

IMPACTOS CAUSADOS PELA PANDEMIA NOS PREÇOS DAS EMBALAGENS PARA PEQUENOS EMPREENDEDORES

Francisca Fabiana da Cunha Farias

Aluno do Curso Superior de Gestão de Negócios e Inovação da Instituição Fatec-Sebrae.

Miriã Minakawa

Aluno do Curso Superior de Gestão de Negócios e Inovação da Instituição Fatec-Sebrae.

Sâmia Maria Sales Wiethaus

Aluno do Curso Superior de Gestão de Negócios e Inovação da Instituição Fatec-Sebrae.

Vinícius Rezende

Aluno do Curso Superior de Gestão de Negócios e Inovação da Instituição Fatec-Sebrae.

Sidoney Onézio Silveira (Orientador)

Mestre; Professor do Curso Superior em Superior de Gestão de Negócios e Inovação da Instituição Fatec-Sebrae

Resumo

A pandemia causada pelo COVID-19 impactou o mundo inteiro, diversos mercados e indústrias, assim como a gestão logística de diversas empresas que precisaram ser repensadas, tal como os pequenos negócios. A alta demanda gerada por pedidos online levou a indústria de embalagens gerar muitas vendas, o que ocasionou a falta da matéria prima essencial para a fabricação do papelão: a celulose. O presente estudo busca entender como a falta dessa matéria prima e outros fatores envolvidos impactaram a indústria como um todo, resultando na alta excessiva dos preços das embalagens.

Editor Geral

Prof. Dr. Mário Pereira Roque Filho

Organização e Gestão

Prof. Ms. Clayton Pedro Capellari

Correspondência

Alameda Nothmann, nº 598 Campos Elíseos, CEP 01216-000 São Paulo – SP, Brasil.

+55 (11) 3224.0889 ramal: 218

E-mail: f272dir@cps.sp.gov.br

O objetivo é compartilhar os impactos gerados para os pequenos negócios que foram os mais afetados com a crise pandêmica, a fim de entender as soluções utilizadas pelos mesmos e compartilhar em formato de artigo científico os resultados obtidos. A metodologia aplicada foi de cunho bibliográfico para as pesquisas gerais e qualitativo realizadas diretamente com os fornecedores de embalagens e pequenos empreendedores.

Palavras-chave: embalagem, pandemia, logística

Abstract

O objetivo é compartilhar os impactos gerados para os pequenos negócios que foram os mais afetados com a crise pandêmica, a fim de entender as soluções utilizadas pelos mesmos e compartilhar em formato de artigo científico os resultados obtidos. A metodologia aplicada foi de cunho bibliográfico para as pesquisas gerais e qualitativo realizadas diretamente com os fornecedores de embalagens e pequenos empreendedores.

Palavras-chave: embalagem, pandemia, logística

Introdução

Nas últimas décadas, o mundo passou por grandes transformações sociais, culturais e econômicas. Graças aos avanços da tecnologia o mundo foi se tornando cada vez mais globalizado. É possível observá-lo como uma rede integrada, sendo a logística uma grande contribuidora para com isso. Quando falamos de logística, logo se pensa em produtos transportados, contudo, os produtos não podem ser movimentados, transportados ou armazenados sem o uso de embalagens, tudo como forma de garantir sua integridade. A embalagem não só envolve o produto final, como também está presente na armazenagem e fabricação dos produtos.

Diante da crise causada pela pandemia do *Covid-19*, o mundo se viu em um grande colapso que rapidamente impactou a logística internacional e local. As entregas de produtos e alimentos em domicílio aumentaram em um nível nunca visto antes na sociedade, o que gerou diversos problemas de sustentabilidade e demanda.

Justificando assim o desenvolvimento deste trabalho levando em consideração enxergar se a indústria se mostrou preparada ou não, e quais possíveis atitudes através da exploração do tema futuramente ela poderá tomar para lidar da melhor forma diante de problemas vindouros.

1. OBJETIVOS

O objetivo do trabalho tem por sua vez guiar os pesquisadores evidenciando o problema a qual será abordado no presente trabalho. Segundo Gonsalves (2001), os objetivos devem ser reais e tangíveis ao ponto que seja possível sua execução dentro do tempo disponível.

Sendo assim, o objetivo geral deste artigo consiste em reunir informações através de pesquisas qualitativas e bibliográficas, a fim de obter informações sobre a indústria da embalagem e seus adeptos, durante a crise do Covid-19 para fins de consultoria futuras para interessados na área.

Já o objetivo específico é avaliar mais a fundo através das pesquisas diretamente com fornecedores de embalagens e empreendedores de pequenos negócios como a alta na demanda por esse tipo de produto causada pela crise vivida impactou a indústria como um todo, desde os efeitos da pandemia até a escassez de insumos para produção de novas embalagens, buscando as soluções utilizadas pelos envolvidos para compartilhar de forma livre a outros gestores, em prol de tomarem as melhores decisões em momentos de crise como essa.

2. METODOLOGIA

A pesquisa foi desenvolvida inicialmente com base em consultas de referências bibliográficas de artigos e revistas para conhecimento prévio e introdutório do tema abordado. Na sequência foi aplicado o método qualitativo que segundo CRESWELL (2010), tem por fundamento explorar tal problema que um indivíduo ou grupo procura solucionar. Desta forma, possibilitou o entendimento mais aprofundado dos detalhes e da complexidade das informações obtidas. Com base nisso, buscou-se validar através dos empreendedores se a alta de preços das embalagens havia afetado seus negócios, enquanto que os fornecedores se houve impacto na cadeia de suprimento de matéria prima.

O campo de pesquisa contou com pequenos empreendedores de diversos nichos e fornecedores de embalagens de papelão ondulado, totalizando dezesseis empresas, sendo seis fornecedores e dez empreendedores. As empresas foram selecionadas de forma abrangente em todo o estado de São Paulo. O meio utilizado foi definido com perguntas diretas e padronizadas sobre o tema, formuladas e enviadas por canais de comunicação como WhatsApp, Instagram, e-mail e telefone.

Após a coleta e organização das informações foi realizado a análise qualitativa das mesmas a fim de entender o impacto da pandemia nos negócios desses comerciantes e fornecedores.

3. DESENVOLVIMENTO

No decorrer da pesquisa houveram subtemas nos quais nos aprofundamos para realizar o artigo. O primeiro foi sobre embalagens, onde vimos que existem tipos específicos do produto, como embalagem primária, secundária e terciária. O segundo subtema foi sobre a pandemia do coronavírus, onde foram identificados diversos pontos que impactaram as vendas dos fornecedores e comerciantes no período pandêmico e pudemos obter resultados do impacto causado. No terceiro, com foco nos fornecedores, observamos o uso de papel ondulado, suas vantagens e seu valor no segmento. E no último subtema sobre empreendedores, vimos o que eles tiveram que mudar para se adaptar ou permanecer com as vendas de seus produtos, pois alguns sofreram muito com a vinda da pandemia e outros já haviam se preparado caso as vendas não atingissem as metas estipuladas para o negócio.

3.1 Embalagens

A embalagem participa do sistema logístico e tem como principal objetivo a redução de custo de entregas e aumento das vendas, assegurando também que o produto chegue em perfeitas condições ao consumidor final (NOVAIS, 2009).

Segundo Leite e Silva (2010), as embalagens podem ser classificadas como:

- **Embalagem primária ou vendas:** esse tipo de embalagem é visível aos olhos do consumidor, a mesma mantém-se em contato direto com o produto e tem como

finalidade de contê-lo, armazená-lo e protegê-lo. Possui diversas formas, tais como: latas, sacos, potes, garrafas, sacolas, papelão, entre outras;

- **Embalagem secundária ou coletiva:** é o tipo de embalagem que consiste em guardar ou agrupar embalagem primárias, sendo mais comum se apresentarem em formato de caixas de papelão ou plástico;
- **Embalagem terciária ou transporte:** é o tipo de embalagem que reúne embalagens primárias e secundárias, muito utilizado para transportar o produto da fábrica a revenda ou distribuição. Cujas estão em formas de pallets ou contêineres e as caixas de papelão.

Na identificação dos tipos de embalagem é importante analisar sua utilidade em determinada fase do produto. Sua aplicação não se limita apenas a proteger ou transportar, como também de guardar adequadamente o produto, com objetivo de estender a validade; ser funcional, para facilitar a utilização do conteúdo; identificar e informar; formar e tornar uma imagem sólida no mercado; promover e vender; atribuir valor ao produto.

Ainda, segundo Leite e Silva (2010), a embalagem é definida como um sistema, o qual possui funções técnicas e comerciais e tem por finalidade empacotar, proteger (da fabricação ao consumo), identificar, informar, promover e vender um produto.

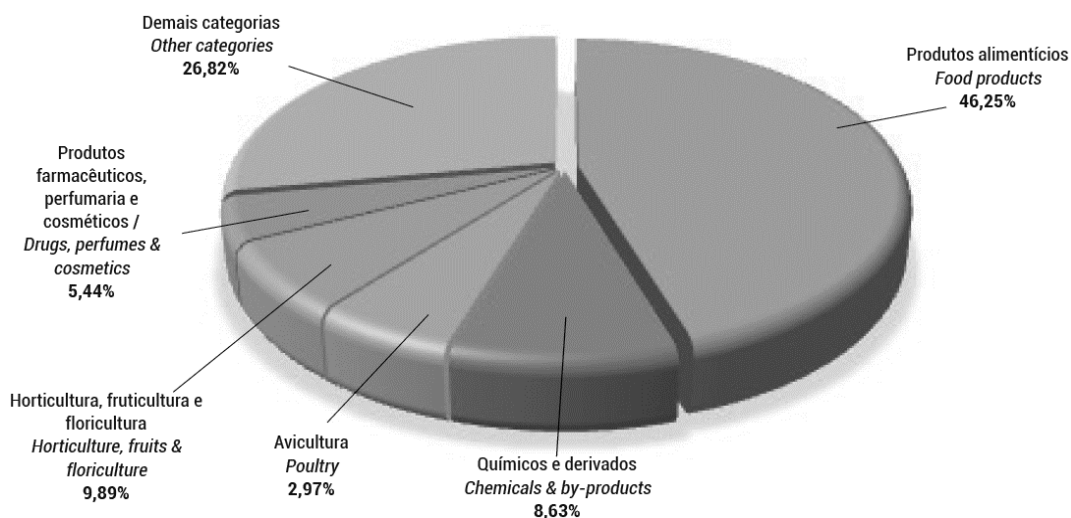
As embalagens mais utilizadas, principalmente em cargas avulsas ou desmembradas, são as de papelão. Para o transporte de produtos frágeis, a embalagem de papelão ondulado apresenta maior possibilidade de segurança e proteção a danos. Uma das características mais importante dessa embalagem é que elas podem ser derivadas de papel reciclado ou de fibras naturais de florestas planejadas, o que valida a importância desse tipo de embalagem frente a proteção do meio ambiente.

Cada vez mais os setores de expedição de uma empresa estão optando pelo uso de embalagem de papelão ondulado. Isso porque, além do meio ambiente, elas oferecem uma proteção maior ao produto do que as embalagens de papelão simples, seu custo é menor em relação às embalagens plásticas além disso são proporcionalmente mais leves (NOVAIS, 2009).

Nos últimos anos houve um crescimento no consumo de caixas, chapas e acessórios de papelão ondulado aqui no Brasil. Segundo a Revista O Papel (2021), foram expedidos em novembro de 2020 o total de 337.081 toneladas de papelão

ondulado, esse volume representa um crescimento de 4,1% em relação ao mesmo mês do ano anterior. Os setores que utilizam desse tipo de embalagem foram os produtos alimentícios; químicos e derivados, aviculturas; horticultura, fruticultura e floricultura; produtos farmacêuticos, perfumarias e cosméticos; e demais categorias. Conforme **Gráfico 1** é possível observar que os setores de produtos alimentícios e demais categorias foram os que mais utilizaram esse tipo de embalagens.

Gráfico 1 - Distribuição setorial da expedição de caixas e acessórios (em toneladas)



Fonte: Revista O Papel, jan. 2021.

3.2 Pandemia

O *Covid-19* afetou diversos cenários no mundo inteiro e no que se refere a logística de embalagens não foi diferente. Durante a pandemia, por um determinado período, foi decretado o fechamento de comércios e distanciamento social, com o intuito de preservar a integridade da população, tornando-se um momento propício para novos hábitos de consumo dentro da sociedade, impactando diretamente os diversos setores, como o de papel e embalagem.

Segundo o Boletim Estatístico Mensal Associação Brasileira do Papelão Ondulado (ABPO), divulgou que a expedição de caixas, acessórios e chapas de papelão ondulado foi de 345.986 toneladas em agosto de 2020, volume superior em 8,1% em relação ao mesmo mês em 2019, podendo assim identificar que um dos impactos causados pela pandemia foi o aumento na demanda pela produção de embalagens de papel, impactando no consumo, cuja é um dos fatores que sofreu impacto por causa da pandemia, tendo um crescimento significativo, principalmente

pela facilidade que hoje é disposta às pessoas para a realização de compras através do virtual, ou seja, o E-commerce.

Segundo pesquisa realizada pelo VIAVAREJO, no primeiro trimestre de 2020 o e-commerce cresceu 52% em relação ao mesmo período do ano anterior (2019); no semestre seguinte o obteve um crescimento de 279,6% em relação ao mesmo período do ano antecedente, estimando o impacto das medidas de isolamento seguindo a mesma lógica do trimestre anterior, baseado no crescimento de 2019, chega-se ao valor de R\$4 bilhões em vendas adicionais, sofrendo aumento nos próximos trimestres daquele ano.

O aumento do consumo e conseqüentemente de entregas gerou dentro dos setores a necessidade de produzir mais embalagens a fim de atender as demandas dos clientes. De acordo com Bicigo, Domingues, Antunes, Mariani (2021), um dos setores que mais obteve crescimento durante o período pandêmico foi a indústria de papelão.

Ainda que a indústria tenha mostrado crescimento, a economia foi um dos fatores que mais obteve impacto com a pandemia do coronavírus, não só no Brasil, mas no mundo todo devido a inúmeros fatores, sendo um dos principais a diminuição do poder aquisitivo.

De acordo com Dweck et. al apud Ferreira (2021), a queda estimada no consumo das famílias na comparação com 2019 é de 3,8%, enquanto retração potencial das ocupações ao longo do ano é de 7,9%. O estudo realizado apresentado, leva em conta as reduções de carga horárias dos trabalhadores ou efetivas demissões. No que se trata o equilíbrio fiscal, estima-se que a queda da arrecadação de ICMS seja de 8,2%, inferior à retração estimada do PIB, de 6,4%. Ainda, no âmbito dos indicadores de utilização da capacidade produtiva, que antes da crise já apontavam para uma ociosidade média em torno de 30%, subiram para 50% nos primeiros dados divulgados, o que denota um cenário onde os custos fixos passam a ser muito onerosos para as companhias, levando-as a tomarem certas ações para poderem se manter no mercado (Dweck et. al apud Ferreira 2021).

Ainda, vale ressaltar que além dos impactos abordados anteriormente, a matéria prima também foi impactada pela alta demanda, gerando escassez e conseqüentemente o aumento nos preços para produção. Segundo Ferreira 2021 em uma pesquisa realizada com uma fábrica de embalagens ao ser comparado com o ano de 2019, a demanda experimentou um aumento de 35% e 54% no que se refere ao

peso faturado e à receita de vendas, respectivamente. Esse desequilíbrio entre os crescimentos da demanda revela ainda um aumento no preço cobrado por quilograma na ordem de 14%, em decorrência da maior participação da categoria de ondulados, que possui um valor agregado maior, no faturamento da empresa. (FERREIRA 2021).

Por fim, ao que se refere a logística o maior impacto foi notado dentro dos suprimentos, da frente de gestão de materiais e estoques, e no nível de serviço.

3.3 Fornecedores

De acordo com Vidal (2012), a produção de papel ondulado é realizada por duas folhas de papel chamadas de *liners* (*kraftliner* com fibras virgens e *testliner* com aparas de papel). Esse tipo de papelão é o mais consumido no mundo, já que tem alta versatilidade, é reciclável e sustentável, sua tendência é só crescer, pois as perspectivas são boas para o setor.

O produto possui muitas vantagens, o que torna a embalagem competitiva no mercado, pois a função de proteger produtos sensíveis é excelente. Com base no argumento de (VIDAL, 2012, p. 7) “O papelão ondulado também garante às caixas de transporte a resistência necessária para proteção interna, manuseio, estocagem e todos os tipos de situações que um produto embalado enfrenta desde sua origem até chegar ao consumidor final”.

De acordo com o site da ABPO (Associação Brasileira de Papelão Ondulado) a indústria produz papelão reciclável, em que o mesmo também pode ser reutilizável, e não prejudica o meio ambiente, tem como visão o diferencial ambiental, onde quer criar mais oportunidades de negócios e embalagem em ampliação de mercado.

Segundo o portal de notícias IstoÉ Dinheiro (2020), a ABPO sofreu grande impacto durante a pandemia de *Covid-19*, principalmente no aumento de produtos químicos pela alta do dólar. A presidente da Associação Brasileira de Papelão Ondulado, Gabriella Michelucci, disse que 70% do que o setor de papelão fabrica no país é feito de material reciclável. E logo no começo da pandemia de coronavírus, os municípios foram obrigados a suspender a separação de lixo para a reciclagem pelo risco de contaminação dos trabalhadores.

Os resíduos, em vez de irem para a indústria, foram direcionados aos aterros. Devido a isso, o insumo foi reduzido substancialmente no mercado, ocasionando alta nos preços.

3.4 Empreendedores

Segundo Hisrich et al. (2004), entende-se como empreendedor aquele que age diante de uma oportunidade, que por sua vez, precisa ser avaliada a fim de entender se essa oportunidade vale ou não a pena ser trabalhada, essa avaliação é feita em dois estágios:

1. A percepção do indivíduo de que há uma oportunidade a ser aproveitada;
2. Determinar se esta representa uma oportunidade para ele.

Assim, o empreendedor avalia a viabilidade da ideia, dado sua atratividade, nível de motivação e conhecimento perante o assunto. O empreendedorismo é importante no crescimento e na prosperidade de nações e regiões, o indivíduo empreendedor que encontra uma oportunidade lucrativa e age sobre ela, tem uma função importante na criação e crescimento de novos negócios. As oportunidades empreendedoras são entendidas como “situações nas quais novos bens, serviços, matérias-primas e métodos organizacionais podem ser introduzidos e vendidos por um valor maior do que seu custo de produção”.

Durante a pandemia, empreendedores de pequeno porte sofreram muito com os impactos da crise *Covid-19*, segundo uma pesquisa realizada pela Confederação Nacional da Indústria (CNI) mostra que 70% das pequenas empresas têm dificuldade em atender seus clientes por conta da falta de insumos de embalagens, devido a estrutura reduzida e menor fluxo de caixa, o que os tornam mais suscetíveis aos efeitos da crise (Revista PEGN).

4. RESULTADOS

Os resultados apresentados a seguir foram imprescindíveis para a conclusão da nossa pesquisa, com o objetivo de confirmar hipóteses causadas durante a pesquisa de cunho teórico realizada anteriormente.

A pesquisa exploratória qualitativa teve questões sucintamente elaboradas pelo próprio grupo de pesquisa, a fim de primeiramente, confirmar hipóteses causadas durante todo o processo de embasamento teórico, em seguida buscando estatísticas e soluções utilizadas perante a crise.

Para início da pesquisa tentamos contato com trinta e cinco fornecedores, e quarenta empreendedores, mas tivemos retorno de somente seis fornecedores e dez empreendedores, totalizando dezesseis participantes, a fim de entender na raiz do problema, quais foram os métodos e soluções desenvolvidas para amenizar os impactos causados pela pandemia.

As hipóteses teóricas foram prontamente respondidas e confirmadas durante a pesquisa, assim como a apresentação das soluções utilizadas por parte dos fornecedores e empreendedores para contornar os efeitos da crise.

Os resultados da pesquisa apresentados a seguir contam com o intuito único de compartilhar para demais fornecedores de embalagens e pequenos empreendedores como agir estrategicamente ao avaliarem os riscos de uma futura crise que possam vir a suceder em seus negócios, desta forma, acreditamos que expondo os resultados aqui presentes podemos contribuir positivamente para os próximos gestores aprenderem com os erros e tomarem atitudes mais assertivas para seus empreendimentos.

4.1 Fornecedores

A pesquisa realizada com os fornecedores tinha por objetivo fornecimento de informações sobre a indústria do papel e embalagens durante o período pandêmico, se realmente houve um impacto significativo nesse período e quais teriam sido os efeitos.

Dentre os questionamentos realizados, o principal foi referente a alta demanda de compras e a escassez da matéria prima, e como esses fatores teriam afetado o negócio desses fornecedores.

A seguir, estão os resultados das respostas enviadas pelos seis fornecedores referentes a cada uma das questões levantadas, conforme a **Tabelas 1 e 2**.

Tabela 1 – Pergunta referente a alta na demanda por embalagens durante a pandemia

Pergunta:	Ocorreu uma alta na demanda por embalagens durante a pandemia?	
Resposta:	Sim	Não
Número de respostas:	6	0

Fonte: Produzido pelos autores (2022)

Tabela 2 – Pergunta referente a escassez da matéria prima para fabricação de embalagens

Pergunta:	A escassez da matéria prima para fabricação de embalagens afetou o seu negócio?	
Resposta:	Sim	Não
Número de respostas:	4	2

Fonte: Produzido pelos autores (2022)

Após análise dos retornos obtidos desses fornecedores, foi possível compreender que os mesmos sentiram uma demanda maior por embalagens no período de pandemia. A alta demanda teria se iniciado em junho de 2020, todavia, o pico em abril de 2021. Nesse mesmo período houve um aumento de aproximadamente 120% da matéria prima que fabrica o papel comparado ao ano de 2020.

Essa alta na demanda se deu por alguns fatores, como a diminuição da reciclagem de papel, devido a diminuição de indivíduos que faziam a coleta para reciclagem, a disparada do dólar que levou os fabricantes de papel a exportar do que atender o mercado interno. Em maio de 2021, quase um mês após o pico, a demanda começou a diminuir e os preços começaram com uma leve baixa que vem em queda desde então, normalizado o fornecimento de matéria prima, essa que sofreu um forte aumento, principalmente a celulose (matéria prima para produção de papel, que posteriormente se fabrica o papelão).

Outros pontos relatados pelos fornecedores foram em relação a grandes atrasos no fornecimento do material, o que acarreta atrasos para o cliente final, ferindo a credibilidade dessas entidades com seus clientes. Algumas medidas também tiveram que ser tomadas nesse período para que a empresa pudesse se manter, como a pausa na produção até que o fornecimento desses insumos voltasse. A falta desses insumos também provocou o aumento no preço do papelão a veio a ficar cerca de 200% mais caro.

Entretanto, é válido frisar que a pandemia não trouxe somente impactos negativos, empresas já consolidadas viram o momento como uma oportunidade para crescer no mercado, por exemplo, fornecedores de embalagens sustentáveis tiveram impacto positivo, por conta da falta de insumos para fabricação, o que levou uma alta demanda e vendas em determinados meses superiores às vendas de final de ano.

Atualmente, o preço do papelão segue alto em comparação ao período antes da pandemia, os valores estão na média entre os 120% praticados durante a pandemia e

os valores que eram praticados antes desse período. Segundo relatado por um dos fabricantes, o mercado passa por uma crise, com falta de matéria prima e com uma baixa demanda devido à recessão do país, alta da inflação e desemprego que acaba por afetar a indústria.

4.2 Empreendedores

A pesquisa qualitativa realizada com empreendedores, teve enfoque em entender como a alta dos preços de embalagens afetaram seus negócios. O resultado da investigação procurava confirmar premissas e entender como a pandemia impactou os pequenos negócios.

Foi realizada uma pesquisa com perguntas diretas sobre o tema, com dez empreendedores dos mais variados nichos, tais como: decoração, vestuário, papelaria e alimentação. A **Tabela 3** relata se houve alta nos preços das embalagens durante a pandemia e **Tabela 4** indica qual foi a solução utilizada para amenizar os aumentos causados.

Tabela 3 – Pergunta referente a alta de preços das embalagens durante a pandemia

Pergunta:	Ocorreu uma alta nos preços das embalagens durante a pandemia?	
Resposta:	Sim	Não
Número de respostas:	10	0

Fonte: Produzido pelos autores (2022)

Tabela 4 – Pergunta referente a solução utilizada para amenizar os impactos gerados pelos aumentos dos preços de embalagens

Pergunta:	Qual a solução utilizada para amenizar os aumentos causados?	
Resposta:	Aumentar o preço dos produtos	Manter preços e reduzir custos
Número de respostas:	7	3

Fonte: Produzido pelos autores (2022)

A partir das pesquisas realizadas diretamente com os empreendedores, foi possível entender os reais impactos da pandemia, como afetou seus negócios e quais as soluções que buscaram.

Uma das principais perguntas realizadas foi a questão do aumento dos preços das embalagens, se afetou o negócio, e qual foi a solução que buscaram. A resposta do aumento foi unânime, todos concordaram que houve um aumento significativo no preço das embalagens, alguns complementaram dizendo que sentiram aumento em outros insumos e materiais que são essenciais para seu negócio, além da dificuldade em encontrar embalagens para determinados nichos e no atraso da entrega por parte dos fornecedores.

Como solução do aumento do preço das embalagens, 70% dos empreendedores resolveram repassar tais aumentos de custos para os clientes, ou seja, elevar o preço final de seus produtos.

Outros 30% decidiram não repassar tais aumentos para seus clientes, optando por assumir os custos a fim de manter uma maior competitividade no mercado, porém reduzindo sua margem de lucro.

Dentre esses 30% estão empreendedores de nichos de produtos considerados não essenciais, que tiveram maior dificuldade em aumentar seus preços, já que são produtos vistos como de segunda necessidade para seus clientes, o que ocasiona no adiamento da compra ao considerarem caro tal produto, e empreendedores que procuraram por soluções alternativas, como a compra de embalagens em quantidades maiores - o que resulta em um melhor custo para seu negócio e outros que reutilizaram embalagens.

Por conta do período pandêmico, a alta da inflação e o menor poder aquisitivo da população, grande parte dos clientes compreenderam a alta de preços e a necessidade dos empreendedores em repassar tais valores, o que se tornou comum para os consumidores. Entretanto, nichos considerados de bens não essenciais foram os que mais sofreram, com a dificuldade natural da crise em vender seus produtos, notaram uma situação ainda mais complicada entre elevar seus preços para obter uma margem de lucro melhor com o ônus de vender menos ou manter os preços para continuar vendendo no mesmo ritmo, porém com uma margem de lucro menor.

4.3 Resultados e discussão

Os resultados identificados foram diversos, considerando que foram realizadas pesquisas com diferentes públicos, sendo eles: fornecedores e empreendedores. Por conta disso, é possível identificar:

4.3.1 FORNECEDORES

- Alta na demanda: dentre todos os fornecedores que responderam à pesquisa, a questão do aumento na demanda por pedidos de embalagens foi unânime, todos identificaram um crescente aumento que se iniciou em junho de 2020, com seu pico de vendas em abril de 2021;
- Aumento nos custos de matéria prima: foi observado dentre os fornecedores um forte aumento custos da matéria prima para a produção de embalagens, dentre as causas deste aumento está justamente o aumento na demanda, o que ocasionou a escassez desse insumo e refletiu como impacto no item seguinte;
- Atrasos na entrega da matéria prima: atrasos na entrega da matéria prima para produção de embalagens foi notória em grande parte dos fornecedores respondentes, o impacto foi tão grande que um dos seis fornecedores teve de fechar a fábrica por tempo indeterminado até que a situação fosse normalizada. O atraso na entrega da matéria prima refletiu no atraso da entrega das embalagens para seus clientes, o que impactou negativamente a reputação da empresa.

4.3.2 EMPREENDEDORES

- Aumento no preço de embalagens: diversos empreendedores citaram o aumento no preço das embalagens, muitos comentaram que tiveram de repassar o aumento generalizado dos preços para o cliente final, elevando o preço de seus produtos ofertados. Entretanto, muitos justificam que esse repasse de custos não foi ocasionado somente pelo aumento de embalagens, mas como o aumento generalizado dos produtos e insumos;
- Repasse de custos: com o aumento generalizado de custos, os negócios ficariam insustentáveis caso não tomassem uma atitude, dentre as soluções apresentadas pelos empreendedores, 70% decidiram reaver o preço final de seus produtos a fim de cobrir tais aumentos de custos;

- Retenção de custos: alguns poucos empreendedores, de nichos considerados como produtos não essenciais, tiveram maior dificuldade em reaver tais preços, justamente pelo momento de crise e na retenção do público em adquirir tais produtos em um momento não propício. 30% dos respondentes resolveram manter o preço final de seus produtos, entretanto, procuraram soluções alternativas que pudesse amenizar os impactos, como a compra em grande quantidade de insumos e a reutilização de embalagens.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a finalização das pesquisas e do trabalho, ficou claro que a pandemia do *Covid-19*, de fato, impactou nos preços das embalagens para os pequenos empreendedores e, também, para a indústria de papelão e embalagem em geral, assim como na logística das empresas.

Durante o desenvolvimento foi possível identificar que os impactos não foram somente negativos, mas que também foram positivos para alguns setores, como de delivery de alimentos e e-commerce, ainda que tenha ocorrido um aumento nos preços das embalagens, esses dois tiveram um aumento e ganho de mercado significativo.

Os resultados das pesquisas nos mostram que ocorreu um forte aumento na demanda por embalagens no período da pandemia, e que isso afetou a indústria como um todo. Outros fatores também contribuíram para que essa crise se agravasse, como a ordem feita pelos municípios de suspender o trabalho de coletores de reciclagem, a fim de preservar a saúde dos trabalhadores, o que ocasionou em uma quantidade excessiva de papelões reciclados sendo direcionados aos aterros comuns, resultando na redução substancial desse insumo no mercado. A alta da inflação, a crise global e a falta de insumos para produção de novas embalagens também foram pontos cruciais que impulsionaram os aumentos dos preços.

Tais fatores resultaram em um forte impacto para os fornecedores de embalagens, onde a falta de papelões recicláveis e da matéria prima essencial para a produção de novas embalagens, ocorreu uma valorização nos preços finais, assim como atrasos nas entregas, ferindo gravemente a credibilidade dessas empresas perante o mercado.

Os empreendedores também sofreram muito com os aumentos e atrasos, que por sua vez, tiveram de repassar tais acréscimos para seus produtos, onde o consumidor é o mais prejudicado com todos esses aumentos.

O objetivo da pesquisa foi concretizado, onde o intuito era obter informações relevantes e diretas sobre os impactos gerados pelo aumento de embalagens para os pequenos empreendedores, a fim de compartilhar os resultados obtidos para auxiliar demais gestores a tomarem decisões estratégicas mais precisas para seus negócios, com as futuras crises que possam vir a suceder.

6. REFERÊNCIAS

BICIGO, A. J., DOMINGUES, D., ANTUNES, J. C., MARIANI, J. S. **O consumo de embalagens de papelão para fast-food em meio a pandemia do novo coronavírus.**

TCC's administração, 2021. Disponível em:

<http://repositorio.camporeal.edu.br/index.php/tccadmin/article/view/372>. Acesso em: 25 abr. 2022.

CROSWELL, J.W., **Projeto de Pesquisa: Métodos Qualitativo, Quantitativo e Misto**, 3a. Edição, Porto Alegre, Ed. Artmed SAGE, p. 206-237 (2010).

EMPAPEL. **Quem somos**. Disponível em: <https://empapel.org.br/>. Acesso em 27 abr. 2022.

FERREIRA, Victor. **O impacto da pandemia de Covid-19 sobre a gestão da pirâmide logística e da cadeia de suprimentos em uma fábrica de embalagem: um estudo de caso**. Repositório institucional, 2021. Disponível em:

<https://app.uff.br/riuff/handle/1/21994>. Acesso em: 26 abr. 2022.

GONSALVES, E, P. **Iniciação à pesquisa científica**. Campinas, SP. Editora alínea, 2001.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. 9º Edição. Porto Alegre: AMGH Editora Ltda, 2014.

ISTOÉ DINHEIRO, Agência. **A alta dos preços do papelão não é a vilã da inflação**. 2020. Disponível em: <https://www.istoedinheiro.com.br/abpo-alta-dos-precos-do-papelao-nao-e-a-vila-da-inflacao/>. Acesso em: 26 abr. 2022.

LEITE, V. C.; SILVA, D.G. **A importância da embalagem como vantagem logística: um estudo de caso**. Téchne ε Lógos, Botucatu, SP, v.1, n.3, jun. 2010.

NOVAIS, Flávio. **A logística reversa das embalagens de caixa de papelão e seu impacto ambiental**. Revista Gestão & Saúde, Curitiba, v1, n1, p 24-35. 2009.

O GLOBO, Agência. **Falta insumo para quase 70% das indústrias, e empresas já atrasam entregas**. Revista PEGN - Pequenas Empresas e Grandes Negócios, 2020. Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/Negocios/noticia/2020/10/falta-insumo-para-quase-70-das-industrias-e-empresas-ja-atrasam-entregas.html>. Acesso em: 25 abr. 2022.

REVISTA O PAPEL. **Indicadores de papelão ondulado**. 2020. Disponível em: http://www.revistaopapel.org.br/noticia-anexos/1603220972_c8e81be44b1f8c7c884c11c5c4f3322f_974017258.pdf. Acesso em: 25 abr. 2022.

VALENTIN, Graziella. **Via varejo: lucro de 1bi em 2020 e plano de ser o maior market place do Brasil**. EXAME, 2021. Disponível em: <https://exame.com/exame-in/via-varejo-lucro-de-r-1-bi-em-2020-e-plano-de-ser-maior-market-place-do-brasil/>. Acesso em: 25 abr. 2022.

VIDAL, A. C. F., **O mercado de papelão ondulado e os desafios da competitividade brasileira**. BNDES, 2012. Disponível em:

https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/1522/2/A%20set.35_O%20mercado%20de%20papel%c3%a3o%20ondulado_P.pdf. Acesso em: 26 abr. 2022.

"O conteúdo expresso no trabalho é de inteira responsabilidade dos autores."