

OS IMPACTOS NOS INDICADORES ECONÔMICO EMPRESAS DE TURISMO LISTADAS NA B3 FINANCEIROS DAS DURANTE A PANDEMIA

ALEX FAGNER MARTINY

Resumo

A pandemia de Covid-19 em 2020 gerou um grande impacto no cenário mundial, afetando toda a sociedade em si. Medidas e protocolos foram estabelecidos mundialmente, como distanciamento social, limitação na mobilidade da população e lockdowns, para tentar controlar a disseminação do vírus. Sendo assim, este artigo teve objetivo de analisar o desempenho dos indicadores econômico-financeiros das empresas de turismo. O período de análise foi de 2016 a 2020 com empresas pré-selecionadas do ramo de turismo listadas na B3. O estudo foi caracterizado como pesquisa documental, com abordagem quantitativa e exploratória. Os dados foram extraídos dos balanços patrimoniais e demonstrações de resultado do exercício. Após a coleta dos dados, foi efetuado o cálculo dos indicadores econômico-financeiros, para a comparação entre as empresas do setor, com o objetivo de identificar quais foram as empresas mais afetadas, assim como, quais foram os indicadores mais afetados. Os resultados revelaram que as empresas tiveram uma piora em 2020, algumas já apresentavam um desempenho insatisfatório que acabou piorando devido a pandemia, entre elas, as empresas aéreas foram as mais impactadas.

Palavras-chave: Covid-19. Economia. B3.

1 INTRODUÇÃO

No final de 2019, um novo vírus da família coronavírus (COVID-19), atingiu Wuhan, a cidade mais populosa no centro da China, esse vírus extremamente transmissível, que afeta principalmente o sistema respiratório,

começou a se espalhar ao redor do mundo, e em março de 2020 a OMS declarou o novo coronavírus como uma pandemia. Desde o momento deste trabalho são mais de 119.8 milhões de casos confirmados e 2.6 milhões de mortes em todo o mundo, sendo Estados Unidos, Índia e Brasil os países com maior número de casos.

Essa crise sanitária pode causar efeitos terríveis para a economia e toda a sociedade, o fechamento de empresas irá ocasionar na perda de postos formais de trabalho, podendo, assim, afetar também a arrecadação de impostos causando um efeito em cascata e prejudicando diferentes setores da economia (CRUZ, 2020).

Segundo Benjamin, Dillette e Alderman (2020) no mundo pós-pandemia, nós como viajantes temos a responsabilidade de gastar nosso dinheiro e precisamos ter um olhar mais crítico, parando para analisar como essa viagem pode ajudar certa economia local e tentar procurar alternativas para lugares que não há uma demanda muito grande, pensando também no bem-estar da comunidade que pode estar em uma situação precária e tentando se recuperar do tempo ocioso.

A ideia é de responder o seguinte problema de pesquisa: Como a pandemia Covid-19 impactou os indicadores econômico-financeiros das empresas do setor de turismo? Nesse sentido, esta pesquisa tem como propósito analisar os indicadores econômico-financeiros das diversas áreas englobadas no setor de turismo com o intuito de verificar as mudanças ocorridas nas empresas devido a Pandemia Covid-19.

2 DESENVOLVIMENTO

COVID-19 X ECONOMIA

As restrições de viagens globais e ordens para permanecer em casa estão causando severos danos a economia mundial, e é a crise mais desafiadora que a humanidade está presenciando desde a Segunda Guerra Mundial. A proibição de viagens internacionais está afetando mais de 90% da

população mundial, tendo em vista que grande parte do turismo foi cessado em março de 2020 (GÖSSLING; SCOTT; HALL, 2020).

Além das consequências diretas na economia da Covid-19, ela também reúne as manifestações de crises anteriores. O resultado foi um impacto primeiramente da oferta, seguido de um impacto da demanda, resultando no fechamento de empresas, desempregos e uma diminuição na renda da população (AMAL; BLUMENSCHIN; VASCONCELLOS, 2021).

Segundo Amal, Blumenschein e Vasconcellos (2021), as pandemias são um acontecimento histórico raro e acontecem em uma certa época que a humanidade possui mais domínio sobre a tecnologia e questões sanitárias, ao longo da história a humanidade teve que lutar contra várias doenças, como a gripe espanhola em 1917 que ocorreu durante a primeira guerra mundial e acabou no final de 1919.

SETOR DE TURISMO

O mercado está cada dia mais competitivo e é necessário resiliência por parte das empresas para continuar alcançando lucros, por esse motivo, em meio à crise que estamos vivendo a análise financeira pode ser uma ferramenta útil para as entidades e aos usuários da contabilidade (SOUSA, 2020).

Valduga e Minasse (2021) desenvolveram um estudo relacionado ao Slow Food (comer devagar), que se trata de uma forma prazerosa de alimentar-se e vincularam esta forma ao turismo brasileiro. Constaram que há poucos incentivos ao setor e trata-se de uma forma hospitaleira de recepcionar os turistas nacionais e internacionais, entretanto, Souza (2021) relata em seu estudo que com a Covid-19, as projeções levam a uma redução de até 38,9% no faturamento do setor, desta forma possivelmente ocorrerão perdas aos setores que atuam com a estratégia de Slow Food.

Na visão de Cruz (2020), a paralisação das viagens e as medidas restritivas impostas para o enfrentamento da pandemia desestabilizaram a saúde financeira das grandes e pequenas empresas de transporte, assim

como outras empresas do setor turístico. Esses efeitos são sentidos de forma diferente em cada região, os lugares com maior taxa de dependência econômica da atividade serão os mais afetados.

BOLSA DE VALORES B3

Caldas et al. (2021) afirmam que após a ocorrência da primeira morte no Brasil, causado pela Covid-19 a B3 acionou o circuit breaker, esse mecanismo é ativado em três estágios de desvalorização (10%, 15% e 20%) do Ibovespa, apenas no mês de março foi necessário ativar mais cinco vezes. O mecanismo é ativado para interromper as negociações e reduzir a volatilidade dos preços, o objetivo é amenizar as quedas, acalmar os ânimos e proteger os investidores.

Um título de alta volatilidade representa um risco maior, que pode afastar novos investidores ou aqueles que procuram títulos menos voláteis, mas para investidores mais experientes é uma boa oportunidade para tentar conseguir mais lucro no curto prazo, já que é preciso haver essas oscilações. Segundo Canton et al. (2021), a volatilidade dos preços das ações pode causar uma certa vulnerabilidade no preço, e destacam que o excesso de caixa é importante para reduzir essa vulnerabilidade.

INDICADORES

Os indicadores econômico-financeiros são uma importante ferramenta para gestores e investidores, as informações necessárias para fazer os cálculos estão presentes no balanço das empresas, com esses dados é possível ter uma visão mais profunda e clara para saber se a empresa está financeiramente saudável, também podendo ser útil nas tomadas de decisões.

Marion (2019, p. 3) cita que “os índices básicos de Liquidez (Situação Financeira), Rentabilidade (da Empresa e do Empresário) e Endividamento (Quantidade e Qualidade) são suficientes para ter uma visão considerável da empresa a ser analisada”.

COVID-19

Pedroso et. al (2020) destacam que, após o carnaval, quando muitos turistas estavam movimento o país, e muitos brasileiros estavam passando o feriado no exterior, devido ao intenso tráfego aéreo e rodoviário interno, foi logo confirmado (26 de fevereiro) o primeiro caso em São Paulo, de um homem de 61 anos, com histórico de viagem para a Itália, nessa data, já haviam inúmeros casos fora do Brasil, e houve algumas críticas posterior sobre a não suspensão da festa de carnaval, o número de casos no Brasil foi constantemente aumentando, e foi preciso dar início aos preparativos para tentar conter a doença.

Segundo Amal, Blumenschein e Vasconcellos (2021), embora existam semelhanças com a crise de 2008, a pandemia de Covid-19 apresenta características inesperadas, seus efeitos de curto prazo afetam o PIB, renda e emprego, desestabilizando a sociedade em si. Mas que também, podem acelerar uma mudança estrutural, e de certa forma estimular uma inovação, como mudanças tecnológicas ou até mesmo mudanças na forma de governança.

ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Para este artigo, foram utilizados os balanços patrimoniais e demonstrações de resultados para o cálculo dos indicadores econômico-financeiros de 2016-2020, as empresas do setor de turismo foram buscadas na B3.

Pôde-se perceber que a Azul apresenta uma variação negativa de 595,6% para o ano de 2017, que teve seu balanço reapresentado, isso se deve ao fato de um aumento em seu passivo não circulante de empréstimos e financiamentos, e passivo de arrendamento, além de possuir seu Patrimônio Líquido negativo. A Unidas e a CVC aumentaram respectivamente 44,8% e 44,0%.

Para 2018 apenas a CVC apresentou uma variação de -13,6%, abaixando seu índice. Enquanto a General Shopping apresentou a maior variação de 3.877,2%, foi efetuado o reconhecimento dos dividendos a distribuir no valor de R\$ 828.956 mil, ocasionando uma drástica queda em seu Patrimônio Líquido para apenas R\$ 38.683 mil, e possuindo um passivo total de R\$ 2.934.077, possuindo a maior parte de seu capital de terceiros. Em 2019, com o Patrimônio Líquido ainda menor de R\$ 4.371,00 a General Shopping segue apresentando um crescimento em seu indicador de 411,3%. A Localiza, Aliansce Shopping e a Unidas apresentaram uma queda na variação de seus indicadores, respectivamente -27,3%, -45,0% e -24,0%.

Para 2020, a CVC apresentou a maior variação de 1045,2%, isso deve-se ao fato da repentina queda no Patrimônio Líquido da empresa que no ano anterior era de R\$ 799.196 milhões e passou a ser R\$ 57.658 milhões, originado pelo resultado negativo dos prejuízos acumulados de R\$ 878.084 milhões, em suas notas explicativas a empresa relata que esse prejuízo decorre dos impactos da pandemia. A variação da Azul e da Gol tiveram uma queda de respectivamente 67,2% e 38,8%, mas mesmo assim continuando com seu índice negativo.

Para 2018, 3 empresas apresentaram uma variação negativa comparado ao ano anterior, a maior sendo a Aliansce Shopping com -52,2%, enquanto a General Shopping teve um aumento de 259,9%, tendo seu índice de 11% para 39%, devido a um aumento em seu Passivo Circulante de Dividendo a Pagar no valor de R\$ 828.926 mil, aumentando seu Passivo Circulante de R\$ 253.064 mil para 1.144.291 milhão. Das outras empresas a maior variação foi de 17,8% e a menor de 0,6%, não apresentando nenhuma mudança chamativa.

De 2018 para 2019, apenas a CVC e a Iguatemi Shopping tiveram um pequeno aumento em seus indicadores, de respectivamente 1,5% e 2,8%, a General Shopping teve a maior redução de -64,8%, normalizando seu passivo circulante em relação aos outros anos, das empresas de locação de veículos a Unidas teve a maior redução de -18,4% e a Movida a menor redução 2,5%. A média das 9 empresas no ano foi de -12,9%.

Em 2020, 4 empresas obtiveram redução, 1 de cada setor. A gol teve a maior redução de -15,4%, a CVC de -13,2%, Movida -12,1% e General Shopping -6,5%. Enquanto as outras duas empresas de Shopping Centers, tiveram os maiores aumentos 101% Iguatemi Shopping e 83,4% Aliansce Shopping, aumento devido a empréstimo e financiamentos, apesar do aumento que parece grande são as duas empresas que tinham os menores índices.

Do ano de 2017 para 2018 apenas a CVC e a Unidas apresentaram uma melhora de respectivamente 2,5% e 13,0%, todas as outras tiveram uma variação negativa, a General Shopping teve a pior queda comparado as outras empresas, 1,52 em 2017 para 1,01 em 2018, uma queda de 33,5%, foram os anos que também apresentaram a pior média, sendo -12,1% de 2017 para 2018.

No ano seguinte houve uma melhora, apesar de 6 empresas ainda apresentarem índices negativos, o pior sendo o da Azul que já estava com uma variação de -4,0% no ano anterior, e de 2018 para 2019, apresentou uma queda de 0,93 para 0,85, uma variação negativa de 9,5%, no entanto nesse período foi o único em que a média foi positiva 8,1%, muito em razão do aumento da Aliance Shopping de 2,22 para 3,22, aumentando 45%.

De 2019 para 2020 foram 7 empresas que tiveram uma redução em seu indicador, com destaque para a Azul que em 2019 tinha seu índice em 0,85 e em 2020 caiu para 0,53, -37,6%, e a Gol que de 0,68 foi para 0,48, -29,4%, os indicadores de todas empresas tiveram redução se comparado com o ano de 2019.

A Azul, em suas notas explicativas cita que a empresa iniciou 2020 em um ambiente favorável e apresentando bons resultados, no entanto, a partir da data em que a OMS classificou a Covid-19 como pandemia, originou-se uma crise, devido a rápida disseminação, vários países adotaram distanciamento social, restrições a viagens e fechamento das fronteiras, fazendo com que a indústria fosse uma das primeiras e mais atingidas em suas operações. A Gol também citou que os efeitos da pandemia reduziram as ações da companhia, havendo uma redução de 56% nas receitas de passageiros em 2020 em comparação com 2019.

De 2017 para 2018, 4 empresas apresentaram um índice negativo, sendo a General Shopping com a maior variação negativa -86,1%, houve uma distribuição de dividendos aos acionistas no valor de R\$ 828.955.780,00. Aumentando o passivo circulante da empresa. A maior variação de aumento foi da Aliansce Shopping 166,8%, com aumento no ativo circulante e redução no passivo circulante. A variação média das empresas também ficou negativa -3,5%, no período anterior foi de 65,7% positivo.

Para 2019 houve uma melhora para a maioria das empresas, apenas 3 apresentaram índices negativos sendo o maior da CVC de -21%, no período anterior tinha 2,6% positivo e o menor da Movida de -0,4% também negativo. O maior índice foi da General Shopping 133,3%, aumentando seu indicador de 0.66 para 1.54. A variação média entre as empresas também ficou positivo 28,4%.

Em 2020, 7 empresas apresentaram uma variação negativa com o ano anterior, sendo a Iguatemi Shopping a empresa que apresentou a variação mais negativa -45,3%, o indicador de 4.26 do ano anterior caiu para 2.33, a variação do indicador da empresa no ano anterior era de 26,1% positivo. As empresas de Shopping Centers apresentaram todas uma grande variação negativa, enquanto as empresas de locação de veículos conseguiram manter seus indicadores mais estabilizados. Pode-se dizer que com a restrição de viagens internacionais nesse período as pessoas optaram mais por usar veículos, e aos poucos viajando para localidades perto de suas cidades, sendo assim, o setor de veículos pode ter se recuperado mais rapidamente que outros setores de turismo.

Quanto ao giro do ativo, em 2016, pôde-se perceber que as empresas de cada setor apresentam esse indicador relativamente próximo, os maiores índices são das companhias aéreas e os menores das empresas de shopping centers, as empresas de locação de veículo também apresentam seus índices próximos.

Para 2017, 8 empresas apresentaram reduções nesse índice, a maior redução foi da Azul de 30,3%, a CVC e a Unidas também apresentaram uma

redução significativa de respectivamente 25,3% e 22,9%, apenas a Iguatemi Shopping teve uma pequena melhora de 5,4%, de 0,13 para 0,14.

De 2017 para 2018, apenas 3 empresas apresentaram uma redução no seu giro do ativo, a maior variação da Unidas de -26,6%, seguida da Localiza de -20,6% e a Iguatemi Shopping de apenas -0,2%. Enquanto a Aliansce Shopping e a CVC apresentaram variações positivas de respectivamente 60,8% e 14,9%, as outras empresas apresentaram uma variação de no máximo 4,0%.

Para 2019, 5 empresas apresentaram variações negativas, a Aliasnce Shopping de -36,% de 0,11 para 0,07, a Gol que tinha seu indicador em 1,10 teve uma redução de 17,6% para 0,91. O maior aumento na variação foi da Unidas de 31,6% de 0,32 para 0,42.

Para 2020, 8 empresas voltaram a apresentar uma redução em seus índices, a maior redução foi da CVC de -50,5%, devido à drástica redução em sua receita de 63,4%, as companhias aéreas também foram bastante afetadas, a Gol teve uma redução em sua receita de 54,0% e uma redução em seu indicador de 45,1% e a Azul também teve redução na receita de 49,8% e no indicador de 39,0%. As empresas de locação de veículos tiveram seu indicador menos afetado, com quedas de no máximo 10,3%. A Aliasnce Shopping foi a única que apresentou um aumento, de 0,068 para 0,073.

Com relação a margem líquida, Para 2017, apenas 3 empresas apresentaram uma redução em seu indicador, a Gol de 11,17% para 3,58%, Localiza de 9,22% para 8,35% e a Aliansce Shopping de 72,39% para 71,08%. A Unidas teve uma variação positiva de 68,7%, aumentando seu índice de 3,83% para 6,46%. A General Shopping teve seu Lucro Líquido perto da Receita Líquida, seu índice passou de 70,74% para 99,67%, todas empresas apresentaram suas Margens Líquidas positivas.

Para 2018 a General Shopping apresentou prejuízo no período e seu índice ficou negativo, a Azul também voltou a operar no vermelho, juntamente com a Gol. A Aliasnce Shopping também apresentou queda de 71,08% para 23,49%. A Movida apresentou a maior variação positiva, aumentando seu indicador de 2,69% para 6,29%

Em 2019 a CVC apresentou um pequeno prejuízo, resultando em seu indicador negativo de -0,11%, a Azul teve um aumento em seu indicador negativo de -7,02% para -21,0%, e a Gol voltou a apresentar seu indicador positivo.

O ano de 2020, 7 empresas apresentaram uma redução em seu indicador, a CVC de 0,11% do ano anterior foi para -196,33%, a Azul que estava com o indicador em -21,0% foi para 188,62%, a Gol voltou a apresentar prejuízo de -5.895.251, muito maior que o prejuízo em 2018 de -779.724, tendo seu indicador negativo também. A General Shopping apresenta o indicador negativo desde 2018, em 2019 houve uma melhora, mas continuou negativo e em 2020 possui o maior indicador negativo de -515,29%, as outras empresas que tiveram redução conseguiram manter o indicador positivo e 2 a Localiza e a Iguatemi Shopping tiveram aumento em seus indicadores.

3 CONCLUSÃO

Esta pesquisa avaliou o impacto das consequências da pandemia Covid-19 nas empresas de turismo listadas na B3, para isso foi utilizado os indicadores econômico-financeiros, baseado nos anos de 2016 a 2020, para a realização do cálculo dos índices foi utilizado as informações contidas nos balanços patrimoniais e demonstrativos de resultado divulgados nos sites das empresas.

Constatou-se que a maioria das empresas sofreram um grande impacto no seu patrimônio líquido, receita líquida e lucro líquido. As mais impactadas em seus indicadores foram as empresas aéreas, enquanto as empresas de locação de veículos, embora inicialmente tenham sofrido com as restrições também, foi o setor que apresentou mais estabilidade e até mesmo crescimento, pode ser devido as restrições de viagens internacionais e o aumento no preço das passagens, o que acabou contribuindo para que o setor de locação de veículos fosse impulsionado para viagens locais e destinos próximos, como por exemplo citou a Unidas em sua divulgação de resultados,

que a alta demanda no 4 trimestre de 2020 resultou em uma Taxa de Ocupação recorde de 84,9%.

Os indicadores mais afetados durante o período foram os de rentabilidade, que envolvem principalmente os lucros e receita, devido a pandemia e as restrições a maioria das empresas teve uma grande redução em seus lucros e receitas, ocasionando uma oscilação maior nos indicadores de rentabilidade, os indicadores com o patrimônio líquido também tiveram grandes variações.

A recuperação de cada setor dentro do turismo será diferente, os que mais envolvem aglomerações de pessoas apresentaram mais dificuldade durante a pandemia, como os Shopping Centers e as Empresas Aéreas, além da CVC. Essa crise também nos mostra que há setores que serão muito prejudicados e outros que conseqüentemente ganham uma certa força devido as oscilações do mercado, os deixando em um cenário favorável. Além demonstrar a resiliência das empresas para lidar com uma crise e procurar se reinventar e manter-se competitiva no mercado em períodos nada favoráveis.

Este estudo possui limitações, visto que a análise não foi muito profunda para entender as variações dos indicadores durante os anos realizados para um melhor entendimento em relação ao ano da pandemia.

Para estudos futuros, sugere-se analisar de forma comparativa as empresas mais de um setor, para avaliação do desempenho diante das adversidades que abalaram a economia.

REFERÊNCIAS

AMAL, Mohamed; BLUMENSCHHEIN, Markus; DE VASCONCELLOS, Sívio Luís. Reflexões sobre empresas multinacionais e a pandemia de Covid-19. Revista Eletrônica de Negócios Internacionais: Internext, v. 16, n. 1, p. 1-11, 2021.

BENJAMIN, Stefanie; DILLETTE, Alana; ALDERMAN, Derek H. "We can't return to normal": committing to tourism equity in the post-pandemic age. Tourism Geographies, v. 22, n. 3, p. 476-483, 2020.

CALDAS, A. V. S.; SILVA, E. S.; SILVA JUNIOR, A. F. A.; CRUZ, U. B. Os Efeitos da Covid-19 sobre os Desempenhos das Ações dos Setores da B3. *Contextus - Revista Contemporânea de Economia e Gestão*, v. 19, n. 1, p. 15-28, 2021.

CRUZ, R. C. A. O Evento da Covid-19 e seus Impactos sobre o Setor Turismo: Em Busca de uma Análise Multi e Trans-Escalar. *Revista Acadêmica do Observatório de Inovação do Turismo*, v. 14, n. Especial, p. 1-15, 2020.

GÖSSLING, Stefan; SCOTT, Daniel; HALL, C. Michael. Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, v. 29, n. 1, p. 120, 2020.

MARION, José Carlos. *Análise das demonstrações contábeis*. 8. Rio de Janeiro Atlas 2019.

PEDROSO, Marcelo Caldeira et al. HCFMUSP: Resiliência como Resposta à Pandemia de COVID-19. *Revista de Administração Contemporânea*, v. 25, 2021.

SOUZA, M. C. C. O Estado e o Turismo no Brasil: Análise das Políticas Públicas no Contexto da Pandemia da COVID-19. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, v. 15, n. 1, p. 113, 2021.

VALDUGA, V.; MINASSE, M. H. S. G. G. As Práticas do Slow Food no Brasil: Uma Análise das Relações de Hospitalidade e Turismo no Cotidiano da Região Sul do país. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, v. 15, n. 1, p. 1-18, 2021.

Sobre o(s) autor(es)

Prof. MSc. Alex Fagner Martiny

E-mail: alex.martiny@unoesc.edu.br

Professor da Fundação Universidade do Oeste de Santa Catarina