



**GUILHERME PRATA SALMEN**

**AVALIAÇÃO DE MUDANÇAS NOS HÁBITOS DE CONSUMO  
DE BEBIDAS ALCÓOLICAS OCASIONADOS PELA  
PANDEMIA DE COVID-19**

**LAVRAS - MG  
2021**

**GUILHERME PRATA SALMEN**

**AVALIAÇÃO DE MUDANÇAS NOS HÁBITOS DE CONSUMO DE BEBIDAS  
ALCÓOLICAS PELA PANDEMIA DE COVID-19**

Monografia apresentada à Universidade Federal de Lavras, como parte das exigências do Curso de Engenharia de Alimentos, para a obtenção do título de Bacharel.

Ms. Felipe Furtini Haddad  
ORIENTADOR

**LAVRAS - MG  
2021**

**GUILHERME PRATA SALMEN**

**AVALIAÇÃO DE MUDANÇAS NOS HÁBITOS DE CONSUMO DE BEBIDAS  
ALCÓOLICAS OCASIONADOS PELA PANDEMIA DE COVID-19**

**CHANGES EVALUATION IN CONSUMPTION HABITS ALCOHOLIC  
BEVERAGES CAUSED BY THE COVID-19 PANDEMIC**

Monografia apresentada à Universidade Federal de Lavras, como parte das exigências do Curso de Engenharia de Alimentos, para a obtenção do título de Bacharel.

APROVADO em 24 de novembro de 2021.  
Ms. Felipe Furtini Haddad - UFLA  
Dr. João de Deus Souza Carneiro – UFLA  
Dr. Diego Alvarenga Botrel - UFLA

Ms. Felipe Furtini Haddad  
ORIENTADOR

**LAVRAS-MG**

**2021**

## RESUMO

Situações adversas nos exigem adaptabilidade. É certo que diante do desconhecido, seremos todos forçados a encontrarmos soluções rápidas para os problemas, e que certamente tais soluções acarretem mudanças. Obviamente, o cenário de pandemia que se instaurou no planeta a partir do ano de 2020 trouxe consigo transformações em diversos sentidos, incluindo na forma em que nos alimentamos e exercemos hábitos sociais que tem relação com a alimentação. Assim sendo, o presente estudo propõe-se a avaliar as possíveis mudanças no consumo de bebidas alcóolicas ocasionadas pela pandemia do novo Coronavírus. As análises trabalhadas lograram: a) Mapear as principais características dos respondentes da pesquisa no que diz respeito à idade, gênero, perímetro onde reside e região onde está no Estado de Minas Gerais; b) Avaliar a existência de alterações no consumo de bebida alcóolicas daqueles que residem no estado de Minas Gerais; c) Verificar quais são os tipos de bebidas alcóolicas que são mais consumidos atualmente pelos habitantes do estado de Minas Gerais; Para obter os dados necessários para as referidas análises, aplicou-se um formulário online, e a população alvo eram habitantes do Estado de Minas Gerais que possuíam idade superior à 18 anos. No que tange às contribuições proporcionadas por tais análises, pode-se destacar um direcionamento de ações das empresas produtoras e distribuidoras de bebidas alcóolicas, para atender melhor seus consumidores, gerar maior awareness de marca, oportunidades de desenvolvimento de novos produtos e potencializar desenvolvimento e crescimento de shares de mercado.

**Palavras-chave:** Bebidas alcoólicas; comportamento de consumidor; consumo; bebidas; covid-19.

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	<b>6</b>
<b>2. OBJETIVO</b> .....	<b>7</b>
<b>2.1 Objetivos específicos</b> .....	<b>7</b>
<b>3. REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	<b>8</b>
<b>3.1 A Pandemia do Covid-19</b> .....	<b>8</b>
<b>3.2 Álcool e o impacto de seu consumo</b> .....	<b>9</b>
<b>3.3 A indústria de Alimentos</b> .....	<b>10</b>
<b>4. MATERIAIS E MÉTODOS</b> .....	<b>12</b>
<b>5. RESULTADOS E DISCUSSÃO</b> .....	<b>13</b>
<b>5.1 Perfil dos consumidores</b> .....	<b>13</b>
<b>5.2 Avaliação das mudanças de consumo</b> .....	<b>15</b>
<b>5.3 Especificação dos produtos consumidos</b> .....	<b>20</b>
<b>6. CONCLUSÃO</b> .....	<b>23</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	<b>24</b>
<b>ANEXO I</b> .....	<b>27</b>

## 1. INTRODUÇÃO

A natureza humana sempre foi atrelada às transformações. Desde os primórdios das civilizações, a mutabilidade sempre se fez presente nos mais diversos aspectos de nossas vidas, permeando desde os locais escolhidos para habitarmos, até questões sociais, políticas e econômicas. Seja de maneira arbitrária, ou facultativa, nossos passos foram guiados com base no que acontecia ao nosso entorno e nas óbvias mudanças que acompanham o meio em que estamos inseridos.

Analogamente, algo que sempre nos acompanhou foi a necessidade de nos alimentar. Logicamente, como tudo que nos cerceia, a alimentação sempre esteve envolvida em transformações constantes, sejam elas mandatórias – por escassez, estados de calamidade ou condições fisiológicas – ou guiadas por interesses pessoais – melhorias do estado de saúde física e mental, tendências de mercado e consumo.

Muito mais do que alimentar-se meramente pela sobrevivência, de forma instintiva – ainda que esse ponto não esteja eliminado de nossa rotina de ingestão de alimentos sólidos e bebidas, a evolução de nossa sociedade e dos seres humanos como raça permitiu que desenvolvêssemos ao entorno da alimentação inúmeros hábitos e aspectos culturais, várias vezes com traços até ritualísticos.

É sensato pensar, portanto, que quaisquer alterações decorridas na alimentação terão impacto na forma em que esses hábitos e aspectos culturais se manifestam, assim como o caminho inverso também pode ser tido como verdadeiro. E uma categoria de alimentos que mais está relacionada com essas pontes culturais e hábitos bem definidos é a de Bebidas Alcolólicas.

No ano de 2020, a pandemia do Novo Corona Vírus instalou-se rapidamente. Trouxe consigo incertezas, perdas e obviamente, mudanças. Em todas as vertentes possíveis. Não seria diferente com a alimentação. Dessa forma, é válido acreditar que veremos muitas divergências no que determinávamos como normal em todos os seus segmentos, mas é possível que o de bebidas Alcolólicas seja um dos mais afetados, não só pelas restrições de encontros, fechamento de estabelecimentos especializados, mas também pela atenuação da carga emocional (nesse caso associada à pandemia) que muitos buscam com sua ingestão.

Dessa maneira, o presente trabalho visa avaliar a existência de alterações no consumo de bebidas Alcolólicas ocasionadas pela pandemia do Covid-19, através de análises pré-definidas.

## **2. OBJETIVO**

O objetivo geral desse trabalho é avaliar a existência ou inexistência de mudanças nos hábitos de consumo de bebidas Alcólicas ocasionados pela pandemia do novo Coronavírus.

### **2.1 Objetivos específicos**

- a. Mapear as principais características dos respondentes da pesquisa no que diz respeito à idade e gênero;
- b. Avaliar a existência de alterações no consumo de bebida alcólicas daqueles que residem no estado de Minas Gerais;
- c. Verificar quais são os tipos de bebidas alcólicas que são mais consumidos atualmente pelos habitantes do estado de Minas Gerais;

### 3. REFERENCIAL TEÓRICO

#### 3.1 A Pandemia do Covid-19

O crescimento exponencial – e contínuo - da população mundial trouxe consigo um alerta para a comunidade médica, cúpulas nacionais, colaboradores da saúde e cidadãos ordinários: o nascimento de um novo vírus com potencial para se espalhar-se rapidamente e trazer consigo consequências imprevisíveis.

Para a comunidade científica, parecia algo certo: o contato com animais silvestres, a falta de estrutura sanitária, as aglomerações, seriam fatores chave para o aparecimento de uma nova epidemia global.

Em dezembro de 2019, na província de Hubei, na cidade chinesa de Wuhan, foram relatados alguns casos de pneumonia que não tinham causa aparente. Alguns dias depois, as autoridades médicas confirmaram a descoberta de uma nova cepa de Coronavírus que ainda não havia sido previamente identificada em seres humanos. Os Coronavírus são vírus pertencentes à família *Coronaviridae*, podem infectar seres humanos, e que causam infecções gástricas, mas principalmente respiratórias. Eles foram inicialmente caracterizados em laboratório no fim da década de 60. De acordo com o site oficial da Organização Pan-Americana de Saúde (2020), o vírus descoberto no fim do ano de 2019 recebeu inicialmente o nome de 2019-nCoV, mas em fevereiro de 2020 teve seu nome oficial alterado para SARS-CoV-2. A disseminação geográfica do vírus culminou para que a OMS declarasse estado de emergência na saúde ainda em fevereiro de 2020, e a classificação de pandemia em março do mesmo ano.

De acordo com Amaral (2020, p. 1):

O espectro clínico da infecção por coronavírus é muito amplo, podendo variar de um simples resfriado até uma pneumonia grave. O quadro clínico inicial da doença é caracterizado como uma síndrome gripal. As pessoas com COVID-19 geralmente desenvolvem sinais e sintomas, incluindo problemas respiratórios leves e febre persistente, em média de 5 a 6 dias após a infecção (período médio de incubação de 5 a 6 dias, intervalo de 1 a 14 dias).

No Brasil, de acordo com o Ministério da Saúde (2021), o primeiro caso confirmado de Covid-19 ocorreu em fevereiro de 2020. Até a data de elaboração desse estudo (novembro de 2021), o país já registrou mais de 21 milhões de casos confirmados, além de mais de 611 mil mortos pela doença. O desenvolvimento de vacinas comprovadamente eficazes, aliada às políticas de vacinação massiva proporcionaram uma queda significativa nos números de contaminados, de casos graves da doença, na ocupação dos sistemas de saúde públicos, e conseqüentemente no número de mortos.



A exposição a uma situação inesperada, e que trouxe inúmeras consequências à economia, saúde, educação, política obviamente trouxe também consigo uma quantidade significativa de mudanças relacionadas à essa gama de aspectos citados. De acordo com Oliveira et al (2021, p. 2): “a situação pandêmica acarretada pelo novo Coronavírus (COVID-19) gerou várias mudanças no cotidiano das pessoas em diversos aspectos, gerando fortes alterações no padrão alimentar”.

### **3.2 Álcool e o impacto de seu consumo**

O Álcool provavelmente esteve presente nas mais diversas culturas e sociedades desde a antiguidade. De acordo com Sales (2010, p. 2):

é bem verdade que não se pode precisar sua origem exata, mas sua presença constante nos versos, músicas, poesias, pinturas, mitologias, lendas e obras literárias demonstram o quanto essa prática esteve vinculada ao ser humano em suas múltiplas dimensões, ora como veículo de remédios, de perfumes, de expressão artística e intelectual, ora como líquido extasiante capaz de provocar reações de prazer, de olvidação das tensões, de distinção social e, principalmente, sendo o componente essencial de bebidas consumidas como parte da alimentação, dos ritos religiosos, da alegria e confraternização de diferentes povos ao longo da história da humanidade.

Ainda que abrigue diversas aplicações na indústria automobilística, farmacêutica, e outra infinidade de utilidades, é bem verdade que uma de suas principais formas de consumo seja através da ingestão de bebidas alcólicas. O consumo de álcool abarca uma carga social forte e que é altamente enraizada na cultura do brasileiro. Segundo Grellet (2014, o Estadão, 2014, p. 1) , o consumo de álcool médio anual do brasileiro é de 8,7 litros, acima da média encontrada em outros países, que é de 6,2 litros.

O consumo excessivo de álcool pode estar vinculado à diversos fatores, e culminar em uma série de consequências físicas e sociais para o indivíduo que o pratique. De acordo com o site oficial do CISA – Centro de informações sobre saúde e álcool (2020, p. 1): “os ambientes e contextos diferentes interagem com nossas expectativas e motivações, influenciando hábitos e comportamentos relacionados ao álcool”. Ademais, de acordo com o site oficial da Organização Pan-Americana de Saúde (2020):

o contexto do consumo de álcool desempenha um papel importante na ocorrência de danos relacionados, particularmente associados aos efeitos da intoxicação alcoólica na saúde e, em raras ocasiões, também a qualidade do

álcool consumido. O consumo de álcool pode ter um impacto não só sobre a incidência de doenças, lesões e outras condições de saúde, mas também sobre o curso dos distúrbios e seus efeitos em indivíduos.

É, portanto, seguro afirmar que as condições do meio com as quais determinado consumidor de álcool se relaciona, têm impacto direto no seu consumo, seja na forma em que ele se manifesta, quantidade de bebidas ingeridas e até mesmo – ainda que menos comum - a qualidade do álcool consumida. Assim sendo, é esperado que alguns consumidores utilizem o álcool como ferramenta para tornar mais fácil e acessível o enfrentamento de determinadas situações. De acordo com o site oficial do Hospital Santa Mônica (2016, p. 3):

o álcool pode ajudar a amortecer nossas emoções, fazendo com que talvez passamos a evitar o enfrentamento dos problemas difíceis na nossa vida. O álcool também pode revelar ou intensificar nossos sentimentos subjacentes, como evocando memórias do passado de trauma ou provocando quaisquer sentimentos reprimidos que estão associados com eventos dolorosos do passado ou presente.

### **3.3 A Indústria de Alimentos**

Como define Rosenthal (2008), deve ser considerada uma indústria de alimentos aquela que estiver de alguma forma relacionada com processamento primário de todo e qualquer produto da agropecuária, sendo assim passível de ser ingerido por seres humanos; é composta pelas empresas que processam alimentos e pelas que processam bebidas.

De acordo com Gouveia (2006, p. 1):

A produção de alimentos é um dos pilares de qualquer economia, seja por sua abrangência e essencialidade, seja pela rede de setores direta e indiretamente relacionados, como o agrícola, o de serviços e o de insumos, aditivos, fertilizantes, agrotóxicos, bens de capital e embalagens. No ano passado, apesar da pequena taxa de crescimento do PIB brasileiro (2,3%), seu faturamento foi recorde: R\$ 184,2 bilhões, superior em quase 5% em relação a 2004, de acordo com a Associação Brasileira das Indústrias de Alimentação (Abia).

Evidentemente, antes de atingir tais números expressivos, a indústria de alimentos enfrentou diversos processos e momentos para consolidar-se como uma das mais importantes atividades fabris, econômicas e sociais do planeta. Seu surgimento data de épocas longínquas. De acordo com o site oficial da Plataforma de Inovação Tecnológica da Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Governo do Estado de São Paulo (2020, p. 2):

Seja com finalidade comercial ou não, seja em pequena ou grande escala, quando um alimento sofre uma transformação para ser oferecido a uma população, fora do ambiente doméstico, este tipo de trabalho é considerado como uma atividade fabril ou industrial. A fabricação de grande parte dos alimentos processados consumidos atualmente teve início nas sociedades antigas. A longo do tempo, foram se alterando os modos de produção, instalações, insumos utilizados, tecnologias empregadas de ingredientes, processos e formas de acondicionamento. Ao longo da história, a humanidade criou e consagrou os principais alimentos processados consumidos na atualidade. Estes alimentos passaram do modo rudimentar e artesanal de produção para a produção em massa porque sempre houve demanda das populações para consumirem tais produtos, seja pela natural necessidade de se alimentar, para dispor de alimentos conservados em períodos de escassez, para viagens, pelo simples prazer etc.

Como já exposto anteriormente, diversos processos influenciaram de forma relevante no desenvolvimento e formação da indústria de alimentos para que a mesma tomasse as proporções por nós hoje conhecidas. De acordo com Hobsbawn (2007, apud PELLERANO, (2017, p. 2):

No século XXI, lidamos com a comida de uma maneira muito diferente que aquela de nossos ancestrais. A grande responsável por iniciar essa transformação é a Revolução Industrial, que começa no final do século XVIII: “um ‘sistema fabril’ mecanizado que por sua vez produz em quantidades tão grandes e a um custo tão rapidamente decrescente a ponto de não mais depender da demanda existente, mas de criar o seu próprio mercado”

Ademais, de acordo com Pellerano (2014, apud PELLERANO, 2017, p. 2):

(...) A Revolução Industrial criou, entre outras coisas, a possibilidade de se comer mais e melhor trazendo novas formas de se produzir, transportar, cozinhar e comer. A partir daí, a indústria alimentícia possibilita ampla produtividade na agropecuária; aperfeiçoa as técnicas de conservação já existentes e cria novas maneiras de fazer a comida durar mais; desenvolve embalagens que conservam esses alimentos por mais tempo e são resistentes ao transporte por longas distâncias; permite a distribuição mais eficaz, com estradas de ferro e navios frigoríficos, por exemplo; e traz uma abundância quantitativa e qualitativa para nossas mesas. Com o tempo, a indústria alimentícia toma para si, ao mesmo tempo em que recebe dos consumidores, a responsabilidade sobre o alimento, do beneficiamento do ingrediente ao prato pronto.

#### **4. MATERIAIS E MÉTODOS**

Realizou-se uma pesquisa do tipo quantitativa, na qual torna-se útil para gerar medidas precisas e confiáveis que permitam uma análise estatística desses dados. A pesquisa quantitativa apresenta métodos para avaliação em percentuais, para mensuração de atitudes, opiniões e preferências como classificação de comportamentos (CRESWELL, 2007).

A pesquisa foi realizada através de questionários do Google (*Google Forms*), conforme Anexo I, sendo o público alvo indivíduos que residiam em algum município do estado de Minas Gerais, com idade igual ou superior a 18 anos. A população abordada foi de indivíduos consumidores de bebidas alcólicas, sendo a amostragem não probabilística por acessibilidade. A pesquisa foi realizada no período de dezembro de 2020 a março de 2021 e contou com a participação de 175 respondentes, sendo validadas 151 respostas. Foi utilizado o Microsoft Excel como ferramenta para tabulação dos dados e construção dos gráficos.

Ressalta-se que o trabalho foi aprovado pelo Comitê de Ética da Universidade Federal de Lavras, por tratar de uma pesquisa com seres humanos, e o mesmo foi aprovado com CAAE de aprovação 39752420.1.0000.5148.

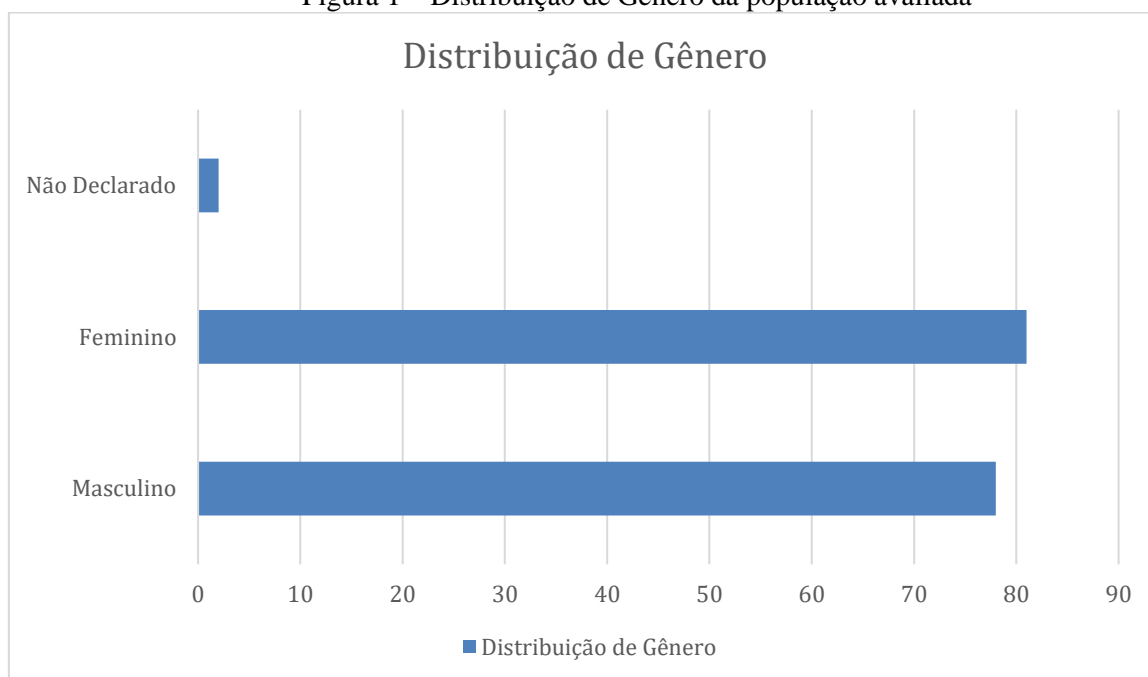
## 5. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Inicialmente, deve-se enfatizar que o questionário atingiu o número de 175 respostas iniciais, porém foram retiradas 14 dessas respostas, que não seriam contabilizadas nas análises, uma vez que esses respondentes se desviavam do público previsto. Ademais, outras 10 pessoas responderam que não consomem atualmente ou nunca consumiram bebidas alcólicas, o que culminou para que tais respostas fossem também desconsideradas. Diante do exposto, a amostra final analisada foi de 151 respondentes. Ressalta-se também a existência de um Termo de Consentimento e Livre Esclarecido (TCLE) prévio ao formulário, utilizado para garantir o acordo dos respondentes com o uso das informações geradas no presente estudo. O mesmo recebeu aceite de todos os respondentes.

### 5.1 Perfil dos Consumidores

É importante ressaltar que todas elas foram desenvolvidas após a desconsideração dos dados pertencentes aos indivíduos excluídos da pesquisa por não se enquadrarem nos parâmetros avaliados. O primeiro bloco de análises estratificou as principais características e as suas respectivas distribuições na população respondente. Iniciando pela Distribuição de gênero (FIGURA 1), verificou-se que 81 pessoas que preencheram o formulário eram do gênero Feminino (50,3%), 78 do gênero masculino (48,40%) e 2 pessoas que permitiram permanecer sigilosas quanto ao seu gênero (1,3%).

Figura 1 – Distribuição de Gênero da população avaliada

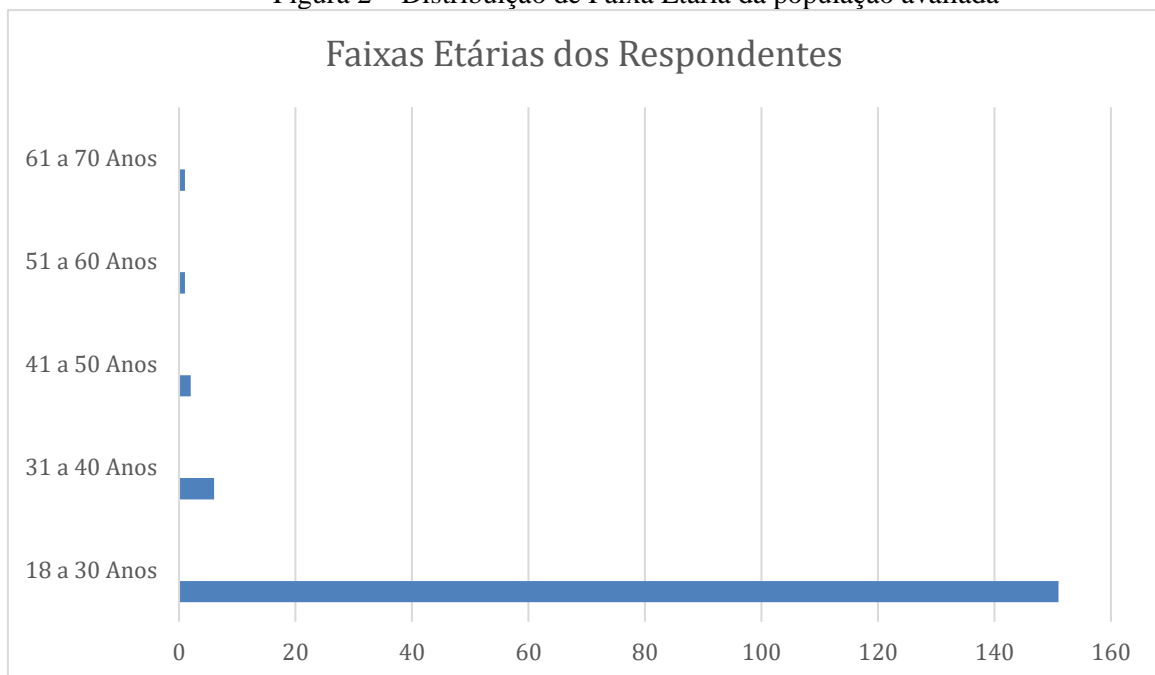


Fonte: Desenvolvido pelo autor do estudo (2021).

Ainda que exista uma diferença no número de respostas equivalentes a cada um dos gêneros masculino e feminino, essa diferença não é considerada relevante, portanto, se tratam de amostras equivalentes.

No parâmetro idade (Figura 2), 151 pessoas encontraram-se na faixa etária entre 18 e 30 anos (93,8%), 6 pessoas entre 31 e 40 anos (3,7%), 2 pessoas entre 41 e 50 anos (1,2%), 1 pessoa entre 51 e 60 anos (0,6%) e também uma pessoa entre 61 e 70 anos (0,6%).

Figura 2 – Distribuição de Faixa Etária da população avaliada



Fonte: Desenvolvido pelo autor do estudo (2021).

Verificou-se que existe uma faixa etária que apresenta dominância plena com relação às outras, porém os respondentes pertenciam a uma variedade de faixas etárias.

Além disso, analisou-se outros dois parâmetros, que tem maior proximidade entre si. Em relação ao perímetro habitado pelo respondente, 156 pessoas indicaram que habitam em locais pertencentes a um perímetro urbano (96,9%) e 5 indivíduos residem em perímetro de zona rural (3,1%).

Apesar de que foram encontrados respondentes de ambos os perímetros, é notável a dominância de respondentes que habitam o perímetro urbano.

Sequencialmente, o parâmetro de Regiões do Estado de Minas Gerais às quais os respondentes pertencem. A análise encontrou uma ampla dispersão de resultados, uma vez que obteve-se respostas de 13 pessoas que habitam a Zona Central do estado (8,1%), 7 pessoas da Zona da Mata (4,3%), 113 pessoas do Sul de Minas (70,2%), 10 pessoas do Triângulo Mineiro (6,2%), 2 pessoas do Alto do Parnaíba (1,2%), 9 pessoas do Centro-Oeste de Minas (5,6%), 1 pessoa do Noroeste de Minas (0,6%), 3 pessoas do Norte de Minas (1,9%), 1 pessoa do Vale do Jequitinhonha/Mucuri (0,6%) e 2 pessoas do Rio Doce (1,2%).

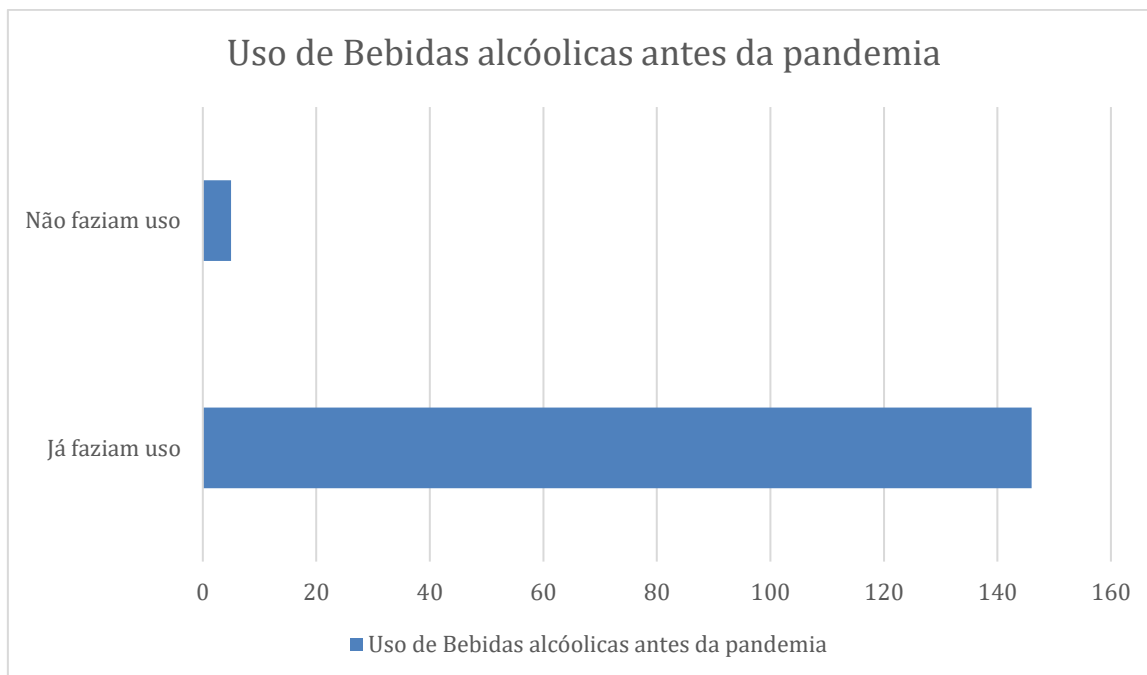
Apesar da grande variedade de localidades encontradas nas respostas, existe um claro destaque para a região do Sul de Minas. Esse fato fez-se valer muito provavelmente por ser a mesma região em que o presente estudo foi conduzido, e os respondentes mais facilmente acessados eram das proximidades da cidade de Lavras-MG. Observou-se também que as regiões com menos respondentes foram a do Noroeste de Minas e Vale do Jequitinhonha/Mucuri.

## **5.2 Avaliação das mudanças de Consumo**

Para avaliar de maneira efetiva a existência ou não de mudanças no consumo de bebidas alcólicas durante a pandemia do Novo Coronavírus, iniciou-se as análises com os dados que indicavam as alterações esperadas, porém manifestadas de maneira mais genérica. Dessa forma, conseguiu-se avançar na profundidade dos dados cada vez que se avançou à análise seguinte, obtendo informações que abrigam maior representatividade e impacto para verificação das mudanças.

Primeiramente, tratou-se de avaliar se os respondentes já faziam consumo de bebidas alcólicas antes da instauração da pandemia (Figura 3). Das 151 pessoas que responderam à pesquisa, 146 (96,7%) já faziam uso de bebidas alcólicas antes da chegada do vírus. Os outros 5 (3,3%) respondentes não consumiam esse tipo de produto.

Figura 3 – Existência do consumo de álcool anterior à pandemia

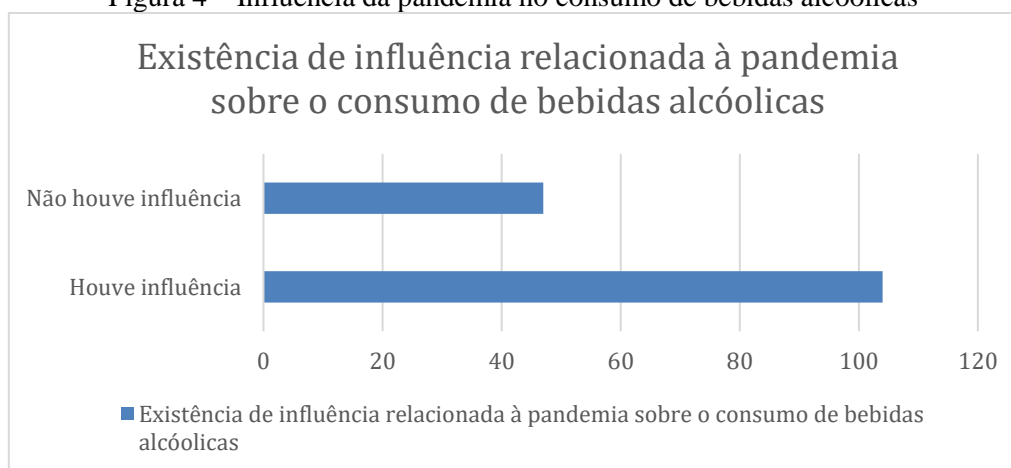


Fonte: Desenvolvido pelo autor do estudo (2021).

Apesar da análise demonstrar algo esperado – de que a grande maioria das pessoas já fazia uso de bebidas alcóolicas – ela forneceu um dado impactante: algumas pessoas realmente iniciaram o consumo de bebidas alcóolicas após a instauração do período de pandemia.

De forma a sustentar o acima exposto, seguiu-se para a segunda análise desse bloco, que se propôs a avaliar se o enfrentamento do quadro pandêmico na sociedade influenciou de alguma forma o consumo de bebidas alcóolicas dos respondentes (Figura 4). Dos 151 respondentes, 104 (68,9%) responderam de maneira positiva, indicando que a pandemia influenciou no seu consumo de bebidas alcóolicas. Outras 47 pessoas (31,1%) afirmaram que não sentiram nenhum tipo de influência gerada.

Figura 4 – Influência da pandemia no consumo de bebidas alcóolicas



Fonte: Desenvolvido pelo autor do estudo (2021).



Ainda que não de forma tão dominante, ficou claro que a maioria das pessoas que responderam à pesquisa sentiram-se influenciadas de alguma maneira no seu consumo de bebidas alcólicas devido ao quadro da pandemia. Vale destacar que essa análise abarcou mudanças que não necessariamente dizem respeito somente à quantidade ingerida de bebidas alcólicas.

As análises realizadas anteriormente verificaram a existência de alterações no consumo de bebidas alcólicas, mas ainda de forma não específica. Com o objetivo de trazer cada vez mais especificidade às avaliações e aos dados obtidos, seguiu-se para uma terceira análise, que buscou avaliar se houve uma percepção de aumento, diminuição, ou igualdade no consumo de bebidas alcólicas por parte dos respondentes (Figura 5). Dos 151 respondentes, 46 (30,5%) perceberam aumento no consumo de bebidas alcólicas, 63 (41,7%) perceberam diminuição, e outras 42 pessoas (27,8%) declararam que não perceberam nenhum tipo de alteração.

Figura 5 – Tipo de percepção verificada pelos respondentes no consumo de bebidas alcólicas



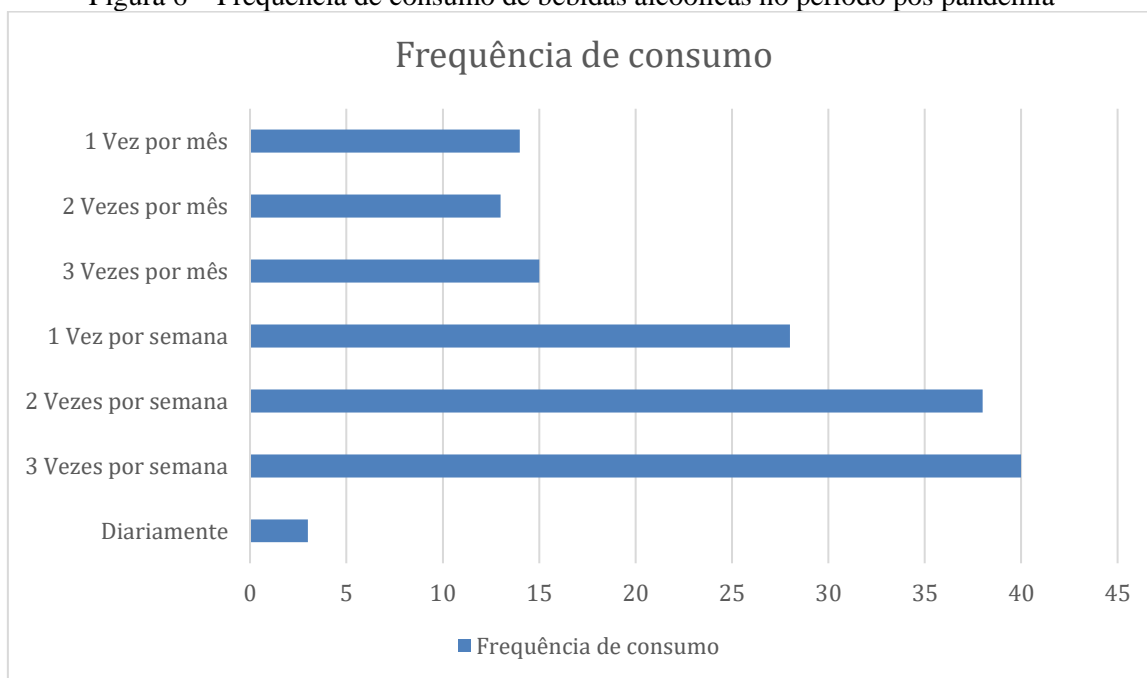
Fonte: Desenvolvido pelo autor do estudo (2021).

Percebeu-se dessa forma que 109 pessoas diminuíram ou aumentaram o consumo de bebidas alcólicas. Uma vez que o número encontrado nessa análise diferiu do valor encontrado na análise anterior (104 pessoas acreditam que a pandemia tenha de alguma forma influenciado seu consumo), é justificável afirmar que alguns respondentes (mais especificamente 5 pessoas) que aumentaram ou diminuíram seu consumo considerem que

isso tenha sido ocasionado pelo quadro da pandemia.

De maneira complementar, entendeu-se necessário avaliar também a frequência de consumo de bebidas alcóolicas por parte dos respondentes da pesquisa (Figura 6). Dos 151 respondentes, 109 (72,2%) já faziam consumo de bebidas alcóolicas semanalmente. De maneira mais específica, 3 pessoas (2%) consumiam bebidas alcóolicas diariamente, 40 (26,5%) consumiam 3 vezes por semana, 38 (25,2%) 2 vezes por semana, 28 (18,5%) 1 vez por semana, 15 (9,9%) 3 vezes por mês, 13 (8,6%) 2 vezes por mês, e 14 pessoas (9,3%) consumiam apenas 1 vez por mês.

Figura 6 – Frequência de consumo de bebidas alcóolicas no período pós pandemia

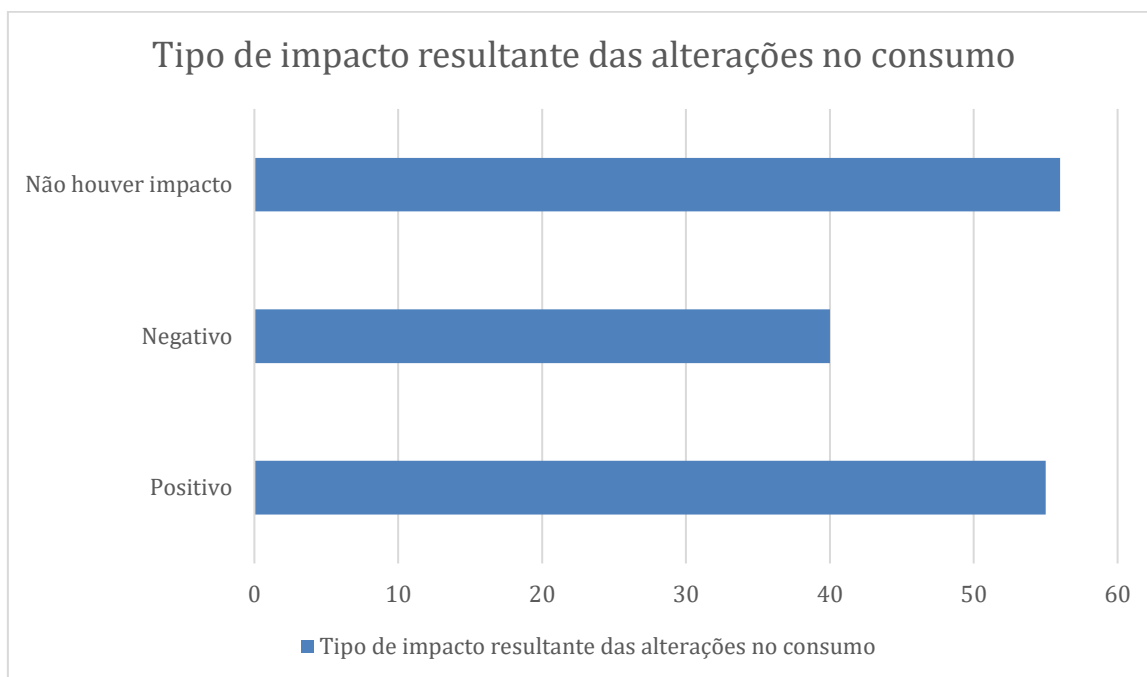


Fonte: Desenvolvido pelo autor do estudo (2021).

A fim de elaborar diagnósticos mais completos, foram também feitas análises nesse bloco que avaliaram aspectos mais complexos, muitas vezes embasados em condições psicológicas e que variam inconscientemente (pensamentos e decisões orientados por fobias, ansiedade, expectativas, incertezas), de modo a justificar o comportamento de alguns dos respondentes com relação às mudanças. A exemplo do exposto, elaborou-se também questionamento referente à existência e natureza dos impactos ocasionados pelas mudanças no consumo de bebidas alcóolicas na vida dos respondentes (Figura 7). 55 pessoas (36,4%) afirmaram que existiram impactos nas mudanças, e que os mesmos foram positivos. Outros 40 respondentes (26,5%) também reconheceram a existência de impactos, porém os consideraram de natureza negativa. Finalmente, outras 56 pessoas (37,1%) não

acreditam que as mudanças no consumo de bebidas alcólicas ocasionaram em algum impacto em suas vidas.

Figura 7 – Classificação do impacto percebido com as alterações no consumo de bebidas alcólicas

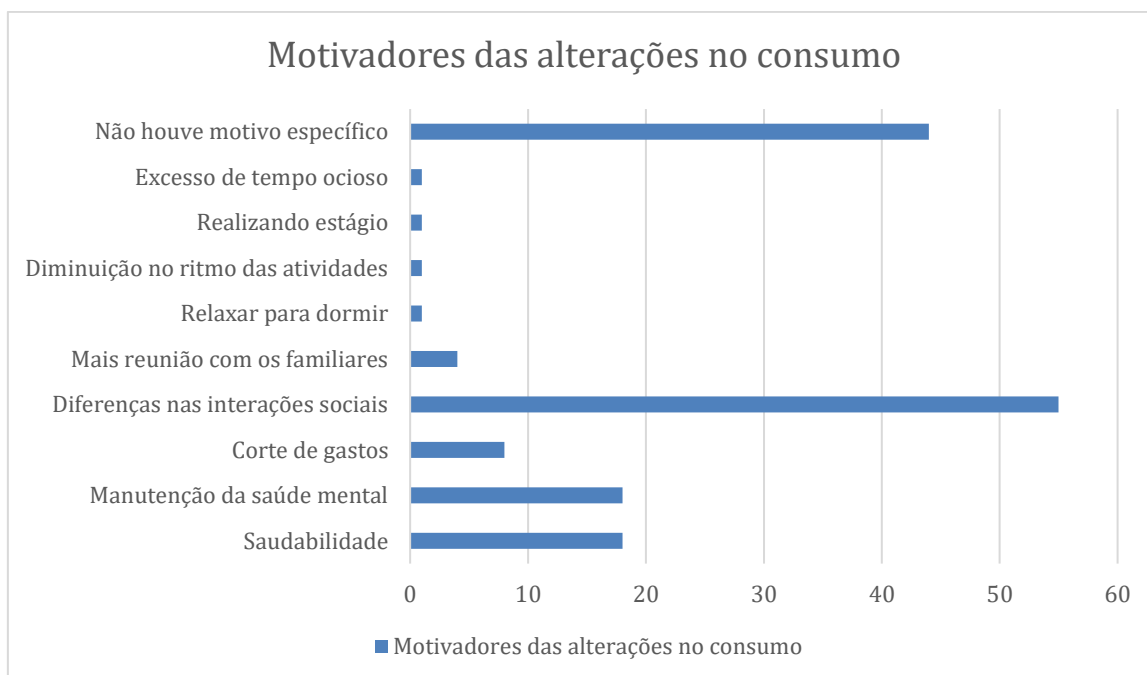


Fonte: Desenvolvido pelo autor do estudo (2021).

Avaliou-se, portanto, que a maioria das pessoas, mais especificamente 95 (62,9%), enxergam que houve efetivamente um impacto em suas vidas que decorreu das mudanças no seu consumo de bebidas alcólicas.

Finalmente, de modo a encerrar as avaliações do bloco, avaliou-se também quais foram os principais direcionais que motivaram as mudanças de hábito de consumo (Figura 8). Dos 151 respondentes, 18 (11,9%) afirmaram que iniciaram as mudanças por uma questão de saudabilidade, outros 18 (11,9%) para trabalhar a manutenção de saúde mental, 8 (5,3%) para realizar corte de gastos, 55 (36,4%) pelas diferenças existentes nas interações sociais, 4 (2,6%) por reunirem-se mais com seus familiares, 1 (0,7%) para ajudar a relaxar para dormir, 1(0,7%) para diminuição no ritmo de suas atividades, 1(0,7%) por estar realizando estágio, 1(0,7%) por excesso de tempo ocioso e 44 (29,1%) acreditam que não houveram motivos específicos.

Figura 8 – Principais direcionais que levaram às mudanças de hábito



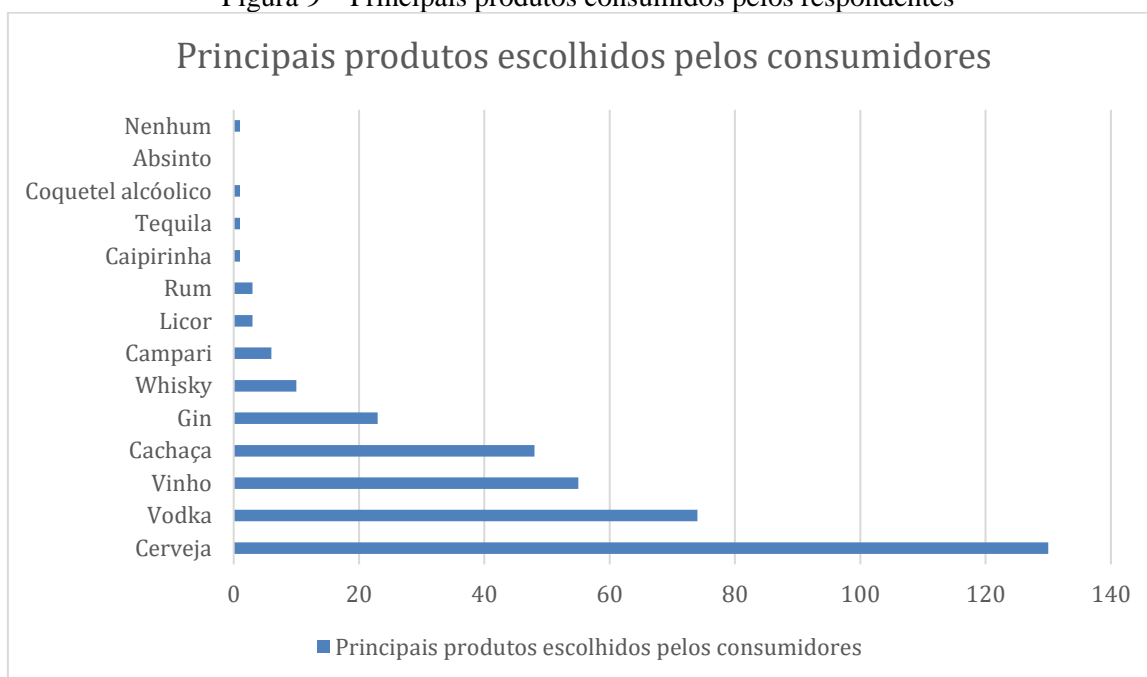
Fonte: Desenvolvido pelo autor do estudo (2021).

Notou-se que o parâmetro que mais motivou às mudanças tem relação com a alteração vista nas interações sociais, fato esse visível durante o período de pandemia pelo fechamento de bares e restaurantes, e lugares que promoviam a aglomeração – ainda que moderada – de pessoas. É válido ressaltar também que uma grande parte dos respondentes não enxergou um motivo específico que ocasionasse as mudanças em seu comportamento de consumo. Essa não identificação pode estar atrelada à uma falta de reflexão e alguns fatores subconscientes como apreensão e ansiedade.

### 5.3 Especificação dos Produtos Consumidos

O último bloco de análises propôs-se a avaliar dois principais fatores mais intimamente ligados à especificidade dos produtos que se enquadram como bebidas alcóolicas: Quais foram os produtos mais consumidos durante a pandemia do novo Coronavírus, e onde os mesmos eram adquiridos pelos respondentes da pesquisa. Na primeira das análises, referente ao tipo de bebida consumido (Figura 9), foi dada a opção aos respondentes a escolha de até três tipos de produtos, para que fosse avaliada de forma mais ampla a gama de escolha dos consumidores, e também a amplificação de possíveis resultados referentes às mudanças.

Figura 9 – Principais produtos consumidos pelos respondentes

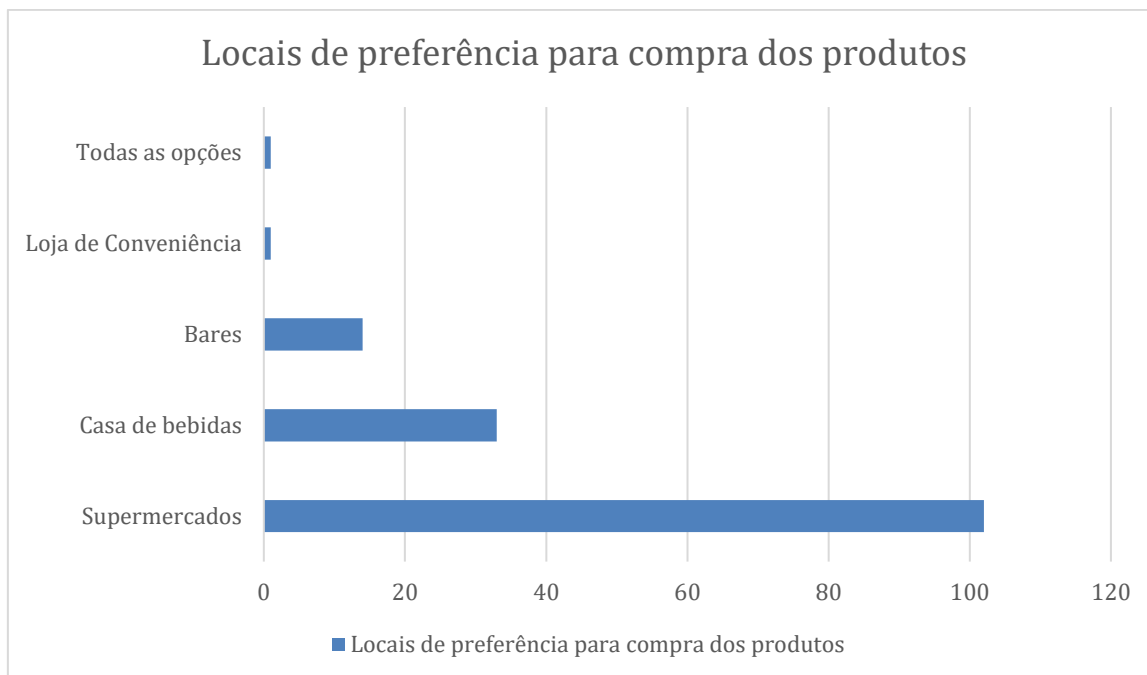


Fonte: Desenvolvido pelo autor do estudo (2021).

Pôde-se verificar que os produtos mais escolhidos para consumo pelos participantes da pesquisa são a cerveja, que era consumida por 130 (86,1%) dos 151 respondentes, além da vodka, que foi também opção de 74(49%) pessoas. Existem alguns outros produtos que se destacam como opções: o vinho era consumido por 55 (36,4%) dos participantes, e a cachaça aparece como escolha de 48(31,8%) pessoas. Além disso, 23 (15,2%) participantes responderam que consumiam Gin, e outras 10 (6,6%) pessoas também fazem opção pelo Whisky. Outras respostas menos recorrentes foram: 6 (4%) respondentes consomem Campari, de 3(2%) pessoas consomem Licor, outras 3(2%) pessoas consomem Rum, e ainda tivemos 1 (0,7%) respondente escolhendo cada uma das opções de Caipirinha, Tequila, Coquetel Alcóolico ou a opção “Nenhum”. O produto Absinto estava entre as opções de escolha, mas não foi indicado como preferência por nenhum dos respondentes.

A última análise do bloco diz respeito ao local onde os participantes da pesquisa compram as bebidas alcólicas (Figura 10).

Figura 10 – Principais locais de compra de bebidas alcólicas pelos respondentes



Fonte: Desenvolvido pelo autor do estudo (2021).

Verificou-se que dos 151 respondentes, 102(67,5%) optaram por comprar os produtos em supermercados, o que o torna o local dominante de escolha dos consumidores, apesar de que se esperava que esse número se apresentasse com mais distância às demais possibilidades. Outras duas respostas que tiveram destaque foram: Casa de bebidas, opção de 33(21,9%) dos respondentes, e também bares, opção de 14(9,3%) dos respondentes. Às opções de “Loja de Conveniência” e “Todos acima” foram ambas assinaladas por 1 (0,7%) respondente, e são as opções com menor representatividade dentre as preferidas pelos consumidores para a compra de seus produtos.

## 6. CONCLUSÃO

Com o presente estudo, buscou-se avaliar e comprovar efetivamente a existência de mudanças nos hábitos de consumo de bebidas alcólicas ocasionadas pela pandemia do Covid-19. Através das análises realizadas com um público residente do estado de Minas Gerais, e com idade superior a 18 anos, logrou-se verificar alguns aspectos relevantes, principalmente no que diz respeito ao impacto que parte dos respondentes acredita que a pandemia tenha trazido para suas vidas, e criar uma associação com o consumo de bebidas alcólicas.

Inicialmente, verificou-se que a grande maioria dos respondentes da pesquisa, consumidores de bebidas alcólicas, encontravam-se em uma faixa etária entre 18 e 30 anos de idade.

No que diz respeito ao que foi verificado sobre as mudanças de hábitos, alguns dos respondentes, buscando blindar-se contra os possíveis malefícios de saúde trazidos pelo novo Coronavírus, reduziram seu consumo de bebidas alcólicas. Por outro lado, outras pessoas sentiram a necessidade de aumentar seu consumo para inibir ou atenuar fobias, condições psicológicas ou até suprir a falta de pessoas específicas e rotinas que não mais encontravam-se presentes pelas condições sociais impostas pela presença do vírus e suas consequências à sociedade moderna.

Ademais, foram verificadas que as bebidas alcólicas mais consumidas pelos respondentes são predominantemente a cerveja e a vodka. Algumas outras bebidas têm números relevantes, a exemplo do vinho, da cachaça e do gin.

No que tange às contribuições acadêmicas originadas e continuadas pelo presente estudo, pretende-se intensificar às análises relacionadas às consequências da pandemia do novo Coronavírus ao consumo de bebidas alcólicas. De maneira mais ampla e generalista, o trabalho aqui construído também se direciona para auxiliar o comportamento e tomada de decisões de empresas produtoras e distribuidoras de bebidas alcólicas a fim de encontrarem-se alinhadas com as expectativas e comportamentos de consumo de determinado grupo de consumidores.

É válido também ressaltar que foram encontrados alguns fatores limitantes que impediram que a pesquisa obtivesse resultados completamente conclusivos, a exemplo do número de respondentes. Torna-se uma tarefa complexa avaliar e classificar o comportamento de uma população tão restrita de modo a tê-la como diretriz padrão para o comportamento de grande parte da população.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABIA. Associação Brasileira das Indústrias de Alimentos. 2013. Disponível em: <<http://www.abia.org.br/vst/default.asp>>. Acesso em: 09 de nov. de 2021

ABREU, Edeli Simioni de; VIANA, Isabel Cristina; MORENO, Rosymaura Baena; TORRES, Elizabeth Aparecida Ferraz da Silva. Alimentação mundial: uma reflexão sobre a história. **Saúde e Sociedade**, [s. l.], p. 1-11, 2001.

BAER, W. A. Economia Brasileira. São Paulo: Nobel, 2a. ed., 2002, pp.61.

BRASIL. Ministério da Saúde. Coronavírus: o que você precisa saber e como prevenir o contágio. 2020. Disponível em: <https://coronavirus.saude.gov.br/>.

\_\_\_\_\_. Ministério da Saúde. Vigilância alimentar e nutricional Sisvan: orientações básicas para a coleta, processamento, análise de dados e informação em serviços de saúde. Brasília, 2004. 120 p.

CRESWELL, J. W. Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2007. 248 p.

FAGÁ, Mariana de Almeida Prado. Alimentação durante a pandemia do novo coronavírus: orientações para boas práticas alimentares: atividades da vida diária na quarentena, público alvo: geral, tradução para a libras. São Carlos, 6 de maio 2020. Disponível em: <https://www.informasus.ufscar.br/alimentacao-durante-a-pandemia-do-novo-coronavirus-orientacoes-para-boas-praticas-alimentares/>. Acesso em: 09 nov. 2021

MARTINEZ, Oscar G. Enriquez; MARTINS, Márcia C.T.; PEREIRA, Taisa S.S.; PACHECHO, Sandaly O.S.; PACHECO, Fábio J.; LOPEZ, Karen V.; VEGA, Salomon Huancahueire; SILVA, Daniela A.; URDA, Ana I. Mora; VÁSQUEZ, Mery Rodriguez; LÓPEZ, M. Pilar Montero; MOLINA, Maria C.B. Diet and Lifestyle Changes During the COVID-19 Pandemic in Ibero-American Countries: Argentina, Brazil, Mexico, Peru, and Spain. **Nutritional Epidemiology**, [s. l.], p. 1-19, 2 jun. 2021.



SCARMOZZINO, Federico; VISIOLI, Francesco. Covid-19 and the subsequent lockdown modified dietary habits of almost half the population in an Italian sample. **Foods**, v. 9, n. 5, p. 675, 2020.

SCHUBERT, Maycon NoreMBERG. Hábitos alimentares em tempos de mudanças provocadas pela Covid-19!. [S.l.], 2020. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/ifch/index.php/br/habitos-alimentares-em-tempos-de-mudancas-provocadas-pela-covid-19>. Acesso em: 10 nov. 2021.

ROSENTHAL, A. Tecnologia de Alimentos e Inovação: Tendências e Perspectivas. Ed. Embrapa. Brasília – DF, 2008.

ALBUQUERQUE, Lidiane Pereira de; SILVA, Raniella Borges da; ARAÚJO, Regina Maria Sousa de. COVID-19: origin, pathogenesis, transmission, clinical aspects and current therapeutic strategies. **Revista Prevenção de Infecção e Saúde**, v. 6, 2020.

BRASIL. Painel Coronavírus. Disponível em: <https://covid.saude.gov.br>. Acesso em: 13 nov. 2021.

CISA – Centro de Informações sobre Saúde e Álcool. Contextos de consumo de álcool, 2020. Disponível em: <https://cisa.org.br/index.php/sua-saude/informativos/artigo/item/262-contextos-de-consumo-de-alcool>. Acesso em: 16 nov. 2021.

ESTADÃO – O Estado de São Paulo. No Brasil, consumo de álcool é visto como natural, diz professora, 2014. Disponível em: <https://saude.estadao.com.br/noticias/geral,no-brasil-consumo-de-alcool-e-visto-como-natural-diz-professora,1165791>. Acesso em: 16 nov. 2021.

GOUVEIA, Flávia. Indústria de alimentos: no caminho da inovação e de novos produtos. **Inovação Uniemp**, v. 2, n. 5, p. 32-37, 2006.

HOSPITAL SANTA MÔNICA. O consumo de álcool e a saúde mental, 2016. Disponível em: <https://hospitalsantamonica.com.br/o-consumo-do-alcool-e-a-saude-mental>. Acesso em: 15 nov. 2021.

INSTITUTO BUTANTAN. Como surgiu o novo coronavírus? conheça as teorias mais aceitas sobre sua origem, 2021. Disponível em: <https://butantan.gov.br/covid/butantan-tira-duvida/tira-duvida-noticias/como-surgiu-o-novo-coronavirus-conheca-as-teorias-mais-aceitas-sobre-sua-origem>. Acesso em: 15 nov. 2021.

ITAL – Instituto de Tecnologia de Alimentos. A fabricação de alimentos e bebidas: da antiguidade à revolução industrial. Disponível em: <https://alimentosprocessados.com.br/industria-fabricacao-antiguidade-revolucao-industrial.php>. Acesso em: 16 nov. 2021.

LIMA, Claudio Márcio Amaral de Oliveira. Informações sobre o novo coronavírus (COVID-19). **Radiol. Bras.**, v. 53, n. 2, p. 5-6, 2020.

OLIVEIRA, Laíse Villarim et al. Modificações dos Hábitos Alimentares Relacionadas à Pandemia do Covid-19: uma Revisão de Literatura. **Brazilian Journal of Health Review**, v. 4, n. 2, p. 8464-8477, 2021.

OPAS – Organização Pan-Americana da Saúde. Álcool. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/topicos/alcool>. Acesso em: 16 nov. 2021.

PELLERANO, Joana A. Industrialização e alimentação: Impactos da Revolução Industrial moderna em produção, distribuição, preparo e consumo de alimentos. **Anais da ReACT-Reunião de Antropologia da Ciência e Tecnologia**, v. 3, n. 3, 2017.

SALES, Eliana. Aspectos da história do álcool e do alcoolismo no século XIX. **Cadernos de História UFPE**, v. 7, n. 7, 2010.

VAUGHAN, Adam. Origins of covid-19. **New Scientist (1971)**, v. 249, n. 3318, p. 7, 2021.

WORLD HEALTH ORGANIZATION et al. WHO-convened global study of origins of SARS-CoV-2: China Part. 2021.

## ANEXO I

### Formulário de Consumo Alimentar Durante a Pandemia

Apresentação do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)

Após ler o TCLE em anexo, você está ciente e aceita participar da pesquisa?

- Sim;
- Não.

#### Dados Gerais

Você reside no Estado de Minas Gerais e tem idade acima de 18 anos? (Responda NÃO caso algum dos fatores seja negativo)

- Sim;
- Não.

Qual região do estado de Minas Gerais você reside?

- Central;
- Mata;
- Sul de Minas;
- Triângulo Alto Paranaíba;
- Centro-Oeste de Minas;
- Noroeste de Minas;
- Norte de Minas;
- Jequitinhonha/Mucuri;
- Rio Doce.

Local onde mora:

- Perímetro Urbano;
- Zona Rural.

Gênero:

- Feminino;

- Masculino;
- Prefiro não declarar.

Faixa Etária:

- Entre 18 e 30 anos;
- Entre 31 e 40 anos;
- Entre 41 e 50 anos;
- Entre 51 e 60 anos;
- Entre 61 e 70 anos;
- Acima de 71 anos.

**Bloco de Perguntas:**

Abaixo você responderá perguntas relativas ao seu consumo de bebidas alcólicas.

Você já consumiu ou consome bebidas alcólicas?

- Sim;
- Não.

Qual a frequência do seu consumo?

- Diariamente;
- 3 vezes por semana;
- 2 vezes por semana;
- 1 vez por semana;
- 3 vezes por mês;
- 2 vezes por mês;
- 1 vez por mês.

ANTES da pandemia do novo Coronavírus, e da instauração do período de distanciamento social, você consumia bebidas alcólicas?

- Sim;
- Não.

Qual(is) produto(s) alcóolicos você mais consome? Selecione, no máximo, 3 alternativas.

- Cerveja;
- Vinho;
- Vodka;
- Whisky;
- Cachaça;
- Rum;
- Gim;
- Absinto;
- Licor;
- Campari;
- Outros.

Você acredita que o enfrentamento do quadro da pandemia, tanto no início quanto no momento atual, tenha influenciado de alguma forma o seu consumo geral de álcool?

- Sim;
- Não.

O seu consumo de bebidas alcóolicas, durante a pandemia:

- Aumentado;
- Diminuído;
- Não se alterou.

Caso existam diferenças entre seu consumo pré e durante a pandemia, você acredita que essas alterações tem impacto:

- Positivo;
- Negativo;
- Não houve impactos.

Quais são os motivos que você acredita que tenham culminado para as alterações de consumo por você observadas?

- Saudabilidade;
- Manutenção da saúde mental;
- Corte de gastos;

- Diferença na existência de interações sociais;
- Não houve motivos;
- Outros.

Atualmente, onde você costuma comprar esses produtos?

- Supermercados;
- Bares;
- Casas de Bebidas;
- Outros.