

# CURSO DE VERÃO 2026

Caminhos para uma transição  
sustentável e justa do sistema  
agroalimentar



---

26 a 30 de fevereiro de 2026

# AULA 6

---

A monotonia e o subsistema de distribuição de alimentos – estado atual e caminhos da transição

**Prof. Walter Belik**

## Bibliografia

HAWKES, Corina Dietary Implications of Supermarket Development: A Global Perspective. **Development Policy Review**, 2008, 26 (6): 657-692

BELIK, Walter. Inovações para a promoção do acesso aos alimentos por meio de organizações da Sociedade Civil no Brasil. **Segurança Alimentar e Nutricional**, Campinas, SP, v. 30, n. 00, p. e023019, 2023. DOI: [10.20396/san.v30i00.8673795](https://doi.org/10.20396/san.v30i00.8673795). Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/san/article/view/8673795>

GRISA, C., & PORTO, S. I. (2023). Políticas alimentares e referenciais setoriais na trajetória brasileira. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, 61(3), e259390. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1806-9479.2022.259390pt>

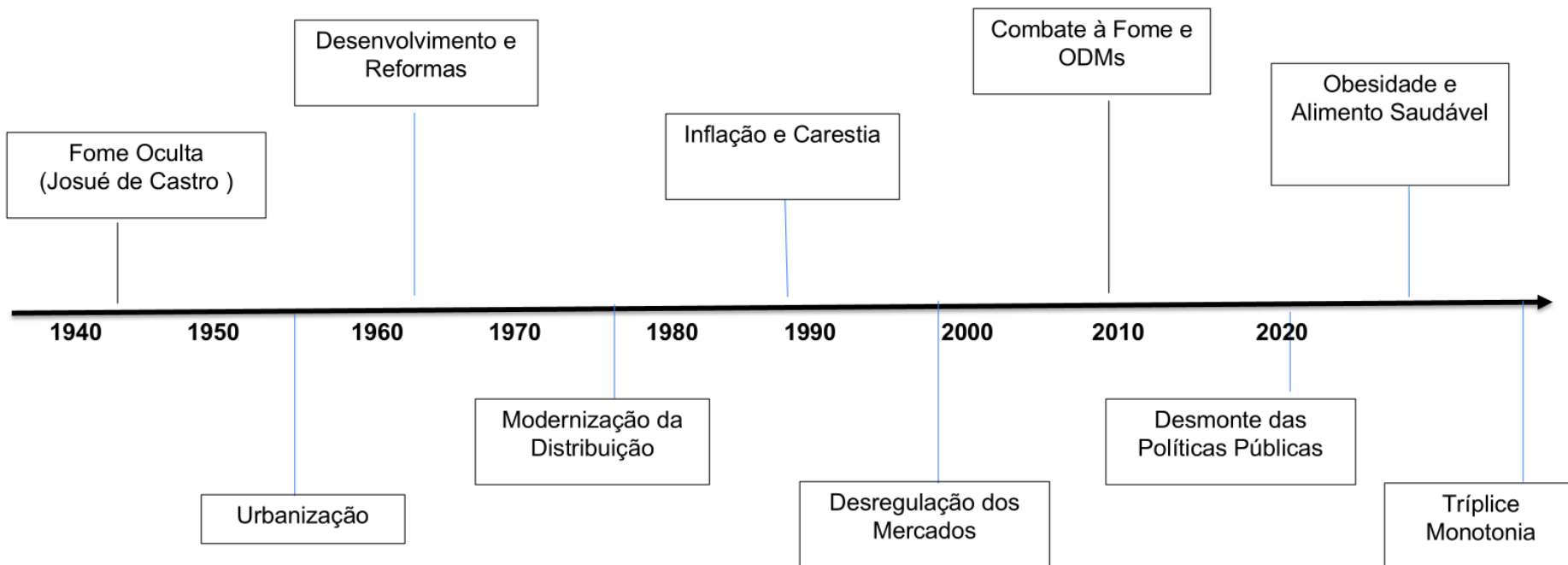
RAPALLO, R. y RIVERA, R. 2019. *Nuevos patrones alimentarios, más desafíos para los sistemas alimentarios*. 2030 - Alimentación, agricultura y desarrollo rural en América Latina y el Caribe, No. 11. Santiago de Chile. FAO. 25 p. Disponível em: <https://openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/52171a37-4cbe-4cea-a698-d4b9608c4245/content>

RIBEIRO Jr., J.A. S. Atlas das situações alimentares no Brasil: A disponibilidade domiciliar de alimentos e a fome no Brasil contemporânea. Bragança Paulista: Universidade São Francisco, 2021. Disponível em: <https://ifz.org.br/atlas-das-situacoes-alimentares-no-brasil/>

## Perguntas Orientadoras

1. Qual é a importância dos hábitos de compra no padrão de consumo de alimentos no Brasil? O que mudou nos últimos anos e quais seriam as tendências?
2. Considerando que o acesso aos alimentos é um dos componentes fundamentais da Segurança Alimentar e Nutricional de um país, como promover uma alimentação saudável no contexto das políticas públicas?
3. O desenvolvimento local e os circuitos curtos de produção e consumo são objetivos perseguidos pela política pública. Considerando que o Brasil possui uma população de 213 milhões de habitantes, sendo que 71% vivem em cidades com mais de 500 mil habitantes. Seria possível alimentar toda essa população privilegiando a economia local?
4. Você concorda com a ideia de que um padrão de consumo de alimentos diversificado e saudável está relacionado com a renda das famílias? A elevação da renda da população deveria ser prioridade em política pública?

# 80 Anos de Debates sobre Alimentação no Brasil



# 80 Anos de Debates sobre Alimentação no Brasil

São Paulo, 24 de abril de 1968

## Escassez alimentar no Brasil

O Brasil terá de multiplicar por dez a sua atual produção de alimentos, ou será forçado a parar o surto de industrialização por falta de divisas para pagar o crescente volume de importação de alimentos, segundo relatório apresentado pelos delegados brasileiros à IV Conferência Latino-Americana de produção alimentar, que se realizou em Buenos Aires.

O encontro, patrocinado pela International Mineral Chemical Corporation, reuniu representantes do Brasil, Chile, Colômbia, Costa Rica, República Dominicana, México, Venezuela e Argentina, visando principalmente estabelecer uma política coordenada a fim de acabar com a escassez de alimentos no mundo, e uma das áreas mais afetadas do globo.

A dieta alimentar brasileiro é uma das mais pobres do mundo e o seu desenvolvimento industrialização dos E. Centro-Sul e do Nordeste só virão agravar a situação, ao proporcionar o aumento das rendas da população e uma demanda maior de gêneros alimentícios, o que não será compensado pela produção agrícola acompanhando esse desenvolvimento.

CIÊNCIA E SAÚDE

### Especialistas sugerem medidas para produção alimentar sem danos à natureza

# JORNAL DO BRASIL

1968 DO BRASIL LTDA. 1968 Rio de Janeiro — Terça-feira, 23 de agosto de 1968 Ano XCIII — Nº 137 Preço: Cr\$ 150,09

## Cearenses comem lagarto para não morrer de fome

Famílias de Apuiarés — a 115 quilômetros de Fortaleza — estão comendo calangos (lagartos) para não morrer de fome, constatou, ontem, o correspondente Egídio Serpa. A seca destruiu tudo e não há o que comer. O programa oficial Boasões da Seca teve de pagar, às pressas, quatro meses de salários atrasados, para impedir que flagelados invadissem mercearias.

O Instituto de Planejamento do Ceará, órgão do Estado, advertiu que a população rural está à beira de extinção. Se cada trabalhador gastar com alimentação o que ganha no programa de emergência — Cr\$ 15 mil 300 — só conseguirá ingerir 999 calorias por mês, um terço do ideal: de 24 mil 000 — 2 mil 400 calorias.

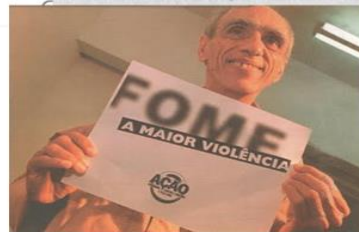
## Magalhães quer "curral" para a seca

Magalhães quer "curral" para a seca. O ministro da Agricultura, João Magalhães, afirmou ontem que a seca está se tornando uma verdadeira epidemia. Ele pediu que o governo federal tome medidas para conter a situação.

## Indice

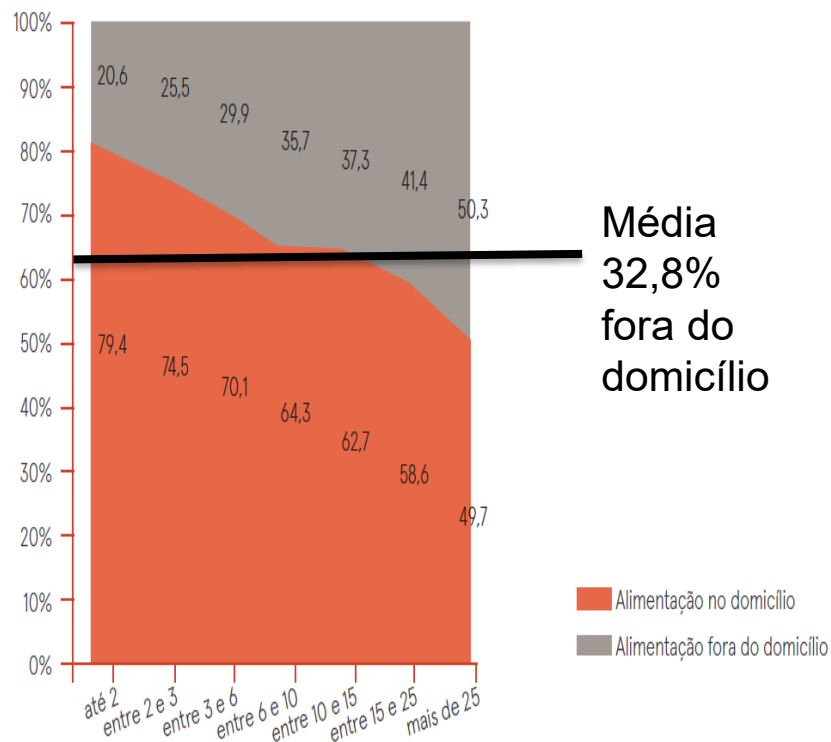
Magalhães quer "curral" para a seca. O ministro da Agricultura, João Magalhães, afirmou ontem que a seca está se tornando uma verdadeira epidemia. Ele pediu que o governo federal tome medidas para conter a situação.

Marcolino, 71 anos, caça calangos (lagartos) com...

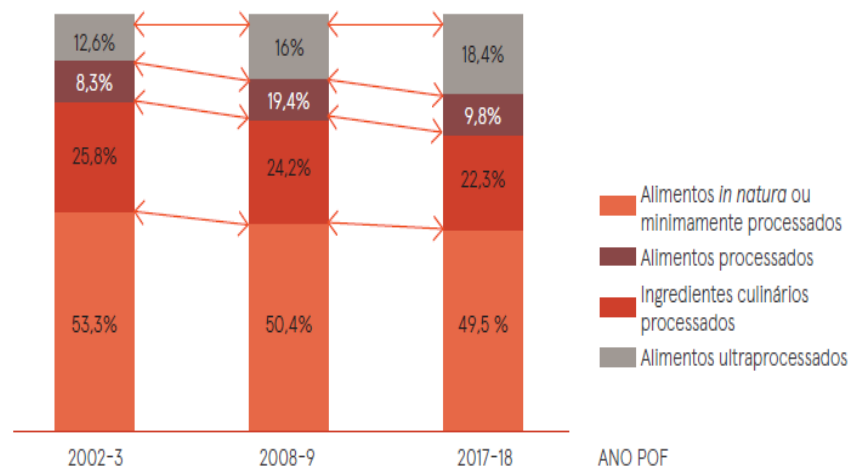


# Mudanças de Hábitos de Consumo de Alimentos e na Dieta no Brasil

Proporção de gastos com alimentação (2017/18)

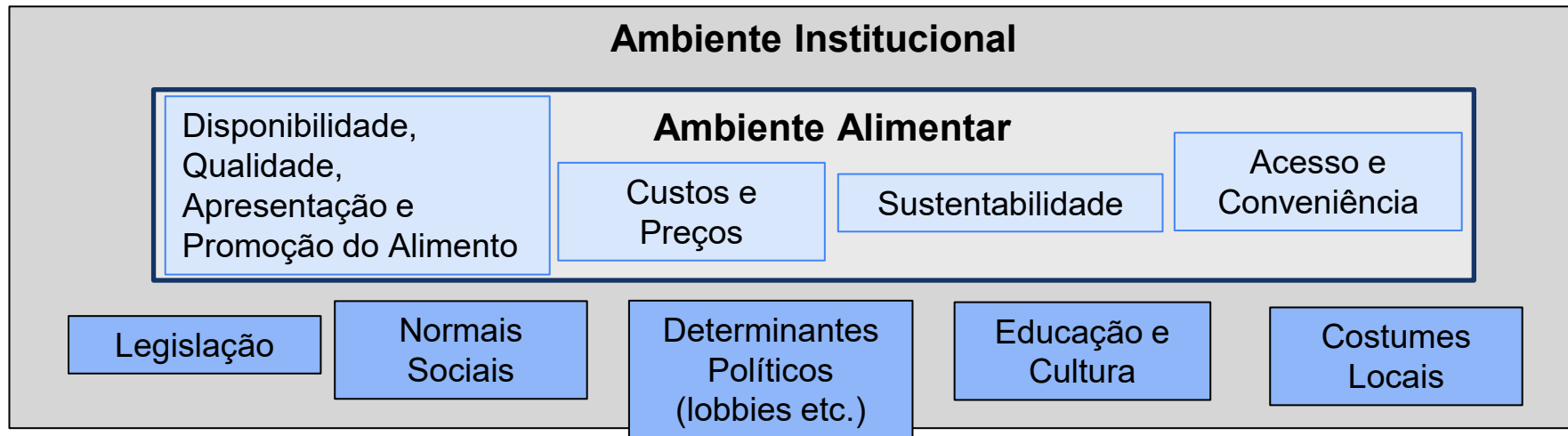


**[FIGURA 16] PARTICIPAÇÃO RELATIVA DOS GRUPOS DE ALIMENTOS NO TOTAL DE CALORIAS DETERMINADO PELA AQUISIÇÃO ALIMENTAR DOMICILIAR – BRASIL 2002-18**



FONTE: ELABORADA PELOS AUTORES COM BASE NOS DADOS DO IBGE (POFS 2002-3, 2008-9 E 2107-18)

# A importância da Distribuição no Ambiente Alimentar



O Ambiente Alimentar está relacionado diretamente com os hábitos de compra e os hábitos de consumo – baseados em decisões individuais sujeitas às outras variáveis e limitadas pelo ambiente institucional.

# Ambiente Alimentar e Distribuição dos Equipamentos de Abastecimento

## Desertos e pântanos alimentares em São Paulo

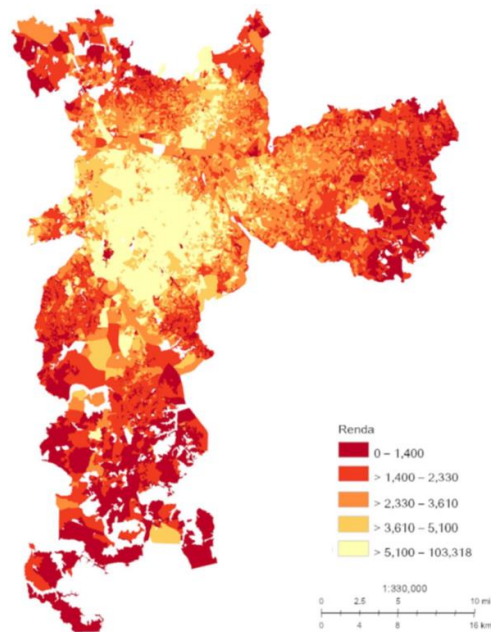


Figura 12 - Distribuição de renda em São Paulo, SP. Fonte: IBGE

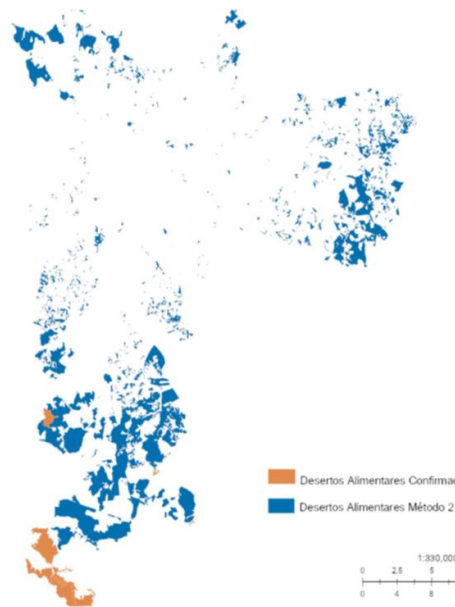


Figura 24 - Desertos alimentares encontrados pelo Método 2: Densidade, em São Paulo, SP.

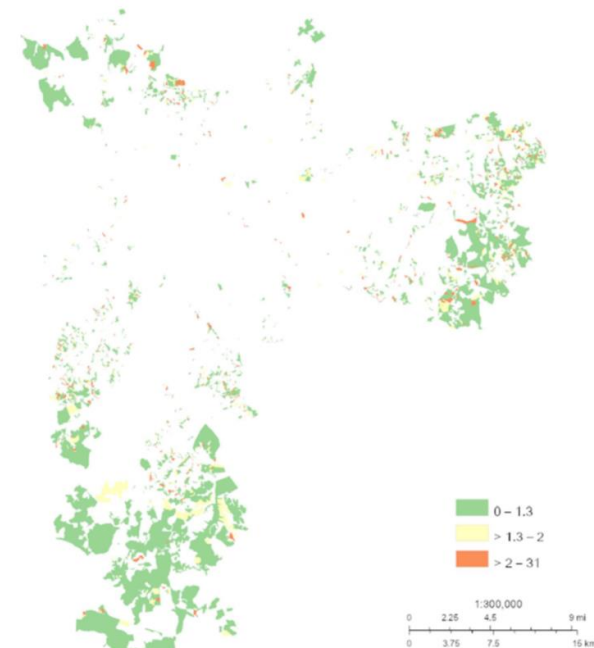


Figura 26 - Pântanos alimentares localizados em São Paulo, SP, de acordo com o método da Competição. (Áreas em branco foram desconsideradas da análise)

# Ambiente Alimentar e Distribuição dos Equipamentos de Abastecimento

## Locais de Consumo de considerando-se o denominador comum das calorias.

Cresce a importância dos supermercados na compra dos alimentos do G1 e G2

Preferência geral pelos supermercados nas aquisições com 62,2% na área urbana e 42,3% na área rural

Em termos de faturamento do Varejo em geral temos; **92,9% para o autoserviço e 9,1% para o varejo tradicional** (ainda que uma parte seja autosserviço com menos de 2 checkouts, CENSO NIELSEN, 2018).

Tabela 1. Percentual (%) médio de contribuição de cada grupo de alimentos da classificação Nova para o total de gramas adquiridas em cada local de aquisição. Brasil, 2017-2018 (n=57.920)

| Locais de aquisição de alimentos                                                  | G1+G2 <sup>a</sup> | G3 <sup>b</sup> | G4 <sup>c</sup> |
|-----------------------------------------------------------------------------------|--------------------|-----------------|-----------------|
| Critérios para classificação dos locais fontes de aquisição de alimentos - Brasil | ≥64,65             | ≥8,87           | ≥26,48          |
| Supermercados                                                                     | 69,29              | 3,67            | 27,04           |
| Minimercados e mercearias                                                         | 64,49              | 4,93            | 30,58           |
| Hortifrutigranjeiros                                                              | 93,69              | 1,81            | 4,50            |
| Padarias e confeitarias                                                           | 18,28              | 54,90           | 26,82           |
| Açougues                                                                          | 87,75              | 2,65            | 9,60            |
| Ambulantes de alimentos                                                           | 74,76              | 8,72            | 16,52           |
| Lanchonetes                                                                       | 11,57              | 0,89            | 87,54           |
| Restaurantes                                                                      | 84,08              | 0,81            | 15,11           |
| Vendas de alimentos congelados e prontos para consumo                             | 43,23              | 2,77            | 54,00           |
| Bares                                                                             | 26,17              | 9,37            | 64,46           |
| Lojas de conveniência                                                             | 7,32               | 13,63           | 79,05           |
| Peixarias                                                                         | 99,65              | 0,35            | 0,00            |
| Bombonieres                                                                       | 9,54               | 3,80            | 86,66           |
| Varejistas de laticínios e frios                                                  | 32,12              | 49,05           | 18,83           |
| Cantinas                                                                          | 44,96              | 11,62           | 43,42           |
| Outros                                                                            | 46,74              | 3,53            | 49,73           |

Legenda:

|  |                                                                                                      |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | Local fonte de aquisição de alimentos in natura ou minimamente processados e ingredientes culinários |
|  | Local fonte de aquisição de alimentos processados                                                    |
|  | Local fonte de aquisição de alimentos ultraprocessados                                               |

<sup>a</sup>G1+G2=in natura ou minimamente processados (G1) e ingredientes culinários (G2); <sup>b</sup>G3=alimentos processados; <sup>c</sup>G4=alimentos ultraprocessados.

# Territórios: O Local de Compra Alimento tem implicações nutricionais importantes



- Os autosserviços têm porte para o enfrentamento com a Indústria de Alimentos e, ao mesmo tempo, estabelecem relações importantes com os espaços determinando a progressão dos desertos e pântanos alimentares.
- Decisões de compra baseadas no perfil do consumidor, *one-stop-shopping* e nos algoritmos definem o formato do ponto de venda, o sortimento, embalagem e os preços praticados.
- Estratégias: “marca própria saudável”, “escolha certa”, EDLP (Wal Mart) “preço justo” fazem parte do composto promocional.

# Distribuição: Evidências Históricas e Empíricas



## Alimentação e Mercado **de** Massa

- O mercado de massa é o irmão gêmeo da produção em massa
- O mercado de massa gera uniformização do consumo de alimentos e monotonia das dietas
- O ambiente alimentar molda os hábitos de compra e de consumo e é decisivo nas escolhas da população
- Na atual fase pós-fordista e produção flexível e reforma do Sistema Alimentar alargam-se as rupturas

## Engrenagens e Dependências

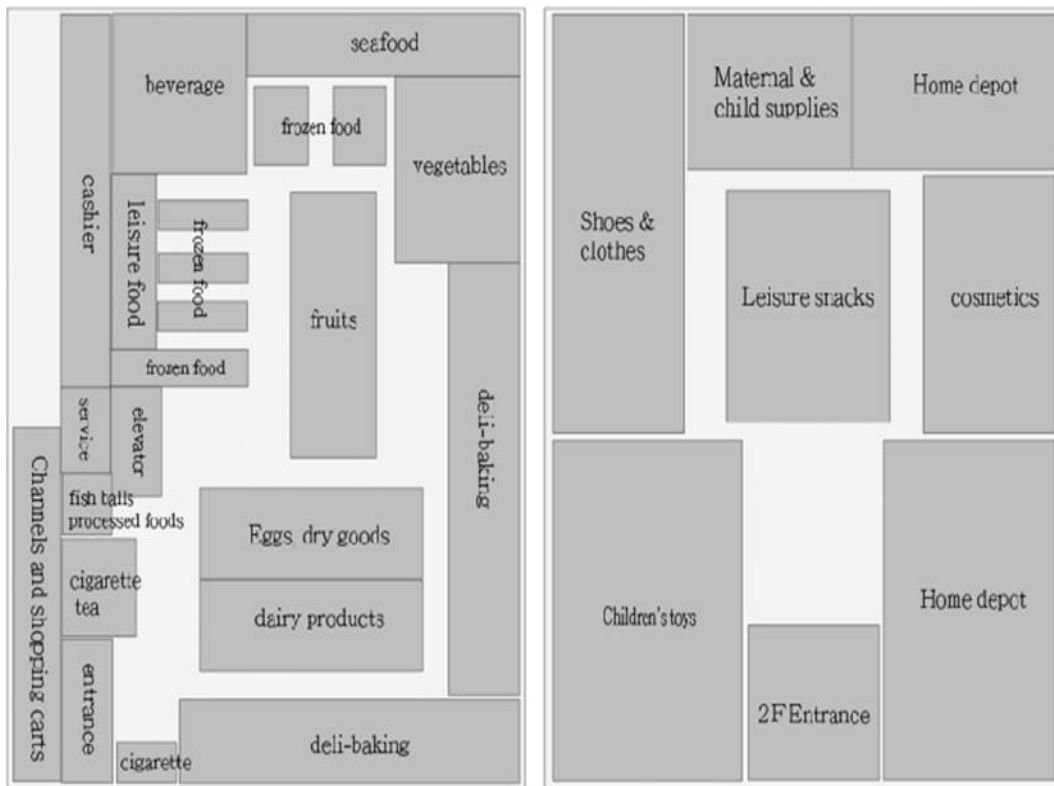
- Decisões do agro estão mediadas pela indústria, rotinas, margens, padrão de acumulação e pelo capital mercantil e financeiro.
- A agropecuária é dependente, tem pouca autonomia.
- O elo da Distribuição combina Estratégia de Escala com Escopo em adaptação pós-fordista

# Distribuição em Massa: Aspectos Históricos

- A Revolução Industrial e a Revolução nos Transportes e Comunicações (telégrafo) criaram o consumo de massa;
- Bens de consumo não durável (margarina (1869), leite condensado, carne) são uma onda posterior à dos bens de consumo durável
- Alimentos: Pasteurização e enlatamento permitiu o transporte à maiores distâncias (início sec. 19)
- “alimentos baratos começaram a jorrar aos borbotões sobre as áreas urbanizadas da Europa” (Hobsbawm, 1986:119).
- Venda por Catálogo (EUA), Grandes Magazines (Europa, EUA e Japão)



# Layout dos primeiros Supermercados (anos 1930)



# Supermercados no Brasil

*“Tirando o seu paletó - e assim uniformizado - começa o balconista o seu dia de trabalho. Sua primeira tarefa é limpar e arrumar em seu setor de balcão, as mercadorias expostas à venda nas estantes vitrinas e mostruários; verificar as faltas existentes em consequência das vendas do dia anterior e providenciar o suprimento no estoque...”*

**Costa Pinto, Luís A. “O Balconista”. Rio de Janeiro: Departamento Nacional do SENAC, 1954**



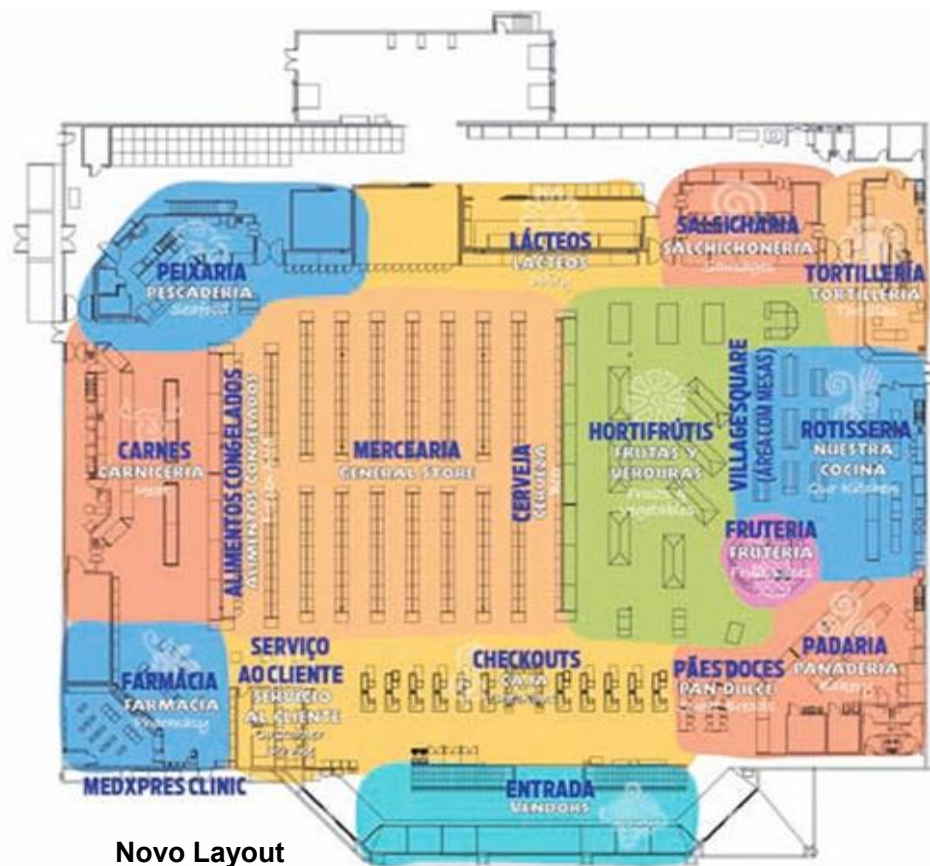
# Supermercados no Brasil



- 1953-54: Rede SirvaSe, Cooperativa Tecelagem Parahyba, Rede Real;
- 1964: Reformas Tributária e Trabalhista;
- Comercialização de FLV em feiras e o papel das Ceasas (final dos anos 1960), ambiente urbano
- 1975: entrada do Carrefour
- Anos 1990: entrada de grupos internacionais, Mercosul, hiperinflação, fim dos mercados municipais
- Anos 2000: novos formatos de autoserviço, CDs e estagnação das Ceasas;
- Anos 2010: redes regionais, pequenas redes;
- Supremacia dos Supermercados na venda de alimentos

# Novas estratégias do Autosserviço

- Mudanças no layout dos pontos de vendas, o novo lugar do FLV
- Venda de alimentos “porcionados”
- Etiquetagem, embalagem e shelf-life, origem e produtos étnicos
- Novos formatos: atacarejo, loja de vizinhança, conveniência, deli-gourmet, venda eletrônica
- “sustentabilidade” : (food-miles?, redução de “quebras”? economia circular (rotisseria)?)
- Flexibilidade na oferta reduz a percepção de consumo de massa



# Concentração dos Supermercados

ABRAS 500 maiores: Cinco maiores empresas no faturamento de todas as pesquisadas foi de **44,7%** de um total de **R\$ 501,7 bilhões**. Em primeiro lugar no ranking se encontrava o Carrefour com um faturamento de R\$ 102 bilhões, 1.203 lojas e 69,5 mil empregados. Já no 500º lugar na lista estava o “Mercadinho A Mineira” de São Paulo com 1 loja, 80 funcionários e um faturamento de R\$30 milhões

Incluindo o segmento de autosserviço lojas com mais de 2 *checkouts* é possível chegar a 1.251 empresas que reuniram um faturamento de mais de **R\$ 602 bilhões** em 2023 (10 primeiras empresas concentrando 52% do faturamento). Expandindo para o universo de todas as empresas com mais de 1 **checkout** para o comércio varejista de alimentos, teremos 318 mil empresas e 414 mil lojas, com base em levantamento que trabalha com o CNPJ obtido pelo SEBRAE.

Entre as 10 maiores cadeias de supermercado brasileiras apenas duas apresentam controle do capital estrangeiro, embora se possa detectar a presença de fundos de investimento com participação estrangeira em algumas redes, mas sempre de forma minoritária

Crescem as redes regionais entre as maiores em faturamento



A entrada de pequenas redes regionais no Brasil estabilizou a concentração em níveis relativamente baixos

- Ênfase na venda de alimentos (79,9% do faturamento) sendo FLV (8,2%) (2024)
- A venda de alimentos com a marca própria que está presente em 79% dos supermercados (2024)
- 38% das vendas de supermercados foram feitas pelo canal digital (APAS 2023)
- Mudanças de Layout com destaque para FLV
- Nova relação com Fornecedores, Ceasas, terceirização da logística CDs
- Redução de PDA com políticas de reposição e venda de produtos imperfeitos

# Mercados tradicionais

Sisan de 2018 identificou 3.155 feiras livres no Brasil, sendo 249 agroecológicas e 60 mercados locais. 42,7% das feiras estavam em municípios com até 50 mil habitantes e 23,5% em municípios com mais de 500 mil habitantes, onde também estavam 41,4% das feiras agroecológicas.

Este dado é reconhecidamente subestimado, pois não leva em conta um número importante de municípios como a Cidade São Paulo, onde existem 870 feiras semanais, sendo 12 exclusivamente orgânicas, além de 48.004 feirantes

O MapaSAN 2018 registrou a existência de 1.322 mercados públicos em 771 municípios, em uma pesquisa que cobriu pouco menos de 42% dos municípios brasileiros. Neste levantamento observa-se a importância deste equipamento para a Região Nordeste, que abriga 694 Mercados, seguida das Regiões Norte (179 Mercados), Sudeste (159), Sul (74) e Centro-Oeste (20).

O MapaSAN de 2015 (último disponível para esta informação) identifica ainda a existência de 133 sacolões públicos



- **78** mercados atacadistas de alimentos
  - **3.157 municípios** fornecedores para as Centrais de Abastecimento brasileiras
  - **57%** municípios brasileiros
  - **20 países** fornecedores
- 20 Maiores Centrais de Abastecimento comercializam 85% da quantidade comercializada e 87% do valor comercializado no Brasil
- Volume comercializado com baixo crescimento ou estagnado em torno de 18 milhões de toneladas / ano
  - **900 produtos** comercializados nas Centrais brasileiras
  - **498** tipos e variedades de Hortigranjeiros
  - **R\$ 37,7 bilhões** comercialização de FLV

Ceasas tornam-se fonte complementar de abastecimento para supermercados, mas são os principais “clientes” destas

| COMPRADOR                  | PORCENTAGEM | QUANTIDADE DE DIAS DA SEMANA QUE VEM A CEAGESP |
|----------------------------|-------------|------------------------------------------------|
| Supermercado               | 26          | 4                                              |
| Feira                      | 23          | 4                                              |
| Sacolão, Varejão, Frutaria | 21          | 4                                              |
| Atacadista CEAGESP         | 9           | 4                                              |
| Restaurante                | 5           | 3                                              |
| Ceasa (outra)              | 5           | 5                                              |
| Distribuidor restaurante   | 4           | 4                                              |
| Outros equipamentos        | 4           | 5                                              |
| Distribuidor institucional | 3           | 4                                              |
| Ambulante                  | 2           | 4                                              |

Predomínio de Frutas e Diversos

Predomínio de Verduras e Legumes

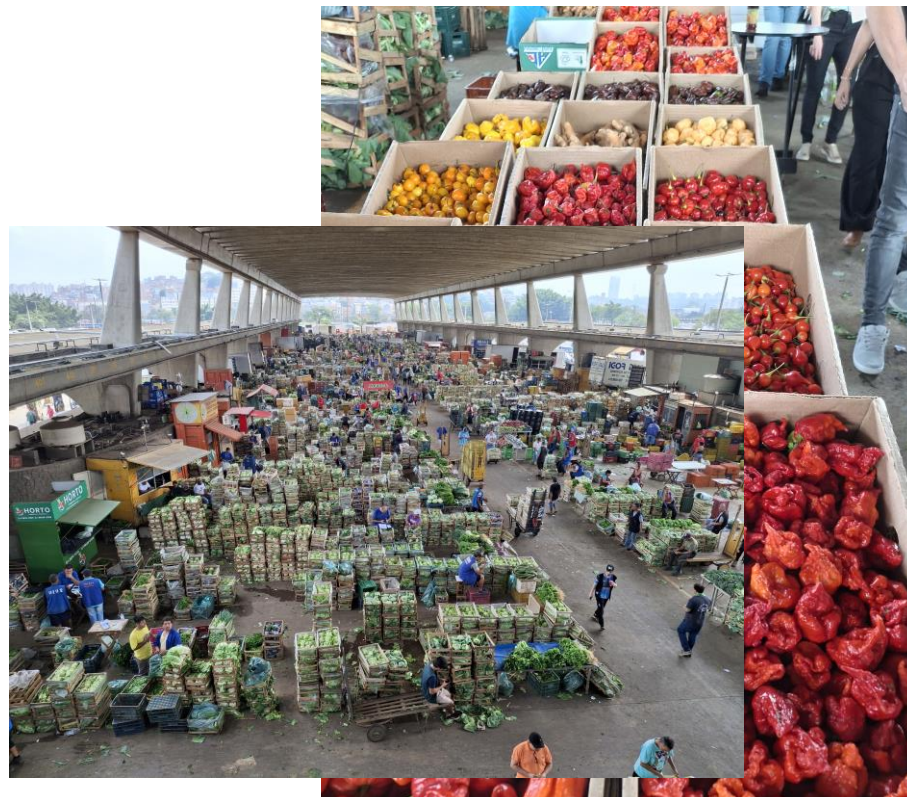
| Produto         | % da Produção | Fonte |
|-----------------|---------------|-------|
| Abóbora         | 13.0          | B     |
| Abobrinha       | 38.0          | B     |
| Alface          | 13.2          | A     |
| Alho            | 62.0          | B     |
| Banana          | 12.4          | A     |
| Batata          | 34.2          | A     |
| Beterraba       | 62.0          | B     |
| Cebola          | 35.7          | A     |
| Cenoura         | 71.1          | A     |
| Coentro         | 1.0           | B     |
| Couve-flor      | 25.0          | B     |
| Laranja de mesa | 58.2          | A     |
| Maça            | 42.4          | A     |
| Mamão           | 70.9          | A     |
| Melancia        | 21.2          | A     |
| Pimentão        | 30.0          | B     |
| Tomate de mesa  | 76.6          | A     |

Passam pelas  
Ceasas

Fontes: A - Censo Agropecuário (2016) e LSPA (2018) do IBGE; B - Markestrat com base no LSPA (2016)

# Modernização da Distribuição

- Reestruturação do Atacado com especialização em novas funções (p. ex. gestão de estoques) está impactando na operação do varejo tradicional (feiras-livres, mercearias, padarias e açougues)
- Formalização dos fornecedores e intermediários
- Digitalização das operações está abrindo espaço para empresas não tradicionais que administram plataformas de venda e competem diretamente com o varejo alimentar e a restauração

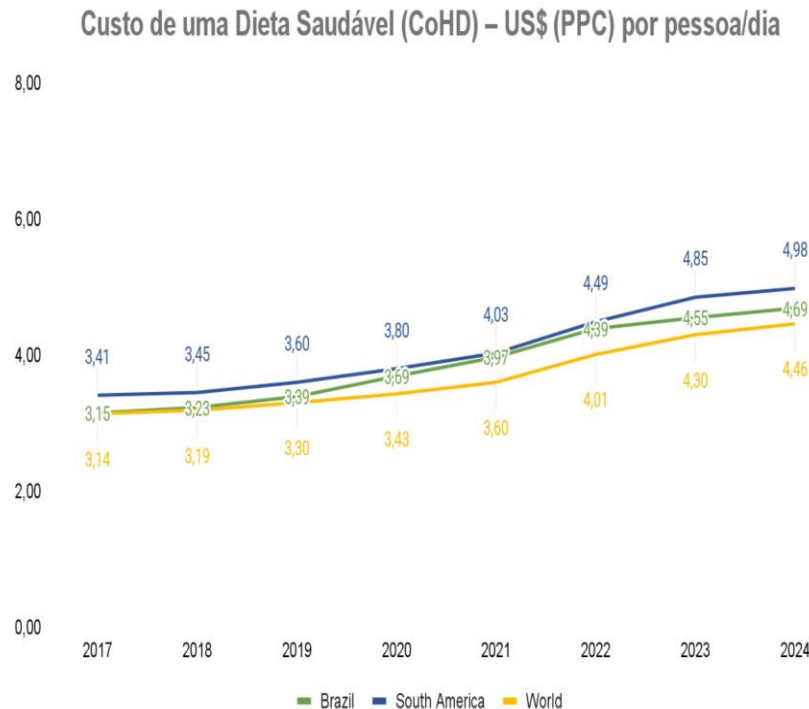


## Operação em Centrais Atacadistas



# Dietas Saudáveis e Diversificadas

- A questão do acesso é fundamental e determina a capacidade de oferta.
- Somente a política pública (compras governamentais) não tem a capacidade de promover mudanças na dieta. A compra direta tem um peso fundamental nessa transformação.
- Circuitos curtos? Mercados Aninhados? CSAs? Compras Solidárias? O que os supermercados têm a oferecer?
- Cidadãos-consumidores ou cidadãos organizados para o consumo ?



Fonte: FAO - SOFI

- Combate à fome exige medidas de diretas que garantam o acesso econômico e físico ao alimento. Necessidade de retomar as políticas de SAN com avanços nos programas de abastecimento;
- Circuitos curtos vs. circuitos longos (é possível estabelecer uma reconexão?);
- Plataformas Digitais (já representam 11% do varejo em geral e dobra a cada ano). Novo espaço de concentração na comercialização de alimentos mas pode ser uma alternativa para a Agricultura Familiar
- A Qualidade dos alimentos se promove via regulação pública, certificações, rotulagem, regionalização e educação alimentar.

**CURSO DE VERÃO 2026**

Caminhos para uma transição sustentável e justa do sistema agroalimentar

**Prof. Walter Belik**

Obrigado

