 2020 nas empresas de consumo cíclico.

Para demonstrar como essas hipóteses são sustentadas teoricamente, é possível observar negócios como os restaurantes. Essas empresas representam uma significativa porcentagem das vendas turísticas que no ano de 2019 foi responsável por 53,3% do montante das vendas. Os dados encontrados para restaurantes e similares demonstravam a tendência dos consumidores por refeições fora de casa, conforme a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC, 2020).

Contudo, o crescimento do setor foi impactado significativamente com o surgimento da pandemia, as estimativas apontam para uma redução do Produto Interno Bruto (PIB) do setor de 38,9% em relação a 2019, de acordo com a Fundação Getúlio Vargas (FGV, 2020). Quanto aos restaurantes, Melo (2020), cita dados da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL) para afirmar que as perdas econômicas estão na ordem de R\$50 bilhões (Finkler, Antoniazzi & Conto, 2021).

Outro setor afetado é o de moda e acessórios. Diversas marcas tentaram se reinventar e migrar para o marketing digital e para as vendas *online*, mesmo com o apoio da tecnologia, alguns hábitos de consumo não foram ressignificados, por exemplo, a prova de roupa antes de adquiri-la. Hábito como esse fizeram o setor perder mercado (D'angelo, 2020).

Ao contrário das crises de 1930 e 2008, a pandemia trouxe quedas financeiras

imediatas a todos os setores econômicos, a Organização das Nações Unidas (ONU) estima que em todo o mundo haverá uma drástica queda de 3,2% nas suas economias (Silva & Machado, 2020). Contudo, os mercados estão altamente voláteis e podem, sem dúvidas, viverem recessões ainda maiores do que o previsto, agravando a situação e exigindo medidas imediatas.

3. METODOLOGIA

Este estudo busca responder a seguinte questão de pesquisa: Qual o impacto da pandemia da covid-19 nos indicadores financeiros das empresas de consumo cíclico listadas na B3? Para isso optou-se por realizar uma pesquisa de caráter quantitativo, a qual envolve a coleta, análise e interpretação de dados (Creswell & Creswell, 2021) justificada pelas informações das demonstrações contábeis trimestrais e anuais. Esta pesquisa é descritiva, pois verifica a hipótese das variáveis coletadas como tentativa de solução de um problema de pesquisa e explora as relações dos dados e conexões ou fatos coletados para estudo (Cervo, Bervian & Silva, 2007).

Como fonte de dados foram coletados dados das empresas de consumo cíclico da Bolsa Balcão Brasil (B3). Os indicadores foram definidos a partir do estudo de Carvalho (2020) por meio das demonstrações contábeis – Balanço Patrimonial (BP) e Demonstração do Resultado do Exercício (DRE), a saber: Receita Bruta, Liquidez Seca, Corrente e Imediata, Endividamento, Lucratividade e Rentabilidade Sobre o Ativo (ROA) no período de 2019 e 2020, conforme destacado na Tabela 1.

Tabela 1: Indicadores coletados no estudo

Indicador	Descrição	Fonte
Receita Bruta 2019 e 2020	Indica a receita bruta de vendas sem adições ou exclusões de um período. Fórmula: Receita bruta trimestral 2019 e 2020.	DR
Liquidez Seca	Mede a qualidade da empresa em cumprir com as obrigações sem a conversão dos estoques em caixa (vendas). Uma vez que desconsidera o valor do estoque. Fórmula: (Ativo circulante - Estoques) / Passivo Circulante	BP
Liquidez Corrente	Indica a capacidade financeira da empresa em relação às obrigações de curto prazo. Fórmula: Ativo circulante / Passivo circulante	BP
Liquidez Imediata	Indica a capacidade financeira em caixa e equivalentes de caixa em relação às obrigações de curto prazo. Fórmula: Disponível / Passivo Circulante	BP
Endividamento	Indica a dívida em relação ao seu ativo. Fórmula: Capital de terceiros / Ativo total	BP
Lucratividade	É a representatividade do lucro após deduzidos custos e despesas, sobre o faturamento líquido. Fórmula: Lucro Líquido / Receita Bruta	DRE
Rentabilidade Sobre o Ativo (ROA)	Apresenta quanto uma empresa obtém de lucro sobre seu investimento total. Fórmula: Lucro Líquido / Ativo Total	BP

Fonte: Elaborada pelos autores com base em Carvalho (2020).

A escolha dos indicadores foi realizada a partir do trabalho do Carvalho (2020), o autor menciona o impacto da pandemia da COVID-19 na rentabilidade e no gerenciamento do capital de giro por meio de diversos indicadores, como os prazos médios de pagamento, estocagem e recebimento de vendas, durante o período de 2015 e 2020. Ademais, relaciona o capital de giro com o desempenho corporativo quando uma política agressiva de capital de giro pode aumentar a lucratividade de uma companhia referenciando uma rápida arrecadação e desaceleração dos gastos.

Os dados utilizados e descritos na Tabela 1 foram operacionalizados comparando cada trimestre no ano 2019 e 2020, ano em que a pandemia da covid-19 apresentou os primeiros casos no Brasil. Para realização do teste de Wilcoxon foram elaboradas duas hipóteses, as quais são:

H0: a média dos indicadores econômicos e financeiros de 2019 é igual a média dos indicadores econômicos e financeiros de 2020 nas empresas de consumo cíclico.

H1: a média dos indicadores econômicos e financeiros de 2019 é igual a média dos indicadores econômicos e financeiros de 2020 nas empresas de consumo cíclico.

Para analisar os dados coletados, inicialmente, optou-se pelo teste T para avaliar as hipóteses para duas médias, contudo, após os testes dos pressupostos percebeu-se que os dados não possuem distribuição normal. Assim sendo, optou-se pela realização do teste não paramétrico de Wilcoxon para duas médias relacionadas.

A hipótese nula (H0) considera que não existe diferença entre os pares de dados, para o teste é considerada a significância (p-valor) de 0,05, o resultado igual superior a esse valor considera que as médias são iguais. Valores inferiores a 0,05 rejeita-se a hipótese nula e consideram as médias dos dados diferentes, conforme hipótese alternativa (H1) (Darski et al., 2020).

As empresas que compuseram a amostra foram escolhidas pelo critério de negócios cíclicos, considerados como não essenciais dispostas nos setores de tecido vestuário e calçados, utilidades domésticas, hotéis e restaurantes, produção de eventos e shows e eletrodomésticos a saber: Arezzo Indústria E Comércio S.A., BK Brasil, C&A Modas S.A., Cambuci S.A., Cia Fiacao Tecidos Cedro Cachoeira, Cia Tecidos Norte De Minas Coteminas, Dohler S.A., Grendene S.A., Cia Hering, Hotéis Othon, International Meal Company Alimentacao S.A., Karsten S.A., Magazine Luiza S.A., Marisa Lojas S.A., Mundial S.A. - Produtos De Consumo, Natura & Co Holding S.A, Pettenati S.A. Indústria Têxtil, Lojas Renner S.A., Guararapes Confecções S.A., Cia Tecidos Santanense, Springs Global Participacoes S.A., São Paulo Turismo S.A., Technos S.A., Teka-Tecelagem Kuehnrich S.A., T4F Entretenimento S.A., Unicasa Indústria De Móveis S.A., Via Varejo S.A., Vulcabras/Azaleia S.A. e Whirlpool S.A.

Devido a indisponibilidade dos dados, as empresas listadas a seguir foram excluídas da amostra: Alpargatas S.A., Allied Tecnologia S.A, Cvc Brasil Operadora E Agência De Viagens S.A., Empresa Nac Com Redito Part S.A. Encorpar, Smartfit Escola De Ginástica E Dança S.A., Track & Field Co S.A. e Vivara Participações S.A.

4. DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Após coletar os dados, foram calculadas as receitas brutas e os indicadores de liquidez seca (LS), liquidez corrente (LC), liquidez imediata (LI), endividamento trimestral, indicadores de lucratividade e rentabilidade sobre o ativo (ROA) referentes aos períodos de 2019 e 2020.

Inicialmente observou-se as receitas das empresas listadas, as quais se encontram na Tabela 2.

Tabela 2: Teste de Hipóteses para a Receita Bruta

Trimestre	Indicador	Significância	Resultado do Teste
1º	Receita bruta	0,274	Reter a Hipótese nula
2º	Receita bruta	0,010	<i>Rejeitar a Hipótese nula</i>
3º	Receita bruta	0,767	Reter a Hipótese nula
4º	Receita bruta	0,127	Reter a Hipótese nula

Fonte: Elaborada pelos autores.

De acordo com o exposto na Tabela 2, as receitas do primeiro, terceiro e quarto trimestre não apresentaram diferenças significativas entre os anos de 2019 e 2020. Contudo, o segundo trimestre que compreendeu de abril a junho de 2019 e 2020 apresentou significância estatística que apoiou as diferenças entre as receitas. Isso acarretou na rejeição da hipótese nula (H0) para o segundo trimestre, enquanto nos demais trimestres a hipótese nula (H0) foi mantida. Em outras palavras a média dos dados para o segundo trimestre apresentaram diferenças entre os anos estudados.

Esse resultado pode ser explicado da seguinte maneira, a pandemia da covid-19 foi decretada pela Organização Mundial da Saúde (OMS) no Brasil em 11 de março de 2020, ou seja no final do primeiro trimestre, o que levou as empresas do setor cíclico a paralisarem suas atividades em virtude da obrigatoriedade do distanciamento social (Rezende, Marcelino & Miyaji, 2020). Sem poder dar continuidade às operações, as companhias viram suas receitas líquidas caírem devido ao fechamento dos negócios nos estados brasileiros. A queda nas vendas foi sentida no período subsequente, o que pode explicar a variação significativa nas médias das empresas listadas como consumo cíclico.

Tal afirmativa é exemplificada na empresa Lojas Renner S.A a qual apresentou em suas demonstrações uma queda de aproximadamente 64,72% das receitas em relação ao segundo trimestre de 2019 quando a receita bruta foi de R\$ 2.292.004,00, no mesmo período de 2020 caíram para R\$ 808.506,00. A justificativa apresentada pela companhia foi o fechamento de 100% lojas físicas, com reabertura apenas no final de abril.

Na área de alimentação a empresa BK Brasil apresentou uma queda de 56,7% em relação ao segundo trimestre de 2019, justificando a queda por meio do fechamento como principal responsável, nesse caso o fechamento foi de 60% das lojas físicas no período de abril e maio. Assim, o impacto ocorreu no segundo trimestre conforme demonstrado no teste de hipóteses.

Contudo, ao observar os índices de liquidez, os mesmos não apresentaram comportamento distinto entre os anos, o que levou à aceitação da hipótese nula (H0),

conforme exposto na Tabela 3. O teste representa o Índice de Liquidez Seca.

Tabela 3: Teste de Hipóteses para Liquidez Seca (LS)

Trimestre	Indicador	Significância	Resultado do Teste
1°	LS	0,689	Reter a Hipótese nula
2°	LS	0,256	Reter a Hipótese nula
3°	LS	0,820	Reter a Hipótese nula
4°	LS	0,940	Reter a Hipótese nula

Fonte: Elaborada pelos autores.

Como pôde ser observado na Tabela 3, mesmo com o segundo trimestre apresentando significância menor comparada aos demais, o resultado do teste leva a aceitação da hipótese nula (H₀), ou seja, considera as médias iguais, em todos os trimestres.

Assim como na Tabela 2, a principal diferença ocorreu no segundo trimestre, no qual foi o período mais rígido da pandemia. De abril a julho de 2020, as restrições de circulação de pessoas e de isolamento social impostas pelos municípios e estados, com o intuito de conter o avanço do vírus, provocaram impactos diretos no emprego e renda da população (Silva & Silva, 2020). Isso explica a diferença da significância do segundo trimestre em comparação aos demais, principalmente pelo Índice de Liquidez Seca, no qual representa a porcentagem de dívidas a curto prazo em condições de serem liquidadas com o uso de disponível e valores a receber (Pereira, 2018).

Como as empresas em sua maioria não estavam operando, ou estavam com boa parte do processo interrompido, a disponibilidade para arcar com dívidas no curto prazo foi menor. Porém, nos dois trimestres seguintes os índices melhoraram significativamente, mostrando a rápida recuperação das empresas e obtendo resultados semelhantes em comparação à 2019.

O ‘novo normal’ como foi denominado, provocou mudanças no comportamento dos consumidores e levou a sazonalidade mesmo em mercados estáveis. Em um curto espaço de tempo as organizações precisaram criar métodos e ferramentas para se adequar ao contexto pandêmico. Diversas empresas passaram a realizar seus atendimentos de maneira remota, aderindo ao *home office*, além de diversos métodos de distanciamento social impostos ao dia a dia.

Quanto ao Índice de Liquidez Corrente, o intuito é demonstrar o ativo da empresa perante o passivo, ambos no curto prazo. O índice de Liquidez Corrente relaciona disponibilidades e obrigações de curto prazo (Pereira, 2018), sendo a divisão do Ativo Circulante, pelo Passivo Circulante.

Tabela 4: Teste de Hipóteses para Liquidez Corrente (LC)

Trimestre	Indicador	Significância	Resultado do Teste
1º	LC	0,787	Reter a Hipótese nula
2º	LC	0,275	Reter a Hipótese nula
3º	LC	0,247	Reter a Hipótese nula
4º	LC	0,754	Reter a Hipótese nula

Fonte: Elaborada pelos autores.

Conforme apresentado na Tabela 4, o resultado do teste também reteve a hipótese nula (H0) em todos os trimestres, com destaque ao 2º e 3º trimestre, que assim como no índice de liquidez seca, teve uma pequena diminuição na significância. O menor valor para significância se manteve até o terceiro trimestre.

Isso se deu pelo fato de que mesmo com a diminuição nas vendas de modo geral, os custos variáveis também diminuíram, deixando quase que estagnado, principalmente perante aos estoques, fazendo com que em relação à 2019 não tenha acontecido uma mudança significativa.

Na Tabela 5 tem-se o Índice de Liquidez Imediata, o qual analisa a disponibilidade da empresa perante as obrigações existentes no curto prazo.

Tabela 5: Teste de Hipóteses para Liquidez Imediata (LI)

Trimestre	Indicador	Significância	Resultado do Teste
1º	LI	0,658	Reter a Hipótese nula
2º	LI	0,214	Reter a Hipótese nula
3º	LI	0,239	Reter a Hipótese nula
4º	LI	0,567	Reter a Hipótese nula

Fonte: Elaborada pelos autores.

Após análise da Tabela 5, viu-se uma padronização se comparada à Tabela 4, apresentando hipótese nula (H0) em todos os trimestres, também com pequena diminuição na significância nos trimestres 2 e 3.

A liquidez imediata, representa a porcentagem de dívidas a curto prazo em condições de serem liquidadas imediatamente (Pereira, 2018), ou seja, o que a empresa tem em seu caixa. O crescimento exponencial do *E-commerce* (abreviação de *electronic commerce* (comércio eletrônico) foi alavancado com a chegada da internet, facilitando o processo de compra e venda. No início, apenas pequenos produtos eram comercializados como CD's, DVD's e livros. Nos dias de hoje são comercializados carros, casas, aviões, obras de arte e qualquer outro tipo de produto de luxo. O E-commerce passou a abranger uma gama de diferentes tipos de negócios, desde sites destinados a consumidores, leilões, bens e serviços

e organizações (Mendonça, 2016).

Durante a pandemia, foi um fator muito importante para que o teste apresentasse hipótese nula (H_0), pois seguiu a queda das disponibilidades mesmo no período mais severo da pandemia. A Magazine Luiza, por exemplo, foi uma das pioneiras desse sistema, introduzindo e divulgando-o antes mesmo da pandemia, se sobressaindo perante os demais concorrentes, fato esse que é confirmado pelas próprias demonstrações financeiras da empresa, com seu *E-commerce* crescendo 121% no quarto trimestre de 2020, atingindo R\$9,5 bilhões e 64% das vendas totais. Outro fator que contribuiu foi o incentivo tanto financeiro quanto fiscal, com maior flexibilidade para empréstimos, parcelamento de dívidas, conforme mostra a Tabela 6 relacionada ao endividamento.

Tabela 6: Teste de Hipóteses para Endividamento

Trimestre	Indicador	Significância	Resultado do Teste
1°	Endividamento	0,611	Reter a hipótese nula
2°	Endividamento	0,837	Reter a hipótese nula
3°	Endividamento	0,170	Reter a hipótese nula
4°	Endividamento	0,027	<i>Rejeitar a hipótese nula</i>

Fonte: Elaborada pelos autores.

A Tabela 6 considerou a dívida das companhias em relação ao ativo. Como pode ser observado nos três primeiros trimestres não ocorreram grandes alterações no resultado do teste de hipóteses, o qual demonstra que as médias são iguais e retem a hipótese nula (H_0). Porém, a mesma hipótese é rejeitada no quarto trimestre, acarretando na aceitação da hipótese alternativa (H_1) que apresenta o endividamento das empresas em relação ao mesmo trimestre no ano de 2019 e 2020.

As empresas estavam operando em 2019 sem restrições de suas atividades, o que proporcionou manter um resultado positivo para o primeiro trimestre do ano seguinte, quando a pandemia foi decretada e os primeiros impactos foram vivenciados pelas empresas. Com a retomada de parte das atividades, foram elaboradas medidas governamentais de suporte econômico com o objetivo de ampliar o crédito para empresas de pequeno porte, além de renegociação de dívidas e ampliação de benefícios (Silva & Silva, 2020), o que pode justificar a diferença no 4° trimestre quando os benefícios oferecidos compõem o capital de terceiros da organização o que é a base para o cálculo do endividamento.

Neste contexto, Rezende, Marcelino e Miyaji (2020) ainda citam fatores que influenciam na demanda, por exemplo a mudança no comportamento do consumidor, que mudou para bens preferencialmente essenciais, juntamente com os incentivos financeiros é

possível justificar o impacto no 4º trimestre quando as empresas começaram a recuperar as atividades. Contudo, as ações não foram suficientes para reduzir o impacto do endividamento no final do exercício.

A empresa Hoteis Othon citou em suas demonstrações no final de 2020 uma dívida bruta composta por empréstimos de R\$ 1.217.000,00; a empresa Alpargatas S.A também evidenciou a aquisição de empréstimos para amenizar os impactos da Covid-19. Outra companhia que destaca o aumento com relação ao endividamento é a Arezzo S.A, o endividamento total foi de R\$ 634,3 milhões em relação a R\$ 180,8 milhões no quarto trimestre de 2019. A companhia relatou aquisição de empréstimos que totalizaram de R\$ 444,1 milhões para complementação de caixa em março, impactando diretamente no capital de terceiros para os próximos períodos.

Também foi observada a lucratividade das empresas em 2019 e 2020, que compreende o cálculo do Lucro Líquido pelas Vendas Brutas, também conhecido como margem de lucro sobre as vendas (Pereira, 2018), o resultado do teste de hipóteses pode ser observado na Tabela 7.

Tabela 7: Teste de Hipóteses para a Lucratividade

Referência	Indicador	Significância	Resultado do Teste
2019 / 2020	Lucratividade	0,177	Reter a hipótese nula

Fonte: Elaborada pelos autores.

De acordo com o exposto na Tabela 7, o resultado sugere aceitar a hipótese nula (H0), em que as médias são iguais entre os anos. É possível explicar esse resultado ao mencionar que algumas das empresas que sofreram o impacto da pandemia conseguiram manter suas atividades com a adaptação ao cenário, uma vez que as vendas passaram do comércio físico para o comércio *on-line* e fortalecimento do modelo de *delivery* (Britez, Fernández & Frank, 2020).

Assim, mesmo com a paralisação das atividades por um período, a mudança para as vendas remotas pode explicar como as vendas não foram afetadas significativamente quando observadas no formato de consolidado, tais medidas para reinventar a forma de comércio fizeram com que alguma empresas mitigassem os efeitos da pandemia (Brito, Borges, Santos & Brito, 2021).

A Via Varejo no primeiro trimestre de 2020 apresentou uma receita bruta 0,9% superior ao mesmo período de 2019, assim considerando que nem todas empresas não essenciais apresentaram impacto negativo nas vendas em relação ao ano de 2019 e 2020. A empresa Grendene S.A destacou em seu relatório o auxílio emergencial como medida de

influência positiva quando aumentou o crédito dos consumidores, no mesmo período foi observado o crescimento dos pedidos e consequentemente a Receita Bruta da companhia foi de R\$ 1.802,2 milhões segundo a empresa “o melhor segundo semestre da história”.

A companhia Fiação Tecidos Cedro Cachoeira evidenciou uma recessão em 2020 na receita bruta de 8%, entretanto, o lucro bruto aumentou em 36% uma referência ao retorno da produção e capacidade produtiva após a paralisação em conjunto com a retomada do mercado, isso manteve a lucratividade ainda baixa com um índice que representa -0,02 e -0,07 em 2019 e 2020. Em relação à receita bruta, nota-se que o resultado negativo já foi constatado em 2019 (período pré-pandemia), ao final do exercício a pandemia não teve influência significativa no índice, conforme teste de hipóteses.

Por fim, foi realizado o teste de hipóteses para a variável Rentabilidade Sobre o Ativo (ROA), a qual representa o retorno sobre o ativo da companhia (Carvalho, 2020), conforme Tabela 8.

Tabela 8: Teste de Hipóteses para a Rentabilidade Sobre o Ativo (ROA)

Referência	Indicador	Significância	Resultado do Teste
2019 / 2020	ROA	0,127	Reter a hipótese nula

Fonte: Elaborada pelos autores.

A Tabela 8 demonstra o resultado do teste de hipóteses e sugere reter a hipótese nula (H0), na qual as médias entre os anos são similares. Semelhante ao índice de lucratividade discutido anteriormente, o ROA foi calculado anualmente, mesmo com a interrupção das atividades entre o final do primeiro trimestre e início do segundo, o acumulado do ano pode justificar um impacto menor no índice.

Os impactos foram sentidos apenas no início do segundo trimestre de 2020, porém, muitas companhias mostraram adaptação ao momento, além dos incentivos monetários com flexibilização de empréstimos e negociação de juros que colaboraram para manter as vendas, ao final de 2020 as empresas já contavam com o retorno parcial das atividades e com as flexibilizações. Em 2019 o país se encontrava em recuperação da crise de instabilidade da oferta e demanda em 2014/2017, a pandemia apenas agravou ou não alterou significativamente a rentabilidade dessas empresas conforme apresentado no teste de hipóteses (Silva & Silva, 2020).

Conforme visto nas análises anteriores, as empresas apresentaram um impacto em relação ao período anterior, mas somente nas receitas brutas e endividamento, enquanto os outros índices se mantiveram estáveis. O efeito da paralisação afetou diferentemente cada companhia, a exemplo de empresas como a Magazine Luiza e Arezzo S.A que em seus

relatórios destacaram o modelo de vendas *on-line* implantado anteriormente à pandemia e bem aceito por clientes como principal ferramenta de para sustentar as atividades quando o comércio físico não poderia operar.

Ao mesmo tempo em que empresas de prestação de serviços como a Smart Fit que já em 2019 realizou uma capitalização para aceleração dos negócios (o que pode explicar a estabilidade dos índices). A companhia precisou mudar ou atualizar a forma de operação que focava na prestação de serviços de atividades físicas, em grande parte em modalidade presencial a mesma, a atividade teve influência direta na gestão pública quando cada região retomou as atividades em períodos diferentes, a companhia destaca a reabertura de em média 65% no Brasil, enquanto em outras regiões da América Latina a retomada foi de apenas 41%. No Chilee Peru o fechamento foi durante quase todo o período da pandemia.

Com a variação de reabertura e, conseqüentemente, de geração de receitas, a receita bruta reduziu em 37,2% em relação à 2019 destacado pela companhia, uma conseqüência do processo de retorno às atividades, possibilitando observar os diferentes comportamentos e medidas ao longo dos dois períodos em diferentes tipos de empresas e atividades sendo influenciada de formas diferentes pela pandemia e pelo retorno do comércio.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo buscou responder a seguinte questão “Quais os impactos (ou não) da pandemia da covid-19 nos indicadores financeiros das empresas de consumo cíclico listadas na B3?”. A partir do problema proposto foram elaboradas possíveis explicações.

Foi possível identificar pontos de divergência com alguns estudos mencionados nesta pesquisa, a exemplo de Rezende, Marcelino e Miyaji (2020) que apresentam um impacto negativo nas empresas do segmento cíclico. As variáveis utilizadas neste estudo apresentaram certa estabilidade no período pré e durante a pandemia, com excessão das receitas e do endividamento em períodos específicos, quanto aos demais períodos é constatada a estabilidade nos indicadores.

Conforme identificado na análise das receitas, a pandemia foi declarada no Brasil no final do primeiro trimestre de 2020, o que manteve as receitas no primeiro trimestre devido aos resultados de janeiro e fevereiro, a paralisação ocorreu então por definitivo no início do segundo trimestre com adoção do isolamento e a definição de atividades essenciais (Dantas, 2020). O reflexo da pandemia pode ser observado no segundo trimestre, a exemplo do impacto negativo na análise das receitas brutas a partir do fechamento e paralisação das atividades.

Empresas como a Cambuci S.A, por exemplo, demonstrou em seu relatório referente ao período estudado, evidenciou uma queda de 83,8% na receita bruta em relação ao mesmo trimestre do ano anterior, já no relatório seguinte (3º trimestre) apresentou em seus relatórios um aumento de 378% nas vendas realizadas, situação apresentada também por outras empresas do ramo.

Um dos principais fatores que contribuíram para a estabilidade foi a mudança nos meios de comercialização e o fortalecimento em companhias que já possuíam ransações pelo o *E-commerce*. Algumas empresas apresentaram dificuldades, por exemplo, a Cambuci citada anteriormente, isso devido ao fato de ainda não terem um sistema desenvolvido para esse mercado. Já a Magazine Luiza, que foi uma das pioneiras desse moderno sistema, introduzindo e divulgando-o antes mesmo da pandemia, sobressaindo-se perante os demais concorrentes.

Conforme evidenciado, as empresas se comportam de formas diferentes no período analisado, o que mostrou uma estabilidade nos indicadores. Britez, Fernández e Frank(2020) destacam que a evolução na forma de vendas para o comércio *on-line* foi tão grande que o processo de aceitação e adaptação de comerciantes e clientes levou semanas, o que sem o isolamento obrigatório devido à pandemia levaria anos, o que justifica a continuidade dos negócios.

Também o estudo apresentou uma estabilidade durante o ano e divergência no quarto trimestre no índice de endividamento. Uma possível explicação está nos benefícios que foram concedidos para conter os impactos tanto para pessoas jurídicas quanto físicas (Britos, Borges, Santos & Brito, 2021), embora as vendas foram estáveis o cenário ainda era imprevisível e a demanda ainda maior para itens essenciais.

Neste contexto, ocorreram flexibilizações para empréstimos e no pagamento de dívidas, muitas empresas analisadas evidenciaram a aquisição de capital já no início de 2020 e também no final do período com finalidade de subsidiar as operações e infraestrutura do trabalho em *home office*, também pode ser destacada a antecipação de férias e encargos com demissões (Modesto, Souza & Rodrigues, 2020).

Quanto aos demais índices foi possível observar a capacidade de adaptação ao novo cenário de restrições, bem como à aceitação de novas formas de operar tendo o *e-commerce* como ponto chave para manter as atividades. Outras ferramentas podem ser destacadas, por exemplo, o *delivery* e também a possibilidade de operações em *drive-in*. De modo geral as empresas de consumo cíclico analisadas neste estudo se mostraram eficientes mesmo com o

as paralisações, muitas destacaram um aumento significativo nas receitas, estabilidade na liquidez e bons resultados na lucratividade.

Diante do exposto, algumas reflexões podem ser feitas, considerando as restrições a partir da ocorrência da pandemia, a continuidade dos negócios e, conseqüentemente, dos postos de trabalho, é resultado de um esforço conjunto. As organizações se adaptaram, buscando estabelecer outras formas de comercialização, de trabalho (*home office*) e de relacionamentos (*drive-in*). Essas ações visam dar continuidade aos negócios enquanto as restrições permanecem. Contudo, com o desenvolvimento da pandemia, o ano de 2020 trouxe a institucionalização dessas práticas nas organizações, mentendo os negócios ativos.

Outro ponto foi a participação das ações colocadas nas políticas públicas para flexibilizar empréstimos e adiar o pagamento de dívidas. O papel dos governantes é fundamental na continuidade das organizações e fortalecimento econômico do país, principalmente quando se trata de consumo cíclico em que diversas atividades foram enquadradas como não essenciais.

O enfrentamento a pandemia não dependeu, tão pouco dependerá somente da companhias, mas de um esforço conjunto que envolve estratégias no setor privado e ações do poder público. A medida que as organizações utilizam sua expertise e rapidamente modificam suas estratégias nas operações e na forma em que atendem ao mercado consumidor, o poder público contribui com mudanças nos mecanismos de controle e novas regras a serem seguidas.

Desta forma, este estudo contribuiu para compreender os impactos da covid-19 nas empresas de um setor específico, dado que a pandemia é algo ainda pouco explorado e em andamento. Ademais, foi possível contribuir para as discussões a respeito do comportamento dos indicadores econômicos e financeiros em tempos de crise, inclusive na mudança de comportamentos estratégicos das organizações que levam a sua continuidade.

Como estudos futuros sugere-se realizar uma análise comparativa entre diferentes setores, bem como analisar os impactos nos anos de sucederem a pandemia da covid-19. Por fim, é possível realizar estudos comparativos em diferentes nações.

REFERÊNCIAS

Bernardes, J. R., de Sousa Silva, B. L., & Lima, T. C. F. (2020). Os impactos financeiros da Covid-19 nos negócios. *Revista da FAESF*, v. 4, p. 43-47.

Bohoslavsky, J. P., & Rulli, M. (2020). COVID-19, international financial institutions and the continuity of androcentric policies in Latin America. *Estudos Feministas*, v. 28, n. 2, p. 1-17. Doi: 10.1590/1806-9584-2020v28n273510

Britez, L., Fernández, E., & Frank, Y. (2020). La evolución del e-commerce en tiempos de pandemia, del sector supermercadista en la zona norte de GBA. *Escuela de Economía y Negocios, UNSAM*, 2020, p. 1-68. Recuperado de: <http://ri.unsam.edu.ar/bitstream/123456789/1466/1/TFPP%20EEYN%202020%20BL-FE-FY.pdf>

Brito, C. S.; Borges, C. M.; Santos, W. F. & Brito, A. C. (2021).Efeitos da Pandemia COVID-19 no Segmento Varejista de Eletrodomésticos e Produtos Diversos da B3: Análise dos Indicadores a Partir das Demonstrações Contábeis. *Revista da Graduação Unigoíás*. Ano 2, n. 2, Jan/dez. p. 1-25. Recuperado de: <https://anhanguera.edu.br/wp-content/uploads/Artigo-4.pdf>

Brito, S. B. P., Braga, I. O., Cunha, C. C., Palácio, M. A. V., & Takenami, I. (2020). Pandemia da COVID-19: o maior desafio do século XXI. *Vigilância Sanitária em Debate: Sociedade, Ciência & Tecnologia*, v. 8, n. 2, p. 54-63. Doi: <https://doi.org/10.22239/2317-269X.01531>

Cardoso, R. C., & Tristão, P. A. (2021). O impacto da Pandemia do COVID-19 nos Indicadores Econômico-Financeiros e Retorno das Ações no setor de hotelaria: estudo de caso na Rede de Hotéis Othon SA. *Navus: Revista de Gestão e Tecnologia*, v. 11, n. 25, p. 1-14. Doi: <http://dx.doi.org/10.22279/navus.2021.v11.p01-14.1638>

Capp, E., & Nienov, O. H. (2020). *Bioestatística quantitativa aplicada*. Porto Alegre: FAMED –UFRGS.

Carvalho, F. J. (2020). O impacto econômico da COVID-19 na rentabilidade e no capital de giro nas empresas brasileiras listadas. Tese de doutorado, Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, SP, Brasil. Recuperado de: <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/30004>

Cervo, A. L.; Bervian, P. A. & Da Silva, R. (2007). *Metodologia científica*. Sexta edição. São Paulo: Pearson Prentice Hall.

Creswell, J. W. & Creswell, J. D. (2021). *Projeto de pesquisa: - Métodos qualitativo, quantitativo e misto*. Quinta edição. Porto Alegre: Penso Editora.

Dantas, M. (2020). Comportamento da bolsa de valores no Brasil diante das crises globais de 2008 e 2020. TCC do curso de ciências econômicas, Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Goiânia, GO, Brasil. Recuperado de: <https://repositorio.pucgoias.edu.br/jspui/handle/123456789/1251>

Marcelino, J. A., Rezende, A., & Miyaji, M. (2020). Impactos iniciais da covid-19 nas micro e pequenas empresas do estado do Paraná-Brasil. *Boletim de Conjuntura (BOCA)*, v. 2, n. 5, p. 101-112. Doi: <http://doi.org/10.5281/zenodo.3757129>

Martins, A. C.; Sinay, C. & Gonçalves, C. P. (2020). O Impacto da COVID-19 na Receita de Intermediação Financeira. *Revista Razão Contábil & Finanças*, v. 11, n. 2, jul/Dez. Recuperado de: <http://institutoateneu.com.br/ojs/index.php/RRCF/article/view/275>

Masacón, N. Ú. H., Terranova, K. T. T., & Ulloa, W. L. O. (2020). Impacto del COVID-19 en la planeación estratégica de las pymes ecuatorianas. *RECIMUNDO*, v. 4, n. 3, p. 76-85. Doi: [https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.76-85](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.76-85)

Mendonça, H. G. (2016). E-commerce. *Revista Inovação, Projetos e Tecnologias*, v. 4, n. 2, p. 240-251. Doi: <https://doi.org/10.5585/iptec.v4i2.68>

Modesto, J. G.; De Souza, L. M. & Rodrigues, T. S. L. (2020) Esgotamento profissional em tempos de pandemia e suas repercussões para o trabalhador. *PEGADA - A Revista da Geografia do Trabalho*, v. 21, n. 2, p. 376-391. Doi: <https://doi.org/10.33026/peg.v21i2>

Pereira, A. G. (2018). Análise das demonstrações contábeis. UFBA, Faculdade de Ciências Contábeis, Superintendências de Educação a Distância - SEAD, Salvador, BA. 72 p. Recuperado de: <http://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/30845>

Rezende, A. A.; Marcelino, J. A. & Miyaji, M. (2020). A reinvenção das vendas: as estratégias das empresas brasileiras para gerar receitas na pandemia de covid-19. *Boletim de Conjuntura (BOCA)*, v. 2, n. 6, p. 53-69, 2020. Doi: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.3834095>

Santos, J. S. L. D. (2020). *Impacto Económico do COVID-19 nos Países e Empresas*. Dissertação de Mestrado, Universidade de Coimbra, Murte, Portugal. Recuperado de: <https://eg.uc.pt/handle/10316/94425>

Santos, A. R. S., Maia, A. J. R., Do Nascimento, Í. C. S., & De Melo, G. C. V. (2020). Responsabilidade Social, Reputação Corporativa e a Covid-19: Limites e Possibilidades a Partir da Pandemia. Trabalho apresentado no International Conference in Accounting-Congresso USP. São Paulo, SP, Brasil. Recuperado de: <https://congressosp.fipecafi.org/anais/20UspInternational/ArtigosDownload/2895.pdf>

Silva, M. L. & Silva, R. A. (2020). Economia brasileira pré, durante e pós-pandemia do covid-19: impactos e reflexões. UFSM - Observatório Socioeconômico da COVID-19. Recuperado de: <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>

Souza, M. C. C. (2021). O Estado e o turismo no Brasil: análise das políticas públicas no contexto da pandemia da COVID-19. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, v. 15, n. 1, p. 1-13. Doi: <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v15i1.2137>