

assaíbons negócios

assai.com.br

Especial OLIMPIADAS

Dicas e estratégias para aproveitar o fluxo de turistas que chegará ao Brasil durante os jogos

VISÃO DE MERCADO

Aprenda técnicas para promover seus produtos e serviços nas redes sociais

Sucesso

GARANTIDO

No mercado de salgados congelados, a oportunidade para as pequenas empresas está em inovar nos pratos e nos sabores



DISTRIBUIÇÃO DIRIGIDA / VENDA PROIBIDA



O sorvete que o não pode faltar



consumidor ama* na sua loja!



* Top of Mind 2015.

Imagens meramente ilustrativas.



KIBON®

Nosso muito obrigado **EM ATACADO!**

— 2016 —

o melhor de
sãopaulo
SERVIÇOS

— **Datafolha** —
INSTITUTO DE PESQUISAS



ATACADISTA
DESDE 1974

Sempre o melhor negócio.



assaai.com.br



[assaiaatacadistaoficial](#)



[assaioficial](#)



[assaioficial](#)



[Assaí Atacadista - GPA](#)

EDITORIAL



A força DO TRABALHO

De norte a sul do país o que não falta aos brasileiros é criatividade e muita vontade de trabalhar. Destas qualidades, tão robustas e latentes em nossos muitos empreendedores, muitas oportunidades são abraçadas e transformadas em grandes negócios. Crescer, ter sucesso e conquistar bons resultados são desejos de todo empresário, mas apenas aqueles que aliam esses desejos ao planejamento e a uma boa gestão é que conseguem, de fato, atingir êxito.

Pensando nisso, nesta edição da **Revista Assaí Bons Negócios** preparamos um conteúdo que mescla um pouco desses temas, na expectativa de levar até você cada vez mais conhecimento e ferramentas para alcançar o sucesso. Destacamos logo na capa o mercado de congelados, forte na produção industrial, mas que também tem uma curva ascendente entre os pequenos e médios empresários. Essa forma de conservação do alimento, que deixa o momento da refeição mais ágil, é que levou um empresário de Maringá a colher bons frutos na linha de salgados.

Falamos também de Olimpíadas, esse evento mundial que inspira a todos com grandes exemplos de superação. No lado dos negócios, é também um momento de atração de turistas em todas as partes do país. Por isso, trazemos uma reportagem com dicas de como seu estabelecimento pode aproveitar esse fluxo, assim como também é importante estar atento às datas comemorativas, como o Dia dos Pais, mais um tema que abordamos nesta edição.

E, para lhe inspirar a seguir adiante, mesmo em tempos de economia retraída, confira a disposição de um empresário cearense que conquistou os cariocas com um prato clássico da culinária nordestina. Para ele, a crise passa longe.

Não deixe de conferir também as notícias da rede Assaí e os outros assuntos que trazemos nas próximas páginas.

Ótima leitura!

Belmiro Gomes
Presidente do Assaí



Baixe gratuitamente
o aplicativo da revista
Assaí Bons Negócios

 /assaiaatacadistaoficial

 /assaioficial

 /assaioficial

 Assaí Atacadista - GPA

EXPEDIENTE

CONSELHO EDITORIAL ASSAÍ ATACADISTA Presidente do Assaí Belmiro Gomes **Diretor Comercial** Wlamir dos Anjos **Gerente de Marketing** Marly Yamamoto Lopes **Supervisão e Coordenação da Revista** Cristiane Costa e Tatiana Francisquini **MEGAMÍDIA GROUP** Presidente Celso A. Hey **MEGAMÍDIA EDITORA** Coordenação Geral Natu Marques MTB 8763 **Coordenação** Juliana Fernandes **Design** Maurício Ribeiro **Edição de arte** Suellen Cristina Winter **Colaboradores da edição** (texto) Bruno Zanona, Fernando Torres, João Guilherme Frey e Letícia Murta (foto) Diogenes Vieira e Fabio Dias **Revisão** Rodrigo Castelo **PUBLICIDADE** Gerente Comercial Fernanda Fadel Hey - fernandahey@megamidia.com.br **Representante Comercial** Lucas Rispoli - comercialassaí@megamidia.com.br **Atendimento Publicitário** Carolyne Bruce **Projeto Editado por MegaMídia Group** Dúvidas e Sugestões (41) 2106-8576 / revista@megamidia.com.br - Rua Brigadeiro Franco, 3991 - Rebouças - Curitiba-PR CEP 80.220-100 - Fone: (41) 2106-8500 - megamidia.com.br / Impressão Serzegräf - Distribuição Dirigida - Venda Proibida



assaibons
negócios



10 ASSAÍ NA INTERNET

Confira o que foi destaque no Blog Assaí Bons Negócios

12 ASSAÍ MAIS

As principais ações e os projetos do Assaí em todo o país

14 ESPECIAL DIA DOS PAIS

Dicas para aumentar o faturamento no Dia dos Pais

24 INSTITUCIONAL

Saiba como as lojas do Assaí no Nordeste se preparam para atender os clientes durante o período de festas de São João



18

▲ **MEU NEGÓCIO, MINHA HISTÓRIA**

Em Maringá, restaurante e pizzaria com mais de três décadas de mercado não para de inovar

FOTOS: © FABIO DIAS

38

◀ **RUMO CERTO**

O mercado de salgados congelados que contabiliza lucros



28 ESPECIAL OLIMPIADAS

Como aproveitar o fluxo de turistas no país e não pecar no atendimento

34 VISÃO DE MERCADO

As redes sociais são excelentes canais de promoção. Confira algumas dicas de como usar a ferramenta

ESCOLHA PIRELLI E ASSUMA O CONTROLE.



● P ZERO™ SOFT



● P ZERO™ MO

**PNEUS DIFERENTES, A MESMA TECNOLOGIA.
ESCOLHIDOS PELA FORMULA 1® E PELAS
MELHORES MONTADORAS. SIGA O EXEMPLO DELAS.**



POTÊNCIA NÃO É NADA SEM CONTROLE

The F1 FORMULA 1 logo, F1, FORMULA 1, FIA FORMULA ONE WORLD CHAMPIONSHIP, GRAND PRIX and related marks are trade marks of Formula One Licensing B.V., a Formula One Group Company. All rights reserved.

46 PALAVRA DE ESPECIALISTA

Consultor em gestão gastronômica fala sobre como pequenos negócios podem se profissionalizar

50 EM TEMPO

Imprescindíveis na cozinha, as máquinas e os utensílios interferem e contribuem para a produtividade dos negócios

52



ESPECIAL ▶

Entenda porque o churrasquinho é uma ótima opção de negócio a custo baixo

56



◀ **ASSAÍ ACONTECE**

Dicas dos melhores especialistas em economia: os clientes do Assaí

60 VIDA SUSTENTÁVEL

Veja como a gestão sustentável é possível também nos pequenos negócios

66 FOOD SERVICE

Novidades e lançamentos do setor

70 CAPACITAÇÃO

Cursos e iniciativas para aprender e se manter atualizado com o mercado

PRESUNTO SABOROSO É AURORA


a hora mais gostosa do dia



Presunto Aurora é feito somente com pernil suíno, ingredientes selecionados e o mais alto padrão de qualidade. Experimente. Com ele tudo fica mais gostoso.



INFORMAÇÃO

Acompanhe no **Blog Assaí Bons Negócios** valiosas dicas para a sua empresa. Trata-se de um conteúdo exclusivo, desenvolvido diretamente para você, com dicas de especialistas, melhores práticas e receitas para atender às demandas de seu estabelecimento. Confira abaixo alguns dos assuntos mais lidos em abril e maio.



Como organizar a **GELADEIRA**

Manter a geladeira organizada nem sempre é uma missão simples, mas quando se consegue, facilita muito o dia a dia de quem cozinha, seja em casa ou em um negócio.

bit.ly/assa_organizarageladeira



Conheça o **SNAPCHAT**

A novidade que já conquistou grande parte dos jovens é o Snapchat, um aplicativo de vídeos curtos – até dez segundos – em que o usuário posta pequenas histórias. Elas ficam disponíveis durante 24 horas para os seus seguidores.

bit.ly/assai_snapchat



Banoffi

Banana, doce de leite e chantilly juntos, tem como dar errado? Aprenda a fazer essa deliciosa torta Banoffi e deixe a sua vitrine de doces ainda mais irresistível. Confira a receita na íntegra:

bit.ly/assai_banoffi

LEIA

Acesse o site www.assai.com.br/blog e confira outros assuntos.



Posicione seu smartphone sobre o QR Code para acessar o site do Assaí.



REDES SOCIAIS



twitter.com/assaioficial



youtube.com/assaioficial



facebook.com/assaiatacadistaoficial

Quer dicas rápidas sobre seu negócio, além de notícias e novidades sobre o Assaí? Então curta a página da rede no Facebook, no Twitter e no YouTube:



REVISTA DIGITAL

Com apenas um clique, é possível acessar o conteúdo da **Revista Assaí Bons Negócios** em seu tablet ou smartphone. Basta baixar o app no aparelho. Na versão digital, você ainda confere conteúdos extras e interativos, entre vídeos, áudios e galerias de imagens. O aplicativo é gratuito e está disponível para sistemas Android e iOS.



Basta digitar **Assaí Bons Negócios** num dos aplicativos e fazer o download da revista



*Se é especial,
merece Therezópolis.*



www.cervejatherezopolis.com.br

[cervejatherezopolis](https://www.facebook.com/cervejatherezopolis)

[@cervejatherezopolis](https://www.instagram.com/cervejatherezopolis)

Cerveja Especial
Therezópolis

DESTAQUE na mídia



O ano de 2016 começou com grande destaque para o Assaí Atacadista em São Paulo. A Rede, que possui 51 unidades no estado, foi premiada em pesquisas de dois importantes veículos de comunicação: O jornal Folha de São Paulo e a revista Veja SP.

A pesquisa da Folha de São Paulo contou com a parceria do Instituto Datafolha, que entrevistou consumidores da classe AB na região. Esta é a primeira pesquisa sobre imagem de excelência de marcas e serviços já realizada na capital, na percepção de quem consome. O Assaí foi premiado na categoria Atacadista, uma entre as 35 categorias de serviços avaliadas. Os resultados completos foram divulgados na segunda edição

do Melhor de São Paulo: marcas e serviços, que foi publicada em maio.

O Assaí também foi campeão na pesquisa de preços realizada pela revista Veja SP. A reportagem pesquisou, entre os dias 11 e 13 de abril, o valor de 28 produtos, divididos em alimentação, limpeza e higiene pessoal, nas maiores unidades de onze redes da capital, sendo seis atacados de autosserviço e cinco hipermercados. No levantamento, o Assaí apresentou oito itens mais baratos na cotação de preços em relação às outras redes pesquisadas. A revista revelou ainda que 14 artigos da lista são pelo menos 25% mais baratos no Assaí em comparação com os hipermercados.



Cursos SINDIPAN

A Escola Móvel do Sindicato da Indústria de Panificação e Confeitaria de São Paulo (SINDIPAN) segue levando conhecimento para milhares de pessoas pelo estado, nos estacionamento das lojas Assaí, com o objetivo de capacitar os empreendedores. São ofertados cursos nos segmentos de culinária, panificação e confeitaria, que têm como objetivo contribuir com informações sobre novos produtos e técnicas de produção, desenvolvimento de mão de obra e melhorias no faturamento das empresas do setor. Confira as próximas datas de ação da escola nas lojas Assaí e aproveite mais essa iniciativa!

Junho

Loja Assaí Vila Sônia
Av. Professor Francisco Morato, 4367
Tel: (11) 3411-5550

Agosto

Loja Assaí Taboão da Serra
Av. Felício Barutti, 3040
Tel: (11) 4771-0606

Óleos Especiais Liza. A Marca TOP OF MIND dos consumidores.

COMPHOR DESIGN



Marca preferida
das consumidoras

fonte: U&A ipsos 2012



Líder de vendas
com 33% de
market share

fonte: Nielsen Mov16/JF



Linha completa
de produtos



Giro e rentabilidade
para a sua
gôndola

Comer bem deixa você bem



Visite www.liza.com.br



O DIA É TODO *deles*

Saiba como se preparar para colher bons resultados no Dia dos Pais

O DIA DOS PAIS ESTÁ ENTRE OS CINCO PRINCIPAIS FATURAMENTOS DO ANO, DE ACORDO COM O SEBRAE E, EM 2016, SERÁ COMEMORADO NO DIA 14 DE AGOSTO. A CADA DATA SAZONAL, O COMÉRCIO DEVE SE PREPARAR PARA MELHORAR AS VENDAS E AUMENTAR O FLUXO NOS ESTABELECIMENTOS. É PRECISO PLANEJAR O QUE OFERTAR E SÃO NECESSÁRIOS AJUSTES NA PRODUÇÃO E, CONSEQUENTEMENTE, NOS ESTOQUES PARA OBTER BONS RESULTADOS.

Olegário Araújo, especialista em consumo, afirma que “a primeira coisa a se fazer é trabalhar toda a operação comercial e se preparar com antecedência. O mais importante é o planejamento”. Muitos perdem vendas por não estarem devidamente preparados para essas datas. O maior risco está em deixar para a última hora a definição de que produtos comprar, efetivar a negociação e definir os itens que serão trabalhados. Assim, quando chega a hora, quem não se planejou não consegue extrair todo o potencial possível.

No ano passado, uma pesquisa encomendada pelo MercadoLivre em parceria com a NetQuest ouviu 1.150 pessoas sobre o Dia dos Pais. Nela, 10% dos pais entrevistados afirmaram que gostariam de ganhar como presente na data um café da manhã, um almoço ou um jantar especial na companhia dos filhos. Portanto, os bares e restaurantes fazem parte de um dos setores mais otimistas e devem colher bons resultados.

Com base na movimentação de anos anteriores, o diretor executivo da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL) do Paraná, Luciano Bartolomeu, aposta num aumento de 10% no fluxo de consumidores. “Estas celebrações são culturalmente importantes e, quando não é possível presentear, reunir a família durante um almoço ou um jantar é uma excelente opção”, afirma.

Assim, é preciso promover ações e campanhas para atrair o consumidor. “Alguns apostam em descontos no vinho ou na sobre-mesa, outros em pratos especiais, o importante é cativar o consumidor e garantir esta demanda”, destaca Bartolomeu.

Para garantir boas vendas no período é importante oferecer produtos que tragam em sua essência o carinho que os filhos desejam transmitir aos seus pais. Um prato diferente, mais voltado aos homens, com boas opções de carnes, por exemplo. O principal conselho para os que têm pouca experiência é estudar o histórico das vendas dos anos anteriores, assim são evitadas as faltas e os excessos. Na semana que antecede o dia 14, os estabelecimentos devem se preparar para o fluxo de clientes que, com certeza,

será maior. É preciso trabalhar com um número maior de auxiliares em todos os setores. Além disso, abrir a oportunidade de reservas e encomendas pode ajudar a controlar o movimento e dar uma ideia do que a data trará.

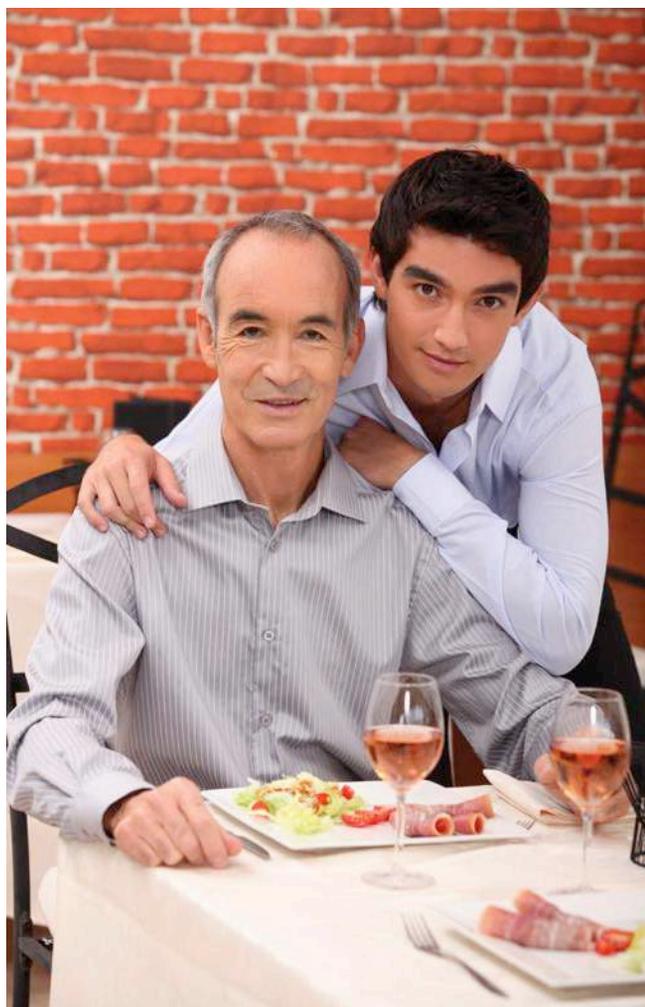
ATENÇÃO AO ATENDIMENTO

Para que um negócio alimentício funcione bem em datas festivas é preciso garantir que o quadro de funcionários esteja completo, evitando as sobrecargas de funções e, por consequência, os atrasos nos serviços. Deve-se preparar os funcionários para que cheguem no horário e é válido deixar uma equipe de sobreaviso para algum imprevisto.

Além de garantir que a equipe esteja completa, certifique-se de que seus melhores e mais confiáveis colaboradores estarão em atividade. É preciso contar com uma equipe treinada, preparada e em sintonia para lidar com a clientela exigente e com a demanda aumentada.

O Dia dos Pais também é sinônimo de enormes filas em todos os varejos de alimentos. Por isso, a satisfação do cliente deve ser garantida desde a sua chegada ao local. Tenha gerentes educados e atenciosos e, se possível, ofereça mimos que consigam manter seus clientes na fila para evitar que migrem para outros locais: bebidas e petiscos de cortesia, local confortável para sentar e música ao vivo ou ambiente na área de espera podem ser boas opções.

Garanta o local sempre limpo, uniformes impecáveis, mesas organizadas e a manutenção do bem-estar dos clientes. Flores ou velas no centro das mesas também são boas opções. Lembre-se de que o que for realizado de diferente neste ano, serve sempre como aprendizado para o ano seguinte. >>



O Dia dos Pais também é sinônimo de enormes filas em todos os varejos de alimentos. Por isso, a satisfação do cliente deve ser garantida desde a sua chegada ao local

TRABALHE A DIVULGAÇÃO

Apesar das previsões ruins da economia, defendida pelos especialistas, a perspectiva é positiva e as vendas devem ao menos empatar com o mesmo período do ano passado. Para isso, deve-se apostar na divulgação das promoções e do cardápio diferenciado por meio de Facebook, site, telefone, WhatsApp e, se houver verba destinada a isso, em anúncios na mídia. Com certeza ajudará a dar visibilidade ao negócio.

Intensifique as estratégias de marketing e o atendimento diferenciado. Além disso, negocie preços melhores com seus fornecedores. Assim será possível investir em promoções, ofertar brindes aos pais e realizar ações que envolvam os clientes no domingo especial.

Garanta o local sempre limpo, uniformes impecáveis, mesas organizadas e a manutenção do bem-estar dos clientes. Flores ou velas no centro das mesas também são boas opções



TENHA PRODUTOS PROAUTO NA SUA GONDÔLA, GARANTIA DE GIRO E LUCRATIVIDADE.

NÃO É À TOA QUE SOMOS O LÍDER NA CATEGORIA AUTOMOTIVA.



[f /windautoproauto](#)
[@proauto_oficial](#)
[/Proauto Oficial](#)
proauto.com.br





FOTOS: SHUTTERSTOCK

O ideal é oferecer um atendimento diferenciado e a qualidade dos serviços é o que pode destacar seu estabelecimento da concorrência. Nas datas sazonais, em que o consumidor busca criar uma experiência diferente para os seus homenageados, é a hora de encantar os clientes e mostrar que o seu negócio e os seus colaboradores podem ajudá-los. Isso contribui para a fidelização e faz com que o cliente lembre-se de você em situações futuras.

Não se esqueça de que depois do Dia dos Pais vem o Dia das Crianças. Logo depois, o Natal. Então, não pense só no curto prazo, essa é a hora de trabalhar o relacionamento com seus clientes! 🍷

An advertisement for Supremo Fondue de Queijo. The background is a bright yellow. A woman with long dark hair, wearing a blue and white patterned sweater, is smiling broadly and holding a fork with a piece of cheese. In the foreground, there is a wooden table with several slices of bread and a small pot of melted cheese. A box of 'Fondue de Queijo Supremo' is prominently displayed. The box is white with green and red accents and features the Supremo logo. Text on the box includes 'Fondue de Queijo', 'Pronta para Consumo', '1934', 'Fondue SUPREMO', 'Indústria Brasileira', 'contém emmental e gruyère', and 'Peso Líquido 400g'. A large, stylized text overlay on the right side of the image reads 'Há 90 anos PRODUZINDO QUALIDADE!'. In the bottom left corner, there is a circular logo with a laurel wreath border that says '90 ANOS SUPREMO Queijos Especiais'. On the far left, the website address 'www.laticiosburtis.com.br' is written vertically.

www.laticiosburtis.com.br

Há 90 anos
PRODUZINDO
QUALIDADE!



TRADIÇÃO em Maringá

Inaugurado em 1979, o Casarão da XV Restaurante e Pizzaria preza pela constante inovação de pratos e cardápios para agradecer a clientela



Rafael Friedrich é filho do fundador do Casarão da XV, segunda geração a comandar a casa

LOCALIZADO NA XV DE NOVEMBRO, UMA DAS AVENIDAS MAIS IMPORTANTES DE MARINGÁ, O CASARÃO DA XV RESTAURANTE E PIZZARIA JÁ FAZ PARTE DOS NEGÓCIOS DA FAMÍLIA FRIEDRICH HÁ DUAS GERAÇÕES. SUA INAUGURAÇÃO FOI EM JANEIRO DE 1979, COM VARIADO CARDÁPIO DE PIZZAS E PRATOS À LA CARTE, PREPARADOS COM INGREDIENTES DE PRIMEIRA LINHA.

De acordo com Rafael Friedrich, no início das operações, ainda sob a coordenação de seu pai, Renato, o Casarão da XV servia também rodízio de carnes, serviço que perdurou por cerca de 10 anos. Atualmente, ficaram apenas as opções à la carte, incluindo pratos com peixe, massas, carnes e saladas.

O ambiente, que atende 200 pessoas para o jantar, de segunda a sábado, também abre aos domingos para o almoço. Na decoração das paredes, um arquivo fotográfico mostra a trajetória da cidade e do restaurante. Rafael destaca que o serviço de delivery é um grande diferencial da casa. “Entregamos todo o nosso cardápio à la carte, sem exceção, em qualquer lugar de Maringá, com bastante agilidade.

Todos os pratos, mesmo os que contemplam salmão ou bacalhau, por exemplo, são preparados na hora e entregues em domicílio”, ressalta.

O serviço de entrega, segundo Rafael, é responsável por grande parte dos pedidos. “Muitas vezes, as pessoas estão cansadas para sair de casa, mas querem comer uma boa refeição. Por isso recorrem ao delivery”, explica.

Mesmo depois de 37 anos de sucesso no mercado de Maringá, Rafael adota uma administração moderna e preza por inovar periodicamente o cardápio, procurando atender às demandas atuais de seus clientes. “Periodicamente, chamamos o chef Alexandre Brassanelli, renomado chef de cozinha e professor de >>





“Buscamos sempre acompanhar as tendências. Para atender os clientes que têm restrições alimentares lançamos a pizza 100% integral e sem lactose”

Rafael Friedrich, proprietário do
Restaurante e Pizzaria Casarão
da XV

gastronomia em Curitiba, para prestar consultoria aqui. Ele nos ajuda a desenvolver pratos novos e com diferentes conceitos”, conta.

No último ano, o Casarão da XV lançou pratos em versão econômica e criou outros com conceito saudável, com menor adição de gordura, por exemplo. “Buscamos sempre acompanhar as tendências. Para atender os clientes que têm restrições alimentares lançamos a pizza 100% integral e sem lactose”, destaca Rafael.

Entre os pratos mais pedidos da casa estão a Picanha à Moda, que é grelhada em churrasqueira de brasa e servida com acompanhamentos. Em seguida vem o Pintado na Telha. O peixe é cozido com molho e temperos e servido com arroz, batata soute e pirão.

Para garantir o atendimento sempre cortês aos seus clientes, o Casarão da XV conta com uma equipe de 35 funcionários, sendo 11 deles dedicados apenas às entregas do delivery. Para quem opta por aprovei-



tar o ambiente, alguns serviços especiais completam a experiência, a começar pela longa carta de vinhos. São 83 rótulos, entre importados e nacionais, que podem ser escolhidos diretamente da adega.

Para atender as famílias, há também um espaço reservado para as crianças, que conta com uma monitora para acompanhar e coordenar as brincadeiras, enquanto os pais aproveitam a refeição.

Rafael conta ainda que o negócio gastronômico envolve toda a família. "Além do Casarão da XV, temos outra casa, a Margherita, administrada por minha mãe e em São Paulo meu irmão comanda outros negócios também nesta área". >>



CHEGOU!

o novo Torcida Galeto!



MEU NEGÓCIO, MINHA HISTÓRIA - Casarão da XV Restaurante e Pizzaria

Para garantir sempre os melhores ingredientes e preços para os seus produtos, Rafael cuida das compras das duas casas de Maringá. Um dos seus fornecedores é o Assaí, que ele conheceu durante a inauguração da loja Assaí Maringá. Ele diz que faz questão de adquirir produtos de primeira linha para garantir o sabor e a qualidade nos preparos e a constante satisfação de seus clientes. 🍷

SAIBA MAIS:

CASARÃO DA XV RESTAURANTE E PIZZARIA

Avenida XV de Novembro, 492

Centro, Maringá - PR

Telefone: (44) 3222-6903



BUNGE

DELÍCIA SUPREME

UMA LINHA COMPLETA DE SABORES SUPREMOS

Delícia Supreme Refoga Fácil 500g

Delícia Supreme MARGARINA 500g

Delícia Supreme light 500g

Delícia Supreme Estabelecimento Culinário

- ✓ INOVAÇÃO NA CATEGORIA
- ✓ ALTA RENTABILIDADE
- ✓ AUMENTO DO TICKET MÉDIO DA LOJA
- ✓ PRATICIDADE E PERFORMANCE GARANTIDA



80%
DAS CONSUMIDORAS GOSTAM DE COZINHAR E DECLARAM PREPARAR COMIDA PELO MENOS 1X AO DIA.

(Provokers, 2015)



CATEGORIAS QUE SÃO UTILIZADAS PARA O PREPARO CULINÁRIO E LIGHTS TÊM CRESCIDO:
2X MAIS
EM VOLUME QUE AS DE MAIS.

(Nielsen 2015)

tenys.pé

Baruel

0 n°1 em proteção



PARCEIRO OFICIAL
DO FC BARCELONA



- Antiodor
- Controle da Transpiração
- Ação Antisséptica



Consolidando sua atuação na região Nordeste do país, o Assaí está presente nas duas maiores festas de São João do mundo

NO NORDESTE BRASILEIRO EXISTE UMA DISPUTA HISTÓRICA PELO TÍTULO DE MAIOR FESTA DE SÃO JOÃO DO MUNDO. CARUARU, NO AGRESTE PERNAMBUCANO, E CAMPINA GRANDE, NO INTERIOR DA PARAÍBA, TRAVAM ESSA BATALHA QUE ARRASTA MAIS DE 3 MILHÕES DE PESSOAS NAS DUAS CIDADES PARA UM MÊS DE MUITA FESTA. ALÉM DO FORRÓ, DAS FOGUEIRAS E DAS COMIDAS E BEBIDAS TÍPICAS, HÁ OUTRO PONTO EM COMUM ÀS DUAS FESTAS: O ASSAÍ ATACADISTA.

O Dia de São João é comemorado em 24 de junho, mas as comemorações, no Nordeste, acontecem durante todo o mês. Claudemir Carmo, diretor da Regional Nordeste do Assaí Atacadista, conta que na região as comemorações desta época se assemelham a datas como Carnaval e Natal: “Durante o mês de junho, de quinta-feira a domingo, acontecem apresentações de artistas nacionais e concursos de quadrilha em diversas regiões do Nordeste”. Segundo Claudemir, o auge das festas é a noite do dia 23, na véspera do Dia de São João. “Muitos municípios decretam feriado e as pessoas aproveitam para celebrar junto dos parentes e amigos, soltando fogos de artifício e acendendo fogueiras em frente às casas”, relata.

Como todas as datas especiais, este período também tem seus pratos típicos, o que exige mudanças na oferta de produtos. Para dar conta do aumento na demanda, especialmente nas cidades de Caruaru e Campina Grande, o Assaí precisa reforçar o estoque de determinados itens. “Tradicionalmente, as pessoas tendem a consumir mais milho verde e produtos derivados, como mungunzá, canjica, pamonha, bolo de milho, cuscuз, além de doces como pé de moleque e paçoca, e bebidas quentes”, conta Claudemir.

Para trazer o clima de festa também para dentro das lojas, o diretor regional conta que o Assaí investe em ações no ponto de venda. “A ambientação das lojas começa já no mês de maio. Nós colocamos barracas para vender os produtos mais procurados e também contratamos trios de forró pé-de-serra, que animam as compras com zabumba, sanfona e triângulo”. >>



Loja Assaí Sobral (CE)

An advertisement for Hikari products. The background is blue with white bunting at the top. The text 'Transformando o seu arraial' is in yellow, and 'na festa dos sonhos!' is in white. There are illustrations of a girl, a boy, and a girl playing instruments. The Hikari logo is in the top right. At the bottom, there are images of various Hikari products: Amendoim, Canjica de Milho, Milho para Pipoca, Flocão de Milho, Chá de Gengibre, Popcorn Hikari, Popcorn Natural, Canela em Cápsula, and Curau de Milho. Social media icons for Facebook, Twitter, and YouTube are at the bottom right.

Hikari

MIKT MAO / HIKARI

Transformando o seu arraial

na festa dos sonhos!

www.hikari.com.br | Tel.: 11. 4674.6000 | 11. 2684.7661

[f/hikarialimentos](#) [t/@hikari_Brasil](#) [v/hikarialimentos](#)

A ação do Assaí neste mês de festas é o símbolo da consolidação da rede atacadista na região, onde começou a atuar em 2008, na cidade de Fortaleza. A partir de 2012 o Assaí entrou em um processo de franca expansão pelo Nordeste.

ATENÇÃO ÀS PECULIARIDADES

Para avançar nas diferentes regiões do Brasil, o Assaí precisa entender e trabalhar com as especificidades e preferências de cada público. Claudemir Carmo conta que para isso as lojas trabalham com um mix de produtos que, além de ofertar os artigos mais consumidos na região, valoriza também os fabricantes regionais. “O consumidor do Nordeste gosta de comida forte e muito temperada. Um dos destaques são os embutidos. Outra característica é que aqui é muito valorizado o que é da terra, então as cachaças mais vendidas, por exemplo, são de marcas da região”.

Diretor responsável pela região Norte do país e também pelo estado do Ceará, Luís Costa atesta a percepção de Claudemir. “Alguns produtos que não são muito consumidos no Sul do Brasil fazem muito sucesso aqui no Nordeste. Por exemplo, em vez de comprar leite longa vida, o consumidor nordestino prefere o leite em pó.

“Tradicionalmente, as pessoas tendem a consumir mais milho verde e produtos derivados, como mungunzá, canjica, pamonha, bolo de milho, cuscuz, além de doces como pé de moleque e paçoca, e bebidas quentes”

Claudemir Carmo, diretor da Regional Nordeste do Assaí Atacadista





ANO OLÍMPICO

Em agosto, o Brasil vai sediar o maior evento esportivo do planeta, uma ótima oportunidade para alavancar os negócios em tempo de crise

COM A EXPECTATIVA DE RECEBER MAIS DE 6 MILHÕES DE VISITANTES DE QUASE 100 PAÍSES DURANTE AS OLIMPÍADAS, O BRASIL ESTÁ NOVAMENTE NO EPICENTRO DA PROJEÇÃO INTERNACIONAL. O RIO DE JANEIRO, COMO CIDADE-SEDE DOS JOGOS, VAI CONCENTRAR O MAIOR NÚMERO DE TURISTAS, MAS O MINISTÉRIO DO TURISMO ACREDITA QUE O POTENCIAL DE ATRAÇÕES DO PAÍS DEVE ESTIMULAR AS VIAGENS INTERNAS, POSSIBILIDADE QUE TEM GERADO INVESTIMENTO EM INFRAESTRUTURA E TREINAMENTO PROFISSIONAL PARA RECEBER MELHOR OS VIAJANTES.

A menos de três meses do tão esperado evento, empreendedores dos setores de varejo e serviços em geral se esforçam para prestar atendimento de qualidade, comprovar a nossa fama de povo receptivo e fidelizar os turistas de primeira viagem. Na prática, a iniciativa privada busca investir em capacitação e contratação de mão de obra qualificada. Os principais desafios em relação ao turista estrangeiro se referem ao idioma e aos costumes, pontos que não devem ser negligenciados.

No caso de restaurantes e bares, o segmento mais visado, a organização exige ter, ao menos, cardápios bilíngues. “Além de traduzir corretamente as opções do estabelecimento, os colaboradores deverão estar preparados para lidar com situações que exigem conhecimento prático de outro idioma, principalmente o inglês, para garantir um bom serviço. É sempre bom garantir que haja pelo menos um funcionário que fale inglês para poder conseguir se comunicar mais facilmente”, diz Alberto Lyra, diretor executivo da Associação Nacional de Restaurantes (ANR).

Se houver dificuldade de contratação temporária, o empresário deve investir em cursos intensivos de inglês instrumental – são modalidades com soluções rápidas focadas para negócios, moldadas conforme a demanda, para pessoas que não possuem nenhum conhecimento da língua. A própria ANR oferece uma programação mensal de workshops técnicos de



A menos de dois meses do tão esperado evento, empreendedores dos setores de varejo e serviços em geral se esforçam para prestar atendimento de qualidade, comprovar a nossa fama de povo receptivo e fidelizar os turistas de primeira viagem

temas variados e vai iniciar um projeto para conceder bolsas de idiomas online. “Na época da Copa de 2014, fizemos uma ação similar, que foi muito positiva e elogiada”, diz.

O setor de alimentação também deve providenciar descrições exatas dos ingredientes usados nos pratos e, em alguns casos, estar disposto a fazer adaptações. Um bom exemplo é o do restaurante do hotel Ramada Encore, em Belo Horizonte, que recebeu 240 argelinos na Copa do Mundo de 2014.

Para garantir o cumprimento dos preceitos da religião islâmica, que determina o consumo de carnes com o certificado Halal, um método próprio de abate, o restaurante investiu em um cardápio específico. “Adquirimos carnes de um frigorífico aprovado pelo Centro Islâmico da cidade e deixamos o certificado à mostra”, conta o gerente Ivan Diniz.

Embora o inglês seja considerado o idioma global, o Brasil também deve receber muitos turistas latino-americanos. “Isso implica também ter trabalhadores com conhecimento do espanhol e do francês, especialmente em locais de comércio próximos às competições e nos pontos turísticos, como lojas de souvenirs, artigos esportivos e moda praia”, assinala o empresário Aldo Gonçalves, presidente do Sindicato dos Lojistas do Comércio do Rio de Janeiro (Sindilojas Rio). >>

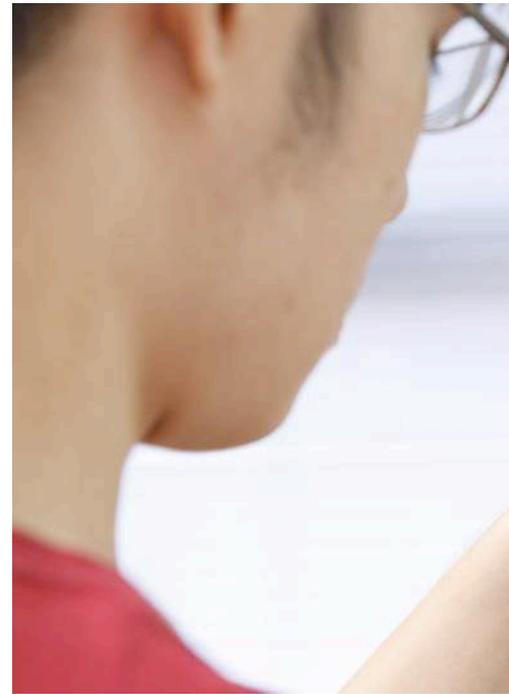


Para além do idioma, a capacitação da mão de obra também prevê mais proatividade e desenvolvimento de competências alinhadas às inovações do mercado, desde boas práticas de higiene e apresentação dos alimentos, como no caso do setor alimentício, até a recepção e o acolhimento dos turistas, nos setores de hotelaria e comércio em geral.

De olho nessa necessidade, o Sebrae promove diversas atividades gratuitas voltadas para micro e pequenas empresas, como palestras sobre marketing e oportunidades de otimização de vendas. “Enquanto milhões de pessoas estão atentas ao revezamento da Tocha Olímpica, queremos aproveitar este momento e fazer uma vitrine para mostrar a qualidade e a diversidade dos pequenos negócios”, explica a analista da

Unidade de Mercado e Relações Internacionais do Sebrae, Alessandra Simões.

O saldo e o legado desta profissionalização serão o maior reconhecimento do turismo brasileiro no exterior, com a expectativa de que os visitantes retornem em novas ocasiões. De imediato, Aldo Gonçalves, do Sindilojas Rio, acredita que o comerciante deve encarar a proximidade das Olimpíadas com otimismo e esperança. “Precisamos ter cautela, mas também ter em mente que esse pode ser um bom momento para diminuir os efeitos negativos da crise econômica.” O princípio também vale para os próprios profissionais, já que a demanda por infraestrutura gera oportunidades de empregos em diversas áreas do comércio, da hotelaria e do turismo, que podem ser mantidos depois dos Jogos Olímpicos.



Carinho e Perfume para todos os tipos de roupas.

www.sanol.com.br

Total Química
Onde tem química, tem vida.

The advertisement features a collection of Plush detergent bottles in various colors (pink, blue, yellow, purple) and sizes (5L, 2L, 500ml). A banner at the top reads "Carinho e Perfume para todos os tipos de roupas." The bottles are arranged in two rows, with larger bottles in the back and smaller ones in the front. The background is a light blue gradient. The Total Química logo, a blue water drop with a white 'T', is positioned in the bottom right corner.



CURTIDAS OLÍMPICAS

O Facebook também está atento às oportunidades de negócio que as Olimpíadas podem gerar. Em 28 de abril, a rede social lançou um laboratório itinerante para capacitar comerciantes no uso da plataforma digital para pequenas e médias empresas. No total, o veículo vai percorrer 7,5 mil quilômetros entre seis cidades que receberão jogos de futebol durante os jogos olímpicos. O laboratório itinerante faz parte do programa Impulsione seu Negócio, lançado pelo Facebook no ano passado e, segundo o porta-voz da empresa, o objetivo é ajudar os pequenos a aproveitar as oportunidades que serão trazidas pe-

las Olimpíadas. "É uma grande oportunidade para os empreendedores encontrarem resultados reais diante da pior recessão econômica das últimas décadas, já que o Facebook é a melhor vitrine para qualquer tipo de empresa, é onde as pessoas estão e onde vão se conectar ao que interessa para elas", diz Patrick Hruby, diretor geral para Micro e Pequenas Empresas do Facebook para a América Latina. Até o fim de maio, São Paulo, Salvador e Manaus haviam recebido o caminhão-escola. Em 13 de junho foi a vez de Brasília, seguida por Belo Horizonte e Rio de Janeiro, dias 20 e 27 de junho, respectivamente.  por Fernando Torres

ESFRELUX

ECONOMIA REAL

Esta é a verdadeira economia que os brasileiros confiam, Esfrelux Embalagem Econômica. Muito mais vantagens para sua casa.

ESFRELUX
Multitudo

Embalagem Econômica
Contém 4 Esponjas

ESPONJA PARA LIMPEZA
PESADA E DELICADA

Santa MARIA
Marca de Qualidade

- Dupla Face
- Econômico
- Durável

Complexo industrial Santa Maria / Corpus

5 ANOS

Complexo industrial Santa Maria / Corpus

Contém 4 Esponjas - 110mm x 70mm x 23mm

LEVE MAIS PAGUE MENOS

Santa MARIA
Marca de Qualidade

(16) 3830-8000 ou 3830-8001
comercial@stamaria.ind.br
www.stamaria.ind.br

 Indústria Santa Maria

Produtos VARIADOS

Sugestões para a sua
compra no Assaí



Amaciante
Harmonia da Manhã 2L
Plush



Fralda Garfield EG
pacote com 70 unidades
Benny

AS MELHORES DICAS SOBRE COSTURA
ARTESANAL E CROCHÊ VOCÊ ENCONTRA AQUI!

KIT AMOR DE MÃE
EDIÇÃO 1
EDITORIA ESCALA

POR APENAS
R\$7,90!



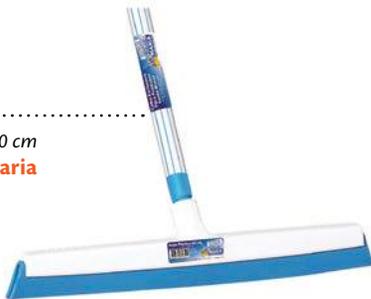


Shampoo Liso Absoluto
Pós-Química 400 ml
Fructis

Toalha de Papel – 2 rolos
Econobom



Rodo 40 cm
Santa Maria



Máscara de Tratamento
Desamarelador 400 ml
Helcia

*Consulte disponibilidade dos produtos nas lojas

MAIS ENERGIA PARA SUAS VENDAS

FULLPOWER E.N.E.R.G.Y.

PRODUTO LIQUIDO PRONTO PARA CONSUMO & BOMBY TUBOS E SIFONES

www.fullpowerenergy.com.br [energeticofullpower](https://www.facebook.com/energeticofullpower) [fullpowerenergy](https://www.instagram.com/fullpowerenergy)



Mercado DIGITAL

Receitas para usar a rede social a favor do seu negócio

OITO EM CADA DEZ BRASILEIROS ESTÃO CONECTADOS AO FACEBOOK, UM TOTAL DE 99 MILHÕES DE PESSOAS (*). COM ESSES NÚMEROS, A REDE SOCIAL DE MARK ZUCKERBERG É, INDISCUTIVELMENTE, UMA DAS PRINCIPAIS PLATAFORMAS DE VENDAS E DIVULGAÇÃO DE NEGÓCIOS, COM AMPLAS POSSIBILIDADES PARA TODOS OS TIPOS DE EMPREENDEDORES.

**Dados divulgados pelo próprio Facebook na feira de tecnologia Campus Party Brasil, em janeiro de 2016*

Uma das novidades que têm atraído os empreendedores é a nova ferramenta que permite ao usuário criar lojas virtuais dentro da própria fanpage, estimulando o consumidor a finalizar a compra diretamente na página. Mas, embora a maior parte das empresas já tenha garantido seu lugar ao sol no universo das curtidas e dos compartilhamentos, também é fato que boa parte delas ainda não sabe bem o que fazer por ali. Muitas marcas com potencial navegam à deriva, sem estratégias adequadas de comunicação com o público-alvo e produção de conteúdo que realmente faça a diferença entre tantas opções da rede.

O primeiro passo ao investir em relacionamento pelas redes sociais digitais é buscar conhecer o cliente. “Isso significa saber seus desejos, sonhos, medos e necessidades que podem ser atendidas, algo que vai muito além do produto em si”, diz a empreendedora digital Camila Porto, autora do livro Facebook Marketing. Uma dica: de forma geral, a audiência tende a visualizar as empresas como parceiras em suas escolhas. “Como o próprio nome diz, redes sociais são relacionamento. Erra quem busca a venda, a promoção ou a captação de forma agressiva, em vez de um apelo sutil, baseado em dicas, informações e notícias”, sugere

Sady Viana, um dos diretores da agência de mídias sociais Social Lounge. Nesse sentido, um ponto importante é saber dosar o número de postagens – nem demais, para não cansar o internauta, nem de menos, para não correr o risco de que ele se esqueça de que você existe. A dose certa é de uma a três inserções por dia, levando-se em consideração cada tipo de negócio.

Dito isso, a Fanpage deve investir em conteúdos que atraiam os usuários e gerem engajamento e visibilidade. Promoções, fotos de qualidade e que provoquem desejo, design limpo e memorável, texto direto, criativo e com doses homeopáticas de humor e sensibilidade são ações que costumam gerar mídia espontânea ou orgânica: quem gosta do conteúdo tende a interagir, seja por meio de curtidas, compartilhamentos ou marcações de amigos nas postagens, o que permite ao empreendedor ter acesso a novos possíveis clientes.

“ O famoso boca a boca é o modelo de marketing mais poderoso também nas redes sociais, em que clientes recomendam o conteúdo para seus próprios contatos”

Camila Porto, autora do livro Facebook Marketing



Camila Porto

“O famoso boca a boca é o modelo de marketing mais poderoso também nas mídias sociais, em que clientes recomendam o conteúdo para seus próprios contatos”, atesta Camila Porto. Como nem tudo é perfeito, o engajamento pode ter um viés negativo, isto é, usuários que, por algum motivo, não gostaram do conteúdo ou mesmo do produto. Nesses casos, o empreendedor precisa ser ágil, ter olhos e ouvidos atentos. “Deve mostrar ao cliente que viu a reclamação e que está em busca de solução o mais rápido possível, sem jamais responder de forma ofensiva. Uma recomendação é dar prosseguimento à demanda em um canal privado e não tornar tudo público, pois nem sempre o cliente tem razão”, ensina Camila.

Investir no Facebook também prevê colocar a mão no bolso, já que, de uns anos para cá, a rede passou a bloquear o alcance e a vida útil das postagens orgânicas vindas de fanpages. “A boa notícia é que os posts patrocinados, também chamados de *Face Ads*, atingem uma gama muito maior de potenciais clientes, de forma mais rápida e a um custo baixo, comparados a outras mídias. É um excelente custo/benefício”, afirma Sady Viana. Para se ter uma ideia, o custo para impulsionar uma publicação começa em R\$4, com a garantia de exibir o conteúdo para, no >>

VISÃO DE MERCADO - Facebook

mínimo, 420 pessoas. Obviamente, quanto mais o empresário estiver disposto a investir, melhor o alcance, com maior possibilidade de gerar o desejado engajamento.

Mas engana-se quem pensa que o investimento em divulgação via Facebook traz retorno financeiro rápido. O sucesso do trabalho exige constância e paciência, sem a falsa expectativa de que os posts são uma maneira fácil de ganhar dinheiro. “Outro erro comum é ser chato ou falso. As pessoas sabem quando a marca faz alguma coisa só para pegar carona em uma situação. Lembre-se: ninguém entra na rede social para comprar e sim para se relacionar”, alerta Camila.

por Fernando Torres



FOTO: SHUTTERSTOCK

logurte
Grego e
Sorvete

Fizemos o
casamento perfeito
E sem quebrar
nenhum prato

Agora na versão
pote 2 litros!

Jundiá
sorvetes

0800 772 99 98
www.jundia.com.br
@f/sorvetesjundia

KLICKCOMK

ASSAÍ

ATACADISTA
DESDE 1974

*Pizza é uma delícia que lembra amizade,
família, união e comemoração.*

10 de Julho

Dia da Pizza

Curiosidade

No Brasil são consumidas mais de 1,5 milhão de pizzas por dia*, o que comprova nossa paixão nacional por essa delícia!

*Fonte: ECD Food Service e Associação Pizzarias Unidas

Lembra também que no Assaí estão os melhores produtos para as melhores pizzas.



Fabiano Donato Bosa
e sua esposa Janesleia
de Camargo Bosa,
proprietários da
Donato Salgados



FOTOS: © FABIO DIAS

Salgados congelados
têm grande aceitação e
mercado garantido

UMA BICICLETA, SALGADOS SABOROSOS E MUITA FORÇA DE VONTADE. FOI ASSIM QUE FABIANO DONATO BOSA, 39 ANOS, COLOCOU OS PÉS NO RAMO DA ALIMENTAÇÃO. ELE TINHA 18 ANOS E VENDIA, EM MARINGÁ, NO ESTADO DO PARANÁ, OS SALGADOS QUE A TIA PRODUZIA.

O jovem já havia sido office boy, chapeiro e balconista e com muita determinação foi conquistando clientes em sua bicicleta por toda a cidade. O negócio, que começou informal, prosperou e hoje atende mais de 200 empresas com vendas para atacado e varejo. Ao lado da esposa, Janesleia de Camargo Bosa, Fabiano comanda 30 colaboradores, fornecendo mais de 40 tipos de salgados, além de doces e bolos para festas. Cliente do Assaí Atacadista desde a sua inauguração em Maringá, o empresário tem em mente que para vencer é preciso persistência e foco.

Eles contam com o atacadista para as compras de material de higiene, limpeza e descartáveis. "Aproveitamos também algumas ofertas de frios, muitas vezes com preços melhores do que os oferecidos direto pelo fornecedor do produto", explica Fabiano.

"Os anos de experiência nos possibilitaram atender um novo público, que são os clientes que utilizam os salgadinhos e os doces da linha festa. Somente com muito comprometimento e seriedade conseguimos chegar até aqui", garante. >>

"Os anos de experiência nos possibilitaram atender um novo público, que são os clientes que utilizam os salgadinhos e os doces da linha festa. Somente com muito comprometimento e seriedade conseguimos chegar até aqui"

Fabiano Donato

O SABOR NOBRE DO PARMESÃO
EM CADA REFEIÇÃO.

scala.com.br



Com o Queijo Parmesão Ralado Scala todas as suas receitas podem contar com o sabor de um queijo maturado por seis meses.





Acesse o vídeo por meio do QR Code:



PÚBLICO GARANTIDO

De acordo com uma pesquisa da Kantar Worldpanel, os congelados estão presentes em 77% dos lares brasileiros. O estudo aponta que os consumidores estão em busca de praticidade e consomem cada vez mais produtos prontos. O mercado de salgados congelados pode ser uma ideia de negócios bem proveitosa.

Para o professor de gastronomia, Lúcio Lopes, investir em congelados requer conhecimento e originalidade. “Há os salgados clássicos de que a maioria faz questão, mas inovar e trazer sabores diferentes é sempre uma maneira de conseguir uma boa parcela de consumidores que buscam por novidades. A oportunidade para as pequenas empresas está em inovar”, disse.



De acordo com ele, é possível iniciar sem investir em equipamentos, desde que se tenha um freezer e um bom forno funcionando. Mas é importante fazer um curso de manipulação de alimentos para evitar problemas de intoxicação.

“Segurança alimentar, qualidade, originalidade e sabor caseiro são os principais ingredientes para uma receita de sucesso no ramo alimentício. É preciso ganhar a confiança do consumidor. Neste setor, o boca a boca é muito importante e, certamente, pode alavancar um negócio ou derrubá-lo. Fazer novos clientes é muito bom, mas manter a fidelidade dos que já conhecem os produtos é ainda mais importante. Para isso, é necessário manter a qualidade e trazer novidades também”, acrescenta. >>



Me preocupo com a qualidade dos ingredientes que uso nos meus pratos, mas tenho que fazer escolhas

Hellmann's dá um sabor especial aos seus pratos e melhora a imagem do seu restaurante



VEJA ALGUMAS DICAS PARA CONGELAMENTO

▶ Não congelar receitas à base de maisena, gelatina pura, maionese, claras cozidas ou em neve, gema crua, ovo cozido, vegetais crus, creme de chantilly, iogurte, folhas de verduras e frutas, banana e pera d'água, pois são danificados ou até mesmo perdidos no momento do descongelamento, devido às suas propriedades e composição orgânica.

▶ Depois de prontos, os salgadinhos devem ser colocados em um recipiente que possa ser mergulhado em água gelada, para que resfriem. Coloque em uma bandeja aberta, cubra com papel-filme e leve ao congelador. Após congelar, transfira os salgadinhos para sacos plásticos bem fechados e volte ao congelador. Assim, eles não ficarão grudados.

▶ Existe uma técnica especial para congelar legumes, chamada branqueamento. Consiste em lavá-los bem e cortar os talos, mergulhar os vegetais em água fervente por alguns segundos e colocá-los em água gelada em seguida (para evitar que cozinhem com o calor). Depois, levar os legumes ao congelador em sacos plásticos e tirar todo o ar da embalagem (ou então eles ficarão com textura áspera e sem sabor). O vegetal branqueado não está pronto para ser servido depois de descongelado, ele deve ser cozido.

▶ Quanto mais rápido o alimento for congelado e quanto mais devagar ele for descongelado, melhor será o resultado final.

▶ Deve-se retirar o ar de dentro das embalagens que serão congeladas.



▶ O tempo que um alimento pode permanecer no congelador está intimamente ligado à capacidade de conservação de seus ingredientes e componentes químicos. As receitas preparadas com leite, por exemplo, têm o prazo de validade menor do que aquelas feitas com água. Sabendo disso, deve-se planejar cuidadosamente o cardápio.

▶ Outro fator que influi na conservação do alimento no congelador é a temperatura. Mantenha seu congelador com a temperatura próxima dos -18°C e evite abrir e fechar a porta a todo momento.

▶ As embalagens são importantes para manter os alimentos congelados com sabor e propriedades nutritivas intactas. Elas devem ser bem fechadas para evitar que as bactérias se proliferem.  por *Leticia Murta*

*Cliente do Assai
Atacadista desde a
inauguração da loja em
Maringá, o empresário
tem em mente que
para vencer é preciso
persistência
e foco*



SAIBA MAIS

DONATO SALGADOS
Rua: Avenida Mandacaru, 2258
Jardim Real – Maringá/PR
Telefone: (44) 3026-6013
donatosalgados.com.br

Sabor que Apaixona



♥ www.cafe3coracoes.com.br

📷 @3coracoes

f /cafe3coracoes

VÁ ÀS
compras

Confira uma seleção de
produtos que você
encontra no Assaí

Presunto Cozido
Sem Capa de Gordura
Aurora



Pão de queijo congelado
Linha Super Lanche 2 kg
Chef



NOVA!

Capricho

garfield
b.a.b.y™



MAIS CONFORTO
FITAS ELÁSTICAS

INDICADOR
DE UMIDADE



PACK ECONÔMICO P-30 | M-24 | G-20 | EG-16 | XXG-14 | PACK SUPER JUMBO P-100 | M-90 | G-80 | EG-70 | XXG-56



Requeijão Cremoso
Bisnaga 1,8 kg
Scala



Café Solável Granulado 50 g
Pilão



Bebida à Base de Soja
Soyos Pêssego 1 L
SuFresh



Gelato Seleções
Cappuccino
Kibon

*Consulte disponibilidade dos produtos nas lojas

NOVO

AÇAÍ FROOTY®
Guapehueten

ALTO TEOR DE PROTEÍNA

FONTE DE VITAMINA C

www.frooty.com.br

Os caminhos para o SUCESSO

Pedro Henrique de Oliveira, especialista em marketing gastronômico, dá dicas de gestão para bares e restaurantes serem cada vez mais produtivos, eficientes e lucrativos

EM UM CENÁRIO ECONÔMICO QUE IMPÕE DESAFIOS AOS PEQUENOS EMPRESÁRIOS, E COM A COMPETIÇÃO CADA VEZ MAIS ACIRRADA NO MERCADO DE ALIMENTAÇÃO FORA DO LAR, AS AÇÕES QUE AUMENTAM A PRODUTIVIDADE E FOMENTAM A INOVAÇÃO SÃO INDISPENSÁVEIS PARA O SUCESSO DOS EMPREENDIMENTOS. ESPECIALISTA EM MARKETING GASTRONÔMICO E GESTÃO DE MERCADO, PEDRO HENRIQUE DE OLIVEIRA, DA PH GESTÃO PARA RESULTADOS, CONVERSOU COM A REVISTA ASSAÍ BONS NEGÓCIOS E DEU DICAS E ORIENTAÇÕES IMPRESCINDÍVEIS PARA QUEM QUER SE DESTACAR NO MERCADO DA GASTRONOMIA.

REVISTA ASSAÍ BONS NEGÓCIOS: Quais os principais erros que você identifica na gestão de pequenos bares e restaurantes?

PEDRO HENRIQUE: Gosto de enumerar três erros graves de um empresário da alimentação atualmente no Brasil. O primeiro erro de um gestor é não conhecer os reais números do seu estabelecimento. Não conhecer o real valor de um prato, não identificar o lucro de um produto e não mensurar o preço de um serviço.

O segundo maior erro é subestimar ou não conhecer o seu real público de interesse, quem são os seus clientes, o que eles realmente gostam de consumir, o que é perceptível de valor para este público. Devido a este segundo erro percebo grandes esforços de empresários investindo em comunicação sem nenhum retorno. Eles não sabem como dialogar com o público-alvo.

O terceiro erro é não inovar. Na era da tecnologia o atual consumidor tem acesso rápido e prático às informações. Neste cenário o anseio por novidades e novas experiências faz com que o consumidor espere o encantamento contínuo. Contudo, observamos boa quantidade de gestores seguindo as mesmas atitudes, práticas e cardápios dos concorrentes, esperando resultados diferentes.

ABN: Quais são os elementos mais importantes para tornar um restaurante sólido o suficiente para enfrentar momentos de dificuldade econômica?

PH: Planejamento a longo prazo. Na alimentação fora do lar, devido às sazonalidades, preços dos insumos, taxas e impostos, o planejamento em curto prazo não traz retornos consideráveis. Hoje os bares e restaurantes que estão conseguindo resultados plausíveis na atual economia estão trabalhando com a seguinte equação: compras estratégicas e planejadas; diálogo frequente com o público de interesse; inovação constante; e leitura e entendimento rápido das tendências. >>



“Todos dentro do bar ou do restaurante devem possuir suas metas. Seja de resultado de venda, redução de custo, redução de tempo ou de processo”

Pedro Henrique de Oliveira, especialista em marketing gastronômico

PALAVRA DE ESPECIALISTA - Gestão

ABN: Em um ambiente competitivo, como o pequeno restaurante pode se destacar da concorrência?

PH: A competição atual está baseada apenas no preço. Observe a quantidade de restaurantes self-service oferecendo a mesma alimentação, diferenciando apenas no preço do quilo.

Hoje pequenos bares e restaurantes estão conseguindo um posicionamento de mercado surpreendente porque estão oferecendo um cardápio pequeno, inovador, com preparações artesanais, atendimento personalizado e preços competitivos.

Atualmente as empresas de menor porte se beneficiam de pontos consideráveis: equipe reduzida, menor espaço entre a tomada de decisão e o desejo do cliente, produtos mais personalizados,

além da manutenção da qualidade final do produto e do serviço ofertado.

ABN: Como as novas tecnologias podem ajudar empresários deste setor?

PH: As tecnologias estão acessíveis a todos. Os benefícios são de amplitudes gigantescas. Ainda encontramos bares e restaurantes trabalhando sem um sistema de gestão integrado. A informatização facilita, e muito, as tomadas de decisões, assim como o acesso rápido e prático às reais informações do estabelecimento. Hoje o relacionamento pelas redes sociais é prático, rápido e de baixo investimento financeiro.

Quem não está na rede, está fora do básico necessário para se posicionar. Além disso, é pouco conhecido pelo empresário da alimentação no Brasil a ferramen-



O BOM É DIVIDIR CADA MOMENTO

E para acompanhar momentos especiais, que tal preparar um dos deliciosos sabores de MID®?



www.midrefresco.com.br



www.facebook.com/midrefresco



FOTO: SHUTTERSTOCK

ta CRM (sigla em inglês para Customer Relationship Management – gestão de relacionamento). Observamos dentro da PH a diferença positiva dos empresários que sabem mensurar e trabalhar o relacionamento com o público de interesse. Este é o grande gancho para um futuro mais sólido.

ABN: Qual o caminho para que o pequeno empresário consiga ganhar eficiência na gestão de seu restaurante?

PH: Em primeiro lugar, implantando e monitorando processos internos diariamente. Proprietários de bares e restaurantes estão entendendo que a gestão do seu empreendimento deve ser igual a de qualquer outro segmento, que já atuam dessa maneira. É mais fácil a tomada de decisão quando entende-se o que cada processo representa no resultado final. Em segundo lugar, metas.

Todos dentro do bar ou do restaurante devem possuir suas metas. Seja de resultado de venda, redução de custo, redução de tempo ou de processo. Metas individuais e coletivas. Estamos observando bons resultados em estabelecimentos que estão trabalhando esta equação.

ABN: Quais elementos são fundamentais para o sucesso de um pequeno restaurante?

PH: Saber o que quer e aonde quer chegar! Perguntas difíceis para os empresários atuais. No mercado de bares e restaurantes deparamos com uma infinidade de profissionais advindos de outras profissões. Temos médicos, engenheiros, advogados e muitos estrangeiros se aventurando no comércio da alimentação, mas o que muitos não sabem responder é que objetivo desejam alcançar com o seu empreendimento.

por João Guilherme Frey

O PRODUTO DO PROFISSIONAL PARA VOCÊ



helcla®
brands



FOTOS: SHUTTERSTOCK / DIVULGAÇÃO

Agentes da PRODUTIVIDADE

O uso de equipamentos apropriados maximiza a flexibilidade operacional e amplia a performance no preparo de alimentos

A INDÚSTRIA TEM SIDO INCANSÁVEL NA FABRICAÇÃO DE FERRAMENTAS E EQUIPAMENTOS QUE FACILITAM O DIA A DIA DE PROFISSIONAIS QUE TRABALHAM NA PRODUÇÃO E NA TRANSFORMAÇÃO DE ALIMENTOS EM SEUS NEGÓCIOS. TANTO, QUE A CADA DIA ESTÁ MAIS DIFÍCIL IMAGINAR COMO ANTES ERA POSSÍVEL VIVER SEM ELES.

O fato é que a evolução tecnológica em benefício da produtividade, tem gerado ganhos tangíveis e intangíveis, em especial na qualidade da preparação de alimentos. Sem dúvidas, o uso de tecnologia alinhada ao negócio é capaz de maximizar a flexibilidade operacional e a diversificação de inúmeras tarefas.

Desde refrigeradores multifuncionais, amassadeiras, máquinas de café, panelas de cerâmica, batedeiras multifuncionais até espagueteiras, facas e descascadores reduzem sobremaneira o tempo de preparo de pratos simples a sofisticados. Além disso, possibilitam padronização na apresentação e alta performance na produção.

Para Nuno Fouto, professor da Faculdade de Economia e Administração da Universidade de São Paulo (FEA/USP) e coordenador de pesquisas do Programa de Administração de Varejo da Fundação Instituto de Administração (Provar/Fia), antes de adquirir qualquer



equipamento, o primeiro passo é identificar onde está o gargalo na produção e, em seguida, escolher o equipamento adequado para eliminá-lo. “Mas é preciso conhecer e entender o seu funcionamento, para que o profissional tire o maior proveito”, ensina.

Na avaliação do professor, a tecnologia possibilita a padronização de processos e a manutenção da qualidade no trato com a matéria-prima: “Dessa forma, o empresário pode facilitar o controle da produção e criar diferenciais”.

Nesse sentido, o mercado oferece ampla vitrine de opções para a tomada de decisão quando o assunto é modernização de processos, com amplo portfólio de equipamentos que simplificam e sofisticam cozinhas industriais. São balcões refrigerados, pias, cubas e refrigeradores profissionais que podem transformar o negócio e otimizar o desempenho no dia a dia.

Não estão fora dessa lista os práticos utensílios. No Brasil há importantes indústrias que utilizam tecnologia avançada como, por exemplo, a Brinox, que oferece uma linha com panelas de revestimento sintético, que facilitam o preparo de alimentos e garantem agilidade. A empresa trabalha também com produtos de revestimento cerâmico, que proporcionam flexibilidade e rapidez na finalização de pratos, com nobreza no design.

Robustez, flexibilidade e alta produtividade são promessas das linhas de equipamentos da Perfecta. Entre os itens da marca, há uma amassadeira com capacidade para preparar 40 kg de massa de todo tipo, incluindo temporizador digital, o que permite ao profissional realizar outras tarefas paralelas e ampliar a produção. É a tecnologia a serviço do negócio.



Panelas com revestimento sintético da Brinox



BNDES FINANCIAMODERNIZAÇÃO

O sonho de ampliar o negócio, modernizá-lo e torná-lo mais produtivo e rentável pode encontrar o caminho da realização com o apoio do BNDES. Uma das alternativas mais atraentes da instituição é o Cartão BNDES, linha de crédito rotativo pré-aprovado, com limite de até R\$ 1 milhão por banco emissor (Banco do Brasil, Banrisul, Bradesco, BRDE, Caixa Econômica Federal, Itaú, Sicoob e Sicredi). As prestações são fixas, com prazo de pagamento de 3 a 48 meses e taxa de juros atrativa.

O cartão é destinado à aquisição de itens cadastrados no Portal de Operações (www.cartaobndes.gov.br), com cerca de 60 mil fornecedores credenciados, que juntos totalizam mais de 250 mil itens. São produtos, serviços e alguns insumos necessários às atividades produtivas das empresas de menor porte, como máquinas, equipamentos e móveis comerciais.

Para solicitar o cartão, basta entrar no site e preencher a proposta. A empresa precisa ter conta no banco emissor escolhido, que será o responsável pela definição do limite, a concessão do crédito e a cobrança. Muitas empresas, como a Perfecta, já apresentam em seus sites o Cartão BNDES como uma das formas de pagamento para aquisição de equipamentos.

A recomendação de consultores é que, antes de optar pelo financiamento, o empreendedor certifique-se da saúde financeira do seu negócio e de que a prestação irá caber no bolso, para que o investimento não se transforme em tormento.

por Solange Calvo



O boom DOS ESPETOS

Venda de churrasquinhos é opção de negócio com baixo investimento

CONSIDERADO O SONHO DE QUASE METADE DOS BRASILEIROS, TER UM NEGÓCIO PRÓPRIO PODE SER MAIS FÁCIL DO QUE SE IMAGINA. UMA OPÇÃO QUE CRESCE A CADA DIA É O COMÉRCIO DE CHURRASQUINHOS.

Com baixo investimento e boa margem de lucro, o negócio pode render ganho de mais de 70%. De vendedores ambulantes a bares com venda exclusiva de espetinhos, o ramo oferece boas oportunidades e clientela fiel.

De acordo com o Sebrae, o churrasquinho atrai consumidores que desejam uma alimentação rápida, saborosa e nutritiva em meio à rotina corrida. “A crescente demanda de pessoas que passam o dia fora de casa e à noite vão diretamente a escolas e faculdades impulsiona o mercado de alimentação fora do lar, que busca suprir a necessidade desse público”.

Os churrasquinhos também são conhecidos como pontos de encontro de amigos, pela comodidade e a praticidade na hora de fazer os pedidos. Muitos bares estão se especializando na dupla ‘espetinho e long neck’ e com isso têm atraído grande público.

INVESTIMENTO INICIAL

O investimento inicial vai variar de acordo com o tamanho do negócio, mas com cerca de R\$ 3 mil é possível começar. Para a comercialização na rua, serão necessários uma churrasqueira, carvão, mesa, caixa de isopor, bancos para os clientes, espetos de bambu, guardanapos, temperos e carnes. Existem carrinhos ambulantes próprios, que custam cerca de R\$1 mil.

Já para estabelecer um ponto comercial são necessários, de acordo com o Sebrae, cerca de R\$ 60 mil. Este valor considera a instalação em uma área de 100 m² e inclui reforma e mobiliário, aluguel, equipamentos, impostos, divulgação e capital de giro.

COMO TOCAR O NEGÓCIO

Criado em 2015, o site Espetinho de Sucesso – www.espetinhodesucesso.com.br atinge uma média de acesso de 15 mil pessoas por mês em busca de informações sobre o negócio. O autor do site, José Neto, conta que já conseguiu ajudar muita gente a dar os primeiros passos através das dicas compartilhadas. No site, é possível encontrar

informações sobre a estruturação do negócio, receitas, cortes, temperos e novidades do setor.

“Observei que esse é um mercado com poucas informações na internet e que, apesar de o produto em si ser bastante popular, muita gente sente dificuldades na hora de colocar esta ideia em prática e iniciar o próprio negócio. Então, acabei decidindo criar o blog para preencher a lacuna que existe nesse mercado”, conta.

SABORES

O carro-chefe dos espetinhos é o de carne de boi, seguido pelos de frango, medalhão de bacon e porco. Os espetinhos de queijo, salsichão e almôndega também têm boa procura. Em média, cada espeto tem cinco pedaços de carne, o que dá cerca de 150 g.

“Escolher a carne ideal para preparar espetinhos é algo muito delicado e importante na vida de um vendedor que almeja obter sucesso nesse ramo. Até porque não basta apenas escolher qualquer tipo de carne e começar a vender, pois seus clientes

vão perceber que sua qualidade é baixa e logo partirão para outro lugar”, garante José Neto.

A carne bovina mais indicada é a alcatra, podendo ser usadas também acém, fraldinha, contrafilé e aranha bovina. Neto explica que, no caso de utilização de uma carne de qualidade inferior, será necessário amaciá-la, deixando com o tempero em descanso por cerca de 3 a 4 horas. “Depois, cortá-la de modo contrário às fibras para conseguir pedaços com boa qualidade para consumo”, orienta.

Temperos e molhos vão dar o toque especial ao seu negócio e até mesmo fidelizar seus clientes. O churrasco tradicional costuma utilizar como temperos apenas sal grosso, alho, folhas de louro e pimenta do reino, mas é possível incrementar com outras ervas e especiarias. “Dica importante para se levar em consideração é evitar muito sal no tempero da carne, afinal, isso pode botar a perder todo o seu trabalho e deixar seus clientes totalmente infelizes com seus produtos”, descreve Neto. >>



“Escolher a carne ideal para preparar espetinhos é algo muito delicado e importante na vida de um vendedor que almeja obter sucesso nesse ramo”

José Neto, autor do site Espetinho de Sucesso



“A crescente demanda de pessoas que passam o dia fora de casa e à noite vão diretamente a escolas e faculdades impulsiona o mercado de alimentação fora do lar, que busca suprir a necessidade desse público”

Sebrae

FOTOS: SHUTTERSTOCK



TAÇAS DE TAPIOCA E GELEIA

-  40 minutos
-  8 porções
-  145 Kcal
Informação Nutricional (por porção)

Ingredientes

- 1 xícara (chá) de tapioca granulada ou quebrada
- 3 xícaras (chá) de leite desnatado
- 1 vidro de leite de coco light
- 1/2 xícara (chá) de Adoçante Culinário Linea Sucralose
- 1 vidro de Geleia de Amora Linea Sucralose

Modo de preparo

Coloque a tapioca em uma tigela. Coloque em uma panela o leite, o leite de coco e o adoçante e leve para ferver. Regue a tapioca e deixe hidratar por 15 minutos. Coloque em tacinhas. Distribua a geleia sobre a tapioca e sirva gelado.



DESCUBRA O VERDADEIRO SABOR DE VIVER BEM!

Para manter-se competitivo, um churrasquinho precisa buscar alternativas que o diferenciem dos seus concorrentes. Diversificar nas opções e acompanhamentos é sempre uma boa alternativa. Criar sabores de espetinhos gourmet atrai um público em busca de experiências gastronômicas. Costelinha com molho barbecue, salmão com molho de maracujá e a linguíça com geleia de pimenta são algumas combinações possíveis.

LEGALIZAÇÃO DO NEGÓCIO

Para começar é necessário solicitar alvará da Prefeitura, que irá aprovar o ponto escolhido para a comercialização. Outro aspecto importante é fazer um curso de manipulação e higiene de alimentos.

Após esses processos, você deverá requerer a Licença de Funcionamento expedida pela Vigilância Sanitária para trabalhar com vendas de espetinhos, lembrando que a compra da carne deve ser realizada somente em locais que estejam atuando dentro da Lei. Ainda é possível se formalizar como um Microempreendedor Individual (MEI), um programa voltado para quem trabalha por conta própria. Entre as vantagens

oferecidas está o registro no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ), o que facilita a abertura de conta bancária, o acesso a crédito e a emissão de notas fiscais.

O MEI será enquadrado no Simples Nacional, ficará isento dos tributos federais e pagará apenas o valor fixo mensal. Com essas contribuições, o Microempreendedor Individual tem acesso a benefícios como auxílio-maternidade, auxílio-doença, aposentadoria, entre outros.  por *Leticia Murta*



NÚMERO 1 EM MASSAS FRESCAS NO BRASIL

Há 8 anos a Massa Leve é a mais vendida no segmento* de massas frescas e uma marca não é líder durante anos por acaso.

CONHEÇA OS NOSSOS PRODUTOS: RESFRIADOS E CONGELADOS!

Qualidade, variedade e o melhor sabor para você oferecer ao seu cliente.



* Dados Nielsen Retail Index.



Parcerias de SUCESSO

Clientes do Assaí compartilham sua experiência e dão dicas de economia

PRESENTE EM 13 ESTADOS BRASILEIROS COM 96 LOJAS, O ASSAÍ ATACADISTA VAI CADA VEZ MAIS LONGE LEVANDO SEU CONCEITO DE ATACADO DE AUTOSSERVIÇO PELO PAÍS. PARA A EMPRESA, A CONSTRUÇÃO DE BONS RELACIONAMENTOS FORTALECE A MARCA, E A PARCERIA COM SEUS CLIENTES E FORNECEDORES GARANTE O SUCESSO DE AMBAS AS PARTES.

Na rede, os clientes revendedores, transformadores e utilizadores encontram uma gama de 7 mil produtos em todas as lojas, além de contar com preços competitivos e atendimento especializado não só aos comerciantes, mas também aos clientes finais que buscam economia em compras de grande volume.

No último ano, a procura por esse canal cresceu em todo o país, motivada pela necessidade de economizar em várias frentes. Uma necessidade muitas vezes nova para os consumidores, mas que para os empresários do ramo de alimentação já é um hábito. Por isso, ninguém melhor do que eles para contarem como fazem para economizar, criando ao mesmo tempo oportunidades de bons negócios, e como aproveitam a parceria do Assaí nesse processo. Para entender como isso funciona, a **Revista Assaí Bons Negócios** foi até a loja Assaí Jundiaí e conversou com alguns clientes. Confira!



ESTOQUE ESTRATÉGICO

No mercado de alimentação fora do lar há 25 anos, o empresário Juliano Moreira Roncada conseguiu, há oito, abrir seu próprio negócio. Ele comanda o Bar e Restaurante Express, em Jundiaí.

Juliano compartilha algumas dicas e ações que o ajudaram a equilibrar melhor as contas e a atravessar o momento sem grandes percalços. Para driblar a perda de receita, que chegou a atingir 25% em média, ele precisou ser criativo e eficiente na sua gestão. Para se ajustar às novas demandas, fez adequações nos custos fixos da empresa. “Desligamos alguns freezers e geladeiras para reduzir o consumo de energia”, explica.

Outra decisão tomada pelo empresário foi eliminar os estoques. Para isso conta com a parceria do Assaí. Ele vai ao atacadista diariamente, muitas vezes chega a ir duas vezes no mesmo dia. “Compramos vários ingredientes para o preparo dos nossos pratos. Desde o arroz e o feijão até verduras e carne”, conta. Juliano acredita na importância da tomada rápida de decisão nesses momentos para se ajustar e manter a estabilidade nos negócios.

GESTÃO EFICIENTE

Para se equilibrar, o empresário Wagner Oliveira, proprietário da Adega Mineiro Bebidas, fez ajustes no quadro de funcionários da sua empresa, que montou há um ano e dois meses. Ele destaca que a gestão do negócio é um ponto importante para que o empreendimento se mantenha firme. Mesmo com queda nas vendas, Wagner continua otimista e conta com a parceria do Assaí na compra de produtos para revenda e na importante tarefa de economizar.

Para ele a organização do Assaí é um ponto positivo que contribui para que as compras sejam rápidas e eficientes. "Vou ao atacadista três vezes por semana. Assim equilíbrio o estoque dos meus produtos sem ter que fazer grandes reservas", revela. Lá ele compra cerveja, refrigerante e bebidas em geral para o seu negócio. >>



Scotch-Brite

LIGAÇÃO PREMIADA

MUITO FÁCIL DE PARTICIPAR:



1 Compre qualquer produto Scotch-Brite



2 Cadastre o código de barras em www.promoligacaopremiada.com.br



3 Guarde o seu número da sorte



4 Aguarde a ligação do Ratinho e fale a frase "SCOTCH-BRITE. DURA MAIS E LIMPA MELHOR"



5 Concorra a prêmios semanais

100
PRÊMIOS DE
R\$ 1 MIL*

12
PRÊMIOS DE
R\$ 10 MIL*

4
CARROS
OKM



ACESSE: WWW.PROMOLIGACAOPREMIADA.COM.BR

3M

heads.

Participação de 07/06/16 a 27/06/16. Certificado de Autorização Caixa nº 1-07/2016 e-6-1095/16. Imagens meramente ilustrativas. Para mais informações, consulte o site: www.promoligacaopremiada.com.br. Em certificado de ouro.

Assaí ACONTECE - Dicas de economia

CARDÁPIO VOLANTE

A empresária Elaine Sobral é cliente do Assaí desde a inauguração da loja em Jundiá. Ela é proprietária do Restaurante Cavalcanti, no centro da cidade, que serve comida a quilo e também faz entrega de refeições. Elaine conta que atende diariamente cerca de 550 pessoas, entre o serviço no salão e o fornecimento para 13 empresas.

Sua lista diária de compras no Assaí contempla produtos de limpeza, congelados, ingredientes da cesta básica, além de bebidas. "Gosto do Assaí pela variedade e pela organização. Acho tudo o que preciso com facilidade, além, é claro, da economia que faço", destaca. Para ela, uma

boa dica de economia no ramo de alimentação é trabalhar com um cardápio ajustado à sazonalidade dos produtos. "Procuo oferecer produtos que estão na estação, cuja oferta é mais variada e, conseqüentemente, têm melhores preços na compra", diz.

Para economizar energia, ela optou por desligar dois dos freezers de bebidas. "Agora trabalho em cima das ofertas que encontro. Como vou ao Assaí diariamente, consigo pegar as bebidas que estão em oferta e assim evito manter grandes estoques", ensina. Seu restaurante emprega 12 funcionários e, para ela, todos os esforços são válidos para reduzir custos sem abrir mão de sua equipe. 🌞



**PREÇO
JUSTO
SEMPRE**



SITE: WWW.ULTRAClass.IND.BR

FONE: (51) 3470-1554 - MATRIZ | (41) 3013-2175 - FILIAL

Seu material reciclável vira desconto na conta de luz



Você sabia que o Assaí possui Estações de Reciclagem nas lojas? Essa é uma iniciativa que permite que você transforme o que antes não tinha valor em desconto na conta de luz. Comece hoje mesmo a separar seus resíduos. Participe!

É bem simples



Junte seus materiais recicláveis



Leve ao posto de coleta em uma loja Assaí



Ganhe desconto na conta de luz

Parceiros e lojas:

Alcântara - RJ



Água de Haia,
Giovanni Pirelli e
Guaianases - SP



Caucaia, Juazeiro do
Norte, Parangaba e
Sobral - CE



Mais informações: www.assai.com.br/sustentabilidade



Sustentável **E LUCRATIVO**

Gestões que priorizam ações ambientais provam que é possível atuar com sustentabilidade e ainda reduzir gastos

PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS SÃO CAPAZES DE REDUZIR CUSTOS OPERACIONAIS POR CONSUMIR MENOS ÁGUA, ENERGIA E MATÉRIA-PRIMA, ALÉM DE DIMINUIR A GERAÇÃO DE RESÍDUOS E POLUIÇÃO. COM A REDUÇÃO, AS EMPRESAS AUMENTAM A COMPETITIVIDADE E CONQUISTAM CLIENTES ATENTOS ÀS NOVAS TENDÊNCIAS AMBIENTAIS.

É crescente a adesão de empresas a práticas sustentáveis e no setor da alimentação fora do lar não seria diferente. Cada vez mais, estabelecimentos estão adotando essa nova postura.

Manter um empreendimento rentável e com uma gestão sustentável é plenamente possível e, de acordo com o Sebrae, os Sistemas de Gestão Ambiental (SGA) podem ser aplicados em qualquer atividade econômica. Com o SGA, o empresário tem a possibilidade de minimizar os riscos ambientais.

Mudar o formato e a maneira de fazer negócios é o grande desafio empresarial em tempos de soluções sustentáveis. O Sebrae oferece instruções que ajudam a reduzir o desperdício e a evitar custos desnecessários com água, energia, matéria-prima e resíduos.

IMPACTO AMBIENTAL

Uma pequena mudança pode gerar grandes impactos ambientais. Tendo como exemplo um restaurante médio, a produção anual de lixo é de cerca de 150 mil toneladas, segundo infor->>

Mudar o formato e a maneira de fazer negócios é o grande desafio empresarial em tempos de soluções sustentáveis. O Sebrae oferece instruções que ajudam a reduzir o desperdício e a evitar custos desnecessários com água, energia, matéria-prima e resíduos

AVANT
SEU MELHOR PARCEIRO EM ILUMINAÇÃO



PERA HIGHPOWER

DURABILIDADE E ECONOMIA EM UM SÓ PRODUTO.

A iluminação pode mudar drasticamente o seu ambiente simplesmente escolhendo uma **PERA LED**.

2 anos
GARANTIA

VIDA ÚTIL
25MIL
HORAS



avantlux.com.br

LÂMPADAS AVANT COM TECNOLOGIA DE PONTA

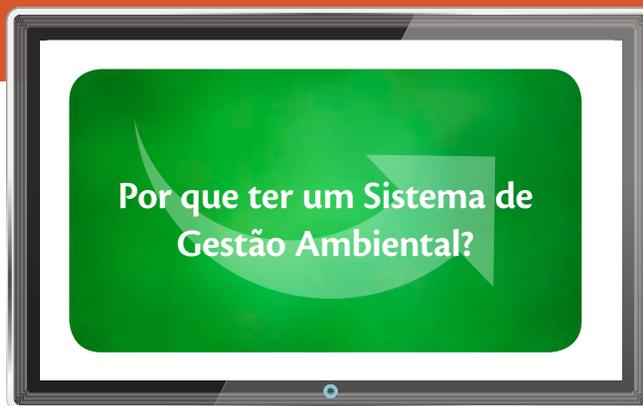
mações do Sebrae. Desta forma, implementar a coleta seletiva no estabelecimento, separando o lixo orgânico, como os restos de alimentos, do lixo seco, tem enorme importância.

O máximo possível do lixo deve ser destinado ao reaproveitamento. Os restos de comida podem ser transformados em adubos. Embalagens plásticas, vidros e papéis devem ser enviados a centros de reciclagem. Até mesmo o óleo utilizado para a fritura de alimentos pode ser reaproveitado na fabricação de biodiesel, combustível pouco poluente.

“Nunca descarte óleo de cozinha usado na pia: 1 litro de óleo contamina 20 mil litros d’água. Filtre o óleo usado (com coador de papel) e o armazene em garrafas PET. Em seguida procure na sua cidade empresas que recolhem o material”, orienta o analista do Sebrae, Luiz Felipe Melo.



Acesse o vídeo através do QR Code:



Conteúdo online
Por que ter um SGA?

Momentos especiais merecem 
queijos de qualidade.



Formosa
LATICÍNIOS
Lagoa Formosa - MG

BONS EXEMPLOS

Há mais de duas décadas no mercado, a Tedesco Lanchonete e Restaurante funciona no terminal rodoviário de Santo Antônio de Jesus (BA), município a 184 km de Salvador. Como qualquer restaurante, a Tedesco gera uma quantidade considerável de lixo, mas realiza o gerenciamento dos resíduos de forma exemplar.

O processo começa com a identificação dos baldes e o posicionamento adequado desses nas instalações da empresa. A partir daí os funcionários são orientados a realizar a segregação. Cada resíduo tem sua correta destinação final de maneira a garantir seu reaproveitamento ou reciclagem.

Resíduos orgânicos são doados para criadores de porcos e outros animais; latas de metal, embalagens de vidro e plásticas são vendidas para a cadeia de reciclagem; o papelão é coletado por catadores de resíduos. Existe o controle da saturação do óleo por meio de aspectos da Segurança Alimentar. Ao atingir o ponto de saturação este óleo é armazenado em baldes e caixas específicas e vendido para a cadeia de reciclagem.

De acordo com o sócio-diretor, Melentino Antônio Tedesco, as ações tiveram início há cerca de 10 anos e os resultados já foram sentidos em várias áreas. "Tivemos redução dos custos com energia elétrica, impacto de redução do consumo de >>



Soffice
Requeijão Cremoso

SURPREENDA-SE
COM TANTA QUALIDADE E ECONOMIA

Tire o 'S' da crise
Inove com Soffice. Crie.
Experimente e comprove!
Soffice não é barato
os outros que são caros.

A Grife
da pizza.com
Requeijão

para Pizzas, sanduiches, molhos e...
Uma ótima opção para quem gosta de
Requeijão Cremoso
sem pagar muito por isso.

400g

para Pizzas, sanduiches, molhos e...
Uma ótima opção para quem gosta de
Requeijão Cremoso
sem pagar muito por isso.

1,535kg

Descrição	Cód. Barras
• Bisnaga 1,535 kg	78965572 0023 8
• Bisnaga 400g	78965572 0026 9

Av. Victor Civita, 1885
Jd. Sta Maria - Osasco / SP
Tel.: (11) 4191 7170
www.valedopardo.com.br



Tedesco Lanchonete e Restaurante

água, do consumo de estoque, apenas mantendo controle de validade e usando o método em que o primeiro que entra é o primeiro a ser usado e com isso mantendo a qualidade da matéria-prima e evitando desperdícios. Também houve redução de custos com a produção de lanche usando empacotamento a vácuo, tendo assim aumentado o prazo de validade de alguns produtos”, conta.

Melentino salienta que as ações são constantes e que a mudança na metodologia transformou a forma como o negócio é conduzido. “Houve um impacto positivo com a implantação correta na gestão de pessoas, criando manuais das funções e mantendo a sustentabilidade no meio ambiente, fazendo com que colaboradores conheçam os procedimentos da empresa. Além disso, investimos na formação dos próprios funcionários”, ressalta.



REDUÇÃO DE GASTOS

Não são necessárias enormes obras para sentir a diminuição de gastos com algumas mudanças. A instalação de arejador nas torneiras de lavagem de alimentos, por exemplo, pode reduzir o fluxo de água em até 60%. Nos sanitários, controlar a vazão com temporizadores pode impactar em uma economia de 40% do que normalmente é gasto.

“Acumule a louça suja numa bacia e, 10 minutos antes de lavá-la, deixe de molho com 20 litros de água, 1 colher de sopa de cloro e outra de detergente. Isso vai facilitar a lavagem e irá reduzir o consumo de água”, ensina Luiz Felipe Melo, do Sebrae.

O fogão e a geladeira não devem ficar perto um do outro, pois podem interferir no consumo de energia. Mantenha a borracha de vedação da geladeira sempre em bom estado e regule a temperatura sempre que o tempo mudar, ajustando o termostato para evitar desperdício de consumo.  por *Leticia Murta*

“Tivemos redução dos custos com energia elétrica, impacto de redução do consumo de água, do consumo de estoque, apenas mantendo controle de validade e usando o método em que o primeiro que entra é o primeiro a ser usado”

Melentino Tedesco,
sócio-diretor da Tedesco lanchonete e restaurante



Faz seus momentos
mais gostosos





ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL

O cardápio do dia a dia dos brasileiros está mais colorido, com verduras, legumes e frutas, alimentos considerados saudáveis. É o que aponta pesquisa, feita pelo Instituto Datafolha, para a Associação das Empresas de Refeição e Alimentação Convênio para o Trabalhador (Assert). O levantamento, produzido entre 14 e 22 de dezembro do ano passado e entre 6 e 16 de janeiro deste ano, abrangeu 51 cidades, das quais 23 são capitais. Foram feitas 4.560 entrevistas com proprietários de estabelecimentos ou responsáveis por informações sobre preços. Os pesquisadores foram a restaurantes, bares, lanchonetes e padarias. Mais da metade dos consultados (56%) acredita que os clientes estão cada vez mais interessados no consumo de uma alimentação saudável. Do total entrevistado, 53% notaram aumento na procura por frutas; 61% observaram que os clientes estão comendo mais verduras e legumes e 65% afirmaram que cresceu o consumo de sucos naturais. Já a preferência pela combinação do arroz com feijão não sofreu alteração, segundo 58% dos consultados.

PROJEÇÕES

De acordo com dados do Índice de Desempenho Foodservice, produzido mensalmente pelo Instituto Foodservice Brasil (IFB), o setor de alimentação fora do lar espera um crescimento de 7,7% neste ano, valor 1,5% maior do que em 2015, quando apresentou alta de 6,2%.

Esse mercado registra números expressivos na economia brasileira. O valor estimado de investimentos é de 60 bilhões, empregando mais de 220 mil colaboradores. São mais de 9.600 pontos de venda, com projeção para 2016 de atingir 10.700 estabelecimentos. Hoje são atendidos cerca de 80 milhões de consumidores por mês, registrando evolução com crescimento anual, desde 2011, acima de 9%.

Um estudo disponível no Mundo do Marketing Inteligência revelou que o food service é reconhecido por responder a novas demandas com agilidade, demonstrando ser sensível a mudanças de comportamento da população. Em 2015, apenas dois meses tiveram crescimento acima de dois dígitos, por conta da crise vivida pelo país.

Os principais influenciadores para o baixo resultado do consumo e do varejo são o desemprego, que no ano passado atingiu o patamar de 6,9%, a contínua desaceleração da massa salarial, o encarecimento e a restrição na concessão de crédito e o recorde de baixa confiança do consumidor, que chegou a 75% no mês de dezembro, menor patamar desde 2005.

Fonte: Mundo do Marketing



FEIRAS & EVENTOS

AGOSTO / SETEMBRO DE 2016

28º Congresso Nacional Abrasel

Data: 17 e 18 de agosto

Local: Abertura no Hotel Royal Tulip Alvorada – Brasília/DF

Promotor: Abrasel

Mais informações: congressoabrasel.com.br

Equipotel

Data: 19 a 22 de setembro

Local: São Paulo Expo – São Paulo/SP

Promotor: Reed Exhibitions Alcântara Machado

Mais informações: equipotel.com.br



MAIS QUE CASEIRO. BRASILEIRO.

edição especial Food Truck

*A linha de condimentos Food Truck da Cepêra,
foi desenvolvida com receitas especiais para atender
à paladares exigentes.*

*sabor delicioso
elaborada com mel de
qualidade superior*

*consistência mais
firme e doce na
medida certa*

*Receita
exclusiva*

*elaborada
a partir
de sementes
importadas*

*sabor equilibrado e
suave: ótimo para
o consumo
direto em sanduíches
e quitutes*



*Curta a nossa página: facebook.com/SaboresCepera
www.cepera.com.br • (11) 4646-4600*

Atualize-se

Aprimore seus conhecimentos sobre internet e redes sociais com essas sugestões de leitura

▶ FACEBOOK MARKETING

Autor: Camila Porto

Como a maior rede social do mundo pode se tornar uma peça-chave para o seu negócio? Como aumentar suas vendas, atrair e fidelizar clientes e conquistar fãs? Estas e outras respostas você encontrará neste livro, além de tudo que precisa saber para utilizar o Facebook a fim de potencializar seu negócio e ter muito mais resultados. A partir de um conteúdo rico e objetivo, acompanhado de entrevistas exclusivas com profissionais renomados, você saberá como utilizar o Facebook desde a construção da sua estratégia, o que postar, como anunciar, como vender, como mensurar e como estar sempre onde seus clientes estão.



▶ O VENDEDOR NA ERA DIGITAL

Autores: César Frazão e João Kepler

Em uma época em que tudo muda de um dia para outro, é grande o desafio de nos mantermos conectados às novas tendências de mercado e oferecermos o que o novo consumidor realmente deseja. O processo de vendas, que por anos foi feito da mesma maneira, precisou se reinventar com urgência para atender às novas demandas, e com isso muitos vendedores têm dúvidas sobre como usar as novas tecnologias a seu favor. Neste livro, César Frazão e João Kepler mostram o quanto é importante se atualizar e utilizar a internet e suas variações, e-mails, redes sociais, sites de busca e chats para melhorar e ampliar suas vendas.



FOTOS: DIVULGAÇÃO

Bril

COSMÉTICOS

Natureza e tecnologia em sintonia com a sua beleza.



brilcosmeticos.com.br

Esfre Bom



**- DR. BACTÉRIA
recomenda**

Nova linha EsfreBom.
A única no mercado com
íons de prata.

Tecnologia Protech

elimina
99,9%
das bactérias
presentes na esponja

**dura
mais**

BETTANIN

uma empresa
InBeta

Capacitação - Cursos

Operador DE CAIXA



O Operador de Caixa, profissional do Eixo Tecnológico de Gestão e Negócios, atua nos processos de movimentação de caixa em organizações de pequeno, médio e grande porte. Efetua os procedimentos de abertura e encerramento de caixa, manuseia mercadorias e valores monetários. Agilidade, raciocínio lógico e atenção são características inerentes e fundamentais para esse profissional. Este curso aborda seis tópicos importantes, entre eles a criação e formatação de planilhas eletrônicas e princípios da matemática financeira.

CARGA HORÁRIA: 161 horas
ACESSE O SITE: bit.ly/1W27zVH

SALGADOS "FAÇA E VENDA"



Quer aprender a produzir salgados para comercializar? A produção e venda de salgados para festas e estabelecimentos é hoje uma excelente oportunidade de negócios. A chef pâtisserie, Janaina Barzanelli, compartilha toda a sua experiência e ensina o preparo de massas versáteis e recheios saborosos para a produção de salgados assados e fritos. Mais do que receitas, a profissional apresenta técnicas de produção, como evitar desperdício e facilitar o desenvolvimento em série, além de dicas de embalagens, de congelamento e de mercado.

CARGA HORÁRIA: 8 horas
ACESSE O SITE: bit.ly/1XzgMob

FOTOS: SHUTTERSTOCK



FARNESE EXTRA PERFUMADO 180g

Sabonete para toda a Família

EXPERIMENTE!



SUA FAMÍLIA MERECE ESSE CARINHO!

WWW.SABONETESFARNESE.COM.BR



Curta nossa Fanpage e concorra a um kit exclusivo!

SEI *Clicar*

O Sebrae EAD, plataforma digital de cursos da instituição, oferece a oficina SEI Clicar, que tem como propósito subsidiar o Microempreendedor Individual que tem necessidade de se informar e capacitá-lo sobre novas formas de promover sua empresa utilizando a Internet. O curso é feito pelo celular, por meio de envio de SMS, durante 20 dias. Nele, o participante vai conhecer as ferramentas fundamentais que a internet disponibiliza para a expansão do seu negócio e identificar, dentre aquelas disponíveis, as mais apropriadas ao seu negócio, para alcançar o maior número de pessoas.

CARGA HORÁRIA: 8 horas
ACESSE O SITE: bit.ly/24MpZJY



Curso de CHURRASQUINHO



Neste curso, oferecido por meio de vídeo aulas, você aprenderá desde os detalhes mais simples possíveis até estratégias de vendas para se tornar um verdadeiro sucesso. Assim, estará apto a trabalhar com diversos tamanhos e formatos de negócios nessa área.

CARGA HORÁRIA: não informado
ACESSE O SITE: bit.ly/curso_churrasquinho

GARNIER

LANÇAMENTO
bí-O
Odorblock 2

DUPLO BLOQUEIO
CONTRA O ODOR

BLOQUEIA
ODOR
NA PELE

bí-O 48H* DE PROTEÇÃO SAUDÁVEL

*Eficácia antitranspirante, testes instrumentais, eficácia anti-odor testes sensoriais



BLOQUEIA
ODOR
NA ROUPA

Clientes em FOCO



Loja CHEIA



Romeu Lourenço comanda uma pastelaria em Jundiaí. Ele conta com o atacadista para não fazer grandes estoques. Por isso vai à loja todos os dias buscar ingredientes para os seus preparos.



Tiago Fernando visita o Assaí diariamente. Ele vai em busca de produtos com melhores preços para abastecer seu restaurante, o Salsa e Salsa.

Loja Assaí Jundiaí (SP)

Paulo Roberto Nishikawa atua no ramo de cantinas escolares. Segundo ele, o preço e a variedade são qualidades percebidas no Assaí Atacadista.



FOTOS: © DIOGÊNES VIEIRA



NOVO



REXONA INVISIBLE

NADA É MELHOR*



Único com tecnologia **MotionSense**



Máxima proteção
contra a transpiração



Antimanchas amarelas
nas roupas claras



Antimanchas brancas
nas roupas escuras



O ANTIMANCHAS NÚMERO 1 DO MUNDO

No 1

*CONTRA AS MANCHAS NAS ROUPAS E A TRANSPIRAÇÃO.

Clientes em **FOCO**



Giovanni de Sousa não deixa de conferir as ofertas e três vezes por semana visita o Assaí para fazer suas compras.

Geraldo Renato Silva é dono de um trailer de lanches. Para servir seu cardápio de sanduíches, ele conta com os ingredientes e o estoque do Assaí e passa pela loja diariamente.



Loja Assaí
Jundiaí
(SP)



Damião Soares é cliente assíduo do Assaí. Chega a ir duas vezes ao dia para aproveitar as ofertas e economizar.

FOTOS: © DIOGENES VIEIRA

LINHA FEIJOADA



marba



**VAI BEM
EM QUALQUER
MESA**



ALAGOAS

Assaí Maceió

Avenida Menino Marcelo, s/n
CEP: 57046-000 - Maceió
Telefone: (82) 3334-4269 / 3334-3949

BAHIA

Assaí Feira de Santana

Avenida Eduardo Fróes da Mota, s/n
CEP: 44021-215 - Feira de Santana
Telefone: (75) 3626-3556 / 3624-1432

Assaí Jequié

Avenida Cesar Borges, s/n
CEP: 45200-970 - Jequié
Telefone: (73) 3526-7423

Assaí Juazeiro da Bahia

Avenida São João, s/n
CEP: 48900-000 - Juazeiro
Telefone: (74) 3614-2490 / 3614-2274

Assaí Vitória da Conquista

Av. Anel do Contorno, s/n
CEP: 45000-100 - Vitória da Conquista
Telefone: (77) 3425-0072 / 3425-0347

CEARÁ

Assaí Bezerra de Menezes

Avenida Bezerra de Menezes, 571
CEP: 60325-003 - Fortaleza
Telefone: (85) 3533-4499 / 3533-4476

Assaí Cariri

Avenida Padre Cícero, 4.400
CEP: 63024-015 - Juazeiro do Norte
Telefone: (88) 3571-4301 / 3313-2890

Assaí Caucaia

Rodovia BR. 222, 6.970, Bloco A
CEP: 61635-365 - Caucaia
Telefone: (85) 3285-3739 / 3285-2966

Assaí Maracanaú

Avenida Dr. Mendel Steinbruch com Av. de Contorno
CEP: 61939-160 - Maracanaú - Ceará
Telefone: (85) 3383-5900

Assaí Parangaba

Avenida Godofredo Maciel, 86
CEP: 60710-000 - Fortaleza
Telefone: (85) 3292-6416 / 3292-6422

Assaí Sobral

Rodovia BR 222, 3638
CEP: 62051-402 - Cidade Gerardo Cristino de Menezes
Telefone: (88) 3614-0008 / 3614-4523

Assaí Washington Soares

Avenida Washington Soares, 5.657
CEP: 60830-005 - Fortaleza
Telefone: (85) 3533-8200 / 3533-8205

DISTRITO FEDERAL

Assaí Brasília Sul

Trecho 10 Sia, Zona Industrial, s/n
CEP: 71200-110 - Brasília
Telefone: (61) 3234-1773 / 3233-2624

Assaí Ceilândia

QNM 11 Mezanino, 6
CEP: 72215-110 - Ceilândia Sul
Telefone: (61) 3372-8112 / 3373-6024

GOIÁS

Assaí Goiânia Buritis

Avenida Padre Orlando Morais, s/n
CEP: 74843-200 - Goiânia
Telefone: (62) 3280-7205 / 3280-7156

Assaí Goiânia Perimetral

Avenida Perimetral Norte - 2609
Setor Vila João Vaz
CEP: 74445-190 - Goiânia
Telefone: (62) 3219-7850 / 3219-7855

MATO GROSSO

Assaí Coxipó

Rua Fernando Corrêa da Costa, 4.875
CEP: 78000-000 - Cuiabá
Telefone: (65) 3675-3363 / 3667-4850

Assaí Rondonópolis

Avenida Presidente Medici, 4.269
CEP: 78708-000 - Rondonópolis
Telefone: (66) 3425-2167 / 3425-2171

Assaí Várzea Grande

Avenida Dom Orlando Chaves, s/n
CEP: 78118-000 - Várzea Grande
Telefone: (65) 3685-4737 / 3685-4739

MATO GROSSO DO SUL

Assaí Acrissul

Avenida Fábio Zahran, 7.919
CEP: 79080-170 - Campo Grande
Telefone: (67) 3342-0505 / 3342-6850

Assaí Coronel Antonino

Rua Avenida Consul Assaf Trad, s/n
CEP: 79033-005 - Campo Grande
Telefone: (67) 3354-0511 / 3354-0506

PARAÍBA

Assaí Campina Grande

Av. Assis Chateaubriand, SN
CEP: 58414-060 - Campina Grande
Telefone: (83) 3331-3507 / 3331-1984

Assaí João Pessoa

Rua Diógenes Chianca, s/n
CEP: 58053-000 - João Pessoa
Telefone: (83) 3231-4722 / 3231-4392

PARANÁ

Assaí Londrina

Avenida Tiradentes, 4650
CEP: 86072-000 - Londrina
Telefone: (43) 3357-9026 / 3357-9131

Assaí Maringá

Rua Rubens Sebastião Marin, 1820
CEP: 87045-020 - Maringá
Telefone: (44) 3472-3600 / 3472-3604

PERNAMBUCO

Assaí Camaragibe

Avenida Doutor Belminio Correia, 681
CEP: 54759-000 - Camaragibe
Telefone: (81) 3456-8950

Assaí Caruaru

Avenida Cleto Campelo, 9
CEP: 55002-410 - Caruaru
Telefone: (81) 3719-8591 / 3721-8095

Assaí Garanhuns

Avenida Irga - PE -177
CEP: 55297-320 - Garanhuns
Telefone: (87) 3762-2115 / 3762-2197

Assaí Imbiribeira

Avenida Marechal Mascarenhas de Moraes, 2180
CEP: 51150-000 - Recife
Telefone: (081) 3497-7350

Assaí Jaboatão

Avenida General Barreto de Menezes, 434
CEP: 54310-310 - Jaboatão dos Guararapes
Telefone: (81) 3719-0151 / 3468-2090

Assaí Paulista

BR 101, 5800
CEP: 53416-710 - Paulista
Telefone: (81) 3437-8701 / 3437-8702

RIO DE JANEIRO

Assaí Alcântara

Rua Doutor Alfredo Becker, 605
CEP: 24452-001 - São Gonçalo
Telefone: (21) 3706-0343 / 2601-5581

Assaí Bangu

Rua Francisco Real, 2.050
CEP: 21810-042 - Rio de Janeiro
Telefone: (21) 2401-9576 / 2401-6224

NOVA LOJA

Assaí Cabo Frio

Avenida América Central, 900
CEP: 28909-582
Telefone: (22) 2640-6450 / 2640-6451

Assaí Campinho

Rua Domingos Lopes, 195
CEP: 21310-120 - Rio de Janeiro
Telefone: (21) 2450-2329 / (21) 2452-2686

Assaí Ceasa

Avenida Brasil, 19.001
CEP: 21530-001 - Rio de Janeiro
Telefone: (21) 2471-2071 / 2471-2169

Assaí Duque de Caxias

Avenida Governador Leonel de Moura Brizola, 2973
CEP: 25030-001 - Rio de Janeiro
Telefone: (21) 3780-5800 / 3780-5801

Assaí Freguesia

Estrada de Jacarepaguá, 7.753
CEP: 22753-045 - Rio de Janeiro
Telefone: (21) 2447-8525 / 2447-6580

Assaí Ilha do Governador

Avenida Maestro Paulo Silva, 100
CEP: 21920-445 - Rio de Janeiro
Telefone: (21) 3383-8283 / 3383-8109

Assaí Mendanha

Estrada do Mendanha, 3.457
CEP: 23092-001 - Rio de Janeiro
Telefone: (21) 3406-6968 / 3406-3889

Assaí Nilópolis

Avenida Getúlio de Moura, 1.983
CEP: 26525-002 - Nilópolis
Telefone: (21) 2691-3921 / 2691-3696

Assaí Niterói

Rua Benjamin Constant, 263
CEP: 24110-002 - Niterói
Telefone: (21) 2625-8433 / 2625-6526

Assaí Nova Iguaçu

Rua Marechal Floriano Peixoto, 1.448
CEP: 26220-060 - Nova Iguaçu
Telefone: (21) 3779-4175 / 2668-2335

Assaí Tijuca

Rua Uruguai, 329
CEP: 20510-055 - Rio de Janeiro
Telefone: (21) 2238-1323

RIO GRANDE DO NORTE

Assaí Natal

BR-101, s/n
CEP: 59000-000 - Natal
Telefone: (84) 3218-5529 / 3218-5528

SÃO PAULO

ALTO TIETÊ

Assaí Itaquaquecetuba

Estrada São Paulo/Mogi, 3.810
CEP: 08574-100 - Itaquaquecetuba
Telefone: (11) 4642-8580 / 4642-9612

Assaí Mogi das Cruzes

Rua José Meloni, 998
CEP: 08773-120 - Mogi das Cruzes
Telefone: (11) 4790-6092 / 4790-6103

Assaí Suzano

Rua Prudente Moraes, s/n
CEP: 08674-015 - Suzano
Telefone: (11) 4741-1335 / 4541-1577

**DIVERSÃO COM
A GALERA?**



**SIMPLIFICA.
PEDE
REFRI.**



[f/bebarefri](https://www.facebook.com/bebarefri) [@bebarefri](https://www.instagram.com/bebarefri)

GRANDE SÃO PAULO

Assaí Águia de Haia

Avenida Águia de Haia, 2.636
CEP: 03694-000 - São Paulo
Telefone: (11) 2046-6220 / 2046-6213

Assaí Barra Funda

Avenida Marquês de São Vicente, 1.354
CEP: 01139-002 - São Paulo
Telefone: (11) 3611-1658 / 3611-1654

Assaí Casa Verde

Avenida Engenheiro Caetano Álvares, 1.927
CEP: 02546-000 - São Paulo
Telefone: (11) 3411-5256 / 3411-5250

Assaí Cotia

Estrada do Embú, 162
CEP: 06713-100 - Cotia
Telefone: (11) 2159-4650 / 2159-4655

Assaí Dutra

Avenida Aniello Patrici, 494
CEP: 07013-000 - Guarulhos
Telefone: (11) 3411-5706 / 3411-5700

Assaí Fernão Dias

Rodovia Fernão Dias, s/n, km 86,4
CEP: 02283-000 - São Paulo
Telefone: (11) 2242-4668 / 2242-4123

Assaí Freguesia do Ó

Avenida Santa Marina, 2.100
CEP: 02732-040 - São Paulo
Telefone: (11) 3932-3415 / 3932-2609

Assaí Giovanni Pirelli

Rua Giovanni Battista Pirelli, 1.221
CEP: 09111-340 - Santo André
Telefone: (11) 4458-0904 / 4458-2828

Assaí Guaianases

Estrada Dom João Nery, 4.031
CEP: 08151-000 - São Paulo
Telefone: (11) 3052-1395 / 3052-1347

Assaí Guarulhos

Rua Nossa Senhora Mãe dos Homens, 1.258
CEP: 07091-000 - Guarulhos
Telefone: (11) 3411-5350 / 3411-5356

Assaí Itaim Paulista

Avenida Marechal Tito, 5.599
CEP: 08115-100 - São Paulo
Telefone: (11) 2928-8655 / 2928-8403

Assaí Itaquera

Avenida Sylvio Torres, 190
CEP: 03589-010 - São Paulo
Telefone: (11) 3544-6482 / 3544-6450

Assaí Jabaquara

Rua Taquaruçu, 79
CEP: 04346-040 - São Paulo
Telefone: (11) 5011-5673

Assaí Jaçanã

Avenida Luís Stamatis, 35
CEP: 02260-000 - São Paulo
Telefone: (11) 3544-6550 / 3544-6555

Assaí Jacu Pêssego

Avenida Jacu-Pêssego, 750
CEP: 08260-005 - São Paulo
Telefone: (11) 2523-9360 / 2523-9361

Assaí Jaguaré

Avenida Jaguaré, 925
CEP: 05346-000 - São Paulo
Telefone: (11) 3714-6815 / 3714-1357

Assaí João Dias

Avenida Guido Caloi, 25
CEP: 05802-140 - São Paulo
Telefone: (11) 2755-7555 / 2755-7556

Assaí Vila Carrão

Rua Manilha, 42
CEP: 03445-050 - São Paulo
Telefone: (11) 3411-5155 / 2295-8847

Assaí Marginal Tietê-Penha

Avenida Condessa Elisabete de Robiano, 5.500
CEP: 03704-900 - São Paulo
Telefone: (11) 2641-0947 / 2641-2266

Assaí Nordeste

Avenida Nordeste, 3.077
CEP: 08032-000 - São Paulo
Telefone: (11) 2928-4651 / 2928-4650

Assaí Osasco

Avenida dos Autonomistas, 1.687
CEP: 06020-015 - Osasco
Telefone: (11) 3411-5600 / 3411 5611

Assaí Pirajussara

Avenida Ibirama, s/n
CEP: 06785-300 - Taboão da Serra
Telefone: (011) 4138-1580

Assaí Ribeirão Pires

Avenida Francisco Monteiro, 1.941
CEP: 09400-310 - Ribeirão Pires
Telefone: (11) 4825-1995

Assaí Santo Amaro

Avenida das Nações Unidas, 21.883
CEP: 04795-100 - São Paulo
Telefone: (11) 3411-5400 / 3411-5401

Assaí Santo André

Rua Visconde de Taunay, 216
CEP: 09210-570 - Santo André
Telefone: (11) 3468-4701 / 3468-4700

Assaí São Bernardo do Campo

Avenida Piraporinha, 680
CEP: 09891-001 - São Bernardo do Campo
Telefone: (11) 3411-5656 / 3411-5662

Assaí São Caetano do Sul

Rua Senador Vergueiro, 428
CEP: 09521-320 - São Caetano do Sul
Telefone: (11) 4224-2853 / 4224-2150

Assaí São José dos Campos

Av. Dr. Sebastião Henrique da Cunha Pontes, 4600
Cep: 12238-365 - São José dos Campos
Telefone: (12) 3570-0121 / 3570-0122

Assaí São Miguel

Avenida Marechal Tito, 1.300
CEP: 08010-090 - São Paulo
Telefone: (11) 3411-5300 / 3411-5311

Assaí Sapopemba

Avenida Sapopemba, 9.250
CEP: 03988-000 - São Paulo
Telefone: (11) 2197-1500 / 2197-1507

Assaí Taboão da Serra

Av Felício Barutti, 3040
CEP: 06757-000 - Cidade Intercap
Telefone: (11) 4771-0606 / 4711-8711

Assaí Tatuapé

Avenida Condessa Elisabete de Robiano, 2.176
CEP: 03074-000 - São Paulo
Telefone: (11) 3411-5450 / 3411-5460

Assaí Teotônio Vilela

Avenida Senador Teotônio Vilela, 8.699
CEP: 04858-001 - São Paulo
Telefone: (11) 5922-9300 / 5922-9301

Assaí Vila Sônia

Avenida Professor Francisco Morato, 4.367
CEP: 05521-200 - São Paulo
Telefone: (11) 3411-5550 / 3411-5556

INTERIOR

Assaí Bauru

Avenida Nações Unidas, quadra 06, s/n
CEP: 17010-130 - Bauru
Telefone: (14) 3222-4152 / 3212-4605

Assaí Amoreiras

Avenida Ruy Rodrigues, 1.400
CEP: 13060-192 - Campinas
Telefone: (19) 3223-2877 / 3223-5747

Assaí Jundiá

Rua Quinze de Novembro, 430
CEP: 13201-005 - Jundiá
Telefone: (11) 2136-0400 / 2136-0403

Assaí Limeira

Rua José Bonifácio, 149
CEP: 13480-158 - Limeira
Telefone: (19) 2114-9855 / 2114-9850

Assaí Presidente Prudente

Avenida Joaquim Constantino, 3.025
CEP: 19053-300 - Presidente Prudente
Telefone: (18) 3908-4449 / 3908-4417

Assaí Ribeirão Preto

Avenida Presidente Castelo Branco, 2.395
CEP: 14095-000 - Ribeirão Preto
Telefone: (16) 3211-5706

Assaí Ribeirão Preto Rotatória Meira Junior

Avenida Treze de Maio, 92
CEP: 14090-260 - Ribeirão Preto
Telefone: (16) 3624-5387 / 3624-5396

Assaí Rio Claro

Avenida Tancredo Neves, 450
CEP: 13503-183 - Rio Claro
Telefone: (19) 2111-2157 / 2111-2160

Assaí Sorocaba

Rodovia Raposo Tavares, Km 99, s/n
CEP: 18023-000 - Sorocaba
Telefone: (15) 3388-3000 / 3388-3006

Assaí Sorocaba Itavuvu

Avenida Itavuvu, 1.766
CEP: 18076-005 - Sorocaba
Telefone: (11) 3239-3204 / 3239-2992

LITORAL

Assaí Caraguatatuba

Avenida Prisciliana de Castilho, 840
CEP: 11660-971 - Caraguatatuba
Telefone: (12) 3897-5614 / 3897- 5600

Assaí Praia Grande

Avenida Presidente Kennedy, 100
CEP: 11705-000 - Praia Grande
Telefone: (13) 3471-8475 / 3494-7792

Assaí PG Litoral Plaza

Avenida Ayrton Senna da Silva, 1.511
CEP: 11726-000 - Praia Grande
Telefone: (13) 3473-6686 / 3473-7524

Assaí Santos

Avenida Nossa Senhora de Fátima, 50
CEP: 11085-200 - Santos
Telefone: (13) 3296-2100



Su fresh seu dia.



www.sufresh.com.br



HUGGIES®

TURMA DA
mônica®

A 1ª Fralda Roupinha do mercado!

Experimente!



Veste como roupinha



Protege como fraldinha!

