



COMPORTAMENTO DO CONSUMO DO VINHO DURANTE O PERÍODO DA PANDEMIA DE COVID-19

Gabriel Benato Tonietto (BIC-UCS), Marta Elisete Ventura da Motta (Orientador(a))

No final de dezembro de 2019 iniciou-se a epidemia do Covid-19, espalhando-se para todos os países do mundo. No dia 11 de março de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) (UNA/SUS, 2020), anunciou a existência da pandemia, causada pela Covid-19, nome da doença atribuído pela OMS. Os métodos de consumo e comportamento da população foram radicalmente alterados devido as restrições com objetivos de reduzir a contaminação, trouxe várias limitações de viagens, relações comerciais, restrição dos mercados de commodities e vendas, mudanças na estrutura da demanda e aumento do desemprego. A cadeia produtiva do vinho vem vivenciando o impacto neste período de pandemia quanto ao consumo de vinho. Constatou-se que os acessos aos sites venda de vinhos apresentou crescimento, com a mais de 2 milhões de acessos em sites como wine.com, evino.com, grandcru.com, entre outros. Importante ressaltar a reportagem do estadão onde (CLEMENTE, 2020) ratificou em sua pesquisa o crescimento do consumo on-line de vinhos de 72% no segundo trimestre da quarentena no Brasil, atingindo marca histórica. Também ocorreu impactos na exportação em vários países, destaca-se que Portugal, o principal impacto ocorreu nas exportações, as perdas foram de 15% a 20% nas grandes empresas, e nas pequenas vinícolas foram atingidas com 50%. Na França, houve a redução de exportações de 20% no primeiro trimestre de 2020, após outra queda no mesmo patamar apenas em março. Na Itália, a queda foi de 20% a 25% em relação a 2019, preconiza (BHANDARI; BOROVICKA; HO, 2019) que a médio e longo prazo o vinho corre o risco de continuar a ser penalizado por aspectos psicológicos, ligados ao clima geral de incerteza. O colapso das economias no curto prazo causou forte queda no consumo das famílias e nos investimentos das empresas com enormes repercussões na demanda e na oferta (VERGAMINI et al. 2019). Assim, pode-se inferir que durante a pandemia de covid-19 o consumo de vinho cresceu exponencialmente via on-line em comparação com o físico. Em decorrência dos impactos gerados pelo momento das restrições de vida social, possibilitou aos apreciadores de vinho aumentar o consumo de vinho em seus lares e também a compra on-line uma alternativa assertiva das organizações. Frise-se que em momentos difíceis as empresas devem buscar e gerenciar outras estratégias de sustentabilidade.

Palavras-chave: Consumo, Pandemia, Vinho

Apoio: UCS, outros