IMPACTOS DA CRISE MUNDIAL DO CORONAVÍRUS NO VAREJO FARMACÊUTICO[1]

Fernando Henrique Camacho[2]

Resumo: As redes de farmácias representam a maior via de acesso aos medicamentos e produtos de higiene e beleza no país. O varejo farmacêutico se modifica constantemente, seja econômico, tecnológico, social ou na saúde. Nos últimos três anos, o mundo foi assolado pela pandemia da doença Covid-19, que provocou uma crise jamais vista, excedendo qualquer previsão de todos os varejos do planeta. O objetivo geral desta pesquisa é verificar a evolução das receitas da empresa Herbal Pigmentaruim SA, junto de seu mix de vendas, afetados pela pandemia. Com abordagem quali-quantitativa, de natureza aplicada e pesquisa descritiva, bibliográfica e documental, a análise de resultado apresenta a evolução dos indicadores empresariais, junto da comparação entre a empresa Herbal e as suas concorrentes. Enquanto suas empresas cresceram financeiramente, constatou-se a estagnação da empresa Herbal. A única compatibilidade averiguada entre as três redes foi a diminuição da representatividade de vendas da categoria Beleza.

Palavras-chave: Varejo. Farmácia. Covid-19.

1. INTRODUÇÃO

Tanto o ano de 2021 quanto o ano de 2020 foram muito devastados pela doença Covid-19, de origem chinesa, sendo considerada como pandemia pela Organização Mundial da Saúde (OMS). Considera-se pandemia quando alguma doença se espalha rapidamente pelo mundo, não só existindo na localidade originária da enfermidade.

O governo brasileiro providenciou medidas que foram adotadas em outros países, provenientes de recomendações da OMS, tais como: uso de máscaras faciais, luvas, álcool em gel, distanciamento físico entre indivíduos, comércio funcionando com número menor de colaboradores e horário reduzido, utilização de Equipamentos de Proteção Individuais – EPI's e, principalmente, isolamento domiciliar.

Essas medidas, que foram extremamente necessárias para reduzir a circulação do vírus, afetaram o funcionamento de várias empresas, prejudicando a sua eficiência. A pandemia, além de acabar com a vida de milhões de pessoas, trouxe impactos significativos para a economia

---

[1] Artigo apresentado à Unidade de Aprendizagem Trabalho de Conclusão de Curso de Ciências Econômicas, ministrada pela Prof. Joseane Borges de Miranda, MSc. 2022.

[2] Acadêmico do curso Ciências Econômicas da Universidade do Sul de Santa Catarina – Unisul. E-mail: fernandoh.camacho@gmail.com

mundial. Um dos grandes impactos economicamente falando, no Brasil, foi a taxa de desocupação dos brasileiros que ultrapassou a alta histórica em alguns meses desde o início do contágio do vírus Covid-19.

O varejo farmacêutico é o principal canal de compartilhamento de medicamentos para os brasileiros, mostrando a significância do ramo dentro do país.

No ano de 2019, segundo Leonardi e Matos, “o mercado farmacêutico apresentou crescimento próximo a 10%”. Já em 2020, De Valécio informa “Apesar do ano atípico por conta da pandemia, 2020 representou um bom momento para o varejo farmacêutico, com o setor apresentando crescimento de 15,6%.”

Perante o varejo farmacêutico, duas empresas se destacam pelos seus números e por possuírem capital aberto, divulgando seus resultados trimestralmente para seus associados e para quem estiver interessado.

A primeira, atualmente maior rede de farmácias do Brasil, RaiaDrogasil, junção da Raia e da Drogasil, presente em quase todo o país e com berço em São Paulo/SP, teve um crescimento de 18,5% em 2019 e 14,65% em 2020, segundo os seus resultados divulgados na Central de Resultados na relação com investidores, mostrando uma evolução superior no primeiro ano em relação ao mercado total do setor e, no segundo ano, uma evolução parecida com a do mercado.

A segunda rede, Pague Menos, oriunda de Fortaleza/CE, presente em todos os estados do Brasil, na atualidade a terceira maior rede do país, teve um crescimento de apenas 2,9% em 2019, bem abaixo em relação ao mercado e, em 2020, um aumento de 7,6%, também abaixo em relação ao mercado, conforme divulgado na Central de Resultados na relação com investidores.

Este presente projeto de pesquisa tem como intenção apresentar um comparativo da rede de farmácias de nome fictício Herbal Pigmentaruim SA, com as suas principais concorrentes no mercado, buscando apresentar seus crescimentos em receitas, custos, despesas e resultado nos anos de 2019 e 2020, junto ao seus mix de vendas.

Essa análise dentro do período citado mostrará a evolução dos números em meio à crise sanitária e humanitária que assola o Brasil e o mundo desde 2020 e, também, o que mudou dentro do mix de vendas.

Considerando as circunstâncias dos últimos anos, levando em conta os números o mercado brasileiro e a concorrência direta, a empresa Herbal Pigmentaruim SA conseguiu acompanhar o mesmo crescimento e manter o seu mix de vendas?

Conhecendo os principais números, o objetivo geral do trabalho de conclusão de curso é verificar a evolução das receitas da empresa Herbal Pigmentaruim SA, junto de seu mix de vendas, afetado pela pandemia Covid-19.

A presente pesquisa se justifica na necessidade de analisar o tamanho do impacto ou não da pandemia nos números da rede de farmácias em comparação às suas principais concorrentes, bem como o estudo da mudança na composição do faturamento durante o surto da doença Covid-19, mostrando a mudança ou não de seu conjunto.

A abordagem deste trabalho será quali-quantitativa, com a natureza sendo a aplicada, quanto aos seus objetivos sendo a pesquisa descritiva e, para os procedimentos técnicos, pesquisa bibliográfica e documental.

2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Este capítulo descreve alguns dos principais aspectos teóricos e conceituais da Microeconomia e de Indicadores Empresariais, como a Demonstração do Resultado do Exercício, onde dentro destaca-se os principais conceitos utilizados para esta pesquisa, como Receitas, Receitas Brutas, Receitas Líquidas, Custo da Mercadoria Vendida (CMV) ou Custo dos Produtos Vendidos (CPV), Lucro Bruto, Despesas Operacionais, LAJIDA ou EBTIDA, Análise Horizontal e Análise Vertical e Mix de Vendas ou Mix de Produtos.

2.1. MICROECONOMIA

Primeiramente precisamos compreender a Microeconomia dentro da Economia.

Segundo Hall e Lieberman (2003, p. 4) Microeconomia é “o estudo do comportamento das famílias, firmas e governos; as escolhas que eles fazem; a maneira como interagem em mercados específicos.”

De acordo com Bensako e Braeutigam (2004, p. 2) “Em termos gerais, a economia é composta de dois ramos, a microeconomia e a macroeconomia. O prefixo micro é derivado da palavra grega *mikros*, que quer dizer ‘pequeno’. Desse modo, a microeconomia estuda o comportamento de unidades econômicas especificas, como um consumidor, um trabalhador, uma empresa ou um administrador. Ela também estuda o comportamento individual de famílias, indústrias, mercados, sindicatos ou associações comerciais.”

Dentro dos diversos setores que englobam a economia, temos o setor varejista, em que para Kotler (1998, p. 86) “O varejo caracteriza-se por qualquer organização que venda para

consumidores finais, sejam fabricantes, atacadistas ou varejistas. Afetado por um ambiente altamente exigente e dinâmico, o varejo moderno é extremamente competitivo e orientado para a inovação.”. No setor varejista, desmembra-se para o varejo farmacêutico, onde existe o setor de remédios e cosméticos, em que são bens de consumo dentro da economia.

O varejo farmacêutico possui diversas empresas, sendo farmácias de bairro e grandes redes, sendo assim elas são os principais agentes econômicos junto aos consumidores dentro do setor, mostrando-se importante a análise dos resultados contábeis.

2.2. INDICADORES EMPRESARIAIS

Para melhor entendimento da pesquisa, antes de explicar os demais conceitos, é necessário a explicação do DRE (Demonstração do Resultado do Exercício), que é de onde retira-se as principais informações financeiras.

Conforme Assaf Neto (2020, p. 70) “essa demonstração tem como finalidade exclusiva apurar o lucro ou prejuízo de exercício. Engloba as receitas, as despesas, os ganhos e as perdas do exercício, apurados por Regime de Competência, independentemente, portanto, de seus pagamentos e recebimentos.”

Para Martins (2020, p. 32) “tão importante quanto o Balanço Patrimonial é a Demonstração do Resultado do Exercício ao processo decisório, dentro e fora da empresa. É nela que estão expressos os resultados apurados pela entidade, tanto a benefício do capital de terceiros quanto do capital próprio. É por meio dela que se pode avaliar tendências em termos de receitas, custos e despesas de variadas naturezas. Assim, os índices de rentabilidade e prazos médios estão pautados, em parte, nas informações apresentadas neste relatório.”

Segundo Marion (2018, p. 29) “a demonstração do resultado do exercício é uma peça contábil que apresenta o resultado das operações sociais – lucro ou prejuízo.”

Dentro do DRE, analisa-se diversas contas, incluindo as Receitas, que de acordo com Iudícibus (2021, p.128) “receita é o valor monetário, em determinado período, da produção de bens e serviços da entidade, em sentido lato, validado, mediata ou imediatamente, pelo mercado, provocando acréscimo de patrimônio líquido e simultâneo acréscimo de ativo, sem necessariamente provocar, ao mesmo tempo, um decréscimo do ativo e do patrimônio líquido, caracterizado pela despesa”.

Dentro de Receitas, existem ainda dois tipos, a Receita Bruta e a Receita Líquida. Na Receita Bruta, segundo Marion (2018, p.106) “a Receita Bruta constitui a venda de produtos e subprodutos (na indústria), de mercadorias (no comércio) e prestações de serviços (empresa

prestadora de serviços), incluindo todos os impostos cobrados do comprador e não excluindo as devoluções de mercadorias (ou produtos) e os abatimentos concedidos pelas mercadorias (ou serviços) em desacordo com o pedido."

A Receita Bruta, como Marion explica, nada mais é que todas as vendas, sem nenhuma dedução de devoluções ou de impostos.

Já a Receita Líquida "é efetivamente a receita da empresa pela venda de seus produtos e de seus serviços, já que é a parcela que efetivamente lhe pertence. Isso porque os impostos incidentes sobre venda (IPI, ICMS, ISS, PIS, Cofins etc.) não são recursos seus; apenas transitam por seu caixa. São excluídos, para se chegar à receita líquida, as devoluções e os descontos comerciais e abatimentos dados incondicionalmente. Os descontos condicionais a pagamentos antecipados ou em determinadas datas são tratados como encargos financeiros entre as despesas operacionais" (Assaf Neto, 2020, p. 70).

Em complemento com Assaf Neto, Receita Líquida é a Receita Bruta retirando as suas devoluções e os seus impostos, sendo em definitivo a receita que pertence à empresa.

Na continuação da análise do DRE, verificamos o custo das mercadorias vendidas (CMV), que de acordo com Assaf Neto (2020, p. 70), "O custo das mercadorias vendidas na empresa comercial nada mais representa do que o custo histórico de aquisição desses bens. Nesse custo foram incluídos, ainda na forma de estoques, os gastos com colocação das mercadorias em condições de venda, como transporte, seguros etc."

Para Iudícibus (2018, p. 68, grifo do autor), "custo dos produtos vendidos são somente os gastos da fábrica (gastos de produção), incluindo matéria-prima, mão de obra, depreciação de bens da fábrica, aluguel da fábrica, energia elétrica da fábrica etc.

Complementando os autores acima, Bonho e Silva (2019, p. 90) diz "Custo das Mercadorias Vendidas (CMV)/Custo dos Serviços Prestados (CSP)/Custo dos Produtos Vendidos (CPV): os custos a serem atribuídos como CMV, CSP ou CPV no exercício devem ser correspondentes às receitas de vendas dos produtos e serviços reconhecidos como tal no mesmo período, obedecendo ao princípio da competência. Deduzindo a receita líquida do custo das mercadorias vendidas, será gerado o lucro bruto ou resultado bruto."

Custo das Mercadorias Vendidas (CMV) ou ainda Custo dos Produtos Vendidos (CPV), conforme os três autores acima citados descrevem, são os gastos da produção das mercadorias ou produtos vendidos. Sendo ainda, este indicador, quando relacionado com as vendas e suas receitas, importante para comparativo com a concorrência, verificando com os rivais do mercado quanto que cada um tem de custo proporcional às receitas.

No ramo farmacêutico este é um importante indicador para verificar como está a empresa em relação ao concorrente direto.

O Lucro Bruto é também verificado no DRE que, de acordo com Iudícibus (2018, p. 71), “Lucro Operacional Bruto é a diferença entre a venda de mercadorias e o custo dessa mercadoria vendida, sem considerar despesas administrativas, de vendas e financeiras.”

Segundo a Lei Nº 6.404/76 (BRASIL, 1976, documento online), citada por Bonho e Silva (2019, p. 90) como “Lucro bruto ou resultado bruto [...] deve ser computado na DRE o custo das mercadorias e dos serviços vendidos ou prestados no exercício, que, deduzido das receitas correspondentes, gera o lucro bruto.”

Em resumo, para se chegar no Lucro Bruto, da Receita Bruta reduz Devoluções e impostos, chegando na Receita Líquida, e então, reduz o CMV, chegando ao indicador desejado.

No estudo dentro do DRE, ainda se observa as Despesas Operacionais que, segundo Iudícibus (2018, p. 73) “As despesas operacionais são as necessárias para produzir ou vender os produtos, prestar os serviços, administrar a empresa e financiar as operações. Enfim, são todas as despesas que contribuem para a manutenção da atividade operacional da empresa”.

Para Martins (2020, p. 32) “as despesas são decréscimos nos benefícios econômicos durante o período contábil sob a forma de saída de recursos ou redução de ativos ou incrementos em passivos, que resultam em decréscimos do Patrimônio Líquido e que não sejam provenientes de distribuição aos proprietários da entidade.”

Conforme Marion (2020, p. 33) despesas operacionais “são todas as despesas não enquadradas no “custo das mercadorias ou serviços”, mas igualmente imprescindíveis para a manutenção das atividades da empresa”

“Despesas operacionais: segundo a Lei das Sociedades por Ações, as despesas operacionais correspondem ao esforço financeiro necessário para que a empresa possa funcionar, ou seja, financiar suas atividades de vendas, produção e prestação de serviços. Constituem as despesas pagas ou incorridas no período (princípio da competência). Não estão relacionadas a elas aquelas alocadas na fabricação de produtos ou na prestação dos serviços, pois essas compõem os custos das mercadorias ou dos serviços.” (Bonho; Silva, 2019, p. 90)

Segundo o pensamento dos autores citados, exemplo de despesas operacionais seriam ordenados e salários, ocupação e utilidades, arrendamento mercantil, material de expediente, transportes e viagens, serviço de terceiros, material de distribuição gratuita e despesas diversas.

No DRE ainda se verifica o LAJIDA (Lucros antes de juros, impostos, depreciação e amortização) ou também *EBTIDA* (*Earnings before Interest, Taxes, Depreciation and*

Amortization), segundo Assaf Neto (2019, p. 28) é “a capacidade operacional de uma empresa em gerar caixa em determinado período. No cálculo dessa medida não são considerados a depreciação (amortização e exaustão), por tratar-se de despesas não desembolsáveis e sem reflexos no caixa, as despesas financeiras (juros de dívidas referentes ao período de apuração), por não terem relação com a atividade operacional da empresa (são determinadas por decisões de financiamento, e não de ativo) e os impostos sobre os lucros (IR e CSLL).” Assaf Neto (2019, p. 28) também concorda que a medida, de forma isolada, é pouca reveladora, sendo importante confrontar com algum resultado, sendo, um dos meios, relacionar o *EBTIDA* com as vendas, permitindo comparações entre empresas do mesmo setor.

Para Padoveze (2020, p. 43), *EBTIDA* serve “Na avaliação do resultado empresarial como instrumento básico de avaliação do desempenho da gestão da empresa sobre seu investimento, as mensurações de lucro tradicionais têm seus clássicos objetivos. Os objetivos de avaliação do desempenho da gestão empresarial são mensurados por dois conceitos fundamentais e indispensáveis: a margem (ou lucratividade), que é a relação média percentual dos diversos tipos de lucros em relação à receita líquida de vendas; e a rentabilidade, que representa o retorno do investimento feito na empresa nos seus ativos operacionais e o retorno do investimento feito pelos donos do negócio, os sócios ou acionistas, ou seja, a rentabilidade dos proprietários.”

“Esse indicador (*Ebitda* ou Lajida) mostra o potencial de geração de caixa de um negócio. Assim, ficamos sabendo se a empresa é capaz de gerar caixa, com as atividades operacionais, para investir, pagar o Imposto de Renda, remunerar o capital de terceiros e dos acionistas (dividendos). Como as formas de contabilizar depreciação, impostos e até mesmo as dívidas são diferentes em diversos países, o *Ebitda* torna-se um indicador de lucro comparável entre empresas de vários países.” (Marion, 2018 p. 113).

Conforme os autores citados acima explicaram o indicador, percebe-se que o *EBTIDA* atualmente é um dos indicadores mais utilizados no mercado financeiro, visto a praticidade para chegar ao valor (empresas divulgam trimestralmente) e, assim, é possível fazer a comparação entre as empresas concorrentes, buscando avaliar a performance de cada uma.

Um dos meios mais utilizados para verificação do DRE e suas contas, são a Análise Horizontal e a Análise Vertical que, para Martins (2020, p. 87), “é um processo de análise temporal que permite verificar a evolução das contas individuais e dos grupos de contas por meio de números-índices.”.

Já a Análise Vertical, para Martins (2020, p. 93), “são calculados de forma semelhante aos índices da análise horizontal. Ambos são calculados por meio da regra de três. A diferença

é que na análise horizontal o foco é a variação temporal ocorrida em uma mesma conta. Já na análise vertical analisa-se a variação de uma conta em relação a outra conta (base) do mesmo período.”. Sendo o principal objetivo da análise Vertical, para Martins, “é dar uma ideia da representatividade de cada item ou subgrupo de uma demonstração financeira relativamente a um determinado total ou subtotal tomado como base.”.

Complementando os indicadores empresariais, existe o Mix de Produtos, segundo Gioia (2013, p.37), “vem a ser a soma total de itens com que a empresa trabalha”.

Para exemplificar, no ramo farmacêutico, o mix de vendas ou mix de produtos total consiste em Medicamentos ou Não Medicamentos ou, ainda, podemos separar em diferentes modos, como Genéricos, Perfumaria, Marca e OTC (*over the conter* ou além do balcão).

Todos os indicadores empresariais que foram conceituados, DRE, Receitas, Custo de Mercadoria Vendida, Lucro Bruto, Despesas Operacionais, LAJIDA, Análise Vertical, Análise Horizontal e Mix de Produtos, são necessários para a análise de resultados, em que se busca o objetivo central deste trabalho.

3. ANÁLISE DE RESULTADOS

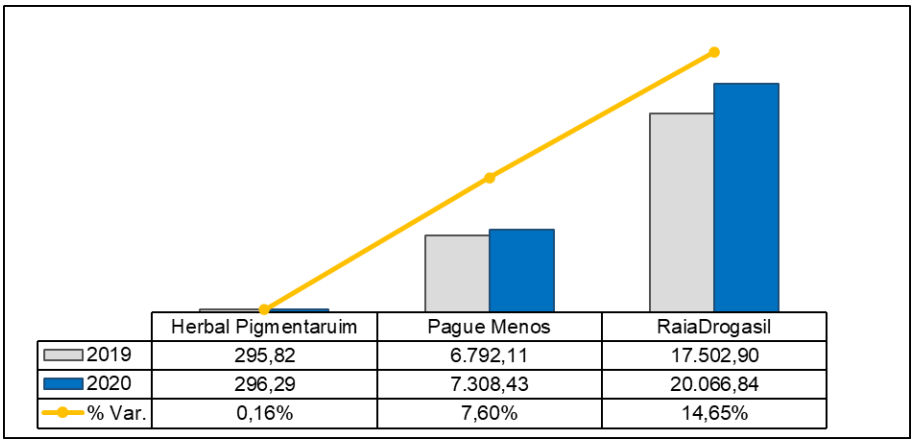
Apresenta-se neste tópico os resultados sobre o tema proposto tendo como base os demonstrativos contábeis e informações complementares disponíveis nos websites das empresas concorrentes da Herbal Pigmentaruim

Este estudo se utilizou de abordagem quali-quantitativa, sendo natureza aplicada, com pesquisa descritiva em relação aos seus objetivos e pesquisa bibliográfica e documental para os procedimentos técnicos.

3.1. INDICADORES FINANCEIROS

De um modo geral, os indicadores financeiros do varejo farmacêutico são uns dos poucos que não sofreram tanto durante a pandemia Covid-19, como se observa as receitas líquidas no gráfico 1 abaixo.

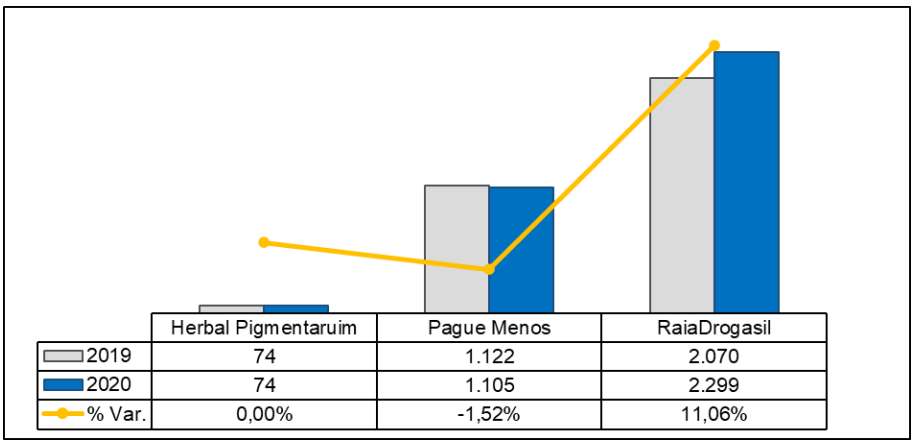
Gráfico 1 – Crescimento de Receitas Líquidas (em milhões) entre 2019 e 2020



Fonte: Elaborador pelo Autor (2022)

Considerando a análise horizontal (% Var.) do gráfico acima, o valor para a rede de nome fictício Herbal Pigmentaruim (Herbal) é o único que praticamente se mantém inalterado, a Pague Menos com crescimento menor que o constatado do mercado e, a RaiaDrogasil, aumentou de acordo com o setor. Este impulsionamento RaiaDrogasil, deve-se muito a criação de novas unidades, enquanto a Herbal manteve-se com o mesmo número de unidades, e a Pague Menos modificou seu portifólio de unidades, reduzindo a quantidade conforme gráfico 2.

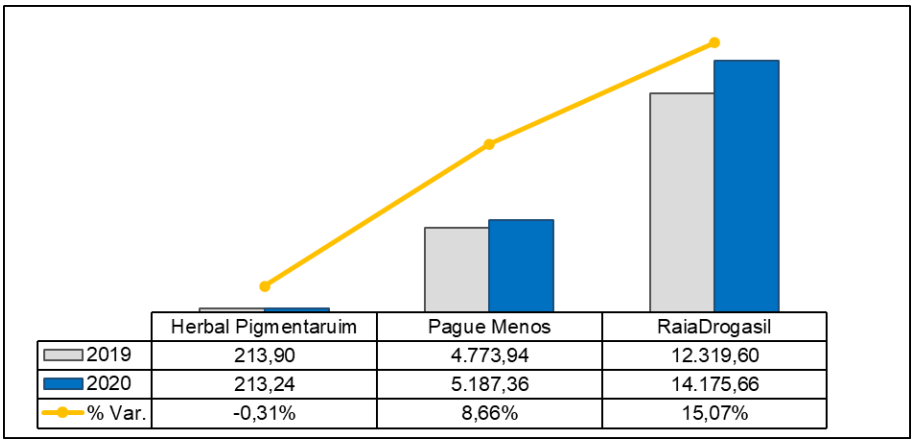
Gráfico 2 – Crescimento de Quantidade de Unidades entre 2019 e 2020



Fonte: Elaborador pelo Autor (2022)

No que tange os custos das mercadorias vendidas (CMV), nota-se o um crescimento condizente com a ascensão das receitas para cada rede de farmácia pesquisada, conforme gráfico 3, com a diferença da análise horizontal (% Var.) das duas contas não passando de um ponto percentual.

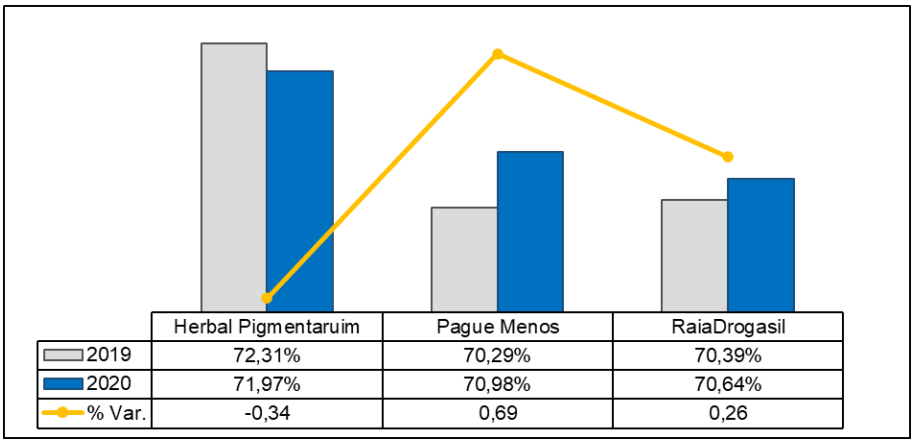
Gráfico 3 – Crescimento do Custo da Mercadoria Vendida (em milhões) entre 2019 e 2020



Fonte: Elaborador pelo Autor (2022)

Para melhor entendimento do conceito do CMV, segundo o que foi apresentado na revisão bibliográfica, buscando analisar a representatividade das contas nas redes de farmácias, é apresentado no gráfico 4 a análise vertical da conta, tendo como base as suas receitas líquidas.

Gráfico 4 – Análise Vertical da conta de CMV entre 2019 e 2020

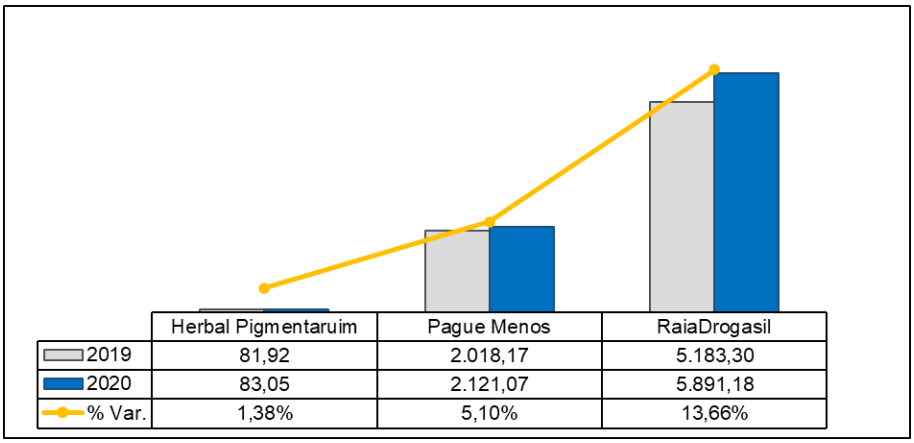


Fonte: Elaborador pelo Autor (2022)

Considerando esta análise, verifica-se queda da representatividade do custo apenas na rede Herbal e, na concorrência, um leve aumento, porém é constatado que o CMV desempenha maior valor dentro da rede Herbal.

Analisando o Lucro Bruto no gráfico 5, nota-se um grande crescimento na RaiaDrogasil, um aumento de lucro um pouco menor da Pague Menos e, novamente, um acréscimo baixo comparando com as concorrentes da Herbal.

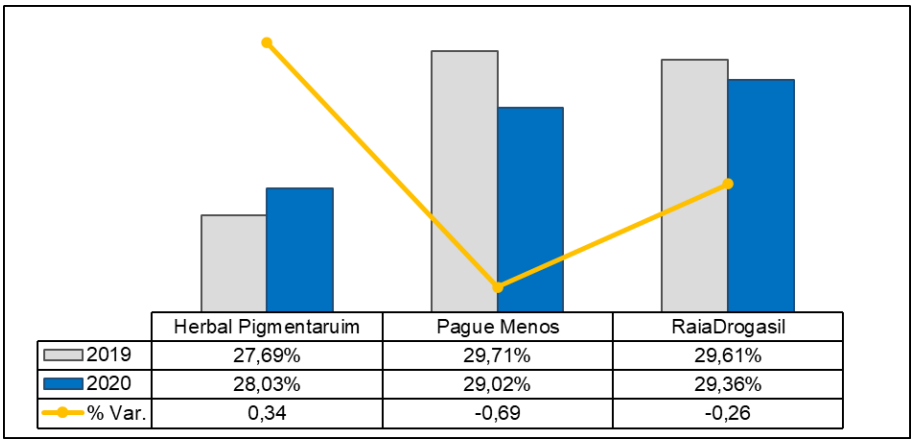
Gráfico 5 – Crescimento do Lucro Bruto (em milhões) entre 2019 e 2020



Fonte: Elaborador pelo Autor (2022)

Verificando verticalmente a conta de Lucro Bruto com base na Receita Líquida no gráfico 6, pode-se examinar queda do percentual de lucro da concorrência em relação à 2019, enquanto a Herbal teve uma lucratividade maior. Porém, analisando a representatividade do lucro em relação a receita de cada uma, a Herbal possui o menor percentual.

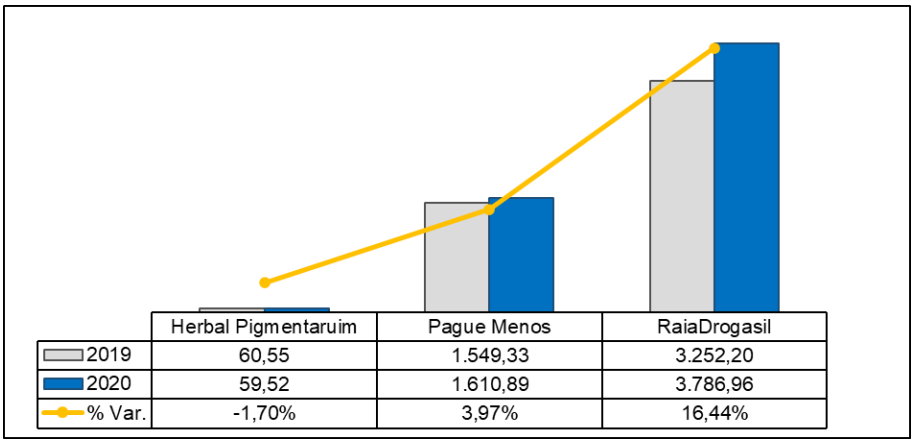
Gráfico 6 – Análise Vertical da conta de Lucro Bruto entre 2019 e 2020



Fonte: Elaborador pelo Autor (2022)

Observando as Despesas Operacionais no gráfico 7, verifica-se maior contensão de gastos na empresa Herbal, e nas concorrentes maior dispêndio. Considerando que a empresa Herbal é a única das redes analisadas que não teve aumento no número de lojas, constata-se queda real de suas despesas no % Var.

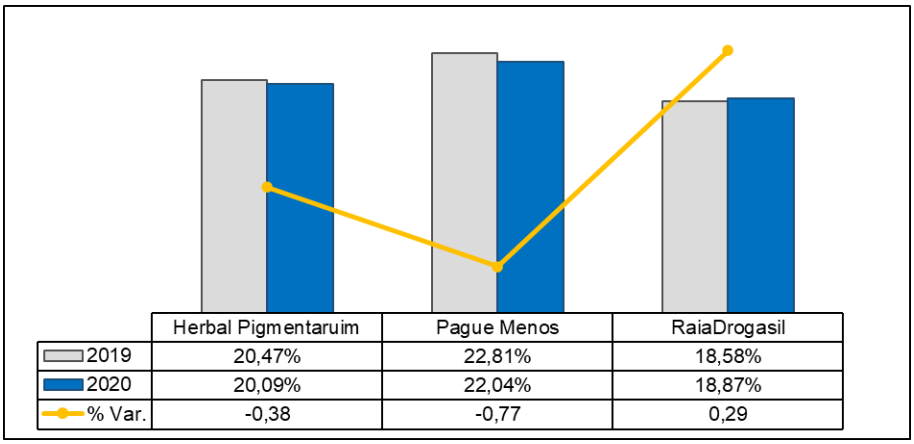
Gráfico 7 – Crescimento das Despesas Operacionais (em milhões) entre 2019 e 2020



Fonte: Elaborador pelo Autor (2022)

Para verificar o impacto das Despesas de acordo com a base de receita líquida de cada rede, nota-se no gráfico 8 a queda de representatividade na Herbal e na Pague Menos, enquanto na RaiaDrogasil teve um leve acréscimo.

Gráfico 8 – Análise Vertical da Conta de Despesas Operacionais entre 2019 e 2020

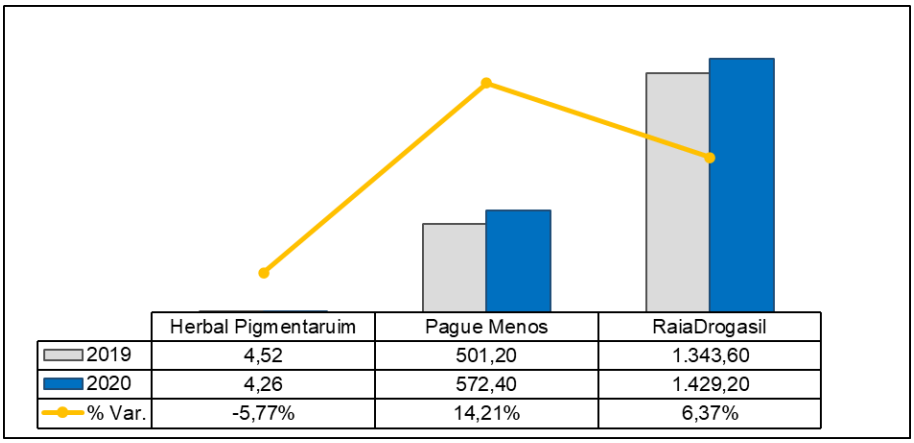


Fonte: Elaborador pelo Autor (2022)

No mercado financeiro, um dos principais indicadores considerados para comparação de empresas é o LAJIDA (Lucros Antes de Juros, Impostos, Depreciação e Amortização), pois analisa-se o desempenho da gestão da empresa, sem considerar despesas desembolsáveis.

Analisando de forma bruta, percebe-se crescimento de valor das redes concorrentes pesquisadas no gráfico 9, menos da Herbal.

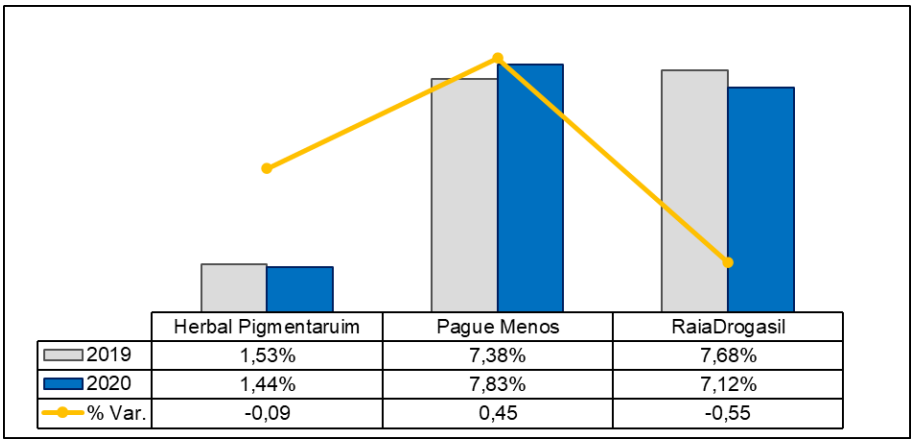
Gráfico 9 – Crescimento do LAJIDA (em R$ milhões) entre 2019 e 2020



Fonte: Elaborador pelo Autor (2022)

Analisando verticalmente a conta LAJIDA, no gráfico 10, verifica-se grande diferença na análise vertical da empresa Herbal perante seus principais concorrentes e, chegando a possuir uma diferença de no mínimo de cinco pontos percentuais.

Gráfico 10 – Análise Vertical da conta de LAJIDA entre 2019 e 2020



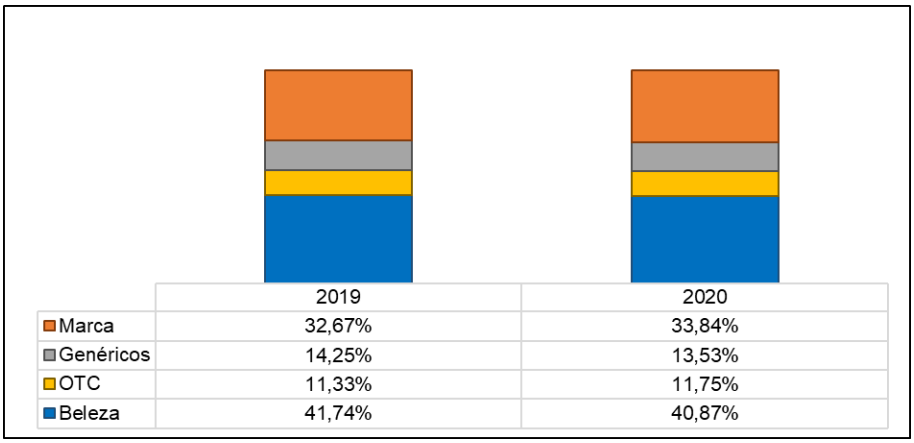
Fonte: Elaborador pelo Autor (2022)

3.2. INDICADORES DE MIX DE VENDAS OU MIX DE PRODUTOS

No que tange o Mix de Produtos, ou Mix de Vendas, pode-se analisar o combinado de vendas (receitas) de cada rede, verificando a mudança ou não de seu composto.

Conforme o gráfico 11, verifica-se a mudança no escopo do mix de vendas entre 2019 e 2020 da rede Herbal, perdendo quase um ponto percentual de vendas da categoria Beleza, indo para as demais categorias e, na categoria de Genéricos, quase 0,75 pontos percentuais.

Gráfico 11 – Mix de Produtos Herbal Pigmentaruim

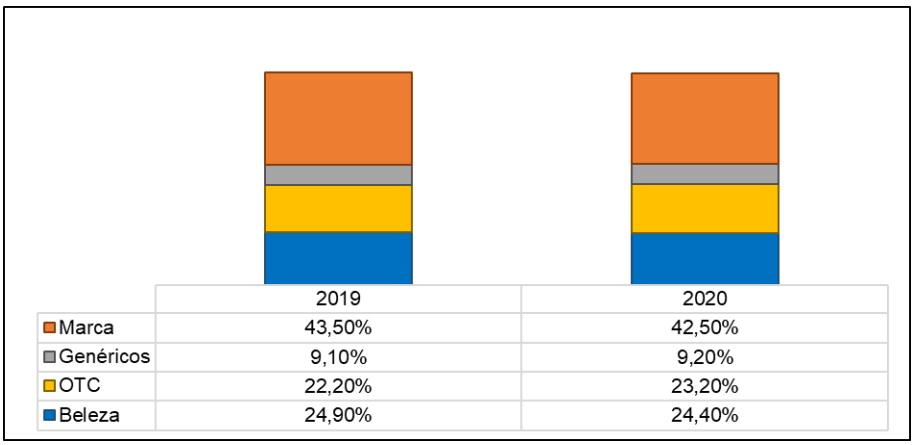


	2019	2020
Marca	32,67%	33,84%
Genéricos	14,25%	13,53%
OTC	11,33%	11,75%
Beleza	41,74%	40,87%

Fonte: Elaborador pelo Autor (2022)

No gráfico 12, analisa-se a composição de vendas da rede Pague Menos, onde a marca também teve uma queda na categoria Beleza e, também, na de Marca, mostrando uma diferença em relação à empresa Herbal.

Gráfico 12 – Mix de Produtos Pague Menos

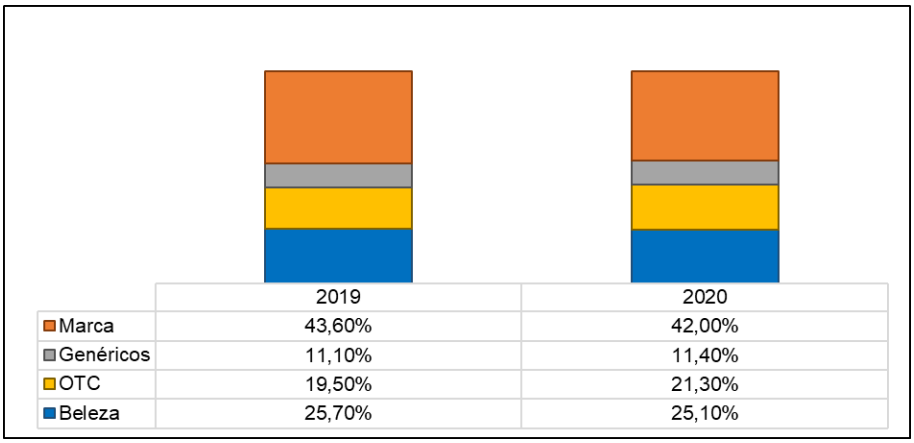


	2019	2020
Marca	43,50%	42,50%
Genéricos	9,10%	9,20%
OTC	22,20%	23,20%
Beleza	24,90%	24,40%

Fonte: Elaborador pelo Autor (2022)

Em relação à rede de farmácias RaiaDrogasil, verifica-se uma mudança do escopo do mix de acordo com a concorrente Pague Menos, reduzindo a representatividade da categoria Beleza e Marca, e subindo nas demais categorias, de acordo com gráfico 13.

Gráfico 13 – Mix de Produtos RaiaDrogasil



	2019	2020
Marca	43,60%	42,00%
Genéricos	11,10%	11,40%
OTC	19,50%	21,30%
Beleza	25,70%	25,10%

Fonte: Elaborador pelo Autor (2022)

Considerando todos os indicadores apresentados, em comparação entre a Herbal Pigmentaruim, Pague Menos e a RaiaDrogasil, nota-se uma concordância na mudança nos Mix de Vendas, que é a categoria de Beleza caindo em todas as Redes, em um ano onde a população foi afetada pela pandemia Covid-19, principalmente em relação ao isolamento domiciliar.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sem dúvida a pandemia de Covid 19 apresentou grandes impactos, não apenas em ordem epidemiológica, como também repercutiu socialmente, culturalmente, politicamente e, também, economicamente, fazendo inúmeras empresas fecharem e deixando milhões de brasileiros desempregados, além de incluírem novas medidas de convivência, como utilização de Equipamentos de Proteção Individuais – EPI, uso de máscaras e isolamento domiciliar.

Diante do exposto, foi analisado a evolução dos indicadores empresariais, como receitas líquidas, custo da mercadoria vendida, lucro bruto, despesa operacional e LAJIDA, tanto verticalmente quanto horizontalmente, junto também da averiguação do mix de produto das empresas Herbal, RaiaDrogasil e Pague Menos, em um período sem e com a pandemia Covid 19.

Verificando os indicadores financeiros, constatou-se a estagnação dos valores da empresa Herbal Pigmentaruim SA enquanto as suas concorrentes conseguiram crescer durante o período de 2019 a 2020, mesmo diante da pandemia. Em relação aos seus mix de vendas, detectou-se a alteração dos percentuais de participação de suas categorias, tanto da empresa

Herbal quanto das demais. Nesta alteração, verificou-se que a única conformidade entre as três redes, foram a diminuição do percentual da categoria de Beleza.

Contatou-se diante da pesquisa que as empresas RaiaDrogasil e Pague Menos tiveram alteração no portifólio de unidades, enquanto a Herbal permaneceu com a mesma quantidade. Diante disso, se propõe um novo trabalho sobre o tema abordado, considerando analisar os indicadores das mesmas unidades em cada ano abordado.

REFERÊNCIAS

ASSAF NETO, A. **Finanças Corporativas e Valor.** 8 ed. São Paulo: Editora Atlas, 2020.

ASSAF NETO, A. **Valuation - Métricas de Valor e Avaliação de Empresas.** 3 ed. São Paulo: Editora Atlas, 2019.

BESANKO, David, A. BRAEUTIGAN, Ronald R. **Microeconomia - Uma Abordagem Completa**. Grupo GEN, 2004.

BONHO, Fabiana Tramontin. DA SILVA, Filipe Martins. DOS SANTOS, Aline Alves. **Contabilidade Básica.** São Paulo: Editora Sagah Educação S.A., 2019.

GIOIA, Ricardo M. **Decisões de Marketing.** 3 ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2013.

HALL, Robert, E. LIEBERMAN, Marc. **Microeconomia: princípios e aplicações**. Cengage Learning Brasil, 2012.

DE IUDÍCIBUS, S. **Curso de Contabilidade para não Contadores:** para as áreas de administração, economia, direito e engenharia. São Paulo: Editora Atlas, 2018.

DE IUDÍCIBUS, S. **Teoria da Contabilidade.** 12 ed. São Paulo: Editora Atlas, 2021.

KOTLER, Philip. **Princípios de Marketing.** 7 ed. LTC, 1998.

LEONARDI, Egle. MATOS, Júlio. Indústria Farmacêutica tem Crescimento Acelerado. **Ictq**, 2020. Disponível em: <https://ictq.com.br/industria-farmaceutica/1380-industria-farmaceutica-tem-crescimento-acelerado>. Acesso em: 16 de abr. de 2022.

MARION, José Carlos; RIOS, Ricardo Pereira. **Contabilidade avançada:** de acordo com as normas brasileiras de contabilidade (NBC) e normas internacionais de contabilidade (IFRS). 2 ed. São Paulo: Editora Atlas, 2020.

MARION, José Carlos. **Contabilidade empresarial:** instrumentos de análise, gerência e decisão. 18 ed. São Paulo: Editora Atlas, 2018.

MARTINS, Eliseu. **Análise didática das demonstrações contábeis.** 3 ed. São Paulo: Editora Atlas, 2020.

PADOVEZE, Clóvis Luis. **Mitos e Lendas em Finanças:** A “maldição” do EBTIDA. São Paulo: Editora Almedina, 2020.

PAGUEMENOS. Relação com investidores, central de resultados. Pague Menos, 2019 e 2020. Disponível em: <https://ri.paguemenos.com.br/informacoes-aos-investidores/central-de-resultados/>. Acesso em: 16 de abr. de 2022.

RAIADROGASIL. Relação com investidores, central de resultados. RaiaDrogasil, 2019 e 2020. Disponível em: < https://ri.rd.com.br/listresultados.aspx?idCanal=2nlFyAThvxbpyfXPHKc5zw==>. Acesso em: 16 de abr. de 2022.

DE VALÉCIO, Marcelo. Varejo Farmacêutico Cresce 15,6% e Fatura R$ 139,37 bilhões. **Ictq**, 2021. Disponível em: <https://ictq.com.br/varejo-farmaceutico/2614-varejo-farmaceutico-cresceu-15-6-em-2020>. Acesso em: 16 de abr. de 2022.