

# assaíbons negócios

assai.com.br

**ASSAÍ**  
ATACADISTA

**ANIVERSÁRIO**

**42** anos

## VISÃO DE mercado

Foi dada a largada para a preparação do comércio para o Natal. Confira algumas dicas e lucre no período



## Assaí ACONTECE

Confira os preparativos para a inauguração, em Aracaju, da 100ª loja do Assaí

Promoção de aniversário do Assaí bate recorde de prêmios na maior ação já realizada por um atacadista

Mais de  
**R\$ 2 milhões**

# EM PRÊMIOS



KIBON®

Sorveteria

KIBON®

Sorveteria

ChicaBon



KIBON®

Sorveteria

Tentação

morango  
com flocos

O SORVETE QUE O CONSUMIDOR  
AMA NÃO PODE FALTAR  
NA SUA LOJA!!

**Cremosíssimo!**



KIBON®

**Cremosíssimo!**

napolitano

feito com  
leite



KIBON®

**Cremosíssimo!**

napolitano  
especial

feito com  
leite





Produtos Disney Frozen Baruel.  
A linha campeã para aquecer suas vendas.



**PACK SHAMPOO  
+CONDICIONADOR  
PRINCESA FROZEN  
BARUEL**  
230 ml



**SABONETE BARRA  
SUAVE FROZEN  
BARUEL**  
80 g



**SHAMPOO  
PRINCESA FROZEN  
BARUEL**  
230 ml

**CONDICIONADOR  
PRINCESA FROZEN  
BARUEL**  
230 ml



**SHAMPOO  
2 EM 1 FROZEN  
BARUEL**  
230 ml

**SABONETE LÍQUIDO  
SUAVE FROZEN  
BARUEL**  
230 ml



© DISNEY

# EDITORIAL



## 42 ANOS DE ASSAÍ

Esta edição da **Revista Assaí Bons Negócios** é especial, pois registra o aniversário do Assaí, que completa 42 anos de mercado brasileiro. Para comemorar, preparamos uma ação promocional com a maior premiação já oferecida por uma rede atacadista. Serão mais de dois milhões de reais em prêmios, entre carros e vales-compras. Os detalhes da promoção você confere nas próximas páginas.

O mês de outubro deste ano também será marcado pela inauguração da centésima loja da rede Assaí. Para nós, é um orgulho atingir uma marca tão importante, fruto de muito trabalho e do compromisso de ser o parceiro das famílias e dos empreendedores Brasil a fora. Essa celebração será na cidade de Aracaju, capital de Sergipe, completando o sétimo estado nordestino e o 15º estado brasileiro a receber nossa bandeira.

E, como estamos entrando na reta final do ano, preparamos uma reportagem que fala sobre a importância de se preparar para obter bons resultados nessa época, com dicas e boas práticas de especialistas. De olho nas inovações nos modelos de negócios, falamos também sobre as *Food Bikes*, aquelas bicicletas que são preparadas para ser pontos de vendas. Com custo inicial mais baixo que os pontos fixos tradicionais, elas chamam atenção pela mobilidade e pelos bons resultados. Confira exemplos de quem apostou nesse mercado.

Completamos a edição com dicas de gestão, principalmente para empreendedores que estejam em dificuldade financeira. E, numa entrevista com um consultor de mercado especializado em terceira idade, você vai ver como esse público é exigente e o que deve fazer para preparar sua empresa para prestar a ele o melhor atendimento. Para fechar, receitas de quitutes natalinos caseiros, como boa opção de “faça e venda” no Natal.

Boa 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** Guilherme Carvalho e Jonny Santos **Edição de arte** Suellen Cristina Winter **Colaboradores da edição** (texto) Edileuza Soares, Fernando Torres e Letícia Murta (foto) Fabio Dias, Tiago Jardim e Paulo Matheus **Revisão** Rodrigo Castelo **PUBLICIDADE** Gerente Comercial Cleia Magalhães - cleia.magalhaes@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 Serzeigraf - Distribuição Dirigida - Venda Proibida



assaíbons  
**negócios**



## 10 ASSAÍ NA INTERNET

Confira o que foi destaque no Blog Assaí Bons Negócios

## 12 ASSAÍ MAIS

As principais ações e projetos do Assaí em todo o país

## 14 ESPECIAL QUITUTES NATALINOS

Dicas e receitas para preparar delícias natalinas e alavancar as vendas de fim de ano



### ▲ INSTITUCIONAL

Conheça os detalhes da promoção de aniversário que comemora os 42 anos do Assaí



### ◀ ESPECIAL SORVETES

O mercado que cresce e traz lucro o ano todo

## 22 MEU NEGÓCIO, MINHA HISTÓRIA

O negócio de caldo de cana e pastéis que passou de pai para filho

## 36 VISÃO DE MERCADO

Especialistas apostam em cardápio brasileiro para cativar os clientes neste Natal. Veja como se planejar para a data

# A evolução que nos move, agora vai mover o seu carro.

## **P400 EVO**



- > Novo desenho da banda de rodagem
- > Melhor dirigibilidade e estabilidade direcional
- > Ótimo desempenho em pisos secos e molhados
- > Maior rendimento quilométrico

**MEDIDAS DISPONÍVEIS PARA AS SEGUINTE MONTADORAS / MODELOS:** **Chevrolet:** Agile, Astra, Celta, Classic, Cobalt, Corsa, Ipanema, Kadet, Meriva, Montana, Monza, Onix, Prisma, Sonic, Spin, Vectra - **Citröen:** C3, C4 - **Fiat:** Bravo, Doblo, Fiorino, Idea, Linea, Palio, Palio Weekend, Punto, Siena, Strada, Uno - **Ford:** Courier, Fiesta, Focus, Ka - **Honda:** Fit - **Hyundai:** HB20, HB20 S, HB20 X - **Nissan:** Livina, Sentra - **Peugeot:** 206, 207, 208, Hoggar - **Renault:** Clio, Kangoo, Logan, Sandero, Symbol - **Toyota:** Corolla, Etios - **Volkswagen:** Fox, Gol, Parati, Polo, Saveiro, Up!, Voyage.



**POTÊNCIA NÃO É NADA SEM CONTROLE**



## **48** PALAVRA DE ESPECIALISTA

Como preparar sua empresa para atender o exigente público da terceira idade

## **52** EM TEMPO

Veja como colocar seu negócio nos trilhos novamente

### **◀ RUMO CERTO**

Sobre duas rodas, as *Food Bikes* fazem sucesso com baixo investimento

## **60** VIDA SUSTENTÁVEL

Envolver os colaboradores e até a comunidade nas suas ações também é um caminho para a sustentabilidade

## **66** FOOD SERVICE

Novidades e lançamentos do setor

## **70** CAPACITAÇÃO

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



### **▲ ASSAÍ ACONTECE**

Rede se prepara para inaugurar em Aracaju a sua centésima loja

# 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** informações para o seu negócio. 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 agosto e setembro.

### **COMO ARMAZENAR CARNE** *da maneira correta*

Na hora de armazenar alimentos precisamos ter muita cautela: cada um possui suas propriedades e, por isso, precisa ser acondicionado de maneira diferente. As carnes, por exemplo, possuem uma forte tendência a sofrerem contaminação por bactérias ou outros micro-organismos, já que são uma fonte de proteína e possuem alto teor de água. [bit.ly/armazenar\\_carne](http://bit.ly/armazenar_carne)

### **REDES SOCIAIS**

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:



[twitter.com/assaioficial](https://twitter.com/assaioficial)



[youtube.com/assaioficial](https://youtube.com/assaioficial)



[facebook.com/assaiaatacadistaoficial](https://facebook.com/assaiaatacadistaoficial)



### **Receita de risoto de alho-poró** **COM LIMÃO SICILIANO**

Para quem deseja seguir ou já segue uma dieta vegetariana, e para quem deseja incluir novidades no cardápio, o Assaí separou uma receita deliciosa e simples. Confira em: [bit.ly/risoto\\_alho\\_poro](http://bit.ly/risoto_alho_poro)

### **Mercado Pet deve crescer** **AINDA MAIS**

O Brasil é considerado um dos maiores mercados para a indústria de pets no mundo. Para 2016, o país tem estimativa de crescimento de 6,7% em relação ao ano anterior (em 2015, o avanço foi de 7,6%), com cerca de R\$ 19,2 bilhões de faturamento do conjunto de empresas do ramo. Esses são dados da Abinpet (Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação).

[bit.ly/mercado\\_pets](http://bit.ly/mercado_pets)



### **LEIA**

Acesse o site [www.assai.com.br/blog](http://www.assai.com.br/blog) e confira outros assuntos.



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



# 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.



**SÓ SOFRE POR VENDAS QUEM NÃO TEM CATUABA.**

A deliciosa combinação de vinho tinto e especiarias brasileiras é sucesso em todo o país: tá todo mundo pedindo Selvagem em baladas, encontros, esquentas e, é claro, no ponto de venda!

**ENTRE NESSA FESTA E FAÇA SUAS VENDAS ESQUENTAREM!**

**CATUABA SELVAGEM**

próbest

VENDA E CONSUMO PROIBIDOS PARA MENORES DE 18 ANOS. SE FOR DIRIGIR, NÃO BEBA.



Loja Assaí Lauro de Freitas (BA)

## NOVAS LOJAS *na Bahia*

O Assaí avança com seu plano de expansão pelo Brasil e inaugura duas novas lojas na Bahia. Uma delas está localizada no município de Lauro de Freitas e foi aberta ao público no dia 31 de agosto. Já a outra foi entregue no dia 09 de setembro no bairro Paripe, em Salvador. Essas foram a quinta e a sexta lojas no estado. O Assaí Atacadista já está nas cidades de Juazeiro, Feira de Santana, Vitória da Conquista e Jequié.

Ao todo, foram investidos cerca de 70 milhões nas duas novas lojas que, juntas, geraram aproximadamente 972 empregos diretos e indiretos, valorizando a mão de obra local. “Entre 2013 e outubro de 2015 foram inauguradas 30 lojas e o Nordeste é considerado uma região de grande importância para o Assaí. A demanda dos clientes, somada ao desenvolvimento dessas regiões, ao potencial econômico e ao crescimento dos locais escolhidos, foram grandes impulsionadores para a construção dessas novas unidades”, reforça Belmiro Gomes, Presidente do Assaí Atacadista.

Para a construção das lojas em Lauro de Freitas e Paripe, o Assaí Atacadista utilizou tecnologias e diferenciais ambientais que buscam a melhor utilização de recursos naturais, com redução do consumo de energia elétrica e maior aproveitamento da água. Entre eles, ilhas refrigeradas que possuem fechamento e



Loja Assaí Lauro de Freitas (BA)



Loja Assaí Paripe (BA)

evaporação da água residual da condensação. Isso elimina a necessidade de drenos e evita volume de água para a rede de esgoto, reduzindo o consumo de energia. A iluminação utiliza zenitais (aberturas em telhas translúcidas na cobertura da loja que permitem entrada de luz natural) e fachada de vidro, para proporcionar maior iluminação durante o dia, diminuindo a utilização das lâmpadas e gerando também a redução no consumo de energia elétrica.



## Assaí em GOIÁS

No dia 25 de agosto, o Assaí inaugurou a sua primeira unidade em Valparaíso de Goiás. Com um investimento de R\$ 35 milhões, a loja, que tem mais de 12 mil m<sup>2</sup> de área construída, trará ao consumidor mais de 7 mil itens entre mercearia, alimentos, embalagens, higiene, bebidas, limpeza e hortifrúti, de grandes marcas nacionais, regionais e importadas. “Escolhemos a cidade de Valparaíso de Goiás depois de estudos cautelosos que mostraram que a região, no entorno do DF, se encaixa na posição de investimento dos grandes centros brasileiros. O Assaí sempre busca estar em regiões onde há um grande potencial de crescimento econômico, onde existe uma crescente demanda de estabelecimentos comerciais e consumidores”, explica Belmiro Gomes, Presidente do Assaí Atacadista. Além disso, com a chegada a Valparaíso, o Assaí reafirma a sua posição de investir e estar presente nos grandes centros brasileiros, fomentando a economia local – com a inauguração, cerca de 500 pessoas foram empregadas, direta ou indiretamente.

**Scotch-Brite**

**MAIS TEMPO**  
para o que você  
mais gosta

REFRATÁRIOS

FORMAS DE ALUMÍNIO

FRIGIDEIRAS DE ALUMÍNIO

**NOVA**  
**EXTREMA**  
LIMPEZA PROFUNDA + RÁPIDA

**8 ENTRE 10**  
AFIRMAM QUE  
LIMPA + RÁPIDO\*

**DURA MAIS E LIMPA MELHOR.**

**3M**

[www.scotch-brite.com.br](http://www.scotch-brite.com.br)

\*Estudo realizado com consumidores em SP Capital, contendo público-alvo, margem de erro, tempo de duração e demais dados disponíveis no site [www.scotch-brite.com.br](http://www.scotch-brite.com.br)

# Faça e venda no NATAL

Panetones e biscoitos decorados caseiros são ideias lucrativas nessa época do ano. Confira as receitas e inspire-se

COM A PERSPECTIVA DE REDUÇÃO DA INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O NATAL, O QUE INTERFERE DIRETAMENTE NO VALOR DOS PRESENTES DE FIM DE ANO, ABRE-SE A OPORTUNIDADE DE NEGÓCIOS PARA PEQUENOS EMPRESÁRIOS QUE VENDEM QUITUTES NATALINOS.

Para muitos desses empreendedores, a data representa um fôlego a mais no faturamento. Por isso, a aposta fica por conta dos produtos clássicos que não faltam nessa época do ano, como os panetones, por exemplo. Produzidos com toques gourmet, acabam se tornando ótimos presentes para amigos e familiares.

Há 10 anos no ramo da confeitaria, a pequena empresária Andrea Xavier percorreu um caminho que tem sido cada vez mais comum. Depois de anos trabalhando na área comercial, ela perdeu o emprego e decidiu iniciar a produção de doces para ter uma renda provisória. O negócio deu certo e Andrea não parou mais.

Como muitos confeitores caseiros, ela trabalha na sua casa, em Guarulhos (SP), e faz a propaganda de seus produtos através do boca a boca com os vizinhos e os amigos e por meio das redes sociais. Sua linha de produtos é variada: doces, tortas, bolos, salgados, e agora, para o Natal, o seu carro-chefe é o panetone trufado.

Para quem procura uma fonte de renda alternativa ou mesmo deseja incluir um produto novo dedicado a essa época do ano, os panetones, além de deliciosos, são também lucrativos. “Minha perspectiva de ganho é de 200% sobre o custo dos produtos”, conta Andrea.

Este ano, ela mudou a estratégia de preparação dos doces. “No ano passado eu fazia também a massa do panetone, mas percebi que acabava saindo pelo mesmo custo de comprá-lo pronto. Decidi, então, apenas customizá-lo em casa. Assim, elimino uma etapa na preparação e tenho mais tempo para aumentar a produção”, ressalta.

Ela começa a receber as encomendas em novembro e, como trabalha sozinha, tem um limite de produção. Andrea espera ultrapassar a venda de panetones do ano passado, que foi de 200 unidades.

## MÃO NA MASSA

Para quem está pensando em produzir panetones para vender no Natal, segue uma receita que rende quatro pães de 500 gramas. >>



## PANETONE TRADICIONAL

### PRIMEIRA MASSA

- 4 tabletes de fermento para pão
- 1 colher (sopa) de açúcar
- 4 colheres (sopa) de farinha de trigo
- ½ copo de água

### MODO DE PREPARO

*Misture tudo e deixe crescer por 15 minutos.*

### SEGUNDA MASSA

- 100 g de margarina
- ½ xícara de óleo
- 1 colher (sopa) de essência de panetone
- 2 colheres (sopa) de leite em pó
- ½ colher (sopa) de melhorado de farinha
- 1 colher (sopa) de mel

- ½ colher (sopa) de emulsificante
- 2 ovos inteiros e 8 gemas
- ½ xícara (chá) de açúcar
- 1 kg de farinha de trigo
- 300 g de frutas cristalizadas
- 200 g de uvas-passas

### MODO DE PREPARO

*Na batedeira bata o açúcar com o mel e o leite em pó. Acrescente o melhorado de farinha, o óleo, o emulsificante, a margarina e a essência de panetone até ficar um creme liso. Adicione a mistura da primeira massa, já crescida, com as gemas e os ovos e bata. Adicione a farinha até dar o ponto na massa. Sove bem e acrescente as frutas. Divida a massa em quatro pedaços similares. Coloque nas fôrmas e deixe crescer por uma hora. Leve ao forno preaquecido e asse por 40 minutos.*

**“Os biscoitos têm uma venda crescente o ano todo, mas no Natal a saída é maior”**

Cássia Jácome

## BISCOITOS DECORADOS

A advogada mineira Cássia Jácome tornou-se confeitadora há três anos. Ela conta que deixou o emprego para acompanhar o marido, que havia sido transferido de Belo Horizonte para Barretos, interior de SP. Lá, apaixonou-se pela confeitaria, especialmente pelos biscoitos decorados. Ao retornar a BH, viu que o produto era uma novidade na cidade e tinha grande potencial. Autodidata, Cássia se especializou na técnica e criou a Maria Antonieta Doces, de onde saem biscoitos para todos os tipos de eventos. “Os biscoitos têm uma venda crescente o ano todo, mas no Natal a saída é maior”, conta.

Hoje, ela dedica-se ao negócio, que já é um sucesso, e conta que tem um espaço em casa para fazer suas produções, ao mesmo tempo em que cuida de sua filha de 1 ano. Cássia faz questão de se envolver em todos os processos da pequena empresa, que ainda conta com duas funcionárias fixas e duas *freelancer*. “Eu dedico bastante tempo para pensar em produtos diferentes para o Natal e a Páscoa. Como muitos dos nossos clientes são fidelizados, eles buscam novidades todos os anos”, explica.



Para este Natal, ela prepara sua agenda para receber as encomendas. Como possui uma estrutura pequena, costuma trabalhar com um número máximo de pedidos. “Abrimos nossa agenda para encomendas nas duas últimas semanas de novembro. É sempre um bom período de vendas, quando chegamos a produzir 400 biscoitos por semana até o Natal”, conta.

Cássia diz que atende muitos pedidos de empresas. “Os biscoitos são uma boa op-

ção de presente para funcionários e até mesmo para amigos e familiares”, afirma.

Os biscoitos decorados fazem parte da tradição alemã que chegou ao Brasil pelos imigrantes. Feitos com apenas 4 ingredientes, eles são amanteigados e fáceis de preparar e a cada ano se tornam mais tradicionais, sendo uma ótima opção para “faça e venda”. O que os tornam ainda mais vendáveis e atraentes são as delicadas decorações feitas com glacê real. Confira a receita! 🍪

## BISCOITO AMANTEIGADO

- 3 xícaras (chá) de farinha de trigo
- 200 g de manteiga
- 1 xícara (chá) de açúcar refinado
- 1 ovo
- 20 mL de água gelada

### MODO DE PREPARO

Misture a farinha com o açúcar e a manteiga gelada cortada em cubos. Vá amassando até formar uma farofa. Em seguida, acrescente o ovo e sove até a massa ficar uniforme e soltando das mãos. Ponha a água aos poucos para dar liga. Coloque a massa na geladeira por 30 minutos e, em seguida, abra-a entre dois plásticos para que não grude na bancada. Corte com cortadores natalinos e leve ao forno preaquecido por 15 minutos.



**Há 90 anos  
PRODUZINDO  
QUALIDADE!**

**90 ANOS SUPREMO**  
Queijos Especiais

[www.laticiniosburitis.com.br](http://www.laticiniosburitis.com.br)

The advertisement features a young girl with braids eating a slice of bread with a heart-shaped hole filled with green herbs and white cheese. In the foreground, there is a platter of cheese products, including a wedge of Swiss cheese, a small container of Supremo cream cheese, and a bowl of cheese sauce. The background is a warm orange color.



## BISCOITO DE GENGIBRE

- 3 xícaras (chá) de farinha de trigo
- 1 xícara (chá) de açúcar mascavo
- 100 g de manteiga
- 2 colheres (sopa) de achocolatado
- 1 colher (chá) de gengibre em pó
- 1 colher (chá) rasa de bicarbonato de sódio
- 1 colher (sopa) de canela em pó
- 1 colher (sopa) de cravo em pó
- 1 ovo

**DICA:** No mercado é possível adquirir o glacê real industrializado. Basta adicionar água e bater que ele fica pronto para ser usado



**tres** por 



**SEMPRE UM SABOR QUE COMBINA.**



Filtrado CLÁSSICO

Espresso PLENO

Espresso SUPREMO

Espresso VIBRANTE



Café com Leite



Chocolatto



Chocolatto CARMELLO



Cappuccino CLASSIC





#### MODO DE PREPARO

Peneire em uma tigela a farinha de trigo, o achocolatado, o gengibre, o bicarbonato, a canela e o cravo. Misture bem e reserve. Derreta a manteiga por alguns segundos no micro-ondas. Bata o açúcar mascavo com a manteiga até obter um creme homogêneo. Acrescente o ovo e bata mais um pouco. Em velocidade baixa, vá acrescentando aos poucos os ingredientes secos que estavam reservados. Quando a massa engrossar, desligue a batedeira e continue o procedimento manualmente com uma colher de pau. Coloque a massa em mesa polvilhada com farinha de trigo e amasse-a

o suficiente para ligar bem os ingredientes. Abra a massa com rolo e corte os biscoitos em formatos diferentes. Leve ao forno a 180° C, para assar por aproximadamente 15 a 20 minutos.

#### GLACÊ REAL

Bata na batedeira uma clara em neve até ficar firme. Adicione, aos poucos, 220 g de açúcar de confeitoiro e continue batendo. Por último, adicione uma colher (sopa) de limão e bata. Divida em porções e acrescente corante da cor desejada em cada uma delas. Decore com saco de confeitaria.



- ✓ **Portfólio completo**
- ✓ **Preferência do consumidor pelo 5º ano consecutivo**
- ✓ **Garantia de giro e lucratividade**
- ✓ **Inovação e qualidade para você ganhar cada vez mais**

[proauto.com.br](http://proauto.com.br)

 /windautoproauto

 @proauto\_oficial

 /ProautoOficial



**ASSAÍ**

ATACADISTA

**ANIVERSÁRIO**

**42 anos**

com + de 100 lojas  
pra você!

**12.000**  
Vales de R\$100  
no hotsite

Vale-compra  
de  
**100**  
REAIS

**14**  
carros



**1 CR-V**  
+

**300 MIL**

**42**  
vales de

**1 Ano de**  
COMPRAS  
GRÁTIS

**Donato**  
Ganhador  
2012

**Sandra**  
Ganhadora  
2015

**Produtos Participantes**



# Muitos motivos pra comemorar E todos os dias pra ganhar!

## Mais de 2 milhões em prêmios

Dani  
Ganhador  
2015



### ACUMULE

a cada  
**R\$ 100,00**

você concorre a 14 carros e a  
42 vales de 1 ano de compras.



### COM R\$ 20,00\*

em produtos  
participantes

você também concorre a  
1 CRV + 300 mil reais.



### CADASTRE

o código do seu cupom no site  
**ANIVERSARIOASSAI.COM.BR**  
e concorra a vales de  
100 reais todos os dias.



### BOA SORTE!

Você tem  
todos os dias  
pra ganhar!

Cristiane  
Ganhadora  
2015



**ANIVERSARIOASSAI.COM.BR**

Promoções válidas de 01/10 a 30/11/2016. Sorteio dia 14/12/2016, via extração da Loteria Federal (Consulte formas de participação, regulamentos completos e Certificados de Autorização CAIXA no hotsite da promoção). Imagens meramente ilustrativas. Serão sorteados vales-compras no valor de R\$ 100,00 no hotsite todo dia de promoção. Prêmio CR-V mais R\$ 300 mil, será entregue via Certificado de Ouro no valor total de R\$ 445.800,00, com sugestão de parte do valor de uso para aquisição de um carro CR-V. A premiação de 42 vales-compras será entregue por meio de um cartão no valor total de R\$ 6.000,00, com sugestão de uso para compras no Assai durante 1 ano, sendo R\$ 500,00 por mês. Certificados de Autorização CAIXA: 4-1972/2016 e 5-1976/2016.

P&G

Sadia

SCHIN

Seara



Unilever  
Food  
Solutions

VEJA

VIGOR

Yoki

Ype

# Tradição & SABOR



Em  
Limeira,  
Caldo de Cana  
e Pastel do Vô João  
reúne gerações com  
bom atendimento e  
qualidade



PONTO TRADICIONAL EM LIMEIRA, NO INTERIOR DE SÃO PAULO, HÁ 24 ANOS O CALDO DE CANA E PASTEL DO VÔ JOÃO É LOCAL CERTO PARA ENCONTRO DE AMIGOS, BOAS CONVERSAS E, CLARO, CALDO DE CANA GELADO E PASTEL FEITO NA HORA. COMANDADO POR 19 ANOS PELO SENHOR JOÃO BOTENI, HOJE COM 78, O NEGÓCIO AGORA É ADMINISTRADO POR SEUS FILHOS, MAURÍCIO E ANTÔNIO, E SEU NETO VINÍCIUS.



Na foto, da direita para a esquerda: Antônio ao lado de seu irmão (Maurício), seu pai João (Vô João), e seu filho (Vinícius) registram três gerações à frente do negócio

Inicialmente, era vendido apenas caldo de cana. Foi apenas há três anos, com a entrada de Antônio Boteni no negócio, que houve a expansão para comercialização de pastéis. A inovação agradou a clientela e fez o local ter ainda mais público. “Os pastéis complementaram o serviço. As pessoas aprovaram a ideia e passaram a vir com mais frequência. Tem sido muito procurado. Vendemos cerca de 300 unidades por dia”, garante Antônio.

Atualmente, são sete sabores de pastéis: queijo, carne, carne com queijo, frango com catupiry, calabresa com queijo, palmito com queijo e catupiry. Em breve, chegará novo sabor, o de carne seca com catupiry. Cada pastel custa R\$ 4,50. O caldo de cana é vendido em copo de 400 mL por R\$ 3 e a garrafa de 1 litro por R\$ 6,50.

## NEGÓCIO FAMILIAR

Instalado na praça Landell de Moura, o Caldo de Cana e Pastel do Vô João é pro-

curado por pessoas de todas as idades, pela qualidade do serviço que oferece. “A caminhonete do caldo de cana possui um baú com engenho de inox e câmara fria. O caldo sai geladinho e muito saboroso. O pastel fritamos na hora. Tudo muito higiênico e feito com o cuidado e o carinho que nosso cliente merece”, disse Antônio.

Ele garante que o segredo do negócio é a constância, o bom atendimento, o preço justo e a união familiar. “Vimos o que foi construído pelo nosso pai e demos continuidade ao trabalho. Juntos, vamos tocando e acreditando que nossos clientes devem ser tratados da melhor maneira possível. É isso que faz com que as pessoas continuem frequentando e acredito que seja o nosso grande segredo para manter por tanto tempo o Caldo de Cana e Pastel do Vô João”.

Com a mesma atenção que oferece aos clientes, Antônio Boteni busca seus >>

**“A caminhonete do caldo de cana possui um baú com engenho de inox e câmara fria. O caldo sai geladinho e muito saboroso. O pastel fritamos na hora. Tudo muito higiênico e feito com o cuidado e o carinho que nosso cliente merece”**

Antônio Boteni



fornecedores. E foi assim que passou a ser cliente Assaí, há três anos, na loja de Limeira, aonde vai cerca de três vezes por semana. “Gosto da forma como sou tratado, da facilidade de encontrar o que preciso, de ter preços bons. Fico sempre muito satisfeito. Sou cliente e recomendo o Assaí”, conta.

### MERCADO EM EXPANSÃO

O Brasil é o maior produtor de cana-de-açúcar no mundo, com mais de 590 milhões de toneladas colhidas ao ano. Muito popular em diversas regiões do país, a dupla pastel com caldo de cana pode ser um modelo de negócio bastante lucrativo. O caldo de cana é uma das bebidas preferidas pelos brasileiros, com excelente hidratação e nutrientes, e, unida aos salgados, fornece um lanche rápido e barato, ótimo para atrair a clientela. Durante o verão, o consumo pode aumentar em até 40%.

Por seus benefícios à saúde, o caldo de cana está se popularizando ainda mais. A bebida contém açúcar em sua forma bruta, o que é bom. É muito diferente do açúcar refinado, desprovido de quaisquer nutrientes e minerais e que pode causar

**Elma Chips**

## NOVOS TAMANHOS BOLSA PEQUENA

Muito Sabor

Deliciosos para um lanche rápido

Divertidos e Inconfundíveis

Requeijão

Queijo Nacho

Original

Presunto

100 calorias

Cheetos ASSADO

Doritos QUEIJO NACHO

Ruffles ORIGINAL

FANDANGO PRESUNTO

IMAGENS ILUSTRATIVAS



Em frente a barraca de pastéis e caldo de cana, Vô João e seu filho Antônio

problemas à saúde. O caldo contém também propriedades antioxidantes, é facilmente digerido, fornece energia imediata e hidrata o corpo, sendo assim extremamente útil no verão. É benéfico na prevenção e no tratamento de dor de garganta, resfriado e gripe. Devido à sua natureza alcalina, o caldo de cana ajuda na luta contra o câncer, especialmente de próstata e de mama.

O caldo de cana contém vários nutrientes essenciais, como cálcio, potássio, ferro, magnésio e fósforo, necessários para o funcionamento normal do corpo. Estudos têm mostrado que a bebida pode ajudar a recuperar a perda de vitaminas. 🌞 por *Leticia Murta*

#### SAIBA MAIS

**CALDO DE CANA E PASTEL DO VÔ JOÃO**

Praça Landell de Moura, S/N, Ponte Preta

Bairro Vila São Luiz – Limeira/SP

Momentos especiais merecem   
queijos de qualidade.



**Formosa**

**LATICÍNIOS**

Lagoa Formosa - MG

Em comemoração aos seus 42 anos, o Assaí Atacadista prepara uma promoção que vai dar mais de R\$2 milhões em prêmios

14 carros

COMPRANDO PRODUTOS PARTICIPANTES CONCORRA A

1 CR-V +

42 ganhadores de 1 ano de compras grátis

12.000 vales no hotsite



300 MIL



Promoções válidas de 01/10 a 30/11/2016. Sorteio dia 14/12/2016, via extração da Loteria Federal. Imagens meramente ilustrativas. Serão sorteados vales-compras no valor de R\$100,00 no hotsite todo dia de promoção. Prêmio CR-V mais R\$ 300 mil, será entregue via Certificado de Ouro no valor total de R\$ 445.800,00, com sugestão de parte do valor de uso para aquisição de um carro CR-V. A premiação de 42 vales-compras será entregue por meio de um cartão no valor total de R\$ 6.000,00, com sugestão de uso para compras no Assaí durante 1 ano, sendo R\$ 500,00 por mês. Certificados de Autorização: CAIXA 4-1972/2016 e 5-1976/2016.

# Recorde de PRÊMIOS

EM 1974, NA VILA CARRÃO, BAIRRO DA ZONA LESTE DE SÃO PAULO, NASCIA O ASSAÍ, COM O PROPÓSITO DE OFERECER SOLUÇÕES DE ABASTECIMENTO PARA O PEQUENO TRANSFORMADOR. NA ÉPOCA, O FOCO ERA ATENDER APENAS PASTELARIAS E PIZZARIAS. HOJE, 42 ANOS DEPOIS, A LOJA SE TRANSFORMOU EM UMA IMPORTANTE REDE DE AUTOSSERVIÇO PRESENTE EM TODAS AS REGIÕES BRASILEIRAS.



Um salto que colocou o Assaí entre as mais importantes empresas do setor atacadista, atendendo desde o pequeno empresário a famílias que encontraram nas compras de volume uma nova forma de economizar.

Este ano, a celebração do aniversário da rede ganhou um motivo ainda mais especial, pois em outubro a rede abre sua 100ª loja. Esse marco histórico acontece em Aracaju, uma das cidades culturalmente mais desenvolvidas do Nordeste. De acordo com a gerente de marketing e sustentabilidade do Assaí, Marly Yamamoto Lopes, esse importante momento de crescimento da rede representa para o Assaí uma história de expansão construída com os clientes e para eles. "É também a inspiração para o aperfeiçoamento contínuo da Rede, dos colaboradores, dos fornecedores e, principalmente, da relação entre o Assaí e seus públicos", declara.

Com o slogan "Muitos motivos para comemorar e todos os dias para ganhar!", a promoção de aniversário da rede este ano bate o recorde de prêmios já oferecidos em uma única ação promocional, além de ser a maior no segmento atacadista. Serão distribuídos mais de R\$ 2 milhões em prêmios, entre carros e vale-compras.



## MECÂNICA DA PROMOÇÃO

Para participar da promoção, os clientes devem cadastrar os cupons fiscais no site aniversarioassaí.com.br. Os valores são cumulativos, portanto, todos os cupons podem ser cadastrados. A cada R\$ 100,00, eles concorrem aos sorteios diários de vale-compras no valor de R\$ 100,00, além dos prêmios principais sorteados no final da promoção: 14 carros e 42 vales de um ano de compras grátis. E tem mais! Ao adquirir os produtos das marcas participantes, os clientes ainda podem concorrer ao sorteio de 1 carro CR-V + 300 mil reais.

Entram na promoção as compras realizadas entre os dias 1º de outubro e 30 de novembro deste ano, em 96 lojas Assaí participantes da promoção. Os cupons podem ser cadastrados até dia 05 de dezembro. "Para nós, do Assaí, essa promoção histórica de Aniversário significa principalmente o fortalecimento da relação com cada cliente e, sobretudo, o agradecimento pela parceria", ressalta Marly. >>

BUNGE

*Garanta os  
Óleos especiais  
Salada  
em sua gondôla*

Uma linha completa feita com produtos nobres e selecionados que ajudam a manter uma dieta equilibrada com muito sabor.

 Para 57% dos brasileiros, a preocupação com a alimentação aumentou nos últimos anos.

\*Fonte: Toledo e Associados



✓ Marca presente na mesa dos brasileiros desde 1930.

✓ Excelente rentabilidade.

✓ Aumento do ticket médio da gôndola de óleos.

Rico em Vitamina E

Rico em Ômega 3 e 9

Rico em Ômega 6

Car

## HISTÓRIAS DE GANHADORES

Já imaginou ganhar um carro zero quilômetro ou um vale-compras de um ano grátis? Uma surpresa assim pode fazer toda a diferença na vida dos ganhadores. Confira o depoimento de alguns clientes Assaí que ganharam prêmios em promoções de aniversário da rede em anos anteriores. Eles participaram da divulgação da campanha deste ano. Suas histórias foram compartilhadas em vídeos que serão veiculados nas redes sociais do Assaí. Quem sabe você também ganha uma boa história para contar?! Participe! 🎈



*"Só quem ganha pela primeira vez sabe a emoção que é!". Sandra Pavão, proprietária do restaurante JP Gourmet, ganhadora de uma pick-up na promoção de aniversário do Assaí em 2015.*



*"Vai lá, acredite, cadastre o seu cupom que uma hora vem. No Assaí vem!". Cristiane, ganhadora de um carro na promoção de aniversário do Assaí em 2015.*



*"Sempre participei de concursos, mas no Assaí foi a primeira vez que ganhei. Foi uma experiência fantástica". Dani Aj, ganhador de uma casa com um carro na garagem na promoção de aniversário do Assaí em 2015.*



*"Você ganha comprando no atacado, comprando no varejo e ainda ganha prêmios". Donato, ganhador de um carro na promoção de aniversário do Assaí em 2012.*



ASSAÍ  
ATACADISTA

# ANIVERSÁRIO

# 42 anos

com + de 100 lojas  
pra você!

**Grandes marcas para um grande prêmio!**



COM **R\$ 20,00** EM  
PRODUTOS PARTICIPANTES\*  
CONCORRA TAMBÉM A

\*Nas compras acima de R\$ 100,00.



**ANIVERSARIOASSAI.COM.BR**

Certificados de Autorização CAIXA: 4-1972/2016 e 5-1976/2016.



# GELADO & LUCRATIVO

Sorvetes, picolés e paletas oferecem bom retorno de negócio

**HÁ MAIS DE 3.000 ANOS OS CHINESES COSTUMAVAM PREPARAR UMA PASTA DE LEITE DE ARROZ MISTURADA À NEVE DAS MONTANHAS E ADICIONAVAM SUCO DE FRUTAS E MEL, SURGINDO DAÍ O PRIMEIRO SORVETE DE QUE SE TEM NOTÍCIA. AO LONGO DOS TEMPOS DIVERSAS CULTURAS DESENVOLVERAM RECEITAS MISTURANDO GELO, LEITE E FRUTAS, FORMANDO COMBINAÇÕES SABOROSAS. MAS FOI A PARTIR DE 1851, NOS ESTADOS UNIDOS, QUE O SORVETE TORNOU-SE POPULAR.**



Leonardo Cleto Barsaglia,  
dono da franquia Gela  
Boca Sorvetes

Com a proximidade dos meses de calor, aumentam as vendas de sorvete, picolés e paletas. O mercado cresce a cada dia e empresários que apostam no segmento não se arrependem. De acordo com a Associação Brasileira das Indústrias e do Setor de Sorvetes (ABIS), o Brasil conta com oito mil empresas ligadas à produção e à comercialização de sorvete. O setor gera 75 mil empregos diretos, 200 mil indiretos e tem faturamento anual acima de R\$ 12 bi. Em 2015, o consumo foi de 1,1 bilhão de litros.

De fácil elaboração e grande aceitação popular, as sobremesas geladas são uma alternativa de negócios em franco crescimento. Uma possibilidade é a comercialização dos produtos fornecidos por terceiros (picolés e massa). Outro formato é a instalação de máquinas de sorvete expresso (sorvete em massa para casquinhas e sundaes).

### **SAZONALIDADE NÃO É IMPEDITIVO**

A aceitação do sorvete é maior nas regiões e épocas mais quentes. Porém, de acordo com o Sebrae, esse fator, não inviabiliza o consumo em outras épocas, pois há um público fiel que aprecia a sobremesa e a consome o ano todo. “As variações de clima exigem dos empreendedores que estão sujeitos às condições de sazonalidade (clima quente e frio) um esforço maior e muita criatividade para atrair os clientes”.

Com o objetivo de estruturar as forças produtivas do setor de sorvete e dobrar o consumo per capita no Brasil, a Associação Brasileira das Indústrias de Sorvete (Abis) encabeça uma forte campanha de promoção do produto. Um dos principais argumentos é que o sorvete é um alimento, e não um produto sazonal consumido apenas no verão. A Abis segue o mesmo princípio divulgado em países europeus, onde o consumo do sorvete acontece não somente por ser um produto muito gos-

toso, mas pelos seus ingredientes nutricionais. Segundo a Abis, o mercado nacional vem crescendo em duas vertentes. Paralelamente à democratização do acesso à tecnologia e aos equipamentos para fabricação do sorvete, o que tem fortalecido empresas regionais, o empresariado aposta na mudança de cultura do brasileiro em relação ao consumo dos produtos.

### **FABRICANDO SORVETES E PICOLÉS**

Atualmente, existem no mercado diversos modelos de máquinas para fabricação de picolés, sorvetes, milk-shakes e paletas. Segundo o Sebrae, com investimento inicial entre R\$ 30 mil e R\$ 50 mil é possível começar o negócio.

A Finamac é uma referência na fabricação do produto e, além de vender equipamentos, oferece cursos online e presenciais que vão desde as noções básicas até a fabricação de Gelato e Sorbetto italiano e picolés personalizados. >>



FOTOS: © FABIO DIAS

## FRANQUIA É UMA OPÇÃO

No mercado há 16 anos, a Gela Boca Sorvetes trabalha com franquias desde 2010. Foi assim que, há cerca de seis anos, Leonardo Cleto Barsaglia e a esposa, Vanessa da Silva Barsaglia, entraram no ramo.

Leonardo está satisfeito e conta que notou aumento no consumo de sorvetes e picolés nos últimos anos. Ele acredita que para entrar nesse negócio é preciso colocar em primeiro lugar a dedicação. É preciso estar disposto a trabalhar na operação da loja e abrir mão, principalmente no começo do negócio, de fins de semana e feriados”, conta Leonardo que é cliente do Assaí desde a abertura da loja, há 3 anos. Ele conta que faz as compras na loja Assaí Maringá e vai a loja pelo menos duas vezes por semana para não perder as promoções e não precisar fazer estoques.

A variedade de produtos faz com que a loja atraia a atenção da clientela durante o ano inteiro. “Temos uma linha de sorvetes e picolés sem açúcar e outra sem lactose, além de uma linha especial de alta qualidade para clientes bastante exigentes, chamada DOM”, conta.  por *Leticia Murta*



## SAIBA MAIS

### GELA BOCA TUIUTI

Endereço: Avenida Tuiuti, 1.279

Vila Morangueira – Maringá/PR

Horário de funcionamento: das 11h às 22h30 (todos os dias)

# De olho no MERCADO

Confira alguns dados sobre o segmento de sorvetes no Brasil:



## 8 MIL

é o número de empresas ligadas à produção e à comercialização de sorvete.

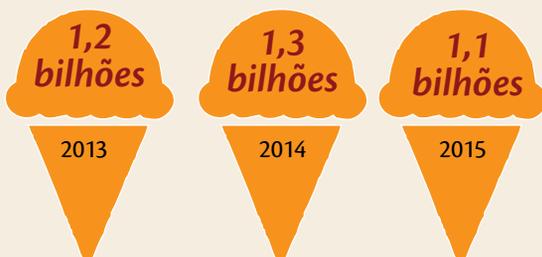
## 75 MIL



O setor gera 75 mil empregos diretos. 200 mil indiretos.

**Tem faturamento anual acima de R\$ 12 bilhões.**

Consumo de sorvete nos últimos três anos (em litros).



**O Brasil consumiu mais de 5 litros de sorvete por pessoa em 2015**

De 2003 a 2015, o consumo de sorvetes no Brasil passou dos 685 milhões de litros para 1,1 bilhão de litros, um aumento de cerca de 86%.



## 81%

O mercado deve crescer até 2020.

**E o volume produzido chegará a 799 milhões de litros.**

Fonte: Associação Brasileira das Indústrias de Sorvete (Abis) / Mintel

# VARIEDADE

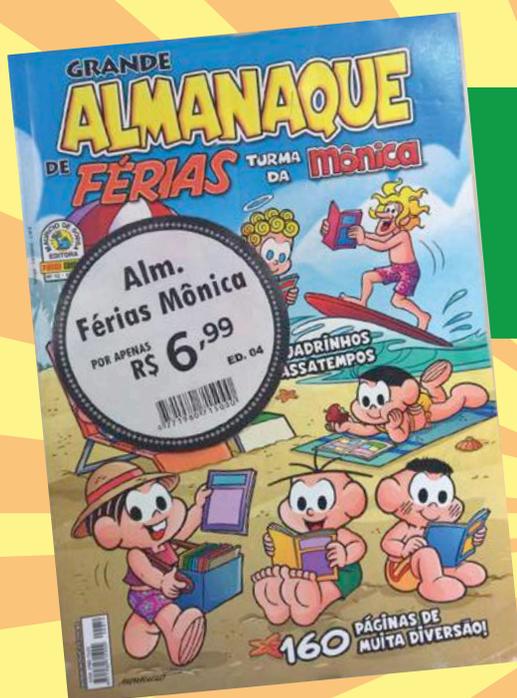
Complete sua lista com  
essas sugestões que  
preparamos para você

Batata palito pré-frita congelada  
Chef



Sorvete Chicabon  
Kibon

## O GRANDE ALMANAQUE DE FÉRIAS DA TURMA DA MÔNICA ESTÁ DE VOLTA!



São + de 160 páginas  
com quadrinhos + passatempo  
para as crianças se divertirem!

**POR  
APENAS  
R\$6,99!**



Papel toalha multiuso  
**Econobom**



Brócolis congelado  
**Chef**



Esponja Extrema  
**Scotch-Brite**



Sorvete de Creme e Napolitano  
**Jundiá**

\*Consulte disponibilidade dos produtos nas lojas

**MAIS ENERGIA PARA SUAS VENDAS**

**FULLPOWER E·N·E·R·G·Y**

**FULLPOWER E·N·E·R·G·Y**

www.fullpowerenergy.com.br | energeticofullpower | fullpowerenergy



# NATAL COM SABOR BRASILEIRO

Tente seduzir o consumidor que está com menos dinheiro no bolso com produtos e serviços diferenciados. Para os que vendem comida pronta, chefes de cozinha recomendam cardápios com ingredientes nacionais saborosos e lucrativos

FALTAM POUCOS DIAS PARA O NATAL E O PEQUENO VAREJO TEM QUE TRAÇAR LOGO UM PLANO DE AÇÃO PARA INCREMENTAR OS NEGÓCIOS NO FINAL DO ANO. AGORA É HORA DE USAR A CRIATIVIDADE PARA INOVAR EM PRODUTOS E SERVIÇOS QUE ATRAIAM MAIS CLIENTELA. OS QUE TERÃO MELHORES RESULTADOS SÃO OS QUE SE PLANEJAREM E TIVEREM BOAS ESTRATÉGIAS PARA SEDUZIR CONSUMIDORES CAUTELOSOS.

Apesar da desaceleração da economia, especialistas preveem que os negócios no Natal de 2016 devem ficar em patamares iguais aos do ano passado. “Pelo que estamos acompanhando, não deverá haver muita regressão dos volumes de vendas na comparação com 2015”, estima Roberto Nascimento, professor do Núcleo de Estudos e Negócios do Varejo da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM).

Nascimento orienta os comerciantes a ficarem atentos com a demanda de seus clientes para que o estoque esteja na medida certa. “O consumidor não deixará de fazer suas compras no Natal, mas ele está buscando produtos que cabem no seu bolso”, alerta o especialista. Há troca de marcas e muita pesquisa de preços. Isso significa, segundo o professor da ESPM, que o lojista precisa dosar bem seu mix entre marcas caras, intermediárias e baratas.

A recomendação de Nascimento é que os pequenos varejistas comecem a entrar no clima natalino. “Antigamente os supermercados iniciavam as vendas de Natal em novembro, mas observamos que as

lojas estão antecipando a data”, constata o consultor da ESPM, que ressalta que muitos comerciantes já começaram a colocar panetones nas vitrines desde setembro.

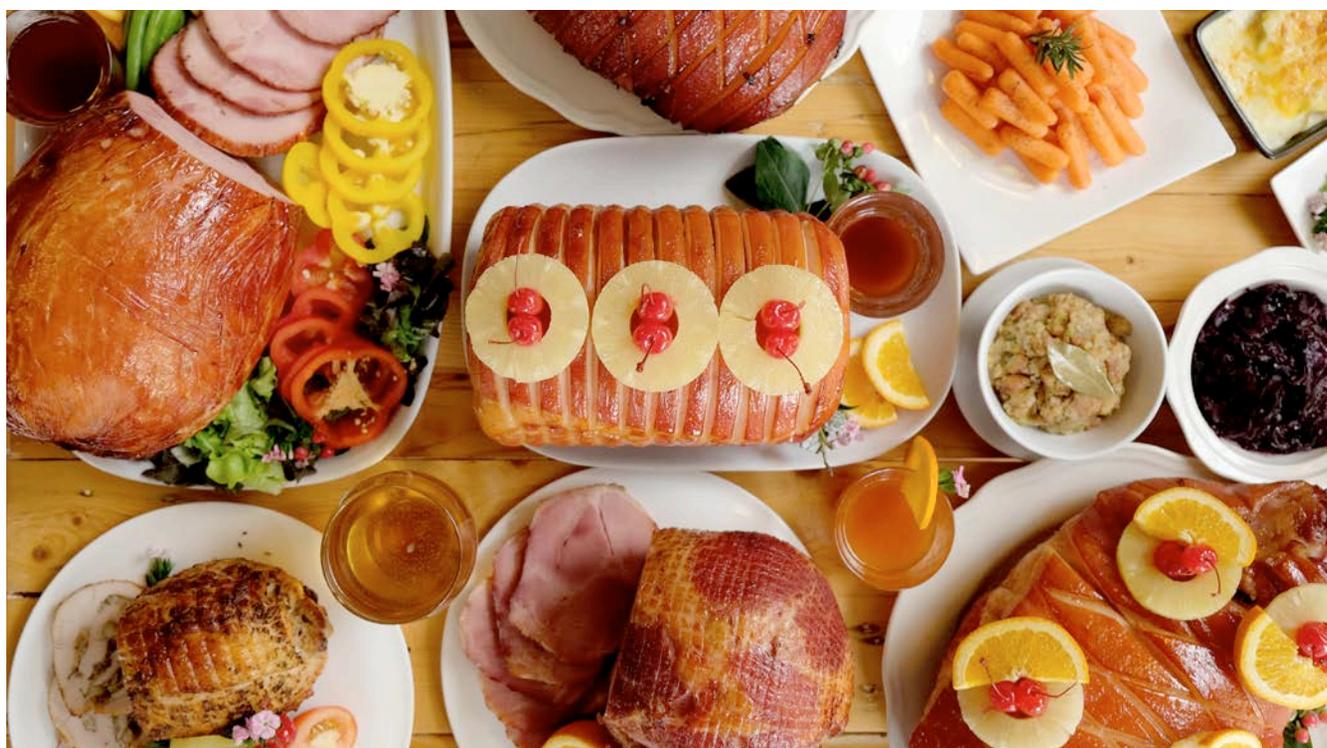
Para trazer clientes para a loja, o comerciante deve promover ações com apoio de fornecedores. Uma delas é oferecer degustações, como de panetone. “As vendas de produtos durante a degustação costumam dobrar”, diz Nascimento. Podem ser feitas também promoções em parceria com os fabricantes para vendas em que o consumidor compra três produtos e leva um grátis.

O consultor Adriano Campos, do Sebrae-SP, sugere a entrega de brindes como estratégia para atrair freguesia. Pode ser algo simples, como oferecer um cartão etiqueta para quem comprar o panetone poder escrever seu nome e o do destinatário. Ele sugere a criação de espaços para melhorar a experiência do cliente no pdv, como cantinho para crianças com brinquedos e lápis de cor para pintura. Podem ser criados cupons de descontos para compras em janeiro de 2017. >>



*“Brindes e espaços que melhoram a experiência no ponto de venda seduzem clientes”*

Adriano Campos, Sebrae-SP





### IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO

Mostre ao consumidor que sua loja está em clima de Natal. Essa comunicação é feita por meio da decoração do estabelecimento, da montagem da árvore natalina e da área com exposição de produtos típicos. Pode ser uma mesa montada em local visível, com toalha e iluminação chamativa.

Os que vendem cestas ou vão oferecer cardápios especiais na noite de Natal devem afixar cartazes informando sobre essa oferta. O empresário pode também criar cestas bonitas, com chocolates e outros itens da época, para atrair vendas.

As ofertas de Natal podem ser divulgadas por meio de panfletos distribuídos aos moradores da vizinhança, anúncio em jornal interno e do bairro, além de uso de redes sociais, como Facebook.

FOTOS: SHUTTERSTOCK

# CABOCLO

*Leve o sabor do campo para sua casa*



## CARDÁPIO NATALINO COM SABOR BRASILEIRO

Os supermercados, os restaurantes e as empresas que vendem ceias prontas devem usar a criatividade para oferecer cardápios deliciosos e econômicos. Muitas mulheres que trabalham fora são potenciais compradoras desses alimentos, pois querem ficar menos tempo na cozinha durante as comemorações do Natal e do Ano-Novo.

Por conta do cenário econômico mais restritivo, muitos ingredientes usados na elaboração dos pratos natalinos, como bacalhau, cereja, vinhos e frutas secas, tendem a ganhar substitutos nacionais. "Nosso Natal é muito estrangeiro e as receitas que preparamos nessa época são pesadas para o clima quente de dezembro. Em 2016 devemos ter um cardápio mais leve, com sabor do Brasil", acredita o chef Luis Perin, professor de Gastronomia da Universidade Anhembi Morumbi, de São Paulo.

São as carnes o que mais encarece o custo dos pratos natalinos. Como o bacalhau tem preço salgado, Perin sugere a troca por um peixe brasileiro. Já o peru pode dar lugar ao Chester, que vai bem com frutas nacionais em suas variedades regionais.

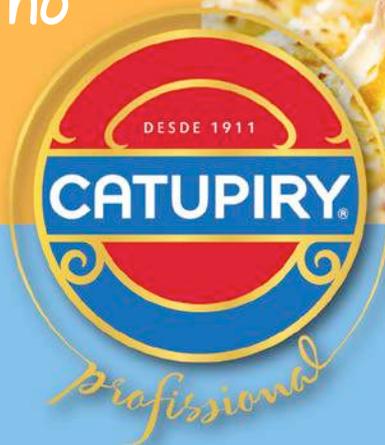
A manga e o abacaxi, por exemplo, são boas pedidas em pratos salgados e doces. Perin receita farofa com farinha de mandioca, cubos de abacaxi, pimenta rosa, cebola e alho para acompanhar o Chester assado. "É um acompanhamento simples, barato e saboroso", afirma o chef.

O chef Diego Barreto, professor de Gastronomia do Senac Penha de São Paulo, indica pratos com frango assado preparado com molho de manga ou com uma fruta regional. É uma receita que cai muito bem na mesa dos que não podem comprar salmão, bacalhau, peru e filet mignon. >>

*"Em 2016 devemos ter um cardápio com sabor do Brasil"*

Luis Perin, professor de Gastronomia da Universidade Anhembi Morumbi

Mais sabor nas  
suas receitas.  
Mais receitas no  
seu caixa



criar junto rende mais



13 agência



O Catupiry® Original é reconhecido e aprovado por seu sabor único e textura cremosa. Ideal para pizzas, salgados, pratos, massas, lanches e doces é apresentado em embalagens criadas para atender às mais diversas necessidades – e aos paladares mais exigentes. Não abra mão do sabor: prefira sempre Catupiry!

## VISÃO DE MERCADO - Natal

“Frango assado bem temperado, recheado com farofa de bacon, pedaços de maçã e erva-doce fresca, fica muito bom. A opção é econômica e lucrativa para quem vai revender”, garante. “No momento atual da economia, o comércio tem que ter *feeling* para oferecer opções mais baratas”, diz o chef.

O cardápio natalino pode conter ainda pratos com carne suína, como paletta, copa-lombo e porchetta assados. Bem temperados, eles saem bem mais baratos que o bacalhau e o peru. Para os cardápios com peixe, sua indicação é a corvina, que pode ser acompanhada por molho de mostarda e outras opções.

Para acompanhar esses pratos, os dois chefes sugerem arroz, farofa, legumes assados, saladas frias de maionese e até purê com banana da terra. Como dezembro é um mês de alta

*“Em momentos de crise, comércio tem que ter feeling para oferecer opções mais baratas”*

Diego Barreto, professor de Gastronomia do Senac - SP



FOTOS: SHUTTERSTOCK / DIVULGAÇÃO

Agora na versão pote 2 litros!

iogurte Grego e Sorvete

Fizemos o casamento perfeito  
E sem quebrar nenhum prato

**Jundiá** sorvetes

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

KLICIKOMK

temperatura, eles recomendam cuidado com a conservação desses alimentos. A maionese, por exemplo, estraga rapidamente fora da geladeira.

Barreto e Perin ressaltam ainda que os comerciantes devem conhecer seus clientes, antes de saírem inventando pratos salgados com frutas que podem não cair no paladar e encalhar.

É importante lembrar que os pequenos empresários têm que se diferenciar dos grandes com serviços e proximidade com os clientes. Tente inovar, crie embalagens temáticas e mime o comprador, oferecendo uma sobremesa grátis ou minipanetone de brinde. São pequenas ações que podem engordar a receita durante o Natal.  por Edileuza Soares



# Da nossa casa para sua casa e sua família.



Produtos que as famílias brasileiras confiam.



(16) 3830-8000 ou 3830-8001

[www.stamaria.ind.br](http://www.stamaria.ind.br)

 Indústria Santa Maria



Empresa Cidadã e Ecologicamente Correta.



As cerdas desta linha de produtos Santa Maria são 100% PET reciclado. É muito mais resistente, durável e ecologicamente correto.

Presente todo dia no seu dia a dia.



# BOAS pedaladas

O mercado das *food bikes* cresce como alternativa de negócio para pessoas com capital baixo e promete recuperação rápida do investimento

**O BAIANO MARCOS PINHEIRO TROCOU UM EMPREGO DE 8 ANOS COMO GERENTE DE BANCO POR UMA BICICLETA. NÃO QUALQUER BICICLETA. UMA FOOD BIKE, NOME POMPOSO PARA O COMÉRCIO AMBULANTE DE QUITUTES E GULOSEIMAS A BORDO DE UMA "MAGRELA" CARGUEIRA.**

O empreendedor teve a ideia durante as férias e a colocou em prática em janeiro deste ano em Vitória da Conquista, interior da Bahia, cidade onde vive. Nasceu, assim, a Brigadú *Food Bike*, especializada na venda de brigadeiros *gourmet*.

Gourmetização, aliás, é regra básica neste negócio sobre rodas. "Nossa marca está em outro patamar em relação aos brigadeiros comuns, ao custo de 3 reais. Os Brigadús são quadrados, à base de chocolate belga e em 11 sabores, como ovomaltine, paçoca, pimenta e licor. Também temos palha italiana, vendida por 5 reais", descreve Marcos.

A própria *bike* é toda customizada, com acessórios vintage, como uma maleta de viagem, para transmitir a ideia de movimento e liberdade. Ele estima ter gasto 35 mil reais, incluindo o registro da marca e da empresa e a regulamentação na prefeitura.

Com dois pontos de venda – em um shopping e em uma galeria – o empresário ciclista também atende a feiras gastronômicas e a festas de casamento e formatura. Torna-se conhecido pela divulgação nas redes sociais virtuais: faz postagens diárias de fotos dos produtos e de clientes satisfeitos. "Já recebi diversos convites para

expandir em formato de franquias para outras cidades, mas a estratégia é abrir uma novo ponto na cidade em novembro”, adianta.

Marcos não está sozinho nesse segmento. Depois da febre dos *food trucks*, o comércio sobre as rodas de bicicletas e de triciclos despontou como alternativa de geração de renda. O investimento, bem menor quando comparado ao dos caminhões, se mostrou especialmente vantajoso em tempos de crise, até mesmo para driblar o desemprego. A onda de construção de ciclovias também ajudou a alavancar o negócio. É o caso da avenida Paulista, em São Paulo, por exemplo, que já se adaptou ao comércio ambulante. As *bikes* ainda saem na frente em sustentabilidade, custo zero do abastecimento e possibilidade de entrar

em qualquer lugar. O tipo de produto comercializado vai do clássico cafezinho a hambúrguer, doces variados, comida mexicana, churros, chope, cachorro-quente, sorvete. O investimento inicial também varia.

“Começa a partir de 1,6 mil reais e pode chegar a 40 mil. Tudo depende do que a pessoa deseja”, põe no lápis André Ribeiro, diretor da Dream Bike, empresa especializada em customizar bicicletas e triciclos. A lista de acessórios pode incluir banco de couro, ombrelone, freezer, estufa aquecida, logotipo. Há 19 anos no mercado, ele relata expansão de 40% a 50% na procura de *bikes* com finalidade comercial em 2015. “Temos recebido muitos contatos de pessoas que usam a rescisão do contrato de trabalho para buscar um novo negócio”, conta. >>



Marcos Pinheiro, idealizador da Brigadú Food Bike

# NÃO IMPORTA A OCASIÃO

≡ SABE O QUE ≡  
não pode faltar?

## POPCORN

### Hikari



[www.hikari.com.br](http://www.hikari.com.br)

Vendas SP: (11) 2684-7661 | NE: (11) 99388-1136

[f/hikarialimentos](https://www.facebook.com/hikarialimentos)

[@hikari\\_Brasil](https://www.instagram.com/hikari_Brasil)

[/hikarialimentos](https://www.youtube.com/hikarialimentos)

Hikari

Em Limeira, no interior de São Paulo, a empresária Kátia Moreira fechou uma loja de materiais de construção e investiu em cursos de confeitaria. Para colocar em prática a iniciativa, decidiu pedalar: abriu a empresa Be Sweet, montada em duas bicicletas retrô, decorada com flores, maleta e ombrelone. “Trabalhamos com doces à base de chocolate belga. O carro-chefe é a palha italiana, mas também vendemos brownie, pizza doce, brigadeiro e bolo de cenoura”, enumera a confeitaria, que tirou uma documentação especial da prefeitura como ambulante.

Para as duas bicicletas, Kátia investiu 5,5 mil reais, valor recuperado em torno de 4 meses. “Vendemos uma média de 200 unidades por dia, ao custo de 4 a 12 reais, mas ainda não é possível viver só desta renda”, calcula. Por ora, ela coloca a *bike* na rua de sexta a domingo, faça chuva ou sol – a propósito, os humores descompensados do tempo são a maior dificuldade para ela, que também costuma ir a cidades vizinhas vender os doces. “Anuncio pelo Facebook e pelo Instagram onde vou parar. A foto de um novo sabor sempre chama novos clientes”.



### COMO MONTAR UMA FOOD BIKE

#### 1. Qual é o primeiro passo?

O primeiro passo para montar uma *food bike* de sucesso é identificar muito bem o público que você deseja atingir e quais são suas necessidades. Isso será útil para que você possa definir seus produtos, o tipo de bike que irá precisar, localização da *food bike* e até mesmo a forma como irá divulgar o negócio. O público consumidor de uma *food bike* é bem diferente do assistido pelos *food trucks*. Enquanto no caso dos caminhões, o alvo são pessoas que buscam por uma refeição completa, do tipo prato mesmo, as *food bikes* tem como foco a alimentação rápida, sanduíches, guloseimas como doces e até mesmo bebidas.

#### 2. Defina o produto a ser vendido na sua *food bike*

Definido o público-alvo da sua *food bike*, agora é hora de determinar quais os produtos que você irá oferecer. Ofereça um produto simples, de preferência já pronto, como docinhos, salgados, bebidas e sanduíches. Lembre-se de que os recursos de preparo em uma *food bike* são bem escassos.

#### 3. Informe-se sobre a legislação em sua cidade

Com o público e produto em mente, é hora de verificar se a legislação da sua cidade permite este tipo de negócio, e em que condições. Cidades como São Paulo, o berço dessa onda de comida sobre rodas, Rio de Janeiro e Belo Horizonte já possuem legislação específica para este tipo de comércio.



#### 4. Quanto custa montar uma *food bike*?

Os valores começam em R\$ 1.600. Nos casos mais sofisticados podem alcançar a marca dos R\$ 40 mil. Tudo depende dos recursos que você irá precisar. Para reduzir ainda mais os seus custos iniciais, se você ou um conhecido tiver habilidade manual e alguns conhecimentos de mecânica de bicicletas, pode fazer a sua própria adaptação e customização, o que em alguns casos não é difícil e certamente vai poupar muito dinheiro. Lembre-se de que a divulgação da sua *food bike* passa muito pela bike em si. Por isso, tente criar um modelo diferenciado, com cores chamativas e harmoniosas para que a bike seja facilmente identificada e atraia clientes também pelo seu visual. 🍌 por *Fernando Torres*

Fonte: Empreendedores da Web



TENHA OS MELHORES  
PRODUTOS EM SUA  
COZINHA

Unilever  
Food  
Solutions



ARISCO

HELLMANN'S

Knorr

MAIZENA

# Complete seu ARMAZÉM

Alimentos e  
bebidas para o  
seu estoque



Preparo para suco  
zero açúcar  
Fit  
Ajinomoto



Água sem gás  
Minalba

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

Café Solúvel Tradicional Refil  
**3 Corações**



Molho para salada Liza  
**Cargill**



Maionese  
**Arisco**

Lasanha à Bolonesa  
**Massa Leve**



\*Consulte disponibilidade dos produtos nas lojas

**NOVO**

NOVO AÇAÍ FROOTY COM  
**PROTEÍNAS,**  
ASSINADO POR UM DOS  
**MAIORES ATLETAS**  
DO BRASIL.

**LEVE ESTE CAMPEÃO DE VENDAS  
PARA A SUA LOJA.**

**AÇAÍ FROOTY**  
Guga Kuerten

Parte do valor da venda deste produto será revertida para o Instituto Guga Kuerten e ajudará a formar novos campeões da vida por meio da educação e do esporte. Saiba mais sobre o Instituto Guga Kuerten visitando [www.igk.org.br](http://www.igk.org.br)

# Diferente, mas IGUAL

Especialista em pesquisas voltadas para a terceira idade ensina como o mercado deve se adaptar ao potencial consumidor do público sênior



Com cada vez maior poder aquisitivo, a terceira idade abocanha fatias generosas do mercado de consumo. Para se ter uma ideia, o Brasil já registra 24,8 milhões de pessoas acima de 60 anos, segundo o IBGE, número que deve ultrapassar os 30 milhões em 2025. Em posse desses dados, o varejo busca se aproximar mais desse público. “Os comerciantes e os empresá-

rios começam a perceber que o segmento está crescendo, visualizam lucro e criam estratégias diferenciadas”, relata o administrador Benjamin Rosenthal, especialista em psicologia e marketing e sócio-fundador da empresa de pesquisas Gagarin, especializada em demandas do público acima de 50 anos desde 2012. Ao lado do economista Rony Ribeiro, ele coordena

estudos qualitativos em diversas áreas varejistas, da farmacêutica à construção civil, com foco em consultoria e apontamento de soluções. “Nosso lema é reforçar a igualdade, e não a diferença do idoso em relação aos outros públicos”, frisa. A **Revista Assaí Bons Negócios** conversou com ele para entender melhor o mercado da maturidade.

**Assaí Bons Negócios:** Quais são os novos hábitos de consumo da terceira idade e qual é seu potencial de consumo?

**Benjamin Rosenthal:** Esse consumidor tem um universo vasto e heterogêneo. Não dá para generalizar e achar que o público de 60 anos é idêntico ao de 75. Também não é possível misturar os hábitos dos moradores de grandes centros com os de alguém que sempre viveu no interior. A população das classes A e B das cidades de grande e médio portes tem maior potencial de consumo, pois adquiriu hábitos digitais, de lazer e turismo, preocupa-se em ter alimentação balanceada e de qualidade, dedica tempo a práticas esportivas e utiliza cosméticos e produtos farmacêuticos. São pessoas com renda, investimentos financeiros e poupança; mas ainda uma minoria. Porém, cada vez mais gente está poupando, se preocupando em construir algo para a aposentadoria. Se isso se enraizar, vamos ter um boom de consumo nessa faixa etária.

**ABN:** Você acha que o público sênior é mais exigente?

**BR:** É mais exigente, sim. Tem mais experiência, sente-se desrespeitado facilmente. Às vezes, é um pouco “chato”, pois se dá o direito de ser, viveu pra isso.

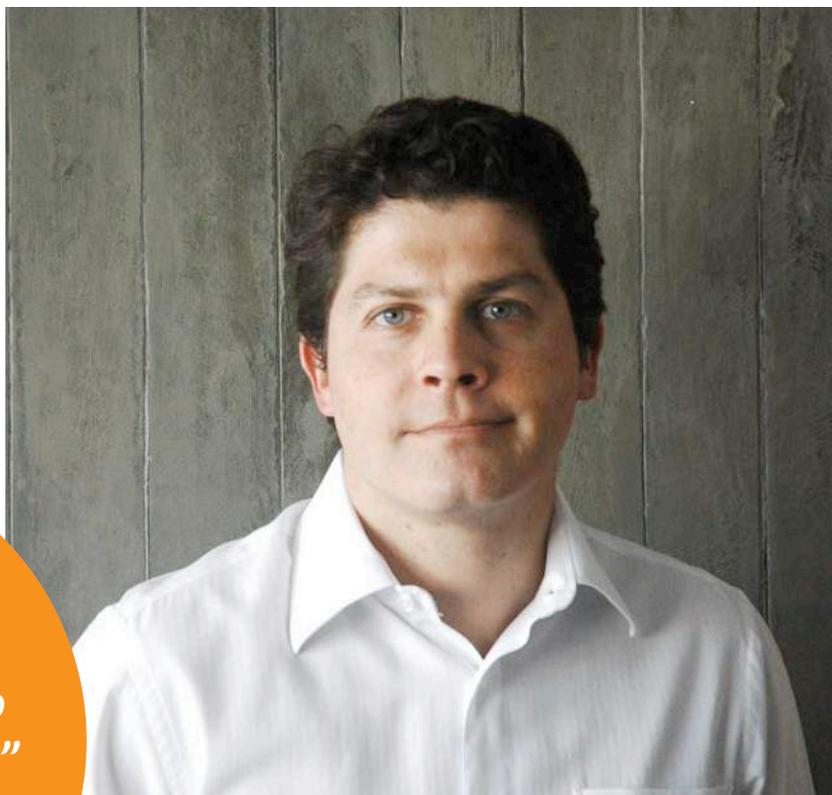
**ABN:** Quais mercados em especial podem se beneficiar desses novos hábitos de consumo?

**BR:** Setores de lazer, cultura e saúde podem lucrar muito com a terceira idade. É o caso das academias. Tanto as grandes redes quanto as unidades de bairro têm montado planos favoráveis para atrair o idoso nos turnos mais

vazios, baseados em preço e promoções. O movimento vem conectado com a questão da alimentação. Os supermercados e o varejo em geral também têm se adaptado a isso, com produtos e ações voltadas para esses clientes fora dos horários de pico. O hábito de sair para jantar também é recorrente. Em São Paulo, bairros como Higienópolis, Pinheiros, Vila Mariana e Vila Buarque concentram restaurantes em que 40% dos frequentadores são idosos.

**ABN:** Como desenvolver uma estratégia de mercado voltada para a maturidade?

**BR:** Na verdade, a maior parte dos planos de negócio são simplesmente adaptações aos já existentes, à exceção de nichos muito específicos, como *home care*, casas de repouso e aparelhos voltados para ortopedia. Não é porque a pessoa tem mais de 60 anos que se tornou diferente e precisa de um varejo específico. Pelo contrário, isso é justamente o que ela não quer! Envelhecimento ativo implica estar inserido na sociedade, frequentar os lugares onde todo mundo está. Os idosos querem os mesmos espaços dos outros, o mundo que se adapte a eles! >>



*“Setores de lazer, cultura e saúde podem lucrar muito com a terceira idade”*

Benjamin Rosenthal, especialista em psicologia e marketing e sócio-fundador da empresa de pesquisas Gagarin

**ABN:** O que você sugere para adequar os estabelecimentos?

**BR:** É muito comum ver os idosos andando a pé. Por isso, o comerciante precisa pensar em conveniência, abrir o negócio facilitando o acesso para a compra. Também deve valorizar a arquitetura, com amplo espaço de circulação, piso antiderrapante, rampas de acesso e escadas bem-planejadas, com corrimões e degraus cujo nível de elevação não seja muito alto. Outro ponto: dar importância ao atendimento, mais pessoal, já que, por valorizar o relacionamento humano, o idoso costuma conhecer os atendentes pelo nome. É uma questão de experiência: se ele não se sentiu bem lá, não volta.

**ABN:** Por outro lado, o que recomenda evitar?

**BR:** O mais importante é não alienar o idoso. Esse público gosta de serviço respeitoso, mas detesta tratamento estigmatizado, a falta de sutileza do atendente em pressupor que o idoso tem menos força e capacidade cognitiva ou produtividade.

**ABN:** Mas investir em gentilezas pode ser algo a mais no varejo, não?

**BR:** Sim, claro, até porque, como poucos fazem isso, quem adota a prática se diferencia, por exemplo, funcionários gentis e dispostos a carregar as compras e acompanhar o idoso até o carro. Mas é importante perceber a limitação do outro apenas quando ela se apresenta de modo



DIVERSÃO

RISADAS

AMIGOS



# UMA COISA BOA RENDE OUTRA

MID® RENDE MAIS ENCONTROS. RENDE MAIS DIVERSÃO. E O BOM É DIVIDIR TUDO ISSO.

BONS MOMENTOS



BATE-PAPO



visível, sentir quando o cliente sinaliza que precisa de tratamento diferenciado e agir de forma que ele encare a ação como uma mera delicadeza, e não com a justificativa de que ele estaria debilitado.

**ABN:** Sem estigmas, há algum tipo de produto que você aconselha as empresas a desenvolverem para esse público?

**BR:** No Brasil, o setor da moda tem deficiência muito grande. Ele é muito desenvolvido para a criança, o jovem e o adulto, mas não tem olhar cuidadoso para o idoso. Isso é importante, pois tem a ver com estilo e corpo, com o caimento da roupa. É muito comum escutar senhorinhas dizendo que se tornaram leais a uma loja onde encontraram roupas que

caíram bem nelas. É algo que tenho visto muito pouco no Brasil; lá fora se vê mais.

**ABN:** Quais são os mitos em relação ao consumo na terceira idade?

**BR:** O mais comum é que o idoso merece algum tipo de tratamento diferenciado no sentido do estigma, e isso vem atrelado à falsa ideia de que o envelhecimento traz fragilidade, improdutividade, dependência financeira. Na verdade, o idoso passa a maior parte da velhice como autônomo, assumindo novos papéis e a independência da própria vida – muitos aposentados, em famílias de baixa renda, chegam a segurar as rédeas da casa. Os problemas vêm, mas só no final, na quarta idade.  por Fernando Torres

# O PRODUTO DO PROFISSIONAL PARA VOCÊ



**HELCLA**  
 BRANDS



Se você  
ainda não obteve  
sucesso com seu  
empreendimento, revise  
erros e trace novas  
estratégias com dicas  
dos consultores

FOTO: DIVULGAÇÃO / SHUTTERSTOCK

# NEGÓCIOS NO PRUMO

## SEU NEGÓCIO COMPLETOU UM ANO DE VIDA, MAS OS RESULTADOS ESTÃO AQUÉM DO ESPERADO E O SUCESSO ALMEJADO AINDA NÃO ACONTECEU? ENTÃO É HORA DE REVER ERROS E TRAÇAR NOVAS ESTRATÉGIAS PARA COLOCAR A EMPRESA NO PRUMO.

Um novo negócio precisa de um tempo para maturação. Estudos do Sebrae revelam que o ponto de equilíbrio de um empreendimento leva uma média de dois anos para acontecer. Em alguns casos, esse prazo se estende até três anos, dependendo do ramo de atuação.

Alguns empresários não conseguem vencer essa etapa e saem do mercado. No Brasil, o índice de mortalidade nos dois primeiros anos é de 24%, segundo pesquisas do Sebrae realizadas com a Fundação Getúlio Vargas.

### POR QUE NOVOS NEGÓCIOS FALHAM?

Na avaliação de Olegário Araújo, diretor da consultoria Inteligência de Varejo, muitos negócios não alcançam o resultado esperado no primeiro ano por falta de planejamento do empresário e de conhecimento de sua clientela. “É muito comum o cálculo equivocando de demanda. O empresário estima a venda de seu produto sem saber o potencial de compra de sua clientela”, comenta o especialista. A consequência disso é estoque parado, o que leva o empreendedor a fazer promoções para ter capital de giro.

Outro erro, segundo Araújo, é a precificação errada dos produtos e promoções fora de hora para conquistar clientes. “Os pequenos varejistas têm que se diferenciar com serviços, sem entrar em guerra de preços com concorrentes”, ensina o consultor.

A pesquisa “Causa Mortis”, divulgada pelo Sebrae no final do ano passado, identificou três fatores que levam ao fracasso um negócio nos primeiros cinco anos de vida: a falta de planejamento antes de sua abertura, a falta de habilidade do empresário em gestão e a ausência de comportamento empreendedor.



*“Pequenos varejistas têm que se diferenciar com serviços, sem entrar em guerras de preços”*

Olegário Araújo, da Inteligência de Varejo

O consultor do Sebrae-SP, João Carlos Natal, avalia que o sucesso e o fracasso de um negócio nos primeiros anos de vida estão associados ao objetivo do empreendedor. Existem os que abrem negócios por necessidade e os que enxergam oportunidade. Os negócios abertos por necessidade são aqueles que o empresário monta para ganhar dinheiro depois de ter sido demitido, por exemplo. Muitos não sabem como tocar uma empresa e fracassam.

Já os negócios criados para explorar uma oportunidade têm mais chance de sucesso, segundo Natal. “O empresário descobriu um nicho de negócios, pesquisou o mercado, levantou informações do seu potencial e minimizou riscos”, diz o consultor. >>

Estudos do Sebrae revelam que mais da metade dos empresários não fazem a primeira lição de casa quando decidem montar um negócio, que é o planejamento de itens básicos. Natal observa que, um plano de negócios com levantamento de informações sobre o mercado a ser disputado, antes do início das atividades, aumenta as chances de a empresa ter um bom desempenho no primeiro ano.

Outra causa de insucesso no primeiro ano de vida é a falta de competência do empresário para gestão do negócio. “Tem pessoas que são muito boas na cozinha, mas não sabem como gerir uma empresa. Essa deficiência pode ser resolvida com cursos ou com a busca de um sócio que tenha essa habilidade”, aconselha Natal.



*“Tem pessoas que são muito boas na cozinha, mas não sabem como gerir uma empresa”*

João Carlos Natal, consultor do Sebrae-SP

## 6 dicas para colocar a empresa no prumo

Com base no estudo “Causa Mortis”, o consultor do Sebrae-SP, João Carlos Natal, recomenda seis dicas para que empresas que não estão indo bem possam se recuperar.

- 1.** Faça uma separação entre contas pessoais e da empresa. O mesmo vale para movimentações em banco. Ao misturar, o empresário perde o controle das despesas.
- 2.** Reserve horário em sua agenda diária para analisar o fluxo de caixa, pode ser no início ou no fim do dia. Essa avaliação mostra o dinheiro que entrou e para onde está indo.
- 3.** Abandone controles em papel. O ideal é criar planilhas em computador ou implementar um software de fluxo de caixa para controlar o que sua empresa comprou e vendeu, gerenciar estoque e monitorar prazos de validade de produtos. Essa ferramenta automatiza tarefas e reduz erros. Quando sua empresa é controlada no papel, há risco de esquecimento de anotações.
- 4.** Crie um planejamento anual que aponte cenários otimistas, conservadores e pessimistas. Além de analisar diariamente seu fluxo de caixa, você precisa ter um plano com medidas proativas, ou seja, que antecipe soluções para problemas. Normalmente, as empresas têm planos reativos, que são aqueles para apagar incêndio do dia a dia, sem pensar no longo prazo. Esse tipo de controle ajuda a identificar as reais necessidades da empresa. Com as informações na mão, é possível cortar gorduras, como o pacote de tarifas de bancos, que seu negócio está pagando sem precisar.
- 5.** Conheça prazos de recebimento e pagamento para saber quando renegociar com fornecedores. Atrasos de contas geram multas e aumento de despesas. Além disso, o não cumprimento dos compromissos nos prazos pode gerar restrição de crédito no mercado, o que prejudica na hora de abastecer estoques ou buscar um empréstimo em banco.
- 6.** Não conte com recursos que não entraram no caixa. Se você tem um restaurante e seu cliente paga com cartão de crédito, o dinheiro tem um prazo de até 30 dias para chegar. Porém, seu estabelecimento faz compras semanais, como é o caso de verduras e legumes. Se esses cálculos não forem bem feitos, a conta não fechará.

“O empreendedor deve buscar sócio por complementariedade de habilidades e não apenas por amizade”, recomenda o consultor do Sebrae. Aos que não querem ter sociedade com outras pessoas, ele sugere a contratação de um funcionário com domínio de gestão e que conheça estratégias de diferenciação de mercado para aumentar a competitividade do negócio.

Essa mesma dica vale para os que não têm espírito empreendedor. A empresa precisa ter um plano de ações para atingir metas e saber aonde quer chegar. É preciso intensificar o contato com outras empresas, bancos e entidades para aumentar as chances de sobrevivência.  por Edileuza Soares



## Embalagens Econômicas 5L



# CENTÉSIMA loja Assaí

A REDE ASSAÍ ATACADISTA CONQUISTA UM MARCO HISTÓRICO, COM A INAUGURAÇÃO, NA CIDADE DE ARACAJU, DE SUA CENTÉSIMA LOJA.

Assaí inaugura, na capital sergipana, sua centésima loja, alcançando um importante marco para a rede

A nova unidade abrirá suas portas no dia 20 de outubro e faz parte do plano de expansão que a rede tem desenvolvido em todo o país. Ao todo, já foram abertas cinco unidades este ano, no Amazonas, no Rio de Janeiro, na Bahia e em Goiás. Esta será a primeira loja em Sergipe, sétimo estado do Nordeste a receber a rede, que possui outras 23 lojas espalhadas pela região.

De acordo com o presidente do Assaí, Belmiro Gomes, o Nordeste é considerado de grande importância para o Assaí. "A demanda dos clientes, somada ao desenvolvimento dessas regiões, ao potencial econômico e ao crescimento dos locais escolhidos, foram grandes impulsionadores para a construção das novas unidades", reforça.





A economia de Aracaju tem forte contribuição do setor de serviços, que representa a maior fatia do PIB local, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Por ser uma cidade turística, esses serviços, em grande parte, estão relacionados a alimentação e hospedagem, impulsionados principalmente por suas belas praias, que somam 35 quilômetros.

De acordo com o diretor regional do Assaí na região, Sandro Oliveira, a inauguração da loja é aguardada com grande expectativa pela população local. Ele considera a cidade uma praça de grande potencial

para os negócios da rede. “Temos certeza do sucesso da loja em Aracaju. Dá pra ver que a expectativa da população é alta, assim como dos fornecedores locais, que terão um novo ponto para distribuir os seus produtos”, destaca.

A nova loja tem área ampla e climatizada. O estacionamento coberto confere ainda mais comodidade aos clientes, que contarão com uma área de mais de 11 mil metros quadrados. O consumidor terá à sua disposição mais de 7 mil itens, entre mercearia, alimentos, embalagens, higiene, bebidas, limpeza e hortifrúti, de grandes marcas nacionais, regionais e importadas. >>

*O plano de expansão do Assaí não para nesta nova unidade. Atualmente, a rede tem mais sete lojas em construção em diversas áreas do país*

# Assaí ACONTECE - Assaí em Aracaju

Com a chegada a Aracaju, o Assaí atinge o seu 15º estado brasileiro, reafirmando seu compromisso de estar nos grandes centros urbanos do país, fomentando a economia local. "A chegada de uma loja do porte do Assaí a uma cidade como Aracaju tem o potencial de trazer novos e importantes postos de trabalhos, tanto diretos quanto indiretos. Além disso, leva à população um modelo de autosserviço que oferece vantagens não só para quem compra com a finalidade de abastecer o seu negócio, mas também para as famílias, que economizam nas compras com a política de dois preços do Assaí, com vantagens também nas compras de varejo", afirma o diretor regional.



**PREÇO  
JUSTO  
SEMPRE**



**SITE: [WWW.ULTRACLASS.IND.BR](http://WWW.ULTRACLASS.IND.BR)**

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



O plano de expansão do Assaí não para nesta nova unidade. Atualmente, a rede tem mais sete lojas em construção em diversas áreas do país. A expansão é o principal pilar que sustenta o crescimento da rede no Brasil. Em 2015, o Assaí encerrou o ano com crescimento de 25,5%. Já no primeiro semestre de 2016, o avanço foi de 36,6%. "O Assaí vem apresentando crescimento constante de dois dígitos nos últimos trimestres e acumula, há quatro anos, aumento de 200% em vendas brutas. Esse avanço, motivado pela maior preocupação dos consumidores com relação aos preços, também se reforça no plano de aberturas e modernização de lojas, intensificado nos últimos dois anos", afirma Belmiro Gomes.

Confira, na próxima edição da revista, a cobertura completa da festa de inauguração da centésima loja Assaí. 🍌

scala.com.br  
f laticinioscala

# Queijo de Coalho

UM DETALHE QUE NÃO PODE FALTAR NO SEU CHURRASCO.

**Scala**  
Desde 1963

**Queijo de Coalho**  
No espeto

**NOVIDADE**

Contém 7 espetos prontos para o churrasco

O Queijo de Coalho Scala é a novidade cheia de sabor que preparamos para dar um toque especial nas suas reuniões.

**Scala**  
Desde 1963  
Apaixone-se pelo sabor



# Responsabilidade SOCIAL

Agir com ética e transparência com empregados, comunidade e fornecedores é um dos pilares para ser responsável

**GRANDES EMPRESAS INVESTEM NA GESTÃO SUSTENTÁVEL COMO PRERROGATIVA DE CRESCIMENTO CONTÍNUO E DE LONGO PRAZO. PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS TAMBÉM JÁ COMEÇAM A PERCEBER QUE OS QUE ESTÃO APOSTANDO EM RESPONSABILIDADE E DIÁLOGO VEM CONQUISTANDO MAIS CLIENTES E O RESPEITO DA SOCIEDADE.**

Dados do Instituto Ethos apontam que no Brasil as micro e pequenas empresas são importantes agentes econômicos em cerca de 80% dos municípios. Para eles, Responsabilidade Social Empresarial “é a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais”.

O negócio baseado em princípios socialmente responsáveis não só cumpre suas obrigações legais, como vai além. Tem por premissa relações éticas e transparentes, e assim ganha condições de manter o melhor

relacionamento com parceiros e fornecedores, clientes e funcionários, governo e sociedade.

Segundo explica a analista da Unidade de Inovação e Sustentabilidade do Sebrae Minas, Júlia Padovezi, a sustentabilidade fomenta oportunidades para todas as pessoas, permitindo que o empresário seja socialmente justo. “Quando a empresa prioriza os fornecedores locais e os funcionários da região, ela promove o desenvolvimento da comunidade, fazendo o dinheiro girar entre os vizinhos, e estimula o crescimento local. É a relação ganha – ganha. O agricultor da comunidade é beneficiado quando vende a matéria-prima e beneficia outros fornecedores quando adquire um produto ou serviço deles, que beneficiam outros e por aí vai”, define. >>



**AVANT**  
SEU MELHOR PARCEIRO EM ILUMINAÇÃO

Seja qual for o seu estilo,  
nós iluminamos para você.



Conheça a linha completa: [avantlux.com.br/pendentes](http://avantlux.com.br/pendentes)

### CONCEITOS SIMPLES QUE DEFINEM UMA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSÁVEL

Agir com responsabilidade social é ter ética nos negócios. Isso ocorre quando as decisões de interesse de determinada empresa também respeitam o direito, os valores e os interesses de todos aqueles que, de uma forma ou de outra, são por elas afetados. Segundo o Sebrae, “uma empresa pode oferecer o melhor produto ou serviço imaginável para seus consumidores e clientes, mas não estará sendo ética em suas relações com a sociedade se, por exemplo, no desenvolvimento de suas atividades não se preocupar com a poluição que gera no meio ambiente”.

O Sebrae também aponta a transparência como um conceito relacionado à ética. “A falta de transparência na condução dos negócios pode prejudicar não só clientes e consumidores, mas também a própria empresa. Se ela sonega, por exemplo, uma informação importante sobre seus produtos e serviços, poderá ser responsabilizada, mais tarde, por omissão. Responsabilidade Social Empresarial, portanto, diz respeito à maneira como as empresas realizam seus negócios: os critérios que utilizam para a tomada de decisões, os valores que definem suas prioridades e os relacionamentos com todos os públicos com os quais interagem.



## Geleias Linea

Delícias que fazem bem

Com pedaços de fruta e muita polpa, nossas geleias são docinhas sem adição de açúcar. São 7 sabores deliciosos, com menos da metade das calorias que a versão convencional.



### Receita Sufê de goiaba



#### Ingredientes

- 1 xícara de chá de geleia de goiaba Linea;
- 3 claras em neve;
- ½ xícara de chá de requeijão light.

#### Preparo

Misture a geleia com as claras em neve delicadamente. Unte uma forma de sufê média com margarina e espalhe o requeijão. Por cima, distribua a mistura de goiaba e leve ao forno médio (180°C), pré-aquecido por cerca de 25 minutos ou até crescer e dourar. Retire e sirva na hora.

## PASSO A PASSO: O QUE VOCÊ PODE FAZER EM SUA EMPRESA

### 1. Adote valores e trabalhe com transparência

Condutas e decisões cotidianas são resultados de valores e princípios que uma empresa tem. Ser socialmente responsável é atender às expectativas sociais com transparência, mantendo a coerência entre o discurso e a prática.

### 2. Valorize empregados e colaboradores

Empresas que valorizam seus empregados valorizam a si mesmas. A empresa socialmente responsável procura fazer mais do que respeitar os direitos trabalhistas. Não abra mão de um contato direto com as pessoas que fazem a sua empresa. Ouvi-las, atendê-las na medida do possível e incentivar a iniciativa e a participação de cada uma irá acelerar o processo de qualificação de sua empresa como socialmente responsável.

### 3. Faça sempre mais pelo meio ambiente

Gerenciar com responsabilidade ambiental é procurar reduzir as agressões ao meio ambiente e promover a melhoria das condições ambientais. É parte de sua

responsabilidade social evitar o desperdício de insumos (energia, matérias-primas em geral e água). Colocar o lixo em local e forma apropriados (coleta seletiva), reduzir o barulho na vizinhança. A conscientização leva a empresa a desenvolver ações de preservação. Campanhas, bem como a participação em iniciativas de educação ambiental, são ações que a empresa pode executar, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida no local em que vivemos.

### 4. Envolver parceiros e fornecedores

Todo empreendimento socialmente responsável deve estabelecer um diálogo com seus fornecedores, sendo transparente em suas ações, cumprindo os contratos estabelecidos, contribuindo para seu desenvolvimento e incentivando os fornecedores para que também assumam compromissos de responsabilidade social. É importante divulgar seus valores pela cadeia de fornecedores, empresas parceiras e serviços terceirizados. Pode-se adotar como critério de seleção de parceiros a exigência de que os empregados de serviços terceirizados tenham condições de trabalho semelhantes às de seus próprios. >>



massa leve

## 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.



### 5. Proteja clientes e consumidores

Desenvolver produtos e serviços confiáveis em termos de qualidade e segurança, fornecer instruções de uso e informar sobre seus riscos potenciais, eliminar danos à saúde dos usuários são ações muito importantes, visto que a empresa produz cultura e influencia o comportamento de todos. A empresa socialmente responsável oferece qualidade não apenas durante o processo de venda, mas em toda a sua rotina de trabalho. Faz parte de suas atribuições promover ações que melhorem a credibilidade, a eficiência e a segurança de produtos e serviços, observando padrões técnicos cabíveis.

### 6. Promova sua comunidade

A relação que uma empresa tem com sua comunidade de entorno é um dos principais exemplos dos valores com os quais está comprometida. Respeito aos costumes e à cultura local, contribuição para projetos educacionais, ONGs ou organizações comunitárias, destinação de

verbas a instituições sociais e a divulgação de princípios que aproximam seu empreendimento das pessoas ao redor são algumas das ações que demonstram o valor que sua empresa dá à comunidade. Um entrosamento saudável e dinâmico com os grupos representativos locais, na busca de soluções conjuntas para os problemas comunitários, fará do seu empreendimento um parceiro da comunidade, reconhecido e considerado por todos.

### 7. Comprometa-se com o bem comum

O relacionamento ético com o poder público, assim como o cumprimento das leis, faz parte da gestão de uma empresa socialmente responsável. Ser ético, nesse caso, significa cumprir as obrigações de recolhimento de impostos e tributos, alinhar os interesses da empresa com os da sociedade, comprometer-se formalmente com o combate à corrupção, contribuir para projetos e ações governamentais voltados para o aperfeiçoamento de políticas públicas na área social.  por *Letícia Murta*



## A Estrela da mesa brasileira!

Nos tamanhos certos para deixar os lanches muito mais gostosos, o **Pão de Queijo Estrela Mineira** é fácil e rápido de preparar. Escolha trazer o gostinho especial de Minas para a sua mesa e alegre ainda mais o café da manhã, da tarde ou, até mesmo, as outras refeições

Entre em contato! 11 2056.1019 / 2056.1152 | [sac@gruposisberiann.com.br](mailto:sac@gruposisberiann.com.br) | [www.gruposisberiann.com.br](http://www.gruposisberiann.com.br)





**É GIRO CERTO EM SUA LOJA!**

Receita de sucesso: qualidade que o consumidor reconhece, rentabilidade que você adora!

Pomarola. Com você dá molho!



# MUDANÇA DE HÁBITO

Com o orçamento limitado pela atual situação da economia brasileira, os consumidores estão deixando os bares e preferindo as padarias. Os clientes gastaram cerca de 30% a menos nos bares, entre abril e junho, na comparação com o mesmo período do ano passado. Já nos estabelecimentos em que os preços são mais baixos, como as padarias e as lanchonetes, houve um aumento superior a 10%. A pesquisa é do Instituto Foodservice Brasil (IFB), que reúne 9.600 estabelecimentos.



Ainda de acordo com o levantamento, a refeição em restaurantes a quilo também registrou uma queda de 20%. A comercialização de hambúrgueres e sanduíches aumentou 5% e 10%, respectivamente, enquanto a venda de sobremesas caiu 18%. Para os pesquisadores, a confiança do consumidor e o desempenho da economia brasileira contribuíram para o resultado. “Além disso, há contínua desaceleração da massa salarial, encarecimento e restri-

ção do crédito” — analisa Alexandre Guerra, presidente do IFB.

A inflação oficial medida pelo Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), acumulada em 12 meses, até julho, foi de 8,74%. Já a alimentação no domicílio subiu 16%, enquanto a comida fora de casa registrou alta de 9,06%.

Fonte: Extra

FOTO: SHUTTERSTOCK

**SURPREENDA-SE**  
COM TANTA QUALIDADE E ECONOMIA

# Pizza de frango com Soffice!

**Soffice**  
Requeijão Cremoso  
Especial  
para Pizzas, molhos, recheios e...  
Uma nova opção para quem quer um Requeijão Premium sem pagar mais por isso.  
1,535kg

**Soffice**  
Requeijão Cremoso  
Especial  
para Pizzas, molhos, recheios e...  
Uma nova opção para quem quer um Requeijão Premium sem pagar mais por isso.  
400g

**Soffice**  
Requeijão Cremoso

A Griffe  
de Pizza com  
Requeijão



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 doçura 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](https://facebook.com/SaboresCepera)  
[www.cepera.com.br](http://www.cepera.com.br) • (11) 4646-4600*

# CONHECIMENTO em páginas

Sugestões de  
leitura para  
aprimorar sua  
gestão



## ▶ VAREJO SOCIALMENTE RESPONSÁVEL

*Autores: Jacob Jacques Gelman e Juracy Parente*

Desenvolvido por professores e pesquisadores do Centro de Excelência em Varejo da FGV- EAESP, o livro apresenta princípios e práticas que levam empresas e entidades ao caminho do varejo responsável. Apresenta casos brasileiros de práticas de responsabilidade social.

## ▶ AS NOVAS REGRAS DO VAREJO

*Autores: Robin Lewis e Michael Dart*

Este livro é uma leitura essencial para todos os interessados na história do varejo e nos muitos desafios a serem enfrentados nesse segmento. Entenda porque alguns varejistas prosperaram, e outros não, ao longo de cada ciclo da história do varejo. A obra também destaca os novos modelos de negócios que estão sendo praticados no mercado e as transformações que ocorrem constantemente em função de técnicas cada vez mais avançadas.



FOTOS: DIVULGAÇÃO

# Bril

COSMÉTICOS

## Natureza e tecnologia em sintonia com a sua beleza.



[brilcosméticos.com.br](http://brilcosméticos.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**



## CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

### do capital de giro e análise das fontes de recursos

Neste curso online e gratuito são trabalhados os principais conceitos que envolvem um conjunto de expertises profissionais relacionado à gestão dos negócios, como a análise das fontes de recursos e o capital de giro, tão importantes para as empresas de qualquer parte ou área de atuação.

**CARGA HORÁRIA:** 4 horas  
**INFORMAÇÕES:** [bit.ly/2cBTYSI](http://bit.ly/2cBTYSI)

## Comida de BOTEQUIM

Para fazer sucesso, um cardápio de botequim deve oferecer bons pratos e petiscos clássicos. Neste curso, oferecido pelo Senac, por meio de sua plataforma de Ensino à Distância, você conhecerá técnicas para preparar iguarias de boteco e também receberá dicas de harmonização com bebidas. São ensinadas cerca de 10 receitas, entre elas bolinho de feijoada, costelinha barbecue com batatas rústicas e escondidinho de abóbora com carne seca.

**CARGA HORÁRIA:** 20 horas  
**INFORMAÇÕES:** [bit.ly/comida\\_de\\_boteco](http://bit.ly/comida_de_boteco)



FOTOS: SHUTTERSTOCK



SABONETE FARNESE  
**EXTRA PERFUMADO 90G**  
*Você nunca sentiu nada igual!*

*Experimente!*

- Perfumação intensa.
- Alto poder de hidratação.



 Curta nossa página e concorra a um kit exclusivo!  
[WWW.SABONETESFARNESE.COM.BR](http://WWW.SABONETESFARNESE.COM.BR)



## Bolos Rústicos e Panetones Salgados **PARA O NATAL**

Neste curso, o chef Roberto Augusto ensina a preparar variados bolos típicos natalinos, com sabores brasileiros e internacionais. Com massas úmidas e amanteigadas, especiarias natalinas, coberturas, caldas licorosas e ganaches, além de dicas de montagem, formatos e embalagens para vendas. Além disso, ele vai ensinar oito tipos de panetones salgados, como o de bacalhau, o de berinjela e o folhado.

**CARGA HORÁRIA:** 8 horas

**INFORMAÇÕES:** [bit.ly/bolos\\_natalinos](http://bit.ly/bolos_natalinos)



## **APROVEITAMENTO** *de alimentos*

O objetivo desse curso, oferecido no site do iPED, é ensinar como evitar o desperdício de alimentos e como fazer uma horta em casa. O curso é composto por três capítulos, nos quais são abordados temas como conceito de alimentos e desperdício, os cuidados no preparo e no armazenamento, e a importância das partes não-convencionais dos alimentos.

**CARGA HORÁRIA:** 20 horas

**INFORMAÇÕES:** [bit.ly/aproveitamento\\_alimentos](http://bit.ly/aproveitamento_alimentos)

**LANÇAMENTO**

## **RAIZ OLEOSA E PONTAS DESIDRATADAS? DESCUBRA O PODER DETOX HIDRATANTE**



**NOVO**  
**ELSEVE**

**L'ORÉAL**  
PARIS



## ÀS Compras



O Márcio Florindo diz que o Assaí é um parceiro de sua pizzaria. Ele vai ao atacadista quatro vezes por semana em busca de promoções e produtos frescos para suas preparações.



O proprietário do Mercadinho Bandeirantes, Nivaldo José Souza, conta que busca as promoções toda semana na loja de Itaquaquetuba.

### Loja Assaí Itaquaquetuba

Francisco Ribamar Bezerra, proprietário do restaurante Salles, vai ao Assaí diariamente. Ele destaca a variedade, a qualidade e o bom atendimento da loja.



FOTOS: © PAULO MATHEUS





você sempre bonita

Apresentamos **Suave**,  
a nova linha de  
antitranspirantes

A marca de beleza  
dos **Estados Unidos**,  
agora no Brasil



# Clientes em FOCO



*A Elisabete Santos comanda uma cozinha industrial na cidade. Ela frequenta o Assaí semanalmente em busca de bons preços nos produtos que usa no seu negócio.*

*A cliente Dávilla Luzia e seu esposo Daniel Araújo encontraram no Assaí uma forma de economizar nas compras para abastecer a despensa da família. Todo mês ela vai à loja fazer sua lista de compras.*



**Loja Assaí**  
Itaquaquecetuba



*A Nerrie Abdala diz que gosta de aproveitar as promoções do Assaí para completar sua lista de compras para a casa.*

FOTOS: © PAULO MATHÉUS

# MORTADELA MARBA



Os pães  
aprovaram.  
Só falta você.



**marba**  
essa é de casa

## ALAGOAS

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

## AMAZONAS

**Assaí Manaus**  
Avenida Autaz Mirim, 8.755  
(Grande Circular) Mutirão  
Cep: 69099-045  
Telefone: (92) 3247-2250 / 3247-2251

## 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

## NOVA LOJA

**Assaí Lauro de Freitas**  
Avenida Santos Dumont, 2.239  
Cep: 42700-000 - Lauro de Freitas  
Telefone: (71) 3289-9500 / 3289-9501

## NOVA LOJA

**Assaí Paripe**  
Avenida Afranio Peixoto, s/n  
Cep: 40800-570 - Salvador  
Telefone: (71) 3404-8450 / 3404-8451

**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

## NOVA LOJA

**Assaí Valparaíso**  
BR 040 - Km 3 - sentido Luziânia  
Cep: 72870-001 - Valparaíso de Goiás  
Telefone: (61) 3669-9850 / 3669-9851

## 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 Belmino 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  
Morais, 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 Itaquaquetuba**  
Estrada São Paulo/Mogi, 3.810  
CEP: 08574-100 - Itaquaquetuba  
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

# CiTRUS

SEU LANCHE  
**MAIS** GOSTOSO  
E VITAMINADO



## 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 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 Nordestina**  
Avenida Nordestina, 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 Intercep  
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](http://www.sufresh.com.br)



# LIVRE-SE DA TAREFA DE LIMPAR PANOS



64 PANOS POR ROLO COM  
15 cm x 22 cm cada

NOVO

# DURAMAX

64 PANOS DESCARTÁVEIS DE LIMPEZA