

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA**  
**FACULDADE DE MEDICINA**  
**GRADUAÇÃO EM NUTRIÇÃO**

**MARIA HORTÊNCIA TEIXEIRA DINIZ**

**ANÁLISE DA CONFORMIDADE DE VENDA DE ALIMENTOS INFANTIS**  
**COMERCIALIZADOS EM DROGARIAS**  
**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**Uberlândia - MG**

**2020**

# ANÁLISE DA CONFORMIDADE DE VENDA DE ALIMENTOS INFANTIS COMERCIALIZADOS EM DROGARIAS

Maria Hortência Teixeira Diniz, Roberta Almeida Silva, Elisa Natany, Luciana Saraiva, Antônio Marcos Machado de Oliveira e Ana Elisa Madalena Rinaldi

## ABSTRACT

**Background:** Although Brazilian breastfeeding protection laws are considered to be one of the best in the world and have the greatest positive impact on the increase in breastfeeding practices in the country, there are still violations in marketing at points of sale, such as drugstores, of infant foods which end up favoring weaning and early feeding. **Objective:** To analyze the conformity of sale of transition foods and the cereal base for infants and early childhood children in drugstores in Uberlândia-MG. **Methods:** In total, baby food, soups, cereals and juices were analyzed in 143 drugstores in all regions of Uberlândia, between May and December of 2019. A check-list was applied in drugstores looking for the types of promotions and in which products found and another questionnaire was applied to employees regarding their knowledge of the 11,265 law and NBCAL. Statistical analysis was performed in Epi Info 7.2 and the data described both in relative and absolute frequency, the comparison of promotions according to geographic sector and type of drugstore administration was analyzed using the chi-square test. **Results:** Of all surveyed drugstores, 50.3% sold infant food and of these, 25% violated the laws. Most of the promotions were special exhibitions (66.7%). Most promotions (71.4%) were found in chain drugstores, franchises. Only 25.3% of the interviewed employees claimed to know the legislation. **Conclusion:** Even if the laws exist, there are still violations and the percentage is high. The strengthening of inspection, with an increase in the number and training of inspectors, as well as the establishment of more severe punishments for offenders, in addition to improving the academic training of health professionals can help prevent these promotions.

## RESUMO

**Introdução:** Apesar de as leis brasileiras de proteção à amamentação serem consideradas umas das melhores do mundo e com maior impacto positivo no aumento das práticas de amamentação no país, ainda existem violações no que dizem respeito à comercialização em pontos de vendas, como as drogarias, de alimentos infantis que acabam por favorecer um desmame e uma introdução alimentar precoce. **Objetivo:** Analisar a conformidade de venda de alimentos de transição e a base de cereais para lactentes e crianças de primeira infância nas drogarias em Uberlândia-MG. **Métodos:** Ao todo foram analisadas papinhas, sopinhas, cereais e suquinhos em 143 drogarias em todas as regiões do município de Uberlândia, dentre maio e dezembro de 2019. Foi aplicado um check-list nas drogarias buscando os tipos de promoções e em quais produtos se encontravam e outro questionário foi aplicado aos funcionários a respeito do conhecimento deles sobre as legislações 11.265 e NBCAL. A análise estatística foi feita no Epi Info 7.2 e os dados descritos tanto em frequência relativa com absoluta e a comparação das promoções segundo setor geográfico e tipo de administração da drogaria foi analisada pelo teste de qui-quadrado. **Resultados:** De todas as drogarias pesquisadas, 50,3% comercializavam alimentos infantis e dessas, 25% infringiam a legislação. A maioria das promoções era exposições especiais (66,7%). A maioria

das promoções (71,4%) foi encontrada em drogarias de rede, franquias. Apenas 25,3% dos funcionários entrevistados afirmaram conhecer a legislação. **Conclusão:** Mesmo existindo a lei, ainda há violações e o percentual é elevado. O fortalecimento da fiscalização, com aumento do número e capacitação de fiscais, bem como o estabelecimento de punições mais severas para os infratores, além da melhoria na formação acadêmica dos profissionais de saúde podem ajudar a prevenir essas promoções.

## INTRODUÇÃO

A superioridade do leite materno sobre outros tipos de leite e os benefícios do aleitamento materno ao desenvolvimento infantil, à saúde materno-infantil e à sociedade já são um consenso<sup>1</sup>. No entanto, apesar das consolidadas recomendações da Organização Mundial da Saúde (OMS) e do Ministério da Saúde (MS) sobre a manutenção do aleitamento exclusivo até o sexto mês<sup>2</sup>, o estilo de vida dos séculos XX e XXI fez com que, apesar de as taxas de aleitamento e de desmame terem aumentado, o público infantil tenha surgido como um nicho de mercado importante e cada vez mais lucrativo para a indústria alimentícia<sup>1</sup>.

O desmame precoce é influenciado pela presença de propagandas e promoções de alimentos artificiais, como os alimentos de transição e os a base de cereais para lactentes e crianças de primeira infância, que podem ocasionar a interrupção da amamentação antes do tempo recomendado<sup>3,4</sup>. Dessa forma, ações de incentivo à amamentação e de apoio à alimentação complementar adequada são necessárias para proteger o bebê e a família. É nesse contexto que surge, em 1988, a Norma Brasileira de Comercialização de Alimentos para Lactentes e Crianças de Primeira Infância, Bicos, Chupetas e Mamadeiras (NBCAL), transformada na Lei nº 11265 em 2006<sup>5</sup> e amparada pela Rede Internacional em Defesa do Direito de Amamentar (IBFAN), que fiscaliza o cumprimento da Lei através de monitoramento constante<sup>6</sup>.

A NBCAL, considerada uma das legislações mais avançadas do mundo, corresponde a um conjunto de regulamentações que rege a promoção comercial de produtos destinados a recém-nascidos e crianças de até 3 anos. Baseada no Código Internacional de Comercialização de Substitutos do Leite Materno - "The Code" da OMS, a legislação brasileira engloba fórmulas, leites, alimentos de transição, mamadeiras, bicos e chupetas, e tem o objetivo de assegurar o uso apropriado desses produtos sem interferir na amamentação<sup>5</sup>. No entanto, seu cumprimento depende do monitoramento periódico, realizado pela IBFAN, juntamente com a Agência de Vigilância Sanitária (ANVISA) e com o Instituto de Defesa do Consumidor (IDEC)<sup>3,7</sup>; e de esforços coletivos de várias categorias de profissionais da saúde, como os farmacêuticos, os enfermeiros, os médicos, os nutricionistas, dentre outros, os quais devem conhecer e divulgar os instrumentos de proteção da amamentação, bem como respeitar a legislação e monitorar seu cumprimento, denunciando as irregularidades<sup>8,9</sup>.

Apesar de todo esse aparato legislativo, a proteção da amamentação ainda é frágil, uma vez que existe a estratégia da imagem construída de um produto perfeito, conveniente e permissivo da participação do pai na alimentação da criança

e que ofereça maior praticidade à mãe e rotina familiar do século XXI<sup>10</sup>. Em estudo realizado no Rio de Janeiro-RJ<sup>11</sup> foi verificado que 20% dos estabelecimentos pesquisados não respeitavam a legislação e que as estratégias de promoção comercial mais frequentes foram os descontos (13,2%) e as exposições especiais (9,3%). As violações ao Código não se limitam ao Brasil, como por exemplo na Ásia e na África, onde um estudo realizado no Camboja, Nepal, Senegal e Tanzânia detectou promoção nos 4 países pesquisados, sendo que foi menos prevalente em países onde a legislação protetora da amamentação é mais forte<sup>3</sup>.

Sendo assim, há a necessidade da intensificação do monitoramento e da fiscalização constantes das promoções de produtos alimentares infantis e substitutos do leite materno nos pontos de venda, como os supermercados, drogarias e outros locais. Uma vez que a fiscalização contínua não é realizada pelas vigilâncias sanitárias e é feita de forma periódica pelo IBFAN em algumas cidades, porém de forma insuficiente, é relevante que sejam realizados estudos regionais para conhecimento do panorama nacional para embasar medidas de controle. Dessa forma, o objetivo do presente estudo foi analisar a conformidade de venda de alimentos infantis de drogarias em Uberlândia-MG.

## **MÉTODOS**

Este é um estudo transversal realizado em drogarias de Uberlândia-MG no período de maio a dezembro de 2019. Primeiramente, foi feito um levantamento de todas as drogarias em funcionamento em Uberlândia no ano de 2018, com os endereços disponibilizados pela Vigilância Sanitária de Uberlândia, vinculada à Secretaria de Saúde da cidade. A partir dos endereços de cadastro das 322 drogarias foi realizada a espacialização, primeiramente, por meio de uma geocodificação no GoogleMaps, o qual consiste em criar um arquivo do tipo Keyhole Markup Language (KML) a partir da importação de uma planilha de endereços elaborada no Excel. Em seguida, com base no arquivo KML foi criado um layer Shapefile (SHP), utilizando-se do SIG - Sistema de Informação Geográfica QGIS. Posteriormente, esse layer foi sobreposto ao shapefile da área urbana de Uberlândia dividido por setores e à base do Google Road, disponível no QuickMapServices. O mapa final foi gerado no Compositor de Impressão.

O cálculo amostral foi realizado por amostra aleatória simples em cada setor, sendo proporcional ao número de drogarias por bairro dentro de cada setor, sendo considerado erro máximo de 5% e nível de confiança de 95%. A amostra sorteada foi de 194 drogarias, no entanto, houve perda de 51 estabelecimentos por motivos de não funcionamento das drogarias (n=50) e de não autorização de coleta (n=1). Por não funcionamento das drogarias entende-se fechamento definitivo, mudança de endereço ou fechamento por motivo excepcional. Sendo assim, a amostra final foi composta por 143 drogarias. Dentre as drogarias visitadas, havia aquelas pertencentes às redes comerciais e aquelas independentes. Para cada drogaria selecionada, também houve um entrevistado, sendo preferencialmente o farmacêutico. Na sua ausência, o entrevistado poderia ser o gerente/ o proprietário e por último, o balconista. Anterior à coleta definitiva, houve um estudo piloto, onde os questionários foram testados.

A definição dos produtos que foram analisados seguiu a descrição do Decreto 9579/2018. Alimento de transição para lactentes e crianças na primeira infância é definido como um alimento industrializado para uso direto ou empregado em preparado caseiro, utilizado como complemento do leite materno ou de fórmulas infantis, introduzido na alimentação de lactentes e crianças na primeira infância para promover a adaptação progressiva aos alimentos comuns e propiciar a alimentação balanceada e adequada às suas necessidades, respeitada sua maturidade fisiológica e seu desenvolvimento neuropsicomotor. Já alimento à base de cereais para lactentes e crianças na primeira infância é definido com alimento à base de cereais próprio para a alimentação de lactentes após o sexto mês e de crianças na primeira infância, respeitada sua maturidade fisiológica e seu desenvolvimento neuropsicomotor. Também de acordo com o Decreto 9579/2018, o tipo de promoção nomeado como exposição especial foi definido como qualquer forma de expor um produto para destacá-lo dos demais no estabelecimento comercial, como vitrine, ponta de gôndola, empilhamento de produtos em forma de pirâmide ou ilha, engradados, ornamentação de prateleiras ou formas estabelecidas em regulamentação da Agência Nacional de Vigilância Sanitária - Anvisa.

A coleta dos dados foi realizada com base em questões organizadas em um formulário estilo check-list e foi aplicado para verificar a existência de promoções nas drogarias. As questões incluídas foram: nome do produto, marca e tipo de promoção do produto que se encontrava irregular. Nele também deveria ser anotado se próximo ao produto se encontrava a advertência, em destaque, do Ministério da Saúde "O aleitamento materno evita infecções e alergias e é recomendado até os dois anos de idade ou mais". A outra parte do formulário foi destinada à verificação do conhecimento sobre a NBCAL pelos funcionários da drogaria, bem como as razões das promoções. Estas questões foram baseadas no Manual de Monitoramento da NBCAL. Este questionário era composto por perguntas ao respeito do conhecimento da lei e quais produtos ela abrangia e situação de independência da matriz para decisões sobre as promoções (drogarias que pertenciam à rede comercial).

Os dados coletados foram analisados no programa estatístico Epi Info 7.2. Os dados foram descritos tanto em frequência absoluta como em frequência relativa e a comparação das promoções segundo setor geográfico e tipo de administração da drogaria foi analisada pelo teste de qui-quadrado, com nível de significância de 5%. A pesquisa foi aprovada pelo Comitê de Ética e Pesquisa da Universidade Federal de Uberlândia – MG (CAAE: 05947018.2.0000.5152).

## **RESULTADOS**

Das 194 drogarias selecionadas inicialmente, 143 foram visitadas e os dados foram coletados. Os setores leste e centro da cidade de Uberlândia tinham mais drogarias, enquanto o setor norte tinha um menor número. Na figura 1 estão mapeadas todas as drogarias que compuseram a amostra.

A distribuição das drogarias por setor encontra-se na tabela 1. Em relação aos funcionários participantes, 69,3% (n=99) do total das drogarias visitadas participaram da pesquisa, sendo que 53,6% eram farmacêuticos (n=53). Dessas 143

drogarias, 50,3% (n=72) comercializavam alimentos de transição e a base de cereais para lactentes e crianças de 1ª infância.

Nas 72 drogarias em que há comercialização de alimentos infantis, 25% (n=18) infringiram a NBCAL e apresentaram promoções nesse tipo de produto. Dos 23 produtos em situação irregular, 91% (n=21) eram da marca Nestlé® e 9% (n=2) eram da Danone®, sendo que 52% (n=12) correspondiam a cereais, 30% (n=7) correspondiam a papinhas e 18% (n=4) correspondiam a sopinhas. Os tipos de promoções presentes eram as exposições especiais (n=16), as ofertas (n=7) e os cupons de desconto (n=1). Alguns produtos (33,3%) apresentaram mais de um tipo de promoção. A advertência do Ministério da Saúde existia em apenas 26,7% produtos (Tabela 2).

Na figura 2 é observado que o setor com maior número de promoções é o setor leste (38,9%), seguido setor sul (33,3%). O setor urbano com menor número de promoções é o norte (5,6%). Foi observado maior percentual de promoções de alimentos de transição nas drogarias que pertenciam às redes comerciais (franquias) em comparação às drogarias independentes, com a prevalência sendo o dobro nestas primeiras. (Tabela 3)

Dos 99 funcionários que participaram da pesquisa, apenas 25,3% (n=25) afirmaram conhecer a Lei 11265 e as RDC 221 e 222 (Tabela 2). No entanto, nenhum desses incluiu especificamente “alimentos infantis de transição” em suas respostas como produtos abrangidos pelas legislações. Dentre os funcionários que conheciam as legislações, , 48% (n=12) eram farmacêuticos e dentro desta categoria profissional somente 22,7% relataram conhecer sobre esses dispositivos de proteção à amamentação (dados não mostrados em tabela). A participação do funcionário da drogaria não foi diferente na presença de promoção (p=1,89), bem como o conhecimento destes funcionários da Lei 11265 e das RDC 221 e 222 (p=0,06) (Tabela 3).

## **DISCUSSÃO**

Diante dos resultados, tem-se que metade das drogarias visitadas vendem alimentos de transição infantil e dessas, 25% ainda infringem a NBCAL. O tipo de promoção mais comum encontrado foi a exposição especial (66,7%), a marca com mais promoções foi a Nestlé® (91%) e o produto mais comum foi aqueles à base de cereais (52%). A participação do funcionário na pesquisa não foi diferente segundo a participação do funcionário na pesquisa. A presença de promoção foi maior nas drogarias que pertencem a uma rede comercial (franquias), chegando ao dobro da prevalência das drogarias independentes.

A falta de conhecimento pode ser um dos principais obstáculos à amamentação devido a informações incorretas, insegurança da mãe sobre qual alimento mais adequado para seu bebê e falta de consistência de informações e de estímulo à amamentação transmitidos à família. E quando tais atitudes partem de um profissional da saúde, como um farmacêutico, por exemplo, fica evidente que há falhas na sua formação acadêmica. Segundo estudo de Silva et al<sup>12</sup>, profissionais graduados mais recentemente têm maior conhecimento a respeito das legislações e

de práticas relacionadas à amamentação, provavelmente porque novas diretrizes curriculares estabelecidas levaram à reformulação nos projetos político-pedagógicos dos cursos de Farmácia.

Uma das atribuições do farmacêutico como responsável técnico de um estabelecimento de saúde é a organização de programas educativos (básico e de atualização) para aumentar os conhecimentos e melhorar as atitudes dos profissionais que ali trabalham quanto à amamentação e que podem promover o aleitamento materno<sup>10</sup>. Neste estudo, apenas 22,7% dos farmacêuticos afirmaram conhecer as legislações de proteção à amamentação, no entanto nenhum soube nomear todos os produtos que são englobados pela NBCAL. Quando um farmacêutico não conhece minuciosamente a respeito das legislações e das práticas de amamentação não consegue aplicar em seu local de trabalho e transmitir o conhecimento tanto para outros funcionários da drogaria, bem como para as famílias que os procuram, o que enfraquece as legislações e o movimento de proteção à amamentação.

Mesmo com o baixo conhecimento dos farmacêuticos, a frequência de promoções para alimentos de transição não foi alta (12,6%), apesar de que deveria ser nula, uma vez que a lei já completou 14 anos. No entanto, os tipos de promoção chamaram atenção, uma vez que a maioria (66,7%) eram exposições especiais. De acordo com a NBCAL, uma promoção comercial é definida por “o conjunto de atividades informativas e de persuasão procedente de empresas responsáveis pela produção ou manipulação, distribuição e comercialização com o objetivo de induzir a aquisição ou venda de um determinado produto”. As promoções de vendas oferecem um estímulo para o consumidor antecipar a compra, ou seja, ele adquire determinado bem que não havia planejado ou que não corresponde a uma necessidade imediata porque percebe vantagem em fazê-lo, considerando a sua decisão lucrativa<sup>13</sup>. A maioria das pessoas associa promoção somente à diminuição dos preços e o fato de não conhecerem profundamente as legislações, pode ter feito com que os farmacêuticos não considerem o ato de expor os alimentos de transição de forma diferente como uma promoção, sendo assim, podem considerar não estarem infringindo a NBCAL e as RDCs 221 e 222.

Apesar de exposições especiais serem a maioria das promoções, as ofertas e os cupons de desconto também foram presentes. O número insuficiente de fiscais, somado com a punição nada rigorosa, e às vezes inexistente, podem ser fatores que não inibem essas infrações. O farmacêutico responsável técnico de uma drogaria pode dar muito mais importância para infrações do tipo “não retenção de receitas para remédios controlados”, uma vez que esse tipo de violação tem fiscalização mais atuante e punição mais grave tanto para o profissional responsável (risco de prisão), bem como para o estabelecimento (fechamento e processos judiciais) e para o proprietário (multas)<sup>14,15</sup>.

O fato de os profissionais conhecerem a respeito das legislações de proteção à amamentação e isso não influenciar estatisticamente na prevalência de promoção pode ser explicado pelo fato de que a maioria das promoções (68,5%) foi encontrada em drogarias de rede, onde a franquia é dependente da sede e o farmacêutico não tem autonomia em relação ao estabelecimento de preços. Sendo assim, os critérios de promoção, o tempo de duração e o tipo de promoção são

tabelados por um sistema que as franquias compartilham com a sede e que não podem sofrer interferências do farmacêutico responsável de cada franquia.

Um dos principais pontos positivos deste estudo é a representatividade da amostra das drogarias (validade externa). Além disso, todas as questões incluídas no estudo foram baseadas nos materiais da IBFAN que este propósito de verificação das violações. O principal ponto negativo está no fato de não ter sido abordado o tempo de formação do farmacêutico, uma vez que novos projetos pedagógicos que possam abordar melhor essas questões de legislação estão sendo implantados nos cursos de Farmácia, o que não isenta totalmente o profissional formado a mais tempo, uma vez que este deve estar sempre atualizado. Além disso, a ausência de informações sobre as decisões das promoções pelas drogarias matrizes e a ausência de outros dados para verificar se houve aumento ou diminuição nas promoções no município também podem ser encaradas como pontos negativos.

## **CONCLUSÃO**

Apesar de todo o aparato legislativo e de o cenário da amamentação ter melhorado nos últimos anos no Brasil, ainda existem violações à NBCAL, especialmente pela existência de promoções, presentes principalmente nas drogarias de rede, comprometendo a proteção do aleitamento materno. Um dos principais pontos a serem melhorados é na formação acadêmica e atualização do farmacêutico, especificamente na atuação nas drogarias, e também dos outros profissionais da saúde que estão diretamente envolvidos na prescrição destes produtos. Outro aspecto a ser considerado a fim de empoderar as ações de proteção à amamentação é o fortalecimento da fiscalização, com aumento do número e capacitação de fiscais, bem como o estabelecimento de punições mais severas.

## **REFERÊNCIAS**

- 1) Victora CG, Barros AJD, França GVA, et al. Breastfeeding in the 21st century: epidemiology, mechanisms, and lifelong effect. *Lancet* 2016; 387: 475–90.
- 2) BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Política de Saúde. Organização Pan Americana da Saúde. Guia alimentar para crianças menores de dois anos. Brasília: Ministério da Saúde, 2002. 152p.:il – Serie A, Normas e Manuais Técnicos; n.107.
- 3) Champeny M, Pereira C, Sweet L, Khin M, Ndiaye Coly A, et al. Point-of-sale promotion of breastmilk substitutes and commercially produced complementary foods in Cambodia, Nepal, Senegal and Tanzania. *Maternal & child nutrition*. 2016 , 12, 126-139.
- 4) Correia PP, Pereira SMPD, Brito LAMH. Alimentação de transição infantil: conhecer para educar. *Rev Cienc Saúde*. 2013, 6(2), 85-93.

- 5) Brasil. Lei 11.265 de 03 de janeiro de 2006. Regulamenta a comercialização de alimentos para lactentes e crianças de primeira infância e também a produtos de puericultura correlatos. Brasília, DF; 2006.
- 6) Brasil, I. B. F. A. N. (2019). IBFAN Brasil (Rede Internacional em Defesa do Direito de Amamentar–International Baby Food Action Network).
- 7) Rinaldi AEM, Prado ISCF. Compliance of infant formula promotion on websites of Brazilian manufacturers and drugstores. *Rev Saude Publica*. 2020;54:12
- 8) Cattaneo A, Pani P, Guidetti M, Mutti V, Guidetti C, Knowles A et al. Advertisements of follow-on formula and their perception by pregnant women and mothers in Italy. *Archives of Disease in Childhood*. 2015, 100, 323–328
- 9) Piwoz EG, Huffman SL. The impact of marketing of breast-milk substitutes on WHO-recommended breastfeeding practices. *Food and Nutrition Bulletin*. 2015 36(4), 373–386
- 10) Barennes H, Slesak G, Goyet S, Aaron P, Srour LM. Enforcing the International Code of Marketing of Breast-milk Substitutes for better promotion of exclusive breastfeeding: can lessons be learned?. *Journal of Human Lactation*, 2015, 1 –8.
- 11) Silva KBD, Oliveira MICD, Boccolini CS, Sally EDOF. Promoção comercial ilegal de produtos que competem com o aleitamento materno. *Revista de Saúde Pública*. 2020, 54, 10.
- 12) da Silva LMM, de Oliveira Medeiros J, Giacomini SGMO, Rodrigues RDCB, Peixoto MMLV. Conhecimento de farmacêuticos sobre aleitamento materno: um estudo nas farmácias comerciais em FORTALEZA-CE. *Revista Brasileira em Promoção da Saúde*. 2012, 25(4), 482-491.
- 13) Landskren J, Santos MJ. A influência da promoção de vendas na decisão de compra dos consumidores de uma loja de presentes. In: FREY, M R.; RIBEIRO, V. B.; CORBELLINI, M. D; BEGNIS, H. S. M. (Org.). *Estudos acadêmicos em Administração, Contábeis, Economia e Relações Internacionais*. v. 3 Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2017, 56-71.
- 14) Brasil. RDC nº 44 de 17 de agosto de 2009. Dispõe sobre Boas Práticas Farmacêuticas para o controle sanitário do funcionamento, da dispensação e da comercialização de produtos e da prestação de serviços farmacêuticos em farmácias e drogarias e dá outras providências. Brasília, DF; 2009.
- 15) Brasil. Resolução nº586/13 do Conselho Federal de Farmácia de 29 de agosto de 2013. Regulamenta a prescrição farmacêutica e dá outras providências. Brasília, DF; 2013

**Tabela 1. Distribuição das drogarias e de cargos dos funcionários participantes e a frequência de drogarias que comercializam alimentos de transição e a base de cereais para lactentes e crianças de 1ª infância. Uberlândia-MG, 2019.**

**Distribuição das drogarias por setores da cidade**

SETOR	n	%
Norte	17	11,8
Sul	28	19,6
Leste	35	24,5
Oeste	28	19,6
Centro	35	24,5
TOTAL	143	100

**Distribuição de cargos de funcionários participantes**

SETOR	n	%
Farmacêutico	53	53,6
Proprietário	9	9,1
Gerente	11	11,1
Balconista	26	26,2
TOTAL	99	100

**Comercialização de alimentos de transição**

	%
Sim	50,3
Não	49,0
TOTAL	99,3*

*\*1 farmácia não participou*

**Tabela 2. Caracterização da existência de promoções para alimentos infantis, dos tipos de promoções e da existência do aviso do Ministério da Saúde. Uberlândia-MG, 2019.**

**Conhecimento da legislação**

	n	%
Sim	25	25,3
Não	74	74,7

**Presença de promoção comercial**

	n	%
Sim	18	25
Não	54	75

**Tipos de promoções\***

	n	%
Cupom de desconto	1	4,2
Exposição especial	16	66,7
Oferta	7	29,1

**Presença da advertência do Ministério da Saúde**

	n	%
Sim	7	26,7
Não	11	73,3

*\*havia produtos com mais de um tipo de promoção*

**Tabela 3. Presença de promoção comercial e o tipo de rede da drogaria. Uberlândia-MG, 2019. E caracterização da participação do funcionário na pesquisa, conhecimento sobre existência de promoção e sobre existência da legislação de promoção. Uberlândia-MG, 2019.**

	Há promoção	Não há promoção	TOTAL	Qui-quadrado (p)
<b>Rede</b>	<b>% (n)</b>	<b>% (n)</b>	<b>% (n)</b>	
<b>Pertence</b>	71,4 (50)	28,6 (20)	100 (70)	23,6 (<0,01)
<b>Não pertence</b>	31,5 (23)	68,5 (50)	100 (73)	
<b>TOTAL</b>	100 (73)	100 (70)	100 (143)	

**Caracterização da participação do funcionário na pesquisa, conhecimento sobre existência de promoção e sobre existência da legislação de promoção. Uberlândia-MG, 2019.**

Respondeu	Não há promoção (n=54)	Há promoção (n=18)	p-valor
<b>Não (%)</b>	14,8	33,3	1,89
<b>Sim (%)</b>	85,2	66,7	
<b>Conhece a lei</b>	<b>Não há promoção</b>	<b>Há promoção</b>	
<b>Não (%)</b>	35 (64,8)	8 (44,4)	0,06
<b>Sim (%)</b>	10 (18,5)	4 (22,2)	
<b>Não participaram (%)</b>	9 (16,7)	6 (33,3)	

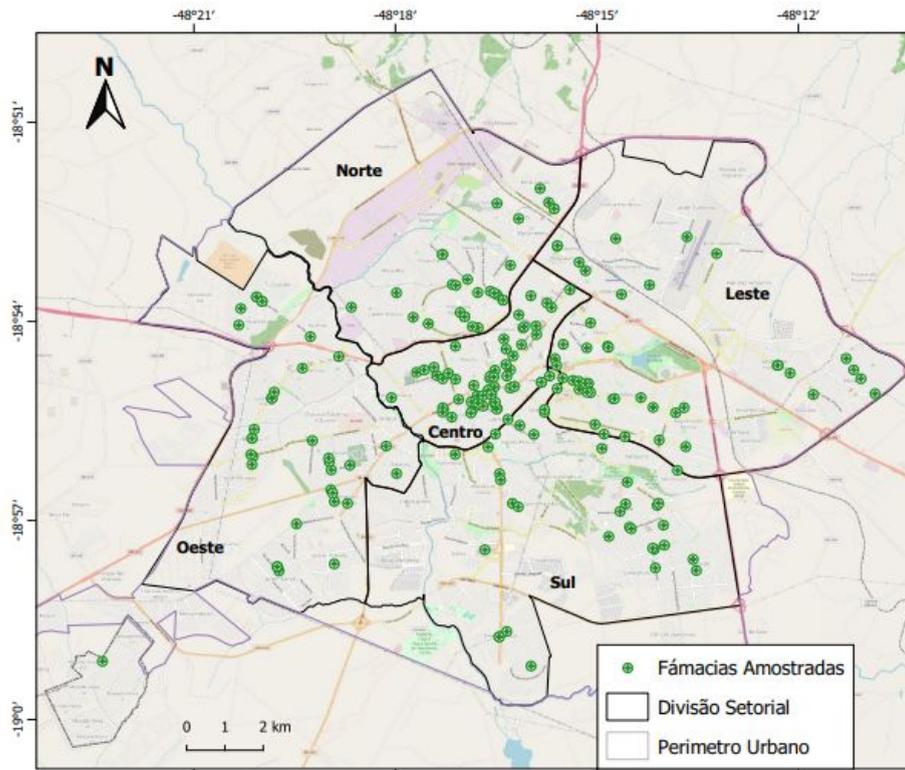


Figura 1: Mapeamento de todas as drogarias amostradas

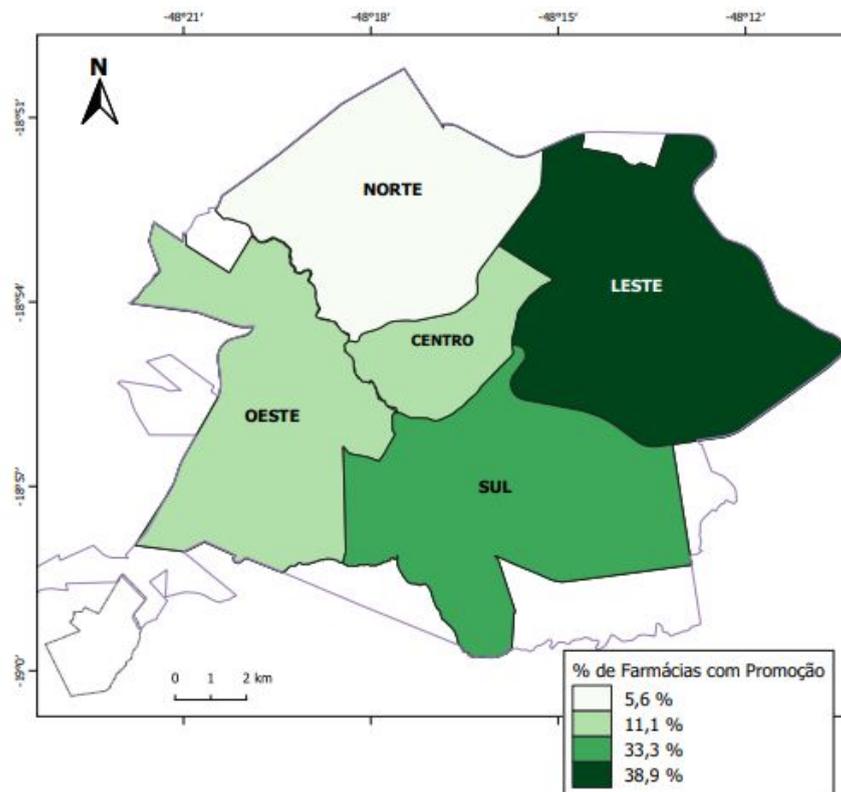


Figura 2: Distribuição da percentagem de farmácias com promoção

