

IRSA - CONGRESSO MUNDIAL DE SOCIOLOGIA RURAL (01/10/2025 A
20/01/2026) - IRSA 03 - SOCIOLOGY OF FOOD

**DISTÂNCIA, PREÇO E ORIGEM: OVOS E LEITE EM DIFERENTES
ESTRUTURAS VAREJISTAS**

Sofia Cortes De Moraes (sofiacortesdemoraes@gmail.com)

Gustavo Pinto Da Silva (gustavo.pinto@politecnico.ufsm.br)

A literatura sobre sociologia das corporações aplicada aos sistemas de varejo analisa a governança privada de redes transnacionais sobre cadeias globais, operada via concentração de mercado, logística, financeirização e controle dos critérios de qualidade. Este trabalho objetiva compreender como a desconexão alimentar e a vulnerabilidade logística se manifestam nos produtos leite e ovos em diferentes modelos de organização varejistas (local, regional e transnacional), a partir da articulação entre o tipo de supermercado, a distância de origem dos alimentos (food miles), a diversidade de marcas e o preço final. A abordagem de pesquisa é quantitativa com um roteiro estruturado para caracterizar marcas, preços e distancias percorridas pelos alimentos, aplicado de forma presencial na gondola de 84 supermercados em Santa Maria, no Sul do Brasil, em novembro de 2025. Os resultados revelam uma marca outlier de leite, de marca branca transnacional, que percorre 2.209 km. Ao desconsiderá-la, a quilometragem média das demais marcas até os supermercados é de 307,

347 e 330 km, para varejista local, regional e transnacional, respectivamente, com menores preços ao consumidor em redes transnacionais e maiores em varejistas locais. Para os ovos, as médias percorridas são 270,9, 384,5 k e 302,7 km, com preços médios de R\$ 13,40, R\$ 12,00 e R\$ 16,60, respectivamente. A comparação entre os dois tipos de alimentos indica que os ovos possuem maior potencial de produção no território, o que reflete sua presença em varejistas locais. O varejo com governança e poder de compra mais articulado (transnacionais e regionais) tende a priorizar menores custos e longas distâncias, enquanto os supermercados locais apresentam maiores possibilidades de apoiar sistemas alimentares locais. Conclui-se que a forma como se estrutura os supermercados constitui uma vulnerabilidade estrutural e a redução do foodmiles, pode ser um objetivo estratégico para o desenvolvimento regional e a resiliência do abastecimento.

Palavras-chave: organização varejista; foodmiles; supermercados.