

# COMÉRCIO ELETRÔNICO DE BEBIDAS ALCOÓLICAS





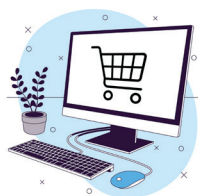
## O QUE PESQUISAMOS

As estratégias comerciais na venda online de cervejas na cidade de São Paulo por aplicativos e websites pertencentes aos principais produtores de cerveja.

## O QUE AVALIAMOS

Foram analisadas nove lojas online (websites e aplicativos), incluindo algumas das principais plataformas de venda de bebidas alcoólicas no país. Os dados foram coletados entre abril e maio de 2023 e incluíram a análise dos aplicativos/websites e redes sociais.

## O QUE ENCONTRAMOS



**A maioria das visitas aos websites** ocorreu por acesso direto, o que significa que os usuários entraram nas páginas sem precisar usar um mecanismo de busca ou um link de referência. Isso sugere que eles já tinham conhecimento prévio desses websites.



**Cinco das nove lojas online** avaliadas pertenciam à empresa Ambev.



**As formas de pagamento** disponíveis eram muito facilitadas. Cartões de crédito, PIX e boleto foram as formas mais comuns.



**Dentre as estratégias promocionais** mais utilizadas para estimular a compra de cerveja estavam o envio de promoções (90%), descontos por quantidade (80%) e frete grátis (80%).



**60% das lojas online** publicavam avaliação ou nota dos consumidores sobre a loja e/ou produto para gerar confiança no consumidor no momento da compra.



**Em todos os CEPs da cidade de São Paulo** houve a possibilidade de entrega ultra-rápida de cerveja (em menos de 1 hora). Essa modalidade de entrega de bebidas alcoólicas, embora conveniente para o consumidor, aumenta a disponibilidade e pode estimular o consumo.

## COMO AS PRINCIPAIS MÍDIAS SOCIAIS FORAM UTILIZADAS



Todas as lojas online têm presença nas redes sociais, mostrando a importância crescente dessas plataformas para a venda e marketing de cerveja.

### Foram encontrados 949 posts:

3/4 dos posts eram da loja Zé Delivery, que também apresentaram o maior engajamento entre os usuários das redes sociais.\*

\*Engajamento: soma dos números de curtidas, comentários e compartilhamentos.

## Foi analisado o conteúdo de 95 postagens:

:: 51% dos posts buscavam estimular os usuários a tomarem decisões de compra imediatas de bebidas alcoólicas.

:: 75% usaram linguagem informal/popular, sugerindo uma intenção de conexão, especialmente com os mais jovens.

:: Em mais de metade dos posts houve a oferta de promoções e descontos, estimulando a decisão de compra.

:: O uso de influenciadores ocorreu em quase 1/3 dos posts analisados, aumentando exponencialmente o alcance e o engajamento do conteúdo sobre bebidas alcoólicas.



**28.642.231**  
usuários seguindo os perfis de venda de cerveja

## ACESSO ÀS MÍDIAS SOCIAIS



**Dois perfis foram criados** nas mídias sociais simulando um indivíduo menor de idade (18-) e um indivíduo maior de idade (18+).



**O perfil 18- não recebeu anúncios**, mas foi exposto a marcas e promoções através de grupos interessados no tema de cerveja.



**Menores de idade tinham acesso** ao conteúdo postado em algumas páginas das lojas online de cerveja. O link que direcionava à compra estava disponível em todas as páginas do Instagram.

## CONCLUSÕES



As empresas analisadas se mostraram bastante adaptadas ao ambiente digital, tornando a experiência de compra cada vez mais conveniente e flexível. O uso das redes sociais resultou em um marketing dinâmico, baseado em conversas e engajamentos diretamente com os usuários.



As estratégias de marketing (como promoções e descontos) e de venda (como a entrega ultra-rápida) mostraram-se interligadas, estimulando o consumidor à compra e ao consumo imediatos.



Os menores de idade não estão protegidos. A facilidade de acesso às lojas online somada à promoção de programas e eventos populares e influenciadores com forte apelo jovem foram encontrados com frequência no marketing digital.



A análise mostrou que o avanço do comércio eletrônico de cerveja, incluindo a utilização de mídias sociais para marketing e vendas, deixa o Brasil ainda mais vulnerável para o aumento do consumo de bebidas alcoólicas e para os prejuízos relacionados a este consumo.

---

## RECOMENDAÇÕES

---

O estudo realizado na cidade de São Paulo mostrou que cervejas, que são as bebidas alcoólicas mais consumidas no país<sup>1</sup>, foram:



A regulamentação do comércio eletrônico de bebidas alcoólicas é urgente e deve ser incorporada às medidas adotadas em nível nacional para reduzir a disponibilidade e o acesso ao álcool, principalmente a menores de idade.



A Lei 9.294/1996 não é adequada para o cenário atual. É crucial que o controle do marketing de álcool englobe todas as bebidas alcoólicas, incluindo a cerveja (a bebida alcoólica mais consumida no país), e incorpore medidas para a proibição do marketing digital do álcool, como o uso das mídias sociais e de influenciadores digitais.



A reforma tributária deve abordar o imposto seletivo e implementar políticas de impostos e preços que reduzam o consumo de bebidas alcoólicas.



A implementação das medidas propostas no pacote SAFER da Organização Mundial da Saúde, que inclui os três “best buys” (políticas de preços, restrição da disponibilidade e controle do marketing), deve ser considerada como prioritária para fortalecer as políticas públicas de controle do uso do álcool no Brasil.

---



### Referências:

1- STATISTA. Alcoholic Beverages in Brazil. , 2022.

2 - WORLD HEALTH ORGANIZATION. The SAFER technical package: five areas of intervention at national and subnational levels. Geneva: World Health Organization, 2019. Disponível em: <https://apps.who.int/iris/handle/10665/330053>. Acesso em: 23 maio 2023.

## Realização

---



Ministério da Saúde

**FIOCRUZ**  
Fundação Oswaldo Cruz



Escola Nacional de Saúde Pública  
Sergio Arouca  
ENSP



CENTRO DE  
ESTUDOS  
SOBRE TABACO  
E SAÚDE - CETAB

ENSP • FIOCRUZ

## Apoio

---



FUNDAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO  
CIENTÍFICO E TECNOLÓGICO EM SAÚDE



PROGRAMA NACIONAL DE SEGURANÇA PÚBLICA COM CIDADANIA

SECRETARIA NACIONAL DE  
**POLÍTICAS SOBRE DROGAS  
E GESTÃO DE ATIVOS**

MINISTÉRIO DA  
**JUSTIÇA E  
SEGURANÇA PÚBLICA**

**GOVERNO FEDERAL**



UNIÃO E RECONSTRUÇÃO