



A VERDADE SÓBRIA: INCENTIVANDO A MORTE E DEFICIÊNCIA POR ÁLCOOL

Um Relatório da Política de DCNT

Agradecimentos

O presente relatório foi escrito por Julia Berenson, Ayushi Parvathaneni Pathipati e Sharan Kuganesan da Vital Strategies, com a pesquisa conduzida por Dora Maradiaga. O relatório foi dirigido por Nandita Murukutla e Rebecca Perl da Vital Strategies. A assessoria especializada, principalmente na fase de pesquisa, foi fornecida por Evan Blecher, durante seu período como consultor independente, além de Priya Kanayson e Lucy Westerman da NCD Alliance. Agradecimentos especiais a Nina Renshaw, também da NCD Alliance, por dar a ideia que iniciou este projeto. Contribuições adicionais de especialistas foram fornecidas pelas seguintes pessoas, em ordem alfabética por sobrenome:

Oystein Bakke (Global Alcohol Policy Alliance), Olivier van Beemen (jornalista investigativo), Jo Birckmayer (Bloomberg Philanthropies), Jeff Collin (Universidade de Edimburgo), Maik Duennbier (Movendi International), Fiona Godfrey (Aliança Europeia de Saúde Pública – EPHA), Mark Goodchild (Organização Mundial da Saúde), Ben Hawkins (Escola de Higiene e Medicina Tropical de Londres) e David Jernigan (Universidade de Boston). Agradecimentos também aos colegas da Vital Strategies por sua contribuição, incluindo Adam Karpati, Sandra Mullin e Emily Myers. Por fim, agradecimentos especiais a José Luis Castro, nosso Presidente e CEO, por sua convicção e seu apoio inabalável nesta área de atuação.

Edição: Dorian Block e Karen Schmidt

Design: Lizania Cruz e Johnny Hsu

Citação sugerida: Vital Strategies. A Verdade Sóbria: Incentivando a Morte e Deficiência por Álcool, um Relatório da Política de DCNT. Nova York, NY; 2021. Disponível em: www.vitalstrategies.org/TheSoberingTruth

Licença Creative Commons: Este trabalho está disponível sob os termos da Atribuição da Licença Internacional Não Comercial Creative Commons 4.0. Para ver uma cópia desta licença, visite <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/> ou envie uma carta para Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA 94042, USA. O conteúdo deste documento pode ser utilizado livremente de acordo com a licença, contanto que o material seja acompanhado da seguinte atribuição: “A Verdade Sóbria: Incentivando a Morte e Deficiência por Álcool, um Relatório da Política de DCNT.” Nova York, NY; 2021. Copyright ©Vital Strategies.



PREFÁCIO

Incentivos econômicos podem parecer algo bom – uma motivação financeira para incentivar pessoas ou grupos a entrarem em ação. Mas incentivos econômicos nem sempre são bons para todos os envolvidos. Quando as “ações” incentivadas contribuem para a morte de 3 milhões de pessoas por ano e trazem malefícios, sofrimento e deficiências significativas, esses “incentivos econômicos” assumem uma conotação negativa e sombria. Eles se tornam, nas palavras dos economistas, “perversos”.

O presente relatório – o primeiro desse tipo – expõe os incentivos econômicos expressivos que os governos e as agências de desenvolvimento internacionais oferecem à indústria do álcool, ainda que a indústria possua um histórico amplamente conhecido de causar agravos e mortes.

O consumo de álcool afeta uma variedade de fatores de saúde, sociais e econômicos. Entre eles, esse consumo:

- Causa uma morte a cada 10 segundos – 3 milhões de mortes por ano mundialmente;
- É um dos principais fatores de risco para doenças crônicas não transmissíveis (DCNT), incluindo câncer, doenças cardiovasculares e doenças do aparelho digestivo, como as hepáticas;
- Pode piorar o curso de doenças infecciosas como tuberculose, HIV/AIDS, pneumonia e, sim, COVID-19;
- É o maior fator de risco global para morte e deficiência entre pessoas na faixa etária de 15 a 49 anos;
- Pode exacerbar problemas de saúde mental e contribuir para a violência em forma de homicídios, suicídios e violência doméstica;
- Causou aproximadamente 370 mil mortes de trânsito no mundo em 2016.

Assim, é estarrecedor, considerando a grande carga de mortes e deficiências, que as agências de desenvolvimento globais de alto nível incentivem países a oferecerem repasses financeiros à responsável – a indústria do álcool – sob o pretexto de assistência ao desenvolvimento. Como podemos defender os benefícios da assistência ao desenvolvimento quando há uma perda de 3 milhões de vidas por ano e a destruição a longo prazo do bem-estar físico e mental? Como podemos justificar os benefícios da assistência ao desenvolvimento quando a grande maioria dos beneficiários dos incentivos são, na realidade, corporações multinacionais da indústria do álcool originárias de países de alta renda?

O presente relatório constata que a indústria do álcool se beneficia de diversos incentivos financeiros expressivos que incluem isenções e reduções fiscais, subsídios para produção e práticas de acordos comerciais internacionais. Surpreendentemente, esses incentivos podem incluir até mesmo deduções em marketing para uma indústria que já possui a capacidade financeira para dedicar bilhões de dólares a um marketing agressivo que seduz os jovens a consumirem seus produtos. Pode-se imaginar a enorme carga sobre a saúde dos indivíduos, das comunidades e sociedades, especialmente em países de baixa e média renda que frequentemente carecem de políticas fortes para o controle do consumo de álcool.

Apesar de compromissos políticos de países de alto nível buscarem uma redução no consumo de álcool, demasiados governos têm adiado a adoção de estratégias baseadas em evidências como as recomendadas pela iniciativa SAFER da Organização Mundial da Saúde. Essas estratégias, tais como restringir propagandas atrativas para crianças e elevar os preços de bebidas alcoólicas, se mostraram eficazes em reduzir o consumo de álcool e os custos relacionados a deficiências e mortes.

O presente relatório se apresenta em um momento no qual os governos enfrentam as repercussões da pandemia de COVID-19, orçamentos castigados e um maior risco de pessoas passarem a consumir álcool de maneiras que podem prejudicar a saúde e aumentar a mortalidade em função das restrições impostas pela COVID-19. Em nossa busca por construir sistemas de saúde resilientes, precisamos persuadir governos, legisladores e defensores da saúde a monitorar ativamente a interferência da indústria do álcool nas políticas e a questionarem o custo e os benefícios dos incentivos econômicos. Para cada incentivo, é importante ponderar:

- Qual é o propósito do subsídio e apoio governamental?
- Os incentivos são prejudiciais ou benéficos à saúde?
- Quem arca com o custo final a longo prazo e quem desfruta dos benefícios a curto prazo?

Embora continue ceifando a vida de muitos dos nossos entes queridos e quase nos leve à falência, a COVID-19 também expôs muitas das nossas negações. Chegou a hora de encarar os fatos da necessidade urgente de combater o consumo de álcool e começar a agir de maneira responsável e ética. Incentivos perversos não fazem sentido e causam danos a longo prazo. Esperamos que o presente relatório represente um grande incentivo para aqueles motivados a fazerem o bem por suas comunidades.



**SAR, Princesa Dina Mired,
Enviada Especial de DCNT,
Vital Strategies**



**José Luis Castro
Presidente e CEO
da Vital Strategies**

ÍNDICE

Introdução	6
A Urgência da Ação	8
O Alcance da Indústria do Álcool	11
Incentivos à Indústria do Álcool	15
Um Glossário de Incentivos Usufruídos pela Indústria do Álcool	16
Estudos de Caso	18
Resumo	25
Recomendações	27
Apêndice: Exemplos Adicionais	29
Referências	32

INTRODUÇÃO

O Que Este Relatório Acrescenta

O presente relatório examina dados e informações do período de 1995 a 2020 disponíveis publicamente sobre a quantidade que governos investem na indústria do álcool e o custo dessas ações. Os principais achados incluem:

- A descoberta de que governos e agências de desenvolvimento oferecem incentivos à indústria do álcool tais como assistência ao desenvolvimento, renúncias fiscais, deduções em marketing, reduções fiscais e subsídios para produção, além de incentivos em forma de práticas de acordos comerciais internacionais.
- A maioria dos incentivos oferecidos à indústria do álcool se dão como assistência ao desenvolvimento concedida por governos de países de alta renda para países de média e baixa renda. A ampla maioria dos beneficiários acabam sendo grandes corporações da indústria do álcool, que têm suas sedes em países de alta renda.
- Dados sobre incentivos à indústria do álcool geralmente são fragmentados e de difícil obtenção. Nosso relatório destaca a necessidade de maior transparência na quantidade de incentivos econômicos fornecidos a indústrias que prejudicam a saúde.

Mesmo enquanto as nações batalham para atender às suas necessidades de saúde, incluindo os gastos vertiginosamente crescentes com DCNT, o presente relatório revela que muitos países continuam promovendo os produtos que trazem malefícios à saúde. Incentivos dados à indústria do álcool são frequentemente justificados como benefícios econômicos para acelerar o desenvolvimento econômico, gerar empregos ou produzir a tão necessária receita tributária. Na realidade, há um conflito direto de interesses entre os objetivos econômicos dos governos e das agências de desenvolvimento ao darem incentivos à indústria do álcool em contraposição aos objetivos da saúde pública de reduzir os malefícios resultantes das DCNT e do consumo de álcool. O presente relatório expõe como esses incentivos basicamente promovem bebidas alcoólicas em nome da indústria e em detrimento dos indivíduos e da sociedade.

Os economistas têm um termo para designar os pagamentos

feitos a indústrias que fabricam produtos nocivos à saúde: “incentivos perversos”. Um dispositivo econômico é considerado “perverso” quando o resultado vai contra os interesses fundamentais daquele que paga – no caso deste relatório, os governos. Ao incentivar as indústrias de tabaco, álcool, combustíveis fósseis, alimentos com alto teor de açúcar e sal, os governos criam um fardo econômico e social para si mesmos, pois esses produtos sobrecarregam os sistemas de saúde, prejudicam as pessoas e acarretam custos desnecessários à sociedade.

A Vital Strategies revisou os dados existentes sobre produtos prejudiciais à saúde, a quantidade de dinheiro que os governos investem em indústrias nocivas e os impactos sobre a saúde causados por elas. O segundo de uma série,^a o presente relatório foca nos bilhões de dólares em incentivos que governos e agências de desenvolvimento concedem a corporações que produzem, promovem e vendem bebidas alcoólicas – uma indústria cujos produtos criam um fardo crescente à saúde.

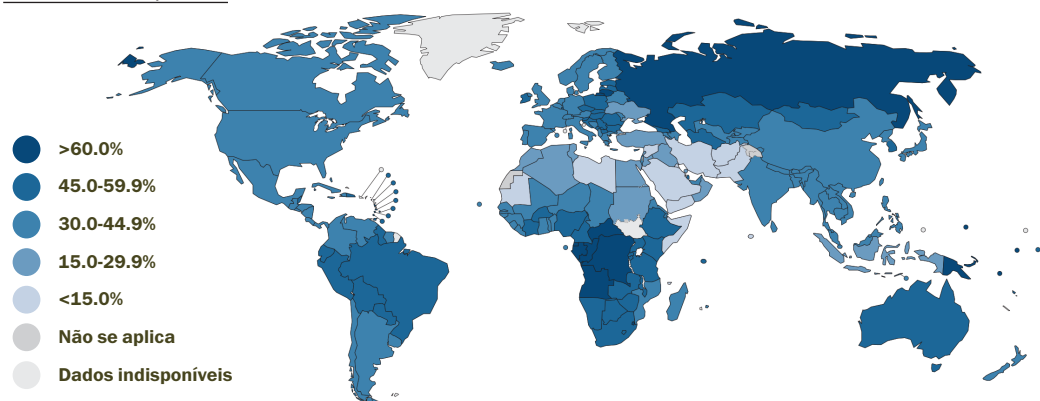
^a “Fueling an Unhealthy Future” [Abastecendo um Futuro Insalubre] se concentra em documentar os incentivos direcionados à indústria de combustíveis fósseis. Para mais informações, consulte: <https://www.vitalstrategies.org/wp-content/uploads/2019/10/Fueling-an-Unhealthy-Future.pdf>

A URGÊNCIA DA AÇÃO

O consumo de álcool^b é uma enorme questão de saúde pública em todo o mundo.

Mundialmente, a ingestão de bebidas alcoólicas é o maior fator de risco para a perda de anos de vida entre pessoas com idades entre 15 e 49 anos.^{1,2} A cada ano, mais de 3 milhões de pessoas morrem em decorrência do consumo de álcool.¹ A ingestão de bebidas alcoólicas é relacionada a doenças crônicas não transmissíveis (DCNT) que incluem o câncer, doenças cardiovasculares e doenças do aparelho digestivo, como as hepáticas, e pode também prejudicar a saúde mental, além de exacerbar doenças infecciosas como tuberculose, HIV/AIDS, pneumonia e COVID-19.³⁻⁶

PREVALÊNCIA (%) DA INGESTÃO NOCIVA DE ÁLCOOL ENTRE CONSUMIDORES ATUAIS (+ DE 15 ANOS) PELO MUNDO, 2016



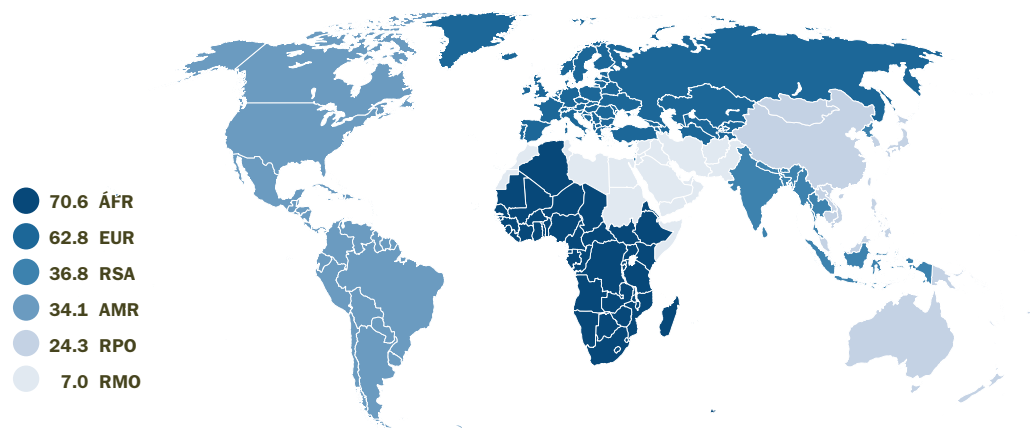
Fonte: Relatório Global sobre Álcool e Saúde, 2018. Genebra: Organização Mundial da Saúde; 2018.

O consumo de álcool tem impacto sobre uma gama de fatores de saúde, sociais e econômicos, incluindo queda na produtividade, acidentes e mortes de trânsito, criminalidade e violência em forma de homicídios e violência contra mulheres e crianças.⁷ Estima-se que o custo do consumo de álcool para a sociedade^{8,9} ultrapasse 1% do valor do produto interno bruto (PIB) nos países de alta e média renda.¹⁰⁻¹² Por exemplo, apenas nos Estados Unidos, o consumo de bebidas alcoólicas custa 249 bilhões de dólares ao ano em atendimentos de saúde e outros gastos sociais.¹³

Uma série recente de compromissos políticos de alto nível pedem a redução no consumo de álcool, incluindo o Plano de Ação Global de 2013 para a Prevenção e Controle de Doenças Crônicas Não Transmissíveis e o Objetivo de Desenvolvimento Sustentável 3.5.¹⁴⁻¹⁶ Além disso, em 2018, a Organização Mundial da Saúde (OMS) lançou a iniciativa SAFER para apoiar governos em estratégias para reduzir o consumo de álcool, tais como introduzir ou aumentar os impostos sobre bebidas alcoólicas, controlar a disponibilidade e venda dessas bebidas e regulamentar sua propaganda e seu marketing.¹⁷⁻¹⁹ Apesar das evidências claras de que essas estratégias funcionam, os esforços dos governos para implementá-las têm sido inconstantes ou nulos.²⁰⁻²² Conseqüentemente, o consumo de álcool, doenças e agravos decorrentes dele aumentaram mundialmente, especialmente em países de baixa e média renda, impulsionados principalmente pela indústria do álcool e a promoção e divulgação agressiva de seus produtos.²³

b O consumo de álcool pode causar conseqüências prejudiciais à saúde e sociedade e pode se referir a conseqüências adversas físicas, mentais, entre outras.

MORTES ATRIBUÍVEIS AO ÁLCOOL POR 100.000 POR REGIÃO DA OMS, 2016



Fonte: Relatório Global sobre Álcool e Saúde, 2018. Genebra: Organização Mundial da Saúde; 2018.

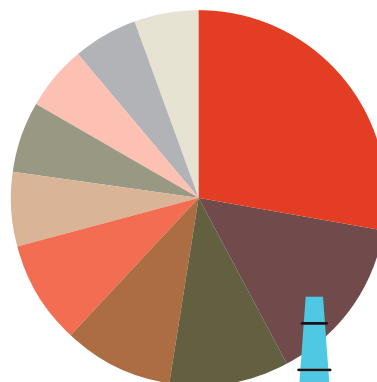
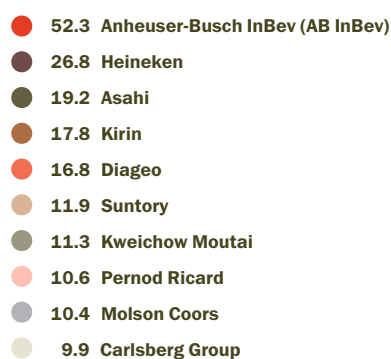
Muitos governos não responderam à epidemia do álcool e têm sido lentos na adoção de estratégias baseadas em evidências, como o aumento de impostos que reduzem o consumo de álcool.²⁴⁻²⁶ Na verdade, diversos governos oferecem incentivos massivos à indústria do álcool, principalmente em países de baixa e média renda. Ademais, esses incentivos são comumente apresentados pelos governos como sendo benéficos para o desenvolvimento econômico e, por consequência, para a sociedade.^{27,28}

O ALCANCE DA INDÚSTRIA DO ÁLCOOL

Determinantes comerciais da saúde são definidos como “estratégias e abordagens usadas pelo setor privado para promover produtos e escolhas que são prejudiciais à saúde”, e cada vez mais são reconhecidos como principais causadores de doenças e agravos (acidentes e violências).²⁹ A indústria do álcool, assim como a do tabaco e os produtores de combustíveis fósseis, aplica estratégias e abordagens para ampliar seu alcance e lucro por meio de ações agressivas de promoção de vendas e interferência em políticas públicas que visam controlar o consumo de produtos insalubres.^{30,31} Entretanto, embora grande enfrentamento tenha sido realizado frente aos incentivos governamentais para o tabaco^{32,33} e mais recentemente para os combustíveis fósseis,³⁴ os incentivos oferecidos à indústria do álcool recebem pouca atenção.

A produção de bebidas alcoólicas está cada vez mais concentrada nas mãos de poucas corporações altamente rentáveis e abastadas.^{35,36} Em 2019, o mercado global de bebidas alcoólicas totalizou mais de 1,5 trilhões de dólares, e os dez maiores produtores de álcool em termos de volume para os quais há dados disponíveis somaram uma receita anual global de 187 bilhões de dólares.^{37,38}

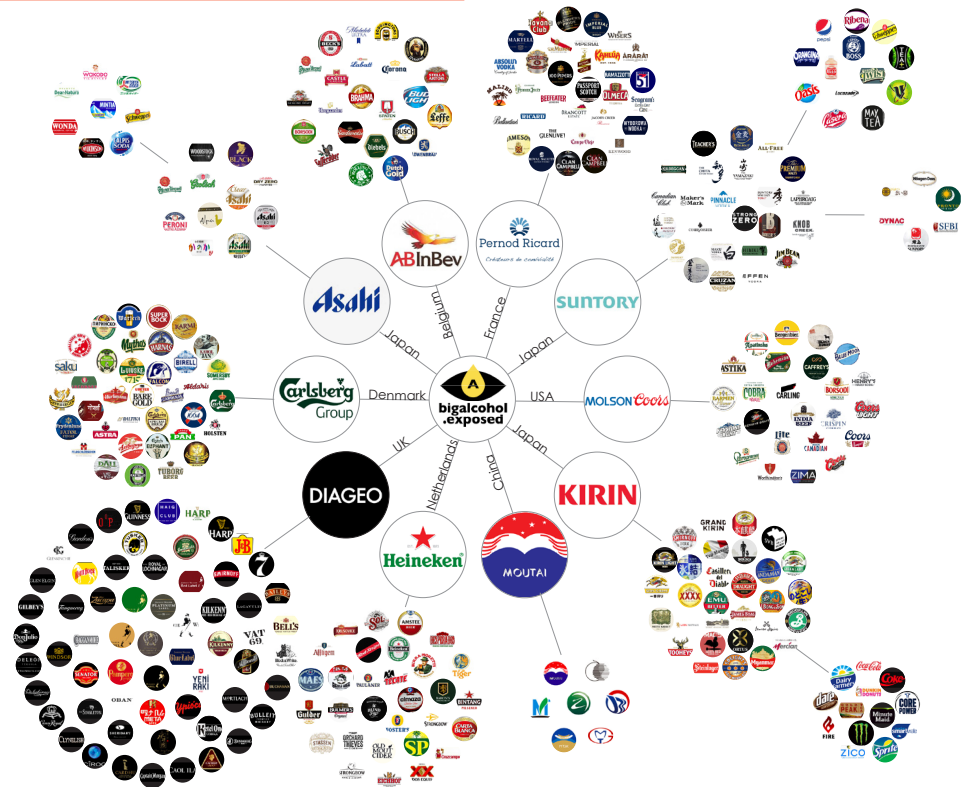
TOP 10 EM RECEITA GLOBAL DA INDÚSTRIA DO ÁLCOOL (BILHÕES DE DÓLARES, 2019)



**187 BILHÕES
DE DÓLARES**

Fonte: D. Workman. Major Export Companies: Alcoholic Beverages. 2020.

TOP 10 PRODUTORES DE ÁLCOOL NO MUNDO



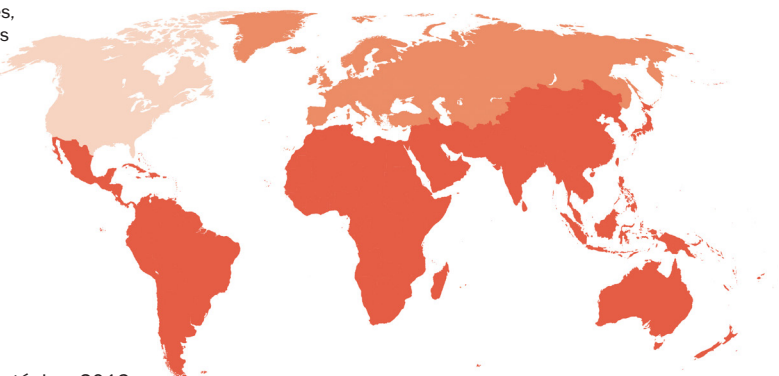
Fonte: Movendi International. Alcohol Industry Interference Worldwide: Big Alcohol Exposed. 2019.

A indústria do álcool mudou sua atenção de países de alta renda, que possuem regulamentações progressivamente mais rígidas para bebidas alcoólicas, para focar na sua expansão em países de baixa e média renda.^{1,39-41} Para tanto, ela se utiliza de: atividades políticas, como fazer lobby, doações e campanhas de contribuição; litígio e substituição de políticas que controlam o álcool; e esforços onerosos de marketing que glamorizam e incentivam o consumo de álcool.^{42,43} A companhia de bebidas AB InBev (empresa da qual a Ambev faz parte) é o nono maior anunciante do mundo, com gastos globais estimados em 6,2 bilhões de dólares em 2017.⁴⁴ Seus investimentos em propaganda se equiparam aos gastos com saúde pública em todos os países de baixa renda somados — 6,5 bilhões de dólares em 2017.⁴⁵

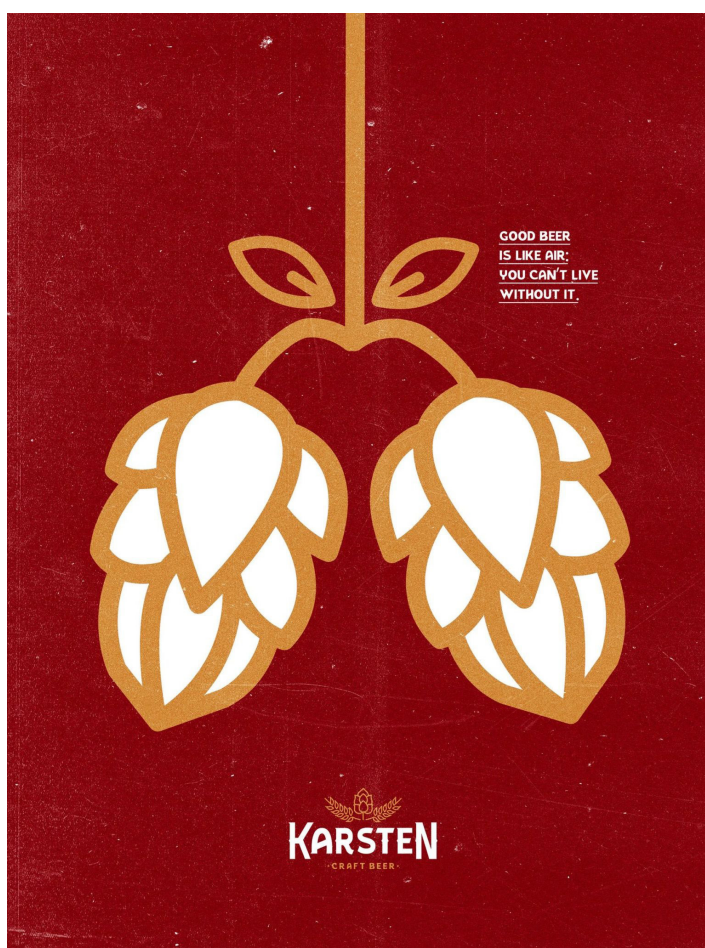
CRESCIMENTO DA RECEITA DA DIAGEO POR REGIÃO, 2018-2019

Diageo, estabelecida em Londres, está entre as maiores produtoras de bebida alcoólica do mundo.

- América Latina e Caribe 6%
- Ásia-Pacífico e África 6%
- Europa 4%
- América do Norte 0.20%



Fonte: Diageo. Relatório estratégico. 2019.



A cervejaria brasileira Karsten criou um anúncio com seu logo representando pulmões e o slogan “Ar puro é igual cerveja de verdade: não pode faltar nunca!”

Empresas fabricantes de bebidas alcoólicas ao redor do mundo agora estão se aproveitando da pandemia de coronavírus (COVID-19) para obterem vantagem comercial.⁴⁶ Como exemplo, a cervejaria brasileira Karsten criou um anúncio com seu logo representando pulmões e o slogan “Ar puro é igual cerveja de verdade: não pode faltar nunca!”, enquanto encorajava os consumidores a seguir três passos para sobreviverem à pandemia: “Manter o isolamento, usar álcool em gel nas mãos e beber cerveja por diversão”.

Este relatório inovador apresenta uma busca abrangente por dados e informações disponíveis publicamente sobre os tipos e as quantidades de incentivos econômicos destinados à indústria do álcool. No entanto, o relatório foi redigido como um compilado de exemplos ilustrativos, pois as informações disponíveis variavam significativamente em qualidade e formato. Nosso relatório cobre o período de 1995 até 2020. Entre nossas descobertas havia uma falta de dados sobre os incentivos. Alguns produtos, como a cerveja, foram muito mais bem documentados do que outros. Alguns países possuíam dados disponíveis publicamente, enquanto outros não. Levando isso em consideração, restringimos nosso escopo às empresas que fabricam, produzem, dão marca, distribuem e comercializam cerveja, uísque e rum. Além disso, reportamos principalmente incentivos internacionais.

INCENTIVOS À INDÚSTRIA DO ÁLCOOL

UM GLOSSÁRIO DE INCENTIVOS USUFRUÍDOS PELA INDÚSTRIA DO ALCOOL

A indústria do álcool se beneficia de uma variedade de incentivos que podem ser específicos para esse setor – conhecidos como incentivos discriminatórios – ou disponibilizados para corporações em geral, conhecidos como incentivos não discriminatórios. Ainda que ambos devam ser esquadrinhados, incentivos discriminatórios são especialmente preocupantes pois são destinados especificamente para beneficiar esta indústria. Abaixo há um glossário dos incentivos usufruídos pela indústria do álcool:

- **Assistência ao desenvolvimento** se refere ao financiamento administrado por governos e suas agências para países de baixa e média renda com o intuito de promover o desenvolvimento econômico e bem-estar desses países. Ainda que a assistência ao desenvolvimento da indústria do álcool, como empréstimos a destilarias, possa gerar um estímulo econômico local a curto prazo, essa assistência por fim acaba prejudicando o bem-estar e crescimento dessas sociedades.^{47,48}
- Governos oferecem **renúncias fiscais** como incentivos ao reduzirem a dívida do pagante. Renúncias fiscais são tidas como geradoras de benefícios econômicos, fornecendo às empresas mais dinheiro para investir em capital, mão de obra e outras áreas que podem promover seu crescimento econômico. Entretanto, empresas de bebidas alcoólicas constantemente usam o dinheiro das renúncias fiscais em propagandas e na promoção do consumo de álcool, além de usá-lo para manter os preços do álcool mais baixos. Um agregado estarrecedor de evidências científicas revela que aumentar o preço do álcool é uma estratégia eficaz para reduzir o consumo de álcool e seus malefícios associados.^{25,26} Ademais, renúncias fiscais esgotam receitas que os governos poderiam utilizar para o crescimento econômico investindo em saúde, educação, infraestrutura e outros serviços sociais.
- **Restituições tributárias** são reembolsos do dinheiro do contribuinte após uma redução fiscal retroativa. Os governos liberam restituições tributárias principalmente para estimular a economia. Restituições tributárias são concedidas a muitas corporações, que as utilizam para amortizar impostos futuros. É comum que os governos concedam restituições tributárias a tipos específicos de atividade empresarial que desejem fomentar, incluindo a indústria do álcool.
- **Deduções em marketing:** os códigos fiscais de muitos países oferecem deduções tributárias para despesas empresariais, incluindo a propaganda e o marketing, para diversos tipos de empresas, incluindo companhias de bebidas alcoólicas. As deduções em marketing também fornecem um incentivo financeiro para empresas de bebidas alcoólicas gastarem mais com propaganda e marketing a fim de promover a venda de álcool e aumentar seu lucro. A propaganda e o marketing do álcool são fatores primordiais no incentivo ao consumo de álcool, especialmente por jovens e mulheres.^{24,49}

- **Subsídios para produção** são pagamentos que os governos fazem a fornecedores para aumentar a produção de um produto específico compensando uma parte dos custos de produção. O objetivo é expandir a produção de um item em particular além do que o mercado padrão produziria, mas sem aumentar o preço para os consumidores. Diversos governos subsidiam plantações destinadas à fabricação de cerveja, uísque, rum e outras bebidas alcoólicas que utilizam cevada, sorgo, mandioca, milho e cana de açúcar. Esse subsídio tem o intuito de aumentar a produção de álcool enquanto os preços se mantêm baixos para o consumidor final.⁵⁰ Além disso, o custo mais baixo do cultivo destinado à fabricação de álcool significa uma melhor margem de lucro para os produtores de bebidas alcoólicas.
- Incentivos em forma de **acordos comerciais internacionais** ocorrem quando produtos alcoólicos e seu marketing entre países são incentivados ou promovidos.^{51,52} Agentes governamentais fazem lobby em nome da indústria do álcool em acordos comerciais internacionais para garantir tarifas mais baixas nos insumos de produção como cevada e milho, que compõem os produtos alcoólicos, de modo que estes possam ser exportados a um custo reduzido.^{1,28}

INCENTIVOS AO ÁLCOOL: ESTUDOS DE CASOS

Os seguintes casos são exemplos ilustrativos da nossa revisão aprofundada dos governos e das agências de desenvolvimento que fornecem incentivos financeiros à indústria do álcool.

Assistência ao desenvolvimento

BANCO EUROPEU PARA RECONSTRUÇÃO E DESENVOLVIMENTO (BERD) INVESTE EM CERVEJA NA EUROPA CENTRAL E NO LESTE EUROPEU.

Muitos países na Europa Central e no Leste Europeu enfrentam uma epidemia de alcoolismo – altos níveis de consumo e ingestão excessiva e generalizada de álcool, altos níveis de doenças atribuíveis ao álcool e uma política fraca de controle para esses produtos.¹ Mesmo assim, o Banco Europeu para Reconstrução e Desenvolvimento, um banco de investimentos multilateral que usa investimentos como ferramenta para construir economias comerciais, forneceu incentivos expressivos ao álcool nesta região.

Desde o início da década de 1990, o BERD forneceu mais de 422 milhões de dólares para investimentos em cervejarias em mercados emergentes de países da Europa Central e Oriental, incluindo a Armênia, Bielorrússia, Bósnia e Herzegovina, Croácia, República Tcheca, Geórgia, Cazaquistão, República do Quirguistão, Lituânia, Mongólia, Moldávia, Romênia, Federação Russa, Turcomenistão, Ucrânia e Uzbequistão.⁵³⁻⁵⁸

422 MILHÕES DE DÓLARES



Fonte: Veja referências 53 -58.

O BERD qualifica investimentos no setor cervejeiro nesses países como assistência ao desenvolvimento, pois os fundos podem auxiliar a transição e o crescimento das economias locais, incluindo o envase e a produção local de malte.⁵³

Por exemplo, um empréstimo de 13 milhões de dólares em 2005 à cervejaria uzbeque Mekhnat Pivo foi utilizado em equipamentos e capital de giro para a produção de cerveja.⁵³ Àquela época, dado o estágio inicial de desenvolvimento do setor financeiro do Uzbequistão e nível de risco político ao redor do país, o BERD citou os investimentos na cervejaria uzbeque como alta prioridade.⁵³ Contudo, um relatório da OMS de 2018 identificou DCNT e seus fatores de risco – tais quais o consumo de álcool – como um grande obstáculo para o desenvolvimento do Uzbequistão e indicou ações mais incisivas de prevenção às DCNT.⁵⁹

Um relatório de 2018 da OMS identificou DCNT e seus fatores de risco – tais quais o consumo de álcool – como um grande obstáculo para o desenvolvimento do Uzbequistão e indicou ações mais incisivas de prevenção às DCNT.

Na Bósnia e Herzegovina, o BERD concedeu um empréstimo de 1,2 milhões de dólares em 2018 para a cervejaria local Bihacka Pivovara.⁵⁸ Em um comunicado do BERD à imprensa anunciando o empréstimo, o CEO da cervejaria disse “nossa cervejaria cresceu e empregou mais de 100 funcionários desde que iniciamos nosso trabalho”.⁵⁸ Esse investimento também permitiu que melhorassem a produção e o envase das cervejas, num país onde mais da metade dos homens adultos que bebem têm episódios de consumo intenso de álcool.⁶⁰

Para mais exemplos de assistência ao desenvolvimento, consulte o [Apêndice A1](#).

Renúncias fiscais

FIFA EXIGIU QUE O BRASIL RENUNCIASSE IMPOSTOS SOBRE OS LUCROS OBTIDOS POR PARCEIROS COMERCIAIS DA FIFA, INCLUINDO A AB INBEV, DURANTE A COPA DO MUNDO.

Muitos países por todo o mundo almejam receber a Copa do Mundo FIFA. A FIFA, a **organização internacional que dirige o futebol, exige que os países anfitriões renunciem os impostos de quaisquer lucros obtidos pelos parceiros comerciais da FIFA.** Isso inclui a AB InBev, o parceiro de cervejas oficial do evento já há muitos anos.

O Brasil foi oficialmente nomeado o anfitrião da Copa do Mundo de 2014 e o governo brasileiro concedeu renúncias fiscais significativas à FIFA e a seus parceiros comerciais – um total de 475 milhões de dólares entre 2011 e 2015.⁶¹ Embora as renúncias fiscais tenham permitido que a FIFA, a AB InBev e outros parceiros comerciais colhessem lucros robustos, elas privaram o Brasil de milhões em receita que poderiam ter sido destinados à melhoria da saúde e do bem-estar dos brasileiros. As renúncias fiscais à AB InBev são consideráveis e, no entanto, no Brasil, o abuso de álcool, que traz tantos malefícios, é relatado por 51% dos consumidores de bebidas alcoólicas.⁶²

Para mais exemplos de renúncias fiscais, consulte o [Apêndice A2](#).



Campanha Global de Marketing da Budweiser para a Copa do Mundo FIFA de 2014 no Brasil

Deduções em marketing

OMISSÃO NAS DEDUÇÕES EM MARKETING

O governo federal dos EUA, por meio do Código Fiscal Interno, oferece deduções tributárias para despesas empresariais, incluindo a propaganda e o marketing, para diversos tipos de empresas, abrangendo companhias de bebidas alcoólicas. Portanto, mesmo com o apelo da OMS e dos profissionais da saúde pública para que o marketing de álcool para jovens seja banido como forma de reduzir o consumo de álcool, a política fiscal dos EUA incentiva a propaganda de bebidas alcoólicas. Isso não apenas promove o consumo de álcool como representa uma grande perda de receita para o governo. Os top 10 produtores de bebidas alcoólicas em 2017 foram isentos de pagar 1,5 bilhões de dólares em impostos sobre propagandas de cerveja.^{63,64}

Os top 10 produtores de bebidas alcoólicas em 2017 foram isentos de pagar 1,5 bilhões de dólares em impostos sobre propagandas de cerveja.

Legisladores há muito tempo já notaram essa incoerência. Numa audiência do Congresso estadunidense em 1993 sobre a reforma da saúde, o congressista Tom Foglietta, membro da força-tarefa do ex-presidente Bill Clinton pela saúde, disse “se eliminássemos a dedução sobre as propagandas de produtos de tabaco e álcool, pouparíamos até 950 milhões de dólares por ano, que poderiam ser usados como fundos para um compromisso federal pelo acesso universal a um atendimento de saúde de qualidade”.⁶⁵ À época, em 1993, proibições de deduções na propaganda de álcool e tabaco foram cogitadas para ajudar o financiamento do plano para a saúde pública da Casa Branca, mas elas foram impedidas pela intensa oposição da indústria.⁶⁵ Muitos anos depois, proibições das deduções para o marketing de tabaco entraram em vigor sob o acordo de resolução sobre o tabaco de 1998 [Tobacco Master Settlement Agreement]. Entretanto, até o momento, nenhuma legislação foi sancionada para banir as deduções no marketing da indústria do álcool nos EUA, mesmo que, entre 1999 e 2017, as mortes relacionadas ao álcool tenham mais do que dobrado no país.⁶⁶

Restituições tributárias

RESTITUIÇÕES TRIBUTÁRIAS DOS EUA PARA RUM NAS ILHAS VIRGENS AMERICANAS E EM PORTO RICO

O rum, originalmente desenvolvido nas plantações de cana de açúcar do Caribe, gera centenas de milhões de dólares em arrecadação tributária para os territórios estadunidenses do Caribe, incluindo as Ilhas Virgens Americanas e Porto Rico.⁶⁷ Conforme a legislação federal estadunidense, qualquer imposto sobre consumo recolhido por rum importado aos EUA vai para os cofres de Porto Rico e das Ilhas Virgens Americanas.⁶⁸⁻⁷⁰ Os governos desses territórios então dão uma parcela do dinheiro aos produtores de rum para incentivar o negócio.⁷¹ Essas restituições tributárias do rum levam mais dinheiro aos bolsos das empresas multibilionárias da indústria do álcool.

Apenas em 2012, o governo federal estadunidense concedeu 230 milhões de dólares em restituições tributárias à Bacardi em Porto Rico e mais de 199 milhões de dólares à Diageo nas Ilhas Virgens.⁶⁷ Em Porto Rico e nas Ilhas Virgens Americanas, 18,1% e 22,9% dos homens adultos, respectivamente, que bebem relatam abusar das bebidas alcoólicas, e mesmo assim, o governo dos EUA pagou milhões de dólares em restituições tributárias para grandes empresas do álcool nesses territórios.⁷²



Promovendo o rum no tour de degustação da Bacardi em Porto Rico

Subsídios para produção

SUBSIDIANDO SEMENTES PARA A PRODUÇÃO DE CERVEJA NA UGANDA

Nile Breweries Limited (NBL), uma cervejaria ugandesa da produtora global de bebidas alcoólicas SABMiller, queria desenvolver uma cerveja de custo mais baixo para o mercado local.⁵⁰ A NBL vinha importando a maior parte dos ingredientes de sua cerveja, incluindo uma cevada cara, e os custos de produção tornavam o produto dependente de importação caro demais para muitos consumidores da região. Assim, em 2002, a NBL lançou a Eagle Lager usando uma nova variedade de sorgo local para a produção de uma cerveja de baixo custo e alta qualidade. A chave do sucesso foi uma parceria com uma companhia agricultora local, Afro-Kai, e o governo local, que subsidiou muito a nova variedade da semente.⁷³ Esse subsídio governamental ajudou a aumentar a participação de agricultores locais, o que resultou numa safra maior que o dobro da necessidade da NBL para a fabricação de cerveja.⁵⁰ A abundância de matéria-prima local de baixo custo resultou na queda dos custos e no aumento do volume de produção da Eagle Beer para a NBL.⁵⁰

A cerveja da marca Eagle é atualmente o produto de cerveja mais vendido no país, contribuindo para os 60% de participação no mercado que a NBL possui na Uganda.⁷⁴ Em 2015, a NBL reportou ter adquirido 12 mil toneladas de sorgo, representando aproximadamente 20 mil pequenos produtores agrícolas que tiveram uma receita total de 4 milhões de dólares.⁵⁰ Devido a esses sucessos, a SABMiller iniciou projetos de desenvolvimento de cervejas de sorgo na Zâmbia, Tanzânia e Suazilândia, seguindo o modelo de Uganda.^{50,75}

O banco Mundial classificou isso como uma história de sucesso na Uganda que gerou 100 empregos fixos em fábricas⁵⁰—em um país com o sétimo maior índice de consumo de álcool na África, com 21% dos ugandeses abusando da bebida. Na Uganda, o consumo de álcool é o maior fator de risco para perda de anos de vida.^{1,76,77}

Para mais exemplos de subsídios para produção, consulte o [Apêndice A3](#).



Propaganda de cerveja na Uganda

Práticas de acordos comerciais internacionais

O consumo de álcool aumentou drasticamente em países do Sul e Sudeste da Ásia, especialmente na Índia, com o consumo per capita mais que dobrando de 2,4 litros em 2005 para 5,7 litros em 2016.^{1,78} Ainda assim, o governo do Reino Unido participou ativamente da promoção da expansão global das empresas inglesas de álcool na Índia, inclusive garantindo reduções nos controles de preços ou tarifas.^{27,28}

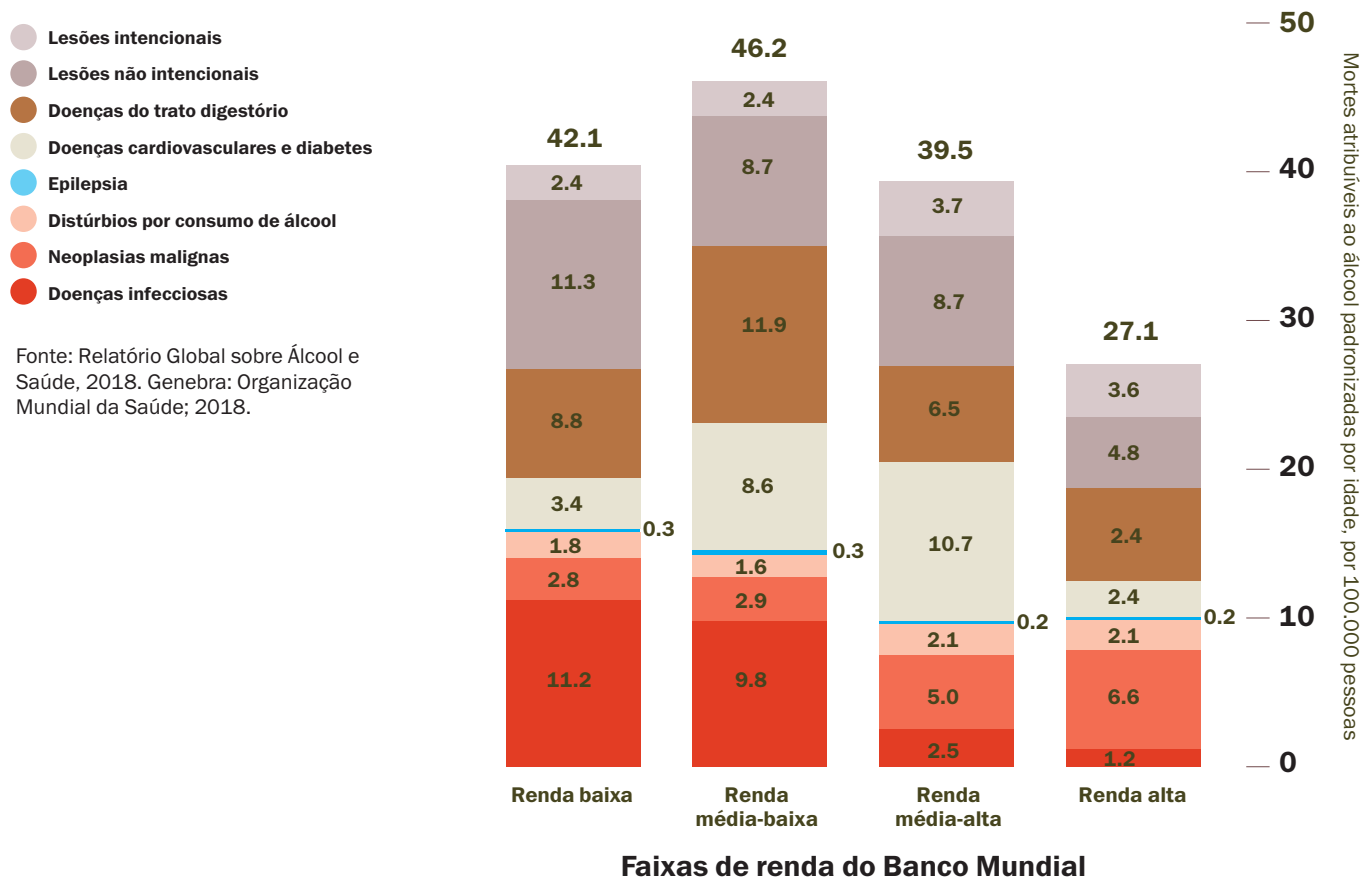
Controles de preços são parte de uma política e prática de comércio internacional usadas por diversos governos para regular o custo de determinados bens e serviços. Na Índia, o estado de Andhra Pradesh aplica um preço mínimo de compra para cervejas, abaixo do qual o governo garante a compra.⁷⁹ Em 2009, a SABMiller, uma fabricante de bebidas com sede no Reino Unido, abriu processos contra Andhra Pradesh por não revisar o preço de aquisição de cervejas em mais de uma década.⁷⁹ Esse litígio resultou na reversão da política de preços, um aumento de 9%-10% nos preços,⁸⁰ e no crescimento exponencial das vendas da SABMiller na região.⁸¹ **O governo do Reino Unido trabalhou próximo à SABMiller e às autoridades locais para remover essas regulamentações dos preços da cerveja, gerando mais de 80 milhões de dólares em vendas para a empresa.**^{27,28}

RESUMO

Entre 1995 e 2020, os governos e as agências de desenvolvimento ofereceram incentivos financeiros expressivos à indústria do álcool em países do mundo todo. Os incentivos frequentemente são desembolsados por países de alta renda para corporações transnacionais de álcool que produzem e vendem em países de baixa e média renda. A maioria dos incentivos vem da União Europeia, do Reino Unido e dos Estados Unidos, e vão para países na África, Europa Central e Oriental, além do Caribe.

Incentivos à indústria do álcool muitas vezes são justificados como benefícios econômicos para os países, com o objetivo de avançar o desenvolvimento econômico, gerar empregos ou produzir a tão necessária receita tributária.⁸² Mas há um conflito direto de interesses entre os objetivos econômicos dos incentivos à indústria e aqueles da saúde pública. Por exemplo, na Bósnia e Herzegovina, 100 empregos foram criados numa cervejaria local beneficiada por um investimento de 1,2 milhões de dólares do BERD,⁵⁸ mas esse investimento também permitiu que a cervejaria melhorasse sua produção e seu envase das cervejas nesse país com um grande fardo do consumo de álcool. **O apoio à expansão da indústria do álcool oriundo da receita fiscal cria um fardo triplo para os países – perda de receita, aumento no consumo de álcool e sobrecarga dos sistemas públicos de saúde, especialmente em países de baixa e média renda com menos proteções sanitárias e maior número de mortes atribuíveis ao álcool.**

MORTES ATRIBUÍVEIS AO ÁLCOOL POR CONDIÇÃO E FAIXA DE RENDA, 2016



RECOMENDAÇÕES

O presente relatório propõe que os governos e a comunidade de desenvolvimento reavaliem os incentivos econômicos atuais à indústria do álcool e defendam políticas consistentes que promovam a saúde. Um plano de desenvolvimento sustentável deve:

- **Usar políticas fiscais para reduzir a disponibilidade dos produtos prejudiciais à saúde e direcionar a verba disponível para fortalecer os sistemas de saúde.** Realocar fundos ou possíveis novas receitas para melhorar o orçamento da saúde.
- **Eliminar gradativamente os incentivos que podem ser prejudiciais à saúde.** Lições importantes podem ser aprendidas com o controle do tabaco. Por exemplo, os governos podem exigir transparência nas interações entre funcionários públicos e companhias de álcool e restringir essas companhias de receberem ajuda para seu desenvolvimento.
- **Monitorar a adaptação do comportamento e das ações corporativas da indústria do álcool durante e após crises e choques.** As empresas de álcool do mundo todo estão se aproveitando da pandemia de COVID-19 para obter ganhos comerciais, incluindo formar parcerias com governos, organizações internacionais e agências de saúde.⁴⁶ Essas interações não devem desvirtuar os objetivos da saúde pública.
- **Evitar a interferência da indústria do álcool.** Os governos e as agências de desenvolvimento devem ficar fora do conflito de interesses que surge com o envolvimento da indústria do álcool. Os governos, com seus departamentos financeiros, comerciais e de saúde, devem ser coerentes em todas as suas políticas relativas ao álcool.
- **Monitorar investimentos feitos na indústria do álcool** por meio da coleta massiva de dados e verificação do impacto geral de cada investimento.
- **Calcular o custo que os incentivos da indústria do álcool geram para a saúde.** Os incentivos que promovem o desenvolvimento econômico e a geração de empregos devem ser ponderados em relação aos custos de saúde e sociais. Os países devem avaliar se os investimentos são benéficos ou prejudiciais à saúde.

APÊNDICE: EXEMPLOS ADICIONAIS

A1. Exemplos Adicionais de Assistência ao Desenvolvimento da Indústria do Alcool

União Europeia Remove Barreiras Comerciais para o Rum Caribenho: de 2002 a 2010, a UE financiou um programa que oferecia 88,5 milhões de dólares a produtores caribenhos de rum, o que seguia a estratégia Aid for Trade da UE para ajudar países de baixa e média renda a desenvolverem uma maior capacidade comercial.⁸³ O objetivo desse programa multimilionário era intensificar a competitividade e rentabilidade dos produtores de rum do Caribe, ajudando-os a exportar marcas de rum de alta qualidade. Pouco depois, em 2012, a UE injetou mais 10,1 milhões de dólares na indústria de rum caribenha em forma de outros três acordos financeiros com o Fórum Caribenho de Estados da África, do Caribe e Pacífico.⁸⁴ Embora a UE tenha classificado esses acordos como assistência ao desenvolvimento para apoiar uma indústria fundamental para o Caribe, os fundos também foram destinados a melhorias e ao fortalecimento das exportações de rum na UE por meio da remoção de barreiras técnicas do comércio de rum caribenho.⁸⁴

O Reino Unido Explora Oportunidades Agrícolas na Região Africana: o Reino Unido é o lar da Diageo, a empresa líder mundial de bebidas alcoólicas, e da SABMiller, a segunda maior fabricante de cerveja antes de ser adquirida pela AB InBev (empresa da qual a Ambev faz parte). Para apoiar a expansão global de sua indústria do álcool, o Reino Unido incluiu explicitamente o objetivo de aumentar as exportações de álcool, explorando oportunidades de expansão de mercado, inclusive em mercados emergentes em toda a África.⁸⁵ Essa prioridade se reflete na maneira como o Reino Unido forneceu apoio financeiro às operações africanas da Diageo e SABMiller por meio de ajuda ao desenvolvimento.⁸⁶ Em Camarões, a Diageo recebeu 250 mil dólares por meio do Africa Enterprise Challenge Fund para substituir a cevada importada por sorgo cultivado localmente em suas operações de fabricação de cerveja.^{27,28} A SABMiller também recebeu quase 1 milhão de dólares para introduzir mandioca de origem local no Sudão.^{27,28} Enquanto os defensores do governo e da indústria descreveram essa assistência ao desenvolvimento para a Diageo e SABMiller como uma geração de oportunidades de desenvolvimento para os agricultores locais em Camarões e no Sudão, essa assistência também ajudou a proteger a Diageo e SABMiller de aumentos de preços inesperados e reduziu o custo geral das matérias primas.^{87,88}

A Heineken Explora Subsídio do Estado na África: de 2009 a 2019, a Holanda, os EUA, a Alemanha e um fundo da ONU deram à Heineken – agora a segunda maior fabricante de cerveja do mundo – 10 milhões de dólares em subsídios e benefícios fiscais para projetos agrícolas na África, elogiados pelos governos como exemplos de política comercial e de ajuda bem-sucedida.⁴⁷ No entanto, os objetivos declarados de impulsionar o desenvolvimento econômico nos países africanos estão longe de ser alcançados. A contribuição da Heineken para o crescimento econômico, a geração de emprego e o desenvolvimento na maioria dos países é insignificante e provavelmente negativa, se os custos para a economia e a sociedade forem levados em consideração.⁴⁸

A2. Exemplos Adicionais de Renúncias Fiscais para a Indústria do Álcool

Os EUA Concedem Grandes Renúncias Fiscais para Produtores Multinacionais: nos Estados Unidos, os governos federal e estadual dão aos produtores de álcool generosos incentivos fiscais, com a maioria dos cortes de impostos indo para grandes produtores que planejam vender álcool em outros países.^{89,90}

De 2017 até o final de 2020, o Congresso dos EUA aprovou uma legislação que inclui cortes nos impostos sobre o consumo de álcool – impostos pagos pelos consumidores no ponto de venda – reduzindo a receita tributária total em 5,4 bilhões de dólares.^{91,92} Essa redução de impostos reduziu o custo do álcool para o consumidor, o que demonstrou aumentar o consumo.⁹³ Embora os impostos sobre o consumo de álcool sejam descritos como benefícios a pequenas cervejarias e destilarias “artesaniais” nos Estados Unidos, a maioria dos cortes de impostos vai para grandes multinacionais e produtores estadunidenses.⁸⁹ Análises estimaram que o corte do imposto federal de consumo ocasionará 1.550 mortes adicionais relacionadas ao álcool anualmente por todas as causas.⁹⁴ Membros do Congresso dos EUA de ambos os partidos renovaram a legislação até 2020, apesar das evidências dos danos à saúde.

Além de cortes nos impostos federais, vários governos estaduais dos EUA oferecem incentivos fiscais para ajudar os produtores de álcool a construir e expandir seus negócios em seus estados, incluindo Iowa, Kentucky e Nova York, com muitos desses incentivos fiscais indo para grandes produtores com sede em outros países. Em 2017, o Conselho de Autoridade em Desenvolvimento Econômico de Iowa concedeu à Cedar Ridge 86.250 dólares em créditos fiscais e reembolsos para a expansão de uma destilaria de uísque, o que dobrará a produção de uísque do produtor, e a maioria das novas bebidas alcoólicas produzidas são destinadas à venda fora dos EUA.⁹⁵ De 2008 a 2019, a Autoridade Financeira em Desenvolvimento Econômico de Kentucky (KEDFA, na sigla em inglês), a Lei de Iniciativa de Empresas de Kentucky (KEIA, na sigla em inglês) e o programa de Investimentos em Negócios de Kentucky (KBI, na sigla em inglês) forneceram mais de 74 milhões de dólares em incentivos fiscais para produtores de cerveja e uísque, incluindo as grandes fabricantes de álcool Suntory, Kirin e Diageo – com sedes no Japão e em Londres – com operações no estado.⁹⁶⁻⁹⁹ Por fim, em 2019, o Estado de Nova York concedeu à Diageo – sediada em Londres – até 6,6 milhões de dólares em créditos fiscais da Excelsior baseados em desempenho para financiar a relocação de seu escritório na América do Norte para a cidade de Nova York.¹⁰⁰

A3. Exemplos Adicionais de Subsídios para a Produção para a Indústria do Álcool

O Governo dos Estados Unidos Fornece Bilhões de Dólares em Subsídios para Safras para a Fabricação de Cerveja: o governo federal dos EUA, financiado pelos contribuintes estadunidenses, paga bilhões de dólares em subsídios aos agricultores do país. Duas das safras mais subsidiadas nos EUA, a cevada e o sorgo, são usadas para fazer cerveja. Entre 1995 e 2010, o governo dos EUA pagou 10,6 bilhões de dólares em subsídios aos agricultores para plantar cevada e sorgo.¹⁰¹ Em 2008, 44% da cevada foi destinada à produção de cerveja, com os maiores produtores de cerveja AB InBev, Molson Coors e Pabst se beneficiando mais desses subsídios.¹⁰¹

REFERÊNCIAS

1. World Health Organization. Global status report on alcohol and health 2018 [Internet]. Geneva, Suíça: World Health Organization; 2018 [cited 2020 Dec 24]. Disponível em: https://www.who.int/substance_abuse/publications/global_alcohol_report/gsr_2018/en/
2. Griswold MG, Fullman N, Hawley C, Arian N, Zimsen T SR, HD V, et al. Alcohol use and burden for 195 countries and territories, 1990–2016: a systematic analysis for the Global Burden of Disease Study 2016. *The Lancet*. 2018;392(10152):1015-1035.
3. Rehm J. The risks associated with alcohol use and alcoholism. *Alcohol Res Health*. 2011;34(2).
4. Rehm J, Room R, Monteiro M, Gmel G, Graham K, Rehn N, Sempos CT, Frick U, and Jernigan D. Alcohol Use. In: Ezzati M, Lopez AD, Rodgers AA, Murray CJL, editors. Comparative quantification of health risks: global and regional burden of disease attributable to selected major risk factors. Geneva, Suíça: World Health Organization; 2004. P. 959-1109. Disponível em: <https://apps.who.int/iris/handle/10665/42770>
5. Parry CD, Patra J, Rehm J. Alcohol consumption and non-communicable diseases: epidemiology and policy implications. *Addiction*. 2011;Oct;106(10):1718-24.
6. World Health Organization, Regional Office for Europe. Alcohol does not protect against COVID-19; access should be restricted during lockdown [Internet]. Geneva, Suíça: World Health Organization; 2020 Apr 14 [cited 2020 Dec 24]. Disponível em: <https://www.euro.who.int/en/health-topics/disease-prevention/alcohol-use/news/news/2020/04/alcohol-does-not-protect-against-covid-19-access-should-be-restricted-during-lockdown>
7. World Health Organization. Global status report on alcohol 2004 [Internet]. Geneva, Suíça: World Health Organization; 2004 [cited 2020 Dec 24]. Disponível em: https://www.who.int/substance_abuse/publications/globalstatusreportalcohol2004_economic.pdf?ua=1
8. Klingemann H, Gmel G, editors. Mapping the social consequences of alcohol consumption. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers; 2001.
9. Harwood HJ, Fountain D, Livermore G. Economic costs of alcohol abuse and alcoholism. In: Galanter M, editor. Recent developments in alcoholism: Volume 14: The consequences of alcoholism – medical, neuropsychiatric, economic, cross-cultural. Boston, MA: Springer; 1998. p. 307–30.
10. Baumberg B. The global economic burden of alcohol: a review and some suggestions. *Drug Alcohol Rev*. 2006;25(6):537–51.
11. Thavorncharoensap M, Teerawattananon Y, Yothasamut J, Lertpitakpong C, Chaikledkaew U. The economic impact of alcohol consumption: a systematic review. *Subst Abuse Treat Prev Policy*. 2009;4(20).
12. Rehm J, Mathers C, Popova S, Thavorncharoensap M, Teerawattananon Y, Patra J. Global burden of disease and injury and economic cost attributable to alcohol use and alcohol-use disorders. *The Lancet*. 2009 Jun 27;373(9682):2223–33.
13. Sacks JJ, Gonzales KR, Bouchery EE, Tomedi LE, Brewer RD. 2010 national and state costs of excessive alcohol consumption. *Am J Prev Med*. 2015;49(5).
14. World Health Organization. Global action plan for the prevention and control of noncommunicable diseases 2013-2020 [Internet]. Geneva, Suíça: World Health Organization; 2013 [cited 2020 Dec 24]. Disponível em: https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/94384/9789244506233_rus.pdf
15. United Nations. Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development. Nova York: United Nations; 2015 [cited 2020 Dec 24]. Disponível em: <https://sustainabledevelopment.un.org/>
16. Collin J, Casswell S. Alcohol and the sustainable development goals. *The Lancet*. 2016 Jun 25;387(10038):2582–3.
17. World Health Organisation. WHO launches SAFER alcohol control initiative to prevent and reduce alcohol-related death and disability. 2018 Sep 28 [cited 2020 Dec 24]; Disponível em: https://www.who.int/substance_abuse/safer/launch/en/
18. World Health Organization. Tackling NCDs ‘Best Buys’ and Other Recommended Interventions for the Prevention and Control of Noncommunicable Diseases [Internet]. 2017. Disponível em: https://www.who.int/ncds/management/WHO_Appendix_BestBuys_LS.pdf

19. Chisholm D, Moro D, Bertram M, Pretorius C, Gmel G, Shield K, et al. Are the “Best Buys” for Alcohol Control Still Valid? An Update on the Comparative Cost-Effectiveness of Alcohol Control Strategies at the Global Level. *J Stud Alcohol Drugs*. 2018 Jul;79(4):514–22.
20. World Health Organisation. WHO to accelerate action to reduce the harmful use of alcohol. 2020 Sep 12 [cited 2020 Dec 24]; Disponível em: <https://www.who.int/news/item/28-03-2020-who-to-accelerate-action-to-reduce-the-harmful-use-of-alcohol>
21. Ferreira-Borges C, Parry CD, Babor TF. Harmful use of alcohol: a shadow over sub-Saharan Africa in need of workable solutions. *Int J Environ Res Public Health*. 2017 Apr;14(4):346.
22. Casswell S, Morojele N, Williams PP, Chaiyasong S, Gordon R, Gray-Phillip G, et al. The Alcohol Environment Protocol: A new tool for alcohol policy. *Drug Alcohol Rev*. 2018 Aug;37:S18-26.
23. Manthey J, Shield KD, Rylett M, Hasan OS, Probst C, Rehm J. Global alcohol exposure between 1990 and 2017 and forecasts until 2030: a modelling study. *The Lancet*. 2019 Jun 22;393(10190):2493–502.
24. Babor T, Caetano R, Casswell S, Edwards G, Giesbrecht N, Graham K, et al. Alcohol: no ordinary commodity: research and public policy. *Rev Bras Psiquiatr*. 2010;26(4):280–3.
25. Centers for Disease Control and Prevention. The Guide to Community Prevention Services, Preventing Excessive Alcohol Consumption. Disponível em: <https://www.thecommunityguide.org/topic/excessive-alcohol-consumption>
26. Wagenaar AC, Salois MJ, Komro KA. Effects of beverage alcohol price and tax levels on drinking: a meta-analysis of 1003 estimates from 112 studies. *Addiction*. 2009 Feb;104(2):179–90.
27. Hague W. Speech to Confederation of British Industry annual conference on 21 November 2011. 2011. Disponível em: <https://www.gov.uk/government/speeches/the-business-of-diplomacy>
28. Collin J, Johnson E, Hill S. Government support for alcohol industry: promoting exports, jeopardising global health? *BMJ*. 2014;348.
29. Kickbusch I, Allen L, Franz C. The commercial determinants of health. *Lancet Glob Health*. 2016;4(12):e895–6.
30. Tangcharoensathien V, Chandrasiri O, Kunpeuk W, Markchang K, Pangkariya N. Addressing NCDs: challenges from industry market promotion and interferences. *Int J Health Policy Manag*. 2019;8(5):256.
31. Savell E, Fooks G, Gilmore AB. How does the alcohol industry attempt to influence marketing regulations? A systematic review. *Addiction*. 2016;111(1):18–32.
32. Baxter T, Milner P. Tobacco subsidies and health. *Lancet Lond Engl*. 1991;337(8735): 243-243.
33. Joossens L, Raw M. Are tobacco subsidies a misuse of public funds? *BMJ*. 1996;312(7034):832–5.
34. Aldy J. Proposal 5: eliminating fossil fuel subsidies. *15 Ways Rethink Fed Budg*. 2013;31–5. Disponível em: https://scholar.harvard.edu/files/jaldy/files/2thp_15waysfeddeficit_prop5.pdf
35. Collin J, Hill SE, Smith KE. Merging alcohol giants threaten global health. *BMJ*. 2015;351.
36. Jernigan D, Ross CS. The alcohol marketing landscape: Alcohol industry size, structure, strategies, and public health responses. *J Stud Alcohol Drugs Suppl*. 2020;(s19):13–25.
37. Global market value of alcoholic beverages 2018 to 2024 [Internet]. Statista. 2020 [cited 2020 Dec 24]. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/696641/market-value-alcoholic-beverages-worldwide/>
38. Workman D. Major Export Companies: Alcoholic Beverages. [Internet]. World's Top Exports. 2020 [cited 2020 Dec 24]. Disponível em: <http://www.worldstopexports.com/major-export-companies-alcoholic-beverages/>
39. Jernigan DH, Babor TF. The concentration of the global alcohol industry and its penetration in the African region. *Addiction*. 2015;110(4):551–60.

40. Babor TF, Robaina K, Jernigan D. The influence of industry actions on the availability of alcoholic beverages in the African region. *Addiction*. 2015;110(4):561–71.
41. Hanefeld J, Hawkins B, Knai C, Hofman K, Petticrew M. What the InBev merger means for health in Africa. 2016; Disponível em: <https://gh.bmj.com/content/1/2/e000099.abstract>
42. Delobelle P. Big Tobacco, Alcohol, and Food and NCDs in LMICs: An Inconvenient Truth and Call to Action: Comment on “Addressing NCDs: Challenges From Industry Market Promotion and Interferences.” *Int J Health Policy Manag*. 2019;8(12):727.
43. Robaina K, Barbor T, Pinsky I, Johns P. The Alcohol Industry’s Commercial and Political Activities in Latin America and the Caribbean [Internet]. Geneva, Suíça: NCD Alliance; Global Alcohol Policy Alliance, Healthy Latin America Coalition, and Healthy Caribbean Coalition; 2020. Disponível em: <https://ncdalliance.org/resources/the-alcohol-industry%E2%80%99s-%20commercial-and-political-activities-in-latin-america-and-caribbean-implications-for-public-health>
44. AdAge Datacenter. World’s largest advertisers [Internet]. AdAge. 2018 [cited 2020 Dec 24]. Disponível em: https://adage.com/datacenter/datapopup.php?article_id=315771
45. Flows of global health financing [Internet]. Vizhub.healthdata.org. 2020 [cited 2020 Dec 24]. Disponível em: <https://vizhub.healthdata.org/fgh/>
46. Limb M. Covid-19: Food and drink companies are exploiting pandemic to further their brands, analysis finds. 2020; Disponível em: <https://www.bmj.com/content/370/bmj.m3548.short>
47. Van Beemen O. Heineken in Africa: A multinational unleashed. Oxford University Press; 2019.
48. Van Beemen O. Is Heineken brewing a better Africa? *The Mail & Guardian* [Internet]. 2020 Jan 27 [cited 2020 Dec 24]; Disponível em: <https://mg.co.za/article/2020-01-27-is-heineken-brewing-a-better-africa/>
49. Perl R, Brotzman L. Trouble Brewing: Making the Case for Alcohol Policy [Internet]. Nova York; 2018 [cited 2020 Dec 24]. Disponível em: <https://troublebrewingreport.org>
50. Pant AA, Lapres BE, Olafsen E, Ronchi L, Cook PA. Case study: private sector supply chain development for launch of New Ugandan beer [Internet]. The World Bank; 2018. Disponível em: <http://documents.worldbank.org/curated/en/579911525416365138/Case-study-private-sector-supply-chain-development-for-launch-of-New-Ugandan-beer>
51. Schram A, Aisbett E, Townsend B, Labonté R, Baum F, Friel S. Toxic trade: the impact of preferential trade agreements on alcohol imports from Australia in partner countries. *Addiction*. 2020;115(7):1277–84.
52. Gleeson D, O’Brien P. Alcohol labelling rules in free trade agreements: Advancing the industry’s interests at the expense of the public’s health. *Drug Alcohol Rev*. 2020.
53. Food and Agricultural Organisation (FAO). *Agribusiness Handbook: Barley, Malt and Beer* [Internet]. Roma: FAO; 2009 [cited 2020 Dec 24]. Disponível em: http://www.eastagri.org/publications/pub_docs/1_BarleyMalt_web.pdf
54. Martikian L. EBRD arranges financing of Global Beer Georgia’s greenfield brewery. European Bank for Reconstruction and Development [Internet]. 2016 Dec 28 [cited 2020 Dec 24]; Disponível em: <https://www.ebrd.com/news/2016/ebrd-arranges-financing-of-global-beer-georgias-greenfield-brewery.html>
55. Tsintsadze N. When technology meets tradition. European Bank for Reconstruction and Development. 2017 Aug 10 [cited 2020 Dec 24]; Disponível em: <https://www.ebrd.com/news/2017/when-technology-meets-tradition.html>
56. Batumi Brewery Upgraded with Support of EU4Business Loan. *The Financial* [Internet]. 2018 Nov 9 [cited 2020 Dec 24]; Disponível em: <https://www.finchannel.com/world/georgia/76496-batumi-brewery-upgraded-with-support-of-eu4business-loan>
57. Usov A. EBRD provides \$4 mn loan to Caspian Beverage Holding. European Bank of Reconstruction and Development [Internet]. 2020 [cited 2020 Dec 24]; Disponível em: <https://www.ebrd.com/news/2020/ebrd-provides-4-mn-loan-to-caspian-beverage-holding-in-kazakhstan-.html>

58. Ahlemeyer V. EBRD and EU support local brewery in Bosnia and Herzegovina. European Bank of Reconstruction and Development [Internet]. 2018 Nov 15 [cited 2020 Dec 24]; Disponível em: <https://www.ebrd.com/news/2018/ebrd-and-eu-support-local-brewery-in-bosnia-and-herzegovina.html>
59. Farrington J, Kontsevaya A, Small R, Ermakova Y, Kulikov A, Gamgabeli L. Prevention and control of noncommunicable diseases in Uzbekistan [Internet]. WHO EURO; 2018 [cited 2020 Dec 24]. Disponível em: <https://www.euro.who.int/en/countries/uzbekistan/publications/prevention-and-control-of-noncommunicable-disease-in-uzbekistan.-the-case-for-investment-2018>
60. World Health Organization. Global Alcohol Report 2018 Profiles: Bosnia and Herzegovina [Internet]. World Health Organization; 2018 [cited 2020 Dec 24]. Disponível em: https://www.who.int/substance_abuse/publications/global_alcohol_report/profiles/bih.pdf?ua=1
61. Mitra A. An ethical analysis of the 2014 FIFA World Cup in Brazil. *Law Bus Rev Am.* 2015;21:3.
62. Macinko J, Mullachery P, Silver D, Jimenez G, Neto OLM. Patterns of alcohol consumption and related behaviors in Brazil: Evidence from the 2013 National Health Survey (PNS 2013). *PLoS One.* 2015;10(7):e0134153.
63. Advertising Age-Neustar. 200 Leading national advertisers 2018 fact pack [Internet]. 2018 [cited 2020 Dec 28]. Disponível em: http://adage.com/d/resources/resources/whitepaper/200-leading-national-advertisers-2018-fact-pack?utm_source=AA1&utm_medium=AA&utm_campaign=AAprint
64. M. Shanken Communications, Inc. *The U.S. Spirits Market: Impact Databank Review and Forecast, 2017 Edition.* Nova York: Shanken, 2017.
65. Taylor CJ. Know When to Say When: An Examination of the Tax Deduction for Alcohol Advertising that Targets Minorities. *Law Ineq.* 1993;12:573
66. National Institutes of Health. Alcohol-related deaths increasing in the United States. National Institutes Health [Internet]. 2020 Jan 10 [cited 2020 Dec 28]; Disponível em: <https://www.nih.gov/news-events/news-releases/alcohol-related-deaths-increasing-united-states>
67. CBS News. U.S. rum subsidies hammer Caribbean producers. 2012 Sep 10 [cited 2020 Dec 24]; Disponível em: <https://www.cbsnews.com/news/us-rum-subsidies-hammer-caribbean-producers/>
68. U.S. Senate Committee on Finance. Puerto Rico Conversation. U.S. Senate Committee on Finance [Internet]. 2016. [cited 2020 Dec 28]. Disponível em: <https://www.finance.senate.gov/imo/media/doc/Puerto%20Rico%20Conservation%20Trust.pdf>
69. Maguire S, Teefy J. The rum excise tax cover-over: Legislative history and current issues. Congressional Research Service; 2010. Disponível em: https://www.everycrsreport.com/files/20100120_R41028_d1cab2b6b63699f8513622807a08291d4a564215.pdf
70. Michel A. Rum Taxes and Perverse Incentives. Tax Foundation [Internet]. 2014 Jul 10 [cited 2020 Dec 28]; Disponível em: <https://taxfoundation.org/rum-taxes-and-perverse-incentives>
71. Melia M. Tax Rebate To Benefit Caribbean Rum Makers. *Manufacturing.net.* 2008 Oct 28 [cited 2020 Dec 24]; Disponível em: <https://www.manufacturing.net/supply-chain/news/13071612/tax-rebate-to-benefit-caribbean-rum-makers>
72. U.S. Centers for Disease Control, National Center for Chronic Disease Prevention and Health Promotion, Division of Population Health. BRFSS Prevalence & Trends Data. 2015 [cited 2020 Dec 28]. Disponível em: <https://www.cdc.gov/brfss/brfssprevalence/>
73. Mackintosh I, Higgins B. The development of a sorghum based lager beer in Uganda: A model of co-operation between industry and government in the development of local ingredients for the production of quality lager beer and consequential benefits for the parties involved. *Asp Appl Biol.* 2004;72:235–45.
74. Weston S. SABMiller opens new Nile brewery in Uganda. *FoodBev.com.* 2013 [cited 2020 Dec 24]; Disponível em: <https://www.foodbev.com/news/sabmiller-opens-new-nile-brewery-in-uganda>
75. SABMiller. We're working in Africa [Internet]. 2013 [cited 2020 Dec 24]. Disponível em: http://www.roberttaylorcommunications.com/rtc_live/wp-content/uploads/2013/04/SABMiller.pdf

76. World Health Organization. Global status report on alcohol and health 2018: Uganda. World Health Organization; 2019 [cited 2020 Dec 24]. Disponível em: https://www.who.int/substance_abuse/publications/global_alcohol_report/profiles/uga.pdf?ua=1
77. Institute for Health Metrics and Evaluation (IHME). GBD PROFILE: UGANDA. 2010 [cited 2020 Dec 24]. Disponível em: http://www.healthdata.org/sites/default/files/files/country_profiles/GBD/ihme_gbd_country_report_uganda.pdf
78. World Health Organization. Epidemiology of alcohol use in the WHO South-East Asia Region. 2018; Disponível em: <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/259831/9789290225348-en.pdf>
79. Unnikrishnan C. UBL, SAB Miller sue AP govt on beer price. LiveMint. 2008 Nov 15 [cited 2020 Dec 28]; Disponível em: <https://www.livemint.com/Companies/INkVWetcXn709lOmUySeSM/UBL-SAB-Miller-sue-AP-govt-on-beer-price.html>
80. Jacob S. UB to benefit from Andhra Pradesh's new beer policy. The Economic Times. 2010 Jul 8 [cited 2021 Jan 4]; Disponível em: <https://economictimes.indiatimes.com/industry/cons-products/liquor/ub-to-benefit-from-andhra-pradeshs-new-beer-policy/articleshow/6140804.cms?from=mdr>
81. Euromonitor. Alcoholic Drinks in India. 2012.
82. Wada R, Chaloupka FJ, Powell LM, Jernigan DH. Employment impacts of alcohol taxes. *Prev Med.* 2017;105:S50–5.
83. European Union. Aid for Trade: Delivering on EU Commitments. Bélgica: EU; 2011 [cited 2020 Dec 24]. Disponível em: https://ec.europa.eu/europeaid/documents/2012/ec_aid_for_trade_en.pdf
84. Kosmides M. BELGIUM: Caribbean rum producers get EU Subsidy. JustDrinks. 2012 Apr 24 [cited 2020 Dec 26]; Disponível em: https://www.just-drinks.com/news/caribbean-rum-producers-get-eu-subsidy_id106887.aspx
85. UK Trade and Investment, Department for Environment and Rural Affairs. UK food and drink—international action plan- an export action plan for the UK food and drink sector. 2013 [cited 2020 Dec 24]. Disponível em: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/329486/UKTI_Food_and_Drink_strategy_brochure_June_2014_spreads.pdf
86. Lawrence F. Aid for Diageo? UK's private-sector emphasis comes under scrutiny. The Guardian [Internet]. 2012 Dec 11 [cited 2020 Dec 24]; Disponível em: <https://www.theguardian.com/global-development/2012/dec/11/aid-diageo-uk-private-sector-scrutiny>
87. Diageo. Generating prosperity through doing good business in Africa. 2011
88. SABMiller. Investor relations quarterly divisional seminar series: Africa. 2012.
89. Looney A. Who benefits from the “craft beverage” tax cuts? Mostly foreign and industrial producers. Brookings Institute; 2018 [cited 2020 Dec 24]. Disponível em: <https://www.brookings.edu/research/who-benefits-from-the-craft-beverage-tax-cuts-mostly-foreign-and-industrial-producers/>
90. Looney A. How to close the loopholes in the Craft Beverage Modernization Act. Brookings Institute. 2019 [cited 2020 Dec 24]; Disponível em: <https://www.brookings.edu/blog/up-front/2019/09/06/how-to-close-the-loopholes-in-the-craft-beverage-modernization-act/>
91. JCX-67-17 Estimated Budget Effects Of The Conference Agreement For H.R.1, The Tax Cuts And Jobs Act. The Joint Committee on Taxation, Congress of the United States. 2017 [cited 2020 Dec 24]. Disponível em: <https://www.jct.gov/publications/2017/jcx-67-17/>
92. Actions – S.362 – 116th Congress (2019-2020): Craft Beverage Modernization and Tax Reform Act of 2019. Congress.gov. 2019 [cited 2020 Dec 26]. Disponível em: <https://www.congress.gov/bill/116th-congress/senate-bill/362/actions>
93. Elder RW, Lawrence B, Ferguson A, Naimi TS, Brewer RD, Chattopadhyay SK, et al. The effectiveness of tax policy interventions for reducing excessive alcohol consumption and related harms. *Am J Prev Med.* 2010;38(2):217–29.
94. Looney A. Measuring the loss of life from the Senate's tax cuts for alcohol producers. Brookings Institute; 2017 [cited 2020 Dec 24]. Disponível em: <https://www.brookings.edu/research/measuring-the-loss-of-life-from-the-senates-tax-cuts-for-alcohol-producers/>

95. Fick M. Cedar Ridge Distillery to double whiskey production as part of major facilities expansion. 2017 Nov 18 [cited 2020 Dec 24]; Disponível em: <https://cbs2iowa.com/news/local/cedar-ridge-distillery-to-double-whiskey-production-as-part-of-major-facilities-expansion>
96. KyForward. Millions of dollars in state money made available to help Kentucky's bourbon industry grow, expand. 2015. Disponível em: <https://www.kyforward.com/millions-of-dollars-in-state-money-made-available-to-help-kentuckys-bourbon-industry-grow-expand/>
97. Kentucky Legislative Ethics Commission. Bourbon industry gets state money to increase production and tourism. 2015 Oct 10 [cited 2020 Dec 26]; Disponível em: <http://klec.ky.gov/About-KLEC/Newsletters/OctoberNewsletter2015.doc>
98. Kentucky Cabinet for Economic Development. Against the Grain Expanding with New Brewery in West Louisville. 2014 Jul 21 [cited 2020 Dec 26]; Disponível em: http://www.thinkkentucky.com/Newsroom/NewsPage.aspx?x=03142017_Bulleit_Distilling_Co.html
99. Kentucky Cabinet for Economic Development. Four Roses Breaks Ground on Distillery Expansion in Lawrenceburg [press release]. 2015 Jun 4 [cited 2020 Dec 24]; Disponível em: https://ced.ky.gov/Newsroom/NewsPage.aspx?x=06042015_Four_Roses.html
100. Empire State Development Announces Diageo North America to Relocate North America Office to New York City [press release] [Internet]. 2019 [cited 2020 Dec 28]. Disponível em: <https://esd.ny.gov/esd-media-center/press-releases/diageo-north-america-relocation-nyc>
101. Business Insider. 9 Foods The Government Pays Farmers To Grow. 2011 [cited 2020 Dec 26]; Disponível em: <https://www.businessinsider.com/government-food-subsidies-2011-7#5-%20beer-5>



Sobre a Vital Strategies: a Vital Strategies é uma organização global de saúde que acredita que todas as pessoas devem ser protegidas por um sistema de saúde pública forte. Trabalhamos com governos e a sociedade civil em 73 países para projetar e implementar estratégias baseadas em evidências para enfrentar os problemas mais urgentes de saúde pública. Nosso objetivo é ver os governos adotarem intervenções promissoras em grande escala o mais rápido possível

Para saber mais, visite www.vitalstrategies.org ou @VitalStrat no Twitter.