



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E SOCIAIS APLICADAS (CCEA)  
CAMPUS VII - CAMPUS ANTÔNIO MARIZ  
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

**GUTEMBERG DE OLIVEIRA QUEROZ**

**O CRESCIMENTO DA INDÚSTRIA DO ÁLCOOL 70° EM DECORRÊNCIA DA PANDEMIA**

**PATOS  
2022**

**GUTEMBERG DE OLIVEIRA QUEROZ**

**O CRESCIMENTO DA INDÚSTRIA DO ÁLCOOL 70° EM DECORRÊNCIA DA PANDEMIA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenação do Curso de Administração do Campus VII da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Administração.

**Orientador:** Prof. Odilon Avelino da Cunha

**PATOS  
2022  
GUTEMBERG DE OLIVEIRA QUEROZ**

Q4c Queroz, Gutemberg de Oliveira.  
O crescimento da indústria do álcool 70° em decorrência da pandemia [manuscrito] / Gutemberg de Oliveira Queroz. - 2022.  
36 p. : il. colorido.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas , 2022.

"Orientação : Prof. Dr. Odilon Avelino da Cunha , Coordenação do Curso de Administração - CCEA."

1. Desenvolvimento industrial. 2. Álcool 70°. 3. Consumo.  
4. Pandemia da Covid-19. I. Título

21. ed. CDD 338.9

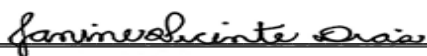
## O CRESCIMENTO DA INDÚSTRIA DO ÁLCOOL 70° EM DECORRÊNCIA DA PANDEMIA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenação do Curso de Administração do Campus VII da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Administração.

**Orientador:** Prof. Odilon Avelino da Cunha.

Aprovada em: 21 / 07 / 2022.

### BANCA EXAMINADORA



---

Prof. Janine Vicente Dias  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



---

Prof. Francisco Anderson Mariano da Silva  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



---

Prof. Odilon Avelino da Cunha  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

## **AGRADECIMENTOS**

Existem na vida momentos ímpares, esses, quase sempre, antecedidos de muita luta e perseverança, e este é, sem sombra de dúvidas, um destes momentos. O fechamento de um ciclo de muitas alegrias, risos, desafios e muito apoio para ultrapassar cada obstáculo. E é a estes aos quais prestaram a mim apoio que aqui dedico meus primeiros agradecimentos: obrigado aos meus amigos, companheiros desta jornada, que ajudaram a deixar tudo mais leve, e por vezes, até divertido. Obrigado a minha amiga Jardeane Silva Moreira, por estar ao meu lado do primeiro ao último minuto na busca deste desafiante objetivo que é a graduação. O compromisso de irmos e voltarmos juntos todos os dias da Universidade, foi fundamental pra que eu pudesse vencer minha inassiduidade habitual, que me era característica desde o ensino médio. Obrigado a Renatha Stefanni de Araújo Rocha, por ser além de amiga, uma inspiração pra mim. Nossos papos durante a graduação se alternavam entre conteúdos programáticos, reflexões filosóficas e a completa banalidade, o que pra mim configurava no âmago uma espécie de deleite ao qual jamais havia experienciado na vida. Só posso afirmar que “diante da vastidão do tempo e da imensidão do universo, é um imenso prazer para mim dividir um planeta e uma época com você”. Obrigado a minha amiga Mylenna de Almeida Leite por censurar minhas piadinhas sarcásticas com o seu olhar cortante habitual, me fazendo lembrar que o coleguismo acadêmico é à base de apoio para o quebra-cabeça que é a graduação. Levarei isso pra vida. Obrigado às minhas amigas Jamile Gomes Custódio de Melo e Rebeca Gomes Carneiro. A organização programática de vocês me serviu como uma bússola, me mantendo sempre na direção certa. Todas vocês foram fundamentais para a minha vitória.

Obrigado a minha mãe, Maria de Fátima de Oliveira, por inculcar em mim um caráter de honestidade, bondade e amor. Tudo de melhor que há em mim, foi de ti herdado. Obrigado por ser meu alicerce. Todos os desafios da minha vida seriam maiores se tu não estivesses a me sustentar em teus braços.

Obrigado ao meu pai, José Nunes Queros, que apenas com exemplos, fez de mim um leitor voraz e um amante do conhecimento. Ferramentas poderosas e capazes de transformar vidas. O senhor não é apenas a pessoa mais inteligente que

eu já conheci, mas também é a mais capaz que conheço em se utilizar da inteligência de forma proativa e geradora de benefícios. Todo empenho e dedicação empregados em seus empreendimentos foi para mim inspiração para vencer cada obstáculo acadêmico. Esse foi um traço de personalidade seu mais difícil para mim de absolver, e o que eu mais me orgulho.

Obrigado a minha companheira, Maiara dos Santos Teixeira: sua confiança e entusiasmo em minha capacidade são avassaladores, não deixando em mim qualquer traço de dúvidas sobre o meu potencial. Você tem sido propulsora de todo o sentimento positivo que há em mim, e eu pretendo continuar fazendo de tudo para atender as expectativas. Hoje ao seu lado, não tenho dúvida que “por trás de um grande homem, tem sempre uma grande mulher”.

Obrigado aos professores da Universidade, sobretudo, pela amizade. Rimos muito juntos, do cotidiano acadêmico ao pessoal. Obrigado ainda pelos desafios impostos, porque são os desafios que nos tiram da zona de conforto, amplificam nossas mentes e nos fazem crescer. Vocês foram ótimos!

E por fim, obrigado a Universidade Estadual da Paraíba por proporcionar acomodações por demais confortáveis, conteúdo programático tão vasto e rico, e por ofertar ferramentas humanas de tão alta competência na honrosa missão de perpetuar o aprendizado. Obrigado por ter amplificado muitas das fronteiras de minha perspectiva do saber.

A minha família e amigos dedico este artigo, em gratidão pelo apoio incansável para que eu pudesse lograr êxito na obtenção desse tão gratificante objetivo que é a graduação, que por fim, se torna hoje realidade.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> – Frente da empresa Pollux.....	17
<b>Figura 2</b> – Faturamento nos anos de 2019 à 2021.....	37



## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1</b> – Diagnóstico da empresa no período da pandemia do Covid-19.....	18
<b>Quadro 2</b> – Aumento de vendas do álcool na pandemia.....	19
<b>Quadro 3</b> – Diferença de vendas de álcool entre os anos de 2019 e 2020.....	23
<b>Quadro 4</b> – Comparativo de vendas do álcool entre os anos de 2020 e 2021..	24
<b>Quadro 5</b> – Aumento de vendas em outros produtos no período de pandemia	26
<b>Quadro 6</b> – Os principais impactos causados pela pandemia na empresa.....	26

## LISTA DE TABELAS

<b>Tabela 1</b> – Vendas de álcool em 2019 .....	20
<b>Tabela 2</b> – Vendas de álcool em 2020.....	20
<b>Tabela 3</b> – Vendas de álcool em 2021.....	21
<b>Tabela 4</b> – Vendas de álcool em 2022.....	22
<b>Tabela 5</b> – Quantidade de produtos vendidos de 2019 a 2022.....	25

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>12</b>
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	<b>14</b>
2.1 A CRISE CAUSADA PELA PANDEMIA DA COVID-19 .....	14
2.2 AUMENTO DO USO DO ÁLCOOL EM GEL .....	15
<b>3 METODOLOGIA</b> .....	<b>16</b>
3.1 TIPO E LOCAL DA PESQUISA.....	16
3.2 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS .....	17
3.3 TRATAMENTO E ANÁLISE DOS DADOS.....	18
<b>4 RESULTADOS E DISCUSSÃO</b> .....	<b>18</b>
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>27</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>29</b>
<b>APÊNDICES</b> .....	<b>32</b>
<b>APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA</b> .....	<b>33</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>35</b>
<b>ANEXO A – FATURAMENTO 2019, 2020, 2021</b> .....	<b>36</b>

# O CRESCIMENTO DA INDÚSTRIA DO ÁLCOOL 70° EM DECORRÊNCIA DA PANDEMIA

## RESUMO

No Brasil, a partir do mês de abril de 2020, medidas de isolamento social tornaram-se obrigatórias, e algumas estratégias de combate à contaminação e proliferação do vírus passaram a serem apresentadas, como por exemplo, o uso de álcool 70%. Tendo em vista este crescimento de venda do álcool 70% e em gel, uma empresa localizada na cidade de Patos-PB, mais conhecida como Pollux-PB, ao qual encontra-se localizada à rua Laurentino Pereira, 1156, observou que também obteve aumento nas vendas, não apenas no álcool, mas também em outros tipos de produtos de limpeza. De tal modo, este estudo tem a seguinte problemática: houve crescimento no número de vendas do álcool 70° em decorrência da pandemia na empresa Pollux, e quais foram estes percentuais de crescimento? Levando-se em consideração a presente problemática, o presente estudo tem como objetivo geral investigar o crescimento da indústria do álcool 70° em decorrência da pandemia na empresa Pollux. A escolha do presente tema se deu com a necessidade de ter maior conhecimento acerca do aumento significativo das vendas de produtos de higiene, em especial, o álcool 70% e em gel, no período de pandemia, e observar o quão esta situação ajudou empresas que atuam nesse ramo, a exemplo da Pollux, ao qual seguiu um caminho totalmente diferente de outras empresas que tiveram que fechar suas portas neste período. No que se refere à metodologia empregada neste estudo, pode-se dizer que a mesma trata-se de uma pesquisa do tipo quanti-qualitativa. Utilizando-se também de pesquisa bibliográfica, utilizando-se livros, artigos, trabalhos acadêmicos, entre outros, como fonte de pesquisa para embasamento teórico. Voltando-se a problemática deste estudo, ao qual era ter conhecimento se houve crescimento no número de vendas do álcool 70° em decorrência da pandemia na empresa Pollux, e quais foram estes percentuais de crescimento. E como apresentado no decorrer deste estudo, houve sim, um aumento nas vendas no período de pandemia. Porém, mesmo após o período de pico da pandemia, as vendas de álcool no início do ano de 2022, já supera o total de produtos vendidos no primeiro ano de pandemia. Finalmente, mesmo com a queda de vendas do álcool, a empresa pesquisada encontra-se em ótima estabilidade e após fechar novas parcerias, a empresa acredita que as vendas podem seguir estáveis, sem a necessidade de qualquer variante ou nova pandemia.

**Palavras-chaves:** Álcool. Pollux. Covid-19. Pandemia. Vendas.

## ABSTRACT

In Brazil, as of April 2020, social isolation measures became mandatory, and some strategies to combat the contamination and proliferation of the virus began to be presented, such as the use of 70% alcohol. In view of this growth in sales of 70% alcohol and gel, a company located in the city of Patos-PB, better known as Pollux-PB, which is located at Rua Laurentino Pereira, 1156, observed that it also had an

increase in sales, not only in alcohol, but also in other types of cleaning products. In this way, this study has the following problem: was there an increase in the number of sales of 70° alcohol as a result of the pandemic at the Pollux company, and what were these growth percentages? Taking into account the present problem, the present study has the general objective of investigating the growth of the 70° alcohol industry as a result of the pandemic at the Pollux company. The choice of this topic was due to the need to have greater knowledge about the significant increase in sales of hygiene products, especially 70% alcohol and gel, in the pandemic period, and to observe how this situation helped companies that operate in this field, like Pollux, which followed a totally different path from other companies that had to close their doors in this period. Regarding the methodology used in this study, it can be said that it is a quantitative-qualitative type of research. Also using bibliographic research, using books, articles, academic works, among others, as a source of research for theoretical basis. Turning to the problem of this study, which was to know if there was a growth in the number of sales of 70° alcohol as a result of the pandemic at the Pollux company, and what these growth percentages were. And as presented in the course of this study, there was an increase in sales during the pandemic period. However, even after the peak period of the pandemic, alcohol sales at the beginning of the year 2022 already exceeds the total of products sold in the first year of the pandemic. Finally, even with the drop in alcohol sales, the researched company is in excellent stability and after closing new partnerships, the company believes that sales can remain stable, without the need for any variant or new pandemic.

**Keywords:** Alcohol. Pollux. Covid-19. Pandemic. Sales.

## 1 INTRODUÇÃO

Recentemente, o mundo inteiro passou a enfrentar uma pandemia, ao qual já vem se alastrando à mais de 02 anos, algo vivido anteriormente, e por ser algo novo, jamais visto antes, a pandemia passou a causar o medo e a aflição em muitas pessoas, sendo necessário que todos pudessem ficar em suas casas, de maneira isolada para não contrair a doença, e conseqüentemente, não haver a proliferação do vírus, o coronavírus (SARS-CoV-2), mais popularmente conhecida até então como Covid-19.

Com o surgimento deste vírus, houve ainda a necessidade de que algumas medidas emergenciais pudessem ser colocadas em prática, como o fechamento de comércios, escolas, entre outros, tendo como exceção os comércios tidos como sendo essenciais, como por exemplo, farmácias, supermercados, postos de gasolina, entre outros.

No Brasil, a partir do mês de abril de 2020, medidas de isolamento social tornaram-se obrigatórias, e algumas estratégias de combate à contaminação e

proliferação do vírus passaram a serem apresentadas, como por exemplo, o uso de álcool 70%.

De acordo com Goeking (2020), houve um crescimento em nosso país de um total de 2.857% nas vendas de álcool em gel em março até o dia 8, quando comparado ao mesmo período do ano anterior, ou seja, de 2019. Além disso, pode-se citar como exemplo de aumento de vendas deste produto em outros países, como no Chile, ao qual observou-se um crescimento de 377%, enquanto que no Peru 285%, outro exemplo é a Argentina que apresentou um percentual de 203% na primeira semana de março.

Tendo em vista este crescimento de venda do álcool 70% e em gel, uma empresa localizada na cidade de Patos-PB, mais conhecida como Pollux-PB, ao qual encontra-se localizada à rua Laurentino Pereira, 1156, observou que também obteve aumento nas vendas, não apenas no álcool, mas também em outros tipos de produtos de limpeza.

De tal modo, este estudo tem a seguinte problemática: houve crescimento no número de vendas do álcool 70° em decorrência da pandemia na empresa Pollux, e quais foram estes percentuais de crescimento?

O presente estudo tem como objetivo geral investigar o crescimento da indústria do álcool 70° em decorrência da pandemia na empresa Pollux. E como objetivos específicos: analisar os impactos da crise causada pela pandemia da Covid-19, investigar o aumento do uso do álcool em gel e do álcool 70% e Identificar os impactos causados pela pandemia na empresa Pollux.

A escolha do presente tema se deu com a necessidade de ter maior conhecimento acerca do aumento significativo das vendas de produtos de higiene, em especial, o álcool 70% e em gel, no período de pandemia, e observar o quão esta situação ajudou empresas que atuam nesse ramo, a exemplo da Pollux, ao qual seguiu um caminho totalmente diferente de outras empresas que tiveram que fechar suas portas neste período.

No que se refere à metodologia empregada neste estudo, pode-se dizer que a mesma trata-se de uma pesquisa do tipo quanti-qualitativa. Utilizando-se também de pesquisa bibliográfica, utilizando-se livros, artigos, trabalhos acadêmicos, entre outros, como fonte de pesquisa para embasamento teórico.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 A CRISE CAUSADA PELA PANDEMIA DA COVID-19

O ano de 2020 entrou para história com o início de uma das maiores crises sanitária, prejudicando todo sistema econômico. O impacto negativo no desenvolvimento econômico é de grande proporção (SILVA, SILVA, 2020). Muitas empresas precisaram mudar para enfrentar os desafios externos, por partes das transformações tecnológicas, social, política e econômica, como também a adaptação às crises e às incertezas futuras (COSTA et al., 2020).

A nova crise pandêmica, adquirida pelo novo coronavírus, tem repercutido em diversas esferas da vida humana, manifestando-se nas dimensões socioeconômica tendo como resultado a paralisação das atividades econômicas, retração na renda e aumento do desemprego (OLIVEIRA, FERREIRA, 2020).

O Impacto causado pela pandemia do covid-19 vem provocando mudanças significativas na vida das pessoas, sendo que muitos empreendedores tiveram que se reinventarem para dá continuidade as suas atividades, e grande parte tiveram que realizar seu trabalho em seus próprios lares, devido ao isolamento social e às medidas preventivas que foram exigidas (ABUBAKAR, 2020).

Segundo Bitencourt (2021, p.07):

Durante a pandemia do novo coronavírus, o ex Ministro da Saúde no governo de Jair Bolsonaro (01/01/2019 a 16/04/2020), Luiz Henrique Mandetta, posicionou-se de acordo com as orientações da Organização Mundial da Saúde (OMS) ao adotar o isolamento social com o objetivo de “achatar a curva” de contaminados.

Esse isolamento social, além de tentar diminuir a contaminação da população, fez com que as rendas das famílias descaíssem. E esses impactos aconteceram por conta da paralisação da atividade produtiva, e a queda da demanda de investimento, que causou a retração no comércio e nas exportações (BITENCOURT, 2021).

É importante destacar que esse cenário pandêmico trouxe a queda no mercado de trabalho dos informais, tendo uma diminuição de 40,6% para 37,6%. Essa redução da informalidade em outras situações seria eficaz, pois haveria assim uma redução dos trabalhadores informais em relação aos formais (SABOIA et al., 2020).

Como o Brasil ainda estava, em um cenário de incertezas no polo econômico, mediante, isso a economia brasileira ainda não apresentava crescimento econômico, pois a economia saiu de uma recessão de 2015-2016, e entrou numa estagnação, trazendo indicadores ruins (SOUZA, 2015).

Com a crise econômica, as empresas buscarão reduzir seus custos e mudar seu estilo de gestão para manterem competitivas. Dessa forma, no período pós-pandêmico, espera-se um crescimento significativo no tele-trabalho (COSTA et al.,2020).

## 2.2 AUMENTO DO USO DO ÁLCOOL EM GEL

Desde os primeiros indícios de casos do COVID-19, algumas medidas passaram a serem tomadas para o combate a proliferação e infecção do vírus, e uma delas, foi o uso de álcool 70% e álcool em gel, sendo este produto um dos mais citados em todas as organizações e órgãos de saúde.

Contudo, conforme uma pesquisa ao qual foi desenvolvida pelo Instituto QualiBest, chegou-se à conclusão de que 66% dos brasileiros passaram a mudar seus hábitos de higiene após o início da pandemia, de tal modo, é notório assinalar que sete em cada dez pessoas passaram a ter maior preocupação em relação a sua saúde. Tendo em vista que o hábito de sempre que possível lavar as mãos com água e sabão, fosse mais comum no período de pandemia, foi possível observar neste estudo que a população tem maior preferência pelo uso do álcool, tendo em vista a praticidade de se fazer seu uso em qualquer local ou ambiente, e conseqüentemente, o aumento da utilização do álcool em gel, bem como também a disparada na sua venda (VEDATUDO, 2022).

Apesar disso, pode-se observar que, conforme União da Indústria de Cana-de-Açúcar, o período de pandemia causado pelo Coronavírus tornou mais amplo o mercado para a venda de álcool gel e o 70%, além disso, observou-se ainda um aumento significativo de 86,57% nas vendas de etanol para outros fins, chegando-se a marca de 242,16 milhões de litros vendidos desde o início do ciclo 2020/2021 até 1º de junho (CANA ONLINE, 2022).

Conforme dados do UOL (2020), o período de pandemia fez com que as vendas de álcool em gel tivessem um crescimento expansivo em nosso país, chegando à marca de mais de 4700%. Contudo, conforme o levantamento feito pela empresa



Compre&Confie, foram realizadas um total de 13 milhões de compras online no período de 24 de fevereiro e 18 de março de 2020, apresentando uma alta de 30,8% quando comparado ao mesmo período do ano anterior, e conseqüentemente, resultou em um aumento de 28%, gerando, R\$ 5,56 bilhões em vendas (UOL, 2020).

Assim sendo, compreende-se que, embora a pandemia se apresentasse como sendo algo devastador para algumas empresas, visto que muitas fecharam suas portas neste período, outras, as quais tinham como principal foco, a venda de produtos de higiene e limpeza, tiveram uma alta em suas vendas, principalmente em relação a venda de álcool.

De acordo com Nathalia Teixeira e Rafaella Balieiro (2022) conforme dados revelados por meio da Associação Nacional da Indústria de Material de Segurança e Proteção ao Trabalho, foi possível constatar que quando comparado o último trimestre dos anos de 2020 e 2021, houve um aumento significativo de 20% nas vendas de máscaras e álcool.

Nathalia Teixeira e Rafaella Balieiro (2022) ainda acrescenta que a partir do momento em que os estes produtos saíram para as farmácias, observou-se que em uma das maiores redes de drogarias do Brasil, houve um crescimento de 70% nas vendas de máscaras quando comparado aos 12 primeiros dias de janeiro de 2022, em relação ao mesmo período de 2021, além disso, foi possível observar ainda que em relação ao álcool em gel, este apresentou um crescimento de de 25%.

Conforme assinala Thiago Terra (2020) foi feito uma pesquisa no período entre 10 e 22 de março de 2020, por meio da Qualibest, ao qual foi possível constatar que houve um aumento de 67% nas vendas do álcool em gel, além de 53% nas vendas de álcool líquido.

### **3 METODOLOGIA**

#### **3.1 TIPO E LOCAL DA PESQUISA**

A pesquisa realizada neste estudo pode ser considerada do tipo quanti-qualitativa. O método quantitativo traduz opiniões e informações em dados numéricos através do uso de técnicas e recursos estatísticos, possibilitando a quantificação dos dados coletados (PRODANOV; FREITAS, 2013).

Em relação ao local da pesquisa, a mesma foi desenvolvida na empresa Pollux, localizada na rua Laurentino Pereira, 1156, Noé Trajano, município de Patos-PB.

**Figura 1 – Frente da empresa Pollux**



Fonte: <https://lojaopollux.com.br/sobre> (2022)

Pollux Indústria Indústria e Comércio de Produtos de Limpeza-LTDA. Situada na cidade de Patos-PB, a Pollux surge com um novo conceito em desenvolvimento de produtos, garantindo qualidade e alta performance em seu MIX, facilitando o dia a dia da dona de casa, nas atividades do lar.

A Pollux fabrica em média 1170 produtos dos mais variados tipos, como por exemplo, álcool gel, álcool 70%, desinfetante, amaciante, alvejante, aromatizante, detergente, entre outros.

A empresa conta com um quadro de funcionários em um total de 18 colaboradores. Sua matriz encontra-se localizada na cidade de Patos-PB, além disso, a mesma possui 03 (três) filiais, sendo uma em Patos-PB, outra em João Pessoa-PB e outra em Campina Grande-PB.

### 3.2 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS

O levantamento da coleta de dados foi feito por meio de uma análise de discurso composto por questões objetivas e subjetivas em relação ao aumento nas vendas do álcool 70% e álcool em gel no período de pandemia na empresa Pollux.

O questionário foi aplicado ao responsável pela parte financeira da Empresa. De início, foi explicado ao mesmo, de que se tratava a pesquisa, bem como seria feita a entrevista. A pesquisa foi feita em um dia, mais precisamente em uma manhã, ao qual o responsável pelo controle de finanças da empresa respondeu todas as perguntas solicitadas. Por fim, esta empresa foi escolhida, por se encaixar na finalidade deste estudo, que era de observar o crescimento das vendas do álcool 70% e em gel, tendo em vista que a mesma trabalha com a fabricação e venda destes produtos, além disso, o fato de também trabalhar na mesma, facilitou um pouco o acesso a estes dados.

### 3.3 TRATAMENTO E ANÁLISE DOS DADOS

Os dados foram analisados e discutidos de modo qualitativo, tendo em vista que foram utilizados os resultados obtidos com as respostas dadas pelo responsável pela empresa pesquisada para fundamentar o presente artigo e discuti-los à luz do referencial teórico trazido ao texto.

Neste tópico, serão apresentados os resultados obtidos através da entrevista desenvolvida com o responsável pela parte de finanças da empresa Pollux.

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

De início, o quadro 1 nos revela um breve resumo sobre a situação empresa em relação aos impactos causados pela pandemia do Covid-19.

**Quadro 1** – Diagnóstico da empresa no período da pandemia do Covid-19

Perguntas	Sim	Não
A empresa já passou por algum momento de crise, como a causada pela pandemia do Covid-19?		X
No período em que vários estabelecimentos tiveram que fechar, esta empresa fechou?		X
Houve redução no faturamento?		X
Houve redução no quadro de funcionários?		X
Houve redução nos salários dos funcionários?		X

Ao analisar o quadro 1, compreende-se que em relação aos Impactos causados pela pandemia do Covid-19, foi possível constatar que a empresa Pollux não sofreu variações em relação a redução no quadro de funcionários ou em seus salários, bem

como também, não houve a necessidade de fechar suas portas, tendo em vista que a empresa contribuía com a fabricação de produtos essenciais ao combate do Covid-19, como o álcool e produtos de higiene e limpeza.

Levando-se em consideração os efeitos da crise gerada por meio da pandemia, pode-se dizer que tomaram proporções gigantescas em diversos países, tendo em vista que tal fato ocorreu em um curto prazo. De tal modo, consta-se ainda acrescentar que, as consequências da parada total ou parcial das atividades produtivas, ocasionou impactos aos quais poderão ser refletidos e observado no decorrer dos próximos anos, visto ainda que para determinados países a crise econômica passará a se apresentar de maneira mais profunda e duradoura do que em relação a outros países (OCDE, 2020).

Apesar da empresa pesquisada não ter sido afetada com a pandemia do Covid-19, a mesma foi responsável pela fabricação de muitos produtos relacionados como sendo de combate ao Covid-19, destacando-se o álcool 70% e em gel. Deste modo, em relação à venda destes produtos, o quadro a seguir detalha a resposta dada pelo responsável do setor de finanças em relação ao aumento de vendas de álcool no período pandêmico.

**Quadro 2 – Aumento de vendas do álcool na pandemia**

<b>Pergunta</b>	<b>Resposta</b>
<b>Em relação à venda de álcool no período de pandemia, houve algum aumento significativo no total de vendas? Se, sim, qual foi o percentual de vendas?</b>	“Mais do que significativo, eu diria. O álcool 70° e o álcool em gel estavam em nosso mix apenas para contribuírem com a diversificação de produtos, que é um diferencial da empresa, e não representava em si, um grande retorno financeiro, devido aos baixos volumes de saída. A procura pelo álcool, no ápice da pandemia em 2020, fez nos voltarmos, quase que integralmente, a sua produção”.

O quadro acima, ilustra o comentário dado pelo entrevistado, em relação ao aumento de vendas de álcool no período pandêmico. Com isso, observa-se que o mesmo assinalou que o aumento foi mais do que significativo, tendo em vista que antes da pandemia, o álcool era apenas mais um dos inúmeros produtos oferecidos pela empresa, e após a pandemia, passou a ser o principal produto fabricado e vendido, principalmente o álcool em gel.

**Tabela 1 – Vendas de álcool em 2019**

PRODUTO	Qt. Total	Preço Unit.	Tot. Prod.
ÁLCOOL GEL NEUTRO 1L	40	R\$ 9,60	R\$ 384,00
ÁLCOOL NEUTRO DE CEREAIS 1L	36	R\$ 13,90	R\$ 500,40
ÁLCOOL NEUTRO DE CEREAIS 500 ML	96	R\$ 3,75	R\$ 360,00
<b>TOTAL VENDIDOS</b>	<b>172</b>	<b>TOTAL R\$</b>	<b>R\$ 1.244,40</b>

Tabela 2 – Vendas de álcool em 2020

PRODUTO	Qt. Total	Preço Unit.	Tot. Prod
ÁLCOOL 70° GL RECICLAJET 500ML - PET	1000	R\$ 2,90	R\$ 2.900,00
ÁLCOOL 70° LÍQUIDO 1L POLLUX	10	R\$ 14,80	R\$ 148,00
ÁLCOOL 70° LÍQUIDO 500ML POLLUX	320	R\$ 6,00	R\$ 1.920,00
ÁLCOOL 70° LÍQUIDO 5L POLLUX	5	R\$ 26,27	R\$ 131,35
ÁLCOOL 70° PERF GIOVANNA 500ML POLLUX	25	R\$ 5,28	R\$ 132,00
ÁLCOOL 70° PERF KAIK 500ML POLLUX	25	R\$ 5,28	R\$ 132,00
ÁLCOOL 70° GL A GRANEL	120	R\$ 3,90	R\$ 468,00
ÁLCOOL 70° GL RECICLAJET 1L- PET	500	R\$ 5,20	R\$ 2.600,00
ÁLCOOL 70° GL REDE CARIRI 1L	120	R\$ 4,80	R\$ 576,00
ÁLCOOL 96° 1L- ( granel )	50	R\$ 5,70	R\$ 285,00
ÁLCOOL GEL 70 RECICLAJET CARBO 1L PET	200	R\$ 6,02	R\$ 1.204,00
ÁLCOOL GEL 70 RECICLAJET CARBO 500ML PET	1000	R\$ 3,90	R\$ 3.900,00
ÁLCOOL GEL 70 SC 1L PET	48	R\$ 9,90	R\$ 475,20
ÁLCOOL GEL 70 SC 500ML PET	160	R\$ 5,50	R\$ 880,00
ÁLCOOL GEL 70°GL 5 LITROS (PET MC)	1	R\$ 40,06	R\$ 40,06
ÁLCOOL GEL GIOVANNA GLICERINADO 500ml	240	R\$ 8,01	R\$ 1.922,40
ÁLCOOL GEL GLICERINADO NEUTRO - MONTPELLIER 500ml	240	R\$ 7,30	R\$ 1.752,00
ÁLCOOL GEL GLICERINADO STYLETO - MONTPELLIER 500ml	160	R\$ 8,01	R\$ 1.281,60
ÁLCOOL GEL GLICERINADO VINOLIA - MONTPELLIER 500ml	160	R\$ 8,01	R\$ 1.281,60
ÁLCOOL GEL KAIK GLICERINADO 500ml	240	R\$ 8,01	R\$ 1.922,40
ÁLCOOL GEL NEUTRO 500ML PET	400	R\$ 5,50	R\$ 2.200,00
ÁLCOOL GEL NEUTRO CARBO 1L PET	18	R\$ 17,00	R\$ 306,00
ÁLCOOL GEL NEUTRO CARBO 500ml PET	8	R\$ 4,04	R\$ 32,32
ÁLCOOL GEL NEUTRO CARBO 5L PET	20	R\$ 69,00	R\$ 1.380,00
ÁLCOOL GEL NEUTRO IBE 500ML CARBO	16	R\$ 8,61	R\$ 137,76
ÁLCOOL NEUTRO DE CEREAIS 1L	36	R\$ 13,90	R\$ 500,40
<b>TOTAL VENDIDOS</b>	<b>5122</b>	<b>TOTAL R\$</b>	<b>R\$ 28.508,09</b>

Tabela 3 – Vendas de álcool em 2021

<b>PRODUTO</b>	<b>Qt. Total</b>	<b>Preço Unit.</b>	<b>Tot. Prod</b>
ALCOOL 70° GL 500ML IBE	128	R\$ 4,10	R\$ 524,80
ÁLCOOL 70° GL RECICLAJET 500ML - PET	210	R\$ 4,00	R\$ 822,27
ÁLCOOL 70° LÍQUIDO 12X1L POLLUX	1	R\$ 74,00	R\$ 74,00
ÁLCOOL 70° LÍQUIDO 15X500ML POLLUX	106	R\$ 2,00	R\$ 212,00
ÁLCOOL 70° LÍQUIDO 1L POLLUX	24	R\$ 4,85	R\$ 116,40
ÁLCOOL 70° LÍQUIDO 2X5L POLLUX	90	R\$ 2,00	R\$ 180,00
ÁLCOOL 70° LÍQUIDO 500ML POLLUX	16	R\$ 2,44	R\$ 39,04
ÁLCOOL 70° LÍQUIDO 5L POLLUX	8	R\$ 20,19	R\$ 161,52
ÁLCOOL 70° PERF GIOVANNA 16X500ML POLLUX	30	R\$ 2,00	R\$ 60,00
ÁLCOOL 70° PERF GIOVANNA 500ML POLLUX	16	R\$ 6,80	R\$ 108,80
ÁLCOOL 70° PERF KAIK 16X500ML POLLUX	40	R\$ 2,00	R\$ 80,00
ÁLCOOL 70° PERF KAIK 500ML POLLUX	16	R\$ 6,80	R\$ 108,80
ALCOOL 70° SÃO JOÃO 1L	12000	R\$ 2,33	R\$ 27.960,00
ÁLCOOL 70° GL A GRANEL	90	R\$ 3,92	R\$ 352,80
ÁLCOOL 70° GL RECICLAJET 1L- PET	300	R\$ 4,62	R\$ 1.386,00
ÁLCOOL 70° GL RECICLAJET 5L- PET	10	R\$ 22,85	R\$ 228,50
ÁLCOOL 70° GL REDE CARIRI 1L	120	R\$ 5,90	R\$ 708,00
ALCOOL DE CEREAIS - 1L	12	R\$ 11,40	R\$ 136,80
ALCOOL DE CEREAIS 12X1L POLLUX	30	R\$ 2,00	R\$ 60,00
ALCOOL GEL 500ML ( IBE)	80	R\$ 6,24	R\$ 499,20
ÁLCOOL GEL 70 RECICLAJET CARBO 1L PET	200	R\$ 6,02	R\$ 1.204,00
ÁLCOOL GEL 70 RECICLAJET CARBO 500ML PET	376	R\$ 3,14	R\$ 1.180,64
ÁLCOOL GEL 70 SC 1L PET	2	R\$ 7,76	R\$ 15,52
ÁLCOOL GEL 70 SC 500ML PET	15	R\$ 4,90	R\$ 73,50
ÁLCOOL GEL GIOVANNA GLICERINADO 500ml	32	R\$ 7,93	R\$ 253,76
ÁLCOOL GEL GLICERINADO NEUTRO - MONTPELLIER 500ml	6	R\$ 6,70	R\$ 40,20
ÁLCOOL GEL GLICERINADO STYLETO - MONTPELLIER 500ml	80	R\$ 7,20	R\$ 576,00
ÁLCOOL GEL GLICERINADO VINOLIA - MONTPELLIER 500ml	45	R\$ 9,51	R\$ 427,95
ÁLCOOL GEL KAIK GLICERINADO 500ml	16	R\$ 8,99	R\$ 143,84
ÁLCOOL GEL NEUTRO 500ML PET	130	R\$ 6,67	R\$ 867,10

ÁLCOOL GEL NEUTRO CARBO 12X1L POLLUX	30	R\$ 2,00	R\$ 60,00
ÁLCOOL GEL NEUTRO CARBO 15X500ml	90	R\$ 2,00	R\$ 180,00
ÁLCOOL GEL NEUTRO CARBO 1L PET	3	R\$ 6,94	R\$ 20,82
ÁLCOOL GEL NEUTRO CARBO 2X5L	107	R\$ 2,00	R\$ 214,00
ÁLCOOL GEL NEUTRO CARBO 500ml PET	16	R\$ 5,16	R\$ 82,56
ÁLCOOL GEL NEUTRO CARBO 5L PET	2	R\$ 33,76	R\$ 67,52
ÁLCOOL GEL NEUTRO CARBO 5L PET RECICLAJET	8	R\$ 33,76	R\$ 270,08
ÁLCOOL GEL NEUTRO IBE 16X500ML CARBO	25	R\$ 2,00	R\$ 50,00
ÁLCOOL GEL NEUTRO IBE 500ML CARBO	16	R\$ 5,52	R\$ 88,32
ALCOOL NEUTRO DE CEREAIS 1L	12	R\$ 11,40	R\$ 136,80
<b>TOTAL VENDIDOS</b>	<b>14538</b>	<b>TOTAL R\$</b>	<b>R\$ 39.771,54</b>

**Tabela 4 – Vendas de álcool em 2022**

<b>PRODUTO</b>	<b>Qt. vendidos</b>
ALCOOL 70° LÍQUIDO 12X1L POLLUX	5003
ALCOOL 70° LÍQUIDO 15X500ML POLLUX	409
ALCOOL 70° LÍQUIDO 2X5L POLLUX	1644
ALCOOL 70° PERF GIOVANNA 16X500ML POLLUX	91
ALCOOL 70° PERF KAIK 16X500ML POLLUX	96
ALCOOL DE CEREAIS 12X1L POLLUX	21
ALCOOL GEL NEUTRO CARBO 12X1L POLLUX	389
ALCOOL GEL NEUTRO CARBO 15X500ml	269
ALCOOL GEL NEUTRO CARBO 2X5L	390
ÁLCOOL GEL NEUTRO IBE 16X500ML CARBO	37
<b>TOTAL</b>	<b>8349</b>

Ao analisar as tabelas com o total de produtos relacionados ao álcool, vendidos nos períodos pré, durante e pós pandemia, é possível observar que antes da pandemia, a venda de produtos como álcool era bem abaixo do que no período de pandemia, e mesmo após a pandemia, ainda há um número significativo de vendas desse produto.

De acordo com Nathalia Teixeira e Rafaella Balieiro (2022), tendo em vista o surgimento da nova variante do Covid-19, o Ômicron, as vendas de máscaras e álcool em gel voltaram a crescer novamente. Em relação as máscaras, houve um aumento de 70% nas vendas e no que se refere as vendas de álcool em gel, observou-se um crescimento de 25%.

A seguir, é apresentado por meio do quadro 3 o comparativo de vendas entre os anos de 2019 e 2020, ao qual pode ser melhor observado a seguir.

**Quadro 3 – Diferença de vendas de álcool entre os anos de 2019 e 2020.**

Pergunta	Resposta
<p><b>Em comparação às vendas de álcool no período de 2019 e 2020, qual foi a diferença de vendas de um ano para outro?</b></p>	<p>“Puxa! O álcool nem de longe estava entre os nossos produtos mais vendidos. Sempre procuramos nos diferenciar pela diversidade. O nosso mix de produtos é o mais completo de toda a região. Talvez este seja o ponto que nos fez sobressair diante dos concorrentes nesse cenário: estávamos prontos, ou quase isso. Apesar do álcool em 2019 representar uma parcela quase que insignificante em relação as nossas vendas totais, tínhamos capacidade de produção muito maior do que a necessária para atender a demanda anterior a pandemia. Claro, que mesmo essa maior capacidade foi suplantada pela procura descomunal, mas o simples fato de conseguir atender de imediato, parte da procura, nos diferenciou da nossa concorrência, que muitas vezes não tinha se quer a licença para a fabricação do álcool. O aumento percentual exato da venda do álcool entre o ano de 2019 e 2020 foi de X%”.</p>

Quando se questionou sobre a diferença de vendas de álcool entre os anos de 2019 e 2020, foi possível compreender segundo o entrevistado que, no ano de 2019, o álcool nem de longe se encontra como sendo um dos produtos mais vendidos, uma vez que, a empresa tinha como principais carros chefes os produtos de limpeza.

De acordo com Robson Bonin (2020) foi possível observar por meio de dados apresentados pelo aplicativo Farmácias APP, ao qual tem como finalidade a comercialização produtos de saúde e beleza, na internet, que houve um aumento de 174% e 185%, nas vendas de máscaras e álcool em gel, respectivamente, no período entre janeiro e fevereiro, em relação ao mesmo período de 2019.

Já com a chegada da pandemia e a divulgação do álcool como um dos produtos aos quais poderiam combater tanto a proliferação, como também o contágio do vírus, este produto passou a ter um crescimento bastante significativo em sua produção e venda.

**Quadro 4 – Comparativo de vendas do álcool entre os anos de 2020 e 2021.**



Pergunta	Resposta
<b>A empresa ainda mantém a mesma porcentagem de vendas de álcool, quando comparados os anos de 2020 e o atual (2021)? Explique à que se deve essa diferença</b>	“Já esperávamos que a medida com que fosse progredindo a vacinação, haveria um aumento na negligência quanto às medidas preventivas cabíveis para se combater o vírus, e em consequência a isso, houve uma redução significativa na venda do álcool 70° e do álcool em gel. A nossa perspectiva é que a venda continue caindo, mas que o faturamento se mantenha estável, uma vez que firmamos novas parcerias de mercado, em decorrência da pandemia”.

Quando questionado sobre o comparativo de vendas do álcool entre os anos de 2020 e 2021, o entrevistado assinalou que como já esperado, as vendas começaram a baixar, conforme a pandemia passava a ser mais controlada e também com a chegada da vacinação as pessoas seriam mais negligentes em relação ao uso do álcool.

De acordo com Beatriz Cavalcante (2021), no período entre os meses de março e abril de 2021 a procura e venda de álcool gel caiu cerca de 55,9% quando comparados ao ano anterior, no estado do Ceará. Além disso, outros estados também tiveram quedas significativas na venda de álcool gel, como por exemplo, o Rio Grande do Norte com -45,5%, o estado da Bahia com -36,4%, além de Pernambuco com -26,8%, Paraíba, com -15,5%, entre outros.

Contudo, a figura a seguir nos mostra um comparativo do faturamento das vendas de 2019 (ano anterior à pandemia), 2020 (ano da pandemia) e 2021 (um ano após o início da pandemia).

**Figura 2 – Faturamento nos anos de 2019 à 2021.**

<b>2019 - Faturamento por competência</b>		<b>Valor Líquido</b>
Janeiro		42.841,10
Fevereiro		34.221,03
Março		30.453,03
Abril		50.139,07
Maior		10.589,84
Junho		28.446,06
Julho		43.827,28
Agosto		25.007,67
Setembro		25.415,19
Outubro		44.479,68
Novembro		51.125,10
Dezembro		100.744,82
		487.289,87
<b>2020 - Faturamento por competência</b>		<b>Valor Líquido</b>
Janeiro		122.660,41
Fevereiro		87.895,33
Março		464.748,83
Abril		693.264,24
Maior		473.473,16
Junho		382.647,77
Julho		383.850,51
Agosto		250.166,71
Setembro		210.293,18
Outubro		157.039,43
Novembro		121.339,67
Dezembro		396.275,36
		3.743.654,60
<b>2021 - Faturamento por competência</b>		<b>Valor Líquido</b>
Janeiro		281.494,24
Fevereiro		247.254,51
Março		259.000,07
Abril		344.200,30
Maior		352.068,25
Junho		356.238,73
Julho		336.332,73
Agosto		180.988,67
Setembro		65.948,32
Outubro		11.231,86
Novembro		110.183,28
		2.544.940,96

**Fonte:** Dados da Pollux (2022)

Ao analisar a figura 1, compreende-se que entre os anos de 2019 e 2020, houve um aumento significativo no faturamento, cerca de 768%.

**Tabela 5 – Quantidade de produtos vendidos de 2019 a 2022**

	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
<b>TOTAL DE VENDAS</b>	172	5122	14538	8349

Ao analisar a tabela acima, compreende-se que nos anos referentes a pandemia, as vendas de álcool 70% e álcool em gel apresentaram um aumento significativo, quando comparado com o ano anterior a pandemia. Porém, mesmo após o período pós pico da pandemia, as vendas ainda continuaram a ser elevadas, maior até do que as vendas obtidas no primeiro ano de pandemia.

Em continuidade a pesquisa, foi questionado se a exemplo do álcool, houve aumento de vendas em outros produtos no período de pandemia? Se sim, qual(is)? A resposta dada pelo entrevistado pode ser melhor observada a seguir.

**Quadro 5 – Aumento de vendas em outros produtos no período de pandemia**

Pergunta	Resposta
<p><b>A exemplo do álcool, houve aumento de vendas em outros produtos no período de pandemia? Se sim, qual(is)?</b></p>	<p>“Como comentei ainda a pouco, firmamos novas parcerias, que, ao nos procurar com interesse particular no álcool, quase sempre acrescia ao pedido alguns itens do nosso mix. Então, houve um pequeno aumento na venda de todos os produtos, mas nada que se compare ao aumento percentual do álcool se em relação a sua venda habitual. Porém, um outro produto, além do álcool, que teve um aumento significativo em sua demanda, foi o sabonete líquido”.</p>

Ao observar o quadro 5, pode-se perceber que o entrevistado assinalou que quando haviam buscas pelo álcool, o mesmo sempre acrescia alguns outros produtos ao pedido. Deste modo, passou a ter um pequeno aumento nas vendas de outros produtos, como por exemplo, o sabonete líquido.

Deste modo, Gabriel Brum (2021) acrescenta que, conforme pesquisa feita pela consultoria Kantar, no ano de 2020 em nosso país, houve um crescimento nas vendas de produtos de higiene, aos quais cresceram cerca de 9,4%, quando comparado a 2019, dentre estes produtos, destacam-se: sabonetes, cremes e loções, tendo em vista que em todo país, todas as classes sociais compraram mais esses itens.

Por fim, tendo em vista os grandes impactos que a pandemia ocasionou em nosso país, foi questionado os impactos ocasionados na empresa pesquisada.

**Quadro 6 – Os principais impactos causados pela pandemia na empresa**

Pergunta	Resposta
	<p>“Não estávamos esperando um aumento em tais proporções na demanda do álcool. Formavam-se filas, não só de consumidores de varejo nas nossas lojas, mas também em nossa fábrica, que foi tomada por revendedores, inclusive de setores distintos, interessados em aproveitar o momento propício para a revenda do álcool. Aquelas duas primeiras semanas de pandemia foram de adaptação. Logo, estávamos</p>

<p><b>Quais os principais impactos causados pela pandemia na empresa?</b></p>	<p>fabricando álcool o dia inteiro. Claro que isso logo começou a atrapalhar a logística de entrega dos outros itens do nosso mix. Precisávamos contratar, e foi o fizemos. Formalizávamos os pedidos dos álcoois, e agendávamos para semanas, priorizando sempre as entregas para os órgãos públicos e prefeituras, que corriam para imunizar população. Depois de meses nesse cenário, estamos produzindo várias vezes o que se produzia antes da pandemia. É verdade que onde tiver alguém chorando, haverá sempre alguém vendendo lenço, mas confesso que aqui, todos, sem exceção, estamos muito aliviados por tudo isso está passando. Com as nossas novas parcerias, as vendas podem seguir estáveis, sem a necessidade de qualquer variante ou nova pandemia”.</p>
---	--

Conforme o entrevistado, a empresa teve que se adaptar as mudanças trazidas pela pandemia, além de atrapalhar um pouco na logística de entrega dos outros itens do mix da empresa. Porém, a empresa manteve seus funcionários e desempenhava suas tarefas normalmente, graças ao alto número de pedidos do álcool e também de produtos de limpeza e higiene.

Contudo, o entrevistado assinalou estar mais aliviado por tudo estar passando, e crer que, com as novas parcerias, as vendas podem seguir estáveis, sem a necessidade de qualquer variante ou nova pandemia.

Conforme SEBRAE (2022) a pandemia do Covid-19 fez com que houvesse um impacto expressivo na economia global, tendo em vista a redução no volume de vendas, e a incerteza do mercado financeiro.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Ao final deste estudo, ao qual, objetivava analisar o crescimento da indústria do álcool 70° em decorrência da pandemia na empresa Pollux, foi possível constatar que embora a pandemia exercesse um grande impacto tanto nos comércios como na vida pessoal de população, a mesma também trouxe algumas oportunidades, a exemplo da grande demanda de produtos como álcool gel, álcool 70%, produtos de limpeza e higiene.

A empresa pesquisada, a Pollux como sendo uma grande empresa de fabricação de produtos como desinfetante, amaciante, alvejante, aromatizante, detergente, entre outros, mesmo com a crise gerada por meio da pandemia, se sustentou, mantendo seu quadro de funcionários, sem haver cortes de salários, entre outros.

Voltando-se a problemática deste estudo, ao qual era ter conhecimento se houve crescimento no número de vendas do álcool 70° em decorrência da pandemia na empresa Pollux, e quais foram estes percentuais de crescimento. E como apresentado no decorrer deste estudo, houve sim, um aumento nas vendas no período de pandemia. Porém, mesmo após o período de pico da pandemia, as vendas de álcool no início do ano de 2022, já supera o total de produtos vendidos no primeiro ano de pandemia.

Houve um aumento de 768% quando comparados os anos de 2019 e 2020. Mesmo com o início da vacinação e o “relaxamento” nas medidas de restrição, o ano de 2021 também foi um ano bastante aquecido na venda destes produtos, porém, foi possível também observar uma pequena queda na venda destes produtos.

E relação os objetivos propostos no início deste estudo, pode-se dizer que todos foram alcançados, tendo em vista que foi apresentado o crescimento da indústria do álcool 70° em decorrência da pandemia na empresa Pollux. Além disso, no decorrer deste estudo foi possível analisar os impactos da crise causada pela pandemia da Covid-19, ter maior conhecimento acerca do o aumento do uso do álcool em gel e do álcool 70% e por fim, apresentar os impactos causados pela pandemia na empresa Pollux.

Finalmente, mesmo com a queda de vendas do álcool, a empresa pesquisada encontra-se em ótima estabilidade e após fechar novas parcerias, a empresa acredita que as vendas podem seguir estáveis, sem a necessidade de qualquer variante ou nova pandemia.

## REFERÊNCIAS

ABUBAKAR, A. Coronavirus (COVID-19): Effect and Durval Strategy for Businesses. **Journal of Economics onde Buseness**, Netherlands, v.3, n.2, p, 661 – 671, 2020.

BITENCOURT, Lucas Pereira. **O IMPACTO DA PANDEMIA NOS CONTRATOS DE TRABALHO: EFEITOS SOBRE OS EMPREGADOS E EMPREGADORES**. 24 f. Artigo Científico, Disciplina Trabalho de Curso II, Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Goiânia, 2021.

BONIN, Robson. **Venda de álcool em gel cresce 185% na esteira da pandemia**. Publicado em: 27 mar 2020. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/radar/venda-de-alcool-em-gel-cresce-185-na-esteira-da-pandemia/>. Acesso em: 25 mar. 2022.

BRUM, Gabriel. **Vendas de produtos de higiene cresceram 9,4% em 2020**. Publicado em 11/08/2021. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/economia/audio/2021-08/vendas-de-produtos-de-higiene-cresceram-94-em-2020>. Acesso em: 20 de janeiro de 2022.

CANAOLINE. **Demanda por álcool em gel e 70% deve se manter em alta pós-pandemia e produtos se firmam no portfólio de várias usinas**. Disponível em: <http://www.canaonline.com.br/conteudo/demanda-por-alcool-em-gel-e-70-deve-se-manter-em-alta-pos-pandemia-e-produtos-se-firmam-no-portfolio-de-varias-usinas.html>. Acesso em: 18 de janeiro de 2022.

CAVALCANTE, Beatriz. **Venda de álcool gel cai 55,9% em um ano no Ceará, mostra levantamento**. Publicado em: 17 de junho de 2021. Disponível em: <https://www.opovo.com.br/noticias/economia/2021/06/17/venda-de-alcool-gel-cai-55-9-em-um-ano-no-ceara.html>. Acesso em: 20 de janeiro de 2022.

COSTA, Alessandra de Sá Mello da; PAIVA, Ely Laureano; GOMES, Marcus Vinicius Peinado; BREI, Vinicius Andrade. **IMPACTOS DA COVID-19 NAS ORGANIZAÇÕES**. Revista de Administração de Empresas, [S.L.], v. 60, n. 6, p. 385-387, dez. 2020.

GOEKING, Weruska. **Vendas de álcool em gel disparam quase 3.000% com coronavírus**. Publicado em: 26/03/2020. Acesso em: 18 de janeiro de 2022. Disponível em: <https://valorinveste.globo.com/mercados/brasil-e-politica/noticia/2020/03/26/vendas-de-alcool-em-gel-disparam-quase-3000percent-com-coronavirus.ghtml>. Acesso em: 18 de janeiro de 2022.

OCDE. **Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico.**

**Coronavirus (Covid-19):** SME policy responses. Recuperado em 11 de novembro, 2020, de <http://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/coronavirus-covid-19-sme-policy-responses-04440101/>. Acesso em: 18 de janeiro de 2022.

OLIVEIRA, Alanna Santos de; FERREIRA, Ester William. **O Mercado de Trabalho em Tempos de Pandemia.** Texto para Discussão 03. Uberlândia: CEPES/IERI/UFU, 2020.

SABOIA, João; ROUBAUD, F; RAZAFINDRAKOTO, M. **A pandemia e o mercado de trabalho no Brasil.** Instituto de Economia da Universidade Federal do Rio de Janeiro (IE/UFRJ). Valor econômico, 06 de julho de 2020.

SEBRAE. **Impactos e tendências da COVID-19 nos pequenos negócios.** Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/impactos-etendencias-da-covid-19-nos-pequenosnegocios,5e8fbd0c7d711710VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 20 de janeiro de 2022.

SILVA, M. L; SILVA, R. A. **Economia Brasileira Pré, Durante E Pós-Pandemia Do Covid-19:** Impactos E Reflexões. UFSM, 2020. Disponível em: <  
<https://www.ufsm.br/app/uploads/sites/820/2020/06/Textos-para-Discuss%C3%A3o-07-Economia-Brasileira-Pr%C3%A9-Durante-e-P%C3%B3s-Pandemia.pdf>>. Acesso em: 18 de janeiro de 2022.

SOUZA, L. R. DE; NASCIMENTO, F. S. **Nova Matriz Econômica e queda nas taxas de lucros** : a política econômica e economia política entre 2011-2016XXIV Encontro Nacional de Economia Política. Anais...Vitória: 2019.

TEIXEIRA, Nathalia; BALIEIRO, Rafaella. **Vendas de máscaras e de álcool em gel crescem até 70% em farmácias do Brasil.** Publicado em: 14/01/2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/saude/vendas-de-mascaras-e-de-alcool-em-gel-crescem-ate-70-em-farmacias-do-brasil/#:~:text=Covid%2D19-,Vendas%20de%20m%C3%A1scaras%20e%20de%20%C3%A1lcool%20em%20gel,70%25%20em%20farm%C3%A1cias%20do%20Brasil&text=Devido%20ao%20aumento%20da%20contamina%C3%A7%C3%A3o,neste%20primeiro%20m%C3%AAs%20do%20ano>. Acesso em: 18 de janeiro de 2022.

TERRA, Thiago. **Consumo de álcool em gel sobe 67% no Brasil em doze dias.** Publicado em: 01/04/2020. Disponível em:  
<https://www.mundodomarketing.com.br/ultimas-noticias/38603/consumo-de-alcool-em-gel-sobe-67-por-cento-no-brasil-em-doze-dias.html>. Acesso em: 25 mar. 2022.

UOL. **Vendas online de álcool em gel crescem mais de 4700% no Brasil, diz estudo.** Publicado em: 24/03/2020. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2020/03/24/vendas-online-de-alcool-em-gel-crescem-mais-de-4700-no-brasil-diz-estudo.htm>. Acesso em: 18 de janeiro de 2022.

VEDATUDO. **Como o aumento do uso do álcool em gel pode favorecer o atacadista?** Disponível em: <https://www.vedatudo.com.br/blog/como-o-aumento-do-alcool-em-gel-favorece-o-atacadista/>. Acesso em: 18 de janeiro de 2022.



## APÊNDICES

## APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA

Diagnóstico da empresa no período da pandemia do Covid-19

Perguntas	Sim	Não
A empresa já passou por algum momento de crise, como a causada pela pandemia do Covid-19?		X
No período em que vários estabelecimentos tiveram que fechar, esta empresa fechou?		X
Houve redução no faturamento?		X
Houve redução no quadro de funcionários?		X
Houve redução nos salários dos funcionários?		X

**1º) Em relação à venda de álcool no período de pandemia, houve algum aumento significativo no total de vendas?**

Se, sim, qual foi o percentual de vendas? \_\_\_\_\_

**2º) Em comparação às vendas de álcool no período de 2019 e 2020, qual foi a diferença de vendas de um ano para outro?** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**3º) A empresa ainda mantém a mesma porcentagem de vendas de álcool, quando comparados os anos de 2020 e o atual (2021)? Explique à que se deve essa diferença.**

\_\_\_\_\_

**4º) À exemplo do álcool, houve aumento de vendas em outros produtos no período de pandemia? Se sim, qual(is)?** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**5º) Quais os principais impactos causados pela pandemia na empresa?**

---

---

---

---

---

---

---

---

## **ANEXOS**



---

## Declaração de Faturamento - Consolidado

---



---

CLÉNYLTON CLEVERTON DE ALMEIDA  
CPF: 789.352.024-87  
CRC: RJ-07639505

---

GUTEMBERG DE OLIVEIRA QUEROZ  
CPF: 063.811.214-16