

CONSUMO DE EMBALAGENS DE PAPELÃO PARA *FAST-FOOD* EM MEIO A PANDEMIA DO NOVO CORONAVÍRUS

Ari Bicigo Junior (CUCR)¹

David Domingues (CUCR)²

Junior Cesar Antunes (CUCR)³

Jonatã da Silva Mariani (CUCR)⁴

RESUMO

A presente pesquisa tem como objetivo evidenciar o consumo de embalagens de papelão para *fast-food*. O presente ano foi marcado pela pandemia do novo coronavírus que por sua vez mudou os hábitos dos consumidores fazendo com que a demanda por embalagens de papelão para alimentos aumentasse significativamente. Para tanto foi utilizado dados de uma empresa do setor de embalagens de papelão para *fast-food* localizada no distrito da Palmeirinha em Guarapuava/PR, onde foi possível visualizar o consumo da população. Após análise das informações adquiridas e diante da situação desfavorável em que a sociedade se encontra, o presente artigo vem para expor o consumo elevado de embalagens no *delivery* evidenciando o lucro que este ramo vem obtendo dentro do período de maio a setembro de 2020.

Palavras-chave: *Delivery*. *Fast-food*. Papelão. Embalagem. Pandemia. Coronavírus.

ABSTRACT

This research aims to highlight the consumption of cardboard packaging for fast food. This year was marked by the pandemic of the new coronavirus, which in turn changed the habits of consumers, causing the demand for cardboard packaging for food to increase significantly. For this purpose, data from a company in the cardboard packaging sector for fast food located in the Palmeirinha district in Guarapuava / PR were used, where it was possible to visualize the population's consumption. After analyzing the information acquired and given the unfavorable situation in which the company finds itself, this article comes to expose the high consumption of packaging on delivery, showing the profit that this branch has been obtaining within the period from May to September 2020.

Keywords: *Delivery*. *Fast food*. Cardboard. Packing. Pandemic. Coronavírus.

1 Graduado em Administração pelo Centro Universitário Campo Real: Administração, Centro Universitário Campo Real. adm-arijunior@camporeal.edu.br.

2 Graduado em Administração pelo Centro Universitário Campo Real: Administração, Centro Universitário Campo Real. adm-daviddomingues@camporeal.edu.br.

3 Graduado em Administração pelo Centro Universitário Campo Real: Administração, Centro Universitário Campo Real. adm-juniorantunes@camporeal.edu.br.

4 Professor Orientador. Mestre em Administração, Centro Universitário Campo Real. prof_jonatamariani@camporeal.edu.br

1 INTRODUÇÃO

Em meio à pandemia do novo coronavírus houve várias mudanças no comportamento dos consumidores devido ao isolamento social. Muitas pessoas passaram a preparar seu próprio alimento em casa e outras pessoas optaram pelo *delivery*. De acordo com Mortenson (2020), a opção de solicitar o serviço de entrega em domicílio tornou-se uma realidade concreta, tanto para entregas de compras de supermercado quanto para entregas de comida de restaurantes.

As empresas do ramo alimentício que não se adaptaram à nova realidade ficam vulneráveis à perda de clientes e podem chegar à falência. Segundo Scudra (2020), o *delivery* é uma necessidade de cobrir as perdas pelo fato de muitos eventos terem sido cancelados, depois do surgimento da pandemia do novo coronavírus o *delivery* se tornou uma questão de necessidade e não mais apenas de conveniência.

Sabe-se que nesse período pandêmico a procura por *fast-food* aumentou consideravelmente, o que levou muitos restaurantes a aumentarem o consumo por embalagens para transportar os alimentos. Mortenson (2020), por sua vez, realizou uma pesquisa para saber o alimento mais desejado durante esse período, e constatou que a pizza foi escolhida com 73%, seguida do hambúrguer, com 59%, sanduíches, 46%, e as massas, com 40% dos votos. Diante dessa pesquisa, de acordo com o site Tissue Online (2020), as embalagens de papelão já fazem parte do cotidiano de compras dos consumidores.

Diante desse quadro o presente artigo procura responder à seguinte questão: Como a pandemia no período de maio a setembro de 2020 influenciou no consumo de embalagens de papelão para *fast-food* na região de Guarapuava? Para solucionar essa questão serão utilizados dados de uma empresa que fornece embalagens para *fast food* nesta região, juntamente com referências bibliográficas. O presente artigo, por sua vez, tem como objetivo evidenciar o consumo de embalagens de papelão para *fast-food* em meio a pandemia do novo coronavírus.

2 PRAÇA OU CANAL DE DISTRIBUIÇÃO EM MARKETING

Para Araújo (2014) praça é a atividade de concretizar a transmissão de posse, incluindo a movimentação física de um produto. O canal de distribuição ou praça (como é mais conhecida no mundo do marketing) compõe os 4 p's do marketing que seriam o produto, preço, praça e promoção. A autora ressalta ainda, que de todos os elementos do composto mercadológico a distribuição é a menos aparente aos olhos do consumidor, porém

nos dias atuais em meio a pandemia no novo coronavírus isso vem se transformando e a inovação das empresas está sendo nesse composto que está sendo super valorizado.

Logo para Silva (2018) a praça é responsável por visar a colocação no mercado, é onde você oferta e por onde os clientes chegam até os seus produtos. O *delivery* é um diferencial oferecido no composto de praça, onde o consumidor recebe o produto no conforto da sua casa.

3 TRANSPORTE DE ALIMENTOS NO *DELIVERY* EM MEIO À PANDEMIA

De acordo com Büll (2020), as vendas por *delivery* aumentaram quase 100% entre janeiro e maio de 2020 em comparação da mesma época do ano passado. Além disso, de acordo com uma pesquisa realizada pela Mobills, startup de finanças pessoais, a empresa analisou dados de mais de 160 mil usuários do aplicativo Mobills e foi descoberto que os gastos com aplicativos de *delivery* de comida cresceram 94,67% no período.

Segundo Bittencourt (2020), na elevação da pandemia evitar aglomerações não é uma recusa ao social, justamente pelo contrário, é uma consciente afirmação da prevalência da sociedade sobre nossa individualidade. Diante desse fato, muitas empresas que trabalham com o serviço de *delivery* tiveram que se adaptar e aprimorar seu atendimento a distância e aqueles que não tinham a opção de entrega se viram obrigados a adotar esse serviço. Com isso, o consumo de embalagens para transportar os alimentos teve um aumento significativo. Conforme Fagnani e Oliveira (2020), apesar da crise econômica provocado pela pandemia, o resultado positivo das indústrias que atuam no setor de papelão dá-se ao aumento do consumo de embalagens de papelão nos mais variados setores. Para Cordeiro e Neves (2020), a produção da indústria de papelão deve ser impulsionada ainda pela desvalorização cambial do real frente ao dólar, pois o aumento do preço do papel em reais tem estimulado o mercado consumidor a ampliar o estoque de embalagens.

4 CONSUMO DE EMBALAGEM DE PAPELÃO NO *DELIVERY*

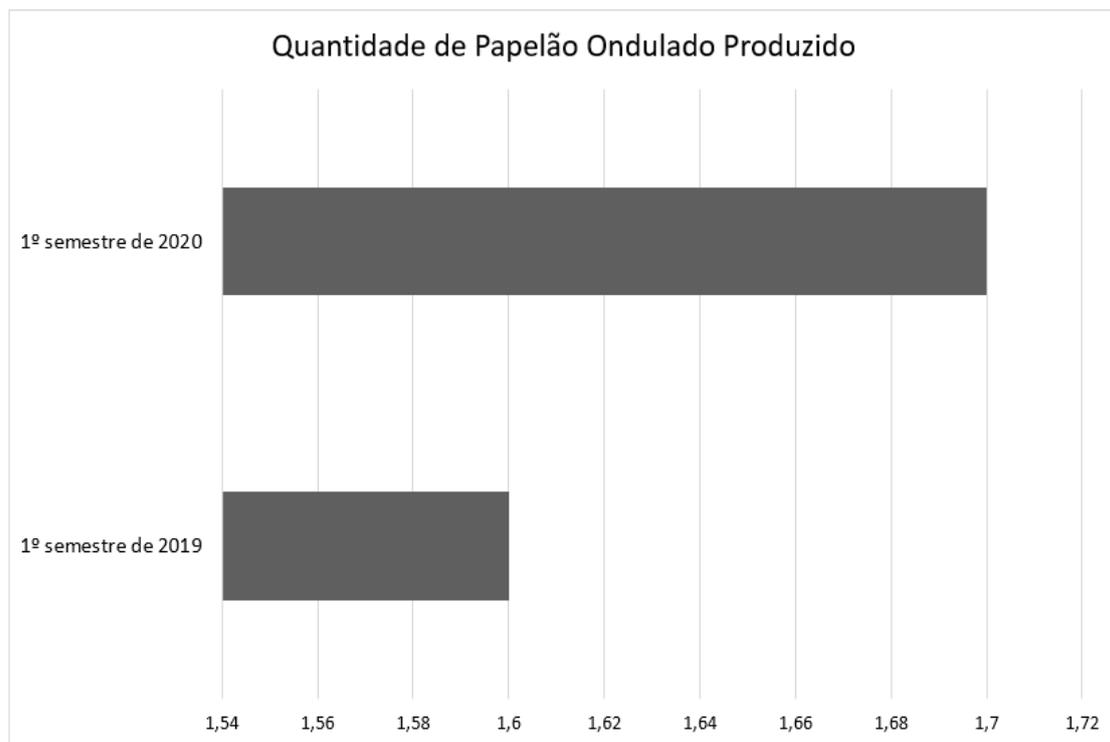
Um dos setores que está em constante crescente mesmo durante a pandemia é a indústria de papelão. De acordo com Ordoñez (2020), nos últimos seis meses muitas indústrias aumentaram sua produtividade acima dos patamares registrados antes da pandemia. De acordo com os conceitos da economia relacionado ao preço de oferta e demanda, o custo da embalagem aumentou de 10% a 20% nos últimos meses. O Instituto

Brasileiro de Árvores (IBÁ) afirma que com a reabertura gradual do comércio a demanda por papelão reaqueceu rápido e fez com que os pedidos aumentassem acima da média.

Segundo Golfieri e Neto (2020), em 2020 o setor de papelão produziu mais de 36 mil toneladas a mais em relação ao mesmo período em 2019, ainda os autores afirmam que esse reflexo da pandemia exigiu que as empresas se adaptarem e criassem novas estratégias para atender a demanda.

O papelão mais utilizado na fabricação de embalagens denomina-se como papelão ondulado, onde é feito embalagens para pizzas, bolos, salgados e dentre outros alimentos. De acordo com a Associação Brasileira do Papelão Ondulado - ABPO a sua engenhosa combinação de capa e miolo proporciona uma ampla utilização na produção de embalagens para os mais variados tipos de produtos, facilitando assim o transporte, a armazenagem e a exposição do mesmo.

Figura 1: Quantidade de Papelão Ondulado Produzido em 2019 e 2020.



Fonte: O Globo (2020)

A figura 1 expõe uma comparação da quantidade de papelão produzida no 1º semestre de 2020 e 2019. O mesmo mostra que em 2020 foram produzidos 1,7 milhões de papelão, quantidade mais elevada do que o produzido no mesmo período em 2019 que foi de 1,6 milhões.

5 METODOLOGIA

A metodologia são os estudos utilizados para chegar a um resultado em uma pesquisa, para Deslandes e Minayo (2009, p.14) “inclui simultaneamente a teoria da abordagem (método), os instrumentos de operacionalização do conhecimento (as técnicas) e a criatividade do pesquisador (sua experiência, sua capacidade pessoal e sua sensibilidade)”.

Para Fachin (2006, p. 29), “todo trabalho científico deve ser baseado em procedimentos metodológicos, os quais conduzem a um modo pelo qual se realiza uma operação denominada conhecer, outra agir e outra fazer.” Pode ser também solicitada, pela falta ou pela desordem de informações que possam ser relacionadas ou requeridas ao problema (GIL, 2010).

Do ponto de vista da natureza, qualifica-se como pesquisa aplicada, segundo Gil (2010, p. 27) “são voltadas à aquisição de conhecimentos com vistas à aplicação numa situação específica. abordagem do problema”, pois utiliza de ferramentas aplicada, com base em acontecimentos que surgiram no ano de 2020.

A pesquisa caracteriza-se também como quantitativa, pois “consiste em investigações de pesquisa empírica cuja principal finalidade é o delineamento ou análise das características de fatos ou fenômenos, a avaliação de programas, ou o isolamento de variáveis principais ou chave” (LAKATOS, 2003, p. 187).

A presente pesquisa é definida como documental, pois “a pesquisa documental recorre a fontes mais diversificadas e dispersas, sem tratamento analítico, tais como: tabelas estatísticas, jornais, revistas, relatórios, documentos oficiais, cartas, filmes, fotografias, pinturas, tapeçarias, relatórios de empresas, vídeos de programas de televisão, etc.” (FONSECA, 2002, p. 32).

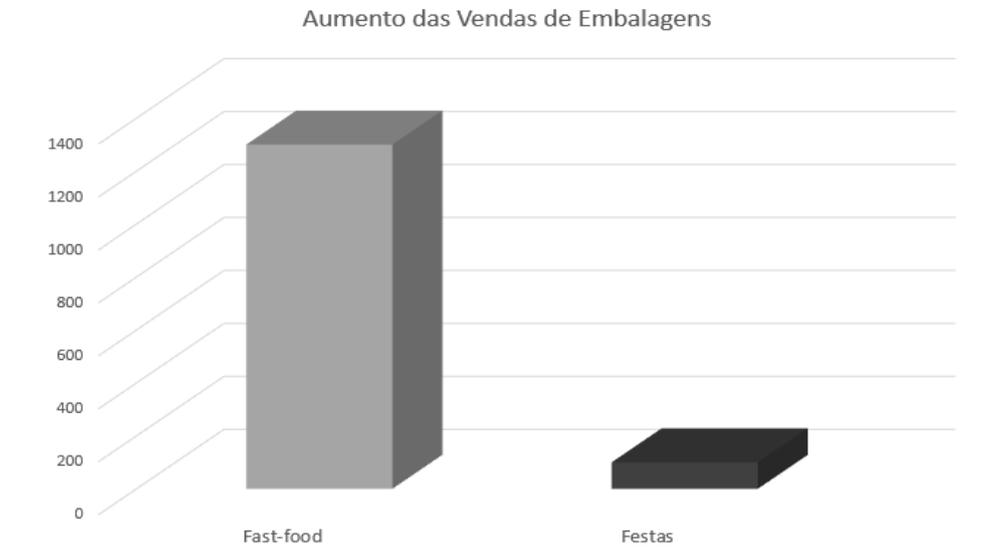
Dos procedimentos técnicos, qualifica-se como pesquisa bibliográfica, pois sua base é elaborada a partir de material já publicado, tanto que a maioria de dissertações e teses publicadas juntamente com um estudo de caso em uma empresa fabricante de embalagens situada na Palmeirinha distrito de Guarapuava/PR.

6 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Em meio à pandemia da COVID-19 mais especificamente durante os meses de maio a setembro de 2020, notou-se um aumento considerável no número de entrega de comida, com base em dados fornecidos por uma empresa do ramo de fabricação de

embalagens de comida no distrito da Palmeirinha em Guarapuava-Pr as vendas de embalagens para *fast-food* aumentaram conforme figura 2.

Figura 2: Aumento das vendas de embalagens



Fonte: Os Autores (2020)

De acordo com o Figura 2 as vendas de embalagens para *fast-food* aumentaram de 30% a 40% logo as embalagens para alimentos de festas caiu aproximadamente 90% por conta da pandemia, onde sabe-se que os eventos foram suspensos e o número de pedidos de comida nas residências teve um aumento.

Outro fator que influenciou no aumento do consumo de embalagens de papelão foi o suporte financeiro que a população teve do governo federal chamado de Auxílio-Emergencial, com isso as empresas fabricantes de embalagens obtiveram um aumento nos pedidos resultando em um lucro inesperado em meio a crise causada pela COVID-19.

Na figura 3 abaixo pode-se observar o valor das embalagens de papelão e seu lucro.

Figura 3: Custo e lucro das embalagens de papelão

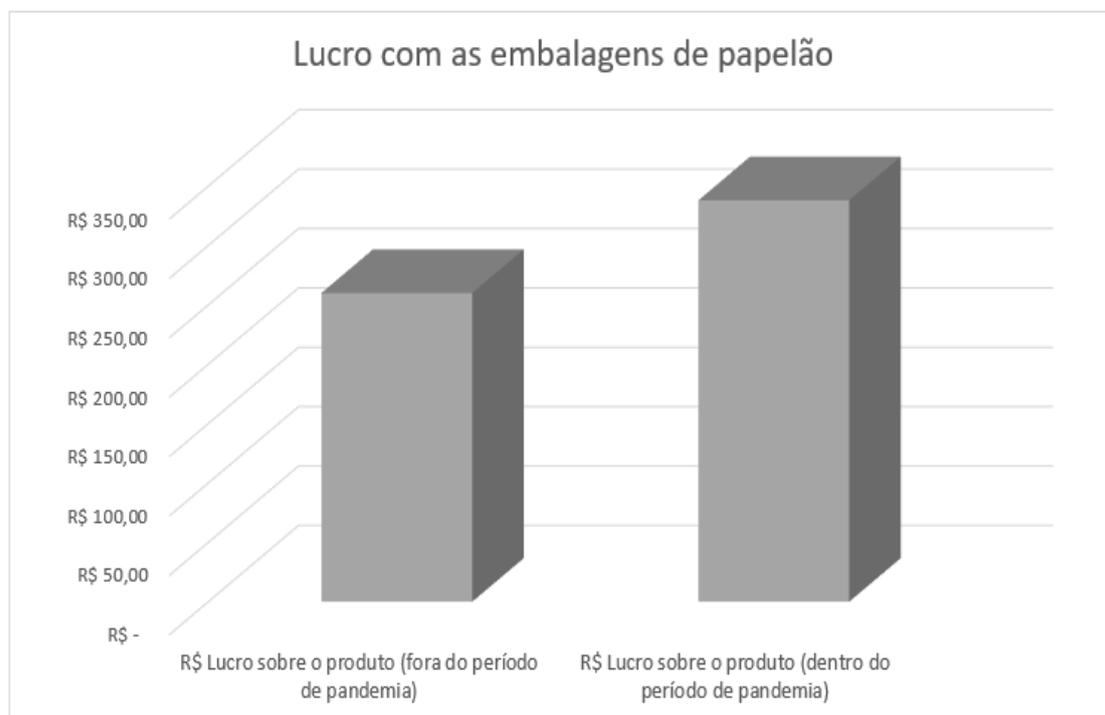
DADOS DO PRODUTO		DADOS FORA DO PERÍODO DE PANDEMIA	
R\$ Papelão	R\$ 1,23	Quantidade de unidades vendidas	1000
R\$ Gasto	R\$ 0,26	R\$ Total	R\$ 1.750,00
R\$ Lucro	R\$ 0,26	R\$ Lucro sobre o produto	R\$ 260,00
R\$ Produto final	R\$ 1,75		

DADOS DURANTE O PERÍODO DE PANDEMIA	
% de aumento nas vendas (durante a pandemia)	30%
Quantidade de unidades vendidas	1300
R\$ Total	R\$ 2.275,00
R\$ Lucro sobre o produto	R\$ 338,00

Fonte: Os Autores (2020)

A figura 3 explana o lucro obtido com as embalagens de papelão fora e durante o período de pandemia, observa-se de fato que dentro do período de isolamento social o consumo aumentou impactando no lucro da empresa.

Figura 4: Lucro com as embalagens de papelão dentro e fora da pandemia



Fonte: Os Autores (2020)

A figura 4 é uma representação gráfica do exposto na figura 3, a mesma explana o lucro obtido no consumo de embalagens de papelão fora e durante do período de pandemia

em 2020, destacando que durante os meses de isolamento social as empresas obtiveram um lucro inesperado.

CONCLUSÕES

Diante da questão levantada sobre a influência da pandemia do novo coronavírus no consumo de embalagens de papelão para *fast-food* durante os meses de maio a setembro de 2020, pode-se afirmar que o isolamento social influenciou significativamente no consumo de embalagens onde os pedidos via *delivery* tiveram uma crescente demanda, muitos dos consumidores optaram por pedir comida pronta ao invés de ir ao supermercado e preparar suas refeições.

O *delivery* dentro do período citado anteriormente, deixou de ser um serviço adicional que as empresas ofereciam, se tornando um atendimento essencial que as mesmas devem disponibilizar. Às organizações devem adaptar-se à nova realidade, não trazendo somente comodidade e sim segurança aos seus clientes. Com dados fornecidos por uma empresa do ramo de fabricação de embalagens de papelão assim explanado na figura 2, observa-se um aumento de 30% nas vendas de embalagens para *fast-food* resultando em um lucro conforme figura 3, que logo foi realizado uma comparação fora e durante o período de pandemia e observa-se o lucro na venda das embalagens de papelão.

Acredita-se que enquanto houver o isolamento social devido a pandemia do novo coronavírus e o auxílio-emergencial oferecido pelo governo federal, os valores explanados na presente pesquisa não sofram alterações negativas, pois o *delivery* de alimentos é atualmente um serviço indispensável, e a embalagem de papelão para *fast-food* é a melhor opção para transportar as refeições com segurança e a devida higiene.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Fabrícia. **Praça ou canal de distribuição**. 2014. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/praca-ou-canal-de-distribuicao>. Acesso em: 23 out. 2020.

BITTENCOURT, Renato Nunes. **Pandemia, isolamento social e colapso global**. 2020. Disponível em: <http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/EspacoAcademico/article/view/52827/751375149744>. Acesso em: 26 ago. 2020.

BÜLL, Patrícia. **Gastos com delivery crescem mais de 94% na pandemia**. 2020. Disponível em: <https://www.consumidormoderno.com.br/2020/07/08/gastos-com-delivery-crescem-mais-de-94-durante-a-pandemia/>. Acesso em: 10 set. 2020.

CORDEIRO, João; NEVES, Manoel. Efeitos na Pandemia por Covid-19 no Setor de Papel e Celulose. **O Papel: A Natureza do Setor pela Gestão de Resíduos**, São Paulo, v. 167, n. 06, p. 32-32, 06 jun. 2020. Mensal. Disponível em: http://www.revistaopapel.org.br/edicoes_impresas/167.pdf. Acesso em: 27 ago. 2020.

DESLANDES, Suely Ferreira. **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade** / Suley Ferreira Deslandes, Romeu Gomes; Maria Cecília Minayo (organizadora). 28. ed.- Petropolis, RJ: Vozes, 2009.

FAGNANI, Carolina; OLIVEIRA, Vanessa de. **Mesmo em meio à pandemia, indústria de papelão segue forte**. Disponível em: <https://www.mazurky.com.br/ultimas-noticias/releases/mesmo-em-meio-a-pandemia-industria-de-papelao-segue-forte/>. Acesso em: 27 ago. 2020.

FONSECA, J. J. S. Metodologia da pesquisa científica. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

GIL, Antonio carlos, 1946 - **Como elaborar projetos de pesquisa / Antonio Carlos Gil**. - 5. ed. - São Paulo: Atlas, 2010.

GOLFIERI, Daniela; ARCÍLIO NETO,. **Fabricantes de embalagens comemoram crescimento das vendas na pandemia**: Setor de papelão produziu mais de 36 mil toneladas a mais no primeiro semestre de 2020 se comparado a 2019. Demanda impacta diretamente na geração de empregos. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sorocaba-jundiai/noticia/2020/08/24/fabricantes-de-embalagens-comemoram-crescimento-das-vendas-na-pandemia.ghtml>. Acesso em: 23 set. 2020.

LAKATOS, Eva Maria. Fundamentos de metodologia científica 1 Marina de Andrade Marconi, Eva Maria Lakatos. - 5. ed. - São Paulo : Atlas 2003.

MORTENSON, Norma. **Delivery deve continuar crescendo no pós-pandemia**. 2020. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2020/05/26/delivery-deve-continuar-crescendo-no-pos-pandemia.html>. Acesso em: 20 ago. 2020.

ORDOÑEZ, Ramona. **Consumo de papelão e embalagens aumenta na pandemia, e preços sobem até 20%**: Na contramão da crise, produção do setor dispara para acompanhar

comércio on-line e delivery dos restaurantes. 2020. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/consumo-de-papelao-embalagens-aumenta-na-pandemia-precos-sobem-ate-20-24627918>. Acesso em: 10 set. 2020.

SCUADRA. **O que esperar do setor de delivery de comida em meio ao coronavírus?**: coronavírus e o delivery no Brasil. Coronavírus e o delivery no Brasil. 2020. Disponível em: <https://www.scuadra.com.br/blog/o-que-esperar-do-setor-de-delivery-de-comida-em-meio-ao-coronavirus/>. Acesso em: 20 ago. 2020.

Setor de papel e papelão para embalagens segue em crescimento. Tissue Online. Bragança Paulista. 29 de Março de 2020. Disponível em: <https://tissueonline.com.br/setor-de-papel-e-papelao-para-embalagens-segue-em-crescimento/> . Acesso em: 09 nov. 2020.

SILVA, José Paulo Pereira. **Os 4Ps de Marketing**: pilares do sucesso. Pilares do sucesso. 2018. Disponível em: <https://www.idealmarketing.com.br/blog/4ps-de-marketing/>. Acesso em: 26 out. 2020.