



FACULDADE DE NEGÓCIOS
METROPOLITANA

FACULDADE METROPOLITANA DO ESTADO DE SÃO PAULO

GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

IMPACTOS DA PANDEMIA NO SETOR EMPRESARIAL BRASILEIRO

David Abrahão Ferreira Lima
Anivaldo José Carvalho (orientador)

RESUMO

Este estudo traz como tema o impacto da pandemia na saúde financeira das empresas. Tem por objetivo apresentar conceitos sobre a organização como sistema aberto; os grupos de interesse que interagem e fazem parte das empresas, conhecidos como *stakeholders*; o setor industrial e varejista brasileiro e a aplicação da contabilidade empresarial dando ênfase no endividamento, liquidez e lucratividade. O problema de pesquisa que guia o presente estudo fundamenta-se na seguinte pergunta: a pandemia influenciou nos resultados contábeis das empresas brasileiras? Para responder a esta indagação, utilizou-se como método de pesquisa a revisão bibliográfica, caracterizando uma pesquisa quantitativa descritiva. Observa-se que no ano de 2020 a pandemia foi o fator externo determinante que fez com que os resultados das empresas mudassem drasticamente se comparado ao exercício anterior.

Palavras-chave: pandemia, *stakeholders*, contabilidade empresarial.

ABSTRACT

This study focuses on the impact of the pandemic on the financial health of companies. Its objective is to present concepts about an organization as an open system; the interest groups that interact and are part of the companies, known as *stakeholders*; the Brazilian industrial and commerce sector and the application of corporate accounting with an emphasis on indebtedness, liquidity and profitability. The research problem that guides this study is based on the following question: did the pandemic influence the accounting results of Brazilian companies? To answer this question, the literature review was used as a research method, characterizing descriptive quantitative research. It is observed that in 2020 a pandemic was the external determining factor

that caused the companies' results to change drastically compared to the previous year.

Keywords: pandemic, stakeholders, corporate accounting.

INTRODUÇÃO

O fator determinante para a ascensão e sucesso de qualquer empresa é o planejamento, o qual deverá ser feito em todas as etapas de cadeia de fornecimento de um produto ou serviço, ou seja, desde a pesquisa do consumidor, o qual dita as regras de consumo, até o produto na loja. O crescimento das atividades econômicas gerou a necessidade de se ter informações úteis para a tomada de decisão e, nesse contexto, surge a contabilidade como um importante instrumento que fornece dados econômicos coletados e mensurados monetariamente, registrados em forma de relatórios os quais auxiliam os administradores a tomarem as decisões na empresa.

Assaf Neto (2012) afirma que em ambientes globalizados é destacada a economia voltada ao mercado, ou seja, são os consumidores que conduzem as empresas através de suas decisões. A interação como um sistema aberto e a crescente competitividade das empresas exigiram uma maior eficiência e qualidade das mesmas para com os seus consumidores.

Em tempos de incertezas, em que há crises e concorrência acirrada, o ambiente externo impacta de maneira extrema nas empresas. Como sobreviver em um sistema aberto de grande incerteza? A pandemia do Covid-19, acentuou essa máxima sobre as empresas de todo o mundo. Neste contexto, será analisado especificamente o endividamento, a liquidez e a lucratividade das empresas brasileiras nesse período pandêmico, e, se as empresas conseguiram ou não atingir seu principal objetivo: a obtenção de resultados.

O estudo do endividamento permite avaliar a proporção dos recursos próprios e de terceiros na empresa, a dependência apresentada por essas dívidas e o risco financeiro. A liquidez apresenta a facilidade com qual a empresa tem em transformar ativos em dinheiro, conhecendo, então, sua capacidade de pagamento, seu equilíbrio financeiro e a necessidade de investimento em capital de giro. Já a lucratividade, principal indicador para este trabalho, nos mostrará o resultado financeiro obtido pelas

empresas no período pandêmico, avaliando o retorno que as empresas tiveram sobre os investimentos e o lucro pelas vendas (DINIZ, 2015).

Chiavenato (2005) define através da teoria de sistemas que as organizações devem ser flexíveis a mudanças do volátil ambiente externo e devem estar prontas para as modificações necessárias para sobrevivência. Destaca-se, então, a teoria contingencial, em que tudo é relativo, sendo a situação e o ambiente fatores decisivos para com a organização.

Fatores externos, os quais são comumente associados a incertezas, não havendo previsibilidade, podem, sim, influenciar nos resultados e/ou tomada de decisões da empresa.

Stoner e Freeman (1995) explicam que o processo de decisão não acaba com a escolha em si, ou seja, depois da escolha da melhor alternativa há o monitoramento da decisão, o qual refere-se à análise e acompanhamento dos resultados obtidos, em que são observados os positivos e negativos.

No presente trabalho, utilizaremos de quatro empresas para analisarmos o endividamento, liquidez e lucratividade das mesmas, sendo duas do setor secundário, o qual estão inseridas empresas industriais que transformam matérias-primas em produtos diferentes para posterior comercialização, e outras duas do setor terciário, as quais intermedeiam o comércio de bens e serviços entre o consumidor e a indústria (ASSAF NETO, 2012).

A justificativa do trabalho parte da premissa de hodiernidade do tema e a importância de conhecê-lo para entender o mercado corporativo moderno e como conseguir o sucesso empresarial, mesmo em momentos difíceis, como o que estamos vivendo, ou seja, veremos que mesmo em situações de crise há a possibilidade de ganhos.

O objetivo geral do trabalho é saber como os indicadores econômicos destacados, o endividamento, a liquidez e a lucratividade influenciaram as empresas durante a pandemia e analisar as mudanças que ocorreram nos mesmos e se as empresas reagiram a tais mudanças, avaliando os resultados que elas tiveram, sejam eles negativo ou positivo. Iremos utilizar fontes de pesquisa de trabalhos acadêmicos e livros de autores que abordem a administração empresarial, contabilidade e indicadores de demonstrações financeiras, relacionando essas fontes com os resultados obtidos pelas empresas nos anos de 2019 e 2020, divulgados através dos balanços econômicos.

1 REFERENCIAL TEÓRICO

1.1. Organização como sistema aberto

As empresas podem ser vistas como parte de um grande sistema globalizado. A abordagem proposta pelo cientista alemão Bertalanffy (2010) defende que, ao se observar uma organização, devemos vê-la como um todo, considerando todos seus elementos e suas interdependências, ou seja, anula a possibilidade de classificação monolítica da corporação. Outro ponto importante destacado por ele é o da complexidade da realidade, e a importância de entender essas diferentes complexidades e saber atuar frente a elas. Logo, o gestor deve saber explorar o “todo e suas totalidades” para conseguir os resultados esperados da organização.

De acordo com Chiavenato (2005), o ato de administrar envolve o dono e o seu subalterno que administra a empresa, o administrador. Administrar é conseguir atingir os objetivos através das metas já estabelecidas, resolver problemas e obter o lucro esperado.

Com a chegada da pandemia, percebemos de maneira mais acentuada como a organização está interligada de maneira dependente com os outros atores que compõe o sistema empresarial, por exemplo uma empresa do varejo, que cuida da venda de eletrônicos, de forma direta ou indireta depende de outros fatores para existir e crescer, como o Estado, os clientes, os fornecedores e a logística. Percebe-se, uma enorme cadeia de dependência por trás de uma empresa e a sua complexidade.

Em dezembro de 2019, o escritório da OMS (Organização Mundial da Saúde) na China foi avisado sobre casos de pneumonia de causa desconhecida, detectada na cidade de Wuhan, na província de Hubei. Entre 31 de dezembro de 2019 e 3 de janeiro de 2020, um total de 44 pacientes foram notificados. Em 7 de janeiro as autoridades chinesas identificaram em exames laboratoriais que a causa era um novo tipo de coronavírus. Rapidamente, a doença se espalhou no mundo, causando mortes e crises econômicas e sociais. Os líderes globais investiram pesado em pesquisas sobre tratamento e vacinas. Atualmente, em muitos países, a pandemia encontra-se controlada graças à imunização feita em massa.

De acordo com o Conselho Nacional de Saúde, a doença é facilmente transmitida pelo ar, através das partículas expelidas pela boca e/ou nariz, pelo toque, podendo ficar em superfícies durante longo tempo, por isso a recomendação principal

é o uso de máscaras e o distanciamento social, evitando ambientes com aglomeração e sem a correta ventilação (BRASIL, 2020).

O Conselho Nacional de Saúde logo percebeu-se a necessidade de medidas mais duras para enfrentamento da pandemia, seguindo as orientações da OMS, como:

- Que as medidas de isolamento social devem ser implementadas no início da transmissão comunitária, de maneira a reduzir a velocidade da transmissão e não deixar os serviços de saúde, particularmente leitos de UTI e respiradores, com sua capacidade esgotada;
- Que essas medidas devem ser acompanhadas de monitoramento sobre a dinâmica da transmissão (número de casos e mortes) e da capacidade dos serviços;
- Que ao se observar uma aceleração da transmissão e/ou taxa de ocupação dos serviços atingindo níveis críticos, devem ser adotadas novas medidas para restringir ainda mais as possibilidades de contágio;
- Que as experiências de outros países mostram que distanciamento social com baixos níveis de adesão resulta na necessidade de períodos de bloqueio muito mais longos, que se tornam inviáveis para qualquer sociedade. (BRASIL, 2020).

A pandemia foi um grande fator externo que impactou sobre as empresas majoritariamente de maneira negativa em 2020, pois, em diversos momentos, houve a necessidade de fechar as empresas por um certo período de tempo para conter o avanço e disseminação da doença. O *lockdown* restringiu o funcionamento de muitas empresas não consideradas essenciais e a circulação das pessoas, acarretando a diminuição da receita das empresas, devido à queda das vendas e produção sem ter esse efeito igual e proporcional com as despesas e custos, logo houve de imediato prejuízo e muitas organizações acabaram falindo.

Os consumidores, por sua vez, outro importante fator externo que influencia em qualquer empresa, tiveram que ajustar o seu modo de consumo e a frequência, pois muitas pessoas ficaram desempregadas, perdendo sua renda, e deixando de consumir para poder sobreviver. Por outro lado, por exemplo, um cliente que consumia indo até a loja, teve que se acostumar com a ideia de consumir de maneira digital, aumentando, então, de maneira relevante uma modalidade de negócio conhecida como marketplace.

O termo *stakeholders*, criado por Freeman (2010), exemplifica que as empresas devem olhar os grupos de interesse e criar valor para eles, se preocupando com eles. Neste contexto, temos que, para sobreviver, as empresas devem saber o que acontece com seus “interessados” e como ajudá-los, quando necessário. Durante a pandemia várias empresas ficaram incapacitadas de operar fisicamente devido às

restrições sanitárias. Para não deixar de atender aos seus clientes, muitas delas aderiram à venda *on-line*, seja por mídias digitais, WhatsApp ou mercados digitais, deixando claro a preocupação com os consumidores e ao mesmo tempo também com os investidores, funcionários e com a comunidade, porém muitas empresas não deram a atenção necessária aos seus grupos de interesse, perdendo então oportunidades de compra ou venda de serviços e produtos.

1.2 O mercado brasileiro: a indústria e o varejo

As empresas podem ser classificadas quanto sua natureza econômica, podendo ser divididas em três grandes grupos, o primário, secundário e terciário:

- Setor Primário: São empresas que têm como objetivo a produção de matérias-primas, alimentos ou combustíveis, através do uso do solo para cultivo e aproveitamento.
- Setor Secundário: São as indústrias, as quais pegam as matérias primas e as modificam através de tecnologia e fatores de produção, gerando produtos diferentes dos originais para futura comercialização.
- Setor Terciário: Engloba as empresas que se relacionam com comércio de bens e serviços, sendo a ponte entre os consumidores e as indústrias (ASSAF NETO, 2012).

Segundo dados das Contas Nacionais Trimestrais do IBGE (2021), atualmente, o setor secundário e terciário correspondem a mais de três quartos do PIB brasileiro. Podemos ver o crescimento e importância desses setores, também motivado por um expressivo aumento de indústrias no Brasil. Um dos fatores que podemos citar para tal é a ajuda fiscal que o governo destina a esse setor.

Iremos analisar nesse estudo duas grandes indústrias brasileiras:

- EMS, pioneira no segmento farmacêutico no Brasil, foi fundada há mais de 57 anos e com capital 100% nacional, a EMS é a líder do mercado farmacêutico brasileiro há quinze anos consecutivos, pertencente ao Grupo NC, um dos maiores conglomerados brasileiros. Esse sucesso resulta do investimento constante em pesquisa e desenvolvimento, da moderna infraestrutura fabril, da agilidade e pioneirismo no lançamento de produtos, da sinergia entre as diversas unidades de negócio, do foco constante e crescente em inovação e do talento de milhares de colaboradores. A empresa ocupa também a liderança no segmento de genéricos desde 2013 e está entre os maiores laboratórios em preferência prescritiva no Brasil. Tem forte presença em PDVs de todo o país e atuação nas áreas de prescrição médica, genéricos, medicamentos de marca, OTC e hospitalar, fabricando produtos

para praticamente todas as especialidades da Medicina. Possui o maior portfólio do setor, além de apoiar continuamente ações de responsabilidade social dentro e fora do Brasil.

- AMBEV, grande empresa produtora de bebidas, nasceu, em 1999, da união entre as centenárias Cervejaria Brahma e Companhia Antarctica, hoje tem um portfólio com mais de 100 rótulos, é a 14^o maior empresa brasileira, presente em 19 países, 32 cervejarias e 2 malterias no Brasil.

E ainda, veremos duas grandes empresas do setor terciário:

- Magazine Luiza, uma das maiores redes varejistas do Brasil, que adotou uma política agressiva de expansão nos últimos anos, e hoje vem colhendo os frutos, englobando no seu portfólio outras empresas. A Magalu é uma plataforma digital, com 860 pontos físicos e calor humano. Em 2017, a empresa teve um faturamento de R\$14,4 bilhões de reais, sendo que 30% deste total vem do *e-commerce*.

- Lojas CEM, outra grande varejista que aposta em um modelo mais tradicional de vendas, sem adoção de *e-commerce*, vendendo apenas através de suas lojas físicas.

Poderemos, então, após análise dos balanços comerciais e alguns pontos específicos dos mesmos, verificar como a pandemia as impactou, e analisar, ainda, o reflexo no setor secundário e terciário, seja por diminuição da receita, ocasionado pela queda de vendas, ou falta de insumos por exemplo, e possíveis medidas para controle, correção e evolução.

As organizações precisam de recursos humanos e materiais para conseguir assegurar o seu correto funcionamento e elas ofertam bens e serviços que são demandados pelos clientes, os quais geram essa demanda através de recursos monetários, transferindo esse recurso para as organizações.

Logo, essa relação é regida através da lei da oferta e demanda, sendo o consumidor o principal fator dessa relação, especificando suas condições e interesses, como a quantidade, o valor, o que produzir e para quem. Esse sistema organizado entre o cliente e a empresa gera, além da satisfação da necessidade/desejo do consumidor, a realização dos objetivos (o lucro) dos agentes de produção e renda para o proprietário.

A principal função do mercado financeiro é fazer o intermédio dos agentes superavitários (aqueles que gastam menos do que ganham) gerando poupança, com os deficitários (aqueles que precisam de recursos para suprir suas necessidades).

Quando essa poupança é direcionada ao setor empresarial, ela vai gerar uma evolução no setor através desse investimento, conseqüentemente, aumentando a oferta de bens e serviços. Já quando a poupança é direcionada a pessoa física, ela gerencia o consumo das pessoas, ou seja, influencia na demanda (DINIZ, 2015).

A partir do conhecimento dessas classificações, é possível iniciar uma percepção de como a pandemia impactou as indústrias e o setor varejista brasileiro devido às restrições sanitárias e a diminuição da demanda e da oferta, ocasionadas por falta de insumos, desemprego, variações cambiais, diminuição de investimentos das empresas e como elas reagiram mediante tal fator.

1.3 A contabilidade empresarial

A Contabilidade é a ciência que se dedica a registrar, através dos relatórios contábeis, o que aconteceu na organização em determinado período, representando o patrimônio e suas variações e mutações nele feitas, criando normas para sua interpretação, análise e auditoria (DINIZ, 2015).

Ela é a maior aliada do administrador na tomada de decisão, uma vez que ela faz a coleta de todos dados econômicos da empresa e os registra monetariamente. Uma das suas mais importantes funções é no sentido de medir o resultado das empresas e seu desempenho, frente as decisões tomadas, sendo o maior trunfo poder comparar com balanços de anos anteriores, fornecendo maior segurança ao administrador quanto aos resultados obtidos.

De maneira mais aprofundada, temos, dentro da contabilidade, os balanços contábeis, que nada mais são que “fotos” da saúde financeira da empresa em determinado tempo, indicando o resultado sobre financiamentos e investimentos feitos pela empresa e neles conseguimos encontrar importantes informações que podem ajudar diferentes grupos na tomada de decisão, seja um investidor, o gestor, um credor, ou o próprio cliente. Como, por exemplo, eles ajudam o administrador a decidir em que investir na empresa e como financiar esse investimento, com qual valor remunerar os sócios, adoção de política de crédito, manter estoque, ou não, e de que maneira pagar os fornecedores.

De acordo com Matarazzo (2010), a análise das demonstrações contábeis de maneira mais aprofundada data do final do século XX, em que os bancos as utilizavam, organizando de maneira sistematizada, quando empresas solicitavam

empréstimos aos bancos americanos, e esses solicitavam dados financeiros da empresa. Atualmente, os bancos continuam sendo os maiores usuários dessas demonstrações.

Iudícibus (2009) afirma que a análise das demonstrações contábeis é uma arte, uma vez que o analista tem seus objetivos claros e consegue extrair o que julga relevante dos dados contábeis, transformando esses dados em informações financeiras úteis para os diversos grupos de interesse, sejam externos ou internos.

Segundo esclarecimento de Ribeiro (2009), o analista tem como objetivo analisar os dados brutos carregados de teor técnico a partir da aplicação de fórmulas, logo, será capaz de avaliar e mensurar o presente com base no passado e se guiar projetando o futuro.

Ao final de cada período, as empresas, por lei, devem divulgar os relatórios contábeis com os dos períodos anteriores. As empresas de grande porte devem, ainda, divulgar os itens solicitados e com parecer de auditores independentes. Já as de pequeno e médio porte, também divulgam, mas de forma mais simplificada e com menos itens obrigatórios. Tais informações além de contribuírem para com a comunidade também ajudam os usuários internos, os administradores na tomada de decisão e dá uma perspectiva de futuro para com a empresa.

Na Contabilidade, é possível identificar o valor contábil das empresas, apurado através dos balanços e dados, o quanto uma entidade empresarial vale, considerando para cálculo as depreciações (queda no valor, ocasionado deterioração, por exemplo) e as provisões de perda. O valor de mercado é aquele que o mercado está disposto a pagar pela empresa e leva em consideração diversos fatores, como a perspectiva de crescimento futuro, investimento e, também, de maneira negativa, a condição atual das empresas em crise. Diante disso, durante a pandemia, muitas empresas apesar de terem um valor contábil alto, foram vendidas por um valor menor devido ao fato de estarem enfrentando problemas internos.

Para melhor compreensão, devemos entender a estrutura de um balanço comercial. No balanço comercial, do lado esquerdo, encontram-se os bens e direitos da empresa, ou seja, seu ativo, do lado direito, dispõem as obrigações e deveres, conhecido como passivo (recurso de terceiros) e o patrimônio líquido (recurso próprio).

O ativo indica todos os recursos disponíveis para a empresa. Eles poderão ser circulantes, denominados assim devido a sua alta liquidez, ou seja, facilidade de transformação do ativo em dinheiro e rotação no curto prazo, como, por exemplo,

estoque, valores em caixa, valores a receber no curto prazo. Ou poderão ser ativos não circulantes, aqueles que têm baixa liquidez. Estão inclusos nesse grupo as contas realizáveis a longo prazo, os investimentos, o imobilizado e intangível.

Já o passivo identifica todas as obrigações a pagar de uma empresa, cujo recurso está alocado no ativo. No passivo circulante, temos as contas que vencerão em um espaço de tempo curto e no não circulante são obrigações com vencimento no longo prazo.

Por fim temos o patrimônio líquido, que é formado pela diferença entre o ativo com o passivo em determinado momento. São os recursos próprios da empresa, com origem no capital investido por acionistas, mais os lucros gerados nos exercícios e que foram retidos na empresa (lucro não distribuídos). Por lei, temos definido que o patrimônio líquido é formado pelo capital social, reservas de capital, ajustes de avaliação patrimonial, reservas de lucro, ações em tesouraria e prejuízos acumulados.

A Demonstração do Resultado do Exercício, de acordo com Matarazzo (2010), objetiva prover, de forma organizada, os resultados (lucro ou prejuízo) conseguidos por uma empresa em determinado período, que, depois, são transferidos para o patrimônio social, onde ocorre as mutações de patrimônio.

Esse resultado é obtido através de receitas, custos e despesas que a empresa teve no período, sob regime de competência, não importando se tenham sido pagos ou recebidos, mas sim quando ocorreram.

$$\text{Resultado} = \text{Receitas} - (\text{Custos} + \text{Despesas})$$

Portanto, essa operação nos permite observar as mutações ocorridas no patrimônio líquido de determinada empresa, seja um aumento ou redução por operações realizadas pela empresa. Geralmente, as receitas representam aumento de ativo, que por sua vez aumenta o patrimônio líquido. Em contrapartida, as despesas representam a redução do patrimônio líquido, sendo dos caminhos possíveis para tal resultado: redução do ativo ou aumento do passível exigível.

1.4 Endividamento

O risco financeiro de determinada empresa é medido através de suas dívidas, ou seja, o endividamento, níveis elevados de dívida em relação ao capital próprio,

quando a empresa usa recursos de terceiros, podendo comprometer a capacidade de pagamento (solvência) em períodos de crise, prejudicando as finanças da organização. Por isso é função do gestor sempre avaliar os pontos negativos e positivos de se buscar recursos de terceiros e se a empresa terá real condição de pagamento de juros e imobilização de ativos, devido ao comprometimento de grande parte do fluxo de caixa para tal pagamento.

Quando se faz a análise do endividamento em uma empresa busca observar a proporção de recursos próprios e de terceiros, a dependência da empresa apresentada por dívidas, a natureza de seu passivo e o seu risco financeiro.

A decisão do endividamento corporativo leva em consideração dois caminhos: de não tomar crédito de terceiros e perder oportunidades de investimento, e, por conseguinte, a perda de oportunidades de crescimento e aumento da receita/patrimônio líquido; ou, se endividar, aumentando a exposição ao risco, saindo do *status quo*, uma vez que aumentará a chance de ter problemas futuros em relação a dívida. A opção pela alavancagem deve ocorrer quando o emprego de recursos de terceiros gerar um aumento do lucro líquido da empresa e que com ele seja possível pagar os custos da dívida e ainda gerar um lucro adicional para o proprietário e/ou acionistas.

1.4.1 Índice de participação do capital de terceiros

O índice de Participação de Capitais de Terceiros (PCT) indica a participação de capital de terceiros na empresa, que mostra a proporção de capital de terceiros frente o capital próprio. De acordo com Matarazzo (2010), caso o resultado seja maior que 100%, indica que a empresa possui mais recursos de terceiros do que capital próprio. Porém, se o resultado for abaixo de 100%, o que é recomendável, observa-se que a empresa tem um capital próprio maior que os recursos de terceiros. Logo, quanto menor esse índice, melhor é a saúde financeira da empresa, pois ela terá um endividamento menor com terceiros (bancos, fornecedores etc.) e conseqüentemente maior liberdade financeira. A fórmula que expressa a participação do capital de terceiros é:

$$\text{PCT} = (\text{Capital de terceiros} / \text{Patrimônio Líquido}) \times 100$$

1.4.2. Índice de composição do endividamento

O índice de composição do endividamento (CE) demonstra a associação entre o capital de terceiros de curto prazo (passivo circulante) e o capital de terceiros total (passivo circulante mais passivo não circulante). A recomendação é que as dívidas de qualquer empresa fiquem no longo prazo, pois, assim, empresas terão mais tempo para pagá-las, conseqüentemente, uma maior liberdade para realizar suas atividades (MATARAZZO, 2010).

Assaf Neto (2010) alerta que quando as dívidas de curto prazo crescem de forma desproporcional às de longo prazo, poderá haver uma instabilidade financeira na empresa e a possibilidade de não pagamento de suas obrigações.

Diante desses fatos, quanto menor for esse índice, melhor será para empresa, pois suas dívidas estarão concentradas em maior parte no longo prazo. A fórmula para o cálculo da composição de endividamento é expressa por:

$$CE = (\text{Passivo circulante} / \text{Capital de terceiros}) \times 100$$

1.4.3 Índice de imobilizado do patrimônio líquido

O índice de imobilização do patrimônio líquido refere-se o quanto do patrimônio líquido está investido em ativos permanentes (soma das contas de investimento, imobilizado e intangível). Segundo Matarazzo (2010), esse tipo de ativo, por ser permanente, demorará anos para trazer retorno à empresa, pois dependerá da sua utilização nas atividades da empresa, logo a recomendação é de que, para esse tipo de ativo, os gestores aloquem capital próprio e evitem uso de capital de terceiros. Então, quanto menor o índice, melhor é para empresa, pois mostra que ela utiliza capital próprio para investimento. Logo, quando o índice for menor que 100%, indica que houve sobra de recursos do patrimônio líquido a serem investidos em outros ativos, reduzindo o endividamento. Se o índice for maior que 100%, a empresa utilizou de recursos de terceiros para investir em seus ativos permanentes. A fórmula é dada por:

$$IPL = (\text{Ativo permanente} / \text{Patrimônio líquido}) \times 100$$

1.4.4 Índice de imobilização dos recursos não correntes

O último índice que compõe o endividamento que será analisado é o índice de Imobilização dos Recursos não Correntes (IRNC), também conhecido como Imobilização de Recursos Permanentes (IRP). O IRNC é similar ao IPL, porém, neste caso, há um maior aprofundamento, pois o objetivo do IRNC é verificar se há investimentos permanentes com recursos de curto prazo (passivo circulante). Matarazzo (2010) comenta que se o índice for menor que 100% serão benéficos para empresa, pois significa que a empresa não utiliza de passivo circulante para investimento em ativos permanentes. A fórmula de cálculo do IRNC é:

$$\text{IRNC} = \text{Ativo permanente} / (\text{Patrimônio líquido} + \text{Passivo não circulante}) \times 100$$

1.5 Liquidez

A liquidez é um importante termo definido como a facilidade de transformar um ativo em dinheiro. A Contabilidade apresenta a análise de liquidez, a qual visa conhecer a capacidade de pagamento das empresas, a sua saúde financeira e a necessidade de investimento em capital de giro. Quanto maior o índice de liquidez melhor é para empresa, pois significa que ela possui recursos para pagar suas obrigações. Em relação a isso, é necessário atentar-se aos índices de liquidez muito elevados que demonstram uma situação de ingerência, pois revelam que a empresa tem muitos recursos sobrando e que poderiam ter sido investidos em melhorias na organização.

Vale ressaltar que uma situação na qual a empresa tem boa liquidez, não significa que ela tenha um ótimo fluxo de caixa disponível para saldar suas obrigações, mas sim a possibilidade de transformações dos recursos financeiros em dinheiro.

1.5.1 Índice liquidez corrente

O primeiro índice de liquidez que é a liquidez corrente (LC). Ele demonstra a capacidade de pagamento da empresa no curto prazo, porque leva em conta a relação de ativo circulante com o passivo circulante, ou seja, para cada R\$ 1,00 de dívida, quanto a empresa tem para quitá-la. Portanto, quando temos uma LC inferior a R\$

1,00 indica possíveis problemas de pagamento a serem efetuados no próximo ciclo (MATARAZZO, 2010).

Nesse indicador quanto maior for o índice de liquidez, melhor é para empresa, pois mostra sua capacidade de pagamento frente suas obrigações, ou seja, liquidez corrente > 1, indica que a empresa tem um capital circulante positivo, caso a liquidez seja = 0, teremos um capital circulante nulo e na pior das situações tendo liquidez < 1, o capital circulante será negativo. A fórmula do LC é:

$$\text{LC} = (\text{Ativo circulante} / \text{Passivo circulante})$$

1.5.2 Índice de liquidez imediata

De acordo com Matarazzo (2010), a liquidez imediata (LI) indica a capacidade de pagamento das obrigações em curto prazo frente aos recursos que têm imediata disponibilidade (caixa, bancos, investimentos de curtíssimo prazo). Assim, a liquidez imediata pode ser vista como para cada R\$ 1,00 de dívida no curto prazo, quanto a empresa tem disponível nesse exato momento para quitá-la. Como vimos anteriormente, é difícil encontrar casos em que esse tipo de indicador fica acima de R\$ 1,00 e, quando isso acontece, o gestor deve ficar atento a uma possível perda de oportunidades, de recursos que poderiam estar sendo aplicados em outros ativos. Para calcular a liquidez imediata temos:

$$\text{Liquidez imediata} = \text{Disponível} / \text{Passivo circulante}$$

1.5.3 Índice de liquidez seca

De acordo com Matarazzo (2010), a liquidez seca (LS) é a capacidade de pagamento (geração de caixa) no curtíssimo prazo (inferior a 90 dias). São considerados os ativos que podem ser facilmente convertidos em dinheiro, e os já “disponíveis”. Esse índice mostra a proporção de dívidas no curto prazo que podem ser quitadas usando os recursos de maior liquidez do ativo circulante. A fórmula da liquidez seca é:

$$LS = (\text{Ativo circulante} - \text{Estoque} - \text{Despesa antecipada}) / \text{Passivo circulante}$$

1.5.4 Índice de liquidez geral

A Liquidez Geral (LG), segundo Matarazzo (2010), mostra a capacidade de pagamento da empresa no curto e longo prazo. Para cada R\$ 1,00 de dívida, quanto a empresa terá disponível. Portanto, quando a liquidez geral for maior que R\$ 1,00, maior é a liberdade da empresa e sua capacidade de cumprir com suas obrigações, e quando for menor que R\$ 1,00 deve-se dar maior atenção para possíveis problemas financeiros quanto ao pagamento. Temos a possibilidade de ter uma análise a longo prazo, considerando as entradas e saídas de recursos e a possível geração de caixa de acordo com o total de dívidas. A fórmula que exemplifica a liquidez geral é:

$$LG = (\text{Ativo circulante} + \text{Realizável a longo prazo}) / (\text{Passivo circulante} + \text{Passivo não circulante})$$

1.6 Lucratividade e Rentabilidade

A rentabilidade e lucratividade são importante indicadores para conhecimento dos resultados da empresa, os índices de rentabilidade buscam avaliar o desempenho econômico da empresa em relação aos investimentos realizados, o total de vendas feitas e o patrimônio líquido. São tidos como os principais índices, uma vez que o principal objetivo das empresas são os resultados. Logo, elas buscam uma boa rentabilidade. Através deles, conseguimos ver se uma empresa é ou não rentável e se ela tem lucro ou não.

1.6.1 Índice do giro

O índice giro do ativo (GA) faz parte dos indicadores de rentabilidade, ele demonstra a proporção das vendas de determinada organização frente os investimentos que nela foram realizados. Para Matarazzo (2010), quanto maior for o valor desse índice, melhor é para a empresa, uma vez que ele indica quantas vezes o faturamento líquido da empresa é maior que o seu total do ativo. A fórmula do giro de ativo é:

$$GA = \text{Vendas líquidas} / \text{Ativo}$$

Segundo Assaf Neto (2010) para se ter um giro ativo maior, o gestor deve buscar fazer um melhor aproveitamento dos investimentos (evitando ativos ociosos e estoques obsoletos por exemplo) e o melhor desempenho das vendas líquidas.

1.6.2 Índice de margem líquida

O índice de margem líquida mostra o lucro sobre as vendas, pode determinar a cada R\$ 100,00 em vendas, quanto a empresa obterá de lucro. Indica, em média, o valor que a empresa obtém de lucro sobre a venda de suas mercadorias. Quanto maior for o percentual encontrado nesse índice, melhor é para a empresa. A fórmula da margem líquida é:

$$\text{Margem líquida} = (\text{Lucro líquido} / \text{Vendas líquidas}) \times 100$$

1.6.3 Índice de rentabilidade do ativo

O índice de rentabilidade do ativo demonstra a relação entre o lucro auferido pela empresa e os investimentos nela depositados, que são representados pelo valor total do ativo. De acordo com Matarazzo (2010), para cada R\$ 100,00 investidos na empresa (capital de terceiros e próprio), o retorno será de um determinado valor.

Mostra qual o lucro da empresa em relação aos valores nela investidos, sendo uma medida de retorno de todo capital investido. A fórmula do ROI é:

$$ROI = (\text{Lucro líquido} / \text{Ativo}) \times 100$$

1.6.4 Índice de rentabilidade do patrimônio líquido

O índice de rentabilidade do patrimônio líquido, mostra uma proporção entre o lucro auferido e o valor de seu patrimônio líquido (capital próprio). Logo para cada R\$ 100,00 investidos na empresa pelo proprietário e/ou sócios, observa-se o lucro obtido sobre esse valor de investimento. É um ótimo índice que ajuda a mensurar

oportunidades de investimentos e saber o retorno dos mesmos e poder comparar com outras opções. Quanto maior for esse índice, melhor será para empresa, pois atrairá mais investidores. Sua fórmula é expressa por:

$$\text{ROE} = (\text{Lucro líquido} / \text{Patrimônio líquido médio}) \times 100$$

1.7 Globalização e modernização como chave de sucesso (*marketplace*)

Uma característica dos novos mercados globalizados é a possibilidade de poder comprar de qualquer lugar do mundo de maneira fácil e rápida, conseguindo preços mais atrativos. A palavra *marketplace* surge nesse contexto e é a definição de mercado na sua forma bruta, pois passa a ideia de um espaço livre onde compradores e vendedores podem negociar, ou seja, um shopping virtual.

As vantagens desse modelo de negócio são muitas para todos os envolvidos, clientes, vendedores e até mesmo o “detentor do marketplace”. Talvez seja por isso que esse modelo cresce cada vez mais fazendo com que a população esteja cada vez mais próxima desse tipo de negócio consumindo mais e mais. Uma das vantagens do *marketplace* é que os clientes podem comparar preços e avaliações de vários vendedores. Já estes últimos podem divulgar seu trabalho para o mundo todo e conquistar novos clientes todos os dias. Por último, o dono da plataforma consegue intermediar as negociações que são feitas e lucra com as conexões estabelecidas entre vendedores e compradores (KUVIATKOSKI, 2020).

Outro fato importante é que o administrador de um *marketplace* não precisa se preocupar com questões como: fabricação, logística, pagamento e estoque, pois isso é função do fornecedor que está inserido na plataforma. A única preocupação do gestor do *marketplace* é gerenciar a plataforma e atrair fornecedores e clientes. Esse modelo de negócio inovador vem transformando os mercados mundo a fora, tornando as compras *on-line* mais fáceis, seguras, práticas e eficientes (KUVIATKOSKI, 2020).

Um exemplo de empresa que apostou nesse meio no Brasil, é a Magazine Luiza que criou um *marketplace* em seu *site*, abrindo as portas para diversos fornecedores anunciarem e venderem seus produtos na sua plataforma. Hoje, a empresa é uma das maiores no Brasil e vem colhendo os frutos de ter apostado nesse mercado que não para de crescer.

MÉTODO

O método científico pode ser classificado como um conjunto de regras e procedimentos a serem seguidos durante uma pesquisa, para desenvolver um conhecimento novo ou atualizar algo que já exista. Em suma a pessoa que busca tal desenvolvimento parte de um problema e busca investigá-lo, visando sua solução, tendo como base fontes confiáveis e seguras gerando confiabilidade e autenticidade ao trabalho (TUMELERO, 2017).

Para Almeida, Barroso e Magalhães (2009), essa metodologia é fundamental para entendermos a nossa realidade e buscar uma compreensão melhor do que nos cerca de maneira confiável, sendo assim temos as seguintes etapas:

- Olhar para o meio e observar um fenômeno questionando;
- Buscar sua compreensão através da revisão bibliográfica;
- Formulação das hipóteses com base no conhecimento prévio;
- Realize um experimento;
- Aceite ou rejeite uma hipótese.

Neste trabalho a metodologia utilizada foi a pesquisa descritiva, a qual busca a descrição de características de uma população ou fenômeno, descrevendo uma realidade assemelhando-se a um caráter exploratório.

A abordagem de observação escolhida para o estudo foi quantitativa, usando a coleta de dados, concentrados majoritariamente em números e valores os quais foram coletados dos balanços comerciais das empresas escolhidas entre o ano de 2019 e 2020, analisando as mudanças ocorridas nas contas que compõem os balanços para ver os impactos da pandemia, e, depois utilizando-se dos índices aprendidos no desenvolvimento do trabalho foram feitos os cálculos e por fim foi comparado os resultados obtidos em 2019 com 2020 e as possíveis causas que levaram a tais resultados.

A metodologia foi colocada em prática através de uma pesquisa bibliográfica, analisando os documentos e informações coletadas de livros e artigos científicos. Após o estudo dos textos e informações, foi feita uma análise dos resultados obtidos através das fórmulas e uma discussão.

Participantes

Participaram do estudo quatro empresas brasileiras, sendo duas do setor industrial: Ambev (fabricante de bebidas) e EMS (fabricante de remédios genéricos); e duas do setor varejista: Magazine Luiza (Varejista de moveis e eletrodomésticos com grande presença e investimento no modelo *e-commerce*) e Lojas CEM (Varejista de moveis e eletrodomésticos com modelo de negócio mais tradicional, sem adoção de lojas virtuais e *e-commerce*).

Procedimentos

O estudo foi desenvolvido a partir da coleta dos balanços patrimoniais e DRE das empresas escolhidas. Foi feita então uma filtragem dos dados e análise, sendo selecionado os itens/valores necessários para aplicação de algumas fórmulas escolhidas. Os dados da EMS e Lojas CEM foram coletados no diário oficial de São Paulo. Já os dados da Magazine Luiza e Ambev, como ambas as empresas são de capital aberto e estão inseridas na IBOVESPA eles foram coletados no *site investing.com* sendo uma plataforma confiável de mercado financeiro, disponível em 44 idiomas, que oferece dados, em tempo real, das empresas de capital aberto, cobrindo 250 bolsas mundiais.

Análise dos dados

Foram observados alguns pontos importantes nos dados coletados os quais informam possíveis resultados sobre a saúde financeira das empresas, como estoque, investimentos, ativo, passivo, patrimônio líquido e lucro, sempre comparando a variação do ano de 2019 com 2020 para entender o impacto da pandemia sobre as empresas. Foram utilizadas algumas fórmulas contábeis específicas as quais deram informações vitais sobre a variação de resultados das empresas, sendo elas: o endividamento total, a liquidez geral e a variação do lucro.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Foram coletados os balanços patrimoniais e DRE das empresas Magazine Luiza, Ambev, Lojas CEM e EMS referentes aos anos de 2019 e 2020. Foram utilizadas fórmulas para a obtenção de índices, conforme descrito nesse trabalho. Seguem abaixo os resultados encontrados comparando o ano de 2019 com 2020.

A tabela 1 mostra o endividamento total, a liquidez geral e lucratividade (lucro líquido) das empresas pesquisadas no ano de 2019 e 2020 de acordo com os balanços patrimoniais e DRE (demonstração de resultado do exercício) que foram divulgados pelas empresas nas datas em questão. Foram, então, selecionados os dados necessários para serem aplicados nas fórmulas, sendo o endividamento total expresso por passivo total ÷ patrimônio líquido, a liquidez corrente expressa por ativo circulante ÷ passivo circulante, a margem líquida é calculada através do lucro líquido ÷ vendas líquidas, e por último a solvência é expressa por ativo total ÷ passivo total.

Tabela 1 – Comparação do nível de endividamento, liquidez, lucratividade e solvência das empresas pesquisadas entre o ano de 2019 e 2020.

Empresas	Endividamento Total		Liquidez Corrente		Margem Líquida		Solvência	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020
MAGALU	1,62	2,36	1,60	1,25	72%	48%	1,62	1,42
AMBEV	0,66	0,70	1,10	1,06	72%	69%	2,51	2,44
Lojas CEM	1,38	1,33	4,3	4,89	8%	14%	3,63	4,03
EMS	1,98	2,20	1,19	1,18	11%	3%	1,50	1,45

Fonte: Elaborada pelo autor (2021).

AVALIAÇÃO DOS RESULTADOS

No Magazine Luiza, vemos que o todos os índices financeiros medidos regrediram em 2020. A empresa aumentou muito seu endividamento, diminuiu a liquidez, a solvência e a lucratividade, concluindo, então, que para o Magazine Luiza, a pandemia impactou de maneira negativa apesar da empresa ter crescido na área de *e-commerce* e ter aumentado a força mercadológica. Uma das razões para esse fato é que a pandemia diminuiu de forma drástica o consumo das pessoas pela falta de renda, ocasionado principalmente pelo desemprego. Outro lado que podemos observar são os diversos *lockdowns* feitos em várias cidades do Brasil para conter o avanço da pandemia. Ambos os casos contribuíram para a diminuição das vendas e aumento de custos, pois estoque parado nunca é bom para nenhuma empresa, uma vez que representa dinheiro parado que ocasiona a diminuição da liquidez, forçando a empresa a buscar crédito com terceiros e o estoque pode se depreciar ao longo do tempo. Como a empresa tem uma estrutura grande, possibilitada, principalmente, pelo fato de ser uma empresa com capital aberto, ela tende a ser mais agressiva em

relação às ações de venda, necessitando ter um estoque muito alto para ter força no mercado, já que possui muitas lojas espalhadas pelo Brasil. Com estoques altos, a empresa tende a apresentar custos mais altos, o que pode impactar negativamente caso a empresa apresente volume de vendas relativamente baixo. Foi isso que ocorreu em 2020. A empresa teve um valor de vendas aquém do esperado e, com a manutenção dos custos em patamares semelhantes a anos anteriores, a situação mudou para pior em um contexto geral.

No que se refere à Ambev também houve piora em seus índices em 2020, sendo a única melhora percebida na liquidez imediata. Porém, de pouca relevância no contexto geral devido ao fato desse índice depender muito de fluxo de caixa. Nesse sentido, vemos que a empresa deixou mais recursos em bancos e contas, aumentando sua capacidade de pagamento imediata, caso necessário. Podemos ver, também, os aspectos negativos de tal decisão, pois, dinheiro parado indica perda de oportunidades de investimento. No geral, houve piora na liquidez, endividamento, solvência e lucratividade com relação a 2019. A Ambev, uma empresa baseada em imobilizado, ou seja, nas fábricas, bens físicos e estoques, não conseguiu avançar de maneira significativa com os mercados digitais. Como a Ambev está relacionada diretamente com o mercado de bebidas e, durante várias vezes, devido às restrições, os bares tiveram que fechar e festas e eventos foram cancelados, era de se esperar que empresas desse tipo tivessem um resultado pior do que empresas que, apesar das restrições, puderam comercializar seus produtos. Portanto, a quarentena teve um impacto muito forte sobre a Ambev.

Em relação às Lojas CEM, no geral, ela melhorou sua condição de 2019 para 2020 em quase todos os aspectos. A empresa aumentou seus investimentos e ativos oriundos de clientes. O estoque se manteve controlado e houve diminuição no endividamento, mostrando controle sobre capital de terceiros. Apesar de ser uma empresa que preferiu não investir em *e-commerce* o fato dela ter uma estrutura menor, fez com que ela tivesse condição de atender ao cliente de uma maneira mais personalizada via e-mail ou *WhatsApp* e isso possibilitou que as vendas não caíssem tanto. Também, o fato dela ter uma estrutura mais enxuta possibilitou a empresa reduzir os custos e despesas tendo menos riscos e chegando em um resultado melhor que 2019.

Os índices da EMS, no geral, pioraram. A empresa aumentou seu endividamento, a liquidez piorou, o índice de solvência diminuiu e a lucratividade caiu

bastante, pois a empresa aumentou muito seu estoque e seus custos com fornecedores e produtos. No geral, as despesas e custos cresceram drasticamente o que não aconteceu com a receita, explicando assim o prejuízo ocorrido no ano de 2020 em relação a 2019. Ainda que seja uma empresa envolvida com medicamentos seu resultado não foi bom, pois, o mundo, durante a pandemia, direcionou seus esforços muito mais a produtos relacionados a questões respiratórias relacionadas à covid-19. As pessoas se limitaram a utilizar seus recursos para o combate da pandemia e seus impactos na saúde. São dados surpreendentes, uma vez que se espera que uma empresa dessa natureza tivesse resultados melhores durante uma pandemia. Porém, o fato de seus produtos, no geral, não estarem associados ao tratamento e prevenção da coronavírus, fez com eles fossem, de certa forma, esquecidos pela população que focou seus esforços para pandemia, deixando de lado as outras doenças e tratamentos.

Podemos concluir que a pandemia teve reflexos muitos fortes nas quatro empresas pesquisadas, mas aquela que conseguiu um resultado econômico e financeiro melhor no período apurado foi a Lojas CEM, pelo fato dela ser uma empresa mais enxuta em relação as outras, no momento de dificuldade ela conseguiu restringir e conter seus custos e despesas estruturais e soube trabalhar bem com capital de terceiros, diminuindo seu endividamento e controlando seu estoque de maneira estável. Apesar do Magazine Luiza ter tido resultados econômicos e financeiros negativos a sua força e penetração de mercado é muito mais forte hoje do que no começo da pandemia, inclusive ele funciona agora de maneira muito forte como *marketplace*, tendo em sua plataforma diversos parceiros comerciais, sendo esse mecanismo uma chave de sucesso para o crescimento orgânico ao longo do tempo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho tinha como proposta analisar a relação da pandemia com os resultados econômicos e financeiros de empresas brasileiras. A análise foi feita com base em estudo descritivo que utilizou o desempenho de quatro empresas nos anos de 2019 e 2020.

Foi observado que a pandemia teve um grande impacto nos resultados das empresas, todavia, para nossa surpresa a empresa menos impactada pela pandemia

foi aquela que já era uma empresa mais enxuta (Lojas CEM) em comparação com as outras três, isso reforça a ideia de que empresas que têm uma estrutura menor, são menos facilmente impactadas por fatores emergenciais e urgentes externos, tendo esse trabalho dado ênfase no fator pandêmico e suas implicações diretas e indiretas para com as empresas.

É importante dizer que a pandemia trouxe e trará impactos diretos e indiretos às empresas de uma forma relevante. Diminuição de mercado consumidor, retração de vendas, incertezas quanto a investimentos são variáveis que deverão ser levadas em conta para se planejar o futuro das empresas que conseguiram suplantar esse período de crise.

A pandemia fez com que as empresas, de forma geral, modificassem sua forma de operar e desenvolver a sua atividade. Aquelas que vendiam apenas na forma tradicional, no balcão, perceberam que seria necessário utilizar outras plataformas de vendas. Elas tiveram que se reinventar. Aliás, a pandemia mostrou que as empresas devem buscar outros caminhos, quando obstáculos aparecem. Ter conseguido sobreviver, em termos empresariais, à crise é motivo de orgulho, já que muitas organizações sucumbiram a esse momento tão trágico da história da humanidade.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, M. A. T.; BARROSO, M. F.; MAGALHÃES, S. D. **Introdução às ciências físicas 1**. 3. ed. Rio de Janeiro: Fundação CECIERJ, v. 1, 2009.

ASSAF NETO, A. **Estrutura e análise de balanços**: um enfoque econômico-financeiro. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

ASSAF NETO, A. **Estrutura e análise de balanços**: um enfoque econômico-financeiro. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

BERTALANFFY, L. von. **Teoria geral dos sistemas**. Tradução de Francisco M. Guimarães. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 2010. 351 p. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5568238/mod_resource/content/1/Ludwig%20von%20Bertalanffy%20-%20Teoria%20Geral%20dos%20Sistemas-Editora%20Vozes%20%282010%29%20%282%29.pdf. Acesso em: 15 nov. 2021.

BRASIL. Conselho Nacional de Saúde. Ministério da Saúde. **Recomendação, de 11 de maio de 2020**. Recomenda a implementação de medidas de distanciamento social mais restritivo (lockdown), nos municípios com ocorrência acelerada de novos casos de COVID-19 e com taxa de ocupação dos serviços atingido níveis críticos. Disponível

em: <https://conselho.saude.gov.br/recomendacoes-cns/1163-recomendac-a-o-n-036-de-11-de-maio-de-2020>. Acesso em: 15 nov. 2021.

CHIAVENATO, I. **Princípios da administração**: o essencial em teoria geral da administração. 2005. 375 p.

DINIZ, N. **Análise das demonstrações financeiras**. Rio de Janeiro: SESES, 2015. 176 p.

FREEMAN, R. E. **Strategic Management**: A Stakeholder Approach. Cambridge University Press, v. 1, 2010. 292 p.

IBGE. SCNT: Sistema de Contas Nacionais Trimestrais. **IBGE**, [2021]. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/contas-nacionais/9300-contas-nacionais-trimestrais.html?=&t=o-que-e>. Acesso em: 15 nov. 2021.

IUDÍCIBUS, S. **Análise de balanços**. 10. ed. São Paulo: Atlas. 2009.

KUVIATKOSKI, C. Marketplace: O que é, exemplos e como criar um marketplace. **Ideia no ar**, 2020. Disponível em: <https://www.ideianoar.com.br/marketplace/>. Acesso em: 16 nov. 2021.

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

RIBEIRO, O. M. **Estrutura e análise de balanços fácil**. 8. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

STONER, J. A. F.; FREEMAN, R. E. **Administração**. 2. ed. Tradução José Ricardo Brandão Azevedo. Rio de Janeiro: Prentice-Hall, 1985. 464 p.

TUMELERO, N. Método científico: saiba escolher o melhor para os objetivos da pesquisa. **Mettzer**, 2017. Disponível em <https://blog.mettzer.com/o-que-e-metodo-cientifico/>. Acesso em: 21 jul. 2021.