

**UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS**  
**UNIDADE ACADÊMICA DE GRADUAÇÃO**  
**CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**MARTINA HARTWIG STRELOW**

**ANÁLISE DOS PRINCIPAIS IMPACTOS NOS INDICADORES ECONÔMICO-  
FINANCEIROS DE EMPRESAS DO SETOR DE VESTUÁRIO E PRINCIPAIS  
ESTRATÉGIAS ADOTADAS APÓS A PANDEMIA DA COVID-19**

**Porto Alegre**  
**2021**

MARTINA HARTWIG STRELOW

**ANÁLISE DOS PRINCIPAIS IMPACTOS NOS INDICADORES ECONÔMICO-FINANCEIROS DE EMPRESAS DO SETOR DE VESTUÁRIO E PRINCIPAIS ESTRATÉGIAS ADOTADAS APÓS A PANDEMIA DE COVID-19**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis, pelo Curso de Ciências Contábeis da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS

Orientador: Prof. Ms. Rafael Guidotti Noble

Porto Alegre

2021

## RESUMO

Este trabalho aborda a análise das variações dos indicadores econômico-financeiros em empresas do setor de varejo de vestuário e os impactos decorrentes da pandemia do Covid-19, assim como busca avaliar as principais estratégias adotadas pelas empresas a fim de obter resultados satisfatórios mesmo em meio à crise implantada pelo Coronavírus na economia. A metodologia utilizada no trabalho refere-se a uma pesquisa de natureza aplicada com abordagem qualitativa, e quanto aos procedimentos técnicos refere-se a uma pesquisa bibliográfica. Para atingir os objetivos do trabalho, foi realizado o levantamento e coleta de informações das demonstrações contábeis, referente aos anos de 2019 e 2020 das empresas Lojas Renner S.A e Lojas C&A, publicadas no site da B3 e em seguida desenvolveu-se os cálculos dos indicadores com base nos demonstrativos contábeis das companhias analisadas, bem como o relatório da Administração, a fim de identificar a performance das empresas nos últimos dois anos a partir dos indicadores econômico-financeiros, além de analisar as principais estratégias adotadas pela companhia a partir das informações contidas no Relatório da Administração. A partir da análise dos dados e cálculos efetuados, foi possível concluir que de forma geral, os indicadores de ambas as empresas apresentaram variações negativas em relação a 2019, sofrendo impactos da pandemia mesmo com medidas adotadas pela companhia, como o fortalecimento das vendas em canais on-line e reforço de caixa, dentre outros. Observou-se que apenas os indicadores de liquidez e a margem de lucro sobre as vendas das Lojas Renner apresentaram variação positiva em relação a 2019. Adicionalmente, identificou-se que a Lojas C&A apresentou prejuízo em 2020. Por fim, foi sugerido para trabalhos futuros, a avaliação das medidas adotadas pelas companhias no período pós pandemia para evitar que crises como essa, impactem os resultados das empresas e ainda a avaliação das medidas adotadas pelas empresas nos anos posteriores a pandemia a fim de conseguir a recuperação dos impactos decorrentes dela.

**Palavras-chave:** Indicadores; Covid-19; Vestuário; Contabilidade.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>5</b>
1.1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS .....	5
1.2 TEMA E PROBLEMA DE PESQUISA .....	8
1.3 OBJETIVOS .....	8
<b>1.3.1 Objetivo geral</b> .....	<b>8</b>
<b>1.3.2 Objetivos específicos</b> .....	<b>8</b>
1.4 RELEVÂNCIA.....	9
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	<b>10</b>
2.1 SETOR DE VAREJO DE VESTUÁRIO BRASILEIRO.....	10
2.2 LOJAS RENNER S.A E LOJAS C&A .....	12
2.3 COVID-19.....	14
2.4 ANÁLISE DAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS .....	15
2.5 INDICADORES ECONÔMICO-FINANCEIROS .....	16
<b>2.5.1 Índices de Liquidez</b> .....	<b>17</b>
2.5.1.1 Liquidez Corrente .....	18
2.5.1.2 Liquidez Seca .....	18
2.5.1.3 Liquidez Geral .....	19
2.5.1.4 Liquidez Imediata .....	20
<b>2.5.2 Índices de Endividamento</b> .....	<b>20</b>
2.5.2.1 Participação de capitais de terceiros sobre os recursos totais .....	21
2.5.2.2 Capitais de terceiros sobre capitais próprios.....	21
2.5.2.3 Participação do passivo circulante sobre o exigível total.....	22
<b>2.5.3 Coeficientes de Rotatividade</b> .....	<b>22</b>
2.5.3.1 Rotatividade dos estoques .....	23
2.5.3.2 Recebimento de vendas.....	23
2.5.3.3 Pagamento das compras.....	24
2.5.3.4 Giro do ativo .....	25
<b>2.5.4 Coeficientes de Rentabilidade</b> .....	<b>25</b>
2.5.4.1 Margem de lucro sobre as vendas .....	25
2.5.4.2 Retorno sobre investimento.....	26
2.5.4.3 Retorno sobre o Patrimônio Líquido.....	26
<b>3 METODOLOGIA</b> .....	<b>27</b>

3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA .....	27
3.2 PROCEDIMENTOS DE PESQUISA .....	28
3.3 COLETA E ANÁLISE DE DADOS.....	29
<b>4 ANÁLISE DOS RESULTADOS .....</b>	<b>30</b>
4.1 ÍNDICES DE LIQUIDEZ .....	30
4.2 ÍNDICES DE ENDIVIDAMENTO .....	33
4.3 COEFICIENTES DE ROTATIVIDADE .....	34
4.3.1 Rotatividade dos estoques .....	35
4.3.2 Recebimento de vendas.....	36
4.3.3 Pagamento de compras .....	37
4.3.4 Giro do Ativo.....	38
4.4 COEFICIENTES DE RENTABILIDADE.....	39
4.5 ANÁLISE DE ESTRATÉGIAS .....	42
4.5.1 Lojas Renner .....	43
4.5.2 Lojas C&A .....	44
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>45</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>47</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Neste capítulo, serão descritos os elementos introdutórios deste trabalho: a contextualização do tema, o problema de pesquisa, seus objetivos e a relevância do estudo.

### 1.1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

A partir do final do ano de 2019, quando foram identificados os primeiros casos da Covid-19 na China, o mundo inteiro foi impactado pelos efeitos da pandemia, oficialmente declarada pela OMS em 11 de março de 2020. Até o dia 19 de abril de 2021, já são mais de 3 milhões de mortes no mundo e mais de 141 milhões de casos, conforme notícias divulgadas pela BBC baseado nos dados da plataforma criada pela Universidade Johns Hopkins o qual demonstra os dados atualizados de Covid-19 por localidade. A pandemia trouxe grandes impactos para a população de forma geral, e principalmente para a economia, sendo o comércio um dos setores que sofreram esses impactos, visto que ocorreu o fechamento do comércio em diversos países do mundo como medida de contenção do vírus em períodos críticos e com o fechamento do comércio, um dos setores mais impactados foi o do vestuário, que precisou fechar lojas físicas por diversos períodos, como foi o caso do mês de abril de 2020, no qual de acordo com o diretor da Inteligência de Mercado (IEME), a produção de vestuário no Brasil caiu mais de 90%, o que acabou impactando as vendas do setor, que indicaram uma queda de 70%.

O varejo é um setor de grande relevância para a economia, visto que é a última etapa do canal de distribuição de um produto para o cliente final. Dessa forma o varejo serve para suprir a necessidade do consumidor final e está presente na vida do ser humano desde os primórdios, visto que a produção de itens virou moeda de troca por produtos diferentes e necessários à sobrevivência. No caso do Brasil, a história do varejo iniciou ainda no período colonial, na região das minas gerais por meio das descobertas de ouro e diamantes feitas pelos bandeirantes paulistas. Sendo que posteriormente, com o surgimento de vilarejos, agricultores que antes voltavam a sua produção para a subsistência, iniciam as atividades voltadas para o comércio, abastecendo com seus produtos essas vilas que vão surgindo,

principalmente no litoral brasileiro (VAROTTO,2018). E com o aumento populacional o comércio foi se desenvolvendo e se tornando cada vez mais crucial para a sobrevivência.

Com o processo de industrialização e urbanização do país, surgiram as lojas de departamento, pois a partir da mudança de grande número de pessoas do campo para a cidade e a intensa imigração, ocorreu uma grande mudança nos hábitos e no perfil do consumidor. Sendo que, dessa forma, as lojas de departamento nasceram como um canal para o fluxo da produção de vestuário, cama-mesa-banho, eletrodomésticos, dentre outros itens, atendendo assim a necessidade de uma população que já não tem mais tempo disponível para costurar suas próprias roupas, com mulheres que aos poucos vão se incorporando ao mercado de trabalho. (VAROTTO,2018)

Ao longo do tempo, com a globalização e o desenvolvimento da tecnologia e da internet, o varejo tem passado por constantes evoluções e inovações, transformando a relação entre vendedor e consumidor, permitindo também vendas virtuais, através de sites e redes sociais e hoje em dia observa-se que o varejo tem se tornado cada vez mais dinâmico e competitivo.

Conforme destacado por Botelho e Guissoni (2016), os avanços tecnológicos assim como as mudanças no comportamento do consumidor, impulsionados pelos novos dispositivos e pela mídia, continuam a transformar o varejo constantemente e principalmente com a disseminação da internet, mídias sociais e aparelhos móveis, provendo aos consumidores acesso mais fácil a informações e fontes de compras.

Com o avanço da pandemia da Covid-19, observou-se que a economia brasileira sentiu os impactos da crise gerada pelo fechamento do comércio, e demais restrições adotadas a fim de conter o contágio do novo Coronavírus, visto que o PIB apresentou uma queda de 4,1% em 2020, sendo esse o pior resultado em 24 anos (IBGE, 2021). Além disso, a bolsa de valores brasileira, B3, ainda apresentou um ano turbulento em 2020, sendo que a bolsa registrou seis circuit breakers (paralisação dos negócios por quedas bruscas das ações), e chegou a ter 45% de perda no acumulado do ano em seu pior momento de 2020, conforme dados da B3.

A fim de contornar os impactos da crise e obter resultados satisfatórios as empresas adotaram diversas estratégias como vendas por delivery, por redes sociais, bem como as vendas por e-commerce, visto que com as restrições e as

lojas fechadas, o público-alvo se tornou mais suscetível a efetuar compras pela internet, portanto o setor de vendas pela internet apresentou um aumento recorde em 2020, sendo que o crescimento nas vendas pela internet foi de 68% na comparação com 2019, o que aumentou a participação do e-commerce no faturamento total do varejo, que passou de 5% no final de 2019 para mais de 10% em determinados meses do ano, conforme levantamento da Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm). Identificou-se que para o setor de vestuário, as vendas on-line tiveram um papel importante na geração de lucros para as empresas, como no caso da C&A que aumentou o número de usuários do aplicativo de 400 mil usuários no primeiro trimestre de 2020 para 3 milhões no segundo trimestre, conforme dados divulgados pela companhia.

Diante desse cenário de pandemia, no qual prevalece a incerteza por ser uma situação diferente de todas já enfrentadas pelos empresários, é cada vez mais importante o fornecimento de informações íntegras nas demonstrações financeiras, as quais possuem um papel importante para a tomada de decisões. De acordo com o Assaf Neto (2020), a análise das demonstrações financeiras tem o objetivo de relatar a posição econômico-financeira atual de uma empresa, as causas que determinaram a evolução apresentada pela companhia e as tendências dela para o futuro e ainda, conforme destacado por Marion (2019), a análise das demonstrações contábeis é tão antiga quanto a própria contabilidade. Existem diversas formas de efetuar as análises das demonstrações financeiras de uma empresa, a fim de obter as informações necessárias, como a análise horizontal, vertical e umas delas é através dos indicadores econômico-financeiros, os quais procuram relacionar elementos afins das demonstrações contábeis da melhor forma possível para extrair conclusões sobre a situação de uma empresa (ASSAF NETO, 2020). Sendo assim, os indicadores econômico-financeiros possuem um papel importante para os stakeholders de uma empresa, como investidores, acionistas, e demais interessados.

Especificamente no varejo, existem diversos indicadores econômico-financeiros importantes para análise de desempenho e resultados, e dessa forma avaliar a performance financeira da empresa, dentre os quais pode-se citar alguns exemplos, conforme demonstrado abaixo:

- giro do ativo: avalia o número de vezes que o ativo da empresa é girado no período com as vendas líquidas.

- retorno sobre ativos: analisa quanto o lucro líquido representa do ativo da empresa.

- alavancagem financeira: avalia quanto o capital de terceiros representa dos ativos totais da empresa.

- Retorno sobre patrimônio líquido: avalia quanto o lucro líquido representa do patrimônio líquido da empresa.

Diante do exposto, o presente trabalho, tem por problema de pesquisa compreender quais foram os impactos da Covid-19 nos indicadores econômico-financeiros do varejo de vestuário.

## 1.2 TEMA E PROBLEMA DE PESQUISA

O presente trabalho trata sobre os principais impactos nos indicadores econômico-financeiros de empresas do setor de vestuário e principais estratégias adotadas após a pandemia da Covid-19 e tem como problema de pesquisa compreender: quais os principais impactos da Covid-19 nos indicadores econômico-financeiros do varejo de vestuário?

## 1.3 OBJETIVOS

### 1.3.1 Objetivo geral

O objetivo geral do presente trabalho consiste em analisar o impacto da pandemia da COVID-19 nos indicadores econômico-financeiros do varejo de vestuário.

### 1.3.2 Objetivos específicos

Os objetivos específicos do trabalho que visam contribuir para o alcance do objetivo geral, são:

- Avaliar o desempenho das empresas Lojas Renner S.A e Lojas C&A, companhias abertas do Setor de varejo de vestuário, em 2020;

- Analisar a variação nos indicadores econômico-financeiros das companhias no ano de 2020 em comparação com 2019;

- Identificar as principais estratégias adotadas pelas companhias a fim de conter os impactos da Covid-19 e manter um resultado satisfatório.

#### 1.4 RELEVÂNCIA

A análise de indicadores econômico-financeiros é importante para compreender a situação da empresa, e para que assim a empresa possa tomar as decisões certas na sua gestão, conforme destacado por Ludicibus (2017), a análise de balanços é importante para os credores, investidores em geral, agências governamentais e até acionistas, sendo que para a gerência, a análise de balanços serve para informar o posicionamento relativo e a evolução de grupos contábeis e serve ainda como um “painel geral de controle” da administração.

E considerando que em meio à crise implantada pela pandemia do novo coronavírus, que impacta diretamente os resultados das empresas, principalmente no varejo, pois a economia tem um papel importante no setor de varejo, visto que a partir de medidas governamentais, inflação, mudança de câmbio, valorização, recessão, renda do consumidor, desindexações pode haver necessidade de adaptação ou mudança de produtos, sendo que, esse fato obriga os varejistas a criarem estratégias para cada momento instituído pela economia, conforme destacado por Las Casas e Garcia (2021). Portanto, as empresas se viram obrigadas a adotar novas estratégias a fim de obter resultados satisfatórios durante a pandemia.

Sendo assim, o presente estudo é importante para compreender os impactos da pandemia no setor de vestuário, bem como identificar as principais estratégias adotadas a fim de obter resultados satisfatórios mesmo em meio à crise e verificar se as estratégias utilizadas foram suficientes para a companhia obter um bom resultado em comparação com os anos anteriores e pode ser utilizado para análises dos indicadores econômico-financeiros dessas empresas futuramente, bem como contribuir para outros estudos futuros da área.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo serão abordadas diversas definições como setor de vestuário, histórico sobre as companhias estudadas, demonstrações financeiras, indicadores econômico-financeiros, Covid-19, dentre outros, definições estas que serão essenciais para fundamentação e melhor entendimento do presente estudo.

### 2.1 SETOR DE VAREJO DE VESTUÁRIO BRASILEIRO

O vestuário está presente na vida das pessoas no dia a dia, cumprindo um papel fundamental para suprir uma necessidade básica do ser humano e está diretamente relacionado ao bem-estar. Sendo assim, pode-se dizer que o vestuário acompanha o ser humano ao longo dos anos de sua existência, desde os tempos primórdios, quando o ser humano costurava a própria roupa que usava até os dias de hoje no qual as peças de roupa são comercializadas no mundo todo.

Conforme destacado por Varotto (2018), as atividades comerciais estão presentes no Brasil desde a época dos indígenas, quando a primeira forma de comércio ocorria na forma do escambo, sendo que o comércio propriamente dito, teve origem a partir da formação das populações nas primeiras vilas nos litorais. No início do século XX, o comércio ambulante começa a perder força e com o passar dos anos, o comércio brasileiro amadureceu, surgindo assim lojas de varejo de porte maior. (FALCÃO, 2014)

Com o avanço desses povoados e a conseqüente urbanização, assim como o advento da industrialização, começaram a surgir cada vez mais estabelecimentos que se destinavam ao comércio a fim de suprir as necessidades da população que se estabelecia nas cidades. (VAROTTO, 2006)

A partir desse processo de industrialização e urbanização do país, começaram a surgir as chamadas lojas de departamento, as quais, conforme destacado por Varotto (2018), serviam como um local de distribuição da produção de itens como vestuário, eletrodomésticos, dentre outros itens, disponibilizando mercadorias com preço acessível e grande variedade, a fim de atender a demanda da população que ao se incorporar ao mercado de trabalho, passou a dispor de menos tempo disponível para costurar as próprias roupas, por exemplo.

Conforme destacado ainda por Varotto (2018) em meados da década de 40 surgiram as lojas especializadas em roupas que começaram a expor seus produtos em vitrines, a realizar propagandas em rádios e jornais, e o lançamento das primeiras promoções tendo como mote datas festivas servindo assim de impulso para o comércio de vestuário que passou a se expandir cada vez mais.

O comércio é uma forte atividade para a economia e sofre transformações de acordo com o desenvolvimento e avanço da sociedade, sendo assim, a partir das primeiras atividades comerciais, conforme destacado nos parágrafos anteriores, até os dias de hoje, as atividades comerciais passaram por grandes transformações e modernização de acordo com o avanço da sociedade, como um exemplo disso pode-se citar os shoppings centers que temos nos dias de hoje. Adicionalmente, a transformação digital, possibilitou que todo tipo de informação pudesse ser acessada por qualquer pessoa, em qualquer lugar ou hora, transformando dessa forma as relações pessoais, de negócio e comerciais, o que levou as empresas a transformarem a forma de comunicação com seus clientes e implementarem canais de vendas on-line como o e-commerce, o qual está cada vez mais presente nos dias de hoje e é amplamente utilizado no mundo todo, sendo que atualmente o e-commerce já corresponde a uma parcela considerável do faturamento de grandes empresas. Nos dias de hoje, o mundo digital tem quebrado paradigmas e mudado a forma de fazer negócios em diversos aspectos, sendo uma delas no varejo, pois no mundo atual as vendas on-line não param de crescer, mesmo em setores mais tradicionais. (FALCÃO, 2014)

De acordo com Piotrowicz & Cuthbertson (2014), o desenvolvimento da tecnologia trouxe novos desafios para os varejistas, pois as necessidades dos clientes mudaram, sendo que hoje é possível quase em tempo real o compartilhamento através das redes sociais de pensamentos, opiniões, satisfação ou insatisfação, portanto a resposta de um cliente ao serviço prestado em sua rede social foge do controle das empresas, gerando assim novos desafios para as mesmas, como a necessidade de um relacionamento mais direto com seus clientes. Porém a tecnologia está cada vez mais presente nas relações comerciais, portanto é de extrema importância para as empresas se adaptarem a esse novo modelo que está surgindo.

O comércio possui grande participação na economia de forma geral, tanto em lojas físicas ou virtuais, especificamente o setor de vestuário, nos dias de hoje,

representa um dos principais setores da economia no Brasil, segundo o IEMI, Instituto de Estudos e Marketing, durante o ano de 2019, 41% do gasto total anual das famílias foi referente ao vestuário. Existem diversas lojas especializadas nesse segmento no Brasil, algumas com capital aberto, listadas na B3, dentre elas estão a Lojas Renner e Lojas C&A, as quais serão objetos da pesquisa realizada nesse trabalho, portanto serão brevemente apresentadas a seguir.

## 2.2 LOJAS RENNER S.A E LOJAS C&A

A Lojas Renner S.A deu início às suas operações em 1965 e foi a primeira empresa brasileira com 100% das ações negociadas na Bolsa de valores e está listada ainda no Novo Mercado, sendo esse o grau mais elevado dos níveis de governança corporativa da B3. O ecossistema das Lojas Renner é formado pelas marcas Renner, que oferece roupas e acessórios em diferentes estilos; Camicado, que atua no segmento de casa e decoração; Youcom, a qual é especializada em moda jovem e ASHUA Curve & Plus Size, que oferece roupas nos tamanhos plus size, 46 a 54. Atualmente, são mais de 600 lojas em operação, considerando todos os negócios. A Companhia opera ainda com a Realize CFI, que apoia a atividade de varejo, a partir da oferta e da gestão de produtos financeiros. Além de estar presente no Brasil com todas as suas marcas, a Lojas Renner S.A. iniciou o processo de internacionalização, inaugurando unidades da Renner no Uruguai a partir de 2017 e na Argentina em 2019. (LOJAS RENNER S.A, 2021)

A Renner inaugurou em 1922 o seu primeiro ponto de venda para comercializar artigos têxteis, como parte do grupo A. J. Renner, indústria fabril localizada no bairro Navegantes, em Porto Alegre- RS, sendo que em 1940, ainda pertencendo ao grupo, o mix de produtos da loja foi ampliado e passou a operar como uma loja de departamentos. Em 1965, devido ao crescimento e evolução da loja, o grupo A. J. Renner optou por tornar independentes as diferentes empresas que o formavam, sendo então constituída a companhia Lojas Renner S.A. marcando o nascimento da rede como é conhecida nos dias de hoje. A companhia se tornou uma empresa de capital aberto em 1967. (LOJAS RENNER S.A, 2021)

No início dos anos 1990, após décadas de bom desempenho, a companhia passou por uma profunda reestruturação, começando a operar no formato de loja de departamentos especializada em moda, com um total de oito operações, expandindo

ainda as suas operações para além do Rio Grande do Sul, chegando aos Estados de Santa Catarina, Paraná, São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e para o Distrito Federal, consolidando sua posição nesses mercados. (LOJAS RENNER S.A, 2021)

Em junho de 2005, a empresa já atuava com 64 pontos de venda, quando foi vendido o controle da Companhia através de oferta pública das ações na Bolsa de Valores de São Paulo. Sendo assim a Renner entrou no Novo Mercado da Bovespa como a primeira Companhia no país a ter seu capital pulverizado e aproximadamente 100% das ações em circulação. Em 2006, após a operação de pulverização das ações na Bolsa, a Renner intensificou seu plano de expansão e iniciou sua atuação no Nordeste. No mesmo ano, foi implantada ainda a área de Produtos Financeiros, com oferta de Empréstimo Pessoal e Saque Rápido, posteriormente complementada com Seguros. No ano de 2007 a companhia continuou o plano de expansão, chegando à região Norte. Já em 2010, lançou o seu e-commerce. (LOJAS RENNER S.A, 2021)

A Lojas C&A foi fundada em 1841 pelos irmãos holandeses, Clemens e August, sendo que as suas iniciais deram origem ao nome da marca. A companhia possui mais de 1,8 mil unidades em 24 países da Europa, América Latina e Ásia e está entre as maiores redes de varejo do mundo. No Brasil, as atividades da companhia começaram em 1976, com a inauguração da primeira loja no Shopping Ibirapuera, em São Paulo, sendo que hoje já possui mais de 280 lojas em 125 cidades e mais de 15 mil profissionais empregados. (C&A, 2021)

A companhia é uma empresa de moda de capital aberto, listada na Bolsa brasileira (B3) desde 2019, com destaque no varejo brasileiro. Além de moda jovem, inovadora, diversa e inclusiva para mulheres, homens e crianças, a companhia oferece ainda linha de celulares, smartphones, relógios e cosméticos. Além de atuar no varejo de moda, oferece ainda o Cartão C&A e a venda de seguros como serviços financeiros. (C&A, 2021)

Ambas as empresas viram os impactos da pandemia em suas operações, sendo que o fato refletiu no valor de suas ações, como no caso da Renner, a qual teve uma queda de 31% no lucro líquido no período de outubro a dezembro de 2020 em comparação com o mesmo período em 2019 (INFOMONEY, 2021). As ações da companhia que chegaram a R\$ 59,20 em 2019, chegaram a valer apenas R\$ 31,75 em maio de 2020, após os impactos da pandemia. (TORO INVESTIMENTOS, 2021).

O mesmo ocorreu com a Lojas C&A, cujas ações, desde o início do ano de 2020, perderam mais da metade do valor, passando de R\$ 17,00 para R\$ 8,32. (EXAME, 2020)

### 2.3 COVID-19

Em dezembro de 2019 o mundo foi apresentado ao novo coronavírus (SARS-CoV-2), quando os primeiros casos começaram a aparecer em Wuhan na China, desde então novos e numerosos casos surgiram rapidamente em países asiáticos, seguindo para a Europa e demais continentes, o que levou a Organização Mundial de Saúde (OMS) a decretar uma pandemia no dia 11 de março de 2020. (AQUINO, 2020) No Brasil o primeiro caso foi identificado no dia 26 de fevereiro de 2020, e tratava-se de um homem de 61 anos, da cidade de São Paulo (GOVERNO DO BRASIL, 2020). Até o dia 19 de abril de 2021, já foram registrados mais de 141 milhões de casos no mundo e mais de 3 milhões de mortes, conforme notícias divulgadas pela BBC baseado nos dados da plataforma criada pela Universidade Johns Hopkins, o qual demonstra os dados atualizados de Covid-19 por localidade.

Várias medidas de contenção da transmissão do vírus e restrições foram tomadas desde o início da pandemia, dentre elas pode-se destacar o fechamento do comércio em períodos críticos, distanciamento social, Lockdown, que é entendido como uma medida muito mais dura para restringir a circulação das pessoas e evitar a propagação do vírus, sendo que, no geral, apenas serviços considerados essenciais podem funcionar, e a população pode sair apenas para comprar alimentos, remédios ou buscar auxílio médico (NUBANK, 2021), dentre outras medidas. Os impactos foram sentidos em todas as áreas da economia, dentre elas pode-se destacar o varejo, que com o fechamento do comércio, apresentou quedas no faturamento, conforme dados do IBGE, o comércio apresentou queda acumulada de 1,4% em dezembro de 2020. Especificamente no setor de vestuário, a queda foi de 9,9% em dezembro de 2020, em comparação com dezembro de 2019 (IBGE, 2020). Diante desse cenário, muitas lojas do setor de vestuário, utilizaram as vendas on-line como forma de manter o rendimento, o que de certa forma contribuiu para que essa queda não fosse ainda maior.

De forma geral, a pandemia trouxe mudanças significativas para muitas empresas em relação às negociações com seus clientes e no formato de trabalho

em si, no qual identificou-se a adoção do trabalho remoto em muitas empresas, assim como, o aumento do investimento em vendas on-line. Dessa forma, percebe-se que as empresas se viram obrigadas a se reinventar a fim de enfrentar os impactos causados pela pandemia e os períodos de incerteza instaurados por ela. De acordo com o Índice de Transformação Digital da Dell Technologies 2020 (DT Index 2020), 79% das empresas estão reinventando o seu modelo de negócio como resultado da pandemia.

Observa-se que as empresas objeto do presente estudo, Lojas Renner e Lojas C&A não ficaram de fora dessas estatísticas visto que a Lojas Renner apresentou aumento nas vendas on-line e ajustou parte do investimento que faria nas lojas para o comércio eletrônico em 2020 (FORBES, 2020), assim como a C&A que acelerou a sua presença digital em 2020.

#### 2.4 ANÁLISE DAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS

O presente estudo aborda assuntos relacionados a análise de demonstrações financeiras, portanto, demonstra-se nesse tópico o histórico e entendimento relacionado a esse assunto para melhor compreensão.

A Análise das Demonstrações Contábeis está presente praticamente desde o início da própria Contabilidade, pois primitivamente o homem sempre se preocupou em avaliar a variação da sua riqueza, como ocorria por exemplo nos inventários de rebanhos, na época em que uma das atividades principais da economia, era o pastoreio. Posteriormente, mais precisamente no final do século XIX, ocorreu o surgimento da Análise das Demonstrações Contábeis de forma mais sólida quando os banqueiros americanos solicitavam as demonstrações (praticamente o Balanço) às empresas que desejavam captar algum tipo de empréstimo, e devido ao fato de que no início era exigido apenas o Balanço para a Análise, foi introduzida a expressão Análise de Balanços, que é vista ainda até os dias de hoje (MARION, 2019).

Sendo assim, pode-se afirmar que a análise de balanços tem por objetivo relatar, a partir das informações contábeis das empresas, a posição econômico-financeira atual, as causas que determinaram a evolução apresentada e as tendências futuras. Ou seja, pela análise de balanços são extraídas as informações

sobre a posição passada, presente e futura (projetada) de uma empresa (ASSAF, 2020).

No Brasil, o conjunto que envolve os balanços e as demais demonstrações contábeis recebem o título de Demonstrações Financeiras, que devem seguir as orientações das Normas Brasileiras de Contabilidade (NBC), da Lei de Sociedade por Ações e da Comissão de Valores Mobiliários (CVM).

Observa-se que com a pandemia e os impactos causados pela mesma, a análise das demonstrações contábeis se mostra cada vez mais importante a fim de que investidores e outros interessados nas organizações, como clientes, fornecedores, sócios e demais stakeholders, possam utilizar informações confiáveis para tomar as suas decisões, visto que, conforme destacado por Assaf (2020) a análise das demonstrações contábeis de uma empresa pode atender a diferentes objetivos de acordo com os interesses dos usuários que apresentam algum tipo de relacionamento com a empresa. Sendo que nessa avaliação, cada usuário procurará detalhes específicos e conclusões próprias e, muitas vezes, não coincidentes, ou seja, as análises realizadas sobre as informações obtidas são particulares de acordo com os objetivos de cada usuário, podendo duas pessoas, usuárias das mesmas informações, chegarem a conclusões divergentes, por exemplo.

Conforme destacado ainda por Assaf (2020), a análise de balanços se desenvolve através de técnicas oriundas de diversas áreas do saber, como por exemplo, a contabilidade, matemática e estatística, sendo que, essas técnicas apresentam uso generalizado e sofrem constantemente um processo natural de aprimoramento e sofisticação. Uma dessas técnicas, refere-se aos Indicadores Econômico-Financeiros que procuram relacionar elementos afins das demonstrações contábeis de forma a melhor extrair conclusões sobre a situação da empresa, sendo que existem vários índices úteis para o processo de análise, sendo metodologicamente classificados nos grupos de liquidez, operacional, rentabilidade, endividamento e estrutura, análise de ações e geração de valor, conforma abordado mais detalhadamente no próximo tópico.

## 2.5 INDICADORES ECONÔMICO-FINANCEIROS

O presente estudo busca avaliar a situação de empresas do setor de vestuário com os impactos da pandemia do Covid-19, sendo que para isso foram

analisados os resultados dos indicadores econômico-financeiros delas, sendo que para a mensuração da posição econômica e financeira de uma empresa, são utilizados os dados econômico-financeiros dela, para as quais são calculados os indicadores ou índices a partir das informações extraídas das demonstrações contábeis. Os Indicadores Econômico-Financeiros procuram relacionar elementos afins das demonstrações contábeis de forma a melhor extrair conclusões sobre a situação da empresa, sendo que existem vários índices úteis para o processo de análise (Assaf, 2020). Portanto, pode-se afirmar que a metodologia de análise das demonstrações contábeis, consiste em escolher os indicadores que melhor se enquadrem nos objetivos da análise, comparar os mesmos com padrões e por fim chegar ao diagnóstico da conclusão e a partir disso efetuar a decisão da análise, conforme pode ser observado na figura 1 abaixo:

Figura 1- Sequência para a análise das Demonstrações Financeiras.



Fonte: Assaf Neto (2020, p.27)

A fim de proporcionar maior clareza para compreender o objetivo geral do presente trabalho, serão apresentados nos próximos tópicos, os conceitos dos principais indicadores utilizados para a avaliação de desempenho econômico-financeira das empresas.

### 2.5.1 Índices de Liquidez

Conforme evidenciado por Assaf Neto (2020) os indicadores de liquidez evidenciam a situação financeira de uma empresa frente a seus compromissos financeiros. Sendo assim, os indicadores desse grupo estão relacionados a capacidade de cumprimento das obrigações da companhia e se subdividem nos grupos apresentados a seguir, os quais são demonstrados para melhor entendimento, pois serão utilizados nas análises no decorrer do presente estudo:

### 2.5.1.1 Liquidez Corrente

O índice de liquidez corrente indica o quanto existe de ativo circulante para cada R\$ 1,00 de dívida de curto prazo e quanto mais alto o seu valor, maior a capacidade da empresa em financiar as suas necessidades de capital de giro. Identifica-se ainda que o índice de liquidez corrente está relacionado com o Capital Circulante Líquido, visto que quando o Índice de Liquidez Corrente for maior que 1, o Capital Circulante Líquido é positivo, enquanto, quando o índice for igual a 1 o Capital Circulante Líquido é nulo e quando esse for menor que 1 o Capital Circulante Líquido será negativo, conforme demonstrado no quadro 01 abaixo (ASSAF NETO, 2020).

Quadro 01 – Relação entre o Índice de Liquidez Corrente e o Capital Circulante Líquido

Índice de Liquidez Corrente	CCL (Capital Circulante Líquido)
> 1	Positivo
= 1	Nulo
< 1	Negativo

Fonte: elaboração própria

Para o cálculo do Índice de Liquidez Corrente, de acordo com Assaf Neto (2020), temos a seguinte fórmula:

$$\text{Liquidez Corrente} = \frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}}$$

Sendo assim, no presente estudo o índice busca avaliar a capacidade da empresa em financiar as suas necessidades de capital de giro, a fim de identificar se durante a pandemia, houve queda ou impactos nessa capacidade em relação aos anos anteriores ou ainda se o indicador se manteve constante.

### 2.5.1.2 Liquidez Seca

O Índice de Liquidez Seca demonstra o percentual das dívidas a curto prazo que possuem condições de serem liquidadas por meio da utilização de itens monetários de maior liquidez do ativo circulante. De forma geral, a liquidez seca determina a capacidade de pagamento no curto prazo por meio da utilização dos

saldos das contas do disponível e valores a receber (ASSAF NETO, 2020). Segue fórmula do índice conforme apresentado por Marion (2019):

$$\text{Liquidez Seca} = \frac{\text{Ativo Circulante - Estoques}}{\text{Passivo Circulante}}$$

Conforme destacado por Marion (2019), esse índice demonstra as chances de a companhia pagar as suas dívidas com Disponível, Contas a Receber e outros itens do Ativo Circulante, caso a companhia paralisasse as suas vendas. E de acordo com Silva (2018) quanto maior o valor do índice melhor. Portanto no presente estudo, o índice é relevante para analisar a variação da capacidade de pagamento das dívidas de curto prazo, com a utilização dos valores de maior liquidez do ativo circulante em 2020 em comparação com 2019.

#### 2.5.1.3 Liquidez Geral

De acordo com Marion (2019), o índice de liquidez geral, demonstra a capacidade de pagamento da empresa a longo prazo, considerando tudo o que ela converterá em dinheiro (a curto e longo prazo), relacionando com tudo o que já assumiu como dívida (a curto e longo prazo), podendo ser encontrado a partir da seguinte fórmula:

$$\text{Liquidez Geral} = \frac{\text{Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo}}{\text{Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo}}$$

Conforme destacado por Assaf Neto (2020), para cada R\$ 1,00 que a empresa possui de dívida, quanto existe de direitos e haveres no ativo circulante e no realizável a longo prazo.

De acordo com Silva (2018), do ponto de vista da capacidade de pagamento, a interpretação do índice de liquidez geral consiste no sentido de quanto maior o valor do índice, melhor.

O índice de liquidez geral é importante na análise da capacidade de pagamento das dívidas das companhias analisadas no presente estudo e se a pandemia impactou essa capacidade em relação ao ano anterior ou não.

#### 2.5.1.4 Liquidez Imediata

O índice de liquidez imediata mostra o quanto a companhia dispõe imediatamente para liquidar as dívidas de curto prazo, conforme destacado por Marion (2020), sendo que o índice pode ser calculado através da seguinte fórmula:

$$\text{Liquidez Imediata} = \frac{\text{Caixa + Bancos + Aplicações de Curtíssimo Prazo}}{\text{Passivo Circulante}}$$

De acordo com Assaf Neto (2020), esse índice é normalmente baixo devido o pouco interesse das empresas em manter recursos monetários em caixa, ativo operacionalmente com baixa rentabilidade.

No presente estudo, o índice foi utilizado para avaliar se os valores que a companhia dispõe para liquidar as suas dívidas de curto prazo de forma imediata sofreu alguma variação em 2020 em relação a 2019.

#### 2.5.2 Índices de Endividamento

Através dos índices de endividamento é possível identificar o nível de endividamento da empresa, sendo que também são os indicadores de endividamento que informam se a empresa se utiliza mais de recursos de terceiros ou de recursos próprios, conforme destacado por Marion (2019).

Conforme evidenciado ainda por Marion (2019) em épocas inflacionárias, é vantajoso para a companhia trabalhar mais com Capital de Terceiros que com Capital Próprio, principalmente, quando a maior parte do Capital de Terceiros são Exigíveis Não Onerosos, ou seja, exigíveis que não geram encargos financeiros para a empresa. Contudo, uma elevada participação do Capital de Terceiros em relação ao Capital Próprio torna a empresa muito mais vulnerável. Portanto, quanto maior o nível de endividamento, pior para a empresa.

A seguir apresentam-se os principais indicadores utilizados para avaliar o endividamento das empresas, os quais serão utilizados na análise das empresas escolhidas para o presente estudo:

### 2.5.2.1 Participação de capitais de terceiros sobre os recursos totais

O índice que avalia a participação de capitais de terceiros sobre os recursos totais, relaciona o Exigível Total (capitais de terceiros) com os Fundos Totais Providos (por capitais próprios e capitais de terceiros) e expressa o percentual que o endividamento representa sobre os fundos totais da companhia e demonstra também qual a porcentagem do ativo total é financiada com recursos de terceiros. O ideal é que no longo prazo, o percentual de capitais de terceiros sobre os recursos totais não seja muito grande, pois isto aumentaria as despesas financeiras, prejudicando assim a posição de rentabilidade da empresa (IUDÍCIBUS, 2017). Sendo assim, o cálculo desse índice é importante no presente trabalho, pois busca-se avaliar se a participação de capitais de terceiros sobre os recursos totais da companhia apresentou variação durante o período de pandemia se comparado com o ano anterior, ou seja, se a companhia passou a depender mais de capital de terceiros ou não.

A fórmula para o cálculo do respectivo índice é a seguinte, de acordo com (IUDÍCIBUS, 2017):

$$\text{Quociente de participação de capitais de terceiros sobre os recursos totais} = \frac{\text{Exigível Total}}{\text{Exigível Total} + \text{Patrimônio Líquido}}$$

### 2.5.2.2 Capitais de terceiros sobre capitais próprios

A fórmula para o cálculo do índice de participação de capitais de terceiros sobre capitais próprios de acordo com Iudícibus (2017) é a seguinte:

$$\text{Quociente de participação de capitais de terceiros sobre os capitais próprios} = \frac{\text{Exigível Total}}{\text{Patrimônio Líquido}}$$

O índice de participação de capitais de terceiros sobre capitais próprios é um dos mais utilizados para avaliar o posicionamento das empresas em relação aos capitais de terceiros, sendo mais uma forma de analisar a dependência de recursos de terceiros. Portanto se o índice, durante o decorrer dos anos, for consistente e

muito maior que 1, demonstra que existe uma dependência exagerada de recursos de terceiros (IUDÍCIBUS, 2017).

De forma similar ao índice anterior, o cálculo desse índice é importante no presente trabalho, pois busca-se avaliar se a participação de capitais de terceiros sobre os recursos próprios da companhia apresentou variação durante o período de pandemia se comparado com o ano anterior, ou seja, se a companhia passou a depender mais de capital de terceiros ou não.

### 2.5.2.3 Participação do passivo circulante sobre o exigível total

De acordo com Iudícibus (2017), o índice de participação do passivo circulante sobre o exigível total, representa a composição do Endividamento Total ou qual a parcela do Endividamento Total que possui vencimento no Curto Prazo e possui a seguinte fórmula:

$$\text{Quociente de participação das dívidas de curto prazo sobre o endividamento total} = \frac{\text{Passivo Circulante}}{\text{Exigível Total}}$$

O cálculo do índice se mostra importante no presente estudo para avaliar o nível de endividamento das empresas do setor de varejo de vestuário analisadas, buscando verificar se houve aumento no nível de endividamento em 2020 após o início da pandemia em relação a 2019.

### 2.5.3 Coeficientes de Rotatividade

De acordo com Iudícibus (2017), os indicadores de rotatividade são muito importantes, pois demonstram a velocidade com que os elementos patrimoniais se renovam durante um período determinado. Os indicadores, normalmente apresentam o seu resultado em dias ou meses. Os indicadores são importantes pois expressam relacionamentos dinâmicos que influenciam na posição de liquidez e rentabilidade e geralmente esses indicadores envolvem itens do balanço e do DRE (demonstrativo de resultados). A seguir apresentam-se os principais indicadores de

rotatividade utilizados no presente estudo para as análises das empresas escolhidas:

#### 2.5.3.1 Rotatividade dos estoques

O índice de rotatividade dos estoques, busca avaliar quantas vezes o estoque da companhia se renovou devido a vendas, portanto, quanto maior a rotatividade, melhor para a companhia, desde que a margem de lucro sobre as vendas se mantenha constante ou, se diminuir, diminuir menos do que o aumento da rotação. Esse indicador também pode ser utilizado para os estoques de materiais e produtos em elaboração (IUDÍCIBUS, 2017).

No presente estudo, através do cálculo desse índice será possível identificar se nas empresas avaliadas, do setor de varejo de vestuário, a rotatividade dos estoques apresentou redução em 2020, em decorrência dos impactos do Covid-19, em comparação com o ano anterior.

Apresenta-se a seguir a fórmula do índice de rotatividade dos estoques, de acordo com Iudícibus (2017):

$$\text{Rotatividade dos estoques de produtos acabados} = \frac{\text{Custo dos produtos vendidos}}{\text{Estoque Médio de Produtos Acabados}}$$

#### 2.5.3.2 Recebimento de vendas

De acordo com Iudícibus (2017), o índice de recebimento de vendas, indica quanto tempo (dias, semanas ou meses) em média, a companhia deverá esperar, antes de receber suas vendas a prazo e pode ser encontrado através da seguinte fórmula:

$$\text{Prazo Médio de recebimento de contas a receber (derivantes das vendas a prazo)} = \frac{\text{Contas a receber médio}}{\text{Vendas Médias}}$$

As vendas médias são calculadas dividindo-se as vendas a prazo por 360 caso o resultado desejado seja em dias ou por 12 se mensal etc., conforme deseja-se que o resultado seja expresso. Adicionalmente, o fato de uma empresa demorar mais ou menos tempo para receber suas vendas a prazo pode derivar de diversos fatores, porém se faz necessário que a gestão e o controle sobre os fatores sejam realizados, a fim de encurtar o máximo possível esse prazo, pois o custo da ociosidade de recebíveis pode ser grande. (IUDÍCIBUS, 2017)

O cálculo desse índice é relevante para o presente estudo, pois através do mesmo será possível analisar se ocorreram impactos significativos no recebimento de clientes, ou seja, se aumentou o tempo de recebimento de clientes, em decorrência da pandemia nas empresas avaliadas em relação ao período anterior.

### 2.5.3.3 Pagamento das compras

O índice de pagamento das compras, indica quanto tempo (dias, semanas ou meses) em média, a companhia leva para o pagamento dos seus fornecedores e pode ser encontrado através da seguinte fórmula:

$$\text{Prazo Médio de contas a pagar (derivantes da compra de insumos básicos a prazo)} = \frac{\text{Fornecedores (Médio)}}{\text{Compras Médias a Prazo}}$$

Da mesma forma que ocorre para o índice de prazo médio de recebimento, as compras médias são calculadas dividindo-se as compras a prazo por 360 caso o resultado desejado seja em dias ou por 12 se mensal etc., conforme deseja-se que o resultado seja expresso. Os resultados do índice de prazo médio de pagamento devem ser analisados juntamente com o índice do prazo médio de pagamento, pois se uma empresa demora muito mais para receber suas vendas a prazo do que para pagar suas compras a prazo, necessitará de capital de giro adicional para sustentar suas vendas, podendo criar assim um círculo vicioso (IUDÍCIBUS, 2017). A partir do cálculo desse índice será possível analisar se ocorreu um aumento no prazo médio de pagamento a fornecedores em decorrência da pandemia, em relação ao período anterior nas empresas do setor de varejo de vestuário ou se essas conseguiram manter o prazo em linha com o período anterior.

#### 2.5.3.4 Giro do ativo

O índice do giro do ativo demonstra quantas vezes o ativo da companhia “girou” ou se renovou pelas vendas e para o cálculo do giro do ativo, tem-se a seguinte fórmula, de acordo com Iudícibus (2017):

$$\text{Giro do Ativo} = \frac{\text{Vendas}}{\text{Ativo Médio}}$$

Durante a pandemia, várias empresas apresentaram redução do lucro em relação ao ano anterior, portanto o cálculo desse indicador será importante para avaliar se as empresas estudadas apresentaram redução no giro do seu ativo em decorrência das vendas em relação a 2019 ou não, visto que, existe um grande interesse das empresas em ter vendas expressivas e cada vez maiores em relação ao valor do ativo, pois, quanto maior o “giro” do ativo pelas vendas, maiores as chances de cobrir as despesas com uma boa margem de lucro. (IUDÍCIBUS, 2017)

#### 2.5.4 Coeficientes de Rentabilidade

De acordo com Marion (2019), o objetivo dos indicadores de rentabilidade é, é calcular a taxa de lucro, ou seja, comparar o lucro em valores absolutos com valores que possuem alguma relação com ele.

A seguir estão apresentados três coeficientes de rentabilidade que serão utilizados nas análises das empresas escolhidas no presente estudo:

##### 2.5.4.1 Margem de lucro sobre as vendas

Este indicador busca comparar o lucro com as vendas líquidas, e para o cálculo do respectivo indicador, tem-se a seguinte fórmula, de acordo com Iudícibus (2017):

$$\text{Margem Líquida} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Vendas Líquidas}}$$

Ainda de acordo com Iudícibus (2017), esse indicador, apesar dos esforços constantes para melhorá-lo, reduzindo despesas e aumentando a eficiência, apresenta um valor baixo ou alto de acordo com cada tipo de negócio. Sendo assim, o cálculo desse indicador é de extrema importância para avaliar os impactos da pandemia na margem de lucro das empresas do setor de varejo de vestuário em relação ao ano anterior a pandemia, buscando analisar se a margem de lucro apresentou variações significativas ou não.

#### 2.5.4.2 Retorno sobre investimento

O índice de retorno sobre o investimento busca, de acordo com Iudícibus (2017), avaliar quantos períodos levará em média para recuperar um investimento no ativo, tendo assim sentido parecido com o Payback.

De acordo com Marion (2019), representa o poder de ganho da empresa para cada \$ 1,00 investido. Demonstrando assim, quanto tempo em média levará para a empresa ter de volta o seu investimento inicial, ou seja, o payback do investimento total é calculado dividindo-se 100% pelo valor do TRI encontrado, sendo que a fórmula para calcular o indicador é a seguinte:

$$\text{TRI} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Ativo Total}}$$

O cálculo desse indicador será importante no presente estudo, para avaliar se o tempo médio para a empresa ter de volta o seu investimento inicial apresentou algum tipo de variação em 2020 se comparado com o ano anterior e como isso pode afetar as empresas do setor de varejo de vestuário analisadas nesse estudo.

#### 2.5.4.3 Retorno sobre o Patrimônio Líquido

O retorno sobre patrimônio líquido é importante pois expressa os resultados globais atingidos na gestão de recursos próprios e de terceiros, em benefício dos acionistas, sendo que a principal tarefa da administração financeira é a de maximizar o valor de mercado para o dono das ações e estabelecer um fluxo de dividendos compensador. No longo prazo, o valor de mercado da ação é influenciado pelo indicador de retorno sobre o patrimônio líquido (IUDÍCIBUS, 2017).

De acordo com Marion (2019), o indicador representa o poder de ganho dos proprietários, para cada \$ 1,00 investido. Ou seja, o tempo que em média levará para que os proprietários recuperem seus investimentos (payback dos proprietários). A fórmula para o cálculo do indicador é a seguinte:

$$\text{TRPL} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Patrimônio Líquido}}$$

O indicador é de suma importância no presente estudo, pois as empresas do setor de varejo de vestuário avaliadas nesse estudo referem-se a empresas de capital aberto, portanto, é importante avaliar o tempo médio levado para que os proprietários recuperem os seus investimentos, e se esse resultado apresentou variações em decorrência da pandemia em relação ao ano anterior nas respectivas empresas.

### **3 METODOLOGIA**

Neste capítulo, serão abordados os métodos de pesquisa utilizados para alcançar os objetivos do presente trabalho.

#### **3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA**

De acordo com Carlos (2017), a pesquisa refere-se a um procedimento racional e sistemático que objetiva fornecer respostas aos problemas propostos e é requerida quando não se dispõe de informação suficiente para responder ao problema, ou quando a informação disponível se encontra em um estado que não possa ser adequadamente relacionada ao problema. A pesquisa é desenvolvida através da aplicação dos conhecimentos disponíveis e a utilização de métodos e técnicas de investigação científica. Portanto, a pesquisa desenvolve-se ao longo de um processo que envolve inúmeras fases, desde a formulação do problema até a apresentação dos resultados.

Diante desse contexto, para responder aos problemas propostos, o presente estudo se caracterizou por uma pesquisa de natureza aplicada, a qual se diferencia da pesquisa de natureza básica, pois possui como objetivo, gerar conhecimentos destinados à aplicação prática, visando a solução de problemas específicos, conforme destacado por Ott (2012).

### 3.2 PROCEDIMENTOS DE PESQUISA

Quanto aos procedimentos, a pesquisa realizada no presente estudo se enquadra na pesquisa bibliográfica, sendo que esta pesquisa, de acordo com Carlos (2017), é elaborada a partir de material já publicado, e possui como principal vantagem o fato de que permite ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente. A pesquisa bibliográfica, possui grande semelhança com a pesquisa documental, visto que nas duas pesquisas são utilizados dados já existentes, sendo que a principal diferença está na natureza das fontes, pois a pesquisa bibliográfica é baseada em material elaborado por autores com o propósito específico de ser lido por públicos específicos enquanto a pesquisa documental utiliza todo tipo de documentos, elaborados com finalidades diversas. Contudo, existem fontes que podem ser consideradas bibliográficas ou documentais, portanto, recomenda-se que seja considerada fonte documental quando o material consultado é interno à organização, e bibliográfica quando o material for obtido em bibliotecas ou bases de dados.

Segundo Carlos (2017), quanto aos seus objetivos, as pesquisas podem ser classificadas em Exploratória, a qual têm como propósito proporcionar maior familiaridade com o problema, a fim de torná-lo mais explícito ou construir hipóteses; Explicativa, sendo que essa pesquisa possui o objetivo de identificar fatores que determinam ou contribuem para a ocorrência de fenômenos, aprofundando o conhecimento da realidade, visando explicar a razão, o porquê das coisas; ou ainda Pesquisa Descritiva, que será utilizada no presente estudo, e que possui o objetivo de descrever as características de determinada população ou fenômeno. De acordo com Prodanov e Freitas (2013, p. 52) esse tipo de pesquisa é utilizada quando “os fatos são observados, registrados, analisados, classificados e interpretados, sem que o pesquisador interfira sobre eles, ou seja, os fenômenos do mundo físico e

humano são estudados, mas não são manipulados pelo pesquisador” e que ainda segundo Prodanov e Freitas (2013), busca descobrir a frequência de um determinado fato, a sua natureza, características, causas e relações com outros fatos.

### 3.3 COLETA E ANÁLISE DE DADOS

Os dados foram obtidos através do levantamento e coleta de informações realizada por meio das demonstrações contábeis, referente aos anos de 2019 e 2020 das empresas Lojas Renner S.A e Lojas C&A, publicadas no site da B3 e em seguida desenvolveu-se os cálculos dos indicadores através de planilhas na ferramenta Excel, com base nos demonstrativos contábeis das companhias analisadas, bem como o relatório da Administração, efetuou-se assim uma análise qualitativa das informações, a fim de identificar a performance das empresas nos últimos dois anos a partir dos indicadores econômico-financeiros. Efetuou-se ainda análise das informações contidas nas notas explicativas e Relatório da Administração das empresas analisadas, a fim de identificar os impactos da pandemia e as principais estratégias e medidas adotadas pela companhia durante os períodos avaliados.

A pesquisa possui abordagem qualitativa, que segundo Prodanov e Freitas (2013, p. 70) “tem o ambiente como fonte direta dos dados” e difere da abordagem quantitativa pois não usa dados estatísticos como centro da análise do problema, não buscando assim numerar ou medir unidades. (PRODANOV E FREITAS, 2013). A pesquisa se enquadra na classificação qualitativa, pois não serão utilizados dados estatísticos na análise do trabalho, apenas informações gerenciais que demonstram a situação das empresas avaliadas.

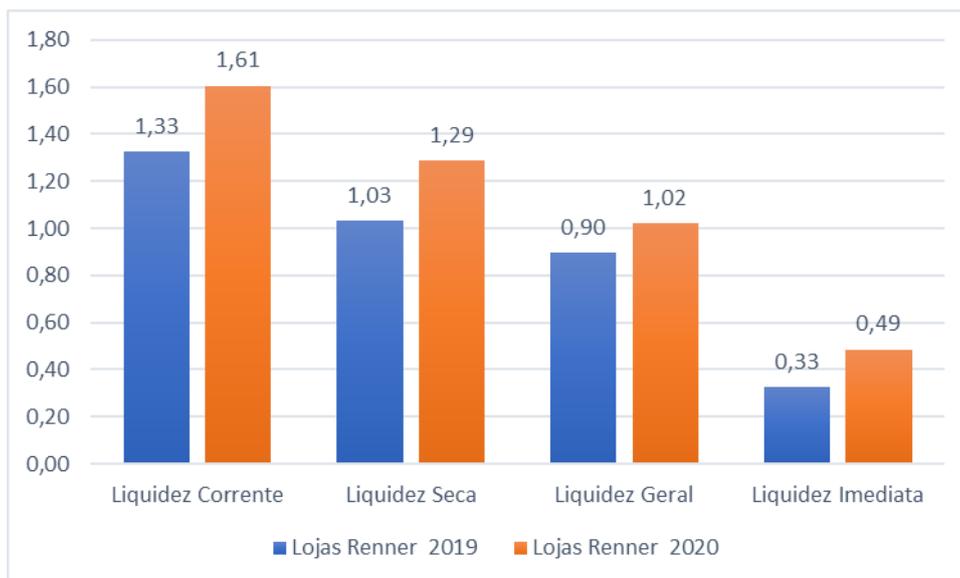
## **4 ANÁLISE DOS RESULTADOS**

Para o presente estudo, calculou-se os indicadores econômico-financeiros das empresas Lojas Renner S.A e Lojas C&A, sendo que os valores para os cálculos foram obtidos das demonstrações financeiras delas, referente ao período de 31/12/2019 e 31/12/2020. Efetuou-se ainda a análise das principais medidas adotadas pela companhia no enfrentamento aos impactos da pandemia e a relação com as variações identificadas nos indicadores.

### **4.1 ÍNDICES DE LIQUIDEZ**

Demonstramos abaixo os gráficos 1 e 2 com o comparativo dos índices de liquidez para os anos de 2019 e 2020 das empresas Lojas Renner e Lojas C&A:

Gráfico 1 – Índices de liquidez da empresa Lojas Renner em dezembro/2019 e dezembro/2020



Fonte: Elaboração própria (2021)

Gráfico 2 – Índices de liquidez da empresa Lojas C&A em dezembro/2019 e dezembro/2020



Fonte: Elaboração própria (2021)

Pode-se visualizar nos gráficos 1 e 2 que os índices de liquidez de forma geral, das Lojas C&A apresentaram redução em 2020 se comparado com 2019, demonstrando que durante o período de pandemia a capacidade da empresa de pagar as suas dívidas, apresentou uma pequena piora, sendo que o único índice que apresentou aumento, foi o de liquidez imediata. Conforme pode ser identificado nas demonstrações financeiras da companhia, a mesma aumentou o valor em caixa e equivalentes em relação ao período anterior, sendo que o valor em caixa e equivalentes em dezembro de 2019 era de R\$ 445.635 mil, enquanto que em dezembro de 2020 foi de R\$ 1.507.789 mil, conforme demonstrado no Balanço Patrimonial da companhia, o que está em linha com o momento enfrentado pela companhia durante a pandemia e as ações tomadas por ela para reagir a situação de crise, no qual identificou-se que a companhia buscou fazer uma boa gestão das despesas e focar no caixa, conforme descrito na mensagem da administração no relatório.

Os índices de liquidez, estão relacionados a capacidade de pagamento das empresas, e são principalmente impactados pelos valores de ativo circulante e passivo circulante, sendo assim, identificou-se que no passivo circulante a Lojas C&A teve um aumento no saldo dos fornecedores em 2020 em relação a dezembro de 2019, assim como, teve também a captação de empréstimos, sendo que a companhia não tinha empréstimos em dezembro de 2019. Conforme informado pela companhia no relatório da administração na nota explicativa 19, de empréstimos, eles foram captados para reforçar o capital de giro da companhia para evitar impactos da crise decorrente da pandemia.

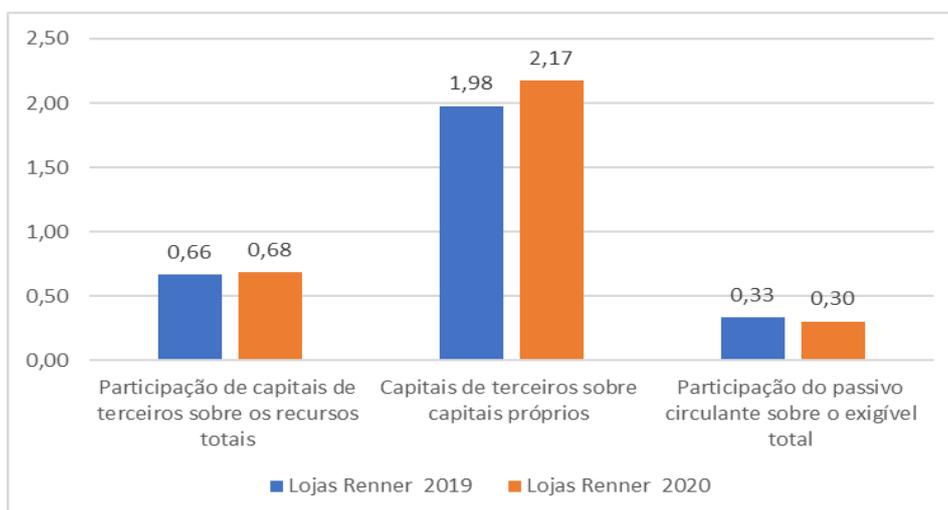
Já para as Lojas Renner, pode-se observar no gráfico acima, que todos os índices de liquidez apresentaram aumento em dezembro de 2020 se comparado com dezembro de 2019. Observou-se que o comportamento está em linha com as medidas adotadas pela companhia, dentre as quais pode-se citar o reforço do caixa através da captação de empréstimos, visto que, conforme exposto no relatório de administração da companhia, para fazer frente a forte redução de vendas que impactou o segundo trimestre de 2020, a Companhia captou empréstimos e financiamentos no montante de R\$ 1.000.000, com objetivo de reforçar o capital de giro e manutenção do nível de caixa mínimo estratégico, conforme demonstrado na Nota Explicativa 17 – Empréstimos, Financiamentos e Debêntures. Observou-se que o saldo de caixa e equivalentes da companhia passou de R\$ 844.755 mil em

dezembro de 2019 para R\$ 1.761.439 mil em dezembro de 2020, apresentando assim um aumento de 109% com a medida de reforço de caixa adotada pela companhia.

#### 4.2 ÍNDICES DE ENDIVIDAMENTO

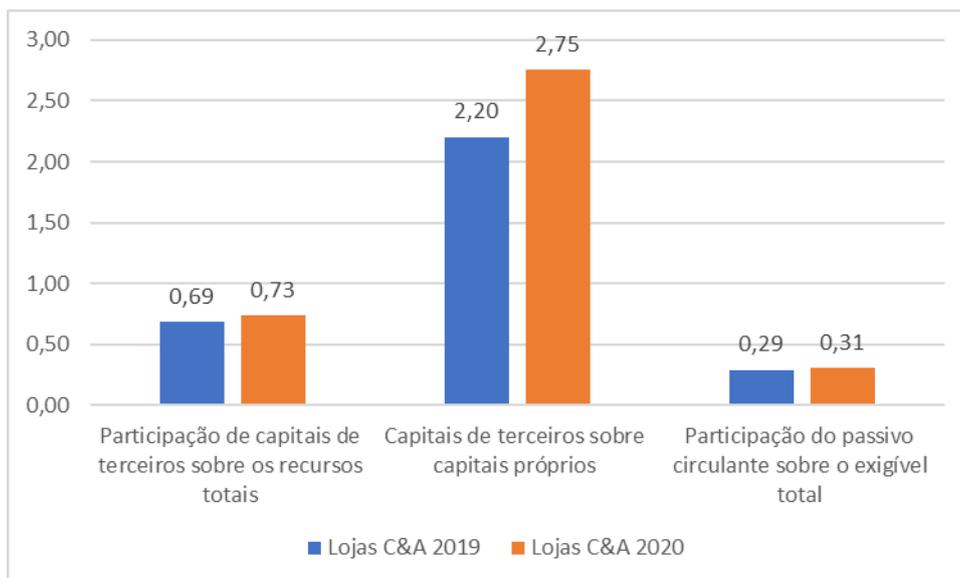
Pode-se observar no gráfico 3 e gráfico 4 que o grau de endividamento das empresas analisadas no presente estudo, Lojas Renner e Lojas C&A apresentou um aumento em 2020 se comparado com o período anterior.

Gráfico 3 – Grau de endividamento Lojas Renner em dezembro/2019 e dezembro/2020



Fonte: Elaboração própria (2021)

Gráfico 4 – Grau de endividamento Lojas C&A em dezembro/2019 e dezembro/2020



Fonte: Elaboração própria (2021)

Observa-se que ambas as empresas demonstraram um aumento na participação de capital de terceiros sobre recursos próprios e totais em 2020, no período da pandemia em comparação dezembro de 2019, demonstrando com isso que o grau de endividamento delas aumentou no período, o que, conforme já mencionado anteriormente está relacionado principalmente com a tomada de empréstimos efetuada para suprir o capital de giro e renegociações efetuadas com fornecedores que elevaram os saldos do passivo em relação ao patrimônio líquido.

Com relação a participação do passivo circulante sobre o exigível total, observou-se que o indicador não apresentou oscilações relevantes em relação ao período anterior, sendo que nas Lojas Renner ele apresentou um pequeno aumento, passando de 0,29 para 0,31 enquanto nas Lojas C&A, foi de 0,33 para 0,30, apresentando uma leve redução, demonstrando, portanto, que a composição de dívidas com vencimento no curto prazo não apresentou grande variação em relação ao período anterior a pandemia.

#### 4.3 COEFICIENTES DE ROTATIVIDADE

Avaliaram-se conforme informações abaixo, os principais índices de rotatividade das companhias analisadas, sendo essas a Rotatividade dos Estoques, o índice de pagamento de fornecedores, recebimento de vendas e giro do ativo, para

os quais foi possível identificar que ocorreram variações em 2020 se comparado com 2019, após os impactos da pandemia.

Tabela 1 – Coeficientes de Rotatividade

	Lojas Renner		Lojas C&A	
	2019	2020	2019	2020
Rotatividade dos estoques	4 vezes	3 vezes	5 vezes	4 vezes
Recebimento de vendas	79 dias	115 dias	60 dias	76 dias
Pagamento de compras	102 dias	142 dias	104 dias	183 dias
Giro do ativo	0,97 vezes	0,55 vezes	1,11 vezes	0,61 vezes

Fonte: Elaboração Própria

Pode-se perceber na tabela 1 que os coeficientes de rotatividade de ambas as companhias apresentaram uma variação em relação a 2019, anteriormente a pandemia. Abaixo, avaliamos cada coeficiente de rotatividade das companhias de forma individual, para uma análise mais detalhada e os principais impactos e causadores das variações.

#### 4.3.1 Rotatividade dos estoques

Conforme abordado anteriormente, o índice de rotatividade dos estoques, avalia quantas vezes o estoque da companhia se renovou devido as vendas, portanto, quanto maior a rotatividade, melhor para a companhia. Observa-se que para ambas as empresas avaliadas no presente estudo o coeficiente de rotatividade dos estoques apresentou uma redução, nos quais para a Lojas Renner, o estoque da companhia se renovou 4 vezes durante o ano de 2019, enquanto em 2020, no período de pandemia o estoque se renovou apenas 3 vezes. O mesmo aconteceu para as Lojas C&A, a qual apresentou um giro do estoque de 5 vezes em 2019, anteriormente a pandemia enquanto em 2020 o estoque girou apenas 4 vezes.

Com o impacto de medidas restritivas aplicadas pelos órgãos reguladores durante os períodos mais críticos enfrentados durante a pandemia, diversas lojas das empresas analisadas passaram por diversos períodos fechados, efetuando vendas apenas de forma on-line, o que impactou o giro dos estoques das empresas, visto que as vendas diminuíram.

Observa-se porém que apesar de ao longo do ano a Lojas Renner ter ficado mais estocada devido ao menor volume de vendas, a companhia procurou iniciativas para impedir que o giro dos estoques fosse impactado de forma ainda mais representativa, como exemplo podemos citar o fato de que a companhia colocou a disposição para vendas on-line o estoque das suas lojas físicas, além de oferecer descontos nas peças do estoque após reabertura das lojas físicas e remarcações, conforme destacado no relatório da Administração na Nota 3.9 Impactos da Covid-19.

Já para as Lojas C&A, observou-se que a companhia evoluiu com a operação do centro de distribuição em Santa Catarina estudos para novas frentes de otimização, no qual com reforços em estrutura e revisão de processos, bem como a consolidação da operação do equipamento para separação de produtos individualizados, resultaram em ganhos na redução de lead time e custos, no aumento de vendas e melhoria da eficiência de estoque, sendo que essas medidas adotadas, colaboraram para que a companhia pudesse manter os níveis e o giro dos estoques dentro de tendências satisfatórias, conforme destacado pela companhia na Mensagem da Administração.

#### 4.3.2 Recebimento de vendas

O índice de recebimento de vendas, indica quanto tempo em média, a companhia deverá esperar, antes de receber suas vendas a prazo e depende do volume de vendas médias e contas a receber médio. Conforme cálculo realizado para as empresas avaliadas no presente estudo foi possível identificar que ambas as empresas apresentaram um aumento no prazo de recebimento das vendas em 2020 se comparado com 2019, visto que, para as Lojas Renner, o prazo médio de recebimento das vendas em 2019 era de 79 dias enquanto em 2020 esse prazo foi para 115 dias, visto que as vendas da companhia foram impactadas pelas restrições adotadas para o fechamento das lojas físicas nos períodos críticos da pandemia, pois a Receita Líquida da Lojas Renner, individual, era de aproximadamente 7bi enquanto em 2020 foi de aproximadamente 5bi, conforme pode ser observado nas informações divulgadas pela companhia na Nota Explicativa 33 - Receitas.

A companhia oferece diversas opções de pagamento aos seus clientes, entre as quais podemos destacar o Cartão Renner e o Meu Cartão, lançado em 2012, com

as bandeiras Mastercard e Visa, que pode ser utilizado também em outros estabelecimentos. Para compras realizadas na Renner, ambos cartões oferecem opções de pagamento em até cinco parcelas mensais sem juros ou oito, com encargos. A partir do fechamento temporário das lojas, em função da Covid-19, foram colocadas em prática pela companhia, uma série de melhorias na experiência de pagamentos para a qual foram aprimorados os canais já existentes, lançados outros e promovida a digitalização dos clientes nas consultas e pagamentos. Adicionalmente, buscou-se alternativas para flexibilizar os pagamentos durante este período, com isenção de juros de até sete dias e uma linha de crédito para financiamento da fatura, com custo inferior ao usual, conforme destacado pela companhia no Relatório da Administração.

Já para as Lojas C&A, com o cálculo efetuado, observou-se que o prazo médio de recebimento das vendas aumentou de 60 dias em 2019 para 76 dias em 2020, e conforme identificado no Relatório da Administração da Lojas C&A, na análise de desempenho, o índice de inadimplência da companhia aumentou em relação a 2019. Foi possível observar que o aumento no prazo dos recebimentos das vendas de ambas as empresas, decorre do momento enfrentado pela economia, no qual as incertezas do mercado impactaram a capacidade de pagamento dos clientes.

#### 4.3.3 Pagamento de compras

O índice de pagamento das compras, indica quanto tempo em média, a companhia leva para o pagamento dos seus fornecedores e apresentou um aumento para ambas as empresas analisadas no presente estudo em 2020 se comparado com 2019. Observou-se que em 2019 o pagamento médio das compras da Lojas Renner era de 102 dias enquanto em 2020 esse prazo subiu para 142 dias. Conforme observado no Relatório da Administração, na Nota Explicativa 20, referente aos saldos de Fornecedores, como estratégia de fortalecimento da cadeia produtiva da Companhia, não foram cancelados os pedidos em andamento, apoiando os fornecedores a atravessarem a pandemia e posteriormente apoiarem a retomada. Adicionalmente, a companhia não teve alteração de prazos, preços e condições, bem como, em compromisso com sua cadeia de fornecedores, tomou algumas ações para amenizar os impactos da Covid-19, não alterando a política de

pagamentos, sendo que essas medidas adotadas contribuíram para que o índice não apresentasse um aumento ainda maior no período.

Para a Lojas C&A, observou-se que o prazo médio de pagamento de compras aumentou de 104 para 183 dias em 2020, e conforme demonstrado no Relatório da Administração da Companhia na Nota Explicativa 18, de Fornecedores, ela passou a possibilitar que seus fornecedores, mediante assinatura de termos de adesão, antecipem seus recebíveis com um desconto sobre o valor de face, sendo que nesses convênios, conforme acordado, as instituições financeiras antecipam um determinado montante para o fornecedor e recebem, na data de vencimento, o montante devido pela Companhia. O convênio não altera as características das condições comerciais, prazos e preços anteriormente estabelecidos entre a Companhia e seu fornecedor. A Companhia passou a realizar essas operações por convênio em abril de 2020, o que impactou os saldos de fornecedores da companhia, na qual ela apresentou na linha de Fornecedores convênio – risco sacado da Demonstração Financeira um valor de R\$ R\$ 235.179 mil que não possuía em 2019.

#### 4.3.4 Giro do Ativo

Com relação ao Giro do Ativo das empresas avaliadas no presente estudo, conforme destacado anteriormente, o índice do giro do ativo demonstra quantas vezes o ativo da companhia “girou” ou se renovou pelas vendas e quanto maior o “giro” do ativo pelas vendas, maiores as chances de a companhia cobrir as despesas com uma boa margem de lucro.

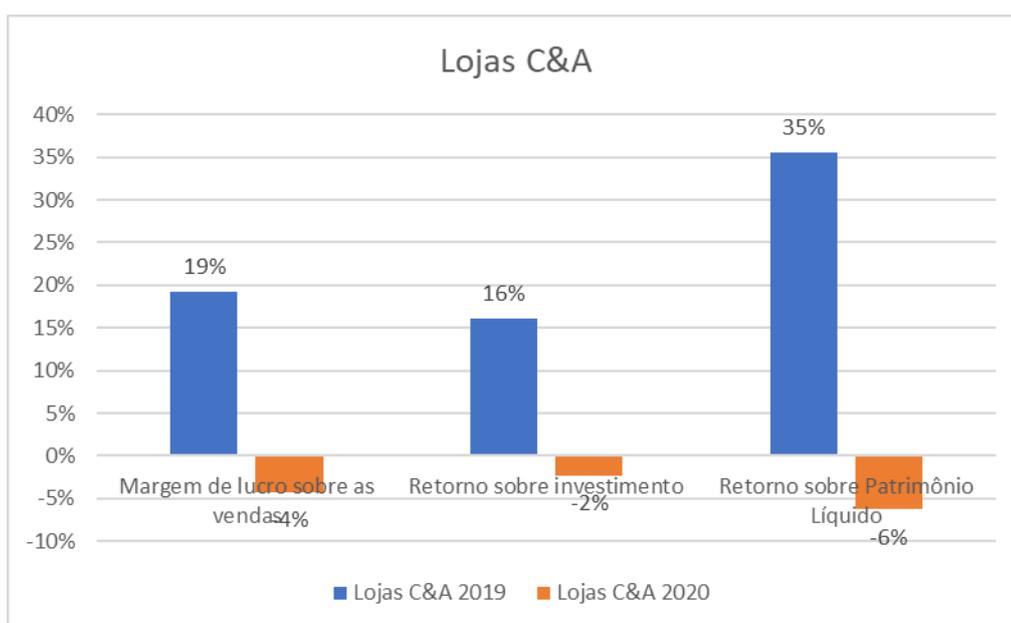
Observou-se que para as Lojas Renner o giro do ativo reduziu de 0,97 para 0,55 vezes em 2020, enquanto para a Lojas C&A o índice também reduziu de 1,11 para 0,61 vezes. Conforme já abordado anteriormente, as vendas de ambas as empresas reduziram em 2020 com os impactos da pandemia, devido às restrições impostas na qual ocorreu o fechamento de lojas físicas, o que impactou o índice do giro do ativo das empresas, levando o mesmo a reduzir em relação a 2019.

#### 4.4 COEFICIENTES DE RENTABILIDADE

Os coeficientes de rentabilidade objetivam calcular a taxa de lucro, ou seja, comparar o lucro em valores absolutos com valores que possuem alguma relação com ele, conforme já mencionado anteriormente.

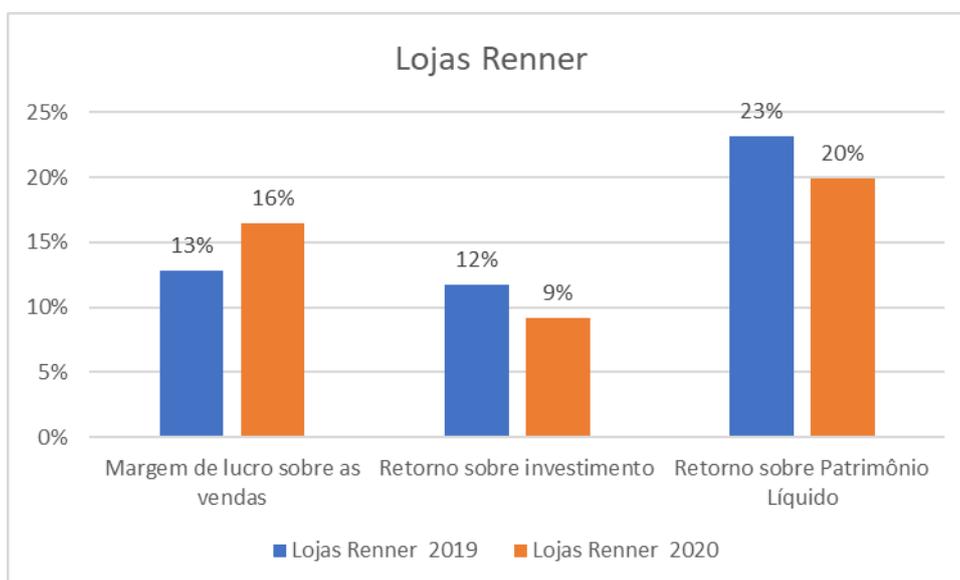
Após os cálculos realizados para as empresas estudadas no presente trabalho, Lojas Renner e Lojas C&A, foram obtidos os seguintes valores, conforme demonstrado abaixo:

Gráfico 5 – Índices de rentabilidade Lojas C&A em dezembro/2019 e dezembro/2020



Fonte: Elaboração própria (2021)

Gráfico 6 – Índices de rentabilidade Lojas Renner em dezembro/2019 e dezembro/2020



Fonte: Elaboração própria (2021)

Conforme pode-se observar nos gráficos 5 e 6, a Lojas C&A apresentou uma queda nos indicadores de rentabilidade em 2020 se comparado com 2019, sendo que ela apresentou prejuízo, o que levou a margem de lucro sobre as vendas a reduzir de 19% em 2019 para -4% em 2020, sendo que em 202 a companhia teve uma queda na sua receita de aproximadamente 23% decorrente do impacto nas vendas devido ao fechamento das lojas nos períodos de pico da pandemia. Conforme abordado pela companhia no relatório da administração, na seção “Comentários sobre o Desempenho Financeiro”, durante o quarto trimestre, foi possível observar uma recuperação gradual e consistente das vendas, principalmente nas lojas físicas, até o final do mês de novembro. Porém, com o aumento do número de casos de Covid-19 em diferentes localidades e, por consequência, a imposição de novas restrições, o mês de dezembro que é muito relevante para o comércio varejista de moda, foi impactado de forma negativa levando o trimestre a ficar estável em relação ao ano passado após dois meses iniciais de boas vendas.

Com relação ao índice de retorno sobre investimento das Lojas C&A, também se identificou uma redução em relação a 2019, sendo que em 2019 a rentabilidade sobre os ativos da companhia era de 16% enquanto em 2020 foi de -2%, demonstrando com isso que o resultado da companhia foi bem menor em relação a

quantidade de dinheiro investido pela mesma, o que está atrelado ao baixo desempenho das vendas da companhia. O cálculo do índice de retorno sobre investimento leva em consideração o lucro líquido que a companhia obteve sobre o ativo total dela. Observou-se que o ativo total da companhia aumentou em relação a 2019, sendo impactada principalmente pelo reconhecimento dos créditos decorrentes do trânsito em julgado do processo de exclusão do ICMS da base de PIS e COFINS, conforme demonstrado na Nota Explicativa 11 de Tributos a Recuperar, enquanto o Lucro Líquido, reduziu de R\$ 971.993 mil em 2019 para R\$ -166.332 mil em 2020, conforme já abordado no tópico anterior, em decorrência da redução das vendas, portanto esses fatores levaram o indicador a apresentar uma redução.

Da mesma forma que os dois indicadores de rentabilidade apresentados anteriormente, o indicador de retorno sobre patrimônio líquido das Lojas C&A apresentou uma redução de 35% em 2019 para -6% em 2021. Este indicador avalia quanto o lucro líquido representa do patrimônio líquido da empresa, expressando os resultados globais atingidos na gestão de recursos próprios e de terceiros, em benefício dos acionistas, o indicador representa o poder de ganho dos proprietários, para cada \$ 1,00 investido e o cálculo leva em consideração o lucro líquido e o patrimônio líquido. Conforme já destacados anteriormente, o lucro líquido reduziu, impactando o resultado desse indicador em 2020, e o patrimônio líquido apresentou também uma pequena redução em 2020 se comparado a 2019, passando de R\$ 2.739.568 mil para R\$ 2.654.798 mil. Sendo assim, a rentabilidade dos recursos investidos pelos sócios da companhia sofreu uma redução decorrente dos impactos do Covid no negócio da companhia, demonstrando que para cada valor investido o retorno foi mais baixo que no ano anterior.

Com relação aos indicadores de rentabilidade das Lojas Renner, foi possível observar que a margem de lucro sobre as vendas apresentou um aumento de 3% em relação ao ano anterior, passando de 13% em 2019 para 16% em 2020. A margem de lucro sobre as vendas busca comparar o lucro com as vendas líquidas, e para o cálculo do respectivo indicador, são levados em consideração o lucro líquido do período avaliado e as vendas líquidas. Observou-se no Relatório da Administração que as vendas líquidas da companhia passaram de R\$ 8.474.693 mil em 2019 para R\$ 6.660.571 mil em 2020, e o lucro líquido passou de R\$ 1.086.201 mil em 2019 para R\$ 1.096.269 mil. Conforme abordado ainda pela companhia no

relatório da administração as vendas foram impactadas pelo fechamento das lojas durante as restrições implementadas como medida de enfrentamento do novo Coronavírus. Conforme informado pela companhia também no relatório da administração o lucro líquido apresentou um leve crescimento em virtude da recuperação de crédito fiscal, decorrente do processo de exclusão de ICMS da base de cálculo do PIS e COFINS, o qual foi reconhecido no segundo trimestre de 2020.

Já com relação ao retorno sobre investimento, identificou-se uma pequena redução de 3% em relação a 2019, sendo que o indicador passou de 12% para 9% em 2020. A companhia teve um aumento no seu ativo total, o qual passou de R\$ 9.275.753 mil em 2019 para R\$ 11.943.763 mil em 2020, sendo que conforme análise do Balanço Patrimonial da companhia, as principais linhas que apresentaram aumento foram Caixa e Equivalentes que decorre das medidas de reforço do caixa adotados pela companhia, conforme já abordado anteriormente, Estoques, em linha com a maior disponibilidade de estoque adotada pela companhia e menores vendas em relação a 2019, e Tributos a Recuperar, decorrente do reconhecimento do crédito do processo de exclusão do ICMS da base de cálculo do PIS e COFINS.

Da mesma forma, o índice de retorno sobre o patrimônio líquido das Lojas Renner apresentou uma redução de 3% em relação a 2019, sendo que em 2019 o índice era de 23% enquanto em 2020 foi de 20%. O patrimônio líquido da companhia aumentou de R\$ 4.691.019mil em 2019 para R\$ 5.501.316mil em 2020, a empresa teve algumas linhas do Patrimônio Líquido que aumentaram em 2020, sendo essas principalmente, a reserva de incentivos fiscais e reserva para investimento e expansão que levaram ao aumento, contudo, de qualquer forma ainda assim, devido ao resultado da companhia ter sido menor em 2020, o retorno dos valores investidos pelos acionistas da companhia apresentaram uma leve redução em relação a 2019.

#### 4.5 ANÁLISE DE ESTRATÉGIAS

Com relação as principais estratégias adotadas pelas empresas avaliadas no presente estudo a fim de manter um resultado satisfatório mesmo em meio à crise da economia decorrente da pandemia do novo Coronavírus, pode-se destacar algumas conforme mencionado nas análises realizadas anteriormente, para as quais efetuou-se análise mais detalhada nessa seção.

#### 4.5.1 Lojas Renner

Conforme abordado pela companhia no Relatório da Administração foram adotadas várias medidas e estratégias no ano de 2020, durante a pandemia, dentre as quais podemos citar o fato de que durante a pandemia foram criadas formas inovadoras de comunicação a fim de apoiar o bem-estar e os cuidados com a saúde. Sendo assim, a companhia lançou eventos musicais, podcasts sobre moda, aulas virtuais e programações diversas, para aumentar a aproximação com seu público durante o período.

Além disso, a companhia adotou melhorias nos canais de venda que possibilitaram que a receita da companhia se mantivesse satisfatória mesmo em meio a crise, dentre as principais formas de ampliação nos canais de venda como exemplo, pode-se citar alguns, como a criação do Minha Sacola, sendo essa uma modalidade de venda social que permite a qualquer pessoa anunciar os produtos da Lojas Renner, recebendo uma comissão pela venda, além da venda por Whatsapp e o Ligue e Compre, para realização de vendas por telefone. Foi lançado também, o Fashion Machine, o qual refere-se ao piloto de vending machine em Estação de Metrô na cidade de São Paulo, que oferece uma compra 100% autônoma e o Fashion Delivery, que está em teste em 17 lojas da Renner, o qual usa analytics para definição do público-alvo e assim enviar itens selecionados para a casa do cliente, com base em suas preferências.

Com relação ao relacionamento com os fornecedores e colaboradores, a companhia tomou uma série de medidas de suporte aos parceiros, como a negociação para adequação dos pedidos à nova realidade e as ordens já compromissadas foram mantidas. Ademais, a partir de 16 de abril, através da MP 936, a companhia adotou a suspensão do contrato de trabalho para os colaboradores que ficaram sem atividades e a redução de jornada e de salários de 25% para todos os administradores e demais colaboradores.

A companhia realizou ainda o ajuste do plano anual para manutenção do caixa, através da redução de despesas, suspensão de investimentos não essenciais e direcionamento de recursos para o avanço de soluções dos canais digitais e e-commerce. Além disso, a companhia revisou a distribuição de dividendos de 50% que havia sido proposta em 2019 para 25%, como medida de preservação do caixa.

Durante o segundo trimestre de 2020, a companhia teve uma redução das vendas decorrente de fechamento das lojas físicas e para reagir diante do fato, captou empréstimos e financiamentos no montante de R\$ 1.000.000 (um milhão de reais), a fim de reforçar o capital de giro e manutenção do nível de caixa mínimo estratégico. Adicionalmente, devido ao fechamento de lojas, a companhia realizou ainda negociação para redução dos aluguéis, e revisão de todas as principais linhas de despesas.

Essa série de medidas e estratégias adotadas pela companhia durante o ano, contribuíram para que o impacto decorrente da pandemia fosse controlado dentro do possível e com isso, o lucro líquido da companhia apresentou um pequeno aumento de 0,9% em relação a 2019, sendo possível verificar com isso que a companhia conseguiu manter um resultado satisfatório durante a pandemia.

#### 4.5.2 Lojas C&A

Conforme pode ser observado no Relatório da Administração das Lojas C&A, a companhia adotou diversas estratégias durante o ano de 2020 que contribuíram para que os impactos da pandemia fossem atenuados, dentre as quais podemos destacar a abertura de novas unidades, como as lojas no formato mini stores em locais de fluxo intenso como estações de rodoviária e metrô, além de maior integração do cliente no formato online e offline, adotando ainda novas metodologias de entrega e novos parceiros comerciais. A companhia realizou ainda uma gestão rigorosa dos estoques, no qual fechou o ano apenas 18% acima de 2019.

Para garantir a liquidez, a companhia realizou a captação de R\$ 1,2 bilhões em notas promissórias e CDBs, conforme descrito na nota explicativa 19. A companhia aderiu ainda à MP 936/20 e à MP927/20, que possibilitaram suspensão de contrato de trabalho e gerou uma economia de R\$ 29.110 na despesa de folha de pagamentos. Além disso, conforme abordado na Nota Explicativa 18, foram firmados convênios com instituições financeiras para garantir o financiamento de seus fornecedores, sendo que, nesses convênios realizados pela companhia com as instituições financeiras, as instituições financeiras antecipam um determinado montante para o fornecedor e recebem, na data de vencimento, o montante devido pela Companhia. Esse convênio não altera as características das condições

comerciais, prazos e preços anteriormente estabelecidos entre a Companhia e seu fornecedor.

Uma das medidas adotadas ainda pela companhia foi a renegociação dos seus alugueis, no qual adotou o expediente prático previsto na Revisão do Pronunciamento Técnico CPC06 (R2), equivalente à emenda no IFRS16 e deliberação CVM 859, referente a “Benefícios relacionados à Covid-19 concedidos para arrendatários em contratos de arrendamento” e assim contabilizou as reduções nos pagamentos dos arrendamentos, que totalizou um valor de R\$94.159, diretamente no resultado, conforme Nota Explicativa 17.

Outra estratégia adotada pela empresa para garantir a saúde operacional, foi a proposta da Administração para retenção parcial dos dividendos mínimos obrigatórios relativos ao ano de 2019, no valor de R\$75.988, a qual foi aprovada pelos acionistas em Assembleia Geral Ordinária em junho de 2020 e foi absorvida pelo prejuízo de 2020, conforme Nota Explicativa 24.

Através das estratégias acima, as quais foram adotadas pela companhia em 2020, foi possível observar que ela conseguiu atenuar os impactos da pandemia no seu resultado, porém, ainda assim a empresa apresentou um prejuízo de R\$ 166.332.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A crise instaurada pela pandemia do novo Coronavírus é uma das maiores já enfrentadas pela economia e pela saúde no mundo todo, sendo que, de igual modo, o varejo foi um dos setores mais impactados pela crise da pandemia do Covid-19, conforme destacado pelo Sebrae, sendo assim, o objetivo geral do presente estudo consistiu em analisar o impacto da pandemia da COVID-19 nos indicadores econômico-financeiros do varejo de vestuário, e objetivos específicos avaliar o desempenho das empresas Lojas Renner S.A e Lojas C&A, companhias abertas do Setor de varejo de vestuário, em 2020, analisar a variação nos indicadores econômico-financeiros das companhias no ano de 2020 em comparação com 2019 e identificar as principais estratégias adotadas pelas companhias a fim de conter os impactos da Covid-19 e manter um resultado satisfatório.

O desenvolvimento do presente trabalho apresentou uma avaliação geral sobre os principais impactos nos indicadores econômico-financeiros de lojas do setor de vestuário em 2020 com a pandemia do Covid-19. Pode ser observado que ambas as empresas apresentaram redução nas vendas decorrentes de medidas de restrições adotadas pelos órgãos governamentais no enfrentamento a propagação do vírus, o qual englobou o fechamento de lojas físicas durante períodos de pico de casos.

Os indicadores econômico-financeiros abordados nesse trabalho, dentre os quais podemos citar os indicadores de liquidez, de endividamento, de rotatividade e de rentabilidade, de forma geral apresentaram variações negativas em relação ao ano anterior, conforme pode ser observado, e ambas as empresas adotaram medidas a fim de impedir maiores impactos nos resultados, como captação de empréstimos para reforço do caixa e capital de giro, investimento maior nas plataformas de vendas on-line, dentre outras. Contudo, foram identificados indicadores que apresentaram variações positivas, dentre os quais podemos citar a margem de lucro sobre as vendas e os indicadores de liquidez das Lojas Renner, os quais aumentaram em relação a 2019.

Outro ponto observado ainda durante as análises, refere-se ao fato de que a Lojas C&A apresentou prejuízo durante o ano mesmo com medidas adotadas pela companhia, ela foi fortemente impactada pela queda nas vendas e apresentou resultado negativo em dezembro de 2020.

Por fim, identificou-se que os resultados apresentados durante as análises, de certa forma, estão em linha com o atual período de pandemia enfrentado pelas empresas e por se tratar de empresas de varejo, tiveram redução de vendas com o fechamento de lojas físicas durante o ano, conforme abordado no estudo realizado pela Deloitte, a queda na atividade do comércio brasileiro em 2020 foi de 32% em abril de 2020 se comparado com abril de 2019, sendo essa queda a maior em 20 anos, especificamente no setor de vestuário e eletrodomésticos a queda foi de 39%, impactado principalmente pela queda nas vendas nas lojas físicas. Foram identificadas ainda, algumas medidas para evitar impactos maiores nos resultados que foram adotadas pelas empresas avaliadas, dentre as quais podemos citar, a captação de empréstimos, o fortalecimento da atuação nos canais de venda on-line, dentre outras.

Para trabalhos futuros, pode ser interessante avaliar medidas adotadas pelas companhias no período pós pandemia para evitar que crises, como a que ocorreu com a Pandemia, impactem os resultados das empresas futuramente. Além disso, também pode ser interessante, avaliar quais medidas foram adotadas pelas empresas nos anos posteriores a pandemia a fim de conseguir a recuperação dos impactos decorrentes dela.

A análise realizada no presente trabalho, bem como, essa exploração do tema em trabalhos futuros, pode ser útil para contribuir com outras empresas e pesquisas, pois no momento ainda existe um número limitado de pesquisas nessa área, portanto a partir dos resultados encontrados e análises apresentadas, outras empresas da área podem utilizar-se delas para realizar as suas próprias análises e verificar quais foram os impactos da pandemia.

## REFERÊNCIAS

A.N.A. **Estruturas e Análise de Balanços - Um Enfoque Econômico-financeiro**. São Paulo: Grupo GEN, 2020. 9788597024852. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597024852/>. Acesso em: 24 de maio de 2021.

**A evolução do comércio eletrônico no Brasil**. Internet Innovation, s/d. Disponível em: <https://www.internetinnovation.com.br/blog/a-evolucao-do-comercio-eletronico-no-brasil/> Acesso em 22 de maio de 2021.

**A pandemia e os seus efeitos na indústria da moda**. Jota.Info, 2020. Disponível em: <https://www.jota.info/opiniao-e-analise/artigos/a-pandemia-e-os-seus-efeitos-na-industria-da-moda-19092020>. Acesso em 22 de abril de 2021.

**Abit apresenta balanço de 2020 e expectativas do setor têxtil para 2021**. Fashion United, 2020. Disponível em: <https://fashionunited.com.br/news/fashion/abit-apresenta-balanco-de-2020-e-expectativas-do-setor-textil-para-2021-1608677127/20201222138695>. Acesso em 23 de maio de 2021.

Aquino, Estela M. L. et al. **Medidas de distanciamento social no controle da pandemia de COVID-19: potenciais impactos e desafios no Brasil**. Ciência & Saúde Coletiva [online]. v. 25, suppl 1 [Acesso em 23 de maio 2021], pp. 2423-2446. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1413-81232020256.1.10502020>

**ASSAF NETO**, Alexandre. Estruturas e Análise de Balanços - Um Enfoque Econômico-financeiro. Grupo GEN, 2020. [Minha Biblioteca].

**Bolsa termina o ano em alta de 3%**; veja o balanço do mercado em 2020. G1, 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2020/12/30/bolsa-termina-o-ano-em-alta-de-321percent-veja-o-balanco-do-mercado-em-2020.ghtml>. Acesso em 19 de abril de 2021.

BOTELHO, Delane; GUISSONI, Leandro. **Competitividade e Inovação no Varejo**. Revista de Administração de empresas, São Paulo, v. 56, n. 6, pg. 596 -599, 2016.

**Brasil confirma primeiro caso do novo coronavírus**. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/noticias/saude-e-vigilancia-sanitaria/2020/02/brasil-confirma-primeiro-caso-do-novo-coronavirus>. Acesso em: 06 de junho de 2021.

**C&A e Arezzo mostram impacto do Coronavírus na moda**. Exame, 2020. Disponível em: <https://exame.com/negocios/ca-e-arezzo-mostram-impacto-do-coronavirus-na-moda/> Acesso em 23 de maio de 2021.

**C&A, Hering, Riachuelo: a salvação do varejo de vestuário está no marketplace?** CNN, 2020. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/business/2020/09/01/ca-hering-riachuelo-a-salvacao-do-varejo-de-vestuario-esta-no-marketplace>. Acesso em 22 de Abril de 2021.

**Carlos, G. A. Como Elaborar Projetos de Pesquisa**, 6ª edição. Grupo GEN, 2017. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597012934/>. Acesso em: 04 de maio de 2021

Carlos, M. J. **Análise das Demonstrações Contábeis**. São Paulo: Grupo GEN, 2019. 9788597021264. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597021264/>. Acesso em: 24 de maio de 2021.

**Com pandemia, comércio eletrônico tem salto em 2020 e dobra participação no varejo brasileiro**. G1, 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2021/02/26/com-pandemia-comercio-eletronico-tem-salto-em-2020-e-dobra-participacao-no-varejo-brasileiro.ghtml>. Acesso em 22/04/2021. Acesso em 22 de abril de 2021.

**Comércio na era digital: o que ainda vai mudar**. Algar Telecom, 2018. Disponível em: <https://blog.algartelecom.com.br/geral/comercio-na-era-digital-o-que-ainda-vai-mudar/>. Acesso em 22 de maio de 2021.

**Conheça a C&A**. C&A, s/d. Disponível em: <https://www.cea.com.br/Institucional/Conheca-a-CEA#historia>. Acesso em 23 de maio de 2021.

**Conheça a história e evolução do varejo no Brasil.** Solução Casting, 2018. Disponível em: <https://www.solucaocasting.com.br/blog/historia-e-evolucao-do-varejo-no-brasil>. Acesso em: 02 de maio de 2021.

**Covid-19:** o mapa que mostra o alcance mundial da doença. BBC, 2021. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-51718755>. Acesso em 19 de abril de 2021.

de, I. S. **Análise de Balanços**, 11ª edição. São Paulo: Grupo GEN, 2017. 9788597010879. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597010879/>. Acesso em: 26 de maio de 2021.

**Covid-19 e os impactos nos setores econômicos:** Um olhar atento às projeções. Deloitte, 2020. Disponível em: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/br/Documents/about-deloitte/Deloitte-Covid-Impacto-Setores-junho.pdf> Acesso em 30 de outubro de 2021.

FALCÃO, Roberto Flores. **O marketing no Brasil: sua história e evolução.** Dissertação (Programa de Pós Graduação em Administração) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo. São Paulo, p.374. 2014.

**Histórico.** Lojas Renner S.A, s/d. Disponível em: [https://www.lojasrennersa.com.br/pt\\_br/institucional/historico](https://www.lojasrennersa.com.br/pt_br/institucional/historico) Acesso em 23 de maio de 2021.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi; GARCIA, Maria Tereza. **Estratégias de Marketing para Varejo.** Novatec, [2021?].

**Lojas Renner Cotação Iren3.** Toro Investimentos, s/d. Disponível em: <https://analises.toroinvestimentos.com.br/acoes/lojasrenner-cotacao-iren3> Acesso em 23 de maio de 2021.

**Lucro da Lojas Renner cai 31% no 4º trimestre, a R\$ 354 milhões, com repique da Covid-19.** Infomoney, 2021. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/mercados/lucro-da-lojas-renner-cai-31-no-4o-trimestre-a-r-354-milhoes-com-repique-da-covid-19/> Acesso em 23 de maio de 2021.

**MATTAR**, Fauze Najib. Administração de varejo. 2. ed. Rio de Janeiro: GEN Atlas, 2019. [Minha Biblioteca].

**Measuring digital transformation progress around the world.** Deel Technologies, s/d. Disponível em: <https://www.delltechnologies.com/en-us/perspectives/digital-transformation-index.htm#scroll=off> Acesso em 24 de maio de 2021.

**O crescimento dos Marketplaces em 2021.** Disponível em: <https://abcomm.org/noticias/o-crescimento-dos-marketplaces-em2021/> Acesso em 06 de junho de 2021.

**O que é Lockdown? Qual é a diferença entre isolamento e quarentena?** Nubank, 2021. Disponível em: <https://blog.nubank.com.br/lockdown-coronavirus-isolamento-quarentena/> Acesso em 24 de maio de 2021.

Ott, Ernani. **Técnicas de Pesquisa em Contabilidade**. Porto Alegre: Editora Unisinos, 2012.

**Pandemia derruba vendas da Lojas Renner no 2º trimestre**. Forbes, 2020. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-money/2020/09/pandemia-derruba-vendas-da-lojas-renner-no-2o-trimestre/> Acesso em 24 de maio de 2021.

**Pesquisa Mensal do Comércio**. IBGE, 2020. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/comercio/9227-pesquisa-mensal-de-comercio.html?edicao=30024&t=destaques> Acesso em 24 de maio de 2021.

**PIB cai 4,1% em 2020 e fecha o ano em R\$ 7,4 trilhões**. IBGE, 2020. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/30165-pib-cai-4-1-em-2020-e-fecha-o-ano-em-r-7-4-trilhoes>. Acesso em 02 de maio de 2021.

Piotrowicz, W., & Cuthbertson, R.. **Introduction to the Special Issue Information Technology in Retail: Toward Omnichannel Retailing**. International Journal of Electronic Commerce. 18:4, 5-16. 2014.

**Primeiro caso confirmado de Covid-19 no Brasil ocorreu em São Paulo e completa seis meses nesta quarta**. G1, 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2020/08/26/primeiro-caso-confirmado-de-covid-19-no-brasil-ocorreu-em-sp-e-completa-seis-meses-nesta-quarta.ghtml> Acesso em 23 de maio de 2021.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico** [recurso eletrônico], 2ª ed. Feevale, 2013. Disponível em: <https://www.feevale.br/Comum/midias/0163c988-1f5d-496f-b118-a6e009a7a2f9/E-book%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf>. Acesso em: 04 de maio de 2021.

**Relação com investidores**. C&A, s/d. Disponível em: <https://ri.cea.com.br/> Acesso em 23 de maio de 2021.

Silva, J.P. D. **Análise financeira das empresas – 13ª edição revista e ampliada**. Porto Alegre: Cengage Learning Brasil, 2018. 9788522125784. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522125784/>. Acesso em: 25 de maio de 2021.

**VAROTTO**, Luís Fernando. VAREJO NO BRASIL – RESGATE HISTÓRICO E TENDÊNCIAS. 2018. Disponível em: <https://periodicos.uninove.br/remark/article/view/12230>. Acesso em: 30 de maio de 2021.

**Veja quais setores serão mais afetados pela crise**. Sebrae, 2020. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/veja-quais-setores-serao-mais->

[afetados-pela-crise,c7c3f1b0a59f0710VgnVCM1000004c00210aRCRD](#) Acesso em: 30 de outubro de 2021.

**Vestuário é a atividade mais afetada pela pandemia e deve fechar o ano com queda de 25% no faturamento.** Fecomércio, 2020. Disponível em: <https://www.fecomercio.com.br/noticia/vestuario-e-a-atividade-mais-afetada-pela-pandemia-e-deve-fechar-o-ano-com-queda-de-25-no-faturamento>. Acesso em 19 de abril de 2021.