

**Ministerio da Agricultura, Pecuária e
Abastecimento – MAPA
Companhia Nacional de Abastecimento –
Conab
Diretoria de Gestões de Estoques – Diges
Superintendência de Programas
Institucionais e Sociais de Abastecimento
– Supab
PNUD/Conab BRA 03/034**

Trabalho resgatado da época do Sinac

Título:

**A Experiência Brasileira na
Operacionalização de Sacolões**

Autor:

Ivan Moreira da Silva

Data:

Junho de 1987

ÍNDICE

- 01. INTRODUÇÃO*
- 02. ANTECEDENTES E EVOLUÇÃO*
- 03. OBJETIVOS DO SACOLÕES*
- 04. JUSTIFICATIVAS*
- 05. SELEÇÃO DE COMERCIANTES*
- 06. LOCALIZAÇÃO DO SACOLÃO*
- 07. PRODUTOS OFERTADOS*
- 08. FORMAÇÃO DO PREÇO ÚNICO*
- 09. FUNCIONAMENTO DO SACOLÃO*
- 10. DIVULGAÇÃO E PROPAGANDA*
- 11. CONCLUSÃO*

- LAYOUT DE UM SACOLÃO
- BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

01. INTRODUÇÃO

O presente trabalho nos foi solicitado pela FAO, através do contrato de autor AC/RLAC/87/115.

Ao elaborá-lo, procuramos, principalmente no tópico intitulado “antecedentes e evolução”, descrever a trajetória dos Sacolões no Brasil, desde o seu início em 1971, via iniciativa privada no Estado de Minas Gerais, até os dias atuais, passando pelo momento em que o poder público brasileiro, via Centrais de Abastecimento, passou a adotá-los em 1982 como um programa do Sistema Nacional de Centrais de Abastecimento/Sinac.

Em seguida, nos demais tópicos, buscamos descrever as principais etapas necessárias para a montagem e funcionamento de um Sacolão, a partir da conjugação Ceasa/comerciante.

É importante salientar por último que, ao elaborar este trabalho, não foi nossa preocupação fazer um “tratado” sobre o assunto, mas tão somente nos guiamos pelo desejo de preparar um documento que servisse para intercambiar experiências, sempre acreditando que assim procedendo, as instituições e os países poderão cometer menos erros na hora de formular e implantar os seus programas e projetos.

02. ANTECEDENTES E EVOLUÇÃO

A par do avanço das grandes redes de supermercados no Brasil, a partir da década de 50 e da importância que ainda hoje ostenta os equipamentos tradicionais de distribuição varejista de alimentos como as feiras livres, mercados públicos, mercearias, empórios, quitandas, entre outros, no início dos anos 70 começou a despontar no país, mais precisamente no Estado de Minas Gerais, um

sistema de vendas que se não chegou a ser revolucionário, mas teve força suficiente para projetar-se por todo o território nacional.

Tal sistema de vendas, caracterizado principalmente pela negociação de uma “mix” de produtos por um preço único, veio a receber no Brasil a denominação de **Sacolão**.

Desta forma, os Sacolões, que tiveram o seu início por volta de 1971 em Minas Gerais, com especial avanço na região da Grande Belo Horizonte, a partir dos primeiros anos da década de 80 passaram a receber também do poder público, inclusive da administração das Centrais de Abastecimento, uma maior valorização e impulso em nível nacional, constituindo-se, assim, num programa de excelente aceitação popular.

Esta grande aceitação popular estava expressa no forte apelo de venda que contém os Sacolões, por se tratar de um sistema que sem sombra de dúvidas oferece aos consumidores algumas vantagens comparativas, tais como, preço e quantidade, podendo ser beneficiadas, além das populações dos grandes centros consumidores, também aquelas das periferias e de mais baixo poder aquisitivo.

Assim, com o passar do tempo, o crescimento dos equipamentos varejistas do tipo Sacolão se deu de uma maneira vertiginosa no Estado de Minas Gerais, existindo, atualmente, um número superior a 600 estabelecimentos. Destes, cerca de aproximadamente 400 estão localizados na Grande Belo Horizonte e atendem a uma população consumidora acima de 1.500.000 habitantes. Os demais estão espalhados por praticamente todas as cidades mineiras com população acima de 60.000 habitantes.

É importante chamar a atenção pra o fato de que os Sacolões são operacionalizados por um agente da própria iniciativa privada e que, no caso específico de Minas Gerais, inicialmente boa parte dos

agentes originou-se de ex-atacadistas da Ceasa/MG, que direcionaram a sua atuação daquele segmento para especialização no segmento varejista.

Para tanto, diversos comerciantes passaram a utilizar os seus espaços físicos naquela Central de Abastecimento muito mais como pontos de compra e desdobramento de mercadorias do que propriamente como áreas de venda.

Em parte, tal mudança ou especialização ocorreu, principalmente no tocante ao comércio das hortaliças, pela concorrência provocada pelos produtores do Setor Não Permanente da Ceasa/MG. Não se sentindo em condições de competir com os produtores, tais agentes atacadistas buscaram outras alternativas para permanecer no mercado, encontrando nos Sacolões o sistema de venda ideal para o desenvolvimento de suas atividades.

Contudo, somente com a “descoberta” daquela atividade pelo setor público brasileiro, no início da década de 80, foi que os Sacolões passaram a ter, principalmente, da parte das Ceasas, um maior reconhecimento de sua importância e apoio, chegando mesmo tais tipos de equipamentos a serem inseridos como um dos programas do Sistema Nacional de Centrais de Abastecimento/Sinac.

A partir de então, mais especificamente de julho de 1982, diversas Centrais de Abastecimento componentes do Sinac começaram, impelidas que foram também pela Cobal, na qualidade de gestora e acionista majoritária na maioria das Ceasas, a se interessar pelos Sacolões e a estimular a sua implantação por todos os Estados da Federação.

No segundo semestre daquele ano, portanto, sob a coordenação do Departamento de Centrais de Abastecimento da Cobal, foi providenciada uma visita de todos os dirigentes de Centrais de Abastecimento ao Sacolão, administrado pela Ceasa/RJ no

município de Niterói e, a partir daquela visita, o programa de Sacolões no Brasil tomou então caráter nacional.

Na verdade, as Centrais de Abastecimento brasileiras que não compravam e nem vendiam, como ainda hoje não o fazem, vieram a administrar e supervisionar o programa, cabendo a responsabilidade pela operacionalização dos Sacolões a comerciantes previamente selecionados de acordo com requisitos que serão abordados mais adiante.

Assim, pode-se concluir que a trajetória dos Sacolões no Brasil passou por dois marcos distintos, isto é, surgiram a partir de 1971 no Estado de Minas Gerais e sem nenhuma intervenção oficial, fortaleceram-se a ponto de ainda hoje serem co-responsáveis com os supermercados por cerca de 50 a 60% do comércio varejista de produtos hortigranjeiros na Grande Belo Horizonte. Por outro lado, a partir de 1982 e com a disseminação dos Sacolões por todo o território nacional, tem-se um outro marco caracterizado pela presença de organismos oficiais, principalmente as Centrais de Abastecimento que, embora não comercializassem, exerceram uma significativa influência na administração dos Sacolões. Esta participação das Ceasas brasileiras na administração dos Sacolões, se por um lado foi positiva por ensejar a expansão do programa num país com as dimensões do Brasil, além de fornecer todo tipo de assistência técnica possível, por outro, deixou também registrada aquela marca muito comum no setor público brasileiro, que é a emergência e falta de continuidade em programas desta natureza. Tanto se confirma esta evidência que até por volta de 1984/85 e início de 1986, eram administrados pelas Centrais de Abastecimento em torno de uns 60 a 70 Sacolões (com alguns sendo desativados e outros sendo implantados) e, atualmente, passada a fase de “euforia” do programa, este número não chega a 30 Sacolões. É bem verdade que também a iniciativa privada, levada pelo efeito-demonstração do

programa disseminado pelas Centrais de Abastecimento, encarregou-se de difundi-lo por todo o território nacional e a tendência atual é cada vez mais diminuir o papel do poder público, substituindo este por outros programas.

Sem embargo, outros fatores contribuíram para que os Sacolões não experimentassem no país como um todo, o mesmo crescimento e representatividade que obtiveram aqueles surgidos sem nenhuma participação oficial no Estado de Minas Gerais e mais especificamente na região da Grande Belo Horizonte. Sobre aqueles, diga-se de passagem, que ao invés de enfraquecimento e redução após um determinado período de apogeu, ao contrário, estão muito mais consolidados ainda, a ponto de em 1986, numa demonstração de união da categoria, ter sido criada a Associação Mineira dos Sacolões/Amisa, diante da necessidade de uma entidade para congregar e promover o interesse comum de uma classe em expansão.

A bem da verdade, a participação da Ceasa/MG na administração dos Sacolões do Estado é mínima e restringe-se a alguma assistência técnica, facilidades para aquisição de mercadorias em horários privilegiados, alertas quanto a qualidade dos produtos, necessidade dos comerciantes não se descuidarem dos preços, comportamento do consumidor etc.

Por outro lado, no tocante aos Sacolões administrados pelas demais Centrais de Abastecimento componentes do SINAC, o vínculo entre o comerciante e a administração central era bem maior (hoje já está mais afrouxado), a começar pela escolha do comerciante, que devia passar pelo “crivo” de uma seleção. Outro aspecto que de uma certa forma tirava a autonomia do comerciante, era aquele relacionado com o preço único por quilograma dos produtos que compunham a linha básica do Sacolão, o qual não podia ser determinado ao bel prazer do proprietário do estabelecimento. A

partir de uma planilha de custos e margens de comercialização de cada produto, o preço único era “negociado” com a administração das Ceasas para vigorar por um determinado período.

Além destes aspectos, que não devem ser tomados como definitivos para explicar o sucesso e continuidade dos Sacolões de Minas Gerais em relação à pouca duração dos demais Sacolões implantados no país, outros pontos precisam ser considerados, sobretudo em função das características e particularidades que marcam as principais cidades brasileiras.

Assim, afora o aspectos já abordados, é importante ressaltar que na Grande Belo Horizonte, onde, inclusive, a tradição das feiras livres quase que inexistiu, os Sacolões encontraram, via iniciativa privada, um campo fértil e propício para o seu surgimento e fortalecimento. Ademais, até mesmo por uma questão de sobrevivência no mercado, diversos atacadistas da Ceasa/MG, como já foi citado, foram impelidos a buscar novas alternativas de comércio, sobretudo em função da concorrência dos produtores do Setor Não Permanente.

Acrescente-se ainda que por volta de 1971 e até os dias atuais, as grandes redes de supermercados do Brasil estavam e ainda estão mais concentradas no eixo Rio de Janeiro/São Paulo, muito embora somente de alguns anos para esta data os supermercados vieram dar maior importância aos hortigranjeiros em suas lojas.

De outra arte, nas demais cidades brasileiras, principalmente nas de grande porte populacional como o Rio de Janeiro e São Paulo, outros tipos de equipamentos como os Varejões (especialmente na primeira) chegaram antes dos Sacolões e tiveram uma boa aceitação, inclusive pela própria semelhança operacional dos mesmos com as tradicionais feiras livres, que no Rio de Janeiro são muito importantes para a população consumidora local.

03. OBJETIVOS DOS SACOLÕES

Após um período de aproximadamente 10 anos, portanto, a partir de 1972, quando foi criado pelo Governo brasileiro (Decreto nº 70.502) o Sistema Nacional de Centrais de Abastecimento / Sinac, com o objetivo básico de implantação e consolidar os mercados atacadistas, também conhecidos como Ceasas, os dirigentes das Centrais de Abastecimento, após diversas experiências acumuladas com outros tipos de equipamentos e programas, como os Mercados do Produtor, Feiras Cobertas, Hortomercados, Varejões, entre outros, voltaram as suas atenções, por volta de 1982, para um outro tipo de programa que foi o dos Sacolões.

Não tem dúvida de que as preocupações da época com o segmento varejista de produtos hortigranjeiros partiam da constatação de que os varejistas tradicionais, notadamente os feirantes, quitandeiros, ambulantes e agentes dos mercados públicos, geralmente não conseguem desempenhar as suas funções comerciais com a eficiência necessária. Como consequência, tem-se o comprometimento do processo no segmento final de distribuição e, conseqüentemente, o abastecimento fica prejudicado, com reflexos que se configuram na redução dos níveis de consumo, notadamente por parte das populações mais carentes e de menores faixas de renda.

Foi, portanto, visando minimizar esta lacuna, que as Centrais de Abastecimento partiram para os Sacolões , tendo, entre outros, os seguintes objetivos básicos:

- Propiciar um novo canal de distribuição de produtos hortigranjeiros para as populações de menor poder aquisitivo e, conseqüentemente, elevar a disponibilidade nutricional diversificada àquelas populações, com base nos teores de

vitaminas e proteínas encontrados em larga escala nos produtos hortícolas;

- Propiciar a distribuição também de produtos hortigranjeiros com classificação não comercial, aumentando a renda dos produtores com a nova opção de escoamento desses produtos;
- Reduzir os custos operacionais nessa nova modalidade de venda a varejo, a preço único por quilograma, beneficiando sensivelmente o consumidor final;
- Modificar o hábito do consumidor, estimulando-o a adquirir outros produtos hortigranjeiros, inclusive aqueles fora da classificação oficial;
- Abastecer com produtos hortigranjeiros as populações residentes nas áreas periféricas dos grandes aglomerados urbanos;
- E, finalmente, criar com os Sacolões um novo referencial de preços em nível de varejo.

04. JUSTIFICATIVAS

Num país com as características do Brasil, pelo tamanho do seu território e da sua população, com algumas regiões sabidamente mais pobres do que outras, alto índice de urbanização das grandes metrópoles, com os inevitáveis problemas decorrentes, sobressaindo-se entre eles os do abastecimento, qualquer programa ou alternativa que venha melhorar a vida do consumidor não deve ser descartado.

Por isso, dadas as particularidades de estado ou região do país, os programas e iniciativas voltados para o abastecimento das

camadas da população de menores ingressos têm sido os mais diversificados possíveis.

Justifica-se qualquer esforço tanto hoje como por volta de 1982, quando as Centrais de Abastecimento partiram para a administração dos Sacolões, estimulando a sua implantação em todo o território nacional.

Justifica-se também porque os problemas não são passageiros. A mesma época difícil vivenciada pela população brasileira em 1982 persiste nos dias atuais e está diretamente ligada à questão do poder de compra do consumidor brasileiro. Neste particular, seria ledó engano creditar somente à classe baixa as dificuldades de consumo. Também a chamada classe média brasileira tem sentido nas últimas décadas uma perda substancial no seu poder aquisitivo. Daí, também ela estar buscando outras alternativas de consumo, mudando hábitos alimentares, substituindo produtos etc.

Assim, os Sacolões e demais equipamentos de varejo com a participação oficial, como os hortomercados, varejões e outros, quando bem administrados principalmente no sentido de reduzir preços, têm servido não somente às classes de menores ingressos, como também à própria classe média e são, portanto, plenamente justificáveis.

Afinal, além de funcionarem como qualquer equipamento clássico de distribuição final de alimentos, revestem-se também de uma importante função social.

05. SELEÇÃO DO COMERCIANTE

Para que os objetivos pretendidos sejam alcançados, é necessário que o agente comercial seja selecionado entre candidatos que possuam as seguintes características básicas:

- Tradição no ramo de venda de produtos hortigranjeiros;
- Estrutura organizacional adequada às grandes responsabilidades que recairão sobre o selecionado, que deverá adquirir e comercializar grandes lotes de produtos com agilidade e racionalização de custos;
- Gozar de bom conceito entre a comunidade comercial;
- Dispor de potencial de compras e liquidez junto aos seus fornecedores (produtos, atacadistas, cooperativas, etc.);
- E, entre outros requisitos, possuir tendência comprovada a aceitar as orientações emanadas das administrações das Centrais de Abastecimento.

Por outro lado, o candidato selecionado deve se comportar também a prestar informações reais sobre os preços de aquisição dos produtos, quantidades movimentadas, custos comerciais e outras que se façam necessárias para uma melhor avaliação do preço único e dos demais aspectos que envolvem o seu negócio.

Após a escolha do agente, é importante que seja assinado um termo de compromisso entre a CEASA e o comerciante, onde este último se compromete a atender as orientações recebidas, principalmente no que se refere aos seguintes aspectos:

- Fixação do preço único inicial e condições em que o mesmo deve ser alterado;
- Produtos a serem comercializados;

- Dias e horário de comercialização;
- E, outros aspectos gerais ligados ao “modus operandi” do Sacolão, tais como, compromisso quanto à qualidade dos produtos que não pode baixar, limpeza, vigilância etc.

É importante fazer ver ao comerciante que uma das chaves do seu sucesso está na obtenção de ganhos de escala. Portanto, comprar bem é fundamental. É indispensável que o comerciante tenha em mente este princípio elementar do comércio. Comprando bem em quantidades, pode-se negociar em cima de preços menores e vendendo volumes significativos podem-se obter maiores lucros, com preços unitários menores do que aqueles que seriam praticados se os volumes vendidos fossem menores.

Neste tipo de empreendimento, pelos objetivos que se pretende alcançar, é preciso ficar bem claro que não existe espaço para comerciantes inescrupulosos ou “aventureiros”.

06. LOCALIZAÇÃO DO SACOLÃO

A escolha do local onde o Sacolão deve funcionar constitui-se um dos pontos fundamentais para o seu sucesso.

Deve-se procurar buscar áreas densamente povoadas por populares de baixas e médias rendas, que não estejam sendo bem assistidos em termos de abastecimento alimentar. Assim, deve-se evitar locais próximos de outros equipamentos varejistas que atuem no mesmo ramo. Se possível, devem ser buscados ainda locais onde já existia algum tipo de comércio complementar, o qual, inclusive, pode ser contactado para oferecer promoções especiais nos dias de funcionamento do Sacolão, principalmente naqueles de maior movimento.

Ainda na escolha da localização do ponto, reveste-se da maior importância atentar também para áreas de estacionamento e outras complementares, como, por exemplo, para descarregamento de mercadorias.

07. PRODUTOS OFERTADOS

O número de produtos ofertados não pode ser um dado fixo. Vai depender muito do tamanho do Sacolão, época de produção (safra e entressafra), preços e assim por diante.

Todavia, alguns produtos são básicos e constituem o “carro chefe” do Sacolão. No caso destes produtos, o termo de compromisso com o comerciante deve, inclusive, estabelecer que os mesmos não podem faltar.

Na verdade, a arte de bem gerenciar o Sacolão já começa nesta hora. Assim, na definição da linha de produtos começa a ficar delineado o maior ou menor sucesso do empreendimento. É deste balanceamento, inclusive, que o comerciante partirá para a definição do preço único.

Portanto, o número de produtos não deverá ser muito grande porque isto implicará em maiores dificuldades de abastecimento próprio, riscos (inclusive, pelo próprio grau de perecibilidade dos produtos hortigranjeiros) e assim por diante.

Por outro lado, se o número de produtos for pequeno e também as quantidades ofertadas, corre-se o risco de comprometer os possíveis ganhos de escala, além de diminuir o interesse dos consumidores. Em geral, o consumidor não está disposto a fazer muitos deslocamentos para efetuar suas compras. Somente o fará mediante vantagens comparativas atraentes como, por exemplo, preço, qualidade, quantidade etc.

Por isso, para maior sucesso do Sacolão, é fundamental que haja outros produtos complementares. Estes produtos não devem fazer parte do preço único, mas devem compor a linha de oferta do Sacolão. São produtos como carnes, ovos, leite, doces, frutas nobres, salgados, massas, biscoitos, entre outros, que devem ficar em outro setor do Sacolão, de tal sorte que possam ser adquiridos pelo consumidor antes do seu ingresso no recinto do Sacolão propriamente dito ou então após a transposição dos “caixas” quando já feitas as primeiras compras.

Em linhas gerais, os Sacolões brasileiros têm funcionado com um número que varia entre 20 e 30 produtos. Diga-se de passagem, que também os produtos de época como manga, milho verde, tangerinas e outros podem e devem fazer parte do Sacolão.

Para efeito de uma classificação, podem-se estabelecer os seguintes grupos de produtos:

- **PRODUTOS BÁSICOS**, que não devem faltar no Sacolão, por serem altamente consumidos e que têm uma influência marcante na formação do preço único: batata, tomate, cebola, banana e laranja.
- **PRODUTOS COMPLEMENTARES**, que não devem faltar no Sacolão, mas que a escolha de um ou de outro deve sempre ser contrabalanceada com aspectos como o preço do dia, nível de oferta e demanda etc; cenoura, pimentão, repolho, beterraba, pepino, alface, quiabo, abobrinha, abóbora, mandioca, chuchu, batata doce, inhame, vagem, berinjela, couve-flor, melancia, abacaxi, mamão, abacate, limão, entre outros.

08. FORMAÇÃO DO PREÇO ÚNICO

Para a formação do preço único, deve-se efetuar um acompanhamento pormenorizado das informações sobre os preços praticados no mercado atacadista, verificando as suas oscilações, bem como as suas tendências, principalmente para o grupo de produtos considerados básicos para o consumo da população e que exercem influência preponderante na formação do preço único.

Feito isso, deve-se procurar determinar um teto ideal para o comerciante e para o consumidor na faixa de renda que se pretende atingir. Ato contínuo e levando-se em consideração o preço do produto no atacado e a quantidade média adquirida desses produtos por família, será feita a ponderação das quantidades de compras médias por família pelos preços dos produtos, alcançando assim um preço médio, que será o preço único por quilo da “mix” de produtos a ser ofertada.

Claro está que, sobretudo num país com altas taxas inflacionárias como o Brasil, o preço único deve vigorar por um determinado período. Por outro lado, deve ficar igualmente claro que procurar mudar constantemente o preço único não é uma boa política, uma vez que tal atitude poderá comprometer perante os consumidores a credibilidade do Sacolão.

Assim, é fundamental que ao estabelecer um preço único pra vigorar por um determinado período, tenha-se em conta com a maior segurança possível, informações sobre épocas de safra e entressafra, procedência dos produtos, tendências dos preços, índices de variação estacional (se possível uma série histórica) e assim por diante.

Outro detalhe importante muito comum nos Sacolões refere-se ao fato de poder ter produtos básicos, portanto, que não podem faltar nos Sacolões e que em determinadas épocas possam estar em alta,

às vezes com preços bem acima do preço único. Neste caso, se de tudo não for possível trabalhar com a mercadoria, é recomendável que a substitua por uma outra não muito distante (por exemplo, batata por mandioca) e que seja dado conhecimento ao público consumidor. Ou então, para que o produto não deixe de existir ou para evitar que somente ele seja adquirido pelo consumidor (ou até mesmo por varejistas da praça), que seja o seu preço alterado para valores acima do preço único ou então que sejam estabelecidas cotas limites do produto para cada consumidor.

09. FUNCIONAMENTO DO SACOLÃO

O funcionamento de um Sacolão vai depender muito do tipo de prédio. Se for um prédio reaproveitado e, portanto, não oriundo de um projeto específico, as alternativas para o fluxo de entrada e saída dos consumidores poderão ser as mais variadas. Assim, é possível de se ter um prédio com frente e fundo em formato retangular e neste caso os consumidores podem entrar pela frente ou pelos fundos e sair pela outra extremidade. Outra situação pode ser no sentido de se dispor de uma edificação com acesso somente pela frente, o que fatalmente forçará o estabelecimento de um fluxo de consumidores na forma “U”, isto é, a entrada e saída se darão pelo mesmo acesso. Outra hipótese pode ser aquela de se ter um prédio com frente e fundo ou somente uma das situações, mas com acessos laterais. Neste caso, os pontos de entrada e saída dos consumidores vão depender de outros fatores e neste caso deve-se buscar aquelas alternativas que assegurem ao Sacolão uma maior funcionalidade.

De qualquer forma, seja qual for o tipo de prédio ou projeto, é indispensável para o Sacolão a existência de pontos de entrada e saída. Assim, logo na entrada, o consumidor que não tiver levado a sua sacola pode adquiri-la ali mesmo e, em seguida, após a seleção

dos produtos, numa ou mais balanças instaladas na saída é feita à conferência, pesagem e o pagamento que será igual ao número de quilos multiplicado pelo preço único.

Em geral, dependendo do tipo de espaço disponível, é importante que algumas bancas ou tabuleiros sejam expostas pelo vão central e as demais nas laterais.

Assim, os produtos expostos na área central devem ser aqueles cuja reposição é efetuada com maior freqüência, como a laranja e a batata.

Produtos como a banana e o tomate, por serem mais perecíveis e suscetíveis a estragos, devem ficar em pontos menos estratégicos, a fim de evitar o constante manuseio por parte dos consumidores. Geralmente, estes produtos requerem repositores mais especializados.

Desta forma, é fundamental para o funcionamento dos Sacolões a existência de áreas para depósito. Além disso, os pontos de depósito devem ser localizados de tal maneira que facilite a reposição de mercadorias nas bancas ou tabuleiros durante o horário de vendas.

Esta exposição de mercadorias a granel e por um preço único, faz com que o consumidor se preocupe mais com o produto do que com o preço e ao mesmo tempo se sinta estimulado a uma diversificação na sua dieta alimentar básica, além de transmitir-lhe uma certa idéia de quantidade, a qual, certamente, seria menor se as suas compras estivessem sendo feitas em um supermercado.

Não seria desnecessário acrescentar ainda que num Sacolão é indispensável à existência de sanitários masculinos e femininos, áreas especiais para a administração, para serviços de som (voltados para avisos, músicas ambientes etc) e para a guarda de material de limpeza.

10. DIVULGAÇÃO E PROPAGANDA

O início das atividades de um Sacolão deve ser precedido de uma ampla divulgação. Para tanto, é importante que se confeccione faixas alusivas, distribuindo-as em pontos estratégicos.

Devem também ser tomadas medidas de impacto, através de veículos de divulgação (rádio, imprensa e televisão) e, até mesmo, se possível for, utilizar alto falantes disseminados pelos bairros periféricos.

Por outro lado, é importante também, após o início das atividades, que não se descuide desta iniciativa, por ser a divulgação e propaganda ferramentas importantíssimas para o sucesso da atividade.

Inclusive, é muito importante estar sempre atento para aquelas iniciativas que podem parecer pequenas, mas que contribuem bastante para firmar o Sacolão, tais como, distribuição de prospectos alusivos a datas especiais, folhetos contendo receitas culinárias e assim por diante.

11. CONCLUSÃO

A busca de melhoria das condições de vida das populações, principalmente daquelas camadas menores ingressos, deve ser uma constante prioritária dos governos.

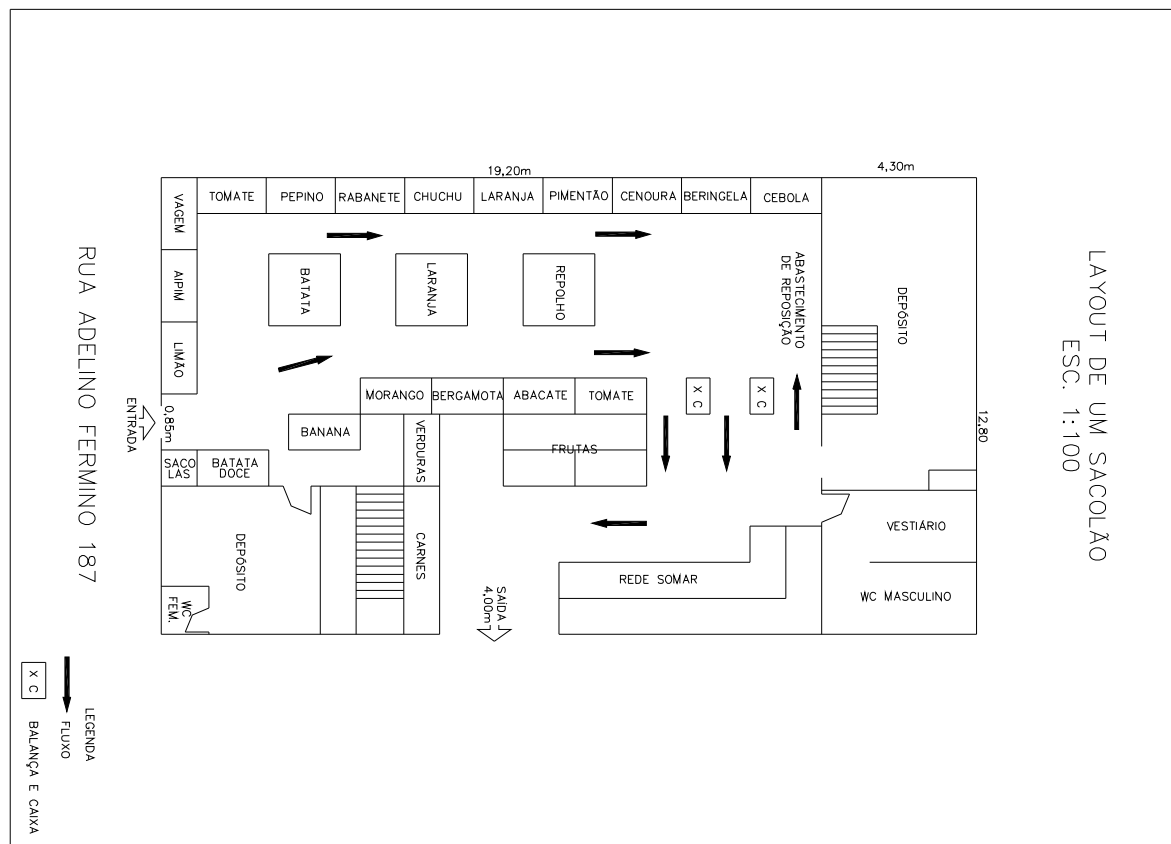
Neste sentido, instituições como a *Conab* e *Ceasas* e inúmeras outras ligadas aos governos estaduais e municipais têm desenvolvido no Brasil uma gama diversificada de programas e projetos, objetivando fazer chegar à mesa do consumidor brasileiro alimentos da melhor qualidade, a preços acessíveis.

Todavia, este é um campo que não se extingue. Muito, mas muito mesmo, ainda tem que ser feito no Brasil, onde a situação alimentar do seu povo tem se agravado nas últimas décadas, sobretudo em função da parcela cada vez maior da remuneração do trabalhador (leia-se também consumidor) que é despendida com alimentos e do custo da cesta básica que, por seu turno, tem aumentado consideravelmente em relação ao salário mínimo, que ainda é percebido por grande parte da população brasileira.

Assim, tanto este como qualquer outro programa que venha para melhorar as condições de vida da população, através de uma política de preços diferenciados, constitui-se uma medida social de suma relevância no contexto do abastecimento nacional.

Afora isso, o Sacolão é um tipo de equipamento varejista que, além de representar uma iniciativa que oferece inúmeros benefícios às camadas populacionais mais pobres, não exige maiores investimentos do poder público e nem mesmo por parte do comerciante que o operacionaliza, sem contar que o seu gerenciamento e/ou funcionamento não depende de uma estrutura organizacional de grande porte.

LAYOUT DE UMA SACOLÃO PARA CAXIAS DO SUL/RS



BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

- SILVA, Ivan Moreira – Informações Gerais sobre o Funcionamento do Sacolão da Ceasa/RJ – julho/1982
- CEASA/RJ – Projeto Sacolão – julho/1982
- COBAL/DECEN – Sacolão de Hortigranjeiros em Caxias do Sul/RS – abril/1983
- CEASA/RS – Estudo de Viabilidade: Sacolões Hortigranjeiros na Grande Porto Alegre – julho/1983
- CEASA/RS – SACOLÃO: Objetivos, Normas e Funcionamento – julho/1984
- CEASA/DF – Sacolão Móvel de Hortigranjeiros – setembro/1984
- ASSOCIAÇÃO MINEIRA DE SACOLÕES/Amisa – Notas Diversas do seu Boletim Informativo – maio/1987