



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS I
CENTRO CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

LUCAS DUARTE VELÁSQUEZ RIVAS

**UMA ANÁLISE DO IMPACTO DA COVID-19 NOS SUPERMERCADOS CLIENTES
DE UM ESCRITÓRIO DE CONTABILIDADE DA PARAÍBA**

**CAMPINA GRANDE
2022**

LUCAS DUARTE VELÁSQUEZ RIVAS

**UMA ANÁLISE DO IMPACTO DA COVID-19 NOS SUPERMERCADOS CLIENTES
DE UM ESCRITÓRIO DE CONTABILIDADE DA PARAÍBA**

Trabalho de Conclusão de Curso – TCC
apresentado ao Departamento do curso
de Ciências Contábeis, da Universidade
Estadual da Paraíba, como requisito
parcial à obtenção do grau de bacharel
em Ciências Contábeis.

Área de concentração: Análise das
demonstrações contábeis.

Orientador: Prof. Me. Gilberto Franco de Lima Júnior

**CAMPINA GRANDE
2022**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

R618u Rivas, Lucas Duarte Velasquez.

Uma análise do impacto da Covid-19 nos Supermercados clientes de um escritório de contabilidade da Paraíba [manuscrito] / Lucas Duarte Velasquez Rivas. - 2022.

24 p. : il. colorido.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Contábeis) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas , 2022.

"Orientação : Prof. Me. Gilberto Franco de Lima Júnior , Coordenação do Curso de Ciências Contábeis - CCSA."

1. Setor varejista. 2. Supermercados. 3. Pandemia Covid-19. 4. Escritório de contabilidade. 5. Demonstrações contábeis.

I. Título

21. ed. CDD 657.3

LUCAS DUARTE VELÁSQUEZ RIVAS

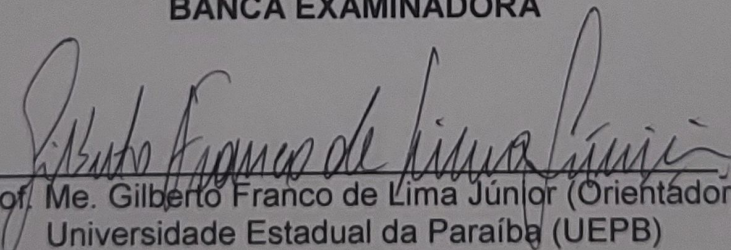
UMA ANÁLISE DO IMPACTO DA COVID-19 NOS SUPERMERCADOS CLIENTES
DE UM ESCRITÓRIO DE CONTABILIDADE DA PARAÍBA

Trabalho de Conclusão de Curso – TCC
apresentado ao Departamento do curso
de Ciências Contábeis, da Universidade
Estadual da Paraíba, como requisito
parcial à obtenção do grau de bacharel
em Ciências Contábeis.

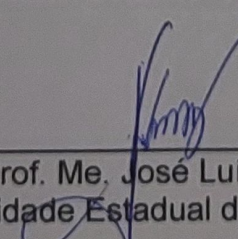
Área de concentração: Análise das
demonstrações contábeis.

Aprovada em: 14/07/2022.

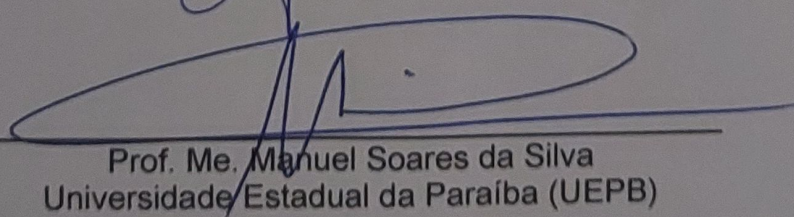
BANCA EXAMINADORA



Prof. Me. Gilberto Franco de Lima Júnior (Orientador)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof. Me. José Luís de Souza
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof. Me. Manuel Soares da Silva
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Acumulado no ano do volume de vendas do comércio varejista, segundo grupo de atividades.....	9
Quadro 1 – Amostra da pesquisa.....	12
Tabela 2 – Variação percentual trimestral da receita líquida.....	13
Gráfico 1 – Taxa de variação percentual trimestral média da receita líquida.....	14
Tabela 3 – Variação percentual trimestral dos custos das mercadorias vendidas	15
Gráfico 2 – Taxa de variação percentual trimestral da receita líquida x cmv.....	16
Tabela 4 – Variação percentual trimestral das despesas operacionais.....	17
Gráfico 3 – Taxa de variação percentual trimestral da receita líquida x despesas operacionais.....	18
Gráfico 4 – Aquisições de empréstimos em 2020.....	19
Gráfico 5 – Variação percentual da margem líquida dos supermercados.....	19

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	6
2	REFERÊNCIAL TEÓRICO	7
2.1	A Covid-19 e seu impacto inicial na economia brasileira.....	7
2.2	Efeitos da pandemia no setor do comércio brasileiro.....	8
2.3	A função da análise das demonstrações contábeis.....	9
2.4	Estudos relacionados	10
3	METODOLOGIA	11
4	ANÁLISE DOS DADOS	13
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	20
6	REFERÊNCIAS	22

UMA ANÁLISE DO IMPACTO DA COVID-19 NOS SUPERMERCADOS CLIENTES DE UM ESCRITÓRIO DE CONTABILIDADE DA PARAÍBA

¹Lucas Duarte Velásquez Rivas

RESUMO

O presente estudo tem como objetivo principal conhecer os impactos da pandemia de Covid-19 nos supermercados clientes de um escritório de contabilidade da Paraíba, através das suas demonstrações contábeis referentes ao triênio de 2019 a 2021. O trabalho trata-se de uma pesquisa com abordagem quantitativa e descritiva. Os dados que compõem o estudo foram obtidos através de *download* das demonstrações contábeis através do Sistema Público de Escrituração Digital (SPED). Os resultados destacam o desempenho acima da média no ano de 2020 devido ao domínio absoluto do consumo das famílias brasileiras, gerando um aumento no volume de vendas e no percentual de margem líquida. Todavia, constatou-se que o resultado não se repete em 2021, devido à retomada das outras atividades concorrentes que resultou na perda de parte do público adquirido com as restrições impostas no período inicial da pandemia, além do aumento de gastos operacionais em razão dos novos processos operacionais e pagamento de despesas financeiras.

Palavras-chaves: Setor varejista; Supermercados; Pandemia Covid-19; Escritório de Contabilidade; Demonstrações contábeis.

AN ANALYSIS OF THE IMPACT OF COVID-19 ON SUPERMARKETS CLIENTS OF AN ACCOUNTING OFFICE IN PARAÍBA

ABSTRACT

The main objective of this study is to know the impacts of the Covid-19 pandemic on supermarkets that are clients of an accounting office in Paraíba, through its accounting statements for the triennium from 2019 to 2021. This study utilizes a research with a quantitative and descriptive approach. The data that make up the study were obtained by downloading the financial statements through the Public Digital Bookkeeping System (SPED). The results highlight the above-average performance in 2020 due to the absolute dominance of consumption by Brazilian families, generating an increase in sales volume and in the percentage of net margin. However, it was found that the result is not repeated in 2021, due to the resumption of other competing activities that resulted in the loss of part of the public acquired with the restrictions imposed in the initial period of the pandemic, in addition to the increase in operating expenses due to the new operational processes and payment of financial expenses.

Keywords: Retail sector; Supermarkets; Covid-19 pandemic; Accounting office; Accounting statements.

¹ Aluno da graduação em Bacharel em Ciências Contábeis pela Universidade Estadual da Paraíba – UEPB. Campus I.
E-mail: Rivaslucas.pb@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

No ano de 2020 o mundo foi surpreendido com o novo coronavírus (SARS-CoV-2), causador da pandemia Covid-19, infecção respiratória aguda potencialmente grave e que possui uma taxa elevada de transmissão e distribuição global (BRASIL, 2021).

Desde sua descoberta até o momento em que este trabalho está sendo feito, o mundo apresentou mais de 500.218.000 casos de Covid-19, as mortes resultam em números aproximados de 6.343.000, desses totais, somente no Brasil, são 32.610.000 casos de casos confirmados e 672.000 mortes, colocando-nos no terceiro país com o maior número de contágios e o segundo no número de mortes (WHO, 2022).

Medidas de combate a disseminação do vírus foram tomadas ao redor do mundo, no Brasil, em 6 de fevereiro de 2020, foi sancionada a lei nº 13.979 que dispõe sobre as medidas que seriam adotadas no país para o combate à Covid-19.

Um das principais medidas foram o distanciamento social e a paralização temporária total ou parcial de atividades consideradas não essenciais, tais ações deram origem a uma desestruturação na economia em nível nacional, já que empresas, comércios e lojas tiveram seu fluxo de operação completamente afetados, resultando em mudanças operacionais ou cessão de suas atividades.

O impacto negativo na economia do país ficou evidente no mês subsequente, segundo a Pesquisa Mensal do Comércio (PMC) de março de 2020, houve uma variação negativa em 6 das 8 atividades da pesquisa em relação ao mês de fevereiro, sendo -42,2% para tecidos, vestuários e calçados, -36,1% para livros, jornais, revistas e papelaria, -27,4% para outros artigos de uso pessoal e doméstico, -25,9% para móveis e eletrodomésticos, -14,2% para equipamentos e material de escritório, -12,5% para combustíveis e lubrificantes. Por outro lado, a variação positiva se deu aos hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo, com um aumento de 14,6%, e 1,3% para artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos (IBGE, 2021).

Observou-se que os hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo, atividade que será o foco desta pesquisa, destacaram-se pelo seu resultado positivo expressivo após o início das restrições da Covid-19, já que os mesmos foram considerados como atividades essenciais pelo decreto nº 10.282 de 20 de março de 2020, sendo assim, não tiveram seu funcionamento afetado, além de, segundo a Associação Brasileira de Supermercados (Abras), acabaram concentrando o consumo do povo brasileiro devido à paralização das outras atividades (BRASIL, 2021).

No final do ano de 2020, segundo a PMC de dezembro de 2020, a atividade de hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo registrou o seu quarto ano consecutivo de alta, sendo 1,5% em 2017, 3,8% em 2018, 0,4% em 2019 e 4,8% em 2020. Resultado decorrente dos impactos da pandemia nesse setor (IBGE, 2021).

Apesar do grande resultado positivo de 2020, no ano seguinte, o setor mostrou-se que não era imune a variações negativas, segundo a Associação de Supermercados da Paraíba (ASPB), as vendas dos supermercados tiveram uma queda de 9% ao final de 2021 quando comparados com o ano de 2020, resultado decorrente da adaptação dos consumidores frente a Covid-19, pela diminuição do poder de compra causados pela inflação e desemprego.

Em meio a tantas mudanças e incertezas econômicas e sociais impostas pela pandemia, a contabilidade, por meio da análise das demonstrações contábeis, tornou-se uma ferramenta de suma importância para a tomada de decisão e sobrevivência das empresas, segundo Silva (2019), é através da análise das demonstrações contábeis que é possível avaliar o desempenho econômico, financeiro e patrimonial das empresas, comparando tendências e resultados no meio em que estão inseridas, além de fornecer uma visão futura de continuidade da operação.

Diante do exposto, a presente pesquisa tem a seguinte questão problema: **Quais os impactos da pandemia Covid-19 nos supermercados clientes de um escritório de contabilidade da Paraíba?**

Para responder a esta problemática, tem-se como objetivo geral analisar o impacto da pandemia Covid-19 no desempenho dos supermercados clientes de um escritório de contabilidade da Paraíba por meio das demonstrações contábeis entre o triênio de 2019 a 2021. A escolha dos supermercados se deu com base na facilidade da obtenção dos dados e de fatores evidenciados na seção de metodologia.

Em contrapartida, os objetivos específicos consistem em: (I) Apresentar a situação econômica brasileira durante a pandemia e seus impactos iniciais; (II) Apontar as variações do comércio varejista durante o período pandêmico (III) Comparar os resultados da situação econômica Brasileira com os resultados coletados.

Considerando que a pandemia da Covid-19 é um tema global, atual e que foi responsável por inúmeros problemas sociais e econômicos, em especial no Brasil, este trabalho justifica-se devido a relevância do tema e importância de análise de um dos setores que teoricamente estariam imunes a estatísticas negativas, porém que também tiveram suas próprias dificuldades. Este trabalho está organizado em: Introdução; referencial teórico que contém os tópicos de: A Covid-19 e seu impacto inicial na economia brasileira, Efeitos da pandemia no setor do comércio brasileiro, A função da análise das demonstrações contábeis, Estudos relacionados; Metodologia; Análise dos Dados; Considerações Finais e Referências.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 A COVID-19 E SEU IMPACTO INICIAL NA ECONOMIA BRASILEIRA

Em 31 de dezembro de 2019, a Comissão Municipal de Saúde de Wuhan, na China, reportou inúmeros casos de uma pneumonia de causa desconhecida. Os sintomas iniciais eram, principalmente febre, dificuldade de respirar e lesões nos pulmões identificadas através de radiografia. No dia 7 de janeiro de 2020, houve a identificação do agente causador pelas autoridades chinesas, se tratava de um novo coronavírus, este que no dia 11 de janeiro, foi nomeado como SARS-CoV-2 (WHO, 2020).

No dia 30 de janeiro, um mês após os relatos dos casos de pneumonia, foi declarado pela Organização Mundial de Saúde que o surto do vírus constituía uma emergência de saúde pública de interesse internacional e em 11 de fevereiro a doença causada pelo vírus foi nomeada como Covid-19 que em tradução direta significa doença do coronavírus de 2019 (WHO, 2020). Em 11 de março, a Organização Mundial de Saúde declarou o surto da Covid-19 como uma pandemia e, conforme Aquino et. al (2020), embora a letalidade da doença seja relativamente baixa quando comparada com outros coronavírus, sua alta transmissibilidade foi o

que ocasionou um número de mortes superior que os vírus SARS-CoV e o MERS-CoV juntos.

No Brasil, o primeiro caso ocorreu em 26 de fevereiro de 2020, porém sua informação só foi divulgada em março, assim como sua primeira morte. (BRASIL, 2020)

A situação do Brasil rapidamente foi se tornando uma das piores do globo, na data em que este trabalho está sendo realizado, o Brasil ocupa a segunda colocação mundial dos países com mais mortes causadas pelo coronavírus, atrás apenas dos Estados Unidos, resultado que segundo Caldas (2021), se originou pelo fato da ausência de uma política nacional de combate à doença somado ao atraso na vacinação da população. Ainda segundo o autor, a má gestão sobre a pandemia acentuou sua minimização, tanto em âmbito Federal quanto populacional, fatores como a prescrição de medicamentos não comprovados cientificamente como uma forma de tratamento precoce para a doença causaram uma falsa sensação de segurança na população.

No âmbito econômico, a pandemia causou um colapso que não era visto desde a recessão de 2015-2016, segundo estudo realizado por Corseuil et. al (2021), enquanto a recessão de 2015 atingiu um pico negativo de -5,5% no PIB em seu quarto trimestre, quando a pesquisa foi realizada os efeitos da Covid-19 causaram uma contração de -11,4% no segundo trimestre de 2020. Ainda segundo o autor, a crise da Covid-19 gerou um grande aumento na inatividade populacional, fato que fica evidente com o estudo de Hecksher (2021), onde foi comparada a taxa de ocupação de 63 países afetados pela crise. Constatou-se que o Brasil teve uma queda superior a 84,1% dos países da pesquisa, quando comparado os 3 últimos trimestres de 2019 e 2020.

O Governo Federal por sua vez, teve que elaborar medidas para frear os impactos econômicos negativos, em 2020 os recursos destinados ao combate da pandemia do coronavírus foram de 524,02 bilhões, quase metade do montante destinou-se para o auxílio emergencial, programa do Governo Federal que visou mitigar os impactos econômicos causados pela pandemia através de repasses de 600 reais mensais para famílias vulneráveis, trabalhadores de baixa renda e informais, seu gasto orçamentário em 2020 foi de 231 bilhões. (Brasil, 2022).

De acordo com Moreno e Hanusch (2020), projeções iniciais pelo Banco Mundial estimaram que sem as medidas de combate ao impacto da pandemia, o número de pessoas que viveriam com renda abaixo de um salário-mínimo poderia ter aumentado até 9,2 milhões.

2.2 EFEITOS DA PANDEMIA NO SETOR DO COMÉRCIO BRASILEIRO

Segundo dados da pesquisa nacional do comércio (PMC), realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o setor do comércio teve um crescimento de vendas do ano de 2010 até o ano de 2014, porém, com o início da recessão de 2015, esse parâmetro despenca e só começa a se recuperar no ano de 2017.

De acordo com o IBGE (2021), a chegada da pandemia provocou uma queda imensurável no volume de vendas, com um impacto ainda maior que a recessão de 2015 e 2016. Quando comparados com uma base de janeiro de 2010, o índice volume de vendas correspondia a 124,9% em dezembro de 2019, já em abril esse índice representava 100,6%.

Conforme Alvarenga e Silveira (2020), as vendas do mês de abril de 2020 representaram a pior queda registrada desde o início da PMC nos anos 2000.

Contudo, embora resultados assustadores nos primeiros meses da pandemia, segundo dados da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Ceará (Fecomércio), o comércio varejista como um todo conseguiu registrar um aumento de aproximadamente R\$ 83 bilhões em vendas no ano de 2020, quando comparado com o ano de 2019, em detrimento das demandas especiais causadas pela pandemia e do desempenho das atividades consideradas essenciais, como supermercados e farmácias, no entanto, o varejo de atividades não essenciais fechou o ano com uma queda de 10,3%.

A seguir, na tabela 1, será evidenciado o acumulado do volume de vendas do comércio varejista e comércio varejista ampliado, segundo grupo de atividades, realizada pelo IBGE.

Tabela 1: Acumulado no ano do volume de vendas do comércio varejista, segundo grupo de atividades.

ATIVIDADES	2017	2018	2019	2020	2021
Comércio Varejista	2,1	2,3	1,8	1,2	1,4
Combustíveis e lubrificantes	-3,3	-4,9	0,6	-9,7	0,3
Hiper, supermercados, produtos alimentícios., bebidas e fumo	1,5	3,8	0,4	4,8	-2,6
Tecidos, vestuário e calçados	7,6	-1	0,1	-22,5	13,8
Móveis e eletrodomésticos	9,5	-1,3	3,6	10,6	-7
Artigos farmacêuticos, med., ortop. e de perfumaria	2,5	5,9	6,8	8,3	9,8
Livros, jornais, ver. e papelaria	-4,1	-14,3	-20,7	-30,6	-16,9
Equipamentos e materiais para escritório informática e comunicação	-3,1	0,2	0,8	-16,2	-2
Outros artigos de uso pessoal e doméstico	2,1	7,6	6,1	2,5	12,7

Fonte: IBGE, 2022.

Conforme observado, o volume das vendas do comércio varejista conseguiu finalizar o ano de 2020 de forma positiva e que esse resultado persiste no ano subsequente, porém ao analisar a atividade de Hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo, foco desta pesquisa, observa-se que a atividade que ajudou a equilibrar o resultado positivo de 2020, recua -2,6%.

2.3 A FUNÇÃO DA ANÁLISE DAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS

Devido à instabilidade econômica em que o Brasil se encontra durante a pandemia, com diversos setores econômicos sendo afetados, futuros empresariais incertos e mudanças no modo de consumo, as empresas necessitam estar preparadas para superar tais desafios.

Uma das ferramentas empresariais para auxílio na tomada de decisões em tempos de crise, é a análise das demonstrações contábeis.

De acordo com Assaf Neto (2012), a análise das demonstrações contábeis alveja descrever, com base nas informações disponíveis da empresa, a sua posição econômica e financeira atual, os motivos da evolução apontada e seu direcionamento futuro.

Conforme Silva (2014, p. 6)

Através da Análise das Demonstrações Contábeis, é possível avaliar o desempenho da gestão econômica, financeira e patrimonial da empresa, quanto aos períodos passados, confrontando-o ou não com metas ou diretrizes preestabelecidas. É possível ainda realizar comparações com as tendências regionais ou dos segmentos onde a empresa esteja inserida, determinando também as perspectivas futuras de rentabilidade ou continuidade dos negócios, possibilitando aos gestores tomarem decisões de financiamento e investimento, bem como implementarem mudanças de práticas, caso as tendências projetadas sinalizem um cenário não condizente com as políticas até então estabelecidas, ou até mesmo subsidiar o estabelecimento de novos rumos.

Para Matarazzo (2010), por meio da análise é possível transformar os dados contábeis das empresas em informações para a tomada de decisão, este processo de análise é mais eficiente conforme as informações estudadas tenham confiabilidade e veracidade. Ainda conforme o autor, dados são números ou eventos presentes nas demonstrações contábeis que isoladamente não instigam reação em quem os observa, já as informações é uma comunicação que produz uma reação ou decisão, frequentemente acompanhada de um efeito-surpresa.

Uma das técnicas que serão utilizadas neste trabalho é a da análise horizontal, processo que busca observar o comportamento de determinadas contas ou grupos de contas em períodos de tempos diferente, com o intuito de verificar tendências, projetar resultados ou analisar seu comportamento.

De acordo com Assaf Neto (2012), a análise horizontal permite que se avalie a evolução de vários itens de cada demonstração contábil em intervalos de tempos sequenciais.

Segundo Matarazzo (2010), quando a análise horizontal é calculada com base no ano anterior, denomina-se como análise anual; quando a comparação não é realizada com o ano anterior, e sim com uma demonstração mais antiga, denomina-se análise encadeada.

Há também outra forma de calcular a análise horizontal, na visão de Assaf Neto (2012), considera-se como base o período imediatamente anterior ao período estudado, desta forma a análise se torna mais dinâmica, permitindo constatar a evolução da variável estudada em menores períodos.

2.4 ESTUDOS RELACIONADOS

Embora a Covid-19 seja um tema recente, diversos já são os estudos nas mais diversas áreas. No campo econômico temos o estudo de Elias (2020) que busca verificar o impacto da Covid-19 sobre o comércio no Brasil e em Santa Catarina durante o ano de 2020, a pesquisa concluiu que, embora muitas atividades do comércio tenham sido prejudicadas, o ano de 2020 deixou uma variação positiva em Santa Catarina, que pode ser explicado pelo desempenho acima da média do setor de hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo já que as medidas impostas no Estado não afetaram de forma negativa suas operações.

Oliveira (2020) realizou um estudo sobre a Covid-19 e seu impacto nas micro e pequenas empresas durante o ano de 2020, diferente do estudo anterior citado os resultados foram catastróficos, alegando que muitas das empresas estudadas tiveram suas operações encerradas ou pausadas, levando a demissões e uma

queda acentuada nos níveis de faturamento, causando um efeito econômico destrutivo em cascata.

O estudo de Lima e Freitas (2020) visava identificar os impactos da pandemia na economia brasileira, verificou-se que o país teve que adotar medidas de saúde pública com grandes impactos econômicos, reduzindo sua receita por meio dos tributos ao mesmo tempo que teve que aumentar seus gastos para frear as perdas econômicas do setor privado, ressaltando que no período pós-pandemia, os gastos devem ser mais assertivos.

No campo contábil, Baria et al (2021) analisaram os impactos da pandemia na nova economia envolvendo a contabilidade, com foco em analisar as repercussões da pandemia e a importância da contabilidade como uma ferramenta para a gestão. Sua pesquisa concluiu que, com o cenário econômico atual, a contabilidade ganhou relevância na tomada de decisão das empresas, ajudando-as com as informações que precisariam para contornar os desafios da instabilidade econômica causada pela pandemia. O estudo também mostra que, embora a contabilidade auxilie as empresas em momentos de crise, precisa-se que elas estejam preparadas a utilizar suas ferramentas, fato que no Brasil, infelizmente, ainda é adotado pelas empresas de uma maneira satisfatória, muitas vezes passando despercebida.

Portanto, nota-se uma certa uniformidade nos efeitos da pandemia nos diversos setores do Brasil diante das pesquisas estudadas, causando grandes perdas nos setores com algumas exceções, como é o caso dos hipermercados, supermercados e afins. Também é possível verificar que grande parte das empresas nacionais não estavam preparadas para contornar uma crise desse patamar, como a ausência de ferramentas como a contabilidade para traçar um plano futuro ou verificar sua situação econômica no decorrer do período, gerando assim, um futuro de incertezas.

3. METODOLOGIA

Esta pesquisa, com base em seus objetivos é classificada como uma pesquisa descritiva. Conforme Gil (2002, p. 42) “as pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis”. Portanto, este trabalho pretende descrever os resultados coletados das demonstrações contábeis dos supermercados durante o período pandêmico e compará-los com os índices do mercado de seu segmento divulgados.

Em relação à abordagem do problema, esta pesquisa classifica-se como quantitativa, segundo Richardson (1999, p. 70) “o método quantitativo representa, em princípio, a intenção de garantir a precisão dos resultados, evitar distorções de análise e interpretação, possibilitando conseqüentemente, uma margem de segurança quanto as inferências”. Abordagem que, ainda na visão de Richardson, é constantemente utilizado em estudos descritivos. Desse modo, este trabalho pretende sumarizar os dados coletados através de processos estatísticos como média e variações percentuais.

Os dados que compõem a amostra da pesquisa foram obtidos através das demonstrações contábeis dos arquivos transmitidos através do Sistema Público de Escrituração Digital (SPED) de um escritório de Contabilidade da Paraíba, com uma cartela de clientes majoritariamente composta por empresas do ramo do comércio varejista.

Para a composição da amostra foram utilizados três critérios, o primeiro é que as empresas deveriam pertencer à Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) 4711-3/02 - Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios – supermercados ou 4712-1/00 - Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios - minimercados, mercearias e armazéns. O segundo critério utilizado foi de que todas as empresas deveriam pertencer ao regime tributário do Lucro Real, em razão de que o Lucro Real é um regime tributário mais complexo e rigoroso do que os demais, tendo em vista que as empresas optantes precisam ter um controle maior das informações de receitas e despesas, já que podem aumentar ou diminuir os encargos de acordo com o lucro da empresa no período. O terceiro e último critério é que todas as informações das demonstrações contábeis das empresas tenham sido feitas neste escritório de contabilidade no período mínimo de janeiro de 2019 até dezembro 2021.

Ao aplicar os critérios evidenciados acima, 25 empresas cumpriram todos os critérios, que terão seus municípios listados no quadro a seguir:

Quadro 1: Amostra da pesquisa.

Nº	MUNICÍPIO	MESORREGIÃO
1	Aroeiras	Agreste
2	Belém	Agreste
3	Cacimba de Dentro	Agreste
4	Campina Grande	Agreste
5	Campina Grande	Agreste
6	Fagundes	Agreste
7	Guarabira	Agreste
8	Lagoa de Dentro	Agreste
9	Pocinhos	Agreste
10	Solânea	Agreste
11	Tacima	Agreste
12	Santa Luzia	Borborema
13	Serra Branca	Borborema
14	Cuité de Mamanguape	Mata
15	João Pessoa	Mata
16	João Pessoa	Mata
17	João Pessoa	Mata
18	João Pessoa	Mata
19	Mamanguape	Mata
20	Mamanguape	Mata
21	Mari	Mata
22	Mataraca	Mata
23	Rio Tinto	Mata
24	Sape	Mata
25	Cacimbas	Sertão

Em relação aos processos realizados, inicialmente foi feito o acesso ao SPED por meio do certificado digital do escritório contábil, com procuração sobre as empresas para ser possível a obtenção das demonstrações contábeis através de *download*. As

demonstrações coletadas foram o balanço patrimonial (BP) dos exercícios de 2019, 2020 e 2021 e as demonstrações do resultado do exercício (D.R.E) em períodos trimestrais a partir do primeiro trimestre de 2019 até o quarto trimestre de 2021. A justificativa do período trimestral utilizado entre as análises é em razão de que a apuração do lucro real pode ser feito de forma trimestral ou anual e 100% dos supermercados da amostra optam pelo período de arrecadação trimestral.

Em seguida os dados foram tratados de forma sistemática em planilhas do software *Microsoft Office Excel*, para posteriormente serem realizadas as técnicas de análise das demonstrações contábeis como a análise vertical e horizontal, com o intuito de verificar padrões e registrar suas variações percentuais de receitas, despesas e lucros antes e durante o período pandêmico, também foram utilizadas técnicas de estatística para sumarização dos resultados através de médias aritméticas.

4. ANÁLISE DOS DADOS

Para iniciar a análise dos dados, será realizado em primeiro lugar uma análise horizontal da receita líquida dos supermercados comparando o valor trimestral atual e utilizando como base o trimestre do ano anterior. Entende-se por receita líquida o montante obtido pela empresa nas vendas subtraída de suas deduções, como devoluções de vendas, abatimentos e impostos e contribuições que incidem sobre a venda, em outras palavras, o dinheiro que de fato entra na empresa.

A tabela 2 tem o intuito de demonstrar o impacto da Covid-19 na receita líquida dos supermercados da amostra em percentual (%) e o gráfico 1 facilitar a visualização da média da variação percentual do conjunto dos supermercados.

Tabela 2: Variação¹ percentual trimestral da receita líquida

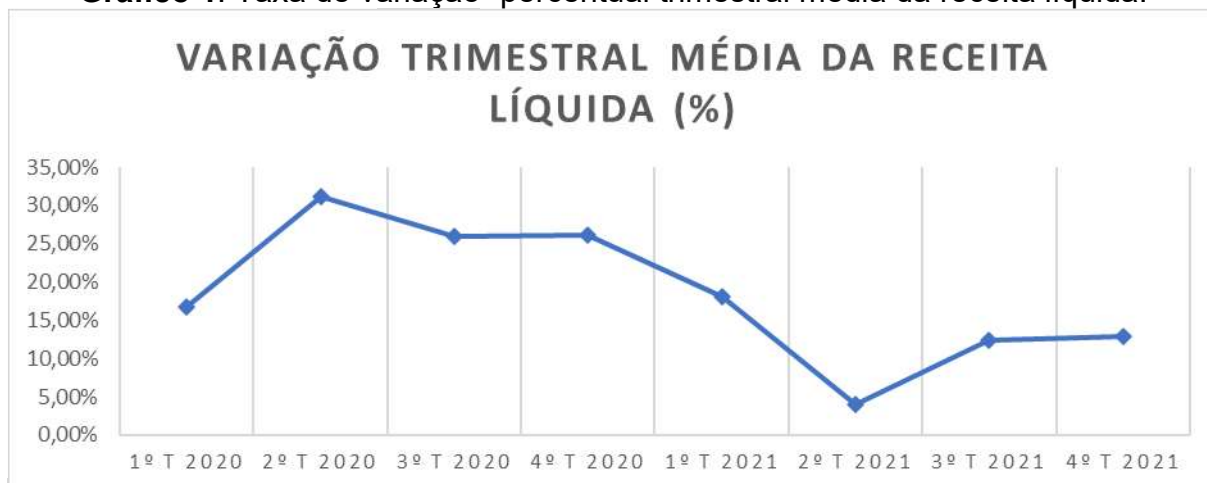
Nº	1º T 2020	2º T 2020	3º T 2020	4º T 2020	1º T 2021	2º T 2021	3º T 2021	4º T 2021
1	15,27%	29,91%	29,52%	33,88%	14,86%	5,51%	6,58%	2,86%
2	9,07%	16,51%	2,10%	20,83%	23,87%	11,33%	23,57%	6,50%
3	15,17%	27,45%	25,43%	28,91%	24,43%	6,02%	12,55%	11,94%
4	-11,21%	-13,60%	47,17%	61,33%	59,65%	23,72%	64,48%	76,47%
5	-0,90%	11,74%	3,00%	2,15%	-14,12%	-23,13%	-19,80%	-10,95%
6	22,27%	37,19%	36,12%	29,30%	16,44%	3,76%	3,45%	10,83%
7	48,99%	71,40%	59,11%	70,59%	39,68%	22,41%	23,69%	18,72%
8	30,40%	55,40%	44,87%	34,97%	29,02%	14,54%	20,95%	18,48%
9	15,95%	40,86%	28,75%	21,58%	11,77%	-8,99%	-1,40%	72,52%
10	56,75%	78,50%	80,94%	66,15%	45,78%	8,78%	3,99%	5,14%
11	9,71%	6,52%	4,15%	5,36%	6,26%	2,67%	9,76%	14,22%
12	19,17%	29,11%	34,10%	30,70%	23,36%	16,03%	12,56%	8,30%
13	36,14%	55,15%	55,13%	52,83%	31,06%	11,06%	4,36%	1,25%
14	40,72%	71,06%	49,71%	54,59%	37,82%	9,49%	18,51%	8,29%
15	14,28%	30,39%	17,78%	15,15%	8,98%	-1,21%	7,02%	2,83%
16	-7,46%	0,80%	-5,57%	-7,97%	-33,64%	-30,88%	23,36%	-4,33%
17	22,22%	42,09%	33,88%	38,04%	41,36%	27,16%	26,57%	26,59%
18	11,71%	20,52%	9,32%	6,78%	4,76%	-3,59%	1,65%	-1,90%
19	-0,14%	33,21%	28,97%	30,76%	30,25%	15,70%	22,63%	20,98%
20	-7,29%	-33,85%	-22,98%	-38,43%	-13,97%	-10,36%	-16,13%	-16,75%
21	19,29%	31,41%	20,38%	18,11%	4,30%	-2,93%	10,37%	14,73%

22	16,86%	30,02%	4,92%	5,36%	-1,54%	-12,47%	-1,96%	6,18%
23	23,18%	50,51%	31,10%	35,60%	41,98%	19,21%	36,37%	16,18%
24	12,33%	25,65%	19,67%	17,34%	11,64%	0,74%	4,51%	0,71%
25	7,54%	31,29%	12,23%	20,00%	8,54%	-5,44%	13,55%	10,80%
Média	16,80%	31,17%	25,99%	26,16%	18,10%	3,97%	12,45%	12,82%

Fonte: Elaboração própria com os dados coletados.

Nota 1: Base: Mesmo período do ano anterior.

Gráfico 1: Taxa de variação¹ percentual trimestral média da receita líquida.



Fonte: Elaboração própria com os dados coletados.

Nota 1: Base: Mesmo período do ano anterior.

A análise da tabela 2 demonstra que no primeiro trimestre de 2020 quando comparado com o mesmo período do ano anterior, 20 dos 25 mercados (80%) tiveram uma variação positiva enquanto apenas 5 tiveram uma variação negativa (20%), neste período a Covid-19 havia começado a impactar a economia brasileira já que em março foi o primeiro mês de medidas de isolamento social impostas pelo Governo Federal.

O segundo trimestre de 2020 foi o período que mais refletiu no crescimento do setor de supermercados da pesquisa, já que concentrou o tempo de fechamento de outras atividades comerciais que poderiam concorrer com o setor de supermercados e foi quando se iniciou o programa auxílio emergencial do Governo Federal, que impactou positivamente no poder de compra das famílias brasileiras. Seu crescimento médio foi de 31,17%, 23 dos 25 supermercados (92%) obtiveram resultados positivos e apenas 2 (8%) com resultado negativo. Vale ressaltar que o segundo trimestre de 2020 foi o período em que foi registrado a queda de 8,9% do PIB quando comparado com o trimestre anterior, uma das maiores variações negativas até então, sendo registrado como um tombo histórico para a economia brasileira e o colocando no mesmo nível da crise de 2009. O setor de supermercados segundo os dados foi o que sustentou o varejo representando 50,8% do volume de vendas total (IBGE, 2021).

O terceiro trimestre de 2020 obteve resultados inferiores ao trimestre anterior, em razão de que nesse período a economia brasileira estava começando a se reerguer, com um aumento de 7,8% do PIB em comparação com o 3º trimestre e o 2º trimestre de 2020 (IPEA, 2022). Os dados proporcionais se mantiveram iguais ao trimestre anterior.

Já no quarto trimestre de 2020, período em que costuma haver um elevado volume de vendas nos supermercados devido às datas festivas, a variação com o trimestre anterior foi positiva, porém mínima, apenas 0,17%, fato que pode ser explicado pelas medidas de isolamento social limitando o consumo das famílias nessas datas, o PIB por sua vez teve uma variação positiva de 3% quando comparado com o terceiro trimestre de 2020.

Em suma, o ano de 2020 apresentou uma média de crescimento nominal de 25,03% quando comparado com o ano de 2019. Dos 25 mercados analisados, apenas um apresentou variações negativas desde o primeiro trimestre, com uma queda acentuada a partir do segundo trimestre de 2020, início de fato da pandemia.

No ano de 2021 inicia-se a comparação de dois períodos pandêmicos e observa-se que embora em proporções de crescimento menores, todos os trimestres apresentam variações positivas, com destaque para o segundo trimestre de 2021 com a menor variação positiva (3,97%) e que concentrou o maior número de variações negativas entre os dados da amostra, 9 dos 25 supermercados (36%), fato que tem relação com o resultado positivo acima da média do segundo trimestre de 2020 como mencionado acima, com a reestruturação da economia brasileira no ano de 2021, a concentração de consumo para os supermercados acabou perdendo força.

Na tabela 3, será apresentada a análise realizada no custo das mercadorias vendidas (CMV), item que será analisado no gráfico 2 em conjunto com a receita líquida, já que o CMV está diretamente ligado com o valor de venda final.

Tabela 3: Variação¹ percentual trimestral dos custos das mercadorias vendidas.

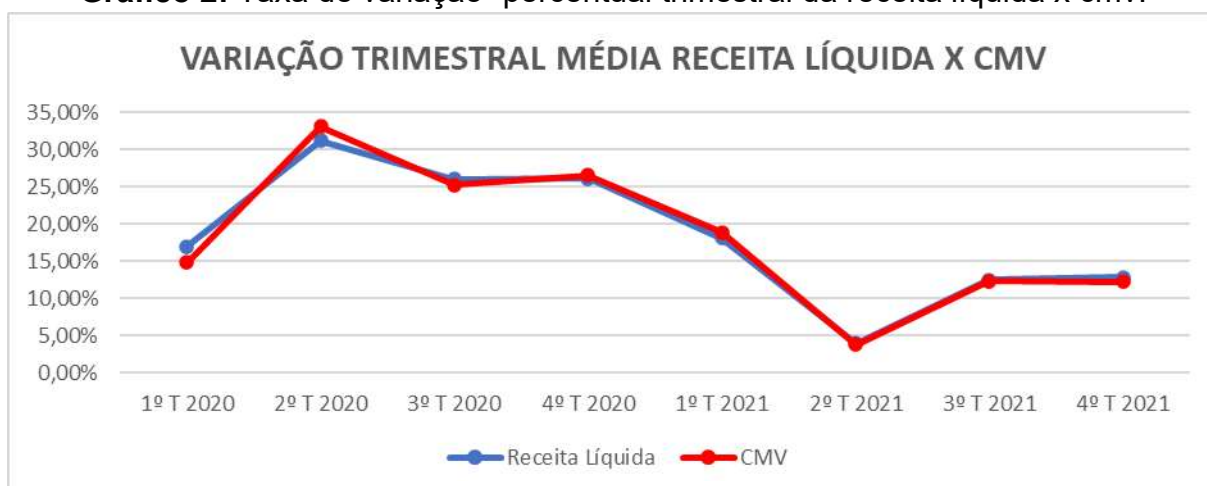
Nº	1º T 2020	2º T 2020	3º T 2020	4º T 2020	1º T 2021	2º T 2021	3º T 2021	4º T 2021
1	19,94%	24,87%	32,76%	32,41%	10,37%	4,23%	3,74%	0,20%
2	13,69%	39,07%	24,14%	18,21%	2,73%	-28,68%	-16,63%	91,18%
3	14,53%	32,27%	25,05%	29,71%	28,48%	7,58%	7,84%	8,89%
4	-1,17%	7,63%	-7,59%	13,23%	36,08%	3,87%	-9,34%	-16,71%
5	-13,69%	-19,42%	39,10%	64,14%	60,38%	28,50%	66,72%	63,42%
6	18,85%	33,86%	33,64%	24,00%	1,11%	-4,50%	11,53%	14,40%
7	43,21%	77,02%	65,66%	68,93%	45,21%	24,57%	25,44%	22,32%
8	26,37%	72,26%	43,67%	43,16%	40,14%	18,25%	17,39%	14,96%
9	10,51%	15,73%	-1,36%	20,32%	17,62%	14,95%	28,74%	4,11%
10	46,80%	79,98%	83,26%	58,59%	51,60%	7,77%	5,32%	-0,60%
11	-10,41%	-4,85%	-9,99%	-13,25%	-35,86%	-29,94%	27,84%	-0,40%
12	14,81%	26,07%	35,82%	29,63%	23,76%	11,37%	9,84%	5,73%
13	38,68%	34,74%	56,68%	58,60%	25,74%	19,42%	1,86%	-4,13%
14	31,22%	80,22%	41,90%	63,60%	36,32%	4,33%	13,06%	0,22%
15	16,30%	32,13%	20,37%	15,86%	9,13%	-5,96%	6,91%	3,16%
16	-5,63%	-13,59%	-0,94%	4,65%	-2,22%	5,46%	13,86%	8,55%
17	16,51%	48,91%	33,87%	38,56%	36,68%	25,41%	24,01%	29,38%
18	14,01%	24,31%	9,57%	7,48%	4,28%	-3,13%	3,81%	-3,42%
19	3,90%	62,94%	37,29%	29,29%	26,63%	11,98%	19,90%	20,51%
20	0,17%	-38,14%	-26,06%	-38,13%	-20,10%	-7,03%	-13,56%	-12,81%
21	16,43%	43,04%	16,10%	16,87%	7,85%	-9,21%	5,89%	11,47%
22	19,01%	38,05%	9,64%	1,51%	-0,34%	-10,51%	3,06%	13,03%

23	26,96%	52,44%	38,92%	37,06%	44,29%	19,47%	28,85%	17,04%
24	12,62%	21,56%	23,40%	20,84%	14,53%	2,06%	4,17%	0,25%
25	-2,74%	56,27%	6,41%	19,11%	6,79%	-14,90%	18,15%	15,43%
Média	14,83%	33,09%	25,25%	26,58%	18,85%	3,81%	12,34%	12,25%

Fonte: Elaboração própria com os dados coletados.

Nota 1: Base: Mesmo período do ano anterior.

Gráfico 2: Taxa de variação¹ percentual trimestral da receita líquida x cmv.



Fonte: Elaboração própria com os dados coletados.

Nota 1: Base: Mesmo período do ano anterior.

Com a análise da tabela 3 em conjunto do gráfico 2 verifica-se uma grande similaridade nas variações entre as duas variáveis, em razão do setor de supermercados operar com base em margens e a receita proveniente da venda das mercadorias e seus custos serem variáveis correlacionadas. Com a ruptura econômica causada pela Covid-19, o real perdeu poder de compra com o aumento do dólar e o reflexo deste fenômeno foi o aumento de preço em toda a cadeia produtiva, o fornecedor vende seu produto a um preço maior aos supermercados e estes repassam esse aumento ao consumidor final, mantendo o nível de margem pré-estabelecido.

O primeiro trimestre de 2020 demonstra um crescimento de 1,97% em favor da receita líquida quando comparado com a variação do CMV, fato que pode ser explicado pela aquisição de estoques em valores antes dos impactos iniciais da pandemia.

Já no segundo trimestre de 2020 ocorre o inverso, com o fechamento das outras atividades consideradas não essenciais e a incerteza econômica inicial gerada nesse período, o impacto no valor de compra das mercadorias foi sentido imediatamente, causando uma variação superior do CMV de 1,92%, em outras palavras, os supermercados tiveram que vender com uma margem bruta inferior.

A partir do terceiro trimestre de 2020 até o final de 2021, percebe-se que os supermercados conseguiram adaptar seus custos a manter a margem por eles esperados na operação, onde a receita líquida e os custos crescem de forma correlacionada.

Embora a variação da receita líquida apresente resultados positivos em todos os períodos observados, também deve-se comparar os resultados com a variação das despesas operacionais, já que são elas que estão relacionadas com o funcionamento diário dos supermercados, e com o advento da pandemia, tiveram

que se reinventar para conseguir atrair o maior número de clientela, além de explorar novos horizontes como o delivery.

A seguir será apresentada na tabela 4, a variação nominal trimestral das despesas incorridas nos supermercados no período analisado e no gráfico 3 a média da variação trimestral dos supermercados.

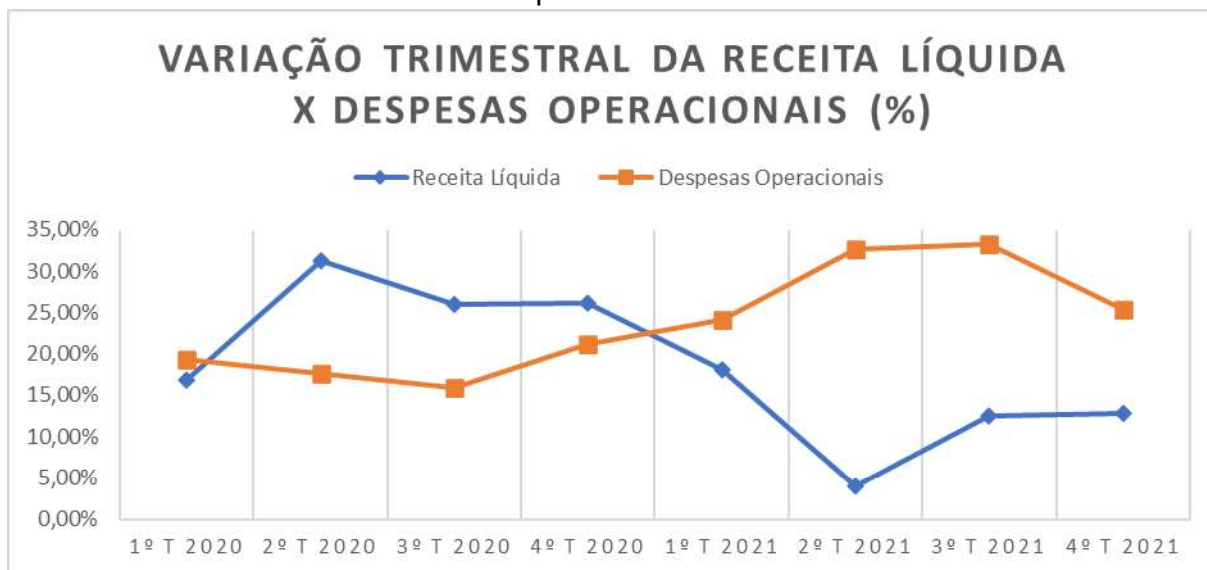
Tabela 4: Variação¹ percentual trimestral das despesas operacionais.

Nº	1º T 2020	2º T 2020	3º T 2020	4º T 2020	1º T 2021	2º T 2021	3º T 2021	4º T 2021
1	-0,85%	33,37%	20,94%	10,35%	-1,97%	-22,00%	-1,52%	10,29%
2	12,96%	8,93%	-2,76%	38,30%	41,49%	31,21%	40,75%	12,58%
3	30,37%	16,75%	7,62%	-22,53%	-9,62%	15,23%	15,71%	23,46%
4	21,94%	7,43%	9,12%	27,80%	25,26%	26,24%	44,79%	42,34%
5	1,16%	-3,36%	-15,47%	-21,97%	1,80%	9,71%	6,14%	25,70%
6	40,84%	23,56%	31,84%	43,11%	25,85%	36,24%	25,85%	9,65%
7	16,72%	22,00%	16,19%	43,53%	46,50%	54,56%	43,14%	28,45%
8	22,63%	23,32%	25,70%	19,14%	37,11%	16,16%	26,75%	20,05%
9	45,74%	16,58%	31,78%	75,12%	79,55%	226,20%	179,17%	95,67%
10	92,36%	128,96%	116,03%	80,35%	52,28%	13,59%	7,25%	23,30%
11	-6,52%	3,77%	-0,46%	1,77%	14,10%	2,18%	8,26%	16,08%
12	14,74%	-8,91%	-2,29%	2,40%	4,34%	41,12%	42,58%	34,53%
13	19,85%	35,98%	67,28%	155,16%	69,49%	52,31%	22,68%	-29,15%
14	36,71%	29,53%	61,94%	-11,22%	58,36%	114,12%	90,51%	148,74%
15	3,56%	0,25%	-6,93%	16,74%	37,31%	36,46%	23,63%	20,40%
16	11,74%	-2,00%	-24,11%	-4,00%	9,48%	30,73%	62,81%	48,10%
17	3,66%	12,26%	24,05%	41,24%	70,45%	48,46%	39,62%	2,75%
18	7,77%	13,20%	12,57%	1,22%	4,59%	5,92%	7,36%	15,62%
19	35,25%	35,84%	44,41%	16,56%	54,91%	27,28%	14,22%	35,49%
20	-0,90%	-23,35%	-21,86%	-37,38%	-17,17%	7,61%	-10,55%	17,69%
21	54,18%	21,53%	16,46%	24,35%	-0,13%	14,50%	17,72%	13,44%
22	-4,60%	-5,74%	-10,21%	20,44%	12,58%	-6,04%	-1,31%	-20,94%
23	20,94%	46,89%	12,39%	26,09%	-0,59%	18,07%	60,49%	-7,22%
24	6,00%	6,11%	3,72%	-11,42%	-8,08%	-12,05%	8,59%	28,44%
25	-2,63%	-2,57%	-18,54%	-4,95%	-5,86%	29,42%	55,22%	17,70%
Média	19,34%	17,61%	15,98%	21,21%	24,08%	32,69%	33,19%	25,33%

Fonte: Elaboração própria com os dados coletados.

Nota 1: Base: Mesmo período do ano anterior.

Gráfico 3: Taxa de variação¹ percentual trimestral da receita líquida x despesas operacionais.

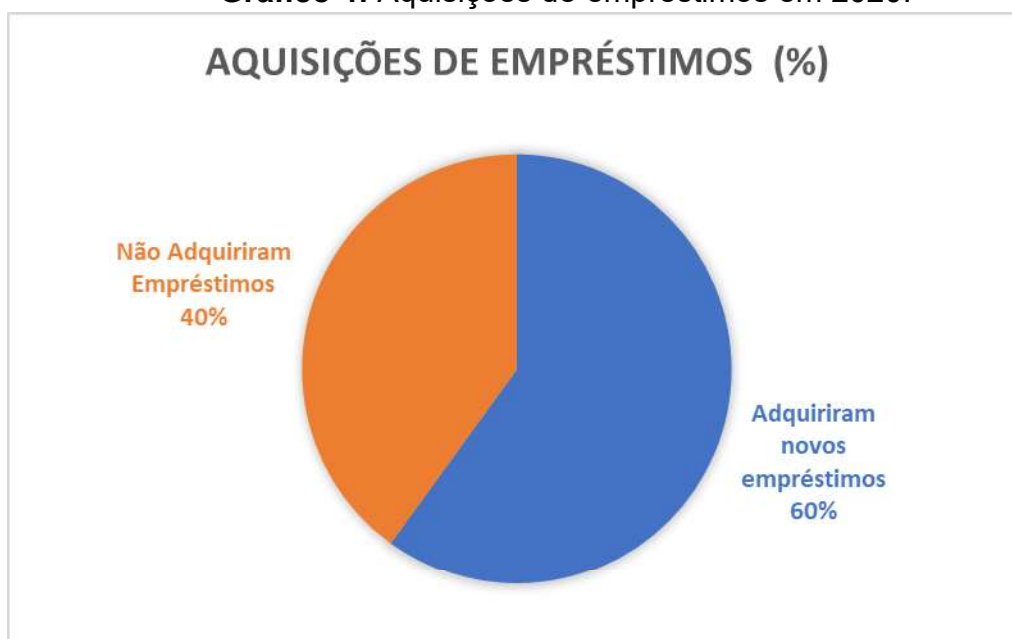


Fonte: Elaboração própria com os dados coletados.

Nota 1: Base: Mesmo período do ano anterior.

Observa-se na tabela 4 e no gráfico 3 que a trajetória da variação trimestral das despesas iniciou no primeiro trimestre de 2020 com 19,34%, 2,24% acima da receita líquida, porém houve um decréscimo no segundo e terceiro trimestre de 2020 com variações de 17,61% e 15,98% respectivamente, em razão da postura de cautela inicial com a pandemia, cortando certos gastos operacionais, já que se tratava de um cenário econômico nunca visto. No quarto trimestre de 2020 a variação volta a crescer (21,21%), fato que está ligado à sazonalidade do setor varejista, em especial o dos supermercados. A partir de 2021, em especial no segundo e terceiro trimestre, suas variações de 32,69% e 33,19% respectivamente devem ser analisadas em conjunto com o ano de 2020, pois no mesmo período do ano anterior houve a contração neste período pela postura de cautela como mencionado anteriormente, sendo assim, a alta variação é reflexo de uma normalização das despesas incorridas no trimestre, além de fatores operacionais novos que surgiram com a pandemia, como a venda por delivery e a contratação de novos colaboradores devido à demanda. Segundo dados da ABRAS (2022) o setor de supermercados em 2021 teve um avanço no indicador de geração de emprego, sendo reconhecidos como um dos maiores setores empregadores do país.

A seguir no gráfico 4, evidencia-se quantos supermercados adquiriram empréstimos no período pandêmico.

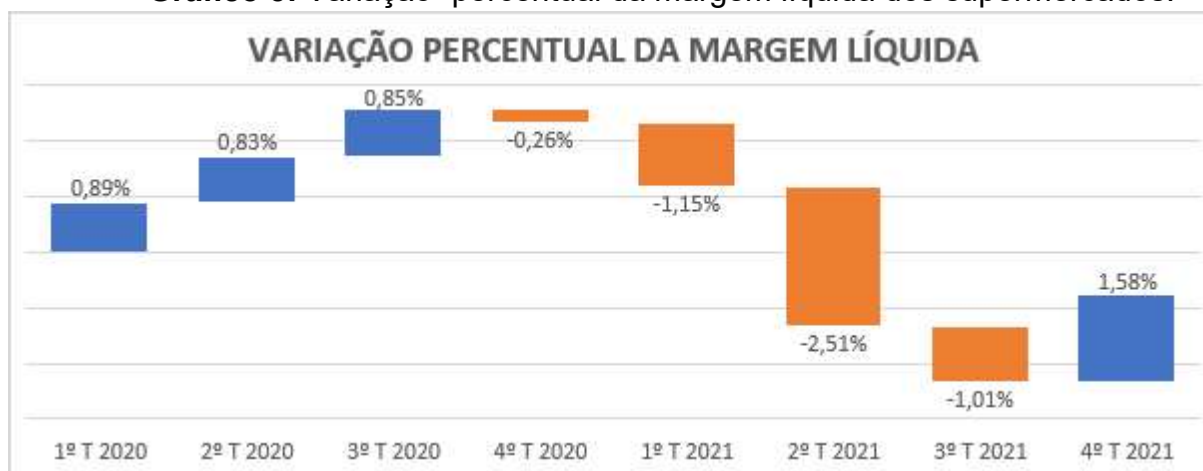
Gráfico 4: Aquisições de empréstimos em 2020.

Fonte: Elaboração própria com os dados coletados.

Como observado no gráfico 4, 15 dos 25 supermercados (60%) adquiriram novos empréstimos em 2020.

A alta taxa de aquisições pode estar relacionada com a isenção do imposto sobre operações financeiras (IOF) durante o período de 3 de abril de 2020 a 31 de dezembro de 2020, tornando a aquisição de empréstimo uma opção mais vantajosa para os supermercados, em especial aqueles que pretendiam investir em sua infraestrutura ou traçar novos caminhos operacionais.

Por fim, no gráfico 5, será evidenciado a variação da margem líquida (ML) no período estudado, a função da margem líquida é demonstrar, através de um percentual, quanto de lucro líquido a empresa obteve em relação a sua receita.

Gráfico 5: Variação¹ percentual da margem líquida dos supermercados.

Fonte: Elaboração própria com os dados coletados.

Nota 1: Base: Mesmo período do ano anterior.

Com a análise do gráfico 5 é possível observar uma variação na margem líquida positiva nos primeiros três trimestres do ano de 2020.

No primeiro houve a mudança de 0,89%, resultado do aumento de vendas com uma variação superior ao aumento dos custos. Embora os custos no segundo trimestre tenham variado de forma superior, a contração de despesas no período conseguiu equilibrar a margem, gerando um resultado positivo de 0,83%.

No quarto trimestre, a margem foi de -0,26% resultante de uma perda de força no volume das vendas devido as restrições de isolamento social da pandemia, em especial no mês de novembro, conforme o IBGE (2021), o setor de supermercados, hipermercados, produtos alimentícios registrou uma variação de -1,8% no volume de vendas, fato que não ocorria desde fevereiro de 2020.

No ano de 2021, as variações ocorreram de forma inversa, com uma variação de - 1,15% no primeiro trimestre, -2,51% no segundo e -1,01% no terceiro, resultados que podem ser explicados pela perda de fatia a outras atividades comerciais e o aumento das despesas financeiras, já que os empréstimos adquiridos pelos supermercados começam a surtir efeito nas demonstrações contábeis após o período de carência concedido pelas instituições financeiras.

O quarto trimestre de 2021, no entanto, apesar dos fatores apresentados, conseguiu uma variação positiva de 1,58%, fato que pode estar ligado com a flexibilização do distanciamento social nos períodos festivos de final de ano.

Resultados similares são observados na pesquisa mensal do comércio do IBGE, onde foi constatado que no ano de 2021 houve 11 meses de taxas negativas consecutivas no volume das vendas, reflexo da evasão dos consumidores para outros setores concorrentes.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo principal analisar os impactos causados pela pandemia Covid-19 nos supermercados que pertencem a cartela de clientes de um escritório de contabilidade do Estado da Paraíba analisando o triênio de 2019 a 2021. Orientando-se em discutir, identificar e analisar o impacto da pandemia de Covid-19 nos supermercados selecionados, através da análise de suas demonstrações contábeis.

A pesquisa constatou que, durante o ano de 2020, em especial nos dois primeiros trimestres, houve os melhores resultados nas vendas em razão do fechamento das atividades concorrentes de consumo, que ainda não tinham respostas de imediato às restrições impostas pelo distanciamento social. Fatos que são corroborados com as pesquisas mensais do comércio do IBGE e institutos como a FECOMÉRCIO.

No ano de 2021, a situação das vendas começa a perder força, flexibilizações são realizadas e os setores concorrentes começam a retomar a parcela de mercado que antes tinham se concentrado apenas nos supermercados, contudo, suas variações ainda foram positivas, apenas em níveis muito menos que o do ano anterior.

No que tange os custos de vendas incorridos dos supermercados, observa-se que os impactos econômicos da pandemia resultaram em um aumento de preço nas mercadorias revendidas, que prontamente foram repassadas para o consumidor final. Vale ressaltar que, como evidenciado no trabalho, os supermercados continuaram a operar, em média, com as margens brutas já pré-estabelecidas antes da pandemia.

As despesas operacionais começam com variações inferiores às de receita no ano de 2020, cenário que possibilitou o auferimento de uma margem líquida

operacional superior ao do ano anterior nos três primeiros trimestres, apenas no quarto trimestre em que a margem foi 0,26% em razão do distanciamento social nas datas festivas. O cenário se inverteu no ano de 2021, com atividades concorrentes reagindo perante a pandemia e aumento de gastos operacionais.

Os resultados desta pesquisa apontaram que, embora o setor de supermercados tenha desfrutado de um ano de 2020 com resultados extremamente positivos devido ao favorecimento do setor durante os períodos iniciais da pandemia, não houve continuidade destes resultados durante o ano 2021.

Entende-se como limitação deste trabalho, o fato de a amostra pertencer à um escritório de contabilidade especializado no setor varejista, que pode instruir suas tomadas de decisão, bem como o período estipulado, já que, embora de uma maneira muito menos impositiva, a Covid-19 ainda se encontra no mundo. Para estudos futuros sugere-se a análise durante um período maior e com atividades consideradas não essenciais durante a pandemia, com o intuito de averiguar se elas conseguiram se reinventar.

6. REFERÊNCIAS

ABRAS – Associação Brasileira de Supermercados. **Ranking Abras 2022**. Revista Superhíper Ano 48, nº 547. Mai 2022. Disponível em: <<https://www.abras.com.br/economia-e-pesquisa/ranking-abras/pesquisa>>. Acesso em: 12/06/2022.

ALVARENGA, D; SILVEIRA, D. **Vendas do comércio desabam 16,8% em abril, pior resultado da série histórica do IBGE**. G1, São Paulo, 01 set. 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/2020/09/01/pib-tem-queda-recorde-de-97percent-no-2o-trimestre-e-brasil-entra-de-novo-em-recessao.ghtml>>. Acesso em: 10/06/2022.

AQUINO, M.L. et al. **Medidas de distanciamento social no controle da pandemia de COVID-19: potenciais impactos e desafios no Brasil**. 2020. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/csc/a/4BHTCFF4bDqq4qT7WtPhvYr/?lang=pt>>. Acesso em: 14/06/2022.

ASPB – Associação de Supermercados da Paraíba. **Vendas de supermercados caem 9% em doze meses**. 2022. Disponível em: <<http://www.aspb.com.br/detalhenoticia.php?id=7800>>. Acesso em 26 de maio de 2022.

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

BARIA, G. L. et al. **Os impactos da Pandemia na Nova Economia Envolvendo a Contabilidade**. Revista Científica, v.1, n.1, 2021. Disponível em: <<https://revistas.unilago.edu.br/index.php/revista-cientifica/issue/view/34>>. Acesso em: 14/06/2022.

BRASIL. **Decreto nº 10.282 de março de 2020**. Regulamenta a Lei nº 13.979, de 6 de fevereiro de 2020, para definir os serviços públicos e as atividades essenciais. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/decreto/D10282.htm>. Acesso em 24 de maio de 2022.

BRASIL. **Lei nº 13.979, de 6 de fevereiro de 2020**. Dispõe sobre as medidas para enfrentamento da emergência de saúde pública de importância internacional decorrente do coronavírus. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/Lei/L13979.htm>. Acesso em 24 de maio de 2022.

BRASIL. Ministério da Saúde. **O que é a Covid-19**. 2021. Disponível em: <<https://www.gov.br/saude/pt-br/coronavirus/o-que-e-o-coronavirus>>. Acesso em 20 de maio de 2022.

COELHO, Renato. **Brasil se torna o segundo país do mundo a ultrapassar marca de 600 mil mortos por covid-19**. 2021. Disponível em:

<<https://jornal.unesp.br/2021/10/13/brasil-se-torna-o-segundo-pais-do-mundo-a-ultrapassar-marca-de-600-mil-mortos-por-covid-19/>>. Acesso em: 15/06/2022.

CORSEUIL, C.H et al. **Comportamento do mercado de trabalho brasileiro em duas recessões: análise do período 2015-2016 e da pandemia Covid-19.**

Brasília, DF: IPEA. 2021. Disponível em:

<https://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=37491&Itemid=9>. Acesso em 14/06/2022.

GIL, ANTÔNIO CARLOS. **Como elaborar projetos de pesquisa.** São Paulo, Atlas, 2002.

HECKSHER, Marcos. **Mortalidade por Covid-19 e queda de emprego no Brasil e no mundo.** Brasília, DF: IPEA. 2021. Disponível em:

<<http://repositorio.ipea.gov.br/handle/11058/10877#:~:text=Com%20base%20em%20dados%20de,de%202019%20e%20de%202020>>. Acesso em: 14/06/2022.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa Mensal de Comércio – PAC (janeiro 2020).** Rio de Janeiro: IBGE. Disponível em:

<<https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=7230>>. Acesso em: 25 de maio de 2022.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa Mensal de Comércio – PAC (março 2020).** Rio de Janeiro: IBGE. Disponível em:

<<https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=7230>>. Acesso em: 25 de maio de 2022.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa Mensal de Comércio – PAC (abril 2020).** Rio de Janeiro: IBGE. Disponível em:

<<https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=7230>>. Acesso em: 25 de maio de 2022.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa Mensal de Comércio – PAC (janeiro 2021).** Rio de Janeiro: IBGE. Disponível em:

<<https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=7230>>. Acesso em: 25 de maio de 2022.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa Mensal de Comércio – PAC (janeiro 2022).** Rio de Janeiro: IBGE. Disponível em:

<<https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=7230>>. Acesso em: 25 de maio de 2022.

LIMA, V, D; FREITAS, A, E. **A pandemia e os impactos na economia brasileira.**

Revista Econômica Empírica. Vol 1, n.4, 2020. Disponível em:

<<https://portal.idp.emnuvens.com.br/bee/article/download/4773/1873>>. Acesso em: 13/05/2022.

MORENO, M; HANUSCH; M. **O impacto da pandemia de COVID-19 na economia brasileira: preservando a vida e o sustento.** 2020. Disponível em:

<<https://blogs.worldbank.org/pt/latinamerica/o-impacto-da-pandemia-de-covid-19-na-economia-brasileira-preservando-vida-e-o-sustento>>. Acesso em: 14/06/2022.

OLIVEIRA, Caroline Silva de. **A COVID-19 e o impacto econômico nas micro e pequenas empresas**. Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento. Ano 05, Ed. 06, Vol. 10, pp. 39-56. 2020. Disponível em: <<https://www.nucleodoconhecimento.com.br/administracao/impacto-economico>>. Acesso em: 13/05/2022.

RICHARDSON, R.J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo, Atlas, 1999.

SILVA, ALEXANDRE ALCANTARA DA. **Estrutura, análise e interpretação das demonstrações contábeis**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2019.

WHO. World Health Organization. **WHO Coronavirus Disease (COVID-19) Dashboard**. 2022. Disponível em: <<https://covid19.who.int/>>. Acesso em 24 de maio de 2022.