

05

A NOVA FACE DO COMÉRCIO RETALHISTA DE ALIMENTOS NA ÍNDIA

Shalmali Guttal

Shalmali Guttal é Diretora Executiva da organização *Focus on the Global South*. Trabalhou na Índia, nos Estados Unidos e no Sudeste Asiático. Participa no grupo de ONGs do Mecanismo da Sociedade Civil para o Comitê de Segurança Alimentar Mundial das Nações Unidas e oferece apoio a vários grupos de trabalho.

A *Focus on the Global South* (Focus) foi criada em 1995 para enfrentar o neoliberalismo, o militarismo e a globalização impulsionada pelas grandes empresas, bem como para reforçar alternativas justas e equitativas. A Focus acredita que, para atender às necessidades e aspirações dos povos oprimidos, particularmente na Ásia, América Latina e África, é fundamental promover mudanças sociais progressivas e a solidariedade no Sul Global.

“Até à data, existem poucos dados científicos fiáveis que corroborem a ideia de que o comércio retalhista de alimentos pelos grandes supermercados aumentará a segurança alimentar e a taxa de emprego. De um modo geral, a experiência mostra que os supermercados tendem a reestruturar a produção de alimentos e os mercados para atender à expansão das cadeias de valor mundiais e dos mercados internacionais. Na Índia, essa reestruturação vai prejudicar os mercados territoriais, fundamentais para a sobrevivência e o bem-estar da maioria da população, especialmente as mulheres.”

AGRADECIMENTOS |

Agradecimentos especiais a Emily Mattheisen (FIAN Internacional) e Nora McKeon (International University College de Turim, Universidade Roma 3 e Terra Nuova) pelo seu apoio na revisão deste artigo.

Os alimentos constituem a maior categoria de consumo do comércio retalhista da Índia, representando 60 a 65% do total de vendas a retalho no país. O comércio retalhista de alimentos indiano é o sexto maior do mundo, esperando-se que cresça para 61 biliões de rupias indianas (INR) (918 mil milhões de dólares) até 2020. Com o crescimento da urbanização, a expansão de um setor privado dominado por grandes empresas, um número crescente de profissionais com novos estilos de vida e o apoio do governo da Índia à digitalização, a Índia é um mercado muito cobiçado pelas grandes empresas de supermercados, tanto nacionais como estrangeiras.

Atualmente, mais de 85% do valor dos alimentos vendidos a retalho na Índia vem de mercados locais, sem a participação de grandes empresas.¹ A maioria dos consumidores urbanos — das pequenas aldeias às grandes cidades — tende a comprar alimentos em mercados familiares locais (conhecidos como “lojas kirana”), cooperativas, pequenas lojas de frutas/hortaliças/carne/aves/peixe, mercados grossistas de produtos hortícolas frescos e vendedores ambulantes de frutas e hortaliças. Embora os supermercados tenham crescido bastante em várias cidades e vilas de maior dimensão, ainda concorrem com o comércio mais convencional e localizado, que oferece alimentos frescos e sazonais, típicos da cultura local, bem como um serviço personalizado, entregas rápidas ao domicílio e a possibilidade de fazer compras a crédito mensal (ou com prazos ainda mais longos). A maioria dos consumidores de classe média compra frutas, hortaliças, laticínios, carne e peixe em pequenas quantidades diariamente, ou a cada dois ou três dias. As famílias mais pobres dependem de produtos básicos subsidiados pelo Sistema Público de Distribuição (SPD) e de outros alimentos de vendedores ambulantes. A compra em lojas locais permite que

¹ KPMG. *India's Food Service Industry: Growth Recipe*. FICCI: 2016. p. 3. Disponível em inglês em: assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/in/pdf/2016/11/India-food-service.pdf.

os consumidores comprem quantidades acessíveis, vejam e toquem nos produtos para avaliar a sua qualidade e encomendem alimentos específicos. Também cria oportunidades para que as pessoas saiam de casa, interajam socialmente e fiquem a par das novidades da vizinhança.

Nas áreas rurais, a situação é diferente. Cerca de 70% das famílias rurais do país dependem principalmente da agricultura para a sua subsistência. As necessidades alimentares diárias são atendidas através de uma combinação de produção, recolha e compra de alimentos. O comércio retalhista de alimentos é levado a cabo através da compra direta aos produtores, em mercados organizados em horários fixos (por exemplo, semanais ou quinzenais) através de cooperativas apoiadas pelo Estado ou em mercados grossistas em pequenas vilas. O poder de compra depende do bom tempo e das boas colheitas, do nível de endividamento familiar, do emprego, do acesso seguro aos recursos produtivos (terra, água, sementes, gado, combustível etc.) e dos serviços essenciais (saúde, água potável, transporte, eletricidade etc.).

O valor e importância deste tipo de mercado retalhista são integrados no conceito de “mercados territoriais”, articulado por movimentos sociais e pela sociedade civil no âmbito de um processo político no Comité de Segurança Alimentar Mundial (CSA) sobre como Vincular a Pequena Produção aos Mercados.² É pelos mercados territoriais que passa a maior parte dos alimentos consumidos no mundo: são extremamente diversificados, proporcionam flexibilidade à produção de alimentos em pequena escala, apresentam diferentes graus de formalidade e organização e são cruciais para atender às necessidades de alimentos nas áreas rurais, periurbanas e urbanas. Envolvem uma variedade de participantes de pequena escala, tais como mulheres e homens produtores, transformadores, transportadores e comerciantes, e servem como espaços onde as mulheres participam ativamente, podem afirmar algum grau de autoridade e adquirir novas competências e conhecimentos.³

A expansão do comércio retalhista de alimentos pelos grandes supermercados afetará certamente estes importantíssimos mercados territoriais e levanta várias questões: que impacto terá sobre os milhões de homens e mulheres que produzem alimentos em pequena escala, trabalhadores e comerciantes locais e o seu acesso aos recursos produtivos? Como influenciará as culturas alimentares, a disponibilidade de géneros alimentícios locais e a produção de alimentos? Quais serão os seus impactos na saúde pública, na segurança alimentar e na nutrição?

A FOME ENTRE A ABUNDÂNCIA

A Índia é um dos maiores produtores de alimentos do mundo e tem potencial para garantir a sua segurança alimentar através da produção nacional.⁴ No entanto, o país tem a maior população subnutrida do mundo: 190,7 milhões de pessoas (14,5% da população) passam fome todos os dias; cerca de 48% das crianças com menos de cinco anos de idade têm atrasos no crescimento, 20% estão desnutridas e 43% apresentam peso abaixo do normal; além disso, cerca de 55% das mulheres e 24% dos homens são anémicos.⁵ Apesar de ser a terceira maior economia do planeta, a classificação da Índia no Índice Global da Fome de 2017 coloca-a na 100ª posição entre os 119 países em desenvolvimento incluídos no estudo — um resultado chocante.⁶ A fome predomina em regiões onde as pessoas dependem da agricultura de subsistência e da recolha de alimentos, entre as populações urbanas destituídas e em zonas de conflito e guerra.

2 Para mais informações, veja: Goita, Mamadou; McKeon, Nora e Sall, Nadjirou. “Enfoque 4.1 Mercados populares ou sistemas de abastecimento empresariais? Negociações no Comité de Segurança Alimentar Mundial”. *Observatório do direito à alimentação e à nutrição* (2016): 42-44. Disponível em: http://www.righttofoodandnutrition.org/sites/www.righttofoodandnutrition.org/files/R_t_F_a_N_Watch_2016_PORT_WEB.pdf#page=42.

3 Para uma análise aprofundada dos mercados territoriais, veja: Mecanismo de la Sociedad Civil (MSC) para las relaciones con el Comité de Seguridad Alimentaria Mundial. *Vinculación de los productores a pequeña escala con los mercados: una guía analítica*. 2016. Disponível em espanhol em: <http://www.csm4cfs.org/es/connecting-smallholders-markets-analytical-guide/>.

4 Para mais informações, veja (em inglês): www.fao.org/india/fao-in-india/india-at-a-glance/en/.

5 *Ibid.*

6 IFPRI. *Global hunger index: the inequalities of hunger*. 2017. Disponível em inglês em: www.ifpri.org/publication/2017-global-hunger-index-inequalities-hunger.

As raparigas e mulheres sofrem com a discriminação sociocultural profundamente arraigada, que se manifesta na desigualdade de acesso a alimentos, cuidados de saúde, educação, trabalho remunerado e recursos. As políticas para combater a fome tendem a ser desiguais em matéria de género, centrando-se nas crianças mas ignorando as mães e mulheres que prestam cuidados em ambiente doméstico, bem como as fortes preferências familiares por filhos homens. Nas famílias pobres, as mulheres muitas vezes são as últimas a comer, depois de trabalharem o dia inteiro e de alimentarem as suas famílias.

Esta situação deplorável tem como causas a falta de vontade política, burocracias disfuncionais, infraestrutura inadequada, perdas e desperdício dos alimentos produzidos e preconceitos socioculturais arraigados.⁷ Quase 40% das frutas e hortaliças e 20% dos cereais produzidos perdem-se devido aos sistemas precários de armazenamento e distribuição. Algumas estimativas apontam que os alimentos desperdiçados seriam suficientes para alimentar mais de 500 milhões de pessoas.⁸

Em 2013, após uma ação judicial de interesse público e anos de campanhas realizadas por ativistas que lutam pelos direitos e pela justiça, o parlamento indiano promulgou a *Lei Nacional de Segurança Alimentar (2013)* (NFSA, na sigla em inglês).⁹ A NFSA reúne, num só instrumento jurídico, vários direitos destinados a garantir a segurança alimentar e a concretizar o direito humano à alimentação e à nutrição adequadas, consagrado na Constituição indiana. No entanto, a NFSA tem enfrentado diversas críticas devido a limitações no seu âmbito e visão, por estar mais centrada na distribuição de cereais através do SPD do que nos direitos das pessoas e na prevenção da desnutrição e da fome, por oferecer poucos benefícios relacionados com a maternidade, por dar ao governo grandes poderes para modificar os direitos e por limitar a responsabilização do governo.¹⁰

Desde a liberalização económica, no início da década de 1990, tem aumentado constantemente a desigualdade económica. A terra, a natureza, o trabalho e o bem-estar das pessoas tornaram-se alvos de uma exploração capitalista agressiva. Todos os governos que chegaram ao poder adotaram políticas económicas neoliberais e realizaram grandes projetos de desenvolvimento da infraestrutura e de tecnologias da informação, sob pretexto de modernização, redução da pobreza, combate à fome etc. Em 2015, o governo indiano lançou o programa Índia Digital, com o objetivo de promover a capacitação digital de todos os indianos através da expansão da conectividade à internet para as áreas rurais, a criação de uma infraestrutura digital para os serviços bancários, transações financeiras, registos públicos, prestação de serviços governamentais (governança eletrónica), serviços de armazenamento de dados, marketing etc. e a geração de postos de trabalho relacionados com as tecnologias da informação.

No entanto, duas iniciativas recentes do governo relacionadas com a digitalização revelaram ser prejudiciais para o combate à pobreza e à fome: o *Aadhaar* e a desmonetização. Em 2016, o Parlamento indiano aprovou a *Lei Aadhaar (2016)*,¹¹ com o objetivo de disponibilizar serviços e prestações sociais de forma eficiente, direcionada e transparente através da atribuição de números de identidade únicos às pessoas que residem na Índia. O governo exigiu que o número *Aadhaar* de cada pessoa estivesse ligado às suas anteriores formas oficiais de identificação, para permitir o acesso a serviços e programas governamentais. Foi um desastre para centenas de

7 Singh, Jaginder. "India is self-sufficient, but millions go hungry". *The Pioneer*, 3 de outubro de 2016. Disponível em inglês em: www.dailypioneer.com/columnists/edit/india-is-self-sufficient-but-millions-go-hungry.html.

8 Bas, Paris. "Reducing Food Loss and Waste in India". *India Food Security Portal*, 4 de maio de 2016. Disponível em inglês em: india.foodsecurityportal.org/regional-sub-portal-blog-entry/india/725/food-access.

9 *The National Food Security Act (2013)*. Disponível em inglês em: www.egazette.nic.in/WriteReadData/2013/E_29_2013_429.pdf.

10 Para mais informações, veja (em inglês): www.righttofood-campaign.in/site/bodhirights-food-act/campaign-material-1.

11 *The Aadhaar (Targeted Delivery Of Financial And Other Subsidies, Benefits And Services) Act (2016)*. Disponível em inglês em: uidai.gov.in/images/the_aadhaar_act_2016.pdf.

milhares de pessoas nas áreas rurais, que viram negados os seus direitos legalmente reconhecidos de trabalhar, obter subvenções aos combustíveis e receber doações de alimentos, o que, em alguns casos, provocou mortes por inanição.¹²

Em novembro de 2016, o governo do país retirou de circulação as notas de 500 e 1000 rupias (que representavam 86% do numerário do país), para tentar eliminar os rendimentos não declarados (“dinheiro sujo”) e digitalizar a economia, forçando a adoção de pagamentos eletrônicos. A medida entrou em vigor sem que a população tivesse sido adequadamente alertada e sem os recursos necessários para trocar as notas retiradas de circulação por outras. Em poucos dias, mulheres e homens trabalhadores, agricultores, famílias pobres, pequenos comerciantes, retalhistas e independentes perderam grande parte das suas poupanças. A indústria da construção, a agricultura, as pequenas empresas e os serviços de saúde tiveram de interromper os seus serviços: não havia dinheiro para pagar às trabalhadoras e aos trabalhadores, comprar sementes para plantar ou combustível para transportar produtos, pagar honorários médicos, fornecer refeições a crianças pobres etc. O endividamento das famílias pobres cresceu e observou-se um aumento acentuado dos suicídios nas comunidades camponesas. A desmonetização precipitou uma crise económica cujo impacto sobre as pessoas e a economia ainda não foi totalmente avaliado. Apenas se recuperou uma pequena parte do “dinheiro sujo” e, pouco mais de um ano depois, o uso de numerário em vez de pagamentos eletrônicos estava de volta praticamente em pleno vigor, mostrando que a digitalização da economia tinha sido um exercício extremamente prejudicial.¹³

LUCRAR COM A ALIMENTAÇÃO

Até há cerca de cinco anos, o comércio retalhista de alimentos no país era dominado por grandes empresas indianas, algumas das quais começaram a aventurar-se nas vendas online, com diferentes graus de êxito. Esta situação está a mudar gradualmente, à medida que o governo abre o setor retalhista ao Investimento Estrangeiro Direto (IED), numa tentativa de atrair capital de investimento estrangeiro e, ao mesmo tempo, apaziguar as empresas indianas, que são uma importante fonte de votos.

Em junho de 2016, o governo permitiu 100% de IED no comércio retalhista de alimentos, tanto para as lojas físicas como para o comércio eletrónico, desde que todos os produtos vendidos fossem produzidos, transformados e fabricados na Índia. Os defensores da medida afirmaram que o IED no comércio retalhista de alimentos reduziria o desperdício, estimularia a diversificação agrícola, reforçaria a indústria de alimentos nacional, permitiria criar cadeias de abastecimento de alimentos e mercados que beneficiariam mulheres e homens agricultores e pescadores, desenvolveria o espírito empresarial, criaria empregos, eliminaria intermediários e os seus custos (gerando benefícios tanto para a produção como para o consumo) e garantiria a segurança alimentar. No entanto, até agora, há poucos indícios que comprovem tais alegações.

Em julho de 2017, a Amazon foi autorizada a investir cerca de 500 milhões de dólares para criar uma empresa retalhista de alimentos através de uma nova entidade, a Amazon Retail (a primeira na Índia). A Amazon já tinha uma presença significativa na Índia através da Amazon Pantry.¹⁴ A Amazon Retail consegue fornecer e vender produtos diretamente, incluindo alimentos, criar o seu próprio inventário e controlar a cadeia de abastecimento. A Amazon prepara-se para dominar uma quota

12 Pachisia, Stuti. “No Aadhaar, no food rations: 11 stories that show the Jharkhand child death was no aberration”. *Scroll.in*, 20 de outubro de 2017. Disponível em inglês em: scroll.in/article/854587/no-aadhaar-no-food-ration-11-stories-that-show-the-jharkhand-child-death-was-not-an-aberration; e Johari, Areefa. “Yet another Aadhaar-linked death? Denied rations for 4 months, Jharkhand woman dies of hunger”. *Scroll.in*, 3 de fevereiro de 2018. Disponível em inglês em: scroll.in/article/867352/yet-another-aadhaar-linked-death-jharkhand-woman-dies-of-hunger-after-denial-of-rations.

13 Ghosh, Jayati. “De-digitisation of India”. *Frontline*, 27 de outubro de 2017. Disponível em inglês em: www.frontline.in/columns/Jayati_Ghosh/dedigitisation-of-india/article9892253.ece.

14 Para mais informações, veja (em inglês): www.amazon.in/gp/pantry/info/ref=pntry_hqp_lm.

considerável do comércio retalhista de alimentos na Índia, tanto através de lojas físicas como do comércio online. Está também a negociar uma possível aliança com o Future Group, um dos maiores retalhistas da Índia, que controla quase um terço do mercado da alimentação do país.¹⁵

15 Malviya, Sagar. "Kishore Biyani explores Future Group's journey with Amazon". *The Economic Times*, 6 de fevereiro de 2018. Disponível em inglês em: [eco-nomictimes.indiatimes.com/industry/services/retail/kishore-biyani-explores-future-groups-journey-with-amazon/article-show/62798408.cms](http://economictimes.indiatimes.com/industry/services/retail/kishore-biyani-explores-future-groups-journey-with-amazon/article-show/62798408.cms).

16 Big Basket. *The Abraaj Group - Partner Company Case Study*. 2016. Disponível em inglês em: www.abraaj.com/wp-content/uploads/2017/02/Abraaj-Case-Study-Big-Basket.pdf.

17 Bansal, Varsha. "BigBasket receives \$200 million in a round led by Alibaba". *The Economic Times*, 2 de fevereiro de 2018. Disponível em inglês em: [eco-nomictimes.indiatimes.com/small-biz/startups/newsbuzz/big-basket-receives-200-million-in-a-round-led-by-alibaba/article-show/62744825.cms](http://economictimes.indiatimes.com/small-biz/startups/newsbuzz/big-basket-receives-200-million-in-a-round-led-by-alibaba/article-show/62744825.cms).

A Amazon enfrenta a concorrência de supermercados indianos — como Flipkart, Grofers e, principalmente, BigBasket — que utilizam investimentos de capital nacional e estrangeiro para reforçar a sua presença no comércio digital de alimentos. Fundada em 2011, a BigBasket opera em 26 cidades e é considerada uma pioneira e líder no comércio de alimentos online.¹⁶ A empresa gere as suas próprias cadeias de abastecimento, possui armazéns próprios e oferece uma grande variedade de produtos alimentícios e bebidas. A BigBasket pretende construir a maior rede de supermercados da Índia (comércio tradicional e online), estando a adaptar as suas operações para atender às necessidades dos consumidores, bem como das pequenas lojas de bairro. Recentemente, a BigBasket obteve financiamento de cerca de 300 milhões de dólares por parte do seu maior acionista, o grupo AliBaba.¹⁷ Este é um conglomerado chinês dedicado ao comércio online com investimentos nos principais sítios indianos de comércio online, como a Paytm (uma empresa de pagamentos digitais) e a PaytmMall (um mercado online), sendo um concorrente global da Amazon. O novo financiamento reforçará a capacidade da BigBasket de competir com a Amazon e com outros retalhistas online.

Estes grandes investimentos de capital no setor dos supermercados criaram condições para que as grandes empresas expandissem a sua presença comercial, tanto através de lojas físicas como do comércio online. Para assegurar a competitividade, os supermercados tentarão ter um maior controlo sobre a oferta de alimentos e influenciar as preferências e o comportamento da população consumidora. O controlo das cadeias de abastecimento implica o controlo sobre a terra, a água, as variedades vegetais e animais, a mão-de-obra, os materiais, a energia e o transporte para produção, transformação, armazenamento, refrigeração, lojas, embalagens, entregas etc., o que tem um grande impacto económico, social, ambiental e climático.

A expansão das grandes empresas no comércio retalhista está também relacionada com as aspirações da população consumidora de classe média, especialmente em pequenas vilas, que vê o consumo em supermercados de grandes empresas como algo que representa a modernidade e o cosmopolitismo. Há ainda aspetos práticos a ter em conta: os profissionais de classe média de todo o país têm migrado cada vez mais devido à expansão do setor privado empresarial, o que faz com que as famílias tenham de comprar alimentos em locais pouco familiares. As áreas urbanas da Índia estão a tornar-se cada vez mais povoadas e caras. Há mais mulheres a entrar no mercado de trabalho e a passar períodos consideráveis de tempo a trabalhar ou a deslocar-se de e para o local de trabalho. Todas estas razões fazem com que os supermercados — e particularmente as vendas online — se tornem mais atraentes. Uma vez que as mulheres ainda são as principais responsáveis por abastecer as cozinhas e alimentar as famílias, serão os principais alvos de publicidade agressiva dos grandes supermercados, com a promessa de alimentos conhecidos, adequados, frescos e limpos, a preços mais baixos.

APOIAR AS PESSOAS, NÃO AS EMPRESAS

Até à data, existem poucos dados científicos fiáveis que corroborem a ideia de que o comércio retalhista de alimentos pelos grandes supermercados aumentará a segurança alimentar e a taxa de emprego. De um modo geral, a experiência mostra que os supermercados tendem a reestruturar a produção de alimentos e os mercados para atender à expansão das cadeias de valor mundiais e dos mercados internacionais. Na Índia, essa reestruturação vai prejudicar os mercados territoriais, fundamentais para a sobrevivência e o bem-estar da maioria da população, especialmente as mulheres.

O sofrimento nas regiões agrárias da Índia mostra poucos sinais de diminuição, uma vez que mulheres e homens agricultores e pescadores ainda enfrentam endividamento, usurpação de terras e recursos e uma ausência quase absoluta de políticas de apoio. Mais de 90% da mão-de-obra indiana realiza trabalho informal, sem um contrato escrito, segurança social, benefícios no local de trabalho e segurança no emprego. A agricultura é o setor que mais emprega de forma informal, seguida pela indústria, a construção e o comércio. Uma proporção significativa de trabalhadoras e trabalhadores do setor organizado trabalha de forma informal.¹⁸ Além disso, a utilização de contratos de trabalho temporários tem aumentado à medida que as empresas tentam reduzir custos e aumentar a competitividade.¹⁹

Os supermercados há muito promovem a agricultura sob contrato, na qual os agricultores têm pouco poder de negociação e não estão protegidos contra as oscilações do mercado, a volatilidade dos preços, falhas na produção e alterações nos planos empresariais. Na última década, têm aumentado os conflitos pelo controlo da terra e da água entre comunidades rurais, empresas e o governo nas suas atividades extractivistas e industriais e nos projetos de desenvolvimento. A aquisição de terras para a produção, a transformação e o armazenamento de alimentos irá agravar ainda mais estes conflitos. As fábricas de transformação e embalagem irão consumir a água e os recursos ambientais e criarão enormes quantidades de resíduos.

De facto, as grandes empresas de alimentos precisarão de mão-de-obra com diferentes graus de qualificação e incorporarão algumas das trabalhadoras e trabalhadores que perderem as suas terras, mas também obrigarão muitas lojas locais a fecharem as portas, colocando em risco a subsistência de milhões de pessoas e o seu acesso aos alimentos.²⁰ Os dados reunidos em vários processos do CSA atestam a importância da produção de alimentos em pequena escala e dos mercados territoriais no combate à fome e à pobreza e na promoção do direito à alimentação. Os mercados territoriais estão diretamente vinculados aos sistemas alimentares e às economias locais, nacionais e regionais por onde circulam processos de acréscimo de valor, beneficiando as pessoas que contribuem para a criação desse valor. O valor criado não é apenas financeiro, mas inclui, entre outros, a nutrição, a diversidade alimentar, o emprego, o intercâmbio de conhecimentos, o apoio social, a prestação de serviços e o empoderamento de mulheres e jovens.

Em vez de permitir que as empresas controlem os mercados de alimentos e as culturas alimentares, o governo da Índia deveria adotar políticas públicas para apoiar a produção de alimentos em pequena escala, as trabalhadoras e trabalhadores e os mercados territoriais.²¹ Tais medidas incluem políticas sobre preços, compra pública de alimentos, produção de alimentos seguros e nutritivos, crédito e infraestruturas

18 Por exemplo, a indústria do chá emprega 1,2 milhões de pessoas — das quais 70% são mulheres —, sendo o segundo maior empregador do setor organizado. Para mais informações sobre a situação destas trabalhadoras e trabalhadores, veja: Longley, Sue. “O preço da sua chávena de chá: Violações de direitos humanos nas plantações de chá da Índia”. *Observatório do direito à alimentação e à nutrição* (2016): 62-64. Disponível em: <http://www.righttofoodandnutrition.org/pt/node/137>.

19 Himanshu. “Is informal the new normal?”. *Livemint*, 22 de maio de 2017. Disponível em inglês em: www.livemint.com/Opinion/wbGafgoBnHwJPWHBZbPLI/Is-informal-the-new-normal.html.

20 Por exemplo, nos EUA, a Amazon paga salários abaixo da média, e muitas das suas trabalhadoras e trabalhadores não têm dinheiro para alimentar as suas famílias sem o apoio dos sistemas federais de segurança social. Brown, H. Claire. “One third of Amazon employees in Arizona need food stamps to feed themselves”. *The New Food Economy*, 19 de abril de 2018. Disponível em inglês em: newfoodeconomy.org/amazon-snap-employees-five-states/?utm_source=New+Food+Economy+Subscribers&utm_campaign=126745eb74-EMAIL_CAMPAIGN_2018_04_23&utm_medium=email&utm_term=0_75a28a0eaf126745eb74-511539777.

21 MSC. *Supra* nota 5.

22 Comité de Seguridad Alimentaria Mundial (CSA). *Recomendaciones Políticas, Vinculación de los pequeños productores con los mercados*. 2015. Disponível em espanhol em: <http://www.fao.org/3/a/bq853s.pdf>.

tura adequados, difusão de conhecimentos, capacitação etc.²² Na ausência destas políticas proativas, o controlo do comércio de alimentos pelos grandes supermercados aumentará as desigualdades em termos de rendimentos, riqueza, acesso aos alimentos e nutrição entre classes, géneros e áreas rurais e urbanas.



EM RESUMO

Com o crescimento da urbanização, novos estilos de vida e o comércio digital, a Índia torna-se um mercado cobiçado pelas grandes empresas de supermercados. No entanto, a maioria dos consumidores urbanos compra alimentos em lojas familiares locais, em feiras ou a vendedores ambulantes. As famílias mais pobres dependem de produtos básicos subsidiados pelo Sistema Público de Distribuição. Nas áreas rurais, as necessidades alimentares diárias são atendidas através de uma combinação de produção própria, recolha e comércio de alimentos em pequena escala. A importância deste comércio retalhista pode ser compreendida através do conceito de “mercados territoriais”, através dos quais é canalizada a maior parte dos alimentos consumidos no mundo.

Apesar de ser um dos maiores produtores mundiais de alimentos, a Índia tem a maior população subnutrida do planeta. A fome predomina em regiões onde as pessoas dependem da agricultura de subsistência e da recolha de alimentos, entre as populações urbanas destituídas e em zonas de conflito. As raparigas e mulheres sofrem mais com a fome e a destituição, por causa da discriminação sociocultural profundamente arraigada e de políticas desiguais em matéria de género. Nas famílias pobres, as mulheres muitas vezes são as últimas a comer e comem menos.

De um modo geral, a experiência mostra que os supermercados tendem a reestruturar a produção de alimentos e os mercados para atender à expansão das cadeias de valor mundiais e dos mercados internacionais. Na Índia, essa reestruturação aumentará as desigualdades em termos de rendimentos, acesso aos alimentos e nutrição entre classes sociais, géneros e áreas rurais e urbanas, prejudicando o direito humano à alimentação adequada.

Por outro lado, os mercados territoriais estão diretamente vinculados aos sistemas alimentares e às economias locais, nacionais e regionais, contribuindo positivamente para a nutrição, a diversidade alimentar, o emprego, o intercâmbio de conhecimentos, o apoio social, a prestação de serviços e o empoderamento de mulheres e jovens. Em vez de permitir que as empresas controlem os mercados de alimentos e influenciem as culturas alimentares, o governo da Índia deveria adotar políticas públicas para apoiar a produção de alimentos em pequena escala, as trabalhadoras e trabalhadores e as populações pobres (especialmente as mulheres), bem como reforçar os mercados territoriais, fundamentais para a sobrevivência e o bem-estar da maioria da população.



CONCEITOS PRINCIPAIS

- Os alimentos constituem a maior categoria de consumo do comércio retalhista na Índia, representando 60 a 65% do total de vendas a retalho do país, um setor muito cobiçado pelos grandes supermercados.
- Atualmente, mais de 85% do valor do comércio retalhista de alimentos na Índia vem do comércio localizado, sem a participação de grandes empresas, abrangido pelo conceito de mercados territoriais: mercados diversificados e flexíveis em termos de escala, organização e formalidade, cruciais para atender às necessidades alimentares.
- Apesar de ser um dos maiores produtores mundiais de alimentos, a Índia tem a maior população subnutrida do planeta. As raparigas e mulheres sofrem com a desigualdade de acesso a alimentos, cuidados de saúde, educação, trabalho remunerado e recursos, por causa da discriminação sociocultural profundamente arraigada e de políticas desiguais em matéria de género.
- De um modo geral, a experiência mostra que os supermercados tendem a reestruturar a produção de alimentos e os mercados para atender à expansão das cadeias de valor mundiais e dos mercados internacionais. Na Índia, essa reestruturação vai prejudicar os mercados territoriais, fundamentais para a sobrevivência e o bem-estar da maioria da população.
- Em vez de permitir que as empresas controlem os mercados de alimentos e as culturas alimentares, o governo da Índia deveria adotar políticas públicas para apoiar a produção de alimentos em pequena escala, as trabalhadoras e trabalhadores e os mercados territoriais, incluindo políticas sobre preços, compra pública de alimentos, produção de alimentos seguros e nutritivos, crédito e infraestrutura adequados, difusão de conhecimentos, capacitação etc.



PALAVRAS-CHAVE

- Comércio retalhista de alimentos
- Digitalização
- Mercados territoriais
- Supermercados