



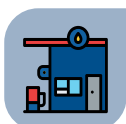
Resultados LENAD III - Álcool



Disponibilidade

ONDE COMPRAM?

A densidade de pontos de venda está diretamente relacionado com o abuso de bebidas alcoólicas e problemas relacionados. A investigação do LENAD III analisou a proporção de brasileiros que adquirem bebidas alcoólicas em pontos de venda não convencionais, que em contextos com políticas regulatórias adequadas não seriam autorizados para a comercialização de álcool.



Lojas de conveniência em posto de gasolina 33,0%



Vendedores ambulantes ou camelôs 16,7%



Aplicativos de entrega 15,7%



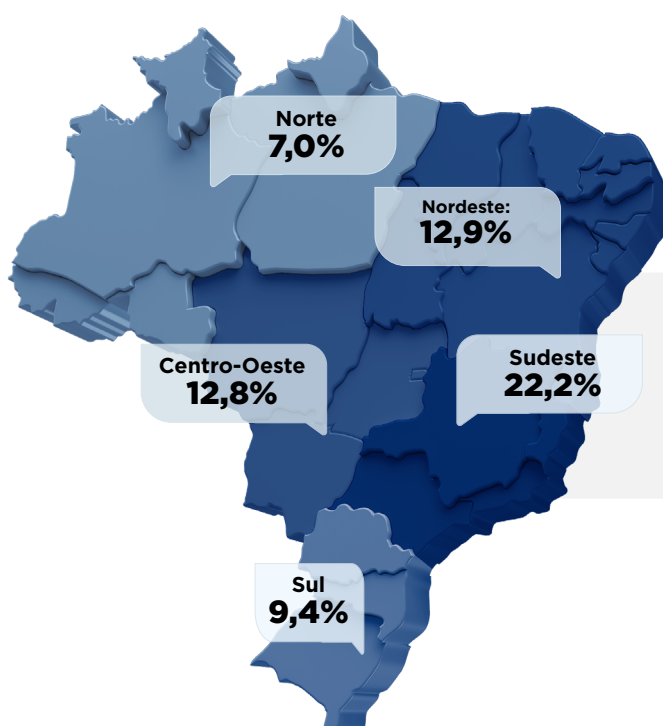
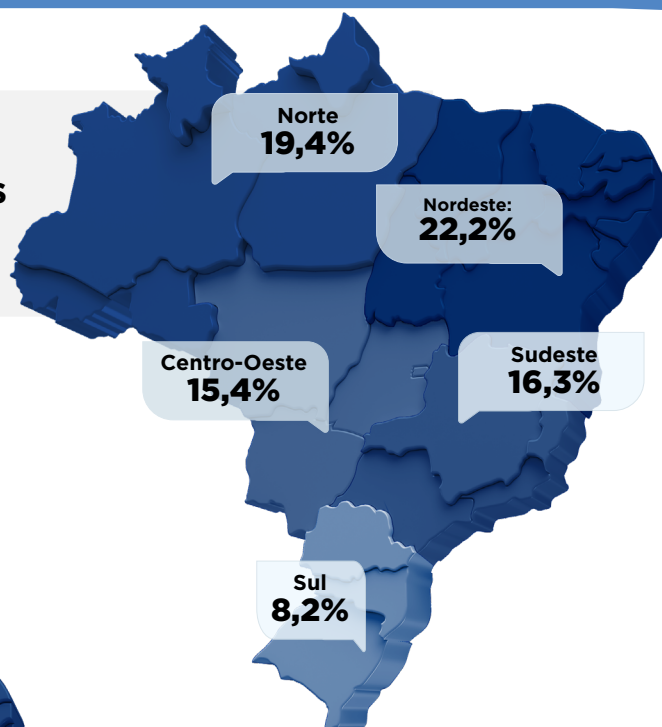
Padarias ou panificadoras 14,4%

* Prevalências ponderadas (Amostra bebedores com 14 anos ou mais N=5.661)

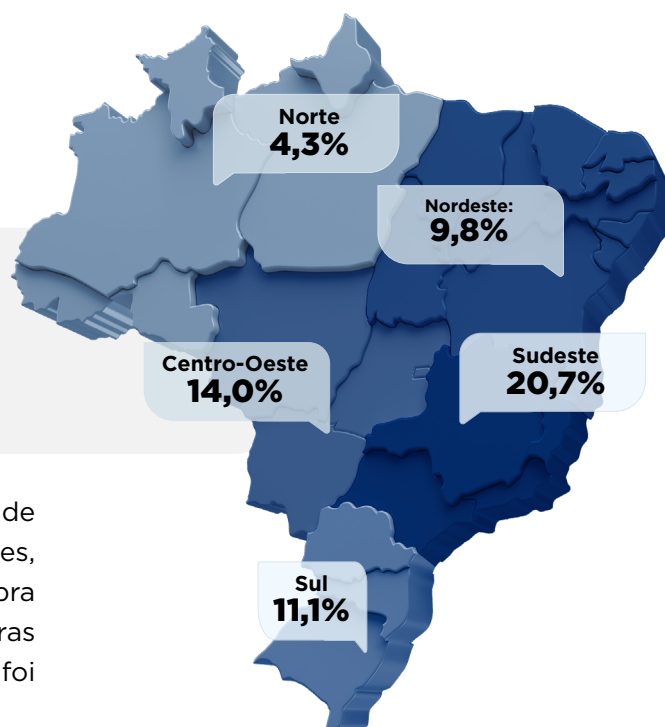
Obs: Locais de venda convencionais, como mercados, bares, restaurantes, etc, não foram incluídos na pesquisa.



Compra com vendedores ambulantes



Uso de aplicativos de entrega



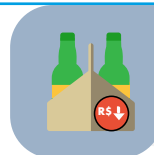
Compra em padarias e panificadoras

Enquanto a compra em lojas de conveniência de posto de gasolina mostraram distribuição homogênea entre as regiões, o Sudeste se destacou com as maiores proporções de compra por aplicativos (22,2%) e em padarias ou panificadoras (20,7%), enquanto a compra com vendedores ambulantes foi mais comum no Nordeste (22,2%) e no Norte (19,4%).

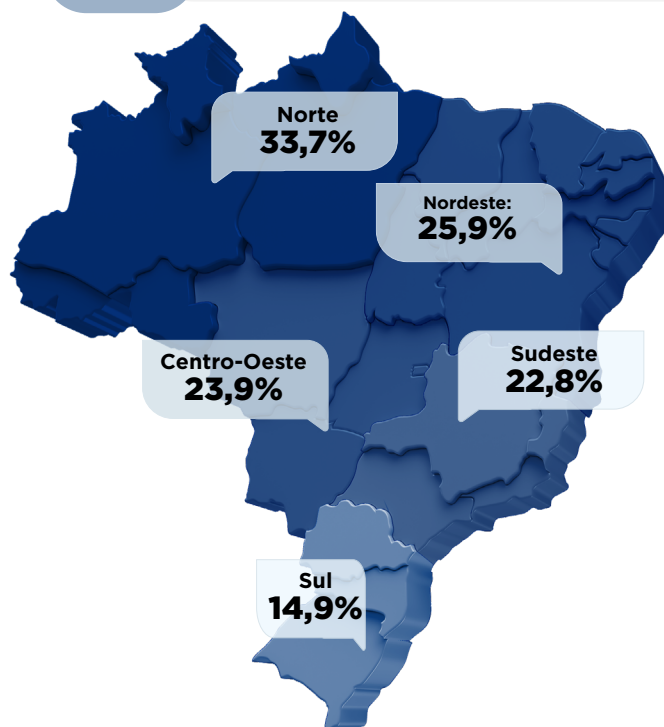
BAIXO PREÇO!

O aumento do preço das bebidas alcoólicas é comprovadamente uma das medidas mais eficazes para reduzir o consumo excessivo e prevenir danos à saúde pública. Quando o álcool é vendido a baixo custo, cresce o risco de uso abusivo, intoxicações e outros problemas associados.

Mais de 2 em cada 10 (23,3%) brasileiros que bebem referiram já ter comprado bebidas alcoólicas por um preço muito abaixo do normal.

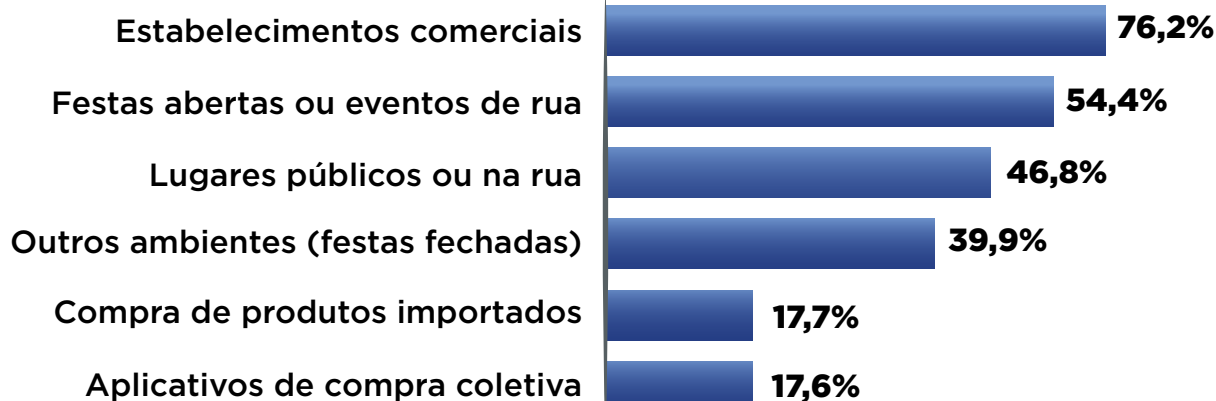


Compra de bebida alcoólica - preço abaixo do normal



ONDE?

Entre os que relataram essa prática, os principais contextos de compra foram:



Esses resultados indicam que adquirir bebidas alcoólicas com preço muito abaixo do normal ocorre inclusive em pontos de venda convencionais, representando possível risco de consumo de produtos de origem irregular ou qualidade duvidosa.

COMPRA DE BEBIDAS DE CONTRABANDO



12%

dos bebedores referiram que conseguiram bebidas por um preço abaixo do mercado através de contrabando.



10,4%

dos brasileiros que pagaram valores inferiores tem conhecimento que compraram bebidas falsificadas.



OPEN BAR

Eventos do tipo open bar, em que o consumidor paga um valor fixo para ter acesso ilimitado a bebidas alcoólicas favorecem o consumo excessivo e reduzem o controle sobre a quantidade ingerida. Essas promoções estão altamente associados a comportamentos de risco e violência, sendo reconhecida por especialistas em saúde pública como um importante fator que amplia os danos associados de álcool, especialmente entre adolescentes e jovens adultos (de 18 a 25 anos).

Mais de um terço (36,4%) dos bebedores brasileiros (14 anos ou mais) referiu ter frequentado festas do tipo open bar. Essa prática foi reportada por **30,9% dos adolescentes**.



36,4%

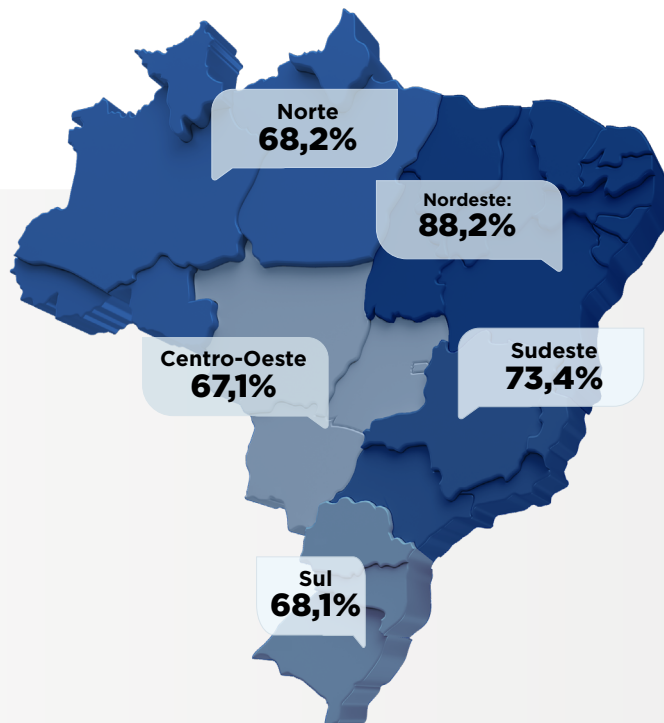
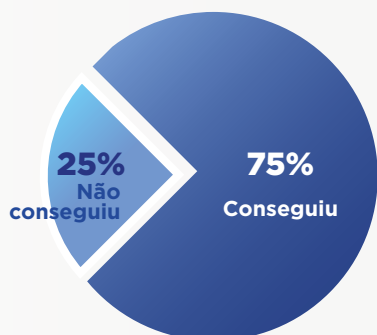


Acesso adolescente



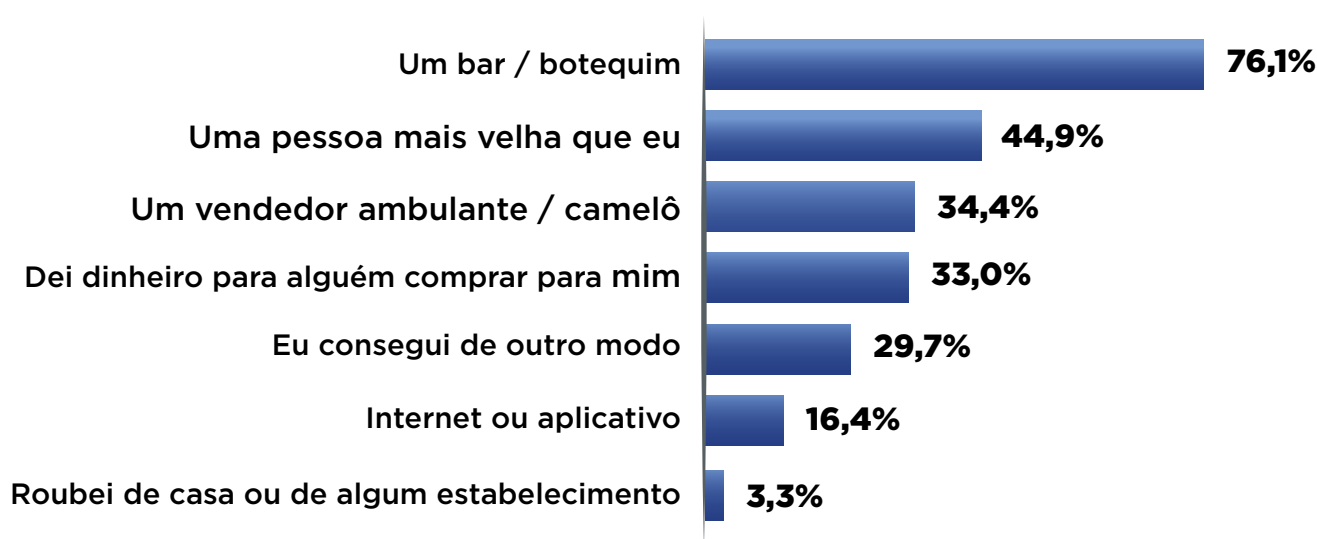
Três em cada quatro adolescentes (74,7%) afirmam nunca ter enfrentado qualquer restrição para comprar álcool por causa da idade — apesar da proibição legal vigente

Tentativa de compra de bebida alcoólica no último ano

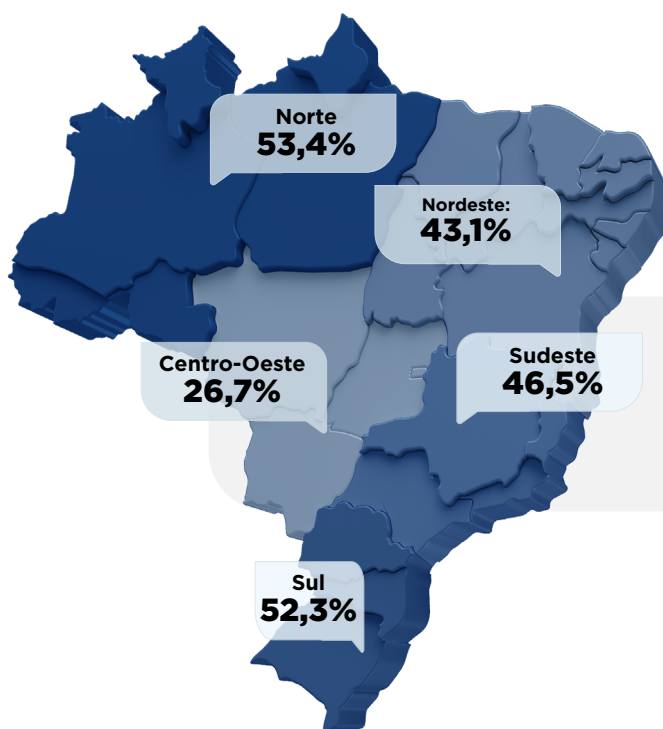
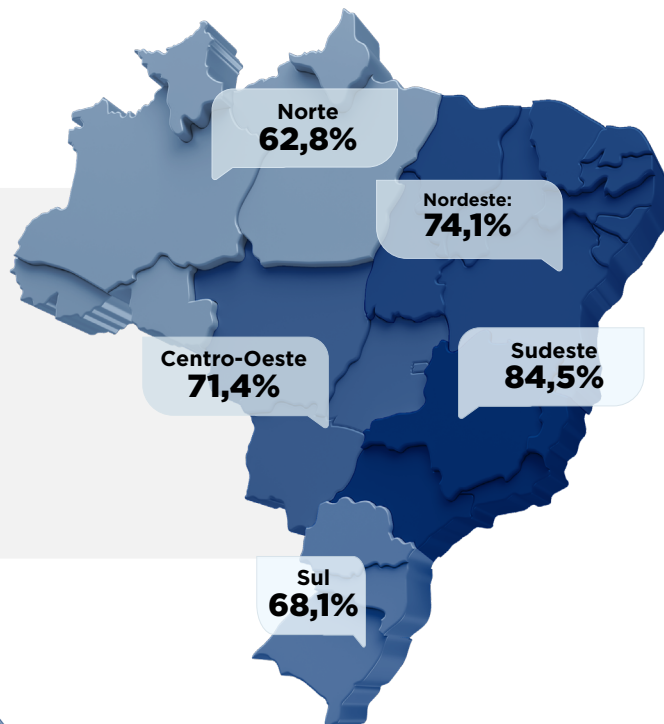


* Prevalências ponderadas
(Amostra bebedores com idade entre 14 a 17 anos N=394)

ONDE CONSEGUEM ADQUIRIR BEBIDAS ALCOÓLICAS?

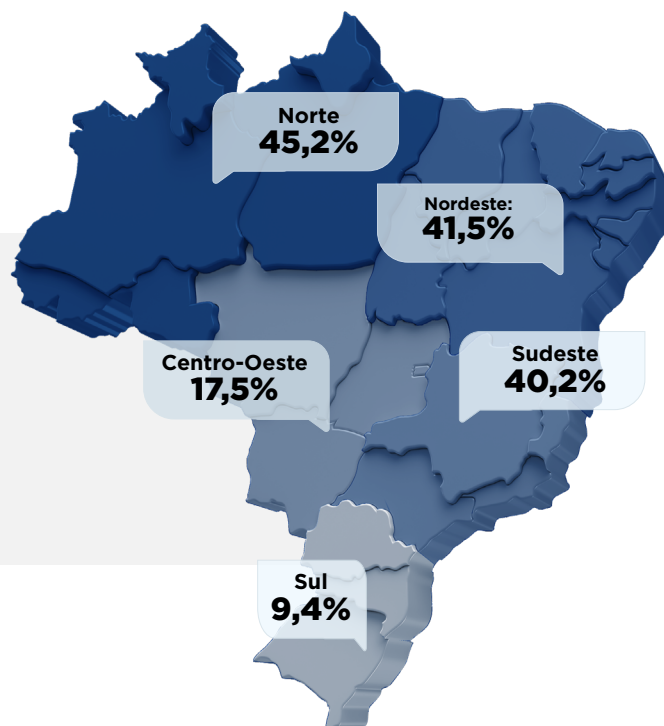


O acesso em bares foi o mais citado entre os adolescentes (76,1%). O índice foi alto de forma generalizada em todas as regiões, chegando a 84,5% no Sudeste.

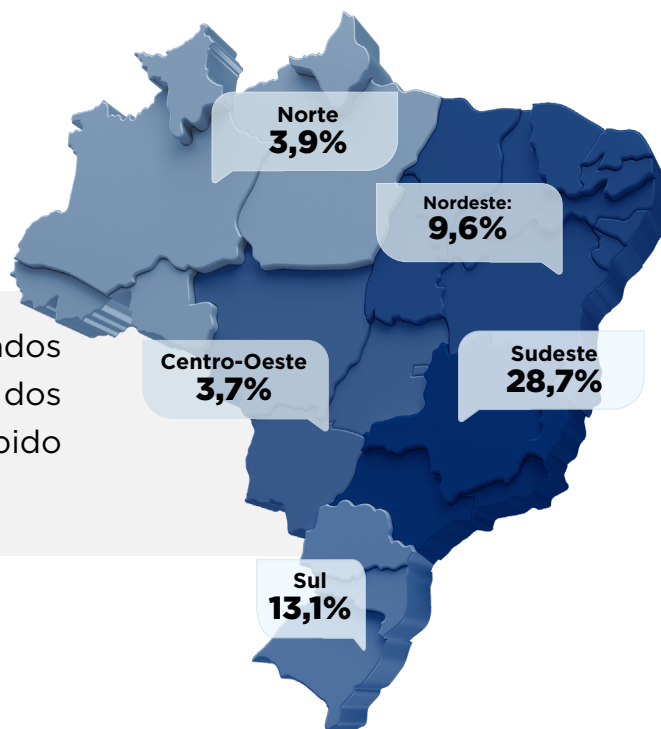


Quase metade dos adolescentes que bebem referiram conseguir bebidas através de um adulto (44,9%)

Mais de um terço (34,4%) refere conseguir através de vendedores ambulantes, ultrapassando 40% no Norte e Nordeste. O Sul se destacou com baixa prevalência de acesso através de ambulantes.



Os aplicativos de “delivery” foram citados como fonte de acesso por 16,4% dos menores de idade que referiram ter bebido no último ano.



DESTAQUE:



Dois a cada dez adolescentes que bebem referiram ter comprado bebidas alcoólicas por um PREÇO ABAIXO DO NORMAL (23,5%)



A maioria dos adolescentes (14 a 17 anos) que referiram comprar bebidas alcoólicas por um preço abaixo do normal, referiram conseguir em estabelecimentos comerciais (83,9%).



A compra abaixo do valor do mercado foi também frequente em festas abertas (62,6%) e em locais públicos (65,5%).



SAIBA +
Sobre o
LENAD

PARCEIROS:



ASSOCIAÇÃO PAULISTA PARA O
DESENVOLVIMENTO DA MEDICINA
“Gestão em Saúde e Educação”