

assaíbons negócios

assai.com.br

ANO NOVO

As expectativas de
empresários e especialistas
sobre o mercado em 2017

Expansão

Assaí inaugura, em
Sergipe, a centésima
loja da rede

Qualidade PERCEBIDA

Com valores bem definidos e gestão focada, empresário paulista comemora 20 anos de atuação no mercado gastronômico



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



ASSAÍ

ATACADISTA

Natal
+
Brasil

Festas, temperos,
sabores brasileiros.
Do nosso jeito tem muito +

Em cada canto uma receita, em cada lugar uma tradição. O Natal no Assaí é do tamanho do Brasil. Faça a festa com a gente: economia e qualidade não vão faltar na sua ceia!



+ facilidade pra pagar!

Parcele suas compras de produtos natalinos em

3 X*

sem juros

Nas compras a partir de R\$ 100,00



Aves Natalinas



Cesta de Natal



Pernil



Panelone



Bacalhau



Frutas secas



Espumantes Sida e Filtrados



Azeite



Bebidas Alcolólicas (exceto cerveja)

VISA

MasterCard



#NatalMaisBrasilAssai



*Parcelamento em até 3x sem juros em todos os cartões de crédito habilitados nas nossas lojas. Válido para produtos natalinos, somente para compras a partir de R\$ 100,00 realizadas no período de 05/12 a 31/12/2016. É proibida a venda e a entrega de bebidas alcoólicas a menores de 18 anos. - Art. 61, P1 do Estatuto da Criança e do Adolescente - "Bebida alcoólica e prejudicial à saúde, a família e a sociedade. LEI ESTADUAL Nº 10.501 DE 16/2/2000. APRECE COM MODERAÇÃO.

EDITORIAL



BOAS FESTAS

Nesta edição da **Revista Assaí Bons Negócios**, a última de 2016, gostaríamos de reforçar nosso agradecimento a cada um de vocês, nossos clientes, de todas as regiões do país. A sua confiança em nossa rede e a presença em nossas lojas foram fundamentais para que chegássemos a mais de 100 lojas.

Essa conquista é também de vocês, comerciantes que frequentam as lojas para abastecer seus negócios, e dos consumidores, que elegeram o Assaí como um dos seus principais canais de compras e abastecimento. Acompanhe, nas próximas páginas, como foi a inauguração da nossa centésima loja, em Aracaju.

Também falamos, nesta edição, sobre a reformulação do nosso aplicativo para aparelhos móveis, agora com mais recursos e conteúdo. Veja como baixá-lo gratuitamente e obter ainda mais facilidade para se conectar conosco.

Já pensando em 2017, procuramos especialistas e comerciantes para falarem sobre suas expectativas. Você verá que gerenciar bem seu negócio e praticar a arte de encantar o cliente serão essenciais para garantir um bom ano. Ainda nesse tema de gestão, falamos sobre formas de pagamento, dando dicas para estimular o pagamento à vista e chamando sua atenção sobre os cuidados necessários nas vendas a prazo.

Esperamos que todo o conteúdo seja proveitoso e que o balanço de fim de ano de todos, nas vidas profissional e pessoal, tenha um resultado positivo. Aproveitamos para desejar um Natal próspero e fraterno e que 2017 seja um ano de muitas conquistas.

Boa leitura!

Belmiro Gomes
Presidente do Assaí



Baixe gratuitamente
o aplicativo do
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 e Sustentabilidade Marly Yamamoto Lopes
MEGAMÍDIA GROUP Presidente Celso A. Hey **MEGAMÍDIA EDITORA** Coordenação Geral Natu Marques MTB 8763 Coordenação Juliana Fernandes Design Gabriella Fontoura, Jonny Santos e Marianna Vargas (estágio) Edição de arte Suellen Cristina Winter Colaboradores da edição (texto) Edileuza Soares, Fernando Torres e Leticia Murta (fotos) Leo Fontes, José Iran Santos e Tiago Jardim
Revisão Rodrigo Castelo **PUBLICIDADE** Gerente Comercial Fernanda Fadel Hey - fernandahey@megamidia.com.br Representante Comercial Lucas Rispoli comercialassaí@megamidia.com.br Atendimento Publicitário Ana Cristina Krezinski 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 Serzgraf - Distribuição Dirigida - Venda Proibida



assaibons
negócios



10 ASSAÍ NA INTERNET

Confira o que foi destaque no Blog Assaí Bons Negócios

12 ASSAÍ MAIS

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

14 CARDÁPIO ASSAÍ

A carne suína ganha a simpatia dos consumidores e mais espaço na mesa do brasileiro



▲ MEU NEGÓCIO, MINHA HISTÓRIA

Gestão, qualidade e foco fizeram o sucesso do empresário, cliente do Assaí, Danilo Toledo

◀ INSTITUCIONAL

Veja como foi a inauguração, em Sergipe, da centésima loja do Assaí



36 VISÃO DE MERCADO

Negócios de temporada que atraem os empreendedores para a areia da praia

40 RUMO CERTO

Empreendedores que fizeram a vida como feirantes

tenys.pé

Baruel

0 n°1 em proteção



PARCEIRO OFICIAL
DO FC BARCELONA



- Antiodor
- Controle da Transpiração
- Ação Antisséptica

46 PALAVRA DE ESPECIALISTA

O papel do nutricionista nos restaurantes comerciais

50 EM TEMPO

Dicas para estimular o pagamento à vista em sua loja

54 MERCADO

Estratégias de hotéis para atrair cada vez mais hóspedes

30



ESPECIAL ▶

Expectativa dos clientes do Assaí para a chegada de 2017

60



◀ ASSAÍ ACONTECE

Assaí reformula seu aplicativo para dispositivos móveis, que agora oferece mais serviços

62 VIDA SUSTENTÁVEL

Ações que reduzem o impacto ambiental e conquistam a atenção dos clientes

70 CAPACITAÇÃO

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



A Aurora tem o melhor portfólio para a sua loja nesse final de ano. Abasteça seu PDV com a Linha Boas Festas Aurora. São produtos de qualidade reconhecida e giro rápido na gôndola.



+ INFORMAÇÃO

Acompanhe no **Blog Assaí Bons Negócios** informações sobre 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 outubro e novembro.

Kits Gastronômicos

PARA O PRESENTE DE NATAL



Os kits valorizam o presente e são versáteis: podem ser feitos em diferentes versões para os mais variados orçamentos. Para familiares ou colegas de trabalho, kits que misturam bebidas com alimentos são uma opção diferente para presentear – e podem ser uma boa fonte de renda extra para seu negócio no fim do ano. bit.ly/2fYE45R

+ NOVIDADES NO INSTAGRAM *para os negócios*

Muito mais que um aplicativo para compartilhamento de fotos, atualmente o Instagram é considerado uma eficaz ferramenta para divulgação de produtos e serviços e uma forma de conexão com o público. A partir do lançamento de uma funcionalidade voltada para empresas, o app agora disponibiliza muito mais que curtidas e visualizações.

bit.ly/instagram_para_negocios

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



youtube.com/assaioficial



facebook.com/assaiaacadistaoficial

LEIA **+**

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



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



CHEESECAKE DE LIMÃO

Aprenda a preparar uma versão refrescante do cheesecake, inove no seu cardápio e conquiste seus clientes. Confira em: bit.ly/cheesecake_limao



REVISTA DIGITAL

O Assaí reformulou seu aplicativo para dispositivos móveis facilitando ainda mais o acesso ao conteúdo, na íntegra, das edições da **Revista Assaí Bons Negócios**. Na versão digital, você confere conteúdos extras e interativos, entre vídeos, áudios e galerias de imagens. O aplicativo é gratuito e está disponível para sistemas Android e iOS. A revista digital também pode ser acessada no portal do Assaí: assai.com.br/revista.



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

probrasil

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



FOTOS: DIVULGAÇÃO

Assaí Pilares (RJ)

Novas lojas ASSAÍ

O Assaí inaugurou, em novembro, duas novas lojas, nos Estados do Rio de Janeiro e Mato Grosso do Sul. A loja Assaí Pilares (RJ), aberta no dia 4 de novembro, tornou-se a sexta unidade na Zona Norte do Rio de Janeiro e a 14ª no Estado. O local foi escolhido após uma profunda análise do potencial de consumo do bairro e da região. A nova loja demandou um investimento de R\$ 22 milhões. Já a loja Assaí Dourados foi aberta no dia 24 de novembro, sendo a 102ª da rede no país.

Foram investidos R\$ 55 milhões na nova unidade. Dourados é a segunda maior cidade de Mato Grosso do Sul. A escolha do município para a instalação da loja deu-se pela sua importância para a região e para o Estado. “Escolhemos Dourados depois de uma análise de mercado que mostrou que a região 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 e onde existe uma crescente demanda de estabelecimentos comerciais e consumidores”, explica Belmiro Gomes, Presidente do Assaí Atacadista.



Assaí Dourados (MS)

Em Dezembro, as inaugurações seguiram pelo Brasil. O Assaí abriu a terceira unidade da rede em Praia Grande e a primeira em São Vicente, ambas no litoral paulista. Foi aberta também a primeira unidade do Assaí em Belém (PA), alcançando um novo Estado, o 16º no território brasileiro e o segundo na região norte. E, para fechar 2016 com 107 lojas, o Assaí ainda inaugurou unidade em Paulo Afonso, na Bahia, e em São Gonçalo do Amarante, no Rio Grande do Norte.

PRÊMIO ANATEC



A Revista Assaí Bons Negócios, que já está em sua 18ª edição, foi agraciada com o troféu de prata na categoria Revistas Customizadas, durante a entrega do Prêmio ANATEC – Associação Nacional das Empresas de Comunicação Segmentada. A premiação tem amplitude nacional e é dirigida aos profissionais e empresas produtores de conteúdo segmentado que valorizam e contribuem para as boas práticas e o desenvolvimento do setor. A gerente de marketing e sustentabilidade do Assaí, Marly Yamamoto Lopes, e a editora de redação da MegaMidia Group, Natu Marques, estiveram presentes à cerimônia de premiação e receberam o troféu das mãos do diretor da Unidade Segmentada da Editora Abril, Tiago Afonso, e do presidente do IVC – Instituto Verificador de Comunicação, Pedro Silva. “Ficamos muito felizes com o reconhecimento, pois acreditamos na força da comunicação dirigida e a Revista Assaí Bons Negócios cumpre esse papel de comunicar nossos valores por meio de conteúdo e informações úteis que contribuem para o crescimento dos nossos clientes”, destacou Marly.

Scotch-Brite

MAIS TEMPO
*para o que você
mais gosta*

REFRATÁRIOS

FORMAS DE ALUMÍNIO

FRIGIDEIRAS DE ALUMÍNIO

NOVA!
8 ENTRE 10
AFIRMAM QUE
LIMPA + RÁPIDO*

Scotch-Brite
EXTREMA
LIMPEZA PROFUNDA + RÁPIDA

NOVA
EXTREMA
LIMPEZA PROFUNDA + RÁPIDA

8 ENTRE 10
AFIRMAM QUE
LIMPA + RÁPIDO*

DURA MAIS E LIMPA MELHOR.

3M

*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

Saborosa E SAUDÁVEL

Carne suína ganha simpatia de consumidores e novos cortes começam a ocupar a mesa dos brasileiros

DURANTE MUITOS ANOS, A CARNE SUÍNA FOI EVITADA POR UMA PARCELA DA POPULAÇÃO BRASILEIRA. A FALTA DE INFORMAÇÃO DO CONSUMIDOR SOBRE A CADEIA PRODUTIVA DO PORCO E ATÉ QUESTÕES CULTURAIS SÃO FATORES APONTADOS PARA ESSE PRECONCEITO.

No entanto, a produção brasileira de carne suína aumentou 4,9% em 2015, quando o consumo per capita do produto também cresceu, chegando a 15,08 quilos por habitante/ano, segundo dados da Associação Brasileira de Proteína Animal (ABPA).

“A carne suína vive uma oportunidade de crescimento no mercado interno. Com preços mais atrativos que a carne bovina e cortes versáteis e saudáveis, a proteína suína tem conquistado seu espaço na mesa dos brasileiros ao comprovar o porquê da sua relação custo/benefício, que a fez ser a carne mais consumida no mundo”, justifica Livia Machado, coordenadora de marketing da Associação Brasileira de Criadores de Suínos (ABCS).

“Os médicos e nutricionistas estão atentos às vantagens dos cortes magros de carne suína, indicando-a cada vez mais para pacientes. Hoje a consideram a melhor entre as carnes vermelhas, com menos gordura e de digestão mais fácil”

Livia Machado, coordenadora de marketing da Associação Brasileira de Criadores de Suínos (ABCS)



Livia Machado

Conforme explica Livia, a ABCS desenvolve, desde 2010, com apoio do Sebrae Nacional, um projeto de marketing para trabalhar pela sustentabilidade da suinocultura em todos os elos da cadeia, com ações voltadas ao aumento do consumo per capita no Brasil. São ações nas granjas, para garantia da qualidade e do bem-estar animal; nas indústrias, com treinamentos de cortes; de bem-estar nos frigoríficos; e no elo da comercialização, que tem foco no consumidor final, com ações em universidades, açougues, redes de varejo, restaurantes e diversos nichos.

“Os médicos e nutricionistas estão atentos às vantagens dos cortes magros de carne suína, indicando-a cada vez mais para pacientes. Hoje a consideram a melhor entre as carnes vermelhas, com menos gordura e de digestão mais fácil”, garante a coordenadora de marketing.

De acordo com dados do Rabobank, líder global em serviços de financiamento para alimentação, agrofinanciamento e sustentabilidade orientada, daqui a cinco anos o Brasil deverá estar produzindo 4,1 milhões de toneladas de carne suína e exportando em média 760 mil toneladas. >>



“Existe a questão do melhor custo/benefício, uma vez que o preço está mais atrativo em relação à proteína bovina e a de peixes. Outro ponto é que as empresas estão levando para o mercado novas opções de cortes”

Elis D’Alessandro, supervisora de marketing da Frimesa

“Assim, a disponibilidade no mercado interno será de, em média, 3,34 milhões de toneladas, que é hoje a nossa produção total. Os números evidenciam que aumentará a oferta no mercado interno e, por sua vez, precisamos trabalhar para absorvê-la e crescer o consumo da proteína em nosso país”, explica Lívia Machado.

SABOR E BENEFÍCIOS CONQUISTAM POPULAÇÃO

Rica em gorduras insaturadas, que fazem bem ao coração, a carne suína contém menos colesterol que a carne de vaca, sendo uma boa opção numa dieta equilibrada. No entanto, é preciso ter atenção em relação ao corte, pois pedaços como bacon e costelinha são muito gordurosos, por isso não são aconselhados numa dieta de emagrecimento ou de manutenção do peso.

“A carne suína é a proteína mais consumida no mundo e o brasileiro está percebendo seus benefícios, como ser muito saborosa e saudável. Também existe a questão do melhor custo/benefício, uma vez que o preço está mais atrativo em relação à proteína bovina e a de peixes. Outro ponto é que as empresas estão levando para o mercado novas opções de cortes”, conta a supervisora de marketing da Frimesa, Elis D’Alessandro. Para

ela, a carne suína tem potenciais a serem explorados, e não existem limites de expansão da produção e do consumo. “Os consumidores têm um repertório muito pequeno em relação à carne suína, conhecendo apenas bisteca, costela, lombo e pernil. Há uma grande oportunidade para o chamado segundo grupo, que conta com os cortes alcatra, coxão mole, filé-mignon, picanha suína e picadão. Ao todo, a proteína conta com mais de 60 cortes”, expõe.

RECEITAS

As receitas a seguir foram produzidas pelo chef Carlos Bertolazzi e pertencem à série “Escolha mais carne suína”, realizada pela ABCS.  por *Leticia Murta*



ESTROGONOFE DE FILÉ-MIGNON SUÍNO

INGREDIENTES

- 2 filés suínos cortados em tiras
- 2 xícaras (chá) de cogumelos Paris fatiados
- 2 xícaras (chá) de creme de leite fresco
- 2 colheres (sobremesa) de mostarda escura

- 2 colheres (sobremesa) de ketchup
- 1 colher (chá) de páprica doce
- 1 xícara (chá) de cebola picada
- 2 colheres (sobremesa) de molho inglês
- 3 colheres (sobremesa) de conhaque
- 6 colheres (sobremesa) de azeite
- 2 batatas Asterix

MODO DE PREPARO

Para começar, tempere os filés com sal e pimenta. Passe as tirinhas na farinha de trigo, ela ajudará a criar uma crosta especial na carne e a engrossar o molho. Aqueça o azeite, doure os filés e, em seguida, adicione a cebola picada até ficar transparente. Adicione ketchup, mostarda, páprica, molho inglês e misture. Depois, acrescente os cogumelos e o creme de leite. Abaix o fogo e deixe engrossar, flambe o conhaque e ajuste o sal e a pimenta. Para o preparo das batatas, corte em fatias bem finas, deixe de molho em água bem fria, lave e enxugue. Frite no óleo e acrescente o sal.

A Qualidade exata
que você exige!



QUEIJOS

Buritis

laticiniosburitis.com.br

CARDÁPIO ASSAÍ - Carne Suína

Essas e outras
receitas estão
disponíveis no site:
maiscarnesuina.com.br



Com a nossa família,
seu Natal tem Sabor!



www.hikari.com.br

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

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

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

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

Hikari



LOMBO RECHEADO

INGREDIENTES

PARA PREPARO DO LOMBO

- 1 lombo
- 1 maço de espinafre
- 1 xícara (chá) de ricota
- 1 dente de alho
- 2 colheres (sopa) de azeite
- 1 limão
- Sal e pimenta
- 2 xícaras (chá) de caldo de legumes

PARA PREPARO DA QUINOA

- 1 xícara (chá) de quinoa
- 2 xícaras (chá) de água
- 3 ovos
- ½ xícara (chá) de cebola picada
- ½ xícara (chá) de azeite

MODO DE PREPARO

Abra o lombo em manta e tempere com limão, sal e pimenta. Coloque na geladeira. Refogue as folhas de espinafre com azeite aromatizado com alho, tempere e pique. Remova a água, deixe esfriar e misture com a ricota. Em seguida, recheie o lombo e amarre. Em uma assadeira, regue o lombo com caldo de legumes e cubra com papel alumínio. Coloque no forno em temperatura alta por 1 hora. Descubra a assadeira, pincele o lombo com azeite de oliva e deixe por mais alguns minutos até ficar dourado. Cozinhe a quinoa na água por 12 minutos ou até absorver toda a água. Prepare o ovo mexido com cebola e adicione a quinoa. Tempere com sal e pimenta e está pronto para servir.

PREÇO
JUSTO

SEMPRE



SITE: WWW.ULTRAClass.IND.BR

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

Duas décadas DE SUCESSO

Tapera Branca
Restaurante se
mantém no mercado
agradando ao público
com qualidade e
variedade



COM MAIS DE 20 ANOS DE TRADIÇÃO E DUAS UNIDADES EM CARAGUATATUBA, LITORAL NORTE DE SÃO PAULO, O TAPERA BRANCA RESTAURANTE CONSOLIDOU-SE NA REGIÃO COMO UM ESPAÇO GASTRONÔMICO DE QUALIDADE. BEM QUALIFICADO DESDE A SUA FUNDAÇÃO, EM 1995, GANHOU O PRÊMIO “EMPRESA NOTA 10”, PROMOVIDO PELA ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E EMPRESARIAL DE CARAGUATATUBA, POR NOVE ANOS CONSECUTIVOS E, RECENTEMENTE, NOS ANOS DE 2014, 2015 E 2016, RECEBEU O CERTIFICADO DE EXCELÊNCIA PELO SITE DE VIAGENS TRIPADVISOR.

Danilo Toledo, gerente administrativo do restaurante, acredita que manter um negócio de sucesso por mais de duas décadas só é possível com bastante dedicação e que é importante sustentar o formato proposto. Trazer inovações não pode conflitar com as características iniciais do negócio. “É preciso ter uma proposta clara e aceitação do mercado e o empresário não pode perder esse foco. Nós vemos vários restaurantes que começam a fazer uma infinidade de coisas para tentar vender a todo custo e se descaracterizam. Perdem clientes ao invés de ganhar”, conta.

Para Toledo, o grande desafio na manutenção de um negócio é ter a equipe envolvida para fazer tudo funcionar. “Nosso maior desafio, desde que iniciamos o negócio, é manter uma equipe consistente trabalhando com qualidade. É necessário ter uma boa gestão de pessoas e isso é um desafio grande pra nós em termos de técnica e prática diária”, relata. >>

“Nosso diferencial é a proposta de servir comida de qualidade a um preço acessível. Temos a melhor proposta de valor da cidade. A pessoa vai comer muito bem, com ambiente limpo e agradável”

Danilo Toledo, gerente administrativo do Tapera Branca Restaurante





“São pelo menos três opções de pratos vegetarianos por dia, servidos normalmente em nosso buffet de pratos quentes”

Danilo Toledo

CARDÁPIO DIVERSIFICADO

Localizado em uma região turística, o Tapera Branca Restaurante recebe pessoas com hábitos alimentares diversos e, por ter um cardápio farto e variado na modalidade *self-service*, agrada a todos. “Nosso diferencial é a proposta de servir comida de qualidade a um preço acessível. Temos a melhor proposta de valor da cidade. A pessoa vai comer muito bem, com ambiente limpo e agradável.”, afirma Danilo.

O Tapera Branca I possui um ambiente amplo, confortável e sofisticado, que se reflete em um cardápio mais elaborado e leve. O serviço de carnes, em horário de almoço, é feito na grelha, com cortes bovinos nobres, peito de frango e complementos. Todos os dias são servidas opções para vegetarianos,



com um completo *buffet* de saladas, arroz integral, massas e tortas. E, de terça a sábado, a partir das 18h, são oferecidos sopas e caldos, além do *buffet* tradicional.

O Tapera Branca II tem ambiente de aparência mais rústica, que se traduz no tempero e nas opções dos pratos, lembrando as casas de fazenda. As carnes são servidas no modo churrascaria: assadas na brasa à moda gaúcha. São diversas

opções de cortes bovinos nobres, além de acompanhamentos como aves e embutidos. Esta unidade serve almoço diariamente até 15h. No período de alta temporada o atendimento é estendido até 22h.

O cardápio vegetariano é, prioritariamente, servido na unidade Tapera Branca I. Embora na unidade II também sejam oferecidas diversas opções sem carne, o foco é no serviço de churrasco, com variadas opções de carnes bovinas, suínas e de frango. Mas há opções para atender o público vegetariano, uma vez que é difícil encontrar pratos com esse perfil nos cardápios de restaurantes *self-service*. "São pelo menos três opções de pratos vegetarianos por dia, servidos normalmente em nosso *buffet* de pratos quentes. No *buffet* de saladas há sempre uma grande variedade de legumes, vegetais, hortaliças e frutas para compor o almoço ou o jantar", descreve Danilo. >>



Acesse o vídeo por meio do **QR Code**:



Momentos especiais merecem *queijos de qualidade.*



Formosa
LATICÍNIOS
Lagoa Formosa - MG

MEU NEGÓCIO, MINHA HISTÓRIA - Tapera Branca

ALIMENTO FRESCO E DE QUALIDADE

Quem trabalha no ramo alimentício tem sempre grande preocupação em selecionar bons fornecedores. Manter a qualidade do que se oferece para consumo dos clientes não pode nunca deixar de ser prioridade. Por isso, as compras do Tapera Branca Restaurante são feitas no Assaí de Caraguatatuba.

Além da qualidade do que é fornecido pelo Assaí, os preços competitivos são um grande atrativo, além da facilidade de comprar na loja. "Nós somos clientes há seis anos, quando paramos de buscar as mercadorias em outra cidade e passamos a comprar no Assaí por conta da praticidade. Facilitou o nosso dia a dia, além de ter preços bons. É conveniente e funciona bem para nós", finaliza o gerente administrativo do Tapera Branca.  por *Leticia Murta*



SAIBA MAIS

TAPERA I

Praça Cândido Mota, 34 – Centro
Caraguatatuba - SP
Telefone (12) 3883-2275

TAPERA II

Praça Cândido Mota, 93 – Centro
Caraguatatuba - SP
Telefone (12) 3883-8584

Promoção

COM **Torcida** FICOU

FAVORÁVEL



WWW.PROMOCAOTORCIDA.COM.BR

**QUANTO MAIS VOCÊ COMPRAR,
MAIORES AS CHANCES DE GANHAR!***

TODOS OS PRODUTOS DA MARCA TORCIDA PARTICIPAM.*

* Limite de 300 códigos por mês. * Durante o período da promoção.

COM TORCIDA®, VOCÊ PODE GANHAR

R\$ 400 POR DIA*
DURANTE A PROMOÇÃO

R\$ 5.000 POR SEMANA*
DURANTE A PROMOÇÃO

R\$ 10.000 POR MÊS*
DURANTE A PROMOÇÃO

* Durante o período da promoção. Prêmios entregue em cartão pré pago com função de saque bloqueada.

ATENÇÃO
GUARDE SUA
EMBALAGEM



Fique ainda **mais conectado** com @ gente!



Blog Assaí Bons Negócios



Nosso site está de **cara nova**, mais **moderno e fácil de usar**.
E as novidades não param por aí! Lançamos o **Blog Assaí Bons Negócios**, com **diversos conteúdos** interessantes para a sua empresa.

ACESSE: WWW.ASSAI.COM.BR



Confira como
foi a inauguração,
em Sergipe, da
centésima loja
do Assaí

Festa em ARACAJU

Segunda maior rede de atacado do país, o Assaí chega à sua centésima loja com a inauguração da unidade Aracaju. Com a abertura, realizada no dia 20 de outubro, a rede chega a um novo Estado – o 15º no Brasil, num importante momento para a empresa. Além de avançar em sua estratégia de expansão orgânica, o Assaí ainda registra um crescimento significativo, reportando um aumento de 45,7% nas vendas líquidas no terceiro trimestre de 2016, em comparação com o mesmo período do ano passado.

“A centésima loja do Assaí é um marco muito importante e, por isso, precisava ser registrada de forma única. É um número pelo qual trabalhamos muito e representa a força da nossa expansão, que teve início em 2012. Hoje, o Assaí está presente em todas as

regiões do País, o que nos deixa muito satisfeitos e com o anseio de crescer sempre mais”, afirma Belmiro Gomes, Presidente do Assaí Atacadista.

Um dos principais diferenciais do Assaí, e que justifica o crescimento apresentado pela rede, é a reestruturação do formato de loja, que vem acontecendo desde 2012, com o objetivo de desenvolver um modelo de negócio ainda mais assertivo para seus públicos-alvo e atrativo para novos clientes. A população de Aracaju que visitou a loja no dia da inauguração se surpreendeu com a estrutura e o tamanho. Climatizada e com estacionamento coberto, a unidade possui 13 mil m² de área construída, sendo 5.300 m² de área de vendas, 386 vagas de estacionamento e 28 caixas.

BOAS-VINDAS AOS COLABORADORES

A abertura da centésima loja do Assaí movimentou a cidade de Aracaju desde o início da seleção que escolheu os 260 colaboradores da nova unidade. E, para recebê-los, um dia antes da abertura da loja foi oferecido um café da tarde que contou com a presença do presidente da empresa, Belmiro Gomes, de diretores do Assaí, bem como de todos os gestores regionais. O encontro teve o objetivo de acolher os novos colaboradores, além de promover a integração entre as áreas.

“Essa é a centésima loja aberta e, recentemente, o Assaí abriu duas novas lojas no litoral paulista, sendo uma terceira unidade em Praia Grande e a primeira em São Vicente. Temos crescido muito em todo o Brasil, não só em número de lojas, mas também em resultados, e isso tudo é fruto de um trabalho muito forte da nossa equipe. Por isso temos muito orgulho, porque essa não é uma empresa que se destaca somente pelos resultados, mas também pelo cuidado que tem com as pessoas. A gente espera que vocês venham fazer parte disso”, declarou a diretora de Gestão de Gente do Assaí, Sandra Vicari.

De acordo com Sandra, só esse ano foram preenchidas mais de cinco mil vagas de novos empregos em todo o país e mais de mil colaboradores foram promovidos. “Isso demonstra o quanto a gente tem cuidado das nossas pessoas, trabalhando muito forte o reconhecimento, para que todas tenham oportunidades de crescimento”, destacou.

O diretor de Operações, Anderson Castilho, lembrou o trabalho feito desde a primeira nova loja inaugurada no processo de expansão, em outubro 2012, e a força do trabalho de toda a equipe envolvida para que a centésima loja fosse concluída. >>



NOITE DE GALA

Durante a noite que antecedeu a abertura oficial da loja para a população, foi a vez de receber parceiros e fornecedores para celebrar a data com um coquetel. Estavam presentes no evento o presidente do Assaí, Belmiro Gomes, Philippe Alarcon, vice-presidente para operações do Grupo Casino para a América Latina, Ronaldo labrudi, Presidente do GPA, diretores da rede, gestores regionais e representantes dos principais fornecedores do Assaí. O Secretário Municipal da Indústria, Comércio e Turismo de Aracaju, Walker Martins Carvalho, também marcou presença.



Apresentação da orquestra de cordas do Instituto GPA

A noite agradável de confraternização foi regida pela bela voz da cantora Marcela Bueno, ex-participante do The Voice Brasil. Mas foi a apresentação da orquestra de cordas do Instituto GPA que elevou ainda mais o clima de festa. “Por meio do Instituto GPA nós ensinamos violino, viola, violoncelo e contrabaixo desde a primeira nota a grupos de até 45 jovens. Nenhum desses meninos e meninas sabia tocar esses instrumentos antes de vir para o primeiro dia de aula. A orquestra já se apresentou em todo o Brasil e também na Argentina, nos Estados Unidos, na França e na Itália. A última apresentação aconteceu na Flórida, para uma plateia de mais de seis mil pessoas”, explicou a diretora artística do Instituto, Renata Jaffé. Com a regência do maestro Daniel Misiuk, os jovens instrumentistas tocaram canções – adaptadas para as cordas – de artistas como Frejat e Tim Maia, além de clássicos como Dorival Caymmi e Vivaldi, e encantaram o público presente.

Durante o discurso, Belmiro Gomes agradeceu ao GPA pelo apoio para o crescimento da rede e destacou o trabalho de toda a equipe envolvida nesse resultado. “A centésima é uma festa, mas é uma etapa de um processo de continuidade. Nós estamos praticamente iniciando o último trimestre de 2016, período extremamente importante para o comércio, e para nós representa também o desafio de chegar a 107 lojas até o fim do ano”, destacou o presidente.

“A centésima loja é uma festa, mas é uma etapa de um processo de continuidade. Nós estamos praticamente iniciando o último trimestre de 2016, período extremamente importante para o comércio, e para nós representa também o desafio de abrir mais cinco lojas até o fim do ano”

Belmiro Gomes, presidente do Assaí

Os representantes regionais da Cargill, Rafael Santos e Josimar Ramos, presentes à inauguração, destacaram a vocação do Assaí em ser o distribuidor do pequeno empresário brasileiro. “O Assaí oferece a oportunidade de chegarmos aos pequenos com nossos produtos, por meio de uma estrutura inovadora como essa, que disponibiliza aos clientes uma enorme gama de produtos num ambiente amplo e confortável”, disse Rafael.

Em todas as lojas o Assaí tem a preocupação de aliar ao seu mix de fornecedores empresas regionais que representam o paladar de cada região. A empresa sergipana Fabrise, que produz biscoitos e achocolatados, é uma delas. “O Assaí está inovando o segmento de atacado de autoserviço, trazendo oportunidades para empresários locais como nós e oferecendo aos clientes formas de pagamento que facilitam a gestão dos pequenos negócios” afirmou o representante da marca, João Alves.



ABERTURA PARA O PÚBLICO

A loja abriu suas portas na manhã do dia 20 de outubro, quinta-feira, com queima de fogos de artifício, chuva de papéis e balões e a apresentação da atração regional Trio Pé de Serra. Como forma de homenagear a cidade que recebeu a centésima loja da rede, o Assaí convidou o artista plástico Aniceto Poderoso Sobral para pintar um mural temático na parte externa da loja, ressaltando os pontos turísticos e a cultura da cidade e do Estado. “Nossa intenção com esse registro artístico é prestigiar a cultura local e evidenciar nosso orgulho de ter escolhido esta loja para ser a nossa centésima”, finaliza Belmiro Gomes. 🌟



Rafael Santos e Josimar Ramos, representantes comerciais da Cargill e o Sr Econômico, mascote do Assaí Atacadista



O que esperar de 2017

Analistas de mercado traçam projeções e dão dicas para entrar no novo ano com o pé direito e aumentar as chances de sucesso nos negócios

GESTÃO EFICIENTE DIARIAMENTE DO NEGÓCIO, VENDA DE PRODUTO CERTO AO CONSUMIDOR, BOM ATENDIMENTO E FOCO NO CLIENTE. SÃO ALGUMAS DICAS DOS ESPECIALISTAS PARA OS PEQUENOS COMERCIANTES COMEÇAREM O NOVO ANO COM O PÉ DIREITO. AS PREVISÕES SÃO DE QUE 2017 SERÁ MELHOR QUE 2016. ELES ANTECIPAM TENDÊNCIAS PARA QUE OS EMPREENDEDORES FIQUEM ATENTOS E POSSAM FAZER A DIFERENÇA NO MERCADO.

Depois de um ano difícil, com impeachment da presidente Dilma Rousseff, eleições municipais, que geraram incertezas no mercado, e alta da inflação, 2017 tende a ser mais favorável para o Brasil, arriscam os analistas. “Podemos esperar melhoria. As definições políticas ocorridas em 2016 já começam a sinalizar o reaquecimento da economia”, avalia Luiz Muniz, diretor da consultoria Telos Resultados e consultor em varejo.

“Para 2017, temos uma expectativa de inflação mais próxima do chamado ‘teto da meta’, que é de 6%, o que incentivará a redução da taxa de juros e a consequente retomada do investimento no setor produtivo, a principal alavanca para redução do desemprego”, explica Muniz. Ele afirma que no próximo ano haverá mais dinheiro circulando na economia e que o setor de serviços crescerá na mesma proporção.



Olegário Araújo, diretor da consultoria Inteligência de Varejo, compartilha da mesma opinião. Ele acredita que haverá uma melhoria na confiança do Brasil com as ações práticas que o governo pretende implementar. “Serão medidas difíceis, mas espera-se um ajuste na economia, confiança dos empresários e, conseqüentemente, o aumento do investimento”.

Araújo acredita que a inflação continuará com tendência de controle. Porém, ressalta que os índices ficarão ainda acima da meta. “Como dizem os técnicos, com viés de baixa. Entretanto, da perspectiva do varejo, as pessoas precisam se alimentar e cuidar de suas famílias. Nesse cenário, o setor alimentício é o menos impactado quando se olha para o contexto geral da economia”, analisa.

COMO SER MAIS LUCRATIVO NO ANO NOVO

“Os empresários que aprimorarem a gestão, com foco no cliente, irão se destacar mais no mercado em 2017”, sinaliza Araújo. “Da mesma forma que temos pessoas físicas em condições difíceis, também há empresários que não estão fazendo a lição de casa e continuarão a amargar tempos difíceis e ficarão na parte negativa dos números”, constata o especialista.

Além de maior controle do negócio e da aproximação do cliente, Araújo aconselha os pequenos comerciantes a abraçarem a tecnologia. Segundo ele, é importante rever processos e, principalmente, cuidar dos talentos para que sejam mais produtivos.

Renovação para o NOVO CICLO

1

Foco no cliente

Conhecer as necessidades e os desejos dele é fundamental.

2

Clareza de seu público-alvo

Conheça bem sua freguesia para oferecer o que ela quer.

3

Invista em tecnologias

O consumidor está com smartphone nas mãos, faz muitas pesquisas *on-line* e tem mais poder de escolha. Mas considere sempre o tripé: pessoas, processos e tecnologia. A tecnologia é meio e não um fim.

4

Aprimore a gestão

Revisar formas de trabalhar é fundamental para fazer mais com menos.

5

Fique atento às tendências

Busque soluções para atender o consumidor enquanto ele estiver no carro, no ônibus, no metrô, no trem ou caminhando. Pense em novas formas de praticidade e inclua opções que levam em conta a saudabilidade. Um exemplo é o aumento de pessoas que procuram por uma alimentação vegetariana, vegana ou simplesmente orgânica.

“Comece sendo mais produtivo e eficiente. A gestão da rotina diária é uma ferramenta poderosa para reduzir desperdícios e custos. Ofereça comodidade. Em alguns casos é necessário realizar parcerias com outros negócios, como, por exemplo, estacionamentos, empresas de entrega e fornecedores”, acrescenta Muniz.

Pelas análises de Muniz, o consumo voltará a crescer em 2017, mas de uma forma mais seletiva. “O consumidor aprendeu a buscar qualidade, além de procurar melhores preços”. Ele enfatiza que os que atenderem a essa demanda, reduzirem desperdícios, oferecerem novos canais de vendas e facilidades no momento da compra, sairão na frente aumentando negócios e lucros. >>



“Podemos esperar melhoria. As definições políticas ocorridas em 2016 já começam a sinalizar o reaquecimento da economia”

Luiz Muniz, da Telos Resultados

A ARTE DE ENCANTAR O CLIENTE

O ano de 2017 será um bom ano para quem sabe gerenciar bem seu negócio e pratica a arte de encantar o cliente. É a expectativa de Edmilson Araújo, dono do restaurante Edmilson Carne de Sol, que opera em Recife (PE) há 42 anos e está sempre lotado.

A receita de sucesso do empresário é atender o cliente com gentileza, ter preço competitivo, administrar bem o estabelecimento e sempre reconhecer os funcionários. Com esses ingredientes, o chef de cozinha nordestino diz que está fechando 2016 no azul e espera repetir os bons resultados em 2017. “Não existe crise para quem administrar bem o negócio e agradar ao cliente”, reforça o comerciante de 63 anos, que está no ramo desde os 12, quando começou ajudando no restaurante do tio. Como atua perto da Praia de Boa Viagem, seu estabelecimento recebe muitos turistas, alguns famosos, como artistas e esportistas.

“Trato todos com cortesia, sem distinção entre o taxista e uma celebridade”, garante Edmilson, que chega a visitar a loja Assaí Boa Viagem quatro vezes por semana, onde se abastece de quase toda a matéria-prima para os cardápios do restaurante. “O Assaí tem preço e bons serviços”, conta o empresário, que desistiu do sonho de ser jogador de futebol para se tornar comerciante. Hoje, ele não se arrepende da escolha que fez.

Ivaldo José da Silva, proprietário da empresa de refeições coletivas Cardápio Semanal, localizada em Duque de Caxias (RJ), está otimista em relação a 2017, apesar das turbulências enfrentadas nos últimos anos. “Eu enxergo uma melhoria para o próximo ano. O mercado não para. O importante é estar sempre prospectando novos clientes e primando pela qualidade dos serviços prestados”, declara o empresário. Ele conta que chegou a perder grandes clientes nesse período e que também foi forçado a absorver a alta de alguns produtos no custo de suas refeições. Mas acabou compensando a perda de receita com a entrada de novas empresas, o que equilibrou seus resultados. Hoje, atende três grandes empresas, algumas no ramo da mineração.

A empresa de Ivaldo atua com produção de refeições dentro das próprias empresas. Segundo ele, diferentemente dos restaurantes de rua, esse modelo é impactado diretamente com as demissões que ocorreram nos últimos anos. Assim, chegou a perder 50% do número de refeições que costumava servir.

Contudo, depois de 15 anos no mercado, Ivaldo se mantém sereno e confiante no trabalho que executa. Para preparar



os pratos dos cardápios de seus restaurantes corporativos, ele conta com o Assaí como um dos seus fornecedores. Suas compras são feitas na loja Assaí Duque de Caxias. Em visitas ao atacadista, busca bons preços em itens da cesta básica, como arroz e feijão.  por Edileuza Soares

FOTOS: SHUTTERSTOCK / EUDES SANTANA

NOVO
FRISCO

AGORA COM MAIS GOSTOSURA

EXPERIMENTE! SÃO MAIS DE 15 SABORES

3 corações

FRISCO Laranja
com Vitamina C e Flavonóides

FRISCO Uva
com Vitamina C e Flavonóides

FRISCO Limão
com Vitamina C e Flavonóides

novofrisco.com.br  /Frisco

TOME NOTA

Sugestões de itens
que valorizam suas
preparações

Molho Salsaretti
Bunge



Cápsulas de Café Espresso
Pilão

FOTOS: DIVULGAÇÃO

scala.com.br
f laticinoscala

Queijo de Coalho

UM DETALHE QUE NÃO PODE
FALTAR NO SEU CHURRASCO.



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.





Requeijão Tradicional
Catupiry



Brócolis congelado
Chef



Néctar de Laranja
Sufresh



Batata Palha Extra Fina
Hikari

*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

Altas temperaturas oferecem ambiente propício para empreendedores de quiosques e comércio volante lucrarem na entrega de produtos alimentícios aos clientes, enquanto estes descansam na areia



ECONOMIA DA PRAIA *aquece vendas no verão*

O BRASIL POSSUI CERCA DE 8 MIL QUILÔMETROS DE LITORAL, COM BELAS PRAIAS DO NORTE AO SUL DO PAÍS, QUE LOTAM DE TURISTAS NO VERÃO E AQUECEM OS NEGÓCIOS DE TEMPORADA. É NESSE PERÍODO QUE UMA LEGIÃO DE PEQUENOS EMPRESÁRIOS ADAPTA PONTOS FIXOS OU O PRÓPRIO COMÉRCIO VOLANTE PARA AS AREIAS, LEVANDO PRODUTOS ALIMENTÍCIOS AOS CLIENTES E LUCRANDO COM AS OPORTUNIDADES OFERECIDAS PELA ESTAÇÃO PREFERIDA DOS BRASILEIROS.

A economia da praia movimentou pequenos negócios e triplicou vendas de produtos sazonais que levam conveniência aos clientes. O sol, a água, a alegria dos turistas em férias e mais relaxados são o cenário perfeito para seduzi-los ao consumo de alimentos, que vão desde sorvetes, bebidas geladas, água de coco, salgadinhos caseiros, milho, sanduíche natural, até petiscos deliciosos preparados na hora.

Foi esse clima descontraído que levou a estilista, Isabel Gago, 62 anos, a apostar nos negócios de temporada, assumindo o controle de um quiosque na Praia Grande, litoral sul paulista. Formada em moda, ela decidiu dar um novo rumo quando perdeu o emprego e decidiu trocar a correria da cidade de São Paulo por mais qualidade de vida perto do mar.

O plano inicial era apenas ajudar uma amiga, dona do ponto comercial. Isabel descobriu que tinha tino para o negócio e está há 20 anos à frente do quiosque, que funciona de novembro a março, período de alta temporada. O estabelecimento vende petiscos de peixe, frango, bolinhos de bacalhau, bebidas, entre outros lanches rápidos.

A comerciante conta que o quiosque está em um local privilegiado e fica sempre lotado de fregueses no verão. “O segredo para conquistar o cliente é, primeiro de tudo, o bom atendimento, e depois o cardápio preparado com produtos de qualidade”, conta Isabel, cliente há 5 anos do Assaí Praia Grande, onde se abastece de toda a matéria-prima para tocar o negócio.

Recentemente, o Assaí abriu duas novas lojas no litoral paulista, sendo uma segunda unidade em Praia Grande e a primeira em São Vicente. Ao todo, a rede conta com seis lojas nesta região, atendendo também os municípios de Santos e Caraguatatuba.

Quando termina o verão, a empreendedora se dedica à venda de comida pronta, sob encomenda, para jantares e festas. Às vezes, quando o sol aparece no fim de semana ou nos feriados prolongados, ela reabre o quiosque para atender turistas de outras estações.



COMO GERENCIAR NEGÓCIOS DE TEMPORADA

As praias são um ambiente favorável para o surgimento de novos empreendimentos porque recebem diferentes públicos e oferecem oportunidade de negócios diversos. Entretanto, Michele Oliveira do Amor Divino, consultora do Sebrae-Baixada Santista-SP, no litoral sul de São Paulo, chama atenção para o cuidado com a sazonalidade. “O empreendedor deve separar a rapidez do oportunismo da real existência da oportunidade”, ressalta Michele. A especialista destaca a importância de maturidade e perenidade desses negócios, que precisam ser planejados e bem geridos para fazerem frente às oscilações de demanda. “A falta de previsibilidade podem levar a empresa à mortalidade”, sentença.

Outro cuidado que o comerciante precisa ter é conhecer sua freguesia. Algumas praias não são majoritariamente turísticas. Isso significa que os moradores locais são potenciais clientes. >>



VISÃO DE MERCADO - Negócios de Temporada

“A diferença é que essa demanda local exige produtos e serviços diferenciados, o que acaba forçando o empreendedor a buscar qualificação, inovação e melhoria também para o público em geral, tornando-se mais competitivo”, constata a consultora, com atuação nas praias de Bertioga, Cubatão, Guarujá, Santos, São Vicente, Praia Grande, Mongaguá, Itanhaém e Peruíbe, no litoral sul do estado de São Paulo.

Um exemplo disso, segundo Michele, são os quiosques da orla da praia de Santos (SP), que não trabalham mais somente o cardápio de lanches e porções. “Já temos empreendimentos especializados em comida japonesa, chinesa, mexicana, além de espetaria e choperia com petiscos diferenciados e que também exploram o sistema de *delivery*”, relata a especialista.



PARCERIA ESTRATÉGICA

Os produtos de origem alimentícia são os mais comercializados nas praias, em razão da comodidade. Apesar de alguns clientes levarem seus próprios alimentos, a grande maioria prefere consumir os produtos oferecidos por quiosques e ambulantes em razão da praticidade e da variedade. Para gerenciar bem as vendas, a consultora recomenda que o comerciante faça compras de produtos e insumos na medida certa, para que não haja desperdício. Os alimentos exigem também cuidado com manipulação e armazenagem para evitar a deterioração rápida por causa do calor.

CABOCLO

Leve o sabor do campo para sua casa



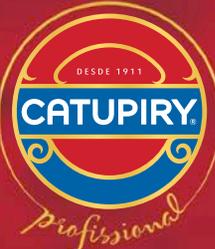
Outro fator destacado por Michele é a contratação de mão de obra extra, que depende de treinamento adequado. Sua sugestão é o desenvolvimento de parcerias, não só com fornecedores, como também com prestadores de serviços de outros segmentos e que alcancem o mesmo público. São ações que podem gerar incremento de negócios. “Enfim, os empreendedores devem planejar soluções para os desafios que surgirão com o aumento das vendas”, diz a consultora.

PRIMEIRA LIÇÃO DE CASA

O ponto de partida para investir em um quiosque ou comércio volante na praia é identificar a oportunidade. Esse item é essencial no plano de negócios para ajudar a observar necessidades que ainda não foram atendidas. Busque informações sobre hábitos de consumo do seu público-alvo. Analise o mercado da região em que pretende atuar e observe fatores – como a sazonalidade – que poderão impactar no sucesso do futuro negócio.

Fique atento também à formalização e ao cumprimento das normas de órgãos competentes do seu ramo, como vigilância sanitária, bombeiros, fiscalização municipal etc.. São medidas que asseguram a seriedade do empreendimento.  por Edileuza Soares




criar junto rende mais

Mais sabor nas
suas receitas,
mais receitas
no seu caixa

REQUEIJÃO
CREMOSO
1,5kg

atelledapropaganda.com.br



O tradicional comércio de rua sobrevive como canal de vendas e se mostra eficiente na consolidação econômica e social. Conheça histórias de feirantes bem-sucedidos

Feira de

OPORTUNIDADES

PECHINCHAS EM BARRACAS DE LONA, PROFUSÃO DE AROMAS, CORES E SABORES E UMA HARMONIOSA GRITARIA. DAS GRANDES ÀS PEQUENAS CIDADES, EM VÁRIAS PARTES DO GLOBO E EM TODAS AS CLASSES SOCIAIS, AS FEIRAS LIVRES DEMARCAM TERRITÓRIO.

A estimativa é que, no Brasil, existam aproximadamente 6,5 mil mercados ambulantes, distribuídos por 23 estados e 1,6 mil municípios, conforme dados da Câmara Interministerial de Segurança Alimentar e Nutricional (Caisan). Frutas, verduras, doces, espetinhos, bugigangas, artesanato e, claro, o onipresente pastel conquistam a clientela, sempre em busca de promoções do tipo “é dois por um, dona Maria”.

Se do ponto de vista do cliente as feiras são oportunidade para encontrar bons produtos a bons preços, também representam chance de carreira para empreendedores. Incontáveis feirantes e produtores pelo país construíram a vida debaixo de uma barraca, muitas vezes em feiras diferentes,

a cada dia da semana. “As feiras livres representam uma das formas mais antigas de comercialização. E, ainda que com o passar do tempo elas tenham tido seu espaço reduzido pelo crescimento de outros canais, desempenham um papel fundamental na consolidação econômica e social. É um negócio gerador de emprego e renda para o município”, analisa Aline Morel, pesquisadora na área de Administração e de Organizações Agroindustriais da Universidade Federal de Lavras (UFLA), no sul de Minas. Segundo ela, são características próprias do comércio ambulante a oferta de produtos diferenciados e a relação de amizade entre feirantes e compradores. “Outro diferencial é a venda de produtos artesanais, o que não acontece na produção em escala”, diz.



“Era mãe solteira, com dois filhos para criar. Resolvi fazer bombons para vender na rua”

Zulma Maria

Zulma Maria de Oliveira vende 18 tipos de doces, como cocadas, brigadeiros, bombons trufados feitos por ela própria e pela filha, Michelly

É nessa toada que Carmen Miranda ganha a vida, já há 35 anos. Mais que o nome de celebridade, a pequena empreendedora leva a fama de ter as melhores tortas doces da famosa Feira Hippie, realizada em Belo Horizonte todos os domingos. “Não chame as minhas tortas de bolo, por favor”, diz Carmen, corrigindo o repórter que a aborda. Nos anos 1980, ela se mudou do interior para a capital mineira para morar com uma tia, que já trabalhava na feira. “Comecei a ajudá-la e resolvi fazer inscrição para ter meu próprio quiosque. No início, trabalhava com todo tipo de comida, mas, depois, fui me aprimorando e fiquei só com as tortas”, recorda. Atualmente, Carmen comercializa em torno de 20 sabores, ao preço de R\$ 12 a fatia: abacaxi, trufada, nozes, brigadeiro, leite Ninho. “Em um bom dia de feira, dá pra tirar uns mil reais. Sou viúva e tiro todo o meu sustento da barraca. Com o dinheiro, consegui criar meu filho, comprar meu carro zero, um lote e construir minha casa. Não tem salário melhor pra mim”, conta.

Mas que nenhum desavisado pense que a tarefa é fácil. Para atender a clientela que se esparrama pela feira já no raiar do Sol, Carmen chega pontualmente às 4h30. Atualmente, paga para terceiros montarem e desmontarem a barraca, mas, antes, era ela e o filho quem assumiam a missão. “Tem que gostar de feira. Perco todos os meus fins de semana, as festas e os bailes de formatura”, diz. Carmen Miranda também costuma fazer as compras dos ingredientes em atacadistas e confeccionar as tortas sozinha. “Com a crise, o movimento caiu um pouco. Mas tenho fé que ano que vem irá melhorar de novo”.

O comércio ambulante se mostrou como opção para a feirante Zulma Maria de Oliveira há cerca de duas décadas, quando foi demitida de uma fábrica de lingerie. “Era mãe solteira, com dois filhos para criar. Resolvi fazer bombons para vender na rua”, lembra. Sem licença, ela passou poucas e boas no mercado de vendas irregulares e conta sobre uma vez em que fiscais recolheram uma bandeja de doces intocada. “Tive muito prejuízo”. >>



Carmen Miranda não perde o rebolado mesmo depois de 35 anos trabalhando como feirante



Robson trabalha de segunda a sexta como auxiliar de escritório, mas marca ponto aos domingos na feira com o padraço

“Se somar todos os dias, no fim do mês, o lucro é melhor do que muito salário de escritório. É uma boa incrementada no orçamento”

Robson

Há cerca de dez anos ela resolveu se regularizar e divide uma barraca de guloseimas com um amigo: cada um fica do seu lado da bancada, com seu próprio comércio. Atualmente, Zulma vende 18 tipos de doces, como cocadas, brigadeiros, bombons trufados, feitos por ela própria e pela filha, Michelly. “É a salvação da lavoura. Consigo faturar em torno de R\$ 500 por feira”, contabiliza.

A questão da regularização é um ponto importante para quem pretende trabalhar em feiras populares. Para ter um quiosque, os candidatos a feirante precisam entrar em contato com a prefeitura de sua cidade ou ficar de olho no site, que regularmente disponibiliza editais de licitação quando há vagas. A matrícula exige documentos como CNPJ, comprovante de contribuição sindical e laudo de vistoria sanitária. Arriscar-se a abrir um quiosque sem estar regularizado é extremamente perigoso. A esmagadora maioria das feiras recebe constante fiscalização nas questões ambientais e sanitárias dos produtos, bem como da licença dos vendedores, do horário de encerramento e do recolhimento do lixo. O descumprimento das obrigações pode resultar em multas, recolhimento do material comercializado e até mesmo a suspensão da licença.

Embora o processo pareça um pouco burocrático, ele protege tanto cliente quanto feirantes e possibilita a qualidade da feira. “As regras de segurança alimentar, por exemplo, podem atrair consumidores preocupados com a saúde e com o risco de alimentos contendo substâncias químicas, além de movimentos ambientalistas preocupados com a certificação de produtos orgânicos”, aponta Morel. Muitas vezes o negócio passa de geração a geração – um processo mais simples, permitido com a transferência da titu-

OS NÚMEROS NO FINAL DA XEPA*

63,7%

CONSEGUEM RENDA MENSAL ENTRE R\$ 510 E R\$ 1.530

51,2%

TRABALHAM EM UMA OU DUAS FEIRAS POR SEMANA

57,0%

DOS FEIRANTES TRABALHAM NESTE SEGMENTO HÁ MAIS DE 10 ANOS

66,8%

ESTÃO SATISFEITOS COM A ESTRUTURA DAS FEIRAS (LIMPEZA, SEGURANÇA E LOCALIZAÇÃO)

54%

NÃO REALIZAM QUALQUER OUTRO TIPO DE ATIVIDADE

69%

NUNCA FIZERAM CURSOS RELACIONADOS AO NEGÓCIO

* Estudo realizado com 72 feirantes de Lavras (MG) pela pesquisadora Aline Morel, da UFLA

laridade. A família Costa, por exemplo, tira o sustento da feira já há 30 anos. O negócio começou com a matriarca Jovina, cozinheira de ofício que começou a fazer espetinhos de churrasco para vender no comércio ambulante. Hoje, ela está aposentada do corpo a corpo. Deixa pronto os espetos na véspera, enquanto o filho e o marido se revezam na barraca. O filho Robson trabalha de segunda a sexta como auxiliar de escritório, mas marca ponto aos domingos, ao lado do padrao Antônio. “As feiras acontecem em horários em que a gente não está trabalhando”, diz Robson.

Por feira, o rendimento com espetos de boi, porco, frangão, medalhão, linguiça e salsicha gira em torno de R\$ 600. “Se somar todos os dias, no fim do mês, o lucro é melhor do que muito salário de escritório. É uma boa incrementada no orçamento”, compara Robson. Justamente por isso, ele pensa em continuar a levar a vida dupla. “Está bom assim, é um bom trabalho. Faço amigos, consigo me divertir e acredito que o rendimento irá melhorar em 2017. A única coisa ruim é ter que levantar de madrugada no domingo”.  por *Fernando Torres*

MAPA DAS FEIRAS

ALGUMAS DAS MELHORES FEIRAS LIVRES BRASILEIRAS

- **FEIRA DAS GOIABEIRAS**
Avenida Senador Robert Kennedy, Barra do Ceará - Fortaleza, CE; aos sábados
- **FEIRA DE SANTO AMARO**
Avenida Mário Melo, nº 343 - Recife, PE; às quintas
- **FEIRA DO ALTO**
Praça Higino da Silveira, Alto - Teresópolis, RJ; aos domingos
- **FEIRA HIPPIE**
Avenida Afonso Pena, Centro - Belo Horizonte, MG; aos domingos
- **FEIRA DE SÃO CRISTÓVÃO**
Campo de São Cristóvão, s/n - São Cristóvão - Rio de Janeiro; de terça a domingo
- **FEIRA ORGÂNICA**
Praça Almirante Júlio de Noronha, Leme - Rio de Janeiro, RJ; aos sábados
- **FEIRA SUMARÉ MODERNA**
Praça Charles Miller, Pacaembu- São Paulo, SP; às terças e quintas
- **FEIRA VILA SABRINA**
Rua Geolândia, Vila Medeiros - São Paulo, SP; às sextas

TENHA OS MELHORES PRODUTOS EM SUA COZINHA



Dicas de PRODUTOS

Itens de
higiene e limpeza
para sua lista de
compras



Lava Roupas em pó
Ultra Class

Absorvente sem abas
Intimus Days



FOTOS: DIVULGAÇÃO

NOVA!

Capricho

garfield
b.a.b.y™

MAIS CONFORTO
FITAS ELÁSTICAS

INDICADOR
DE UMIDADE

NOVA! Capricho
garfield
b.a.b.y™

MAIS CONFORTO
FITAS ELÁSTICAS

INDICADOR
DE UMIDADE

NOVA! Capricho
garfield
b.a.b.y™

SUPER JUMBO pack

80 G
Fraldas
desportivas 10kg e 13kg

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

Pano Multiuso Duramax
Scott



Tenys Pé
Baruel



Rodo
Bettanin



Sabonete Frutas Vermelhas
Farnese

*Consulte disponibilidade dos produtos nas lojas





Profissional **COMPLETO**

Veja como o nutricionista pode ajudar na gestão dos negócios voltados para alimentação fora do lar e confira dicas para o seu estabelecimento

O NUTRICIONISTA TEM UM PAPEL MUITO IMPORTANTE NOS PROCESSOS DENTRO DOS RESTAURANTES COMERCIAIS. ALÉM DE ELABORAR CARDÁPIOS E SELECIONAR FORNECEDORES, ELE TAMBÉM PODE ATUAR NA PRODUÇÃO DAS REFEIÇÕES, NO PLANEJAMENTO, NA SUPERVISÃO E NA EXECUÇÃO ADEQUADA DAS INSTALAÇÕES FÍSICAS, ENTRE OUTRAS FUNÇÕES, COMO FAZER CÁLCULO DO VALOR NUTRITIVO DE CADA REFEIÇÃO, SUPERVISIONAR AS ATIVIDADES PRÉ-PREPARO E GARANTIR A QUALIDADE E A SEGURANÇA DO ALIMENTO.



Porém, nem todos os restaurantes contam com um profissional como este. A presença do nutricionista não é obrigatória, mas ele pode contribuir, e muito, com os processos, gerenciando a qualidade de produtos e serviços, por meio de ações que privilegiem o controle higiênico-sanitário e na prevenção e na minimização do desperdício de recursos.

A **Revista Assai Bons Negócios** conversou com a nutricionista Aline Fonseca, profissional com experiência de 30 anos na administração de empreendimentos gastronômicos. Na entrevista a seguir, ela dá dicas para os pequenos restaurantes e fala sobre alguns desafios que são enfrentados no mercado de alimentação fora do lar. >>



GARANTIA DE GIRO E LUCRATIVIDADE PARA SUA LOJA,

Espuma Mágica é limpeza a seco, praticidade e economia para o consumidor.



*Sem água.
Sem sujeira.*



Conheça a linha completa de limpeza à seco Proauto.
www.proauto.com.br

Não dê lugar para a sujeira.

Conteúdo: 400 ml / 370 g



Revista Assaí Bons Negócios: Qual o papel do nutricionista nas empresas de alimentação coletiva?

Aline Fonseca: O nutricionista, dentro das empresas de refeições coletivas, é o responsável pelo PAT (Programa de Alimentação do Trabalhador). Além disso, também pode ser o responsável técnico perante a Vigilância Sanitária, ou seja, responsável por toda a parte de higiene e manipulação da operação de cozinha. E ainda responde pelo resultado financeiro do local, controles de compras, estoque, e gestão de mão de obra.

ABN: Quais os maiores desafios de atuar nessa área?

AF: Oferecer uma alimentação saudável, prazerosa e de baixo custo.



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

ABN: Quais os fatores que o nutricionista leva em conta ao elaborar um cardápio em restaurantes?

AF: As necessidades nutricionais do seu público, as preferências dele, as condições físicas da cozinha. A mão de obra que ela tem disponível pra fazer esse cardápio, a sazonalidade e a disponibilidade de alimentos e o custo destes.

ABN: Qual o maior desafio no processo de implementar nos restaurantes as Boas Práticas de Manipulação de Alimentos? E qual a importância da Segurança dos Alimentos?

AF: O maior desafio é capacitar e motivar a equipe para a aplicação das Boas Práticas. A segurança de alimentos está ligada diretamente à saúde dos clientes e também à gestão financeira dos estabelecimentos, pois a falta de boas práticas pode gerar desperdícios.

ABN: Quais são os riscos que uma empresa de alimentação corre ao não ter um nutricionista?

AF: Se fiscalizada pelo Ministério do Trabalho, vigilância sanitária ou Conselho Regional de Nutricionistas, a não-presença de um nutricionista pode levar a penalidades, mas, acima de tudo, a falta desse profissional pode gerar riscos à saúde de seus funcionários, devido ao não-controle de fluxos e possíveis contaminações.

ABN: Na ausência de um nutricionista em pequenos restaurantes, que dicas você daria na hora de montar um cardápio diário de refeições?

AF: Conhecer o público a que se destina o cardápio. Conhecer as tendências atuais de gastronomia, ter conhecimento da utilização de carnes, conhecer a tabela de safras, verificar se a sua mão de obra é capaz de executar seu cardápio e avaliar a aceitação desse cardápio, para evitar a perda de clientes no caso de uma não-aceitação dos preparos servidos. 🍌

O PRODUTO DO PROFISSIONAL PARA VOCÊ



HELCLA
Brands

À vista ou A PRAZO?

Veja dicas
para estimular as
vendas à vista na sua loja
e os cuidados que você
deve ter na hora
de oferecer vendas
a prazo



FOTOS: SHUTTERSTOCK / DIVULGAÇÃO

TALVEZ VOCÊ, EM SEU PAPEL DE CONSUMIDOR, JÁ TENHA PASSADO POR ESSA SITUAÇÃO. LEVA SUA COMPRA ATÉ O CAIXA DE UMA LOJA E SE PERGUNTA: "PAGO À VISTA OU A PRAZO?". ACREDITE, ESSA NÃO É UMA QUESTÃO EXCLUSIVAMENTE SUA.

A dúvida na hora de fechar uma compra costuma confundir o consumidor e assustar os vendedores. Muitas vezes, o cliente inseguro pode desgastar os funcionários e, se a negociação não for bem conduzida, ele pode acabar desistindo da compra.

Nesses casos, os especialistas defendem que a negociação é a chave do processo. Se o vendedor souber conduzir bem a conversa, o cliente vai se sen-

tir mais confortável e a compra fluirá naturalmente. Usando os argumentos certos, você pode convencer o consumidor de que o pagamento à vista é sempre a melhor opção.

De acordo com Edécio Fonseca, especialista em Finanças e Venda de Empresas e diretor executivo da 360° Varejo, estimular o pagamento à vista tem muitas vantagens. "A boa saúde financeira da empresa passa por uma

boa gestão de fluxo de caixa, ou seja, controlando diariamente as despesas, as receitas e acompanhando o que foi vendido diariamente. Estando em contato com as principais áreas geradoras de despesas e receita, há como evitar surpresas desnecessárias. A integração das áreas de finanças, compras e vendas, aliada ao diálogo, é extremamente importante, pois as correções de rotas ficam mais simples e eficazes, tornando o planejamento financeiro mais assertivo”, destaca o especialista.

Outro ponto importante, segundo Fonseca, é monitorar a participação das formas de recebimentos (dinheiro, cheque, cartão de débito, de crédito e *private label*, ou seja, cartão próprio). Para ele, isso ajuda muito nas estratégias de ações promocionais que vão estimular a forma de pagamento na qual a empresa pretende alcançar mais volume. “O recebimento à vista sempre é muito bom e é o desejo de todo comerciante, porque ajuda muito no fluxo de caixa, evitando as taxas de antecipações de crédito, que consomem boa parte da margem

Trabalhar, junto às equipes de caixas, argumentos que possam direcionar a decisão do cliente para pagamento à vista também funciona

de lucro, bem como a inadimplência. Para estimular essa prática, uma velha receita ainda é muito atrativa nos dias de hoje: o desconto para pagamento à vista”, ressalta.

Porém, a vantagem deve ser significativa. “Descontos de 1% a 5% não atraem os clientes e eles não percebem valor nisso. >>

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
"Pizza.com
Requeijão

“A boa saúde financeira da empresa passa por uma boa gestão de fluxo de caixa, ou seja, controlando diariamente as despesas, as receitas e acompanhando o que foi vendido diariamente”

Edécio Fonseca, especialista em Finanças e Venda de Empresas e diretor executivo da 360° Varejo



A maioria sabe que isso é o custo financeiro que o lojista iria pagar e do qual está abdicando. Portanto, somente quando o cliente percebe que está tendo um ganho real é que ele opta pela compra à vista. Além disso, vale a pena criar sistemas de incentivo, sejam eles com brindes ou pontuação maior para essa modalidade de pagamento, e criar uma programação visual dentro do estabelecimento, formatada para direcionar a venda à vista. Por fim, preparar as equipes de venda e de caixa para promoverem e incentivarem essa forma de pagamento”, ensina.

Trabalhar, junto às equipes de caixas, argumentos que possam direcionar a decisão do cliente para pagamento à vista também funciona. “Podemos dizer ao cliente, por exemplo, que ele não fica endividado no longo prazo e pode novamente retornar para uma nova compra. Que a compra à vista não compromete o limite de crédito, que poderá ser utilizado para outras necessidades e que essa opção de pagamento melhora o “score” dele na avaliação de crédito (quando a empresa vende faturado ou no cheque pré-datado)”, completa Fonseca.

O especialista ainda destaca que o pagamento a prazo ou parcelado tem a ver com a cultura do brasileiro, que não se preocupa muito com o montante total da compra e, sim, com o valor da parcela. Então, ele pensa: “se couber no bolso tudo bem... vou comprar”. Por isso, muitos consumidores se endividam bem

acima da sua capacidade financeira e, quando perdem sua fonte de renda, fica muito complicado saldar as dívidas contraídas. Contudo, Fonseca afirma que é importante ter outras formas de pagamento para oferecer ao cliente, pois seu concorrente pode oferecer e você perder a venda.

“Outro ponto importante é que, se a venda parcelada for por cartão, o dinheiro já está garantido e com esse volume de venda o empresário pode negociar operações de crédito, aumentar limites, pleitear maiores reciprocidades junto a bancos e instituições financeiras. Mas, se o parcelamento se der por cheque pré-datado ou duplicata é necessário fazer uma avaliação minuciosa de crédito, senão o empresário corre o risco de vender e não receber”, finaliza. ▲

CUIDADOS QUE O EMPRESÁRIO DEVE TER NA HORA DE OFERECER UMA VENDA PARCELADA EM SEU ESTABELECIMENTO:

- ✓ Ter uma estimativa de qual é o valor previsto para o volume de venda parcelada e de quantas parcelas serão ofertadas.
- ✓ Inserir a previsão de vendas parceladas no fluxo de caixa para identificar quais serão os desequilíbrios entre receita e despesas.
- ✓ Identificados os desequilíbrios de caixa, o empresário saberá se o capital de giro da empresa é suficiente para suportar operações de venda parcelada.
- ✓ Quando o capital de giro da empresa não é suficiente, deve-se saber se os limites de crédito junto ao banco complementam o capital faltante.
- ✓ Os custos financeiros devem estar inseridos na sua formação de preço. Caso não estejam, vale lembrar que eles consomem parte da margem de lucro do produto.
- ✓ As vendas parceladas, na maioria dos negócios, têm uma importância considerável, pois o cliente entende isso como um diferencial na hora de comprar, podendo muitas vezes até aumentar as compras, pois ele está preocupado apenas com as parcelas que vai pagar. Por isso, é interessante ter várias opções de parcelamento – com ou sem juros.
- ✓ Avaliar minuciosamente o limite de crédito ofertado ao cliente para evitar inadimplência, no caso de venda faturada e cheque pré-datado.



Embalagens Econômicas 5L



Total Química
Onde tem química, tem vida.



PROCURAM-SE hóspedes

Veja o que alguns hotéis estão fazendo para atrair mais hóspedes e melhorar os resultados

DEPOIS DA EUFORIA COM A COPA DO MUNDO E AS OLIMPIADAS, A HOTELARIA BRASILEIRA AMARGA MAUS MOMENTOS. NAS PRINCIPAIS CAPITAIS, HOTÉIS DE TODOS OS PERFIS REGISTRAM QUEDA NOS ÍNDICES DE OCUPAÇÃO. OS NÚMEROS NEGATIVOS SE DEVEM, PRINCIPALMENTE, À DIMINUIÇÃO DE CONGRESSOS, FEIRAS E EVENTOS CORPORATIVOS, MAS TAMBÉM À MAIOR CAUTELA DO TURISTA DIANTE DA CRISE ECONÔMICA.

O Nordeste é a região que mais sofre com a retração, segundo a Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH). Recife, por exemplo, teve queda de 16,9% nas taxas de ocupação no primeiro quadrimestre de 2016, escorregando de 64% para 53% dos leitos ocupados. Salvador foi ainda mais afetada: em junho deste ano, os hotéis registraram o menor índice em 30 anos, com inacreditáveis 38,04% de ocupação. Com a crise, pelo menos 12 hotéis fecharam as portas na capital baiana, comprometendo cerca de 20 mil empregos.

A esperança de recuperação vem com as festas de fim de ano e as férias de verão, emendadas com o Carnaval. Salvador já tem pelo menos 60% da ocupação garantida no Réveillon, 30% a mais do que a registrada em 2015. O Vila Galé, em Ondina, é um dos que está confiante na retomada. "Ouve queda na nossa ocupação por sermos mais dependentes do mercado corporativo. Mas estimamos

aumento de 20% do faturamento entre os meses de dezembro e janeiro", prevê o diretor de operações, José Bastos. Para incentivar a procura, o hotel terá programação tanto para casais quanto para famílias, com diversas atividades. "Temos ceias de Natal e festas de Réveillon, com bandas ao vivo e DJ", anuncia.

Para impressionar os hóspedes, a rede Vila Galé aplica, de imediato, R\$ 15 milhões em reestruturação e modernização de todas as suas sete unidades. "Logo no início do ano vamos inaugurar os restaurantes Inevitável e Versátil na unidade Salvador, com decoração e *show cooking* totalmente novos. Já o Vila Galé Fortaleza terá restaurante/bar para atendimento à beira da praia e instalação de escorregadores nas piscinas infantis", adianta. Em Camaçari, o resort da mesma bandeira também ganhou melhorias: *sunset lounge* na beira da praia, melhorias nos restaurantes e 60 novos quartos e suítes.

A esperança de recuperação do mercado hoteleiro vem com as festas de fim de ano e as férias de verão, emendadas com o Carnaval

Se o Nordeste conta com a temporada de mar e sol para retomar o turismo, o mesmo não dá para dizer de cidades como São Paulo e Brasília. Em 2015, por exemplo, a taxa de ocupação da rede hoteleira paulistana caiu 6%, de 63% para 59%, segundo a ABIH-SP. Os números de 2016 ainda não estão fechados, mas a melhor previsão é de manutenção e não mais crescimento de 1% a 2%, como nos anos anteriores, mesmo com a cidade sendo o epicentro nacional dos negócios. Já Brasília sentiu o peso da retração em 22%, conforme a ABIH-DF, e teve que baixar o preço das diárias em 25%.

O jeito para aumentar a demanda é investir em infraestrutura e promoções. É o que faz, por exemplo, o Radisson Vila Olímpia, em São Paulo. Depois de uma reforma de aproximadamente R\$10 milhões, o hotel ostenta três piscinas entre os arranha-céus da região da avenida Faria Lima, sendo que uma é semiolímpica, coberta e aquecida. “É um diferencial para atrair os hóspedes de fim de semana, alguns, inclusive, que moram na cidade, mas que querem curtir momentos de lazer em um lugar diferente”, conta a gerente Giuliana Laganá. >>

ATRAIA MAIS HÓSPEDES

Hotéis de pequeno e médio portes também podem investir em algumas estratégias para conquistar mais hóspedes para as festividades de virada de ano e também durante 2017. Confira a seguir dicas, de baixo custo, mas que podem gerar bons resultados.



1 OFEREÇA EXPERIÊNCIAS

Os clientes, hoje, buscam mais que um serviço. Querem viver momentos especiais e aceitam pagar mais por isso. O tipo de experiência que você irá proporcionar vai depender do seu público-alvo, o que significa que mesmo os hostels têm a missão de proporcionar lembranças memoráveis aos hóspedes.

2 TENHA A INTERNET COMO ALIADA

Não dá mais para fugir de plataformas como Trivago, Booking e Hotéis.com. Estar fora da lista de opções desses buscadores certamente significa ficar de fora das escolhas dos hóspedes.

3 ESTUDE A CONCORRÊNCIA

Isso significa ficar atento não apenas aos vizinhos, mas também o que as grandes redes oferecem e que podem ser incorporadas ao seu empreendimento. Bombons na cama, por exemplo, são um mimo barato e que encantam o cliente.

4 FAÇA PROMOÇÕES

Oferecer 1 noite grátis a partir de alguns dias de reserva ou serviços como estacionamento gratuito tendem a aumentar os índices de ocupação em semanas mais fracas. Em cidades como São Paulo, os pacotes de fim de semana podem atrair moradores da mesma cidade.

5 TENHA ÁREA DE LAZER

Se a ideia é aumentar a ocupação no fim de semana, o hotel deve se preocupar em ter piscina, academia, restaurante, spa ou área para massagens e até mesmo um salão de beleza terceirizado. O investimento também agrega valor para os dias úteis, quando o perfil do hóspede se torna mais corporativo.

6 VALORIZE O CAFÉ DA MANHÃ

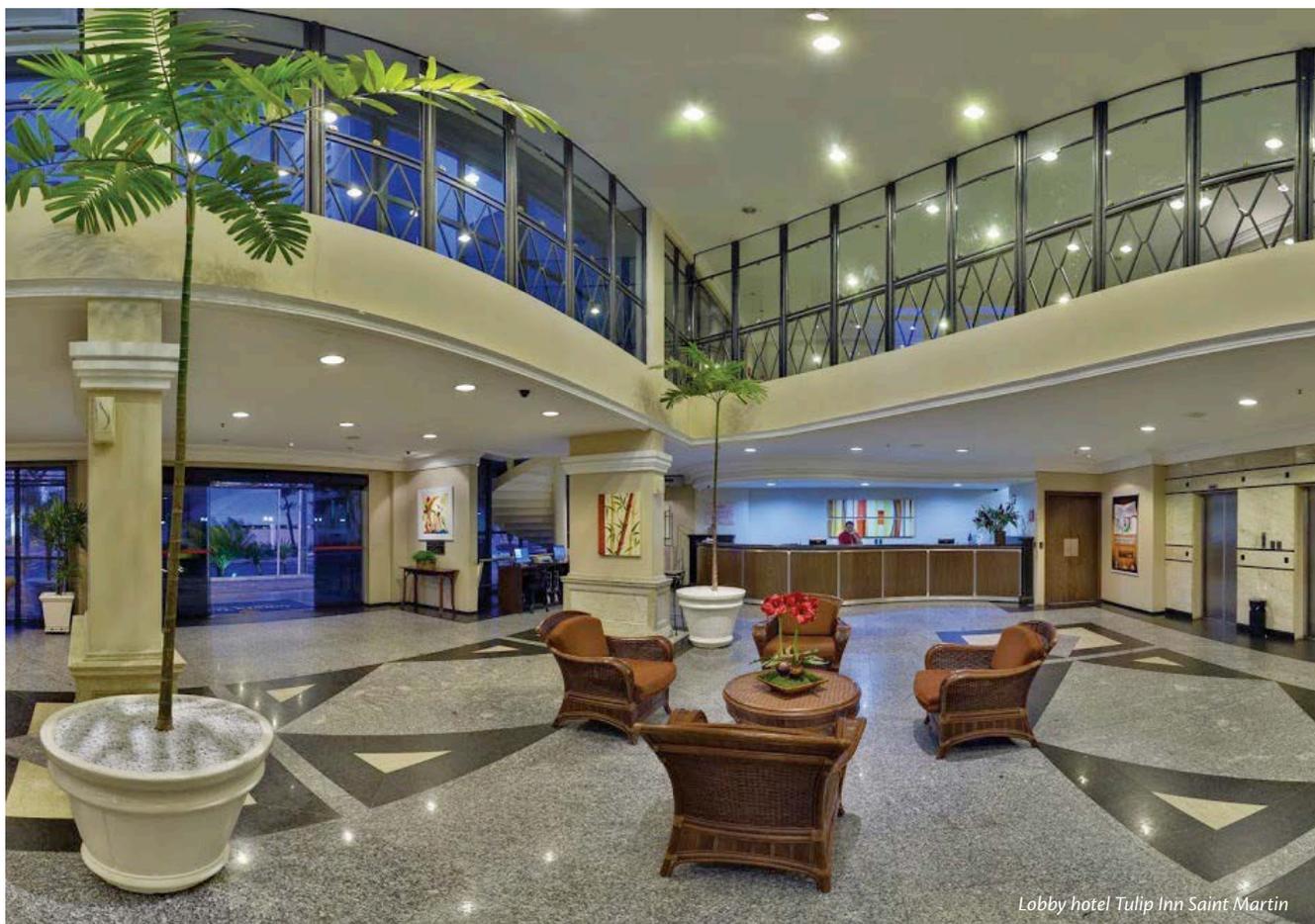
O Brasil é famoso mundo afora pela qualidade dos desjejum dos hotéis. Não por acaso, esse item costuma ser eliminatório na escolha, especialmente em temporadas familiares. Capriche na produção das fotos e exiba-as no site.

7 INVISTA NA DECORAÇÃO

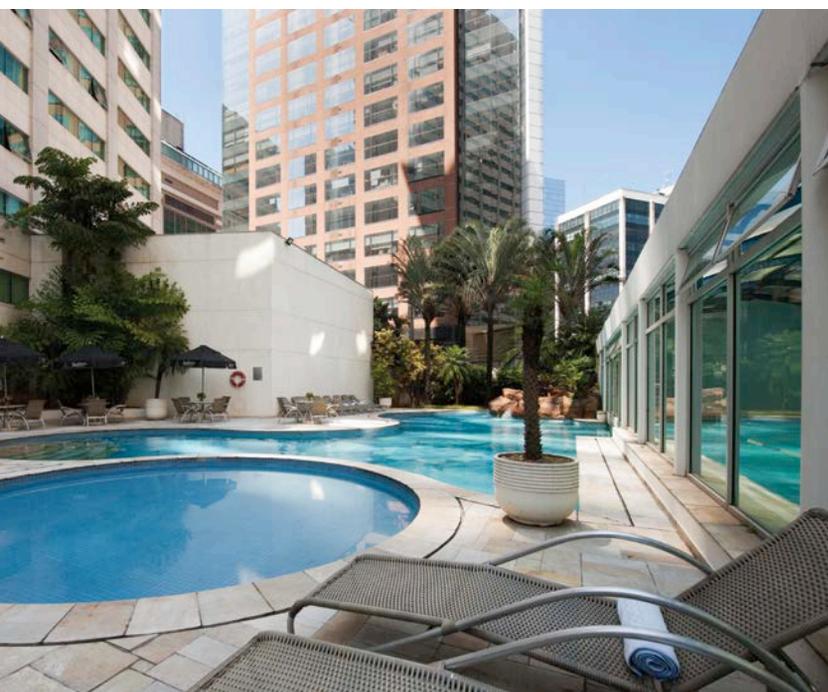
Mesmo em capitais, pousadas e hotéis no litoral podem ter um ar mais rústico, que favoreça a ideia de veraneio. Também vale decorar a recepção com flores e obras de arte.

8 OFEREÇA AMENITIES

As amenidades são itens como xampu, condicionador, loção corporal e touca para banho. Quanto melhores, mais o hóspede irá se sentir mimado e valorizar a experiência – o que também agrega valor.



Lobby hotel Tulip Inn Saint Martin



Outro atrativo do Radisson é o preço, que chega a encolher entre 40% a 50% nos fins de semana e nos períodos de festas – nas datas do Natal e do Réveillon, que caem de sábado para domingo, a tarifa média é de R\$ 250. Os hóspedes, porém, vão ter que arranjar outro lugar para passar a ceia e a virada. “Pensamos em fazer pacotes incluindo a ceia, mas percebemos que a maior parte das reservas era em busca apenas de hospedagem, com programas de Natal e Ano-Novo já definidos”, relata Giuliana, lembrando que os dois restaurantes do hotel permanecerão abertos em ambos os dias. Outras bandeiras preferem apostar nas festas, para atrair tanto o morador local quanto os viajantes. As ceias de Natal e Ano-Novo já são tradição no Maksoud Plaza, a uma quadra da avenida Paulista. Este ano, não será diferente. Papai Noel será recebido na ceia do dia 24 e no almoço do dia 25, com o tradicional peru e outros pratos natalinos. Já o Réveillon terá bufê completo, banda ao vivo, cascata de balões, drinque de espumante à meia-noite e vista para os fogos oficiais da avenida.

A rede Etoile, com unidades nos Jardins e no Itaim Bibi, anuncia a criação de sobremesas elaboradas com o premiado Chocolat du Jour, como mousse e o Choco Chaud, um bolo de chocolate quente

Vale tudo para reconquistar e fidelizar os hóspedes, inclusive, pequenos mimos, como uma garrafa de vinho ou espumante no quarto. Também em São Paulo, a rede Etoile, com unidades nos Jardins e no Itaim Bibi, anuncia a criação de sobremesas elaboradas com o premiado Chocolat du Jour, como mousse e o Choco Chaud, um bolo de chocolate quente. A ação vem somar com os chocolates estrategicamente deixados sobre a cama depois da arrumação. "Acreditamos muito em associação de marcas e parceiros comprometidos, o que reflete diretamente no cuidado e no carinho com nossos hóspedes", diz o gerente geral, Thiago Ebert. >>



Restaurante do hotel Etoile

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

 Indústria Santa Maria



Empresa Cidadã e Ecologicamente Correta.

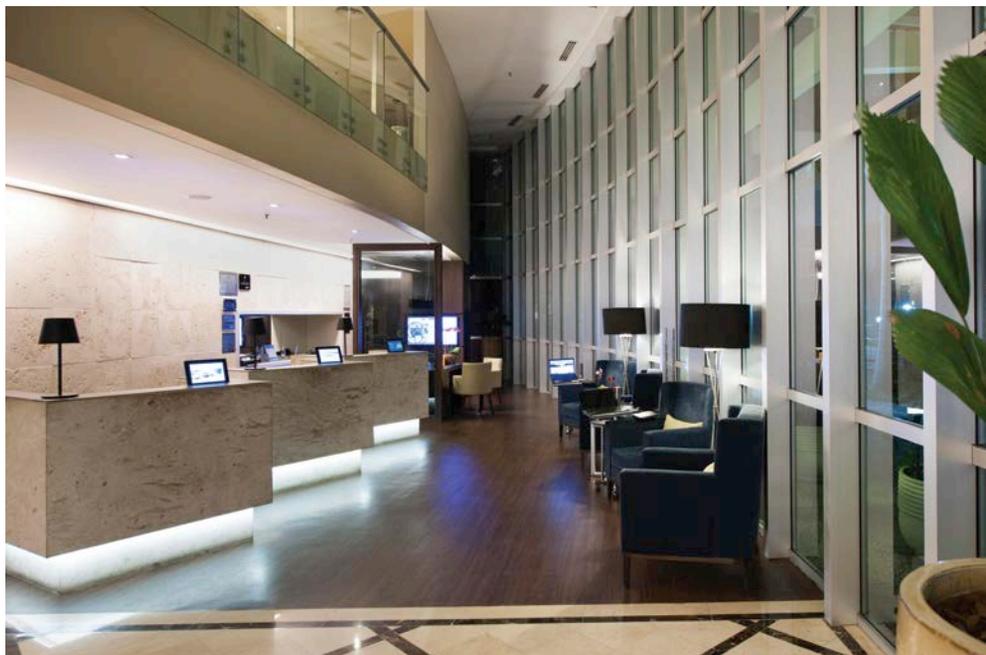


As cerdas desta linha de produtos Santa Maria são 100% PET reciclado. É muito mais resistente, durável e ecologicamente correta.

Presente todo dia no seu dia a dia.

Em tempos nitidamente mais violentos, a hotelaria também tem investido em segurança. Em Fortaleza, o Tulip Inn Saint Martin, na praia de Meireles, acaba de modernizar todo o sistema de câmeras e agora conta com 100% das áreas comuns monitoradas 24 horas por dia, além de alarme e botão de pânico. “A prevenção é a melhor alternativa. Mais segurança no hotel significa mais tranquilidade e clientes e colaboradores satisfeitos”, diz a gerente geral, Elizabeth Freitas.

Tecnologia, aliás, é outro investimento certo, inclusive para cortar custos em longo prazo. Isso vale para cartões magnéticos em vez de chaves, energias alternativas, sistemas de reutilização de água e check-ins automatizados.  por **Fernando Torres**



Lobby do hotel Radisson Vila Olímpia



Agora na versão
pote 2 litros!

logurte
Grêgo e
Sorvete

Fizemos o
casamento perfeito
E sem quebrar
nenhum prato

Jundia
sorvetes

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

KLICCOMK



Mais que caseiro. Brasileiro!



LINHA FOOD TRUCK CEPÊRA
RECEITA ESPECIAL PARA VOCÊ!

Curta a nossa página: facebook.com/saborescepera

www.cepera.com.br - 11 4646.4600



NOVO APP ASSAÍ



O aplicativo da rede atacadista para dispositivos móveis acaba de ser reformulado e ganha ainda mais funcionalidades em relação à versão anterior

O ASSAÍ USA A TECNOLOGIA COMO ALIADA PARA OFERECER COMODIDADE E COMUNICAR-SE COM SEUS CLIENTES DE DIVERSAS FORMAS E EM VÁRIAS PLATAFORMAS. POR ISSO, A REDE APOSTA TAMBÉM NOS DISPOSITIVOS MÓVEIS COMO UM IMPORTANTE CANAL DE COMUNICAÇÃO.

E para que essa comunicação seja a mais clara e eficiente possível, a empresa revitalizou o site oficial, deixando-o mais moderno, com navegação intuitiva, distribui em todas as suas lojas a **Revista Assaí Bons Negócios**, e mantém atualizados, com posts diários, seus canais em mídias sociais. Agora, a novidade é a reformulação do aplicativo Assaí para smartphones, lançado no ano passado.

A nova versão apresenta maior facilidade de navegação, layout moderno e funcional. É possível acessar pelo aplicativo as lojas mais próximas, traçar rotas pelos sistemas Waze e Google Maps e também conferir as ofertas por estado e cidade. Para os amantes da culinária, o aplicativo disponibiliza várias receitas, divididas em categorias que facilitam a busca. A principal mudança é a integração da **Revista Assaí Bons Negócios** ao app, facilitando o acesso ao conteúdo na

íntegra num único local, além de alertas com as melhores promoções e novidades, de acordo com a cidade desejada. O cliente pode também se cadastrar no aplicativo para receber informações do blog e da revista por e-mail.

“Uma das propostas do Assaí é ser visto não só como um local de compras, mas também como um ponto de apoio para o negócio de micro e pequenas empresas. Para atingir esse objetivo, a rede desenvolve continuamente um plano de eficiência e comunicação, aprimorando ainda mais a forma como se comunica com os clientes”, explica Marly Lopes, gerente de marketing e sustentabilidade do Assaí Atacadista. “Com um aplicativo mais moderno, aproximamos a marca de seus usuários, intensificando a interação e trazendo conveniência pela facilidade em acessar informações”, complementa. 🌞

COM UM CLIQUE

Baixe o aplicativo Assaí diretamente do Google Play ou App Store e tenha todo o conteúdo da ferramenta disponível em seu smartphone, de forma gratuita.



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

BUNGE



✓ Marca presente na mesa dos brasileiros desde 1930.

✓ Excelente rentabilidade.

✓ Aumento do ticket médio da gondôla de óleos.

Rico em Vitamina E

Rico em Ômega 3 e 9

Rico em Ômega 6

Clube

Práticas SUSTENTÁVEIS

Pequenos e médios empresários podem realizar ações que reduzem o impacto ambiental e ainda diminuem os custos e conquistam a simpatia dos clientes



MESMO QUE UMA EMPRESA NÃO PRODUZA ELEMENTOS QUE AGRIDAM O MEIO AMBIENTE, ELA TAMBÉM TEM RESPONSABILIDADE AMBIENTAL. ESSE PENSAMENTO ESTÁ DOMINANDO O MEIO CORPORATIVO E PEQUENOS E MÉDIOS EMPRESÁRIOS VÊM BUSCANDO FORMAS DE MINIMIZAR IMPACTOS NESSA ÁREA.

É preciso observar a rotina e perceber quais impactos estão acontecendo nas atividades do dia a dia, analisar o consumo de matéria-prima, água e energia. Verificar que poluição está sendo gerada e se é possível reduzir desperdícios.

A gestão ambiental visa a uma administração que cuida do meio ambiente e previne consequências negativas na produção ou na prestação de serviços. Atitudes positivas para o meio ambiente não só beneficiam o planeta, mas

representam ganhos econômicos e melhoria na imagem da empresa perante os clientes.

De acordo com a analista da Unidade de Inovação e Sustentabilidade do Sebrae Minas, Júlia Padovezi Miranda, alguns empreendedores pensam que, por serem pequenos, não precisam adotar controles, organizar sua produção ou gerenciar suas atividades poluidoras. Acreditam que esse tipo de atividade destina-se apenas a empresas grandes.



“Isso não é verdade. A questão ambiental já faz parte de qualquer tipo de negócio. Sustentabilidade é um processo permanente de aperfeiçoamento das práticas de negócio, de um novo modelo empresarial, em que produtos e serviços baseiam-se na incorporação, de forma integrada, dos aspectos sociais, econômicos e ambientais. Os pequenos negócios estão percebendo que os atuais padrões de produção e de consumo são insustentáveis. Ao mesmo tempo entendem que, para se manterem funcionando, terão que integrar, cada vez mais, componentes ambientais às suas estratégias comerciais e ao seu planejamento de longo prazo”, afirma.

PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS GERAM REDUÇÃO DE CUSTOS

Para o Sebrae, uma empresa com práticas sustentáveis reduz seus custos operacionais por consumir menos água e energia, utilizar menos matéria-prima, gerar menos resíduos e gasta menos em controle de poluição. >>

“Trabalhar com sustentabilidade não é, como muitos podem imaginar, difícil ou mais caro! Pequenas ações de uso racional dos recursos e redução de desperdício já trazem práticas sustentáveis para o negócio”

Júlia Padovezi, analista da Unidade de Inovação e Sustentabilidade do Sebrae Minas

AVANT
SEU MELHOR PARCEIRO EM ILUMINAÇÃO

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

Conheça a linha completa: avantlux.com.br/pendentes

“Quanto mais práticas sustentáveis, maior é a redução de custo e o ganho de competitividade. Conseqüentemente, há o aumento do lucro desse empreendimento. O empreendedor deve evitar o desperdício de matérias-primas, água e energia, além de se preocupar com o descarte adequado na geração de resíduos. É importante sempre verificar de onde vêm as matérias-primas, atuando de forma ética e justa com os fornecedores; realizar planejamento e padronização dos processos para evitar gastos desnecessários; e o usar racionalmente os recursos naturais”, define.

Ao contrário também do que muitos pensam, ter uma atuação mais responsável e sustentável não requer investimentos altos. Na verdade, é mais uma readaptação de hábitos, a adoção de pequenas mudanças, que significam uma redução significativa no impacto ambiental. “Trabalhar com sustentabilidade não é, como muitos podem imaginar, difícil ou mais caro! Pequenas ações de uso racional dos recursos e redução de desperdício já trazem práticas sustentáveis para o negócio”, garante a analista do Sebrae.

“Os pequenos negócios estão percebendo que os atuais padrões de produção e de consumo são insustentáveis. Ao mesmo tempo, entendem que, para se manterem funcionando, terão que integrar, cada vez mais, componentes ambientais às suas estratégias comerciais e ao seu planejamento de longo prazo”

Júlia Padovezi, analista da Unidade de Inovação e Sustentabilidade do Sebrae Minas

FOTO: SHUTTERSTOCK

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), preaquecido por cerca de 25 minutos ou até crescer e dourar. Retire e sirva na hora.

 LineaAlimentos
 @lineaalimentos
 www.lineaalimentos.com.br





CONSUMO CONSCIENTE

Com mais pessoas comprando nos últimos anos, cresce também o desperdício e os impactos sobre o planeta. Acúmulo de resíduos, desequilíbrio no clima, secas e desmatamento são alguns exemplos que estão levando as pessoas a repensarem seus hábitos. Surge a figura do “consumidor consciente”, aquele que, antes da decisão de compra, leva em consideração todos os impactos daquele produto ou serviço no meio ambiente e na sociedade. Busca informações, como origem da matéria-prima, respeito à saúde humana e ao bem-estar animal, relações justas de trabalho, além de questões como preço e marca.

O consumidor tem mais interesse e mais conhecimento sobre sustentabilidade e está mais crítico e exigente. Esses desejos são um sinal de alerta para as empresas, que devem avaliar mais profundamente suas estratégias e repensar a forma de produção e prestação de serviços.  por *Leticia Murta*

Bril
COSMÉTICOS

Natureza e tecnologia em
sintonia com a sua beleza.



brilcosmeticos.com.br

DICAS PRÁTICAS

Confira um top 10 com ações ecologicamente corretas para aplicar em sua empresa



- 1. Trabalhe para reduzir ou eliminar todos os tipos de poluição causados pela sua empresa:** visual (excesso de cartazes, propagandas, banners, luminosos ou placas), sonora (música muito alta, ruídos de equipamentos) ou ambiental (lixo na calçada, óleo de cozinha despejado de forma irregular, esgotos a céu aberto, entre outros).
- 2. Economize papel nas impressões,** dando preferência ao meio digital (e-mails ou planilhas eletrônicas). Se necessário imprimir, utilize os dois lados da folha.
- 3. Prefira sempre a iluminação natural.** Abra janelas e deixe a luz do sol entrar.
- 4. Troque lâmpadas** comuns por lâmpadas fluorescentes ou de LED.
- 5. Pinte as paredes com cores claras.** Elas refletem os raios do sol e deixam o ambiente mais fresco, gastando menos com ar-condicionado.
- 6. Instale equipamentos que consumam menos energia,** de preferência com o Selo INMETRO/PROCEL nível A.
- 7. Limpe sempre os filtros do ar-condicionado.** A sujeira impede a livre circulação do ar e força o aparelho a trabalhar mais.
- 8. Cuidado com os fios mal emendados,** desencapados e mal isolados. Eles podem causar fuga de energia e originar incêndios.
- 9. Quando o computador não estiver em uso,** desligue o monitor. Evite as proteções de tela.
- 10. Fique atento a vazamentos e desperdícios no dia a dia** da empresa e instale tecnologias que ajudam a economizar água, como arejadores nas torneiras.

Poucas mordidas para ficar saudável. Muitos motivos para se deliciar.

Estrela Mineira

Surpreenda-se com o **SABOR** e a **QUALIDADE** do Pão de Queijo Integral mais **GOSTOSO** do Brasil, feito para você que tem **PRAZER POR COMIDA SAUDÁVEL.**

ELEFANTE

COMPTON DESIGN

CONHEÇA TODA A FAMÍLIA DE ELEFANTE

Leve muito mais SABOR e PRATICIDADE para sua casa, com a família do Elefante mais querido do Brasil.



Pot Pie de Frango:

a cada colherada, o sabor de Elefante Sabores Ervas Finas faz você se apaixonar ainda mais!



Ingredientes

- 2 colheres (sopa) de azeite extra virgem (26 ml)
- 2 dentes de alho picados (10 g)
- 1 cebola pequena picada (80 g)
- 1 peito de frango sem osso e sem pele cortado em cubos pequenos (300 g)
- 1 lata de Elefante Ervas Finas (130 g)
- 1 bandeja de cogumelos paris picados (200 g)
- 1 caixinha de creme de leite (200 g)
- ½ xícara (chá) de azeitonas verdes picadas (75 g)
- ¼ de xícara (chá) de ervilhas congeladas (100 g)
- Sal e pimenta-do-reino recém-moída
- 1 massa folhada congelada (400 g)
- 1 gema de ovo (20 g)

Tempo de preparo: 25 minutos

Rendimento: 6 porções

Modo de preparo

- 1) Em uma panela, aqueça o azeite e doure o alho e a cebola. Junte os cubos de frango e refogue, mexendo para que dorem por igual.
- 2) Acrescente o Elefante e refogue por 5 minutos, mexendo para envolver bem o frango.
- 3) Junte então os cogumelos, cozinhe por alguns minutos e acrescente as azeitonas e as ervilhas. Tempere com sal e pimenta-do-reino.
- 4) Desligue o fogo, divida em 6 refratários individuais (cerca de 9 cm de diâmetro) e reserve.
- 5) Com um cortador de biscoitos ou um pires, corte a massa folhada em 6 pedaços redondos iguais e utilize-os para cobrir os refratários individuais.
- 6) Pincele com a gema e leve ao forno médio (180 °C), preaquecido, por cerca de 10 minutos, para que a massa fique dourada e crocante.

Para mais receitas acesse nossas redes sociais:



www.facebook.com/ElefanteBrasil



www.instagram.com/elefantebrasil

PARA LER

Sugestões de livros
para aumentar o
conhecimento

► VAREJO E BRASIL: REFLEXÕES ESTRATÉGICAS

Autor: Alberto Serrentino

O executivo Alberto Serrentino, fundador da Varese Retail, boutique de estratégia de varejo, lançou o livro "Varejo e Brasil: Reflexões Estratégicas". Baseado em uma extensa observação de mais de 30 anos de vivência com empresas, Serrentino acompanha o progressivo aumento de complexidade do ambiente, no qual as empresas de varejo são desafiadas a pensar na estratégia de negócio e definir as prioridades da gestão. Isso o levou a crer que, em um ambiente de crescente complexidade, é cada vez mais importante pensar de forma simples.



► FINANÇAS NO VAREJO – GESTÃO OPERACIONAL

Autor: Claudio Felisoni de Angelo, Nelson Bruxelas Beltrame e Nuno Manoel Martins Dias Fouto

Este livro tem como objetivo contribuir para o aprendizado prático de todos os itens que contemplam a gestão financeira de empresas voltadas ao varejo. Os autores reuniram tópicos relevantes, de forma objetiva e por meio de exercícios aplicados à realidade do mercado brasileiro. Nesta terceira edição, além da atualização dos conteúdos e da inclusão de importantes tópicos, acrescentou-se a experiência do Provar em parceria com a Canal Varejo em pesquisas relacionadas ao assunto, que se constitui no maior desafio da sociedade moderna.

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.



Esfre Bom



- DR. —
BACTÉRIA
recomenda

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

Tecnologia Protech

elimina
99,9%
das bactérias
presentes na esponja

**dura
mais**

BETTANIN

uma empresa
InBeta

Capacitação - Cursos



COMIDA Vegetariana

A busca pela saudabilidade e por hábitos alimentares que incluam mais produtos frescos aumenta a adesão à gastronomia vegetariana. Este curso, oferecido pelo Senac na plataforma de ensino à distância, apresenta alguns princípios das cozinhas vegetariana e vegana, bem como o modo de preparo de saladas, pratos principais, sobremesas e lanches com esse conceito.

CARGA HORÁRIA: 20 horas

INFORMAÇÕES: bit.ly/cozinha_vegetariana

Alimentação VIVA

Em um mundo cada vez mais industrializado, trabalhar com a alimentação viva, produzida através da fermentação, é um diferencial para quem tem um empreendimento gastronômico ou quer se alimentar com saúde. Neste curso, Leonardo Alves e Fernando Goldenstein, criadores da Cia dos Fermentados, vão explicar o que é um alimento vivo e quais são seus benefícios para a saúde. Serão apresentadas as técnicas de produção de 3 refrigerantes naturais, 4 conservas de vegetais (sem vinagres) e do famoso kombucha, grande sucesso internacional que tem se difundido no Brasil, todos com processos de fermentação natural que podem ser feitos em casa.

CARGA HORÁRIA: 8 horas

INFORMAÇÕES: bit.ly/alimentacao_viva



FOTOS: SHUTTERSTOCK

Espalhe carinho e compartilhe o amor em forma de presente.

A família Farnese deseja a você um feliz Natal e um próspero ano novo!

Curta nossa página e concorra a um kit exclusivo! WWW.SABONETESFARNESE.COM.BR



ORÇAMENTO Empresarial

O orçamento empresarial é uma peça pouco utilizada pelas empresas do Brasil. Contudo, para as que possuem a cultura de elaborá-lo, se constitui em importante ferramenta de suporte à gestão. Neste curso, oferecido gratuitamente pela Unieducar, será possível aprender sobre funções financeiras da empresa, administração do capital de giro e de valores a receber.

CARGA HORÁRIA: 4 horas

INFORMAÇÕES: bit.ly/orcamento_empresarial



Gestão de Relacionamento COM O CLIENTE

Não há dúvidas de que atender bem o cliente é um dos pré-requisitos para o sucesso de um negócio. O curso Gestão de Relacionamento com o Cliente, oferecido pelo IPED em sua plataforma de ensino à distância, explica sobre o comportamento do consumidor, qualidade no atendimento, CRM e algumas estratégias competitivas. O conteúdo é dividido em três capítulos e 21 vídeo-aulas didáticas e objetivas sobre técnicas e gestão de atendimento.

CARGA HORÁRIA: 30 dias

INFORMAÇÕES: bit.ly/gestao_de_relacionamento

LANÇAMENTO

RAIZ OLEOSA E PONTAS DESIDRATADAS? DESCUBRA O PODER DETOX HIDRATANTE



L'ORÉAL
PARIS

Clientes em FOCO



100ª
Loja



Os amigos Paulo Ricardo e Willian dos Santos trabalham na Mercearia Dois Irmãos. Aproveitaram o dia para conhecer o Assaí e encher o carrinho com produtos para revender. Disseram que pretendem voltar à loja a cada dois dias para não perderem nenhuma oferta.



O José Carlos da Silva gosta de fazer as compras de mês da família em volume para economizar. Disse que encontrou no Assaí muita variedade e os melhores preços da cidade.

Loja Assaí
Aracaju
(SE)



Jamson Dias da Silva e seu filho Thomas Bryan foram conhecer o Assaí e aproveitaram para buscar mercadorias e revender no mercado da família. Eles gostaram da estrutura e pretendem voltar sempre.

FOTOS: © JOSÉ IRAN SANTOS



FIM DE SEMANA COMBINA COM LANCHE

Ingredientes

- ✦ 60 gramas de queijo mussarela em fatias
- ✦ Azeite de oliva para untar
- ✦ Queijo parmesão ralado para polvilhar
- ✦ 1 colher de sopa de azeite de oliva
- ✦ 1 dente de alho amassado
- ✦ 350 gramas de carne moída
- ✦ 1 colher de chá de sal
- ✦ 1 colher de sopa de salsinha picada
- ✦ 1 xícara de maionese Hellmann's
- ✦ 12 fatias de pão de fôrma sem casca
- ✦ 1 tomate grande cortado em rodelas

Modo de Preparo

- ✓ 1. Unte um refratário médio.
- ✓ 2. Preaqueça o forno (180° C).
- ✓ 3. Aqueça o azeite em fogo médio e doure o alho. Frite a carne até perder a cor avermelhada. Junte o sal e a salsinha.
- ✓ 4. Retire do fogo e acrescente 1 xícara (chá) de maionese Hellmann's.
- ✓ 5. Coloque 6 fatias de pão no fundo do refratário, espalhe a carne, o tomate e a mussarela e cubra com a maionese e mais fatias de pão.
- ✓ 6. Polvilhe o queijo ralado e leve ao forno até gratinar.
- ✓ 7. Para deixar seu lanche ainda melhor, acrescente Ketchup e Mostarda Hellmann's.



Imagem meramente ilustrativa



TEMPO
NA COZINHA
TEMPO COM
QUEM VOCÊ AMA.



Clientes em FOCO



O José Cícero, proprietário da Merceria Deus é Amor, ficou surpreso com o tamanho da loja e foi logo enchendo o carrinho com feijão, macarrão e outros itens para abastecer as gôndolas de sua loja. Disse que pretende voltar a cada três dias.

A dona Nilza, sua filha Taciana e sua nora Carla foram juntas comprar os produtos em quantidade para repartir entre as famílias. Estavam encantadas em ter um Assaí perto de casa e poder aproveitar a variedade e os bons preços que o atacadista oferece.



Loja Assaí
Aracaju
(SE)



Josineide Antunes é proprietária de uma empresa que fornece cestas básicas. No dia da inauguração do Assaí Aracaju ela encheu o carrinho com as ofertas. Destacou que a loja é ampla e os preços muito bons.

FOTOS: © JOSÉ IRAN SANTOS

**Jerked
Beef**



**VAI BEM
EM QUALQUER
RECEITA!**

**Nova
Embalagem**



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

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

NOVA LOJA

Assaí Paulo Afonso
Avenida do Aeroporto (BA - 210),
S/N - Jardim Bahia
Cep: 48604-005 - Paulo Afonso
Telefone: (84) 3674 - 8450 /
3674 - 8451

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

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

NOVA LOJA

Assaí Dourados
Rua Coronel Ponciano, 785
CEP: 79840-505 Dourados
Telefone: (67) 3416-2500 / 3416-2501

PARÁ

NOVA LOJA
Assaí Belém
Avenida Independência com
Rodovia Mario Covas
CEP: 67120-406 - Belém
Telefone: (91) 3284-1550

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 Belmínio
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: (81) 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
Guarapes
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

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 Governador Leonel de
Moura Brizola, 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 de Jacarepaguá, 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

NOVA LOJA

Assaí Pílares
Avenida Dom Hélder Câmara, 6350
Cep: 20771-005 - Pílares
Telefone: (21) 3315-7200

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

NOVA LOJA

Assaí São Gonçalo do Amarante
Avenida Bacharel Tomaz Landim, s/n
CEP: 59290-000
São Gonçalo do Amarante
Telefone: (84) 3674-8450 /
3674-8452 (Televidas)

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



minalba
Sua melhor escolha

ESCOLHA
+PH
ALCALINO
QUASE
ZERO
DE **SÓDIO**



**LEVE O
VERÃO
DO SEU
JEITO.**

www.minalba.com.br

@MinalbaOficial

/MinalbaOficial

Assaí Suzano

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

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 Guaianasas

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 Stamatias, 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 Jundiaí

Rua Quinze de Novembro, 430
CEP: 13201-005 - Jundiaí
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 Praia Grande II

Avenida Ayrton Senna da Silva, 1511
CEP: 11726-000 - Praia Grande
Telefone: (13) 3473-6686

NOVA LOJA

Assaí Praia Grande Jd Glória

Avenida Min. Marcos Freire, s/n
(entre túneis 18 e 19)
CEP: 11724-205
Telefone: (13) 3596-9500 / 3596-9501

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

NOVA LOJA

Assaí São Vicente

Avenida Antonio Emmerich, 245
Próximo ao 2º BC - São Vicente
CEP: 11390-001
Telefone: (13) 3569-1920 / 3569-1921

SERGIPE

NOVA LOJA

Assaí Aracaju

Rua Simeão Aguiar, 430
Cep: 49085-410 - Aracaju
Telefone: (79) 3209-8000



Su fresh seu dia.



www.sufresh.com.br



intimus®

ABSORÇÃO EM SEGUNDOS!

Agora toda a linha de Intimus possui um poderoso sistema de centro azul, que absorve o fluxo muito mais rápido para que você se sinta sempre seca e protegida.



Imagem meramente ilustrativa



Tripla Proteção cobertura suave 8 unidades

Noturna cobertura suave 8 unidades



Kimberly-Clark
Essencial para uma vida melhor



facebook.com/Intimus/

Saiba mais sobre cuidados femininos em:
www.intimus.com.br