

Análise de algumas varejistas brasileiras

Introdução

O cenário varejista brasileiro pós-pandemia se caracteriza por um panorama desafiador e em constante transformação. De um lado, presenciamos a ascensão meteórica do e-commerce, que conquistou a confiança dos consumidores e se consolidou como uma importante opção de compra. Do outro lado, assistimos à queda de tradicionais empresas varejistas, como Marisa e Americanas, que se mostraram despreparadas para lidar com as mudanças no comportamento do consumidor e na dinâmica do mercado.

Nesse setor é muito difícil implementar um oligopólio e impossível implementar um monopólio. Isso ocorre devido a vários fatores, incluindo a baixa barreira de entrada para novas empresas, a diversidade de produtos e serviços oferecidos, e a ampla gama de opções disponíveis para os consumidores. A consequência é que esse é um setor que tem como característica marcante a alta competição e margens de lucro mais apertadas.

O cenário anterior combinado com a ascensão das chinesas explica as dificuldades das empresas brasileiras desse setor.

As varejistas asiáticas (sobretudo as chinesas) ascenderam nesse mercado apenas se utilizando do online e da melhor qualidade da economia e das empresas chinesas: vender produtos com preços muito abaixo da concorrência. Já é sabido que essa vantagem chinesa advém do baixo custo da mão de obra, do incremento de produtividade e do avanço tecnológico chinês. As estratégias da China se basearam, sobretudo no começo do processo, basicamente na atração de empresas com tecnologia de ponta para o país, assimilação e imitação deslavada da tecnologia dessas empresas. A partir do aprofundamento dessa assimilação e da consolidação de uma cultura baseada cada vez mais na inovação e alta tecnologia, a China vem tentando fazer frente em todos os setores. No caso da parte do varejo, a China tem uma vantagem ainda maior implicando capacidade competitiva sem igual no setor e inundação dos mercados de produtos chineses. Isso foi implementado através de uma estratégia agressiva de expansão, que tem sido outra característica marcante das empresas chinesas, especialmente no comércio online, onde têm sido capazes de competir com sucesso com empresas estabelecidas de todo o mundo.

Diante desse contexto, torna-se crucial analisar a situação financeira das varejistas nacionais. Isso será feito através da coleta e organização de dados do Balanço Patrimonial e da Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) de seis empresas renomadas - Magazine Luiza, Grupo Soma, Lojas Renner, Arezzo & Co, Grupo Guararapes e Alpargatas - este estudo oferece uma análise da trajetória de dívida, receita, lucro e custos dessas empresas nos últimos anos.

Dessa forma, a ideia é contribuir para o entendimento do desempenho desse setor tão importante para a economia brasileira e propor insights.

Obtenção de dados via utilização do yfinance no Python:

O código a seguir baixa as informações do Balanço patrimonial das empresas Magazine Luiza, Grupo Soma, Lojas Renner, Arezzo & Co, Grupo Guararapes e da Alpargatas.

```
#Importo as bibliotecas que utilizarei
import pandas as pd
import yfinance as yf
import os

#Crio uma função que baixa os dados do Balanço Patrimonial das empresas
def BP():
    # Lista de tickers das empresas
    tickers = ['MGLU3.SA', 'SOMA3.SA', 'LREN3.SA', 'ARZZ3', 'GUAR3.SA', 'ALPA4.SA']

    # Crio uma lista vazia que vou utilizar logo mais
    balance_sheets = []

    # Loop para baixar os balanços patrimoniais de cada empresa
    for ticker in tickers:
        try:
            ativo = yf.Ticker(ticker)
            balanço = ativo.get_balance_sheet(freq='yearly') ##Baixa os dados do balanço patrimonial dos
            # últimos anos
            balanço['Company'] = ticker.split('.')[0]
            balance_sheets.append(balanço)
        except Exception as e:
            print(f"Erro ao baixar dados para o ativo {ticker}: {e}")

    # Concatenar os balanços patrimoniais em um único dataframe
    balancos = pd.concat(balance_sheets, axis=1)
    balancos.reset_index(inplace=True)

    # Visualizar os primeiros registros do dataframe
    print(balancos.head())

    # Caminho para o diretório de downloads do usuário
    caminho = os.path.join(os.path.expanduser('~'), 'Downloads')
    # Salvar o dataframe em um arquivo Excel
    balancos.to_excel(os.path.join(caminho, 'BP_varejo.xlsx'), index=False)

# Chamar a função BP para executar o código
BP()
```

Obtenção das Demonstrações de Resultado das empresas:

```
def DRE():
    # Lista de tickers das empresas
    tickers = ['MGLU3.SA', 'SOMA3.SA', 'LREN3.SA', 'ARZZ3', 'GUAR3.SA', 'ALPA4.SA']

    dfs = []
```

```

# Loop para baixar a Demonstração de Resultados do Exercício de cada empresa
for ticker in tickers:
    ativo = yf.Ticker(ticker)
    dre = ativo.get_financials(freq='yearly') ##Baixa os dados da DRE dos últimos anos
    dre['Company'] = ticker.split('.')[0]
    dfs.append(dre)

# Concatenar as Demonstrações de Resultados do Exercício em um único dataframe
resultado = pd.concat(dfs, axis=1)
resultado.reset_index(inplace=True)

# Caminho para o diretório de downloads do usuário
caminho = os.path.join(os.path.expanduser('~'), 'Downloads')
# Salvar o dataframe em um arquivo Excel
resultado.to_excel(os.path.join(caminho, 'dre_anual.xlsx'), index=False)

#Chamada da função:
DRE()

```

Um exemplo de como ficou a planilha com os dados das empresas após organizado: Trecho do Balanço Patrimonial da Magazine Luiza

Data	Número de Ações do Tesouro	Número de ações ordinárias	CompartilharEm itido	Dívida líquida	Dívida total
31/12/2023	60958207	7154650098	7215608305	4761509000	10933010000
31/12/2022	76662663	7138945643	7215608306	4688712000	10802273000
31/12/2021	89176117	7126432188	7215608305	4226654000	10247550000
31/12/2020	37997221	6910323837	6948321058	5386000	4213066000

Peguei esses dados e os organizei no Excel. Depois carreguei-os no Power BI para realizar algumas análises básicas.

Análise dos resultados:

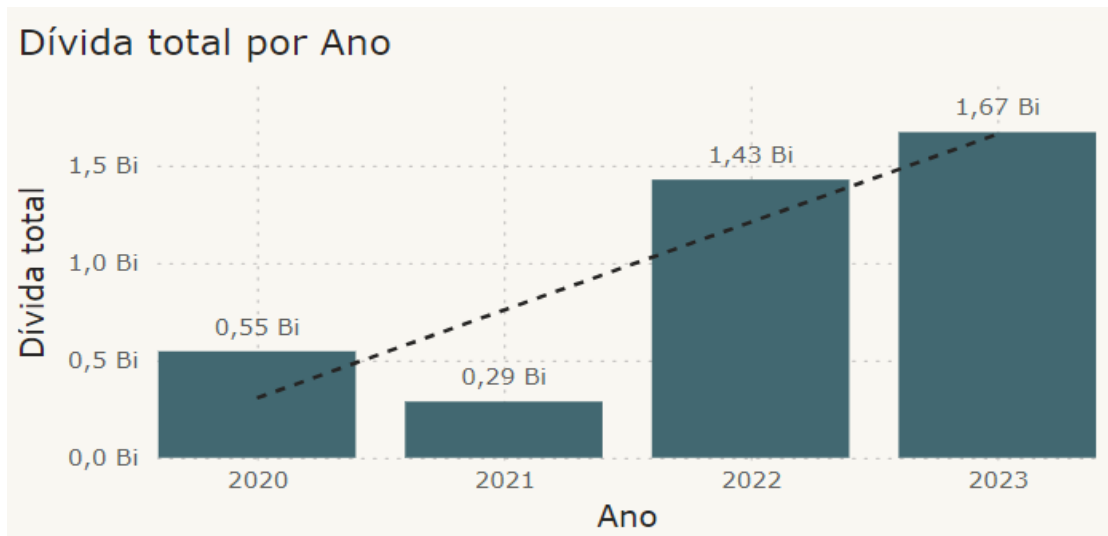
Farei uma análise básica da trajetória da dívida, das receitas, dos lucros e dos custos dessas empresas a partir das informações obtidas com a rodagem dos códigos anteriores feitos em python. A fonte de dados, portanto, é o Yahoo Finance e os gráficos foram montados por mim no Power BI.

1. Alpargatas:

- Endividamento

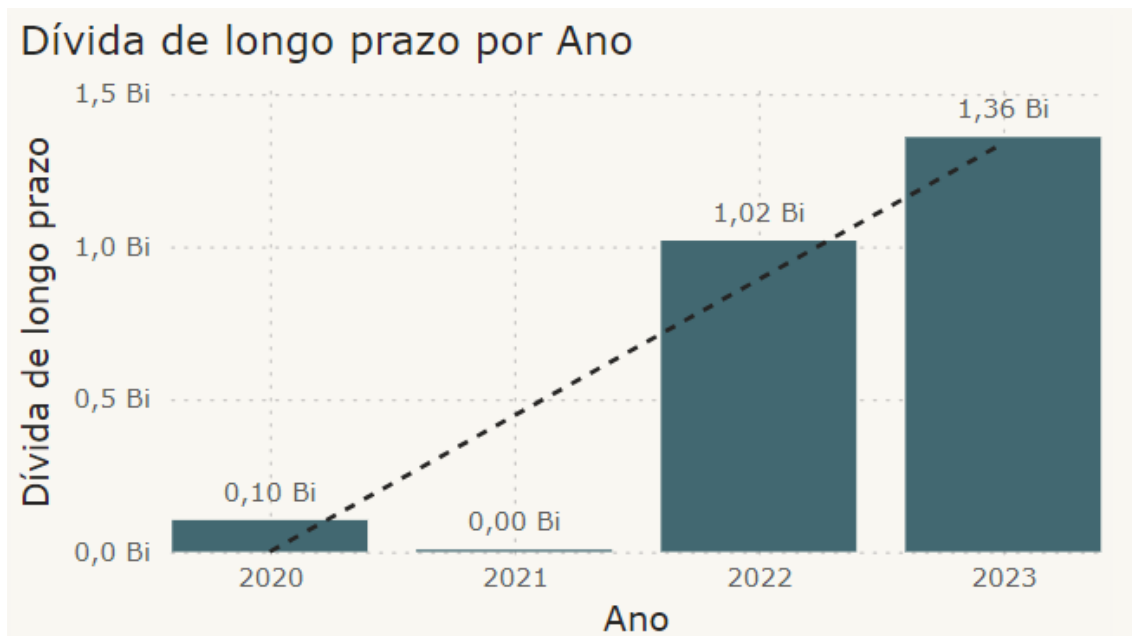
Tem-se um crescimento consistente do endividamento da empresa nos últimos 4 anos.

Gráfico de dívida total:



Percebeu-se a partir dos dados que o endividamento de longo prazo tem representado uma parcela cada vez maior da dívida total da empresa.

Veja:



Isso pode indicar uma mudança na estratégia de financiamento da empresa. A empresa passa a preferir contrair dívidas de longo-prazo. O significado disso podem ser múltiplos, dentre os quais: perspectivas positivas de longo-prazo ou ela pode estar sendo utilizada para financiamentos e investimentos em ativos não circulantes, como a compra de maquinários, equipamentos, imóveis ou a expansão de suas operações. O perigo dela é o aumento do risco

financeiro (todo endividamento gera isso); Custos com juros ao longo do tempo; Aumento de rigidez da estrutura de capital da empresa, entre outras coisas.

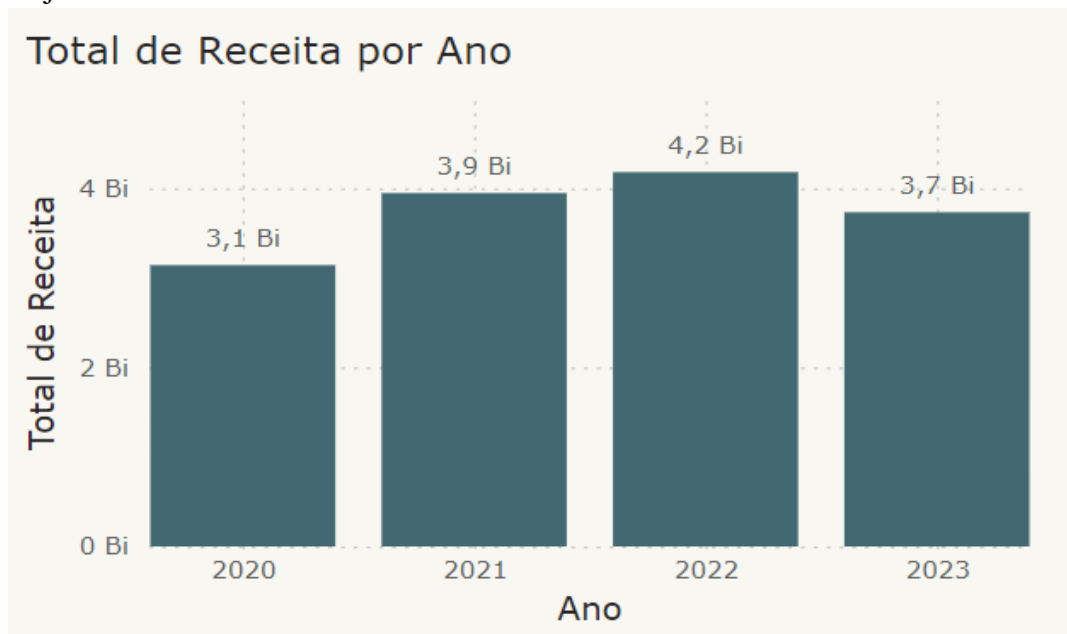
Participação da Dívida de Longo Prazo em relação à Dívida Total:

- 2020: 18.18%
- 2021: 0.00%
- 2022: 71.33%
- 2023: 81.44%(!)

- Receitas:

As receitas da empresa têm se mantido basicamente estáveis.

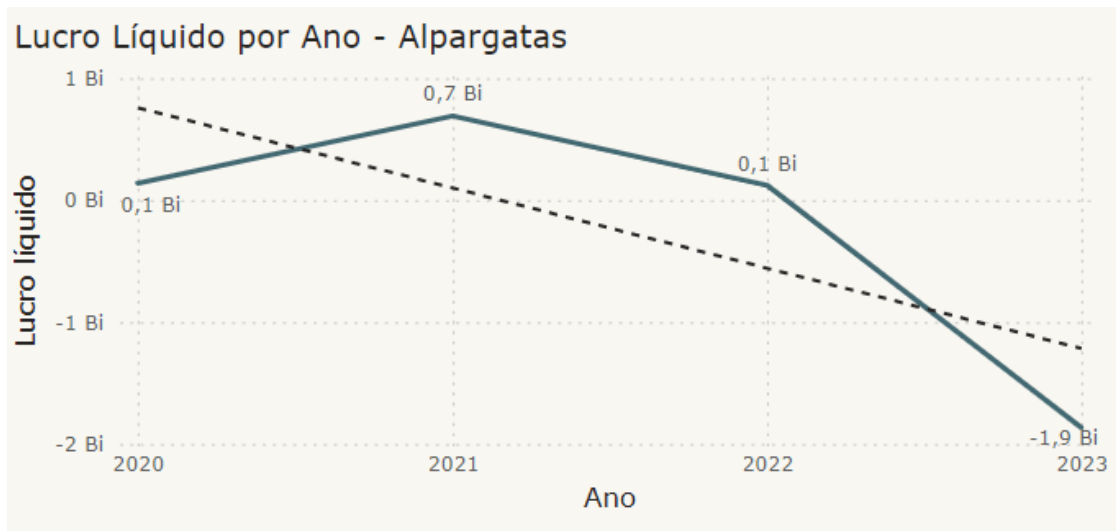
Veja:



Uma interpretação possível é que a empresa possui um nicho de mercado e tem conseguido manter sua participação nesse mercado – alguns chamam isso de fidelizar o cliente.

- Lucros:

Gráfico do lucro líquido da empresa:

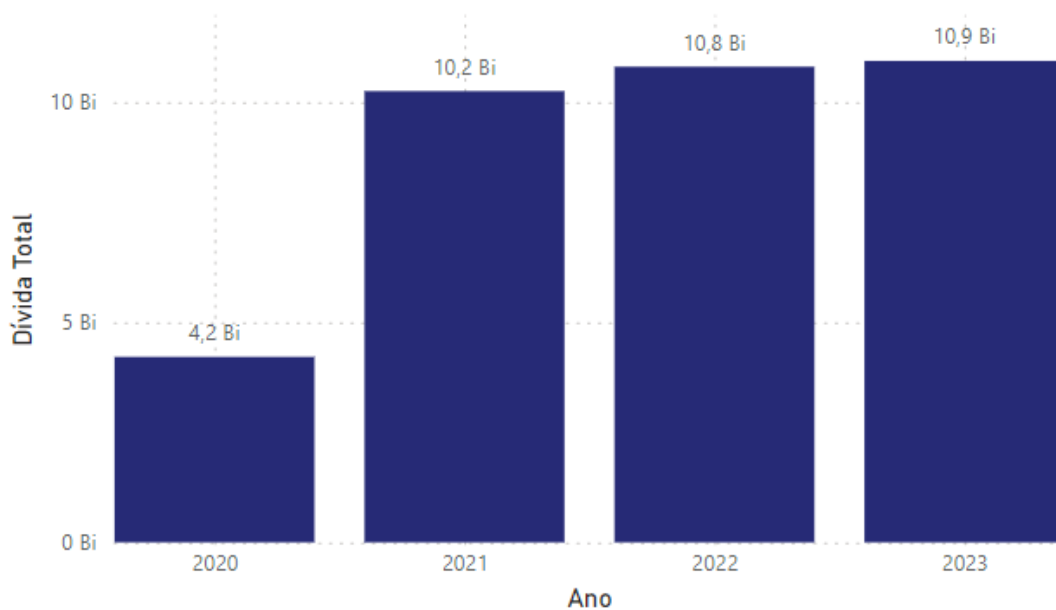


Perceba a queda em 2023. No período, as receitas se mantiveram mais ou menos o mesmo, mas o endividamento da empresa cresceu bastante – como já demonstrado.

2. Magazine Luiza:

- Endividamento:

Dívida Total por Ano



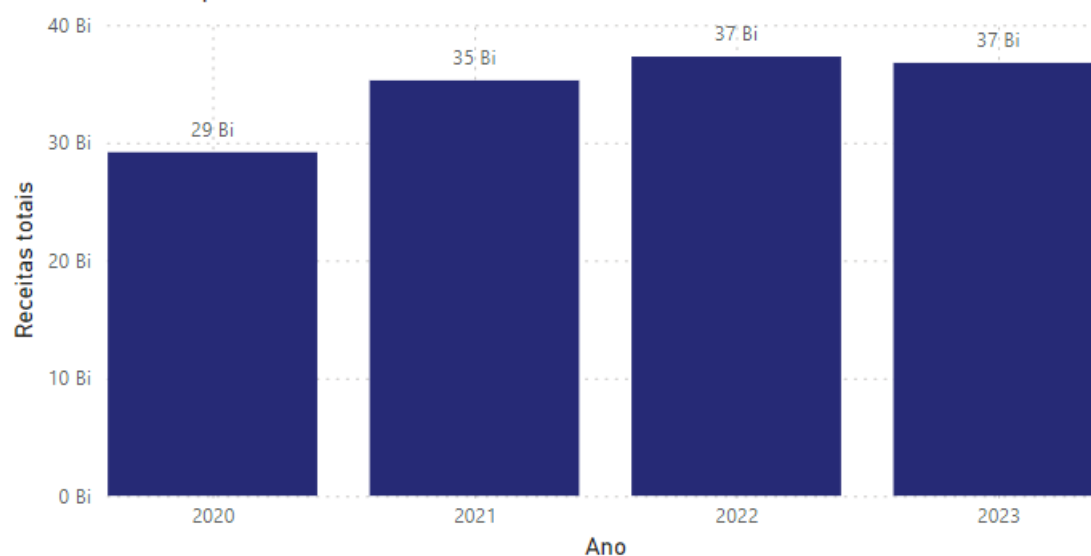
Perceba que o endividamento saltou na época da pandemia e depois se manteve estável desde então.

- Receitas e Lucro/Prejuízo:

No gráfico de Receitas percebemos uma tendência à estabilidade.

Veja:

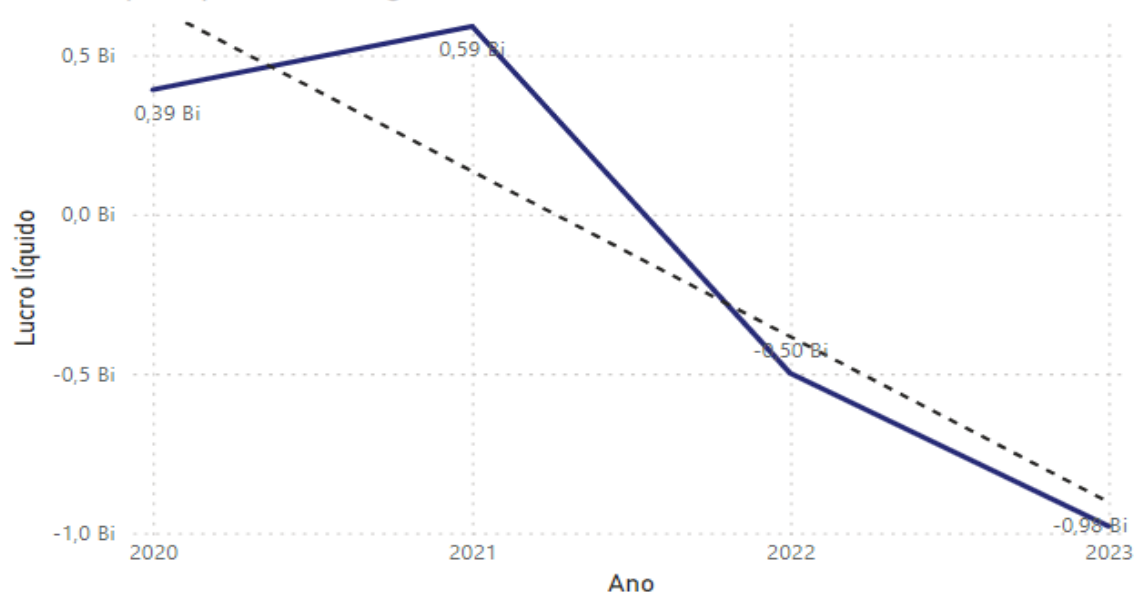
Receitas totais por Ano



No gráfico de lucros/prejuízos vemos que o lucro da empresa tendeu a cair mesmo com a estabilidade da receita.

Veja:

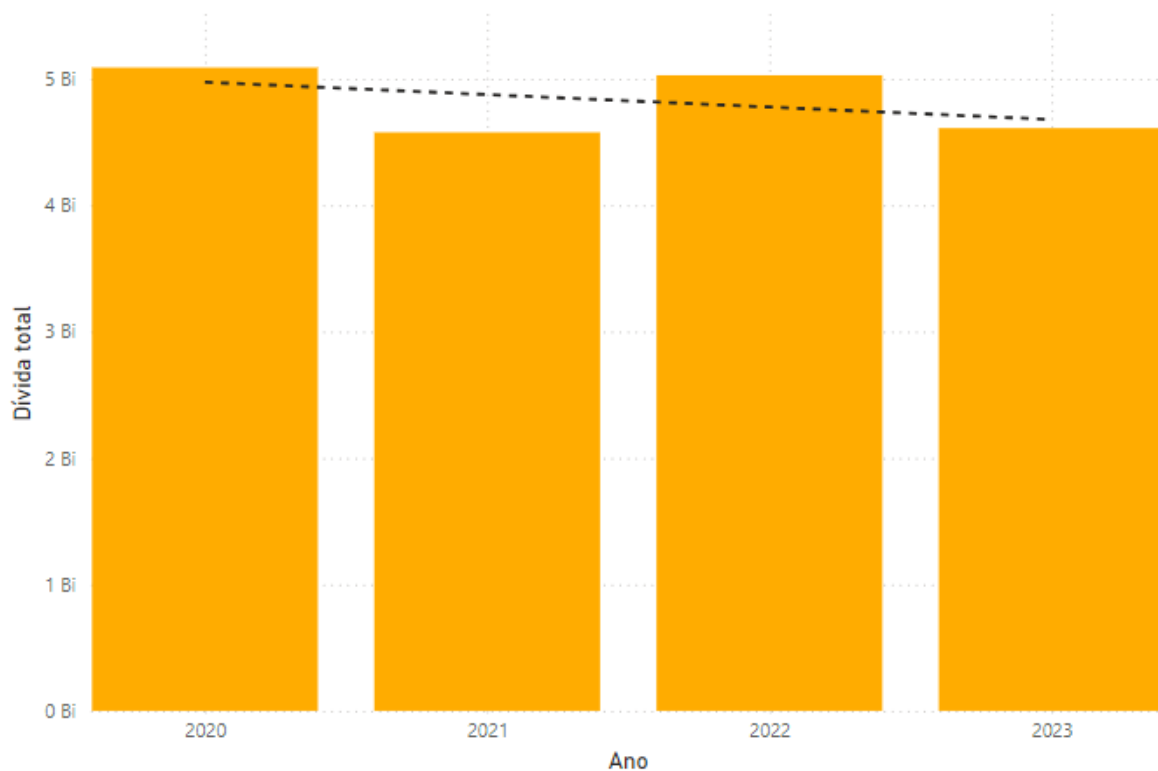
Lucro líquido por Ano - Magalu



3 – Grupo Guararapes

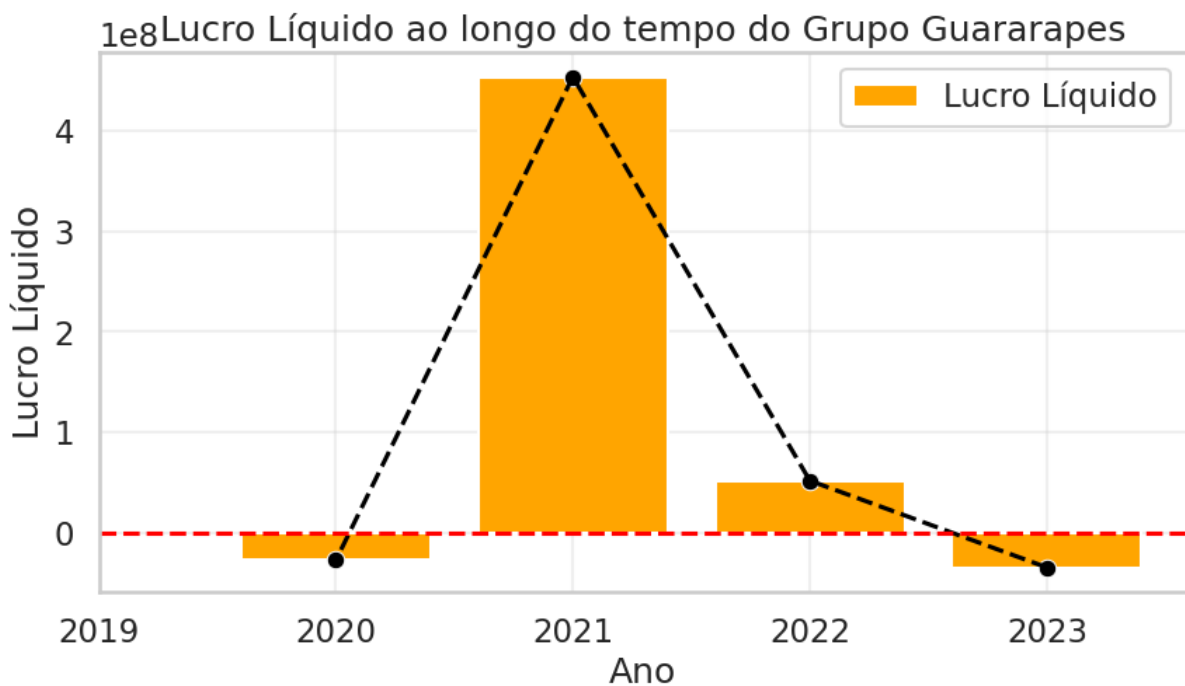
- Endividamento:

Dívida total por Ano - Guararapes



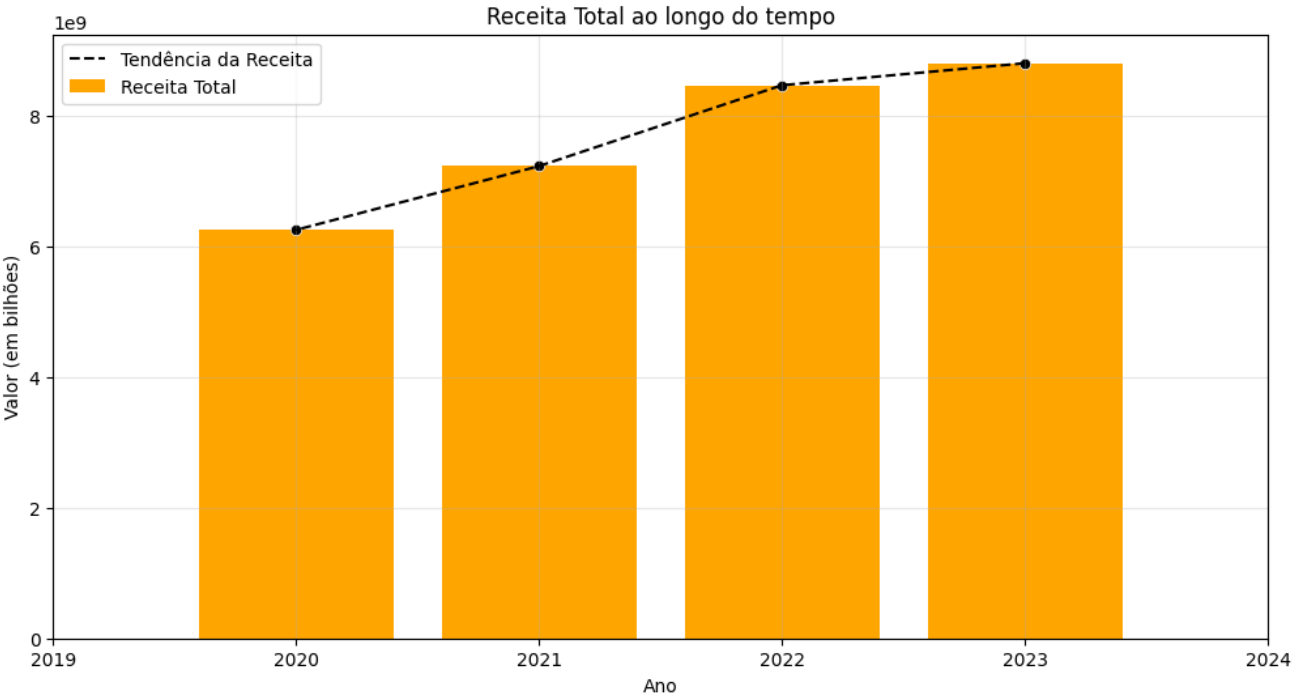
Veja que o endividamento da empresa basicamente se manteve estável ao longo dos últimos anos.

- Lucro Líquido:



Veja que gerar um lucro positivo é um desafio no varejo brasileiro. A empresa conseguiu ficar dois anos seguidos no positivo, com um recorde em 2021 e uma brusca queda em 2022, seguido de mais uma queda em 2023 que a levou a ter lucro negativo.

- Receita Total ao longo do tempo:



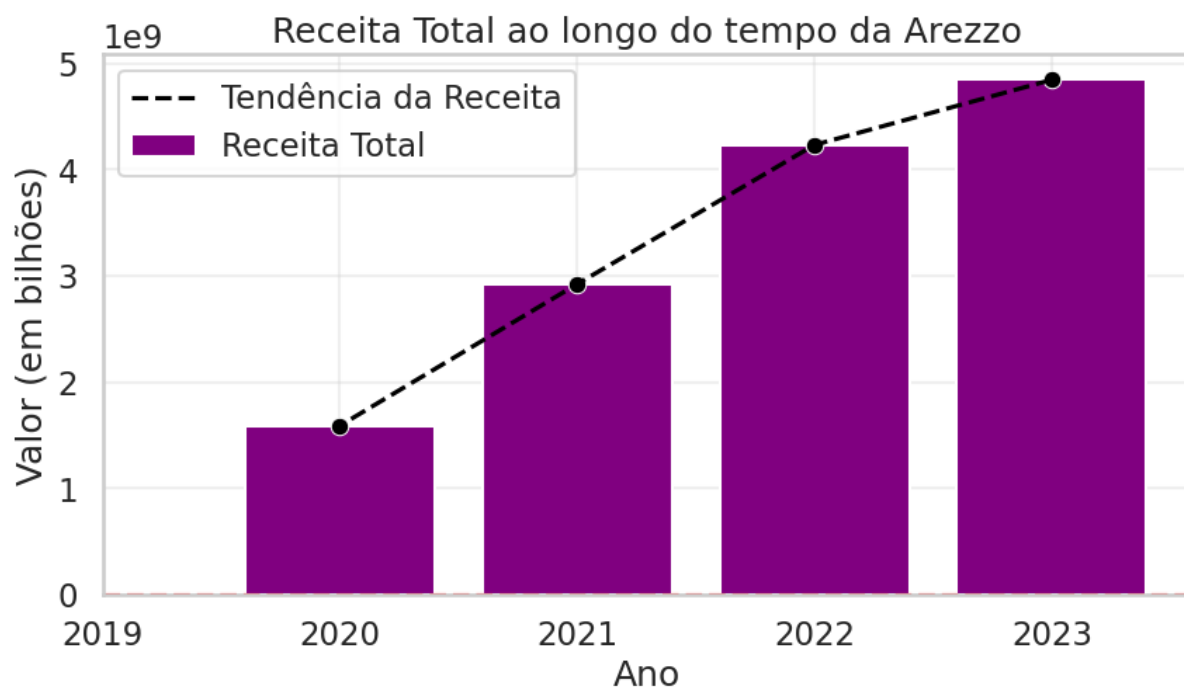
Veja que as receitas têm tido crescimentos e ano passado chegaram aos R\$8.79 bi.

Ano Receita Total em Bilhões

2023 8.79
2022 8.45
2021 7.22
2020 6.245

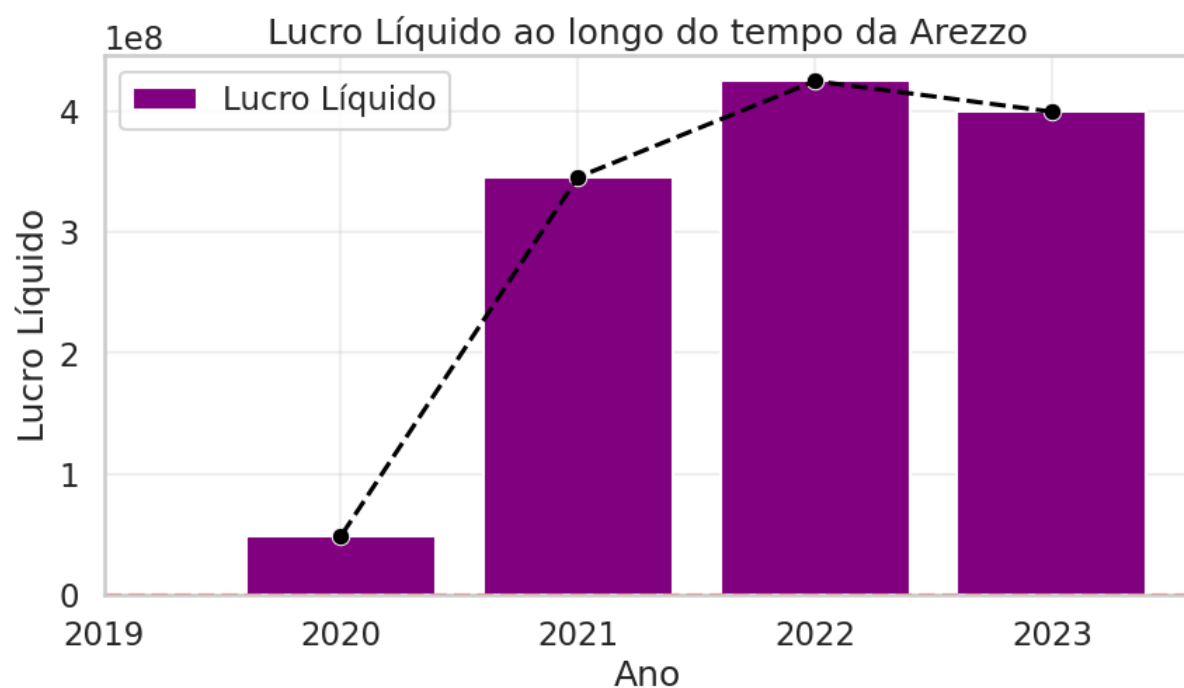
4 – Arezzo

Receitas:



Veja o crescimento consistente das receitas da empresa nos últimos anos.

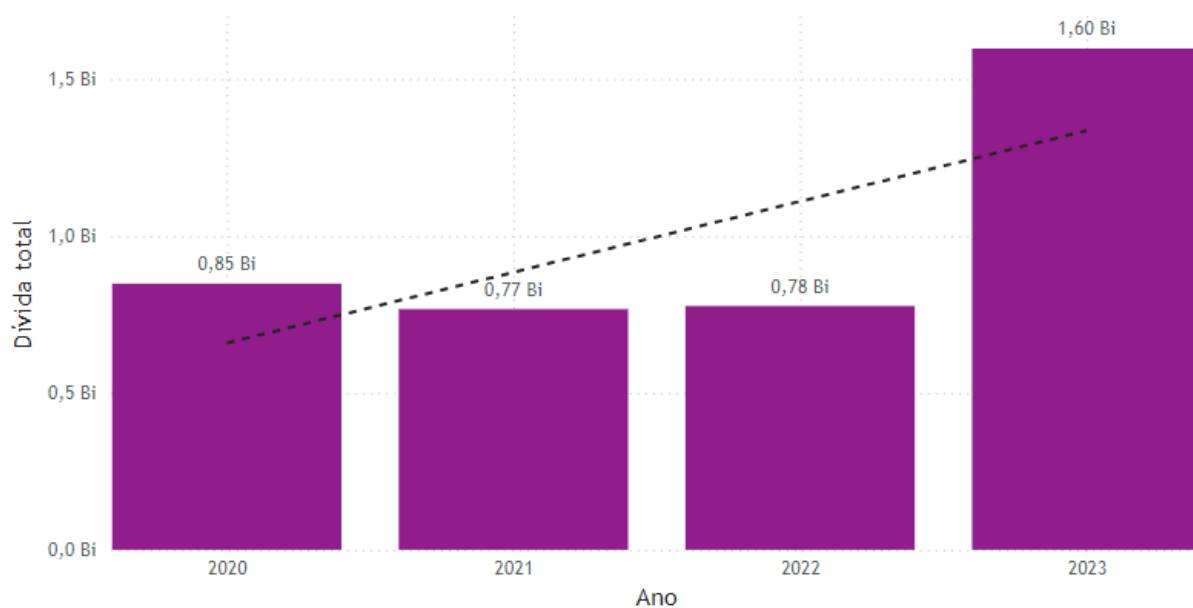
Lucro:



Os lucros da empresa também estiveram positivos no período. Sim, essa empresa conseguiu ter um bom desempenho mesmo no contexto desafiante em que se encontrava.

Endividamento

Dívida total por Ano - Arezzo



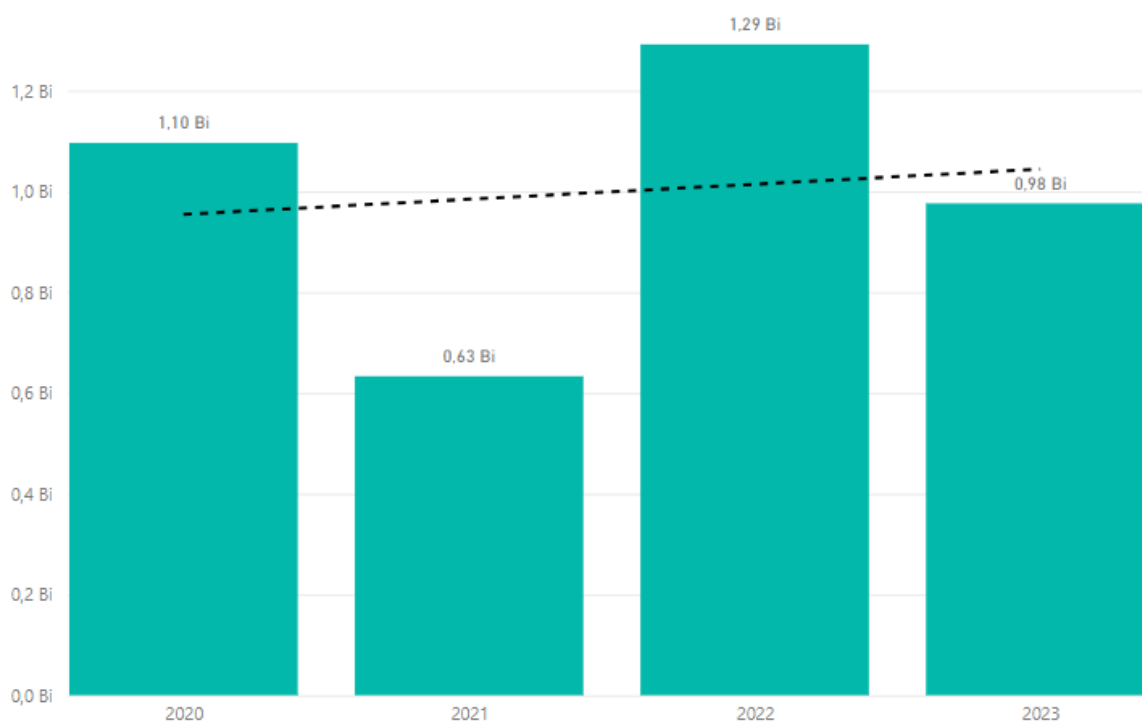
Veja que o endividamento da empresa deu um salto no último ano.

Perceba, portanto, que a empresa conseguiu se manter com tendência de lucro crescente mesmo tendo aumentado suas dívidas no mesmo período. Isso diminuiu o risco financeiro ocasionado por esse forte aumento do endividamento no período.

5 –Renner

Endividamento:

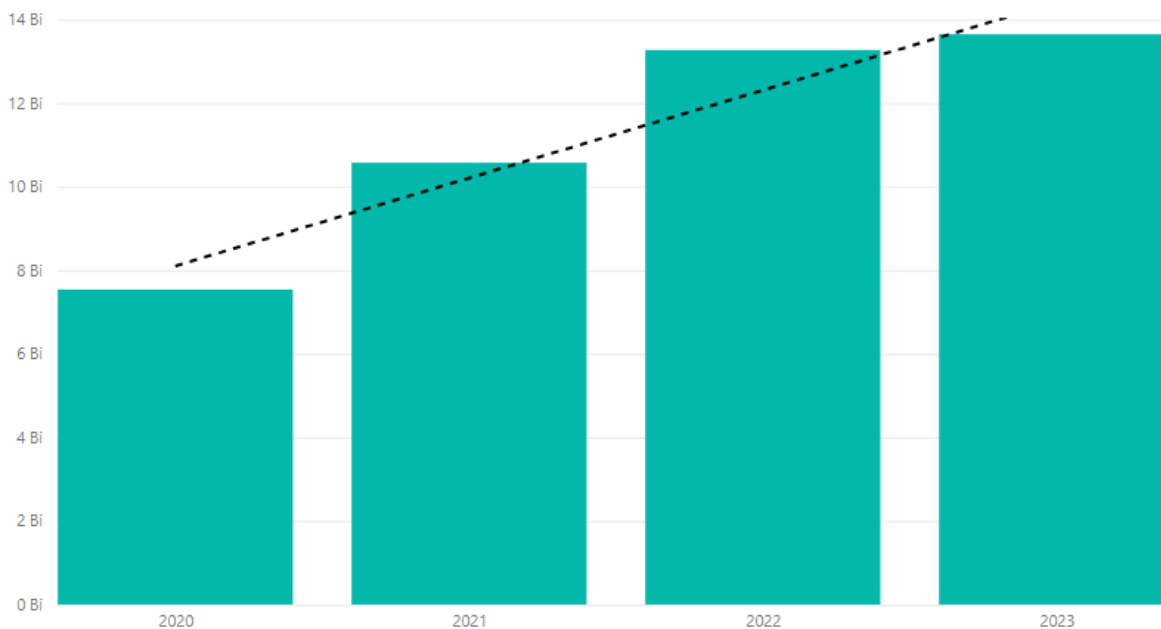
Lucro Líquido por Ano - Renner



Veja que o endividamento da empresa parece controlado – digo isso pela não ocorrência de grandes saltos de endividamento.

Receitas Totais:

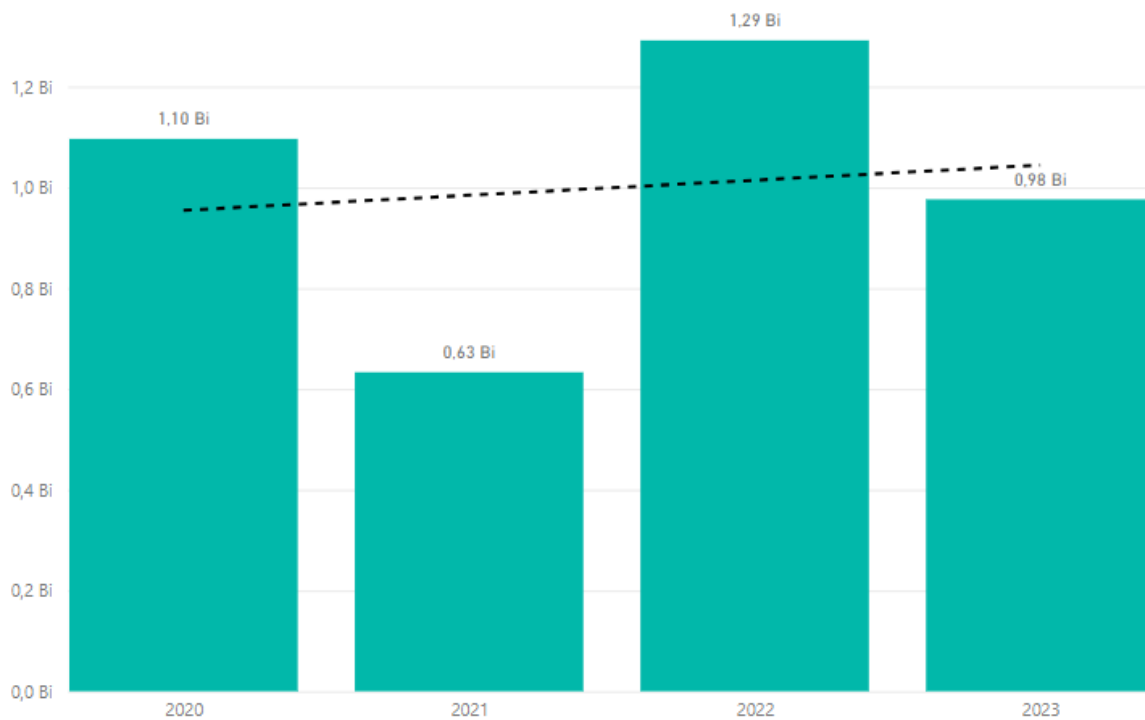
Receita Total por Ano - Renner



As Receitas têm crescido consistentemente.

Lucro Líquido:

Lucro Líquido por Ano - Renner



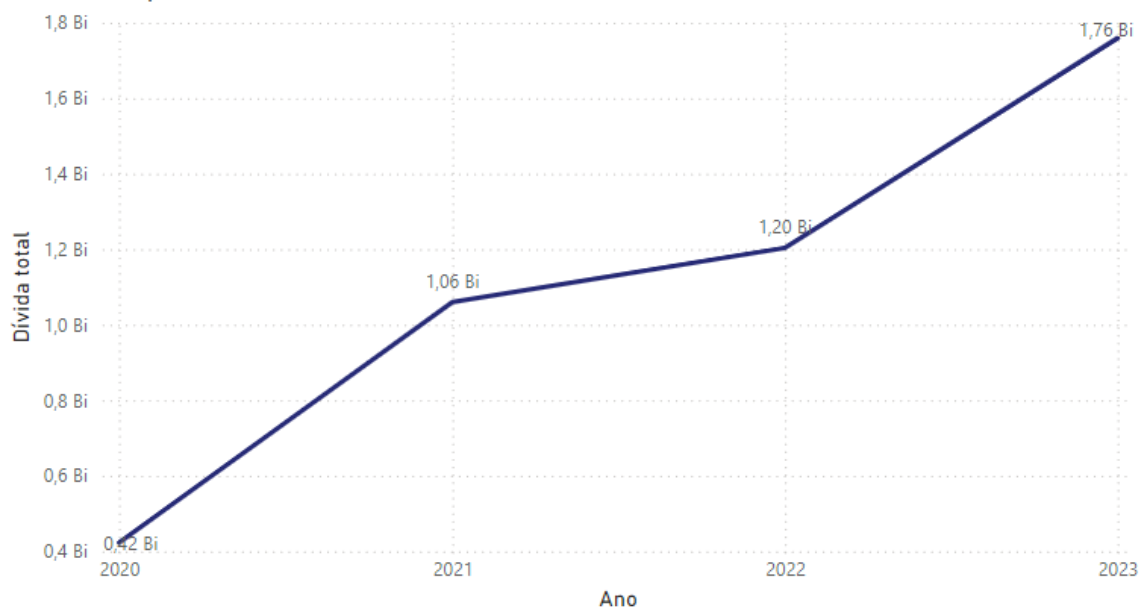
Veja o bom desempenho da Renner. Mesmo diante de todas as dificuldades ela continua tendo lucro positivo em todos os 4 anos anteriores – embora baixos, o que é normal no setor.

O desempenho dela nos últimos anos mostram como a Renner é uma empresa interessante que consegue continuar vendendo e tendo aumentos mesmo com a concorrência “desleal” asiática.

5 – Grupo Soma

Dívidas:

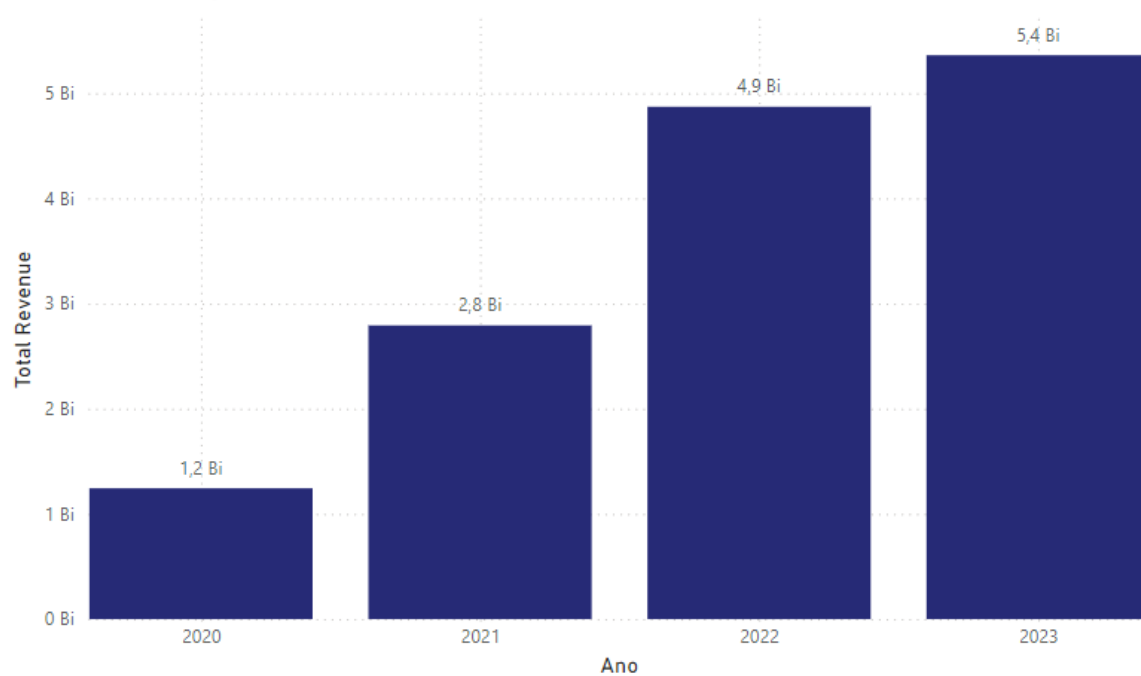
Dívida total por Ano



Veja o crescimento consistente do endividamento da empresa.

Receitas:

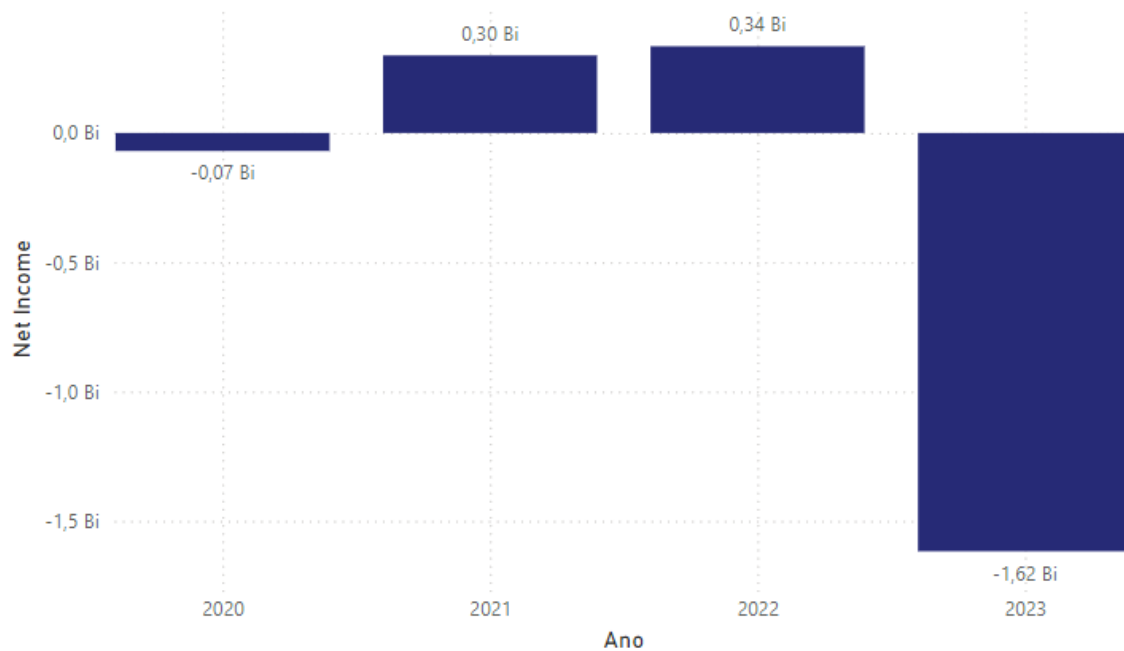
Total de Receitas por Ano



No entanto, perceba que apesar do crescimento das dívidas, ela tem conseguido ampliar suas receitas. Dessa forma, note que caso ela consiga controlar o endividamento ela pode sim voltar a obter bons resultados em termos de lucros.

Lucros:

Lucros Líquidos por Ano



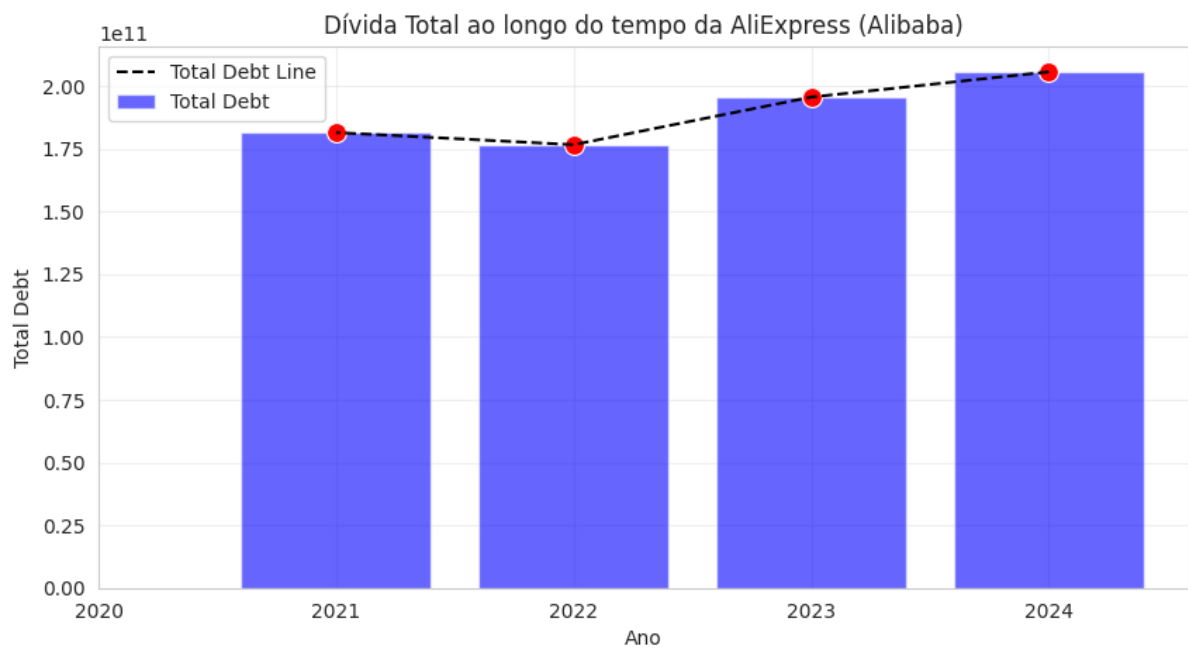
Veja como os lucros caíram absurdamente no último ano. Não é viável continuar assim. Ela deveria investigar por que seu endividamento aumentou tanto e controlar isso urgentemente, dado que tem obtido crescimento consistente das receitas, mesmo assim não consegue obter lucros positivos.

Desempenho de duas das maiores asiáticas: Alibaba e Shopee

Nessa parte do trabalho você perceberá que o desempenho em termos financeiros dessas empresas asiáticas tão competitivas não é nada fora da curva. O nível de lucratividade e endividamento e todos os fatores relevantes parecem comuns. A semelhança entre elas é: as receitas continuam aumentando ano após ano, refletindo o aumento da participação dessas empresas no mercado mundial.

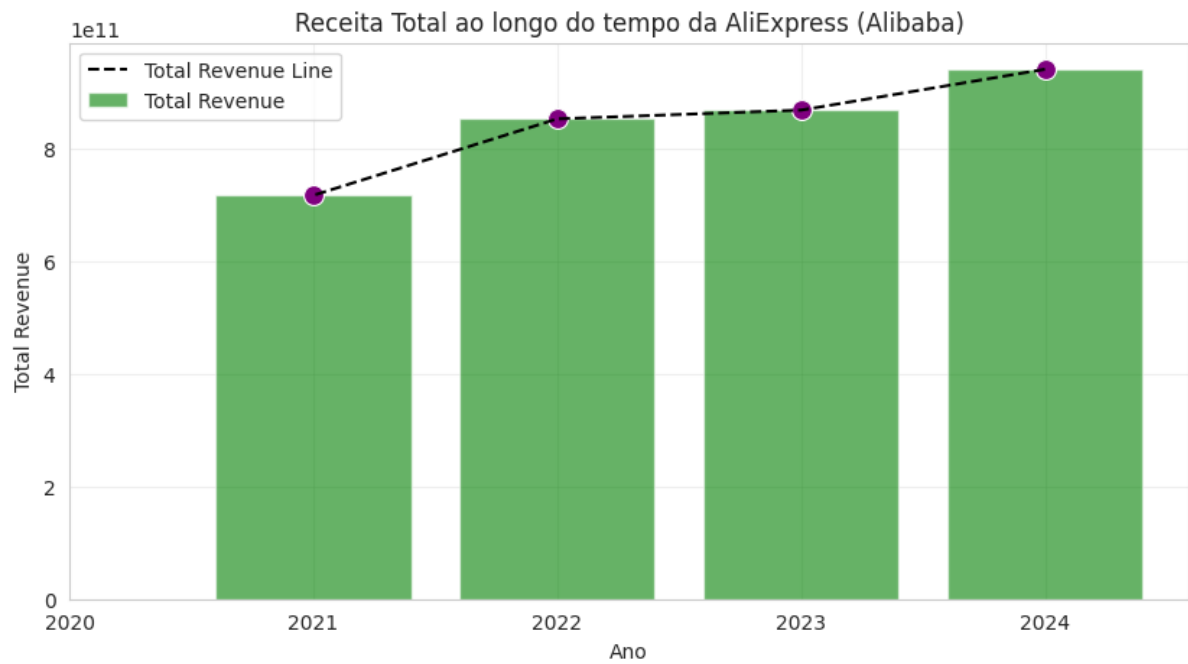
1 - Alibaba:

Dívidas:



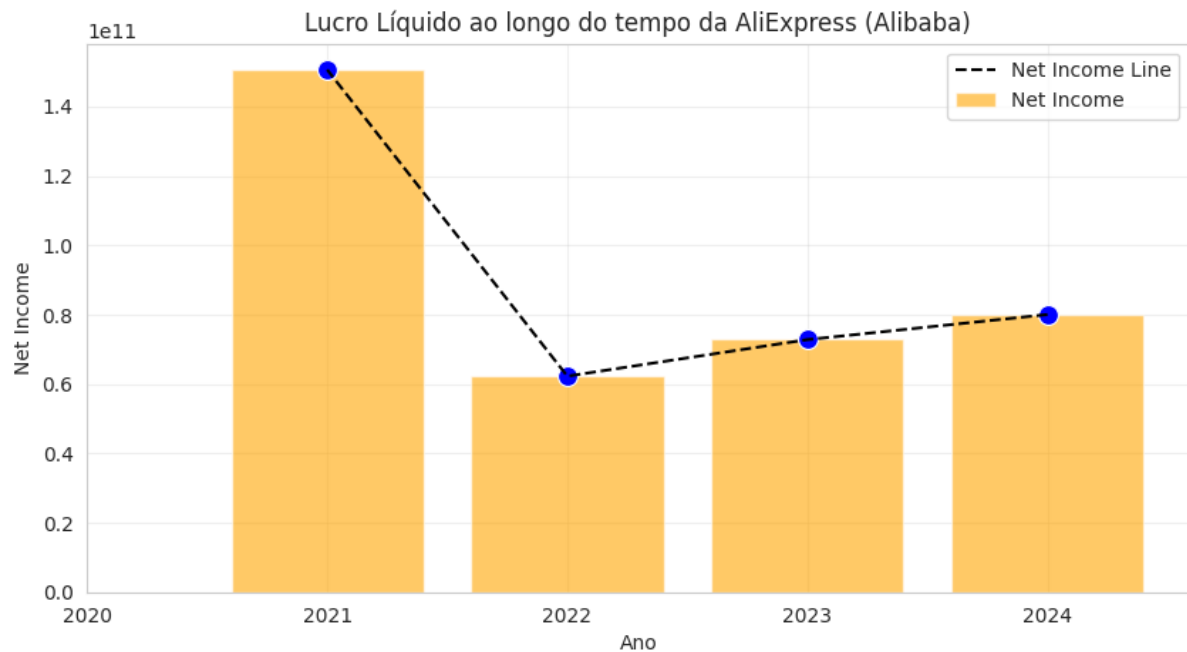
O endividamento está estável e estagnado.

Receitas:



As receitas crescem ano após ano.

Lucros:



Os lucros caíram, de 2021 para 2022, mas agora vêm voltando a subir mesmo que lentamente. Veja que o lucro caiu muito entre 2021 e 2022 mesmo com as receitas aumentando.

Shopee:

Dívidas:



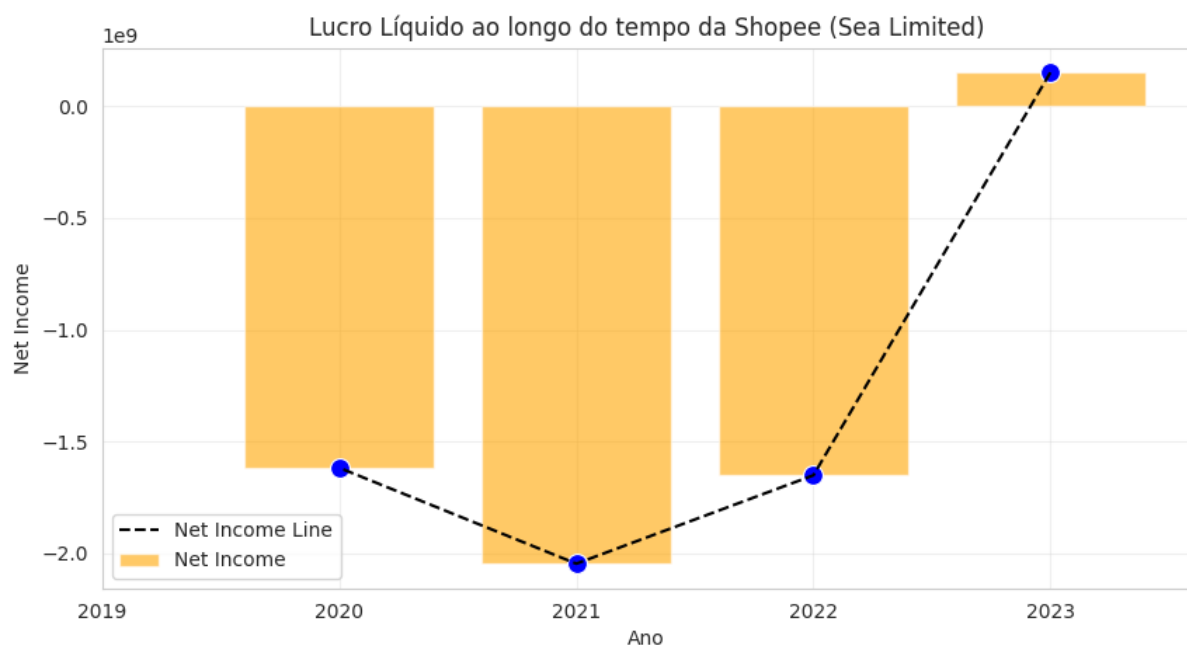
Veja que o endividamento parece controlado e estável, após o grande salto de 2020 para 2021 (pandemia).

Receitas:



As receitas crescem e muito ano a ano. Reflexo total de seus aumentos exponenciais de vendas ao redor do mundo.

Lucros:



A empresa finalmente teve um lucro positivo em 2023, mesmo diante dos consistentes aumentos de receita ano após ano. Isso faz parte da estratégia de rápida expansão. Ela não se importa com o lucro no primeiro momento, mas com o aumento da participação de mercado e receita. Opera feliz mesmo com prejuízo desde que sua participação continue aumentando. Ela utiliza de estratégia de preços ferozes para engolir a concorrência, mesmo tendo prejuízo, visando dominar o mercado!

Conclusão acerca das Varejistas asiáticas:

Essas empresas são ferozes. O plano delas parece ser se utilizar de suas vantagens de custos (menor taxa  o por dos países de origem, mão de obra barata e produtiva etc) para engolir a concorrência mesmo que isso acarrete perdas financeiras! Então, veja: mesmo se a opera  o estiver rodando em prejuízo elas parecem não se importar contando que a participa  o de mercado delas aumentem. Enquanto as empresas nacionais precisam operar visando ao lucro, com os custos envolvidos e dado as margens de lucro desejadas, as empresas asiáticas parecem querer ampliar sua participa  o de mercado a todo custo e dominar o mercado. Após isso, elas devem operar em um quase oligopólio e ampliar seus ganhos! Daí vem a estratégia de vender produtos com preços baixíssimos irreais para os concorrentes nacionais: a ideia    dominar o mercado brasileiro, quebrando a concorrência, visando ao domínio desse mercado!

Conclusão do Relatório: Análise de Algumas Varejistas Brasileiras

O relatório proporciona uma visão abrangente sobre o cenário varejista brasileiro pós-pandemia, destacando os desafios enfrentados por empresas nacionais e a ascensão de competidores asiáticos, especialmente chineses. Com base nas análises financeiras de seis varejistas brasileiras (Magazine Luiza, Grupo Soma, Lojas Renner, Arezzo & Co, Grupo Guararapes, e Alpargatas) e duas asiáticas (Shopee e Alibaba), algumas conclusões importantes podem ser tiradas:

Desafios e Competi  o no Setor Varejista Brasileiro

3. **Transforma  o Pós-Pandemia:** O setor varejista brasileiro enfrentou mudanças significativas, com o crescimento do e-commerce e a queda de tradicionais varejistas como Marisa e Americanas.
4. **Alta Competi  o:** O mercado varejista    caracterizado por alta competi  o devido    baixa barreira de entrada e    diversidade de opções para os consumidores, dificultando a forma  o de oligopólios ou monopólios.
5. **Impacto das Varejistas Asiáticas:** Empresas chinesas, com estratégias agressivas de preços baixos e rápida expansão online, aumentaram a competi  o, dificultando ainda mais a sobrevivência e crescimento das varejistas brasileiras.

Insights:

As empresas brasileiras não conseguem competir efetivamente com as asiáticas no cenário atual, o que pode resultar na quebra de grandes varejistas e na perda de empregos. Em resposta, o governo brasileiro implementou uma nova barreira tarifária para importa  es no setor, visando proteger os varejistas nacionais e aumentar a receita fiscal. No entanto, essa medida prejudica o consumidor, principalmente a classe média, que    a mais consumista. Para além disso, tal medida demonstra a incapacidade do governo de cortar gastos, já que ele optou por aumentar a tributa  o sobre o consumo sem a menor cerim  nia novamente, ao

invés de seguir os caminhos corretos, mas de efeitos apenas mais a longo prazo. Esse governo tem sim uma característica de preferir ações que tenha efeitos no curto prazo, mascarem o problema, mas não os resolvam.

Variáveis de longo prazo precisam ser lidadas como tais, caso contrário, os problemas com elas não se resolvem.

Sugestões para o Governo:

- **Atração de Empresas Asiáticas:**

- Em vez de apenas taxar importações, o governo deveria tornar o Brasil mais atraente para as empresas asiáticas, incentivando-as a gerar empregos locais.
- O Brasil, com sua grande população e renda média, é um mercado atrativo para vendas. No entanto, essas empresas não se sentem motivadas a produzir no país, apesar das vantagens de estarem próximas ao público consumidor.
- Veja: apenas taxar implicará em aumento de preços na média para o consumidor, menor demanda total do mercado, queda das importações, pequeno aumento de demanda por produtos nacionais e desestímulo a competitividade, apenas para citar algumas consequências.
- O ideal: estimular ainda mais a concorrência de forma tornar os produtos mais baratos aumentando a demanda por eles, mas sem precisar quebrar todas as nacionais. Como fazer isso? Difícil. Mas darei uma sugestão.

- **Estratégia de Incentivos:**

- Uma abordagem seria inicialmente taxar essas empresas asiáticas mesmo, mas criar um sistema de incentivos fiscais conforme elas estabeleçam produção no Brasil.
- Diminuir impostos para as nacionais, não apenas desse setor, mas para toda a sociedade, e implementar regras de taxaão para as asiáticas que diminuam gradualmente à medida que as empresas atinjam metas de produção local no território nacional.
- A consequência dessas medidas a longo prazo seriam, na teoria: aumento dos investimentos no país, aumento da competição, queda dos preços, aumento da produção nacional, mais empregos etc. O governo poderia sonhar em compensar a perda de receitas de curto-prazo, devido às quedas de impostos, com um aumento, a longo-prazo, da produção e consumo na sociedade.

Sonho distante!