CONTABILIDADE EM TEXTO 20 anos
UFRGS
PPGCONT-UFRGS
E-ISSN 2175-8751

O DESEMPENHO DAS EMPRESAS DE COMÉRCIO VAREJISTA LISTADAS NA B3 SOB A PERSPECTIVA DE ALGUNS INDICADORES

THE PERFORMANCE OF RETAIL COMPANIES LISTED ON B3 FROM THE PERSPECTIVE OF SOME INDICATORS

LEONARDO SAMPAIO E SILVA
Universidade de São Paulo - ESALQ/USP. E-mail: leonardosousam@hotmail.com

RODOLFO NUNES
Universidade de São Paulo - ESALQ/USP. E-mail: rodolfonunes@usp.br

Resumo: Como necessidade de manter-se competitivas, empresas necessitaram mudar a abordagem, os produtos e as operações, assim o varejo tornou-se um dos segmentos mais relevantes do país evidenciando a transformação comportamental de consumo ao longo dos anos. Este trabalho tem como objetivo analisar três grupos de indicadores: liquidez, rentabilidade e endividamento como forma de entender as oscilações ocorridas. O artigo é baseado numa pesquisa descritiva, bibliográfica e quantitativa, foram selecionadas uma amostra de 10 empresas do setor cíclico dos segmentos de tecidos, vestuário e calçados; eletrodomésticos e produtos diversos entre o período de 2010 e 2020, onde o grupo de indicadores passaram por uma análise de correlação. Foi possível observar que dois momentos históricos influenciaram a estrutura a os resultados financeiros e operacionais, 2015 e 2020, um pela crise política e outro pela pandemia do COVID-19. Os resultados evidenciam que o setor varejista de consumo cíclico apresenta endividamento total médio de 65%, contudo o comportamento das empresas varejistas foi diferente para cada subsetor, enquanto tecidos, vestuário e calçados aumentaram seu endividamento total, as empresas de eletrodomésticos e produtos digitais tiveram uma diminuição gradativa, conferindo a solidez destas companhias no cumprimento de suas obrigações de curto prazo e na continuidade da geração de retorno sobre os próprios ativos.

Palavras-chave: *Setor Varejo. Indicadores Financeiros. Desempenho.*

Abstract: *As a need to remain competitive, companies needed to change their approach, products and operations, so retail became one of the most relevant segments in the country, showing the behavioral transformation of consumption over the years. This work aims to analyze three groups of indicators: liquidity, profitability and indebtedness as a way of understanding the fluctuations that have occurred. The article is based on a descriptive, bibliographic and quantitative research, a sample of 10 companies from the cyclical sector of the textile, clothing and footwear segments were selected; home appliances and miscellaneous products between the period 2010 and 2020, where the group of indicators underwent a correlation analysis. It was possible to observe that two historical moments influenced the structure and the financial and operating results, 2015 and 2020, one due to the political crisis and the other due to the COVID-19 pandemic. The results show that the cyclical consumption retail sector has an average total indebtedness of 65%, however the behavior of retail companies was different for each subsector, while fabrics, clothing and footwear increased their total indebtedness, home appliance and digital products companies had a gradual decrease, giving these companies solidity in meeting their short-term obligations and in continuing to generate returns on their own assets.*

Keywords: *Retail Sector. Financial Indicators. Performance.*

1 INTRODUÇÃO

No transcorrer dos últimos 10 anos, foi possível notar uma transformação comportamental dos investidores brasileiros. Uma mudança visível e muito comentada nos veículos de comunicação foi a transação entre investimentos de menor risco, como é o caso da poupança e renda fixa, para alocações arriscadas, assim como a renda variável, mais especificamente no mercado acionário da Brasil, Bolsa, Balcão - B3 (BRANDALISE, 2019).

O Índice Bovespa é a medida mais antiga de desempenho médio dos preços das ações negociadas na B3. Desde a sua criação, à medida que os anos avançavam o Ibovespa variava continuamente em detrimento de diversos motivos, ora de forma positiva ora negativa. Entretanto, nos últimos anos esse valor vem se elevando, chegando ao patamar histórico de 100 mil pontos em 2019

Um dos setores que vem se destacando é o comércio, ou por assim dizer, varejo que é uma das práticas mais ancestrais da sociedade, as quais estão relacionadas a venda, troca e serviços pertinentes à satisfação de uma necessidade do consumidor. Esse efeito toma forma principalmente porque as pessoas estão mudando os comportamentos que geram novas necessidades e prioridades que por consequência modificam o comprar (BRANDALISE, 2019).

A importância desse setor no cenário econômico vem sendo cada vez mais determinante para o crescimento do país, pois gera inúmeros novos empregos formais. Em 2018, a Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC) divulgou um relatório dizendo que no ano anterior cerca de 120 empresas varejistas já alcançaram um faturamento bruto acima de R$ 1 trilhão, e que ao somar as 10 maiores companhias elas juntas geravam mais de R$ 226 bilhões.

Ainda que inserido em um contexto econômico modesto, o setor varejista tem crescido, através da abertura de pontos de comércio, abrindo novos postos de trabalho ou incrementando sua capacidade produtiva (SBVC, 2018).

Em razão dos crescentes números, o setor de varejo nacional é visto como um dos setores que mais emprega no país e ainda ser responsável por transformar e moldar o hábito de consumo das pessoas. Não o bastante, tal relevância econômica atraiu atenção de diversos autores os quais realizaram estudos nesse segmento como foi o caso de Schnorrenberger, Martins, Lunkes e Gasparetto (2013), Bellet, Melazzo, Sposito e Llop (2015), Silva (2015), Hoffmann, Kich, Nascimento, de Liz (2017) e Pandini, Stüpp e Fabre (2018).

Com base nessas circunstâncias e em linha com estudos realizados, desponta a questão de pesquisa: qual o comportamento dos níveis de endividamento das empresas de comércio do setor varejista da B3? Posto isto, o objetivo geral do presente estudo é analisar mediante indicadores econômico-financeiros o comportamento da liquidez, rentabilidade e endividamento das organizações.

Este estudo e as informações nele contidas justificam-se por dois motivos. Primeiramente, pela importância já mencionada do setor varejista na economia nacional, sendo assim a discussão sobre o tema e seus desdobramentos se torna relevante para as empresas estudadas e para o mercado acionário com um todo. E o segundo aspecto se justifica pelo papel de dilatar o conhecimento acadêmico sobre o processo de avaliação do nível endividamento dessas organizações e como este influencia o mercado.

O trabalho está dividido nas seguintes seções: a introdução que faz parte desse tópico apresentado. A segunda parte é o referencial em que é os temas e conceitos são discutidos e apresentados, já a terceira seção compreende as metodologias empregadas na pesquisa e as bases dos dados analisados. A quarta parte trata dos resultados e discussões que aborda os resultados obtidos e as explicações sobre as evidências, e pôr fim a conclusão, que abrange as reflexões acerca dos resultados obtidos e analises produzidas.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 SETOR VAREJISTA NO BRASIL

Historicamente, o varejo no Brasil se relaciona com a construção da economia e da sociedade do país. Toma por início o período de colônia e passa pelas progressões históricas, como é o caso, da industrialização e urbanização (BARROSO; VIANNA; QUEIROZ; FELIX, 2021).

É caracterizado como um setor estratégico para o Brasil especialmente por ser um balizador dos indicadores ligados a economia, já que é perfil do setor varejista ser o primeiro emprego de um grande número de pessoas (LIMA, 2020). Essa importância é notada pela contribuição ao produto interno bruto (PIB) das

diversas atividades econômicas, o setor de comércio que antes representava do valor adicionado ao PIB de 9,1% em 1996 passou a representar 12,7% do valor adicionado ao PIB no ano de 2017.

Segundo Serentino (2016), o setor varejista no Brasil passou por quatro grandes ciclos de mudanças de acordo com o ambiente social, econômico e tecnológico de cada período. Até 1993, o primeiro ciclo marca a instabilidade econômica oriunda dos períodos de grande inflação. O segundo ciclo se inicia logo após o plano real e finaliza em meados de 2002 marcando períodos de crise do real e crise internacional marcando início para a internacionalização do comércio de eletrônicos. O terceiro ciclo se inicia em 2003 caracterizado por uma transformação socioeconômica no país uma vez que o crédito ficou mais acessível a população. Esse efeito gerou uma grande aceleração no consumo favorecendo o crescimento do setor varejista. E por fim, o quarto ciclo inicia após 2013 com a maior maturidade e produtividade do setor ao desenvolver em maior velocidade o e-commerce que proporcionou mais diferenciação na experiência aos consumidores.

Para se ter uma dimensão da importância do setor na economia brasileira, entre os anos de 2000 a 2006, um período de ótimo desempenho da economia brasileira, o setor de consumo cíclico teve o melhor desempenho econômico-financeiro entre todos os subsetores listados na B3 (NEGRINI; JOAQUIM; FILHO, 2019).

No entendimento de Faleiros (2009) e Cota, Theiss e Vogt (2021), o comércio varejista vem sendo destaque nas últimas décadas, em razão das empresas estarem estruturadas ocorreu um aumento do faturamento, oriundo do processo de aquisições e fusões do setor. Contudo em relação a pandemia do Covid19, o trabalho de Shen, Fu, Pan, Yu e Chen (2020), evidenciou que o varejo foi um dos setores que mais sofreram impactos negativos, resultado de uma alta dependência do comércio internacional, alto fluxo de pessoas e interação social, isso provocou uma diminuição da demanda.

O varejo se entende como todas as atividades econômicas de venda de um bem ou serviço para o consumidor final (SBVC, 2019). Com isso, o Instituto Brasileiro de Executivos de Varejo & Mercado de Consumo (IBEVAR, 2019) estima que o setor varejista representou em 2018, 29,5% do Produto Interno Bruto (PIB). Além disso, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) calcula que em 2018 mais de sete milhões de pessoas estavam empregadas no setor varejista, o qual estava representado por aproximadamente 1,2 milhões de unidades comerciais.

Contudo evidenciou-se que cinco das oito atividades que integram o comércio varejista registraram recuo nas vendas em junho de 2019 em comparação junho do ano anterior. Assim destaca-se que o varejo vem perdendo importância mostrando um crescimento inferior se comparado com outros setores, isso é resultado da falta de dinamismo na recuperação econômica e o endividamento das famílias (SALOMÉ; DO NASCIMENTO SOUSA; DE SOUSA; SILVA, 2019).

Dentro esse grande número de empresas do setor, àquelas listadas na B3 são classificadas com base em alguns critérios, como por exemplo: identificação dos produtos e serviços que mais geram receita, participação acionária no setor maior ou igual a dois terços das receitas, entre outros (B3, 2021). Dessa forma, as empresas listadas que poderiam se enquadrar no setor varejista são as de consumo cíclico e não cíclico.

Em linhas gerais, o consumo cíclico é o setor que depende de um ciclo econômico para ter bons resultados, como por exemplo as pessoas compram mais roupas, viajam e consomem mais em momentos favoráveis da economia. Assim, as subcategorias se dividem entre: automóveis e motocicletas; construção civil; hotéis e restaurantes; tecidos, vestuário e calçados; utilidades domésticas; e viagens e lazer. Por outro lado, o setor de consumo não cíclico sofre uma menor influência dos movimentos econômicos uma vez que são considerados essenciais, como agropecuária, alimentação, saúde e itens de higiene pessoal, bebidas e comércio e distribuição (PANDINI; STÜPP; FABRE, 2018).

2.2 INDICADORES FINANCEIROS

Segundo os autores Schnorrenberger *et al.* (2013) o objetivo principal dos indicadores econômico-financeiros é apontar a posição atual da empresa enquanto fornece insumos para projeção do desempenho futuro, caso aquela situação seja evidenciada pelas análises de indicadores. Assim, é evidente que os indicadores mensurados por meio das demonstrações contábeis, auxiliam na avaliação dos impactos externos nas companhias, por exemplo o caso da pandemia (BRITO; BORGES; SANTOS; BRITO, 2021).

Além disso, os indicadores econômico-financeiros relacionam diferentes demonstrações contábeis, sendo eles, principalmente, Balanço Patrimonial (BP), Demonstração de Resultado do Exercício (DRE) e Demonstração do Fluxo de Caixa (DFC). Enquanto o primeiro possui a finalidade de evidenciar o cenário financeiro e patrimonial da organização, demonstrando a capacidade de liquidez, endividamento e de giro das operações (MARTINS; MIRANDA; DINIZ, 2014). A DRE revela o desfecho econômico em determinado período por meio de evidências do prejuízo, ou do lucro para remunerar o capital do investidor

(MATARAZZO, 2010). E por fim a DFC que mostra as origens de todos os recursos que uma empresa obteve em um certo período e como eles foram aplicados, o movimento de entradas e saídas do caixa da empresa (IUDÍCIBUS, 2017).

A seleção dos indicadores se deu através da revisão da literatura nas pesquisas sobre os indicadores econômico-financeiros de Nazareth e Carvalho (2013), Schnorrenberger *et al.* (2013), Battistella (2014), Ferreira (2014), Garcia (2014), Bellet *et al.* (2015) e Silva (2015).

Dessa forma, os índices e indicadores econômico-financeiros apontados na revisão da literatura podem ser divididos em três estruturas principais: (i) a liquidez, que revela a situação financeira da organização; (ii) a rentabilidade, que tange o resultado da operação; e, (iii) o endividamento, resultante do total das dívidas das organizações. Tais indicadores de análise das demonstrações contábeis são amplamente utilizados como variáveis explicativas para o desempenho econômico e financeiro das empresas (PANDINI *et al.*, 2018).

Os índices de liquidez selecionados neste trabalho são: (i) liquidez corrente, que demonstra a capacidade de pagamento da empresa a curto prazo, sendo assim, com interpretação: quanto maior melhor; (ii) liquidez seca, que indica a capacidade da empresa em honrar com as suas dívidas de curto prazo, porém, desconsiderando seus estoques, é interpretado da seguinte forma: quanto maior melhor; e, (iii) liquidez geral, revela a capacidade da empresa em liquidar as suas dívidas de curto e longo prazo, utilizando os recursos do ativo circulante e realizável ao longo prazo, também é interpretado por quanto maior melhor (MATARAZZO, 2010; GARCIA, 2014; HOFFMANN *et al.*, 2017; BRANDALISE, 2019).

Para Stanescos (2015) os indicadores de rentabilidade estão associados a capacidade da empresa em gerar lucros, por meio de suas receitas de vendas, do seu ativo e dos investimentos realizados pelos sócios e acionistas. Assim, considera-se para este estudo os indicadores de rentabilidade: margem líquida que representa a lucratividade obtida pela organização através de suas vendas, e retorno sobre ativos que é o quanto a empresa gera de lucro em relação ao total do seu ativo. Ambos os indicadores podem ser analisados com a polaridade: quanto maior melhor (BATTISTELLA, 2014; HOFFMANN *et al.*, 2017; ASSAF NETO, 2020)

3 METODOLOGIA

Esta pesquisa em termos de objetivos se caracteriza como descritiva, pois busca estudar e descrever a relação entre os indicadores econômico-financeiros das empresas varejistas de capital aberto na B3 (GIL, 2019).

Quanto aos procedimentos esta pesquisa é bibliográfica uma vez que utiliza alguns materiais como: livros, artigos e trabalhos já publicados sobre o tema endividamento, análise de balanços e indicadores econômico-financeiros (MARCONI; LAKATOS, 2021), como também utiliza da coleta de dados em documentos e relatórios oficiais emitidos pelas empresas disponíveis na base de dados Economatica.

Quanto a abordagem do problema, a pesquisa é quantitativa, pois realizada uma coleta de dados por meio do uso de medições de grandezas, já que utiliza de instrumentos numérico e financeiros para evidenciar a relação entre os indicadores das empresas de comércio varejista da B3 (PEREIRA; SHITSUKA; PERREIRA; SHITSUKA, 2018).

3.1 AMOSTRA DE ESTUDO

Este estudo tem como escopo analisar somente empresas de capital aberto na B3. Dessa forma, o setor econômico caracterizado pela bolsa de valores é de consumo cíclico, subsetor de comércio agrupando os segmentos de: tecidos, vestuário e calçados; eletrodomésticos; e produtos diversos. Do total de 18 empresas listadas sob essas características, somente 10 delas continham demonstrações contábeis públicas para os anos entre 2010 e 2020. A Tabela 1 apresenta estas empresas listadas.

Tabela 1 – Lista das empresas estudadas

SEGMENTO	**EMPRESAS**	
Tecidos, Vestuário e Calçados	Arezzo Co	Lojas Marisa
	Grazziotin	Lojas Renner
	Guararapes	
Eletrodomésticos	Magazine Luiza	Via Varejo
Produtos Diversos	B2W Digital	Saraiva Livraria

Lojas Americanas

Fonte: Autores (2021).

Segundo dados registrados nas demonstrações de resultado das 10 empresas, apresentados na Tabela 1, juntas elas movimentaram mais de 124 bilhões de reais somente em 2020 empregando cerca de 190 mil pessoas em todo o país.

3.2 COLETA DE DADOS

Os dados foram coletados por meio da base de informações e dados contábeis Economatica. Os dados referem-se aos consolidados anuais dos exercícios e indicadores entre os anos de 2010 e 2020, os quais foram coletados entre os dias 8 jul. 2021 e 12 jul. de 2021. Como ferramenta para auxílio dos cálculos estatísticos descritivos, foi-se utilizado Excel, o qual também foi meio para elaboração das tabelas e gráficos.

A Tabela 2 foi adaptado a partir dos trabalhos de Iudícibus (2017), Assaf Neto (2020), Lodetti e de Oliveira Ritta (2020), ela apresenta os indicadores das demonstrações contábeis já divididos entre os grupos sugeridos e sua fórmula de cálculo.

Tabela 2 – Indicadores para análise das demonstrações contábeis

TIPO	INDICADORES	FÓRMULAS
Liquidez	Liquidez Corrente	Ativo circulante / Passivo circulante
	Liquidez Seca	(Ativo circulante – Estoque – Despesas do Exercício seguinte) / Passivo Circulante
	Liquidez Geral	(Ativo circulante + Realizável a longo prazo) / (Passivo circulante + Passivo não circulante)
Rentabilidade	Margem Líquida	Lucro líquido / Receita operacional líquida
	Rentabilidade do Ativo (ROA)	Lucro líquido / Ativo total
Endividamento	Composição do Endividamento	Passivo circulante / (Passivo circulante + Passivo não circulante)
	Endividamento Total	(Passivo circulante + Passivo não circulante) / Ativo

Fonte: Adaptado de Iudícibus (2017); Assaf Neto (2020); Lodetti e de Oliveira Ritta (2020).

Após a coleta dos dados necessários para a análise dos indicadores apontados na Tabela 2, foi-se necessário tabular e tratar os dados para que fossem avaliados.

3.3 CORRELAÇÃO DE PEARSON

Com o levantamento dos indicadores, fez-se necessário validar e evidenciar a força de ligação e o grau de relação entre as variáveis selecionadas. Para Nunes e Sales (2022) a realização de uma análise de variáveis está relacionada ao grau de associação entre elas, assim, o coeficiente de correlação de Pearson é um procedimento estatístico empregado para medir a força, a direção linear e a relação entre pares de variáveis. Essa relação entre duas variáveis pode ser definida como a similaridade de ambas em suas distribuições em pares de dados (VAZ; FARRET, 2020).

O coeficiente de correlação Pearson "r" é um valor adimensional, ou seja, um parâmetro dentro do intervalo de -1 a +1, media de variância entre os pares de variáveis. Obtém-se o valor desse parâmetro calculando o coeficiente de correlação, que informa o grau de relação, mas não determina a existência de um vínculo de causalidade entre as variáveis, ou seja, a correlação apenas afere o grau de relação linear entre os fatores empregados (NUNES; SALES, 2022). Com estes disponíveis, o passo seguinte foi a análise das informações coletadas.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Este capítulo, apresenta os resultados e discussões oriundas das análises realizadas. Esta seção divide-se em análise do desempenho financeiro através de informações descritivas sobre as variáveis, os indicadores de liquidez, análise de rentabilidade e análise de endividamento. Ao final foi testada a correlação entre esses indicadores. A interpretação e os achados da pesquisa são apresentados ao longo das seções.

Foram empregadas um total de 110 observações, levando em consideração os anos de 2011 a 2017. Dentre as informações apresentadas na Quadro 1 encontram-se a média, mediana, desvio padrão, mínimo e máximo dos dados.

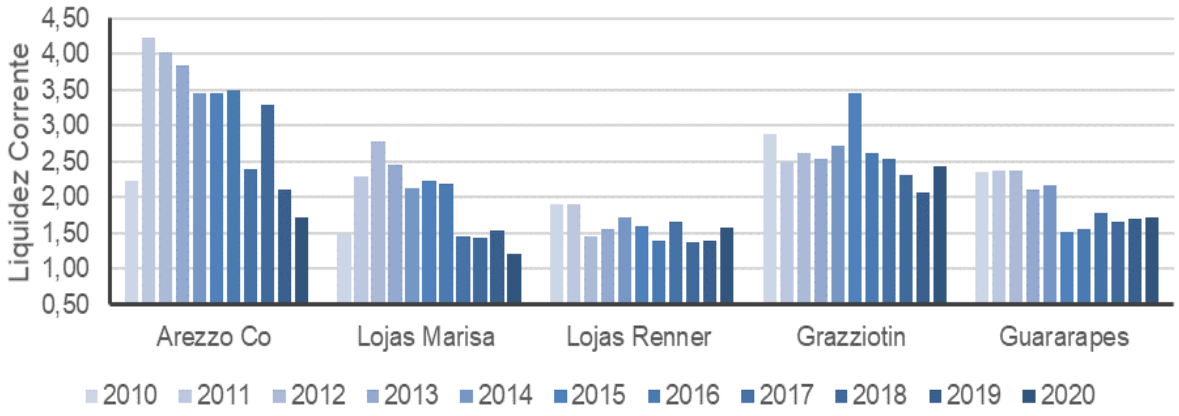
Quadro 1 – Descritivo das Variáveis Analisadas

VARIÁVEL	OBSERVAÇÕES	MÉDIA	MEDIANA	DESVIO PADRÃO	MÍNIMO	MÁXIMO
Liquidez Corrente	110	1,84085	1,65792	0,72600	0,60452	4,22581
Liquidez Seca	110	1,41966	1,27529	0,66071	0,38596	3,66497
Liquidez Geral	110	1,31847	1,19311	0,56367	0,24983	3,54867
Margem Liquida	110	2,47312	3,34148	18,75676	-170,35542	26,94236
ROA	110	2,79307	3,68642	14,71758	-125,94142	24,06584
Composição Endividamento	110	0,63405	0,65643	0,14574	0,24348	0,93271

Fonte: Autores (2021).

Dado o período de 11 anos considerado dentro da amostra para este trabalho, o Gráfico 1 apresenta o desenvolvimento do indicador da liquidez corrente para as empresas de tecido, vestuário e calçados.

Gráfico 1 – Indicador de Liquidez Corrente para empresas de tecido, vestuário e calçados



Fonte: Autores (2021).

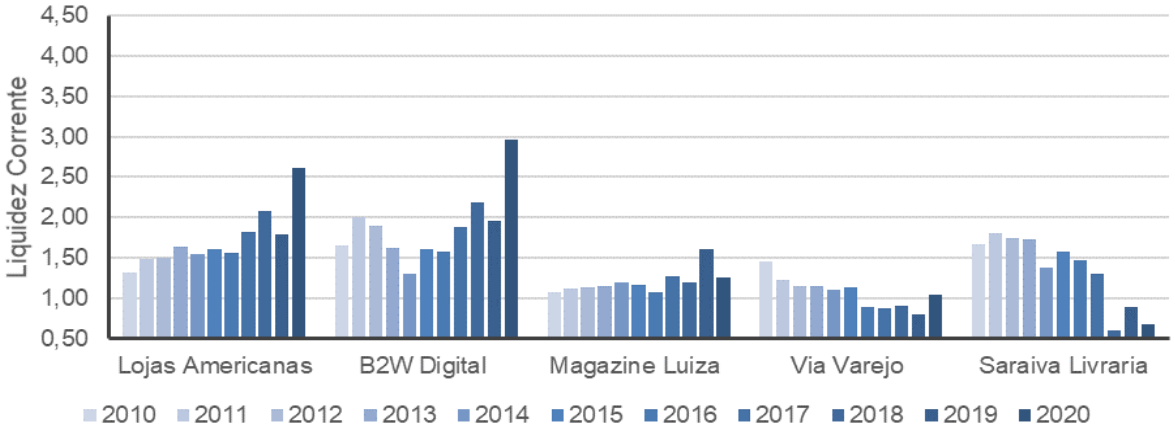
Nota-se que cada empresa, ainda que do mesmo segmento, apresenta uma estrutura diferente, bem como resultados diferentes. A liquidez corrente indica o quanto uma empresa possui de ativos no curto prazo para cada dívida. Em outras palavras, é dizer o quanto cada empresa possui de ativos de curto prazo para cada R$ 1,00 de dívidas de curto prazo. A intepretação do indicador leva a entender que quanto maior o índice de liquidez maior é a porção de ativo em relação às dívidas.

Assim, enquanto empresas como Arezzo e Lojas Marisa diminuíram a relação ativo circulante sobre passivo circulante no decorrer do intervalo, outras empresas como Lojas Renner e Grazziotin variaram a estrutura de capital com menor intensidade. Já para Guararapes, percebe-se que entre os anos de 2014 e 2015 houve uma quebra do patamar do índice, que saiu da média de 2,40 para 1,60 aproximadamente.

O Gráfico 2, assim como a anterior, apresenta a leitura do índice de liquidez corrente, porém para as companhias de eletrodomésticos e produtos diversos. Para este grupo de empresas, fica claro que a estrutura

entre ativo e passivo de curto prazo tem como quociente um resultado menor, levando a entender que a porção de ativos disponíveis de curto prazo é menor do que a das empresas de tecidos, vestuário e calçados.

Gráfico 2 – Indicador de Liquidez Corrente para empresas de eletrodomésticos e produtos diversos

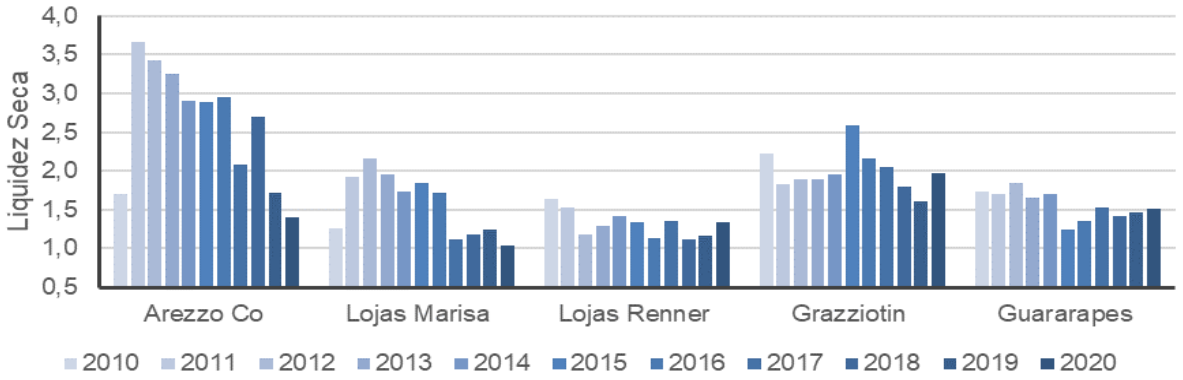


Fonte: Autores (2021).

Fica claro, graficamente, que no período avaliado tanto as Lojas Americanas como a B2W Digital passam a ganhar liquidez nos últimos quatro levantamentos, mostrando maior potencial de cumprir com os compromissos no curto prazo. Para empresas como Via Varejo e Saraiva Livraria o cenário é um pouco diferente. Uma vez que os indicadores apontam, nas leituras dos três últimos anos, um índice abaixo de um, isso sugere que a curto prazo, as empresas não apresentam condições de cumprir com os compromissos financeiros.

Assim, o Gráfico 3 apresenta a mesma relação de empresas analisadas sob o mesmo período amostral, porém agora, através da perspectiva de liquidez seca. Esta indica o quanto a empresa possui de ativos de curto prazo, porém desconsiderando os montantes relativos ao estoque e às despesas antecipadas. Como característica desse indicador, quanto maior o índice, melhores as condições da empresa cumprir com suas obrigações a curto prazo.

Gráfico 3 – Indicador de Liquidez Seca para empresas de tecido, vestuário e calçados



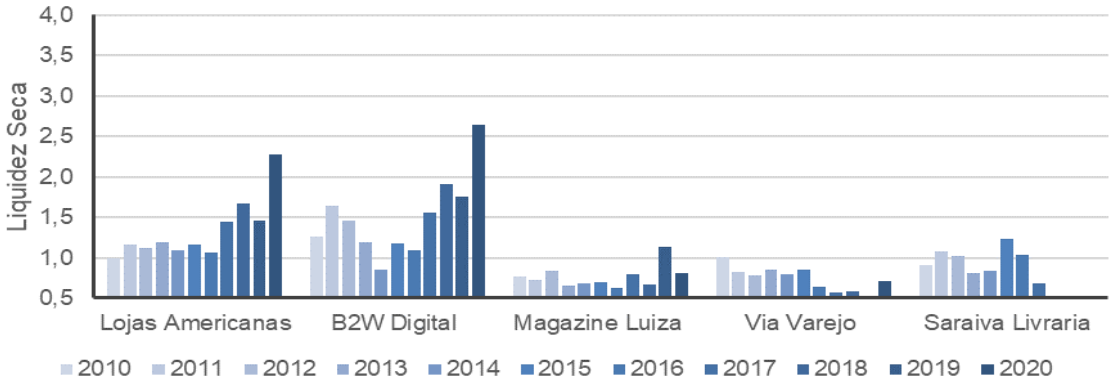
Fonte: Autores (2021).

Assim como apontado pelo indicador de liquidez corrente, as empresas de tecido, vestuário e calçados mostram alto potencial de arcar com as dívidas de curto prazo. Enquanto empresas como Lojas Renner, Guararapes e Grazziotin mantiveram um potencial médio, Arezzo Co e Lojas Marisa perderam parte da sua liquidez.

Ao considerar a leitura de 2019 e 2020 nota-se que Lojas Marisa está a margem do índice, ou seja, o poder de solvência de obrigações de curto prazo está muito próximo aos recursos disponíveis. Isso evidencia que durante a pandemia do COVID-19 a empresa perdeu os ativos excedentes de curto prazo que tinha disponível.

Já o Gráfico 4 apresenta uma visão similar, porém com as leituras para as empresas de eletrodomésticos e produtos diversos.

Gráfico 4 – Indicador de Liquidez Seca para empresas de eletrodomésticos e produtos diversos

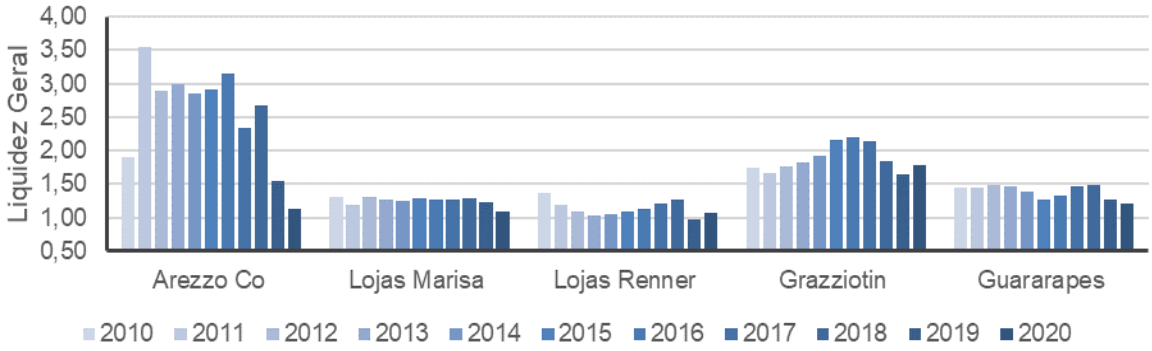


Fonte: Autores (2021).

Diferentemente da leitura das outras empresas de consumo cíclico, o indicador de liquidez seca evidencia como Magazine Luiza, Via Varejo e Saraiva são dependentes dos estoques para cumprir com os compromissos de curto prazo, uma vez que o quociente resultante do indicador é menor do que um, ou seja, o total de passivo circulante é menor do que o ativo circulante restado do estoque e das despesas antecipadas. Isso sugere que essas empresas necessitam de capital de terceiros para custear as operações de curto prazo.

Para completar os indicadores relacionados a liquidez da empresa, analisou-se a liquidez geral. Este corresponde a quanto a empresa possui de ativos de curto e longo prazo para cada R$ 1,00 de passivo de curto prazo. O Gráfico 5 apresenta esta leitura para as empresas de tecido, vestuário e calçados.

Gráfico 5 – Indicador de Liquidez Geral para empresas de tecido, vestuário e calçados

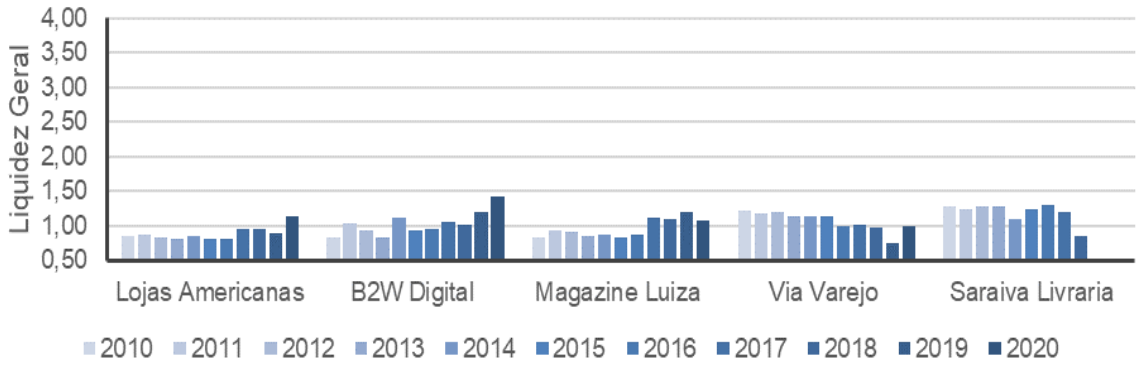


Fonte: Autores (2021).

De forma geral, as empresas desse segmento apresentam condições satisfatórias para cumprir com os compromissos totais. Enquanto Arezzo perdeu, ao longo do período estudado, parte da sua capacidade de liquidação a curto prazo, isso não impactou na sua condição de arcar com esses compromissos. Já para as Lojas Marisa e Renner há ativos suficientes para cobrir as necessidades mais correntes, ainda que de certa forma ela esteja as margens de seus compromissos. Isso demanda um controle exímio de caixa e do ciclo financeiro. Guararapes e Grazziotin se destacam pelos ativos excedentes comparados às suas obrigações, atingindo, no caso da Guararapes a quase duas vezes a disponibilidade de ativos.

A leitura do Gráfico 6 apresenta a liquidez geral para as empresas de eletrodomésticos e produtos diversos. O gráfico evidência que todas as empresas, em algum momento do período da amostra, não tiveram condições satisfatórias para liquidar os compromissos totais. Enquanto Lojas Americanas, B2W Digital e Magazine conseguiram alcançar solvência total dos compromissos na última leitura, Via Varejo e Saraiva fecharam o mesmo período em condições pouco satisfatórias, o que sugere uma necessidade de capital de terceiros para composição das necessidades de curto prazo.

Gráfico 6 – Indicador de Liquidez Geral para empresas de eletrodomésticos e produtos diversos

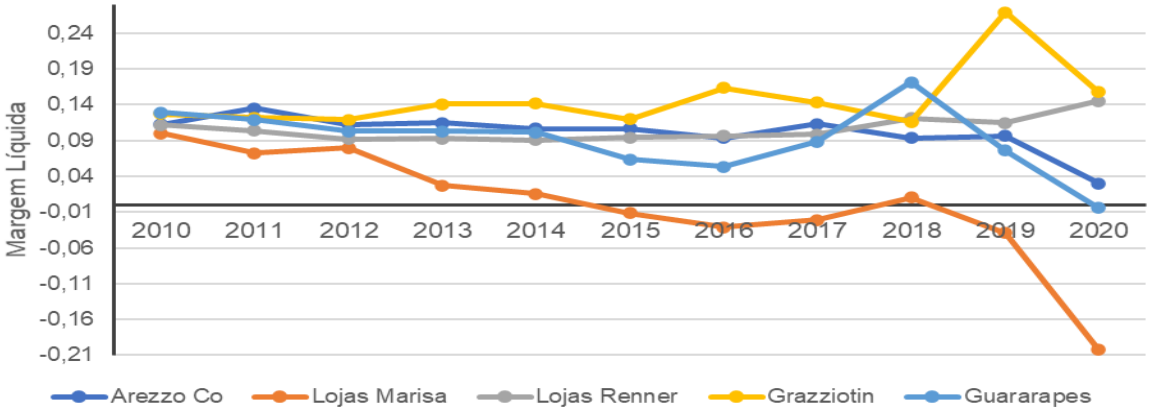


Fonte: Autores (2021).

Uma vez coberta a análise de liquidez que aclara a situação financeira da empresa, então é possível aprofundar o estudo através dos indicadores de rentabilidade para uma melhor observação dos resultados da operação.

O primeiro indicador analisado foi a margem líquida. Esta representa percentualmente a geração de lucro de uma empresa após as deduções de vendas, e também das despesas operacionais e tributos sobre o lucro. Ou seja, é a porção das vendas remanescentes após a dedução de todos os custos e despesas. Assim, para sua leitura, quanto maior a margem melhor para o negócio. O Gráfico 7 demonstra a evolução das margens líquidas das empresas de tecido, vestuário e calçados para o intervalo da amostra.

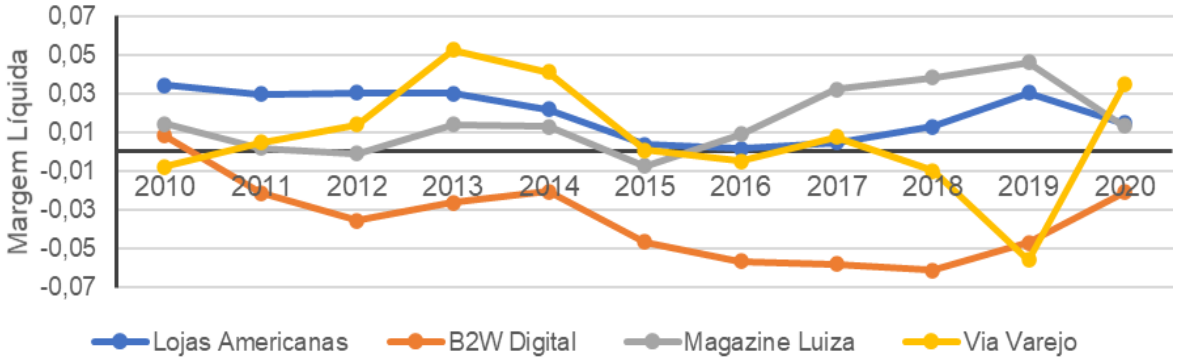
Gráfico 7 – Indicador de Margem Líquida para empresas de tecido, vestuário e calçados



Fonte: Autores (2021).

Pode-se analisar que durante os períodos de 2010 a 2014 as margens de todas as empresas, exceto Lojas Marisa, se mantiveram em uma boa média. Entretanto, entre os anos de 2019 e 2020, com a entrada da pandemia do COVID-19 fica evidente perda de margem de todas as empresas, exceto Lojas Renner, que conseguiu aumentar ainda mais sua margem. Com base nesse índice, é possível notas que as Lojas Marisa apresentam, nas últimas seis leituras, cinco aferências com margens negativas, ou seja, a empresa vem apresentando prejuízo operacional. Assim sendo, o Gráfico 8 mostra a mesma leitura, porém para aquelas empresas do segmento de eletrodomésticos e produtos diversos.

Gráfico 8 – Indicador de Margem Líquida para empresas de eletrodomésticos e produtos diversos

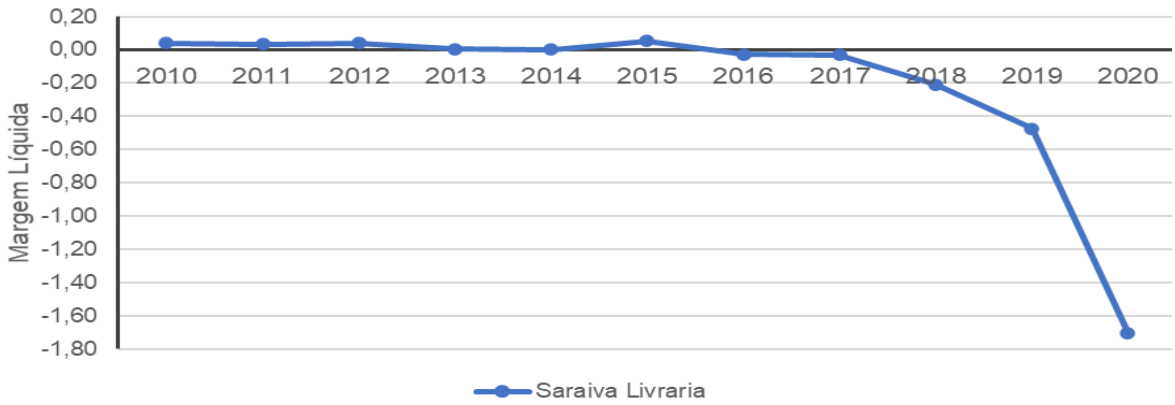


Fonte: Autores (2021).

Destaca-se nessa leitura, a diferença entre a composição das margens das empresas do setor anterior com as do grupo de eletrodomésticos e produtos diversos. Enquanto o primeiro continha margens satisfatórias, este apresenta, em média, um terço das margens das demais. Enquanto a B2W Digital apresentou margens negativas por quase toda a leitura, as Lojas Americanas apresentaram margens positivas no mesmo intervalo de tempo. Dois pontos marcantes ficam evidentes no Gráfico 8, o primeiro em 2015 onde boa parte das empresas perdeu margem.

O segundo evento, a pandemia de 2020, levando Magazine Luiza e Lojas Americanas a perder aproximadamente metade da margem do ano anterior. Destaque para Via Varejo que saiu de uma margem de -5,6% para +3,5%, crescimento de 9,1%. Entre esse grupo de empresas, uma, em especial, apresentou resultados expressivos, os quais estão presentes no Gráfico 9.

Gráfico 9 – Indicador de Margem Líquida Saraiva Livraria

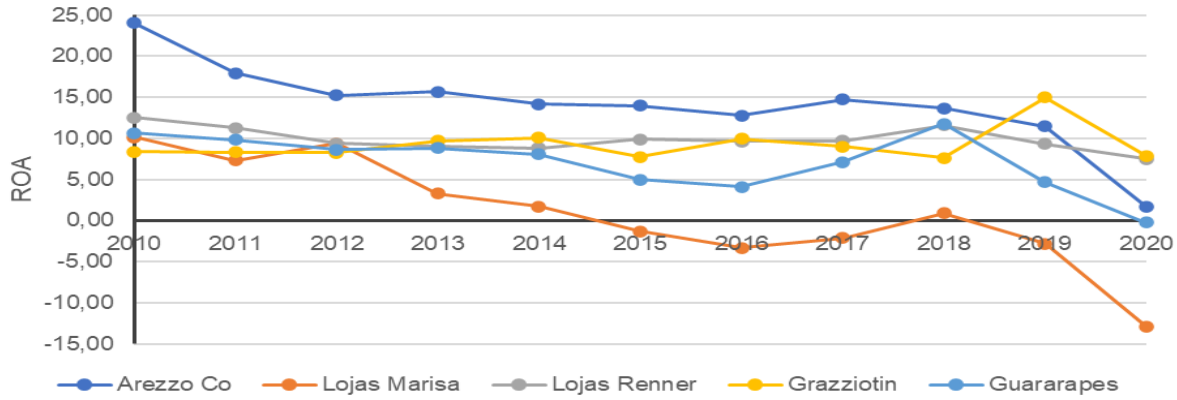


Fonte: Autores (2021).

Se desponta aos resultados apresentados até o momento as margens da Saraiva que desde 2016 apresenta índices negativos. Não o bastante, esse resultado vem se agravando ano após ano e em 2020 registrou uma margem de -170,4%. Isso leva a entender a dificuldade da empresa em trazer resultados operacionais positivos.

Como complemento do indicador de rentabilidade, analisou-se o retorno sobre o ativo que corresponde a quanto de retorno, em termos percentuais, uma empresa retorna a cada R$ 100,00 investidos no ativo total. Dessa forma, quanto maior o retorno apontado pelo índice melhor. O Gráfico 10 retrata uma leitura para Arezzo, Lojas Marisa e Renner, Grazziotin e Guararapes.

Gráfico 10 – Indicador de Retorno sobre Ativo para empresas de tecido, vestuário e calçados

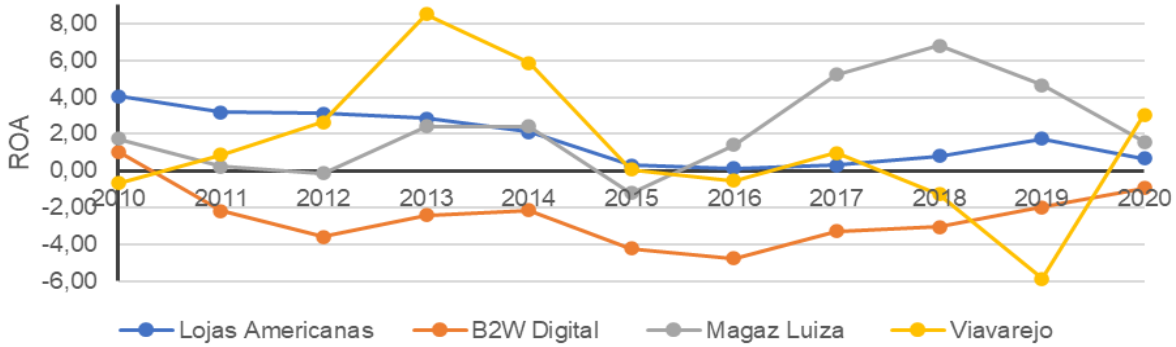


Fonte: Autores (2021).

De forma geral, as empresas mostram retornos satisfatórios sobre os seus ativos. Nota-se que de 2019 para 2020 houve uma queda significativa no índice, isso sugere que as empresas tiveram uma representação menor do lucro líquido pelo ativo comparado a leituras anteriores. O resultado apresentado pelas Lojas Marisa acompanha os resultados apontados no indicador de margem líquida reforçando o prejuízo nos exercícios de 2019 e 2020.

O Gráfico 11 apresenta o ROA para as empresas Lojas Americanas, B2W Digital, Magazine Luiza, e Via Varejo.

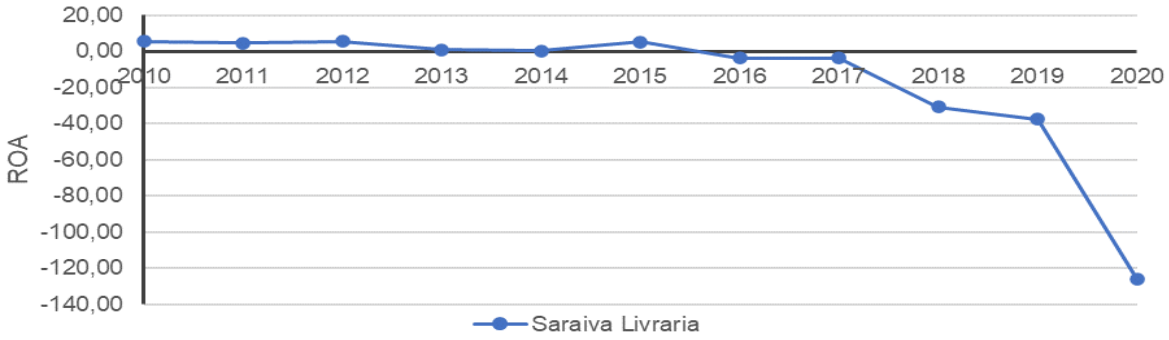
Gráfico 11 – Indicador de Retorno sobre Ativo para empresas de eletrodomésticos e produtos diversos



Fonte: Autores (2021).

Os retornos sobre ativos das empresas de eletrodomésticos e produtos diversos tem composição diferente ao de outras empresas do comércio varejista de consumo cíclico. Assim como evidenciado na margem líquida o índice de retorno para este segmento tem retorno abaixo em comparação com o outro grupo. O que demonstra a alta composição de ativos da empresa em referência ao resultado líquido apresentado por ela. Destaca-se aqui a recuperação da Magazine Luiza pós crise de 2015 e da Via Varejo em 2020 se opondo a queda dos resultados dos demais. O Gráfico 12 trata da Saraiva Livraria, que apresentou na leitura anterior margens líquidas incrivelmente negativas.

Gráfico 12 – Indicador de Retorno sobre Ativo para Saraiva Livraria

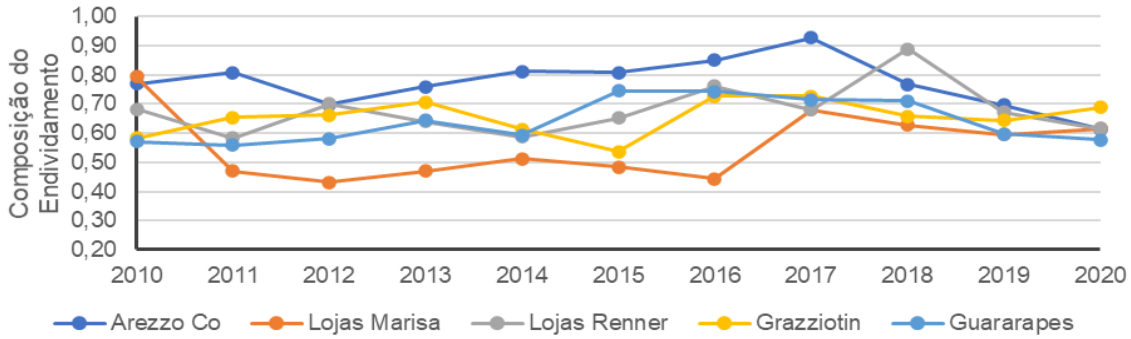


Fonte: Autores (2021).

Em consonância com a leitura do Gráfico 9, o retorno sobre os ativos da Saraiva apresenta índices negativos, isso reforça o resultado operacional negativo da companhia. Com a composição do índice negativa entende-se que a empresa não está tendo retorno sobre os ativos, mas sim está sendo sustentada através de capital de terceiros.

Analisados os indicadores de liquidez e rentabilidade, o passo seguinte são os indicadores de endividamento. O primeiro índice analisado foi a composição do endividamento. Este indica o quanto a empresa possui de dívidas de curto prazo para cada R$ 1,00 de passivo total, ou seja, o índice revela o quanto das dívidas da empresa são de curto prazo. Já o Gráfico 13 demostra a composição de endividamento para as empresas de tecido, vestuário e calçados.

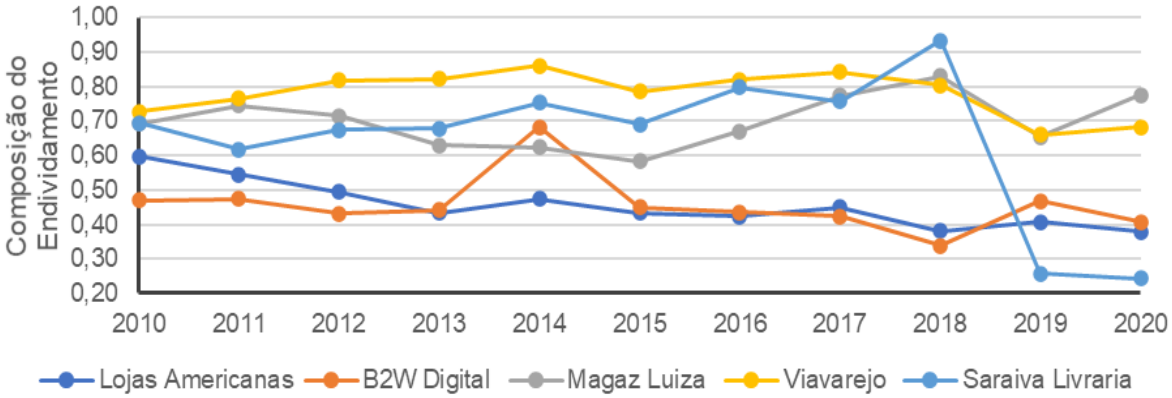
Gráfico 13 – Composição do Endividamento para empresas de tecido, vestuário e calçados



Fonte: Autores (2021).

Uma vez que a interpretação desse indicador é quanto menor o índice melhor a composição de endividamento, a leitura da amostra sugere que todas as empresas apresentam um grau elevado de obrigações a curto prazo, ficando entre 55 e 70% do total passivo total. Desse modo o Gráfico 14 apresenta as informações para as demais empresas da amostra.

Gráfico 14 – Composição do Endividamento para empresas de eletrodomésticos e produtos diversos

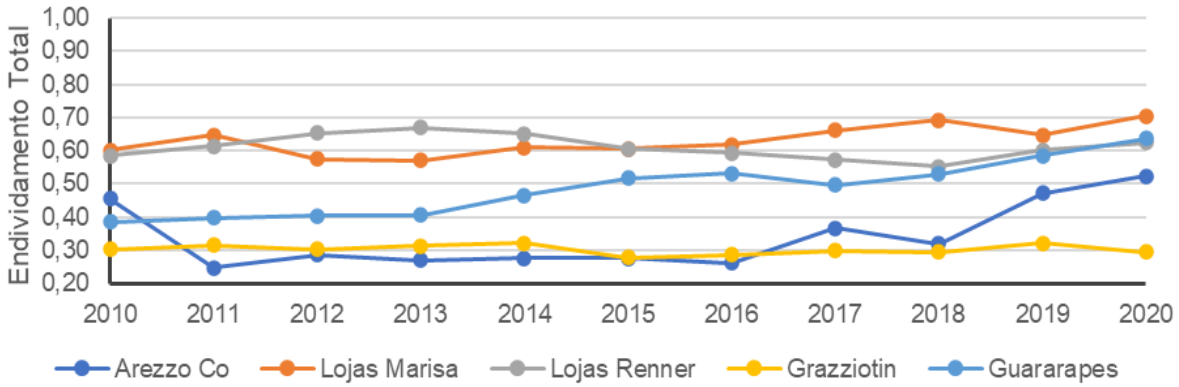


Fonte: Autores (2021).

Uma vez que a empresa apresenta alto índice de composição de endividamento de curto prazo, entende-se que ela contém uma menor parcela do seu passivo total em obrigações de longo prazo, ou seja, o esforço operacional necessário para disponibilizar recursos de curto prazo é maior, podendo levar a empresa a arcar com mais custos de interesses para financiar e dar liquidez as operações.

Com isso, se faz necessário analisar o endividamento total, para evidenciar o quanto a empresa possui de obrigações com terceiros para cara R$ 1,00 de ativo total da empresa. Para este indicador, quanto menor o grau de obrigações com terceiros, melhor. Vemos que o Gráfico 15 expõe a composição do endividamento total para empresas de tecido, vestuário e calçados.

Gráfico 15 – Indicador de Endividamento Total para empresas de tecido, vestuário e calçados

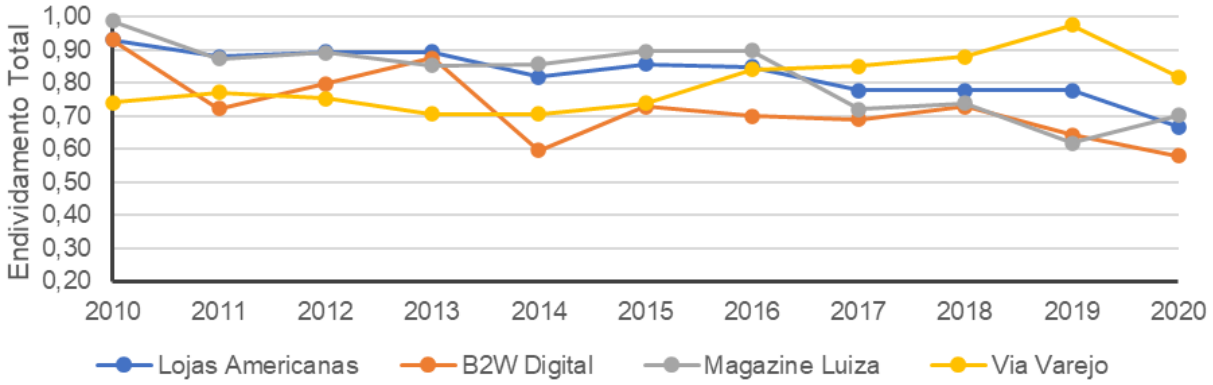


Fonte: Autores (2021).

Destaca-se no Gráfico 15 o grau de endividamento total das empresas Lojas Marisa, Lojas Renner e Guararapes que indicam ter mais de 60% de do total de seus ativos em dívidas com terceiros. Isso sugere que em algum momento essas empresas utilizaram de recursos de terceiros para alavancar ou até mesmo operacionalizar os resultados da empresa. Outro ponto de destaque está na empresa Grazziotin, que compõe aproximadamente 30% dos seus ativos como obrigações a terceiros.

O Gráfico 16 traz o comparativo de endividamento total para os setores de eletrodomésticos e produtos diversos.

Gráfico 16 – Indicador de Endividamento Total - empresas de eletrodomésticos e produtos diversos

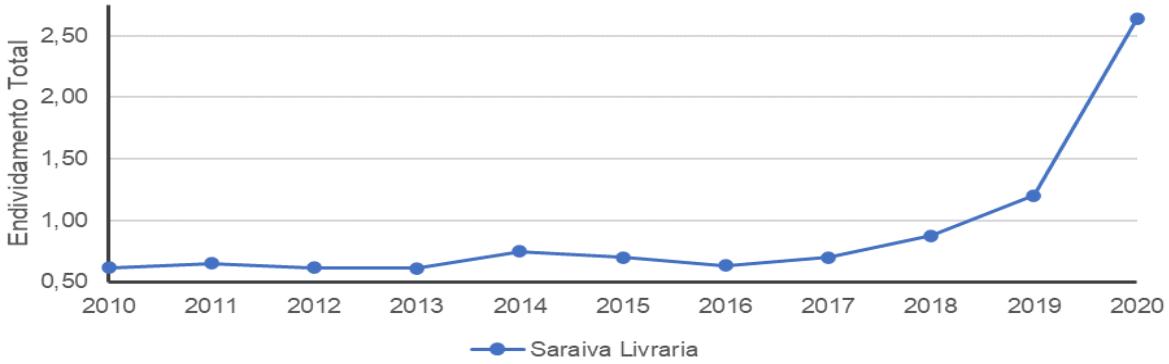


Fonte: Autores (2021).

Diferentemente do endividamento total das empresas do outro segmento, para o setor de eletrodomésticos e produtos diversos a grande parte das leituras mostrou que o índice está acima de 60%. Isso demonstra o alto grau de endividamento que as empresas do comércio varejistas necessitam para a operação acontecer. Destaca-se no Gráfico 16 o alto grau de endividamento da Via Varejo em 2019 e como esses recursos foram importantes para que a empresa pudesse melhorar as margens líquidas e obter melhor retorno sobre o ativo em 2020.

Diferentemente da Via Varejo, a Saraiva não obteve os mesmos resultados, temos o Gráfico 17 que apresenta o endividamento total dela.

Gráfico 17 – Indicador de Endividamento Total para Saraiva Livraria



Fonte: Autores (2021).

Fica evidente que ao longo das leituras a empresa mantinha uma média de endividamento em 60%, que condiz com a leitura das demais empresas varejistas de consumo cíclico. Entre tanto, a partir de 2017 a necessidade de capital de terceiros cresceu a altos patamares chegando a 263% em 2020. Isso quer dizer que a empresa está sendo totalmente operacionalizada por capital de terceiros, reforçando ainda mais o resultado da margem líquida negativa, do retorno sobre ativo negativo e da baixa composição do endividamento a curto prazo.

Em vista disso, foi-se elaborada uma correlação dos indicadores para que fosse possível entender a força relacionamento entre elas.

4.1 CORRELAÇÃO DAS VARIÁVEIS

Uma vez analisados os indicadores sugeridos no trabalho, foi-se, posteriormente, calculado a matriz de correlação das variáveis. Para efetuar os cálculos dos coeficientes de correlação, as variáveis selecionadas foram substituídas por uma simbologia alfabética (X), onde:

- Liquidez corrente: X1
- Liquidez seca: X2
- Liquidez geral: X3
- Margem líquida: X4
- Rentabilidade do ativo (ROA): X5
- Composição do endividamento: X6
- Endividamento total: X7

A interpretação dos dados é obtida através do teste de correlação. Este define um padrão de análise, com o intuito de verificar a magnitude dos coeficientes. Na classificação utilizada por Vaz e Farret (2020) presentes no Quadro 2, os valores positivos representam uma amostra com relação emergente, enquanto os valores negativos representam relação imergente. Ou seja, quanto mais a medida se aproxima do -1 ou do +1 mais forte será.

Quadro 2 – Matriz dos coeficientes de correlação

COEFICIENTE PEARSON "R"	INTERPRETAÇÃO
±0,90 a ±1,00	Correlação positiva (negativa) muito alta
±0,70 a ±0,90	Alta correlação positiva (negativa)
±0,50 a ±0,70	Correlação positiva (negativa) moderada
±0,30 a ±0,50	Baixa correlação positiva (negativa)
±0,00 a ±0,30	Correlação insignificante

Fonte: Vaz e Farret (2020).

Desse modo, conclui-se que a variação do coeficiente de correlação está entre -1,00 e +1,00, significando que, quanto mais próximo de 1 (negativo ou positivo) maior é o grau de relação estatística entre as variáveis, e que, quanto mais próximo de 0, mais fraca será essa interação. O Quadro 3 traz a matriz de correlação entre as variáveis selecionadas para esse trabalho.

Quadro 3 – Matriz dos coeficientes de correlação

X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	
1,0000	0,9800	0,8602	0,3583	0,4208	-0,0434	-0,6806	**X1**
	1,0000	0,8461	0,3411	0,4052	-0,0473	-0,6564	**X2**
		1,0000	0,4033	0,4767	0,4202	-0,7312	**X3**
			1,0000	0,9782	0,3754	-0,8438	**X4**
				1,0000	0,3960	-0,8430	**X5**
					1,0000	-0,3766	**X6**
						1,0000	**X7**

Fonte: Autores (2021).

Dentre as sete variáveis empregadas, pode-se afirmar que a variável X2 (liquidez seca) demonstra ser a de maior valor positivo (+0,9800), ou seja, apresenta alto grau de correlação positivo com a variável X1 (liquidez corrente). O segundo maior valor positivo (+0,9782) demonstra a alta correlação entre as variáveis X5 (ROA) e X4 (margem líquida). Estas mesmas duas variáveis apresentaram uma correlação negativa muito alta (-0,84) em relação ao endividamento total, representado por X7. Outro fator relevante foi a resposta da relação entre a liquidez corrente (X1) e seca (X2) com a composição do endividamento (X6) mostrando uma correlação ausente, ou insignificante.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo teve o objetivo de verificar quais os níveis de endividamento das principais empresas do setor de varejo listadas na B3. Para isso buscou-se levantar informações que demonstrem a evolução dos indicadores econômico-financeiros por meio de tabelas comparativas, gráficos e tratamento estatístico de dados utilizando média e porcentagens.

Para essa análise abordou-se três perspectivas fundamentais da análise e desenvolvimento dos indicadores econômico-financeiros: a situação financeira através dos índices de liquidez; a rentabilidade, que tange o resultado da operação, ou seja, a situação econômica; e, os quocientes de endividamento, resultante do total das dívidas das organizações, ou seja retratam sua estrutura de capital.

No período pré-pandemia, entre 2010 e 2018, as evidências sobre a rentabilidade das empresas corrobora com os resultados de Negrini, Joaquim e Filho (2019) e Araújo *et al.* (2021), onde a crise fiscal brasileira não impactou negativamente na rentabilidade das empresas do setor cíclico, já que os indicadores mostram certa estabilidade no período, de modo que não houve crescimento significativo.

Nota-se que os impactos ocasionados pela crise decorrente da pandemia do Covid19 sobre a maioria das empresas pesquisadas foram negativos em alguns aspectos (SHEN *et al.*, 2020). Isso corrobora a literatura, pois empresas pertencentes ao setor de consumo cíclico têm seu desempenho influenciado por variações na economia, seja por recessões ou expansões econômicas, uma vez que produzem ou vendem bens tidos como não de primeira necessidade ou que o consumo pode ser reduzido (PANDINI *et al.*, 2018; ARAÚJO *et al.*, 2021; COTA; THEISS; VOGT, 2021).

No geral durante o período do estudo o grau de endividamento médio de curto prazo das empresas ficou entre 55% e 70% do passivo total, ou seja, uma enorme necessidade de capital de terceiros. Isso pode explicar por que algumas empresas tiveram aumentos nos índices de liquidez de 2019 para 2020, necessidade de capital de giro de curto prazo por meio de aumento do endividamento para cobrir as dívidas prejudicando o retorno sobre o ativo entre 2019 e 2020. Outro detalhe é que ficou evidente que com a evolução do varejo por meio do *e-commerce*, ou seja, esse entendimento é visto também em Brito *et al.* (2021), onde as empresas que estavam mais presentes e estruturadas nesse canal de vendas responderam melhor às variações econômicas ocorridas no período.

O presente trabalho contém, no entanto, limitações, pois restringiu-se às análises de apenas 3 tipos de indicadores empresariais, é importante incluir análise de faturamento, capital de giro e de atividades. Além disso, pode-se mencionar a pequena quantidade de empresas estudadas (amostra) e ausência de um teste estatístico robusto para validação.

Com isso, sugere-se para pesquisas posteriores confrontar informações de outras empresas do varejo de consumo não cíclico e com participações relevantes no mercado de capitais, além da replicação deste estudo em outros setores de empresas de materiais básicos, bens industriais, financeiro, saúde, telecomunicações, utilidade pública, a fim de verificar se existe relação entre o desempenho de tais empresas e a economia brasileira. E deve-se avaliar as especificidades das empresas, pois é crucial entender o contexto interno e

externo de cada organização para entender os impactos de uma crise e suas possíveis implicações nos indicadores.

REFERÊNCIAS

ARAUJO, J.; PEREIRA, P. G.; HOLANDA, A. P.; OLIVEIRA, T. E. Rentabilidade e crise: estudo nas empresas de consumo cíclico. **Brazilian Journals of Business**, v. 3, n. 2, p. 1455-1468, 2021.

ASSAF NETO, A. **Estrutura e análise de balanços: um enfoque econômico-financeiro**. 12ª ed. São Paulo, Atlas, 2020.

BARROSO, T. F.; VIANNA, D. S. D. C.; QUEIROZ, J. M.; FELIX, R. M. D. S. Governança Corporativa: Uma Comparação entre O Grau de Divulgação das Empresas do Varejo e as de Outros Setores da B3. **Congresso USP de Iniciação Científica em Contabilidade**, XVIII, Anais. São Paulo, 2021.

BATTISTELLA, D. C. **Análise financeira em empresas do mesmo ramo: a utilização de índices padrões estatísticos**. 2014. 148 f. Monografia de Conclusão de Curso, Universidade de Passo Fundo, Casca,2014. Disponível em: http://repositorio.upf.br/handle/riupf/432

BELLET, C.; MELAZZO, E. S.; SPOSITO, M. E. B.; LLOP, J. M. **Urbanización, producción y consumo en ciudades medias/intermedias**. 1ª ed. Presidente Prudente e Lleida: Universitat de Lleida, 2015.

BRANDALISE, S. P. P. **O comportamento dos indicadores econômico-financeiros de três empresas varejistas da B3 e suas influências na variação dos preços de suas ações**. 2019. 56f. Trabalhos de Conclusão de Curso, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019. Disponível em: http://hdl.handle.net/10183/215237

BRASIL, BOLSA, BALCÃO - B3. **Critério de Classificação**. Produtos e Serviços. São Paulo, 2021. Disponível em: http://www.b3.com.br/pt_br/produtos-e-servicos/negociacao/renda-variavel/acoes/consultas/criterio-de-classificacao/

BRITO, C. S.; BORGES, C. M.; SANTOS, W. F.; BRITO, A. C. 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 - Unigoiás**, v.2, n. 2, p. 1-25, 2021.

COTA, G. S.; THEISS, V.; VOGT, M. A Pandemia de Covid-19 no Desempenho das Empresas de Consumo Cíclico Listadas na B3. **Congresso UFSC de Controladoria e Finanças**, XI, Anais. Florianópolis, 2021.

FALEIROS, J. P. M. Comércio varejista: uma análise do comportamento do volume de vendas sob uma perspectiva não linear. **Revista do BNDES**, v. 32, n. 158, p. 157-182, 2009.

FERREIRA, L. B. **Inovação no varejo: estudo de casos em grandes redes varejistas**. 2014. 328f. Tese de Doutorado, Universidade de Brasília, Université d'AixMarseille, Brasília, 2014. Disponível em: https://repositorio.unb.br/handle/10482/17961

GARCIA, T. C. **Análise dos ciclos de caixa: econômico, operacional e financeiro de uma empresa de comércio varejista de tecidos localizada no município de Criciúma – SC, no período do ano de janeiro a junho de 2014**. 2014. 63f. Trabalho de Conclusão de Curso, Universidade do Extremo Sul Catarinense, Criciúma, 2014. Disponível em: http:///repositorio.unesc.net/handle/1/3270

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 7ª ed. São Paulo: Atlas, 2019.

HOFFMANN, E.; KICH, M. C.; NASCIMENTO, M.; DE LIZ, L. A. Análise dos indicadores econômico-financeiros das empresas varejistas Magazine Luiza e Via Varejo. **Revista de Administração e Negócios da Amazônia**, v.9, n. 3, p. 60-82, 2017.

INSTITUTO BRASILEIRO DE EXECUTIVOS DE VAREJO & MERCADO DE CONSUMO - IBEVAR. **Ranking IBEVAR elenca as maiores e mais admiradas varejistas do país**. São Paulo, 2021. Disponível em: https://www.ibevar.org.br/ranking-ibevar-2019

IUDÍCIBUS, S. **Análise de Balanços**. 11ª ed. São Paulo, Atlas, 2017.

LIMA, É. M. **Análise dos indicadores financeiros das empresas de capital aberto atuantes no setor varejista de consumo cíclico: aplicação da técnica de *clustering* como ferramenta para análise de desempenho**. 2020. 60f. Trabalho de Conclusão de Curso, Universidade Federal de Pernambuco, Caruaru, 2020. Disponível em: https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/43435

LODETTI, E.; DE OLIVEIRA RITTA, C. Análise da situação econômico-financeira de uma empresa varejista listada na bolsa de valores B3. **Revista Científica da Ajes**, v. 9, n. 19, 2020.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos da metodologia científica**. 9ª ed. São Paulo: Atlas, 2021.

MARTINS, E.; MIRANDA, G. J.; DINIZ, J. A. **Análise didática das demonstrações contábeis**. 1ª ed. São Paulo, Atlas, 2014.

MATARAZZO, D. C. **Análise financeira de balanços: abordagem gerencial**. 7ª ed. São Paulo, Atlas, 2010.

NAZARETH, L. G. C.; CARVALHO, F. M. Análise de liquidez em empresas pequenas e médias: possibilidades ampliadas pela obrigatoriedade da DFC em empresas do setor de comércio varejista. **Revista da Micro e Pequena Empresa**, v. 7, n. 2, p. 18-33, 2013.

NEGRINI, M.; JOAQUIM, C. V.; FILHO, F. C. C. Demonstração de Valor Adicionado: análise das empresas de consumo cíclico em período de crise. **Congresso USP de Iniciação Científica em Contabilidade**, XVI, Anais. São Paulo, 2019.

NUNES, R. V.; SALES, G. A. W. O Legado Socioeconômico do Estado Brasileiro e Chileno durante os Governos Militares. **Revista de Economia Política e História Econômica**, v. 17, n. 47, p. 37-64, 2022.

PANDINI, J.; STÜPP, D. R.; FABRE, V. V. Análise do impacto das variáveis macroeconômicas no desempenho econômico-financeiro das empresas dos setores de Consumo Cíclico e Não Cíclico da BM&FBovespa. **Revista Catarinense da Ciência Contábil**, v. 17, n. 51, 2018.

PEREIRA, A. S.; SHITSUKA, D. M.; PERREIRA, F. J.; SHITSUKA, R. **Metodologia da Pesquisa Científica**. 1ª ed. Santa Maria: UFSM, NTE, 2018.

SALOMÉ, F. F. S.; DO NASCIMENTO SOUSA, R. M.; DE SOUSA, R. E. A.; SILVA, V. G. M. O impacto da pandemia do COVID-19 na gestão financeira das micro e pequenas empresas do setor varejista de Cláudio-MG. **Research, Society and Development**, v. 10, n. 6, p. e36910615303-e36910615303, 2021.

SCHNORRENBERGER, D.; MARTINS, V.; LUNKES, J. R.; GASPARETTO, V. Utilidade percebida do planejamento orçamentário: Estudo comparativo nas empresas do setor de comércio varejista de materiais de construção e de transporte coletivo. **Revista Administração em Diálogo**, v. 15, n. 2, p. 79-102, 2013.

SHEN, H.; FU, M.; PAN, H.; YU, Z.; CHEN, Y. The Impact of the COVID-19 Pandemic on Firm Performance. **Emerging Markets Finance and Trade**, v. 56, n. 10, p. 2213-2230, 2020.

SILVA, G. C. D. **Análise do desempenho econômico-financeiro de empresas da região do Vale do Taquari - RS**. 2014. 111f. Monografia de Graduação, Universidade do Vale do Taquari, Lajeado, 2014. Disponível em: http://hdl.handle.net/10737/784

SOCIEDADE BRASILEIRA DE VAREJO E CONSUMO - SBVC. **Varejo brasileiro ganha produtividade para superar crise**. Notícias. São Paulo, 2018. Disponível em: http://sbvc.com.br/varejo-ranking300-2018-produtividade-crise/

STANESCOS, D. M. **Uma Análise Longitudinal de Índices Financeiros: Estudo de Caso na Construção Civil**. 2015. 80f. Trabalho de Graduação, Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: http://repositorio.poli.ufrj.br/monografias/monopoli10012975.pdf

VAZ, E. F.; FARRET, F. A. Correlações de Pearson entre o Consumo de Energia Elétrica e os Índices de Desenvolvimento Humano e Econômico. **Congresso Brasileiro de Automática-CBA**. Anais, v. 2, n. 1, 2020.