

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA – UFU
FACULDADE DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS – FACIC
GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS

MICHELLY CRISTINA AIRES

COMPORTAMENTO DA MARGEM DE LUCRO DE EMPRESAS
SUPERMERCADISTAS DO LUCRO REAL NOS PERÍODOS DE PRÉ E PÓS-
PANDEMIA

UBERLÂNDIA
JANEIRO DE 2023

MICHELLY CRISTINA AIRES

**COMPORTAMENTO DA MARGEM DE LUCRO DE EMPRESAS
SUPERMERCADISTAS DO LUCRO REAL NOS PERÍODOS DE PRÉ E PÓS-
PANDEMIA**

Artigo Acadêmico apresentado à Faculdade de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Uberlândia como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

**Orientador: Lucimar Antônio Cabral de
Ávila**

**UBERLÂNDIA
JANEIRO DE 2023**

MICHELLY CRISTINA AIRES

Comportamento da margem de lucro de empresas supermercadistas do lucro real nos períodos de pré e pós-pandemia

Artigo Acadêmico apresentado à Faculdade de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Uberlândia como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

Banca de avaliação:

Prof. Dr. Lucimar Antônio Cabral de Ávila
Orientador

Avaliador 1
Membro

Avaliador 2
Membro

Uberlândia (MG), 31 janeiro de 2023

RESUMO

O rápido avanço do contágio pela Covid-19 resultou em recomendações de distanciamento social pela OMS com suspensão das atividades consideradas não essenciais. Várias empresas estiveram sujeitas à fragilidade econômica devido ao impacto no mercado. Diante disso, o presente estudo possui como objetivo verificar o comportamento da margem de lucro de empresas supermercadistas optantes pelo regime de tributação Lucro Real, num município do interior do estado de Minas Gerais. A metodologia adotada é classificada como descritiva, documental com abordagem qualitativa. A amostra foi composta por 5 empresas do setor supermercadista de uma cidade no interior de Minas Gerais, o período amostral engloba os anos de 2018 a setembro de 2022. Posteriormente, foram realizadas análises da margem de lucro antes e após a pandemia e também comparando as empresas analisadas. Os resultados apontaram instabilidade na lucratividade entre as empresas que compuseram a amostra e na análise da média anual, constatou-se que o ano de 2022 foi o mais afetado. A avaliação da lucratividade apontou queda significativa nos anos de 2020 e 2021, período de alta da pandemia da Covid-19, enquanto que no ano de 2022 a margem bruta sofre aumento, demonstrando recuperação financeira após os impactos da pandemia.

Palavras-chave: Setor supermercadista. Covid-19. Margem de lucro

ABSTRACT

The fast forward of contagion by Covid-19 followed recommendations for social distancing by the WHO with the suspension of activities considered non-essential. Several companies remained subject to economic lawsuits due to the market impact. In view of this, the present study aims to verify the behavior of the profit margin of supermarket companies opting for the Real Profit participation regime, in a municipality in the interior of the state of Minas Gerais. The adopted methodology is classified as descriptive, documentary with a qualitative approach. The sample consisted of 5 companies in the supermarket sector of a city in the interior of Minas Gerais, the sample period encompasses the years 2018 to September 2022. Subsequently, analyzes of the profit margin before and after the pandemic were carried out and also comparing the driver companies. The results showed instability in profitability among the companies that made up the sample and in the analysis of the annual average, it was found that the year 2022 was the most affected. The profitability assessment showed a significant drop in the years 2020 and 2021, the high period of the Covid-19 pandemic, while in 2022 the gross margin increased, demonstrating the financial recovery after the effects of the pandemic.

Key-words: Supermarket sector. Covid-19. Profit margin

1 INTRODUÇÃO

No fim de 2019 o mundo se encontrou em alerta por um vírus com alto nível de contágio que se espalhou em poucos meses por todo o mundo, iniciando assim a pandemia da Covid-19. O vírus demonstrou ser de alto impacto físico, social e econômico forçando as nações a tomarem atitudes como o fechamento de fronteiras e confinamento total da população (MARQUES E SILVEIRA, 2021).

Em março de 2020, a fim de conter a pandemia, a OMS realizou uma recomendação pública informando que o meio mais assertivo seria o distanciamento social. Assim, a medida foi adotada no Brasil e as empresas consideradas como não essenciais tiveram seus serviços presenciais suspensos de forma imediata. Com esta medida várias empresas se sujeitaram à fragilidade econômica trazida pela pandemia (MARQUES E SILVEIRA, 2021). Nesse contexto, também foi decretada a Lei 13.979/2020 que dispõe sobre medidas para o enfrentamento da emergência de saúde pública causada pela pandemia da Covid-19, que consiste em isolamento e quarentena.

Em meio a pandemia da Covid-19, muitas empresas encontraram dificuldades em manter suas atividades em funcionamento, causando falências e aumento do desemprego. Segundo dados do IBGE, 522,7 mil empresas deixaram de exercer suas atividades no ano de 2020 devido aos impactos da pandemia. Os efeitos negativos da pandemia da Covid-19 na economia impactaram os setores comerciais, tributários e trabalhistas, afetando diretamente as relações de consumo e a redução da oferta e demanda. Diante disso, alguns incentivos foram adotados pelo governo como a flexibilização das compras públicas, suspensão de contribuições previdenciárias, ajuda financeira para empresas, novas leis e prazos, dentre outras medidas (PESSOA et al., 2022).

Considerando as dificuldades enfrentadas, durante a pandemia as empresas tiveram de passar por diversas adaptações a fim de superar tais dificuldades. A humanidade enfrentou um dos maiores desafios dos últimos tempos. Com as empresas fechadas, todos precisaram se adaptar à nova realidade e adotar meios tecnológicos, como trabalho em casa, reuniões virtuais, entrega de produtos delivery (GARCIA E BEZERRA, 2020).

Frente a cenário de incertezas econômicas e declínio nacional, o governo ainda adotou diversas medidas que foram cruciais para a redução dos custos tributários nesse período tão difícil. Em abril de 2020, foi publicada a Resolução CGSN nº 154 determinando alterações na arrecadação do Simples Nacional. Foram concedidos novos prazos para o pagamento de

tributos federais, estaduais e municipais (AUDITTO, 2020). Foram realizadas alterações na previdência social na categoria patronal, com prorrogação de pagamento do INSS, PIS/PASEP e COFINS. Foram publicadas as Medidas Provisórias nº 927 e 932, de 2020, que tratam de uma série de orientações que poderiam ser adotadas pelos empregadores a fim de preservar o emprego e a renda, enfrentando o estado de calamidade pública, como o teletrabalho, a antecipação das férias, a redução proporcional da jornada de trabalho e salários, dentre outros incentivos que podem ser opções para escapar da crise e manter as empresas em atividade (BEVILACQUA, 2020).

No setor alimentício, apesar de considerado essencial, os impactos não foram tão diferentes. Além da entrada de novos consumidores e novas formas de compra e consumo, a população passou a estocar alimentos como forma de se proteger de uma possível escassez, o que auxiliou a desestabilizar a situação econômica. Entre os desafios enfrentados pelo setor, perante a flexibilização do isolamento social, está a adequação às medidas estabelecidas pela OMS para evitar a contaminação do vírus. Apesar disso, com o apoio das tecnologias, as adaptações se tornaram mais acessíveis (SILVA E SOUZA, 2022).

Diante desse contexto, nota-se a necessidade de analisar a saúde financeira das empresas, devido ao grande impacto que tem no mercado. Considerando os impactos físicos, sociais e econômicos da pandemia da Covid-19, destaca-se a importância de estudar o comportamento da lucratividade em empresas com os diversos regimes de tributação brasileiros. Assim, o presente artigo tem como objetivo verificar o comportamento da margem de lucro de empresas supermercadistas optantes pelo Lucro Real no período que engloba os anos de 2018 a setembro de 2022, períodos de antes e depois da pandemia da Covid-19, num município do interior do estado de Minas Gerais.

Os supermercados, considerados essenciais, permaneceram abertos durante a pandemia da Covid-19. Porém, os funcionários continuam exercendo seu trabalho, sendo expostos a um maior risco de contágio do que aqueles que podem permanecer em suas casas (OSTRONOFF, 2020). Assim, o artigo visa verificar de que forma os comércios supermercadistas foram impactados pela pandemia, uma vez que se trata de atividades essenciais e permaneceram em funcionamento durante o período de distanciamento social.

A pesquisa pode ser justificada pelo fato de que a modificação dos hábitos de consumo dos brasileiros, derivada das restrições trazidas pela Pandemia de COVID-19, pode ter ocasionado oscilações importantes no comportamento da lucratividade de empresas do setor supermercadista. Além disso, a pesquisa pode contribuir em reduzir os impactos negativos

causados nas empresas, por meio do planejamento financeiro e econômico para a permanência das atividades no mercado durante tempos de crise.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Considerando a exigibilidade no pagamento dos tributos, é importante que as empresas repensem a atual gestão a fim de alcançar redução de custos, principalmente fiscais, oferecendo maior lucratividade. A carga tributária brasileira está em constante variação, além disso, dentro da América Latina, o Brasil é o segundo país com maior carga tributária (PEREIRA E GIRÃO, 2017; RECEITA FEDERAL, 2018).

Cerca de 6% das empresas no Brasil enfrentam dificuldades no primeiro ano em relação aos tributos e 16% descrevem os tributos elevados como a principal causa de sua insatisfação com o seu negócio. Diante disso, torna-se necessário que as empresas planejem e analisem os impostos incidentes sobre seu negócio. Para auxiliar na administração dessas obrigações, o Planejamento Tributário é utilizado para assessorar na gestão e na tomada de decisão pela organização, ajudando a reduzir custos e evitar prejuízos financeiros (PEREIRA E GIRÃO, 2017; SIQUEIRA, 2019).

Cada regime tributário tem suas particularidades, e assim, a escolha criteriosa pelo regime de tributação é de extrema importância no contexto brasileiro, por ser um dos itens que mais impactam os fluxos de caixa das companhias. Dentre as diversas opções de tributações existentes, o Lucro Real é o que está disponível a todas as empresas. Nesse regime, o lucro depende do resultado apurado ao final do período (OLIVEIRA, 2009).

2.1 Lucro Real

No lucro apurado pelas empresas, o Fisco exige dois tipos de impostos, o Imposto de Renda e a Contribuição Social sobre o Lucro Líquido. A existência destes dois tributos sobre o lucro se deve pela destinação dos valores arrecadados. Enquanto o imposto de renda não tem fim específico, a contribuição social sobre o lucro líquido, é para compor o financiamento da seguridade social (PEREIRA E SANTANA, 2016).

No sistema brasileiro, temos os regimes de tributação Lucro Presumido, Lucro Arbitrado, Lucro Real e Simples Nacional. Segundo a Instrução Normativa da Receita Federal

nº 1700, o Lucro Real é obrigatório para as empresas que auferirem em seu ano-calendário uma receita bruta superior a R\$ 78.000.000,00, bem como as empresas cujas atividades sejam de bancos comerciais, bancos de investimentos, bancos de desenvolvimento, caixas econômicas, sociedades de crédito, financiamento e investimento, sociedades de crédito imobiliário, sociedades corretoras de títulos, valores mobiliários e câmbio, distribuidora de títulos e valores mobiliários, empresas de arrendamento mercantil, cooperativas de crédito, empresas de seguros privados e de capitalização e entidades de previdência privada aberta, que tiverem lucros, rendimentos ou ganhos de capital oriundo do exterior. Porém, qualquer empresa que desejar poderá optar pelo Lucro Real.

O Lucro Real é o regime mais complexo de tributação. A base de cálculo dos impostos sobre o lucro é apurada baseada na escrituração efetuada de acordo com as leis contábeis. Segundo o Decreto de Lei nº 9.580/2018, as pessoas jurídicas serão tributadas de acordo com os lucros reais, com observância a legislação comercial e fiscal.

A legislação tem sua forma específica para exigir os tributos sobre o lucro, pois há formas diferentes de interpretação sobre algumas receitas e despesas na sua natureza, como também sobre o período em que algumas receitas e despesas são reconhecidas. Para transformar o resultado apurado na contabilidade em resultado tributável, são realizados ajustes, referentes a despesas e receitas que a legislação do imposto de renda entende que podem ou não podem ser consideradas na sua base de cálculo (PEREIRA E SANTANA, 2016).

Durante a pandemia, impostos, tributos e contribuições tiveram prazos adiados ou suspensos a fim de diminuir os impactos sociais e econômicos causados pela situação de calamidade pública (AUDITTO, 2020). Diversas normas, decretos, medidas provisórias e leis foram estabelecidos para auxiliar na redução desses impactos (BEVILLACQUA, 2020).

Dessa forma, a contabilidade precisou estar atenta às alterações e adaptações legais a serem realizadas. Escritórios de contabilidade precisaram repensar seus métodos de trabalho. Além disso, é de extrema importância considerar o papel fundamental do contador nesse cenário, visto que, além de se atualizar sobre as medidas impostas pelo governo, o contador também deve auxiliar seus clientes na adoção das melhores formas de manter a sustentabilidade e continuidade dos negócios em meio a pandemia (ALVES et al., 2020).

2.2 Lucratividade e a pandemia da COVID-19

A pandemia da COVID-19 levou à morte de uma série de empresas, causando diversos impactos conjunturais e gerando a quebra de negócios e aumento do desemprego. A pandemia

foi considerada por analistas como uma crise internacional de magnitude superior à crise financeira de 2008. Além disso, a forma com que os países lidaram com a pandemia, os sérios problemas sanitários e a falta de equipamentos para o enfrentamento da pandemia dificultaram o processo (SENHORAS, 2020).

A COVID-19 expõe fragilidades na economia, como queda nos preços de petróleo, em commodities, em empregos, enfraquecimento da moeda, aumento da dívida pública e recessão no Brasil e no mundo. A pandemia causou impactos significativos nas economias por meios de reduções no consumo de diversos bens e serviços, aumento dos custos operacionais dos negócios e reavaliação dos riscos dos países (FERREIRA JUNIOR E SANTA RITA, 2020).

O isolamento social causou forte impacto na economia. Muitas empresas paralisaram suas atividades e as demandas foram reduzidas. Isso provocou uma queda nas receitas e, em consequência, uma necessidade de suporte financeiro do governo para diminuir o risco de demissões e de falência das empresas. O governo brasileiro, pressionado por empresários e com receio de mais uma enorme crise, estabeleceu medidas provisórias (MPs) para conter os impactos (PASSOS et al., 2021).

Em consequência disso, todos os agentes sociais e econômicos (indivíduos, empresas e governos) modificaram seu comportamento de consumo. Nesse contexto, o consumidor tende a mudar seu comportamento perante situações adversas, principalmente aquelas que atentam contra sua vida, que é o caso da pandemia, dado que vai ao encontro ao instinto básico de sobrevivência (REZENDE, MARCELINO E MIYAJI, 2020).

O aumento de preços para recuperação de receita justamente quando se prevê o encerramento de milhares de empresas, não parece ser um cenário viável, no contexto pandêmico. O cenário que se mostra como mais provável é o do reinício das operações, com o objetivo à continuidade, com adequação de estruturas de funcionamento para atender as determinações legais, com o intuito de gerar o caixa e honrar os compromissos assumidos, considerando os ajustes estruturais exigidos. Assim, acarretando na redução do consumo de bens e serviços pela população, redução no faturamento, redução na arrecadação pública de tributos e, conseqüentemente, redução de empregos (SCHREIBER, MOARES E STASIAK, 2021).

2.3 O comércio supermercadista e a pandemia da COVID-19

De acordo com a Pesquisa Mensal do Comércio (PMC), realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o comércio varejista no país apresentou uma queda

de 16,8% entre os meses de março e abril de 2020, período de alta na disseminação da pandemia. Por outro lado, o setor que abrange as atividades de hipermercados, supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo foi o único que permaneceu positivo, com um aumento de 9,4% em relação ao ano anterior. Segundo dados da Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS), no ano de 2020, os supermercados cresceram 8% nas vendas e os atacarejos 32%. Em 2021, o crescimento permaneceu contínuo no setor alimentício. O desempenho deste setor se deve justamente ao fato de ser considerado essencial, mantendo-se com lojas físicas abertas durante o período de distanciamento social.

Em contrapartida ao setor alimentício, a maioria das atividades econômicas foram consideradas como não essenciais. Porém, foram adotadas diversas medidas para evitar o contágio do vírus, mesmo no ramo de comércio de alimentos, a recomendação era de higienizar os itens de uso, limitar o número de clientes dentro do estabelecimento, a adoção do uso de máscaras, do álcool 70%, a verificação da temperatura dos clientes e colaboradores e medidas de distanciamento, o que levanta a possibilidade de possíveis impactos e desafios nesse setor (OLIVEIRA, ABRANCHES E LANA, 2020).

Durante a pandemia, o setor supermercadista sofreu diversos desafios ao continuar as atividades. Aumento nos custos, os supermercados passaram também a implantar regras para aquisição de produtos, a fim de evitar o desabastecimento. A ida ao supermercado se tornou um fator de alto risco para a população (OLIVEIRA, ABRANCHES E LANA, 2020).

Ocorreram grandes transformações nos hábitos de compra e consumo, mudanças que impactaram diretamente as comunidades e as organizações. O maior desafio foi a redefinição dos modos de atuação dos diferentes ramos de comércios, considerando a imprevisibilidade do fim da pandemia, a extensão do isolamento social e fazendo com que as empresas revisassem suas práticas operacionais, revendo os hábitos alimentares dos consumidores durante o período de pandemia e seguindo as instruções definidas pelos órgãos reguladores a fim de conter o contágio do vírus (DUTRA E ZANI, 2020).

Como a crise ocasionou novos hábitos de consumo e convívio social, o comportamento do consumidor pode ter sido alterado, fazendo com que novas estratégias de vendas fossem adotadas. Assim, para superar as dificuldades de vendas em lojas físicas, redes de supermercados precisaram se adaptar, realizar vendas por outros meios e utilizar de formas tecnológicas para as adaptações. Além disso, a pandemia trouxe a necessidade de as companhias se reinventarem para que as atividades continuassem em funcionamento (AMORIM E DUARTE, 2021).

3 METODOLOGIA

A pesquisa é classificada como descritiva, uma vez que tem como objetivo descrever as características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis (SILVA E MENEZES, 2000), documental e possui abordagem qualitativa com coleta de dados de 5 empresas do setor supermercadista, situadas em uma cidade do interior do estado de Minas Gerais, todas optantes pelo método de tributação Lucro Real. Foram analisados os períodos de 2018 a setembro de 2022, a fim de comparar a lucratividade antes e depois da pandemia da Covid-19, com dados extraídos dos demonstrativos contábeis disponibilizados.

A pesquisa descritiva proporciona atuação prática, sendo de extrema importância para a análise dos resultados, assim espera-se obter uma nova visão do problema. Na pesquisa qualitativa são realizadas análises mais profundas, visando destacar características não observadas por outros métodos (GIL, 2009).

A análise dos resultados consiste em identificar e comparar a margem de lucro antes e depois do período de pandemia, realizando uma análise comparativa entre os supermercados analisados. Assim, por meio da coleta de dados e a leitura da literatura existente, foi possível verificar se a lucratividade se instabilizou após a pandemia e como esse ramo de comércio foi afetado, apesar de considerado como atividade essencial durante a pandemia.

Os dados coletados foram resguardados em sigilo e as empresas autorizaram a coleta para este fim. Os critérios para a escolha das empresas ocorreram em virtude da utilização dos serviços contábeis de um mesmo escritório de contabilidade, gerando facilidade no acesso às informações necessárias.

4 ANÁLISE DE RESULTADOS

4.1 Margem bruta antes e depois da pandemia da Covid-19

Considerando a margem bruta apresentada nos últimos cinco anos, a fim de comparar a diferença de lucratividade nos períodos antes e depois da pandemia, as empresas analisadas

apresentaram uma pequena queda nos períodos de 2020 e 2021, após a pandemia, e no período de 2022, a margem bruta permaneceu caindo.

Na tabela 1, é possível analisar a margem bruta das empresas nos períodos antes e depois da pandemia. O gráfico 1 apresenta a variação da margem bruta durante esses períodos. Em seguida, a tabela 2 demonstra o cálculo das médias, medianas e desvio padrão anuais da margem bruta das empresas analisadas. O gráfico 2 demonstra a variação das médias, medianas e desvio padrão nos períodos analisados.

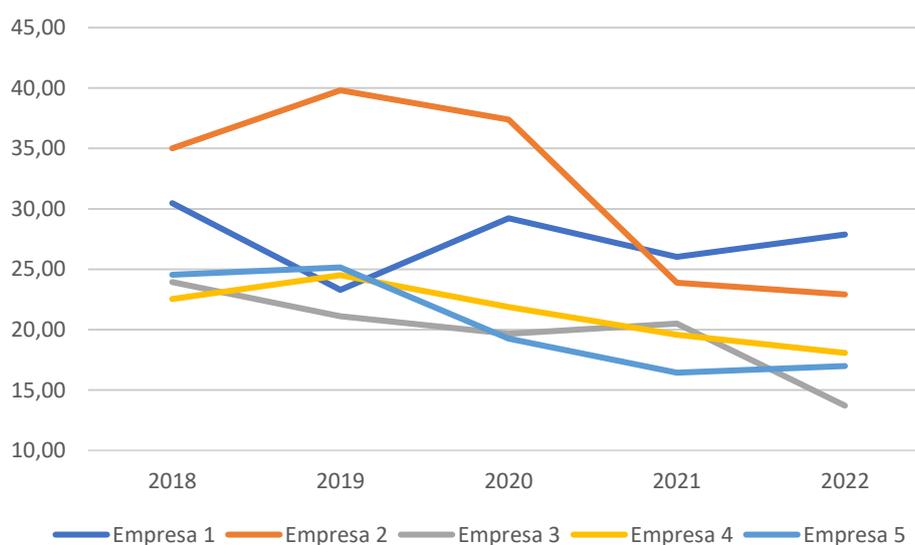
Tabela 1: Análise da margem bruta nos períodos antes e depois da pandemia

Tributação	Ramo	Empresa	Antes da pandemia		Depois da pandemia		
			2018	2019	2020	2021	2022
Lucro Real	Supermercado	Empresa 1	30,47	23,29	29,23	26,02	27,88
Lucro Real	Supermercado	Empresa 2	35,02	39,81	37,38	23,89	22,91
Lucro Real	Supermercado	Empresa 3	23,94	21,10	19,65	20,49	13,71
Lucro Real	Supermercado	Empresa 4	22,53	24,51	21,87	19,58	18,07
Lucro Real	Supermercado	Empresa 5	24,56	25,15	19,26	16,44	17,00

Fonte: dados da pesquisa

A partir da tabela 1, é possível perceber a queda da margem bruta nos períodos analisados, a maioria das empresas apresentaram queda significativa na margem bruta nos períodos de 2020 a 2021, que foram os períodos mais difíceis da pandemia da Covid-19. Em 2022, algumas empresas obtiveram maior margem bruta em relação ao ano anterior, porém esse aumento é irrelevante, o que pode levar a ideia de que as empresas ainda estão se recuperando dos impactos da pandemia.

Gráfico 1: Análise da margem bruta nos períodos antes e depois da pandemia



Fonte: dados da pesquisa

O gráfico 1 mostra a variação da margem bruta nos períodos analisados, sendo possível perceber que as empresas analisadas apresentaram resultados semelhantes, conforme demonstrado também nas análises da tabela 1.

Sabe-se que os grandes supermercadistas também foram afetados pela pandemia da Covid-19 no contexto brasileiro, o que torna necessário analisar também os pequenos comércios de alimentos. Os supermercados são considerados essenciais, sendo um importantíssimo segmento na economia.

Tabela 2: Média, mediana e desvio padrão da margem bruta por ano

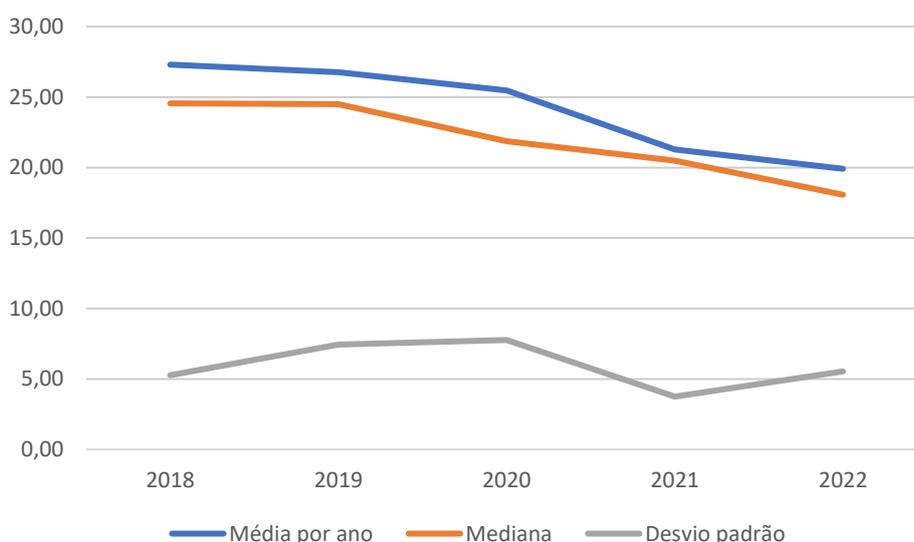
Período	Média por ano	Mediana	Desvio padrão
2018	27,30	24,56	5,27
2019	26,77	24,51	7,45
2020	25,48	21,87	7,77
2021	21,28	20,49	3,75
2022	19,91	18,07	5,54

Fonte: dados da pesquisa

A tabela 2 coletou as médias, medianas e desvio padrão da margem bruta nos últimos 5 anos, o que é notória a queda significativa nas médias e medianas ao passar dos anos. Do período de 2018 a setembro de 2022, a média da margem bruta caiu 27% entre as empresas analisadas, enquanto a mediana apresentou queda de 21%.

Nos períodos antes da pandemia, 2018 e 2019, as empresas apresentaram margem bruta média de 27,30 e 26,77, e mediana de 24,56 e 24,51. Nos períodos após a pandemia, os valores passaram a cair, em 2020 e 2021, a margem bruta média calculada foi de 25,48 e 21,28, e mediana de 21,87 e 20,49. Já em 2022, a média caiu para 19,91 e mediana 18,07, demonstrando uma queda significativa conforme analisado nas tabelas anteriores.

Gráfico 2: Média, mediana e desvio padrão da margem bruta por ano



Fonte: dados da pesquisa

A média da margem bruta anual mostra que o período mais afetado foi após a pandemia, 2022, sendo relevante lembrar que um dos resultados da pandemia da Covid-19 foi o fechamento de comércios e desemprego de trabalhadores (SILVA, 2021). Assim, é importante

considerar os impactos da pandemia nas empresas que continuaram suas atividades, devendo se enquadrar aos novos meios de trabalho e consumo.

Durante a pandemia, no ano de 2020, os efeitos nas empresas analisadas foram pouco perceptíveis, o que mostra que as empresas que puderam continuar suas atividades sem paralisação, continuaram lucrando durante a pandemia. Nesse período, os desafios se tornaram constantes e a adaptação precisava ser rápida. Em diversos tipos de negócios, tornou-se imperioso para o crescimento da empresa, manter seu negócio não só físico, mas estando presente também nos meios tecnológicos, forma de comércio que ganhou mais espaço devido ao fechamento dos estabelecimentos durante a pandemia (SILVA, 2021).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do rápido avanço do contágio pela Covid-19, a OMS realizou em março de 2020 as recomendações de distanciamento social, em que as atividades consideradas não essenciais tiveram os serviços presenciais suspensos. Devido ao grande impacto no mercado, gerado pelas medidas de prevenção à da Covid-19, nos âmbitos físico, sociais e econômicos, várias empresas estiveram sujeitas à fragilidade econômica. Frente a esse cenário, observa-se a importância de analisar a saúde financeira das empresas, levando em consideração seu impacto no mercado. Perante o exposto, o presente artigo buscou verificar o comportamento da lucratividade de empresas supermercadistas optantes pelo Lucro Real no período que engloba os anos de 2018 a setembro de 2022.

Diante das análises, estudos da literatura e coleta de dados, percebe-se a importância de analisar os contextos antes e depois da pandemia da Covid-19, já que se constatou instabilidade na lucratividade entre as empresas que compuseram a amostra da pesquisa. Ao analisar a média anual da margem bruta de todas as empresas da amostra, pode-se concluir que o ano de 2022 foi o mais afetado, sendo este, após o período de pandemia. Sendo assim, observa-se que os impactos da pandemia nas empresas que continuaram suas atividades, devendo se enquadrar aos novos meios de trabalho.

A avaliação da lucratividade nos períodos antes e depois da pandemia das empresas supermercadistas optantes pelo Lucro Real, tornou possível concluir que as empresas apresentaram queda significativa na margem bruta nos períodos de 2020 a 2021, períodos de alta da pandemia da Covid-19. Já em 2022, percebe-se que algumas empresas começaram a se

recuperar financeiramente, obtendo maior margem bruta em relação ao ano anterior, porém esse aumento é irrelevante, o que pode levar a ideia de que as empresas ainda estão se recuperando dos impactos da pandemia.

As limitações da pesquisa estão relacionadas à escolha de uma baixa quantidade de empresas da amostra, restrito à apenas uma região no interior do estado de Minas Gerais. Assim, surgem possibilidades de pesquisas futuras onde poderá ser ampliado o escopo de empresas participantes, por meio da escolha por condições, características, estrutura ou outras métricas de seleção e avaliação.

REFERÊNCIAS

ALVES, L. **Planejamento Tributário – Conceitos De Práticas**. Disponível em: <<https://docplayer.com.br/47616958-Planejamento-tributario-conceitos-de-praticas-professor-luiz-alves-tel-21.html>>. Acesso em 30 nov. 2022

AMORIM, B. S.; DUARTE, L. **A INFLUÊNCIA E CONSEQUÊNCIAS DA PANDEMIA DO COVID-19 NA GESTÃO NO SEGMENTO DE SUPERMERCADOS**: Um Estudo de Caso no Supermercado Beta da Grande Florianópolis, 2021. 100 p. TCC (Graduação em Administração) – Departamento de Ciências da Administração, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2021.

AUDITTO. **Coronavírus: o que mudou na contabilidade?** Auditto, 2020. Disponível em: <https://auditto.com.br/coronavirus-o-que-mudou-na-contabilidade/>>. Acesso em: 16 Set. 2020.

BERKENBROCK, D.; LIZOTE, S. A. **A IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO**: um estudo aplicado em um comércio atacadista de alimentos e artigos diversos de supermercado da cidade de Itajaí – SC. Revista Filosofia do Direito e Intersubjetividade, 2016. Disponível em: <<https://www.univali.br/graduacao/direito-itajai/publicacoes/revista-filosofia-do-direito-e-intersubjetividade/edicoes/Lists/Artigos/Attachments/93/4-lugar.pdf>>. Acesso em 30 nov. 2022

BRASIL. **DECRETO DE LEI Nº 9.580, DE 22 DE NOVEMBRO DE 2018**. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/decreto/d9580.htm>. Acesso em 25 jan. 2023

BRASIL. **LEI COMPLEMENTAR Nº 123, DE 14 DE DEZEMBRO DE 2006**. Disponível em: <[https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp123.htm#:~:text=Fica%20institu%C3%ADdo%20o%20Regime%20Especial,de%20Pequeno%20Porte%20%2D%20Simples%20Nacional](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp123.htm#:~:text=Fica%20institu%C3%ADdo%20o%20Regime%20Especial,de%20Pequeno%20Porte%20%2D%20Simples%20Nacional.)>. Acesso em 30 nov. 2022

BRASIL. **LEI Nº 4.502, DE 30 DE NOVEMBRO DE 1964**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L4502compilado.htm#:~:text=LEI%20No%204.502%2C%20DE%2030%20DE%20NOVEMBRO%20DE%201964.&text=Disp%C3%B5e%20S%C3%B4bre%20o%20Imp%C3%B4sto%20de,a%20Diretoria%20de%20Rendas%20Internas.&text=Art%20.,industrializados%20compreendidos%20na%20Tabela%20anexa](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L4502compilado.htm#:~:text=LEI%20No%204.502%2C%20DE%2030%20DE%20NOVEMBRO%20DE%201964.&text=Disp%C3%B5e%20S%C3%B4bre%20o%20Imp%C3%B4sto%20de,a%20Diretoria%20de%20Rendas%20Internas.&text=Art%20.,industrializados%20compreendidos%20na%20Tabela%20anexa.)>. Acesso em 30 nov. 2022c

BRASIL. **LEI Nº13.979, DE 6 DE FEVEREIRO DE 2020**. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/lei/113979.htm>. Acesso em 25 jan. 2023

CAETANO, V. B.; RIBEIRO, R. B. Planejamento Tributário em empresa de construção civil: benefícios proporcionados pelo Regime Especial de Tributação. **Revista de Auditoria, Governança e Contabilidade**, v. 5, n. 18, 2017. Disponível em: <<https://revistas.fucamp.edu.br/index.php/ragc/article/view/893/663>>. Acesso em 30 nov. 2022

DUTRA, J. A. A.; ZANI, R. Uma análise das práticas de delivery de alimentos em tempos de pandemia do COVID-19. **Almanaque multidisciplinar de pesquisa**, v. 7, n. 2, 2020.

FERREIRA JUNIOR, R. R.; SANTA RITA, L. P. Impactos da Covid-19 na Economia: limites, desafios e políticas. **Revista Teste**, [S.l.], v. 1, n. 7, p. 35- 47, Dez. 2020.

GARCIA, R. M.; BEZERRA, D. O. A importância da contabilidade gerencial para pequenas e médias empresas em meio a pandemia da Covid-19. **Revista Campo do Saber**, v. 6, n. 2, jul./dez. 2020.

Gil, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2008

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística –IBGE (2020). **Pesquisa Mensal do Comércio (PMC)**. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/comercio/9227-pesquisa-mensal-de-comercio.html?=&t=resultados>>. Acesso em 30 nov. 2022

OLIVEIRA, M. T. **A importância da contabilidade no processo de decisão entre lucro real e lucro presumido**. 2009. 128 p. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) – Departamento de Contabilidade e Atuária da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

OSTRONOFF, L. J. A pandemia e o setor supermercadista: uma reflexão. **Revista de Antropologia e Arqueologia**, [S 1], v. 8, jan./jun., 2020. Disponível em: <<https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/tessituras/article/view/18907/11452>>. Acesso em 30 nov. 2022

PASSOS, A. P. P. MENEGHINI, E. M. P. GAMA, M. A. B. LANA, J. Tem no Magalu: Estratégias Sociais, Políticas e de Mercado Durante a Covid. **Revista de Administração Contemporânea**, São Paulo, v.25, 2021. Disponível em: <<https://www.sumarios.org/artigo/tem-no-magalu-estrat%C3%A9gias-sociais-pol%C3%ADticas-e-de-mercado-durante-covid-19>>. Acesso em 30 nov. 2022

PEREIRA, G. G.; GIRÃO, M. S. O planejamento tributário e o correto enquadramento fiscal para redução da carga tributária. **Revista Científica Integrada**, v. 4, n. 2, 2017. Disponível em: <[https://www.unaerp.br/revista-cientifica-integrada/edicoes-anteriores/volume-4-edicao-3/3536-rci-o-planejamento-tributario-e-o-correto-enquadramento-fiscal-para-reducao-da-carga-tributaria-dez-2019/file#:~:text=Para%20VELLO%20e%20MARTINEZ%20\(2014,assim%2C%20mais%20efici%3%Aancia%20e%20competitividade.](https://www.unaerp.br/revista-cientifica-integrada/edicoes-anteriores/volume-4-edicao-3/3536-rci-o-planejamento-tributario-e-o-correto-enquadramento-fiscal-para-reducao-da-carga-tributaria-dez-2019/file#:~:text=Para%20VELLO%20e%20MARTINEZ%20(2014,assim%2C%20mais%20efici%3%Aancia%20e%20competitividade.)>. Acesso em 30 nov. 2022

PEREIRA, J. S.; SANTANA, J. B. Regime de tributação: lucro real e lucro presumido. *In: Seminário Científico de Ciências Contábeis*, 6, 2016. **Anais...** Vale do Sapucaí, 2016.

PESSOA, M. L. J.; SILVA, S. L. P.; DANTAS, J.; SANTOS, A. R. S. A contabilidade gerencial na gestão de empresas durante a pandemia da Covid-19. **Desafio online**, v. 10, n. 1, jan./abr. 2022. Disponível em <<https://periodicos.ufms.br/index.php/deson/article/view/13210/10110>>. Acesso em 25 jan. 2023

RECEITA FEDERAL. **Instrução Normativa RFB nº 1700, de 14 de março de 2017**. Brasília: DOU, 2017. Disponível em: <<http://normas.receita.fazenda.gov.br/sijut2consulta/link.action?idAto=81268>>. Acesso em 30 nov. 2022

RECEITA FEDERAL. **Ministério da Fazenda. Arrecadação das Receitas Administradas pela RFB: Divisão Econômica. Período 2011 a 2017**. Publicação 2018.

RECEITA FEDERAL. **Ministério da Fazenda. Estudos Tributários Carga Tributária no Brasil – 2017 (Análise por Tributo e Bases de Incidência)**. Brasília: Cetad, 2018.

REZENDE, A. A. MARCELINO, J. A. MIYAJI, M. **A reinvenção das vendas: as estratégias das empresas brasileiras para gerar receitas na pandemia de Covid-19**. Boletim de Conjuntura, Boa Vista, v.6. n.2, 2020.

SCHREIBER, D. MOARES, M. A. STASIAK, L. O impacto da crise pelo Covid-19 nas micro e pequenas empresas. **Revista Vianna Sapiens**, Juiz de Fora, v.12, n.1, jan./jun.2021, 2021.

SENHORAS, E. M. **Impactos econômicos da pandemia da COVID-19**. UFPR, 2020

SILVA, K. K. M. Microempreendedor individual e a estratégia de vendas com o uso das redes sociais na pandemia (covid-19). UFAL, 2021.

SILVA, E. L.; MENEZES, E. M. Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação. Florianópolis: UFSC/PPGEP/LED, 2000, 118 p.

SILVA, J. P. S. P.; SOUZA, P. Q. S. O impacto da pandemia em microempresários do setor alimentício no Rio de Janeiro. 2022. 37 p. TCC (Graduação em Ciências Econômicas) – Centro Universitário IBMR Ânima Educação, Rio de Janeiro, 2022.

SIQUEIRA, L. Planejamento Tributário: os 5 erros que vão mascarar seu resultado. IBPT, 2019.