

ASSAÍ

#40

2020

assai.com.br

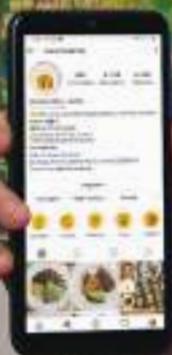
Bons Negócios

ESPECIAL

Transformação digital:
Saiba como colocar seu
negócio de alimentação
na Internet

RADAR

Para reduzir contato
físico, modalidades
digitais de pagamento
evoluem no Brasil



nina
Chef Antônia Bertas

Cozinha inclusiva e conectada

Cozinheira com deficiência auditiva cria negócio de marmitas saudáveis tendo a Internet como principal recurso de vendas e de conexão com clientes

VIAGEM GASTRONÔMICA: Receitas para recriar os sabores da cozinha peruana em sua casa



muito mais que café 





Dúvidas e sugestões
clientes@assai.com.br

Com apenas um clique, é possível
acessar todo o conteúdo da
Revista Assaí Bons Negócios no site:
assai.com.br/revistas



Baixe o app e fique de olho
nas ofertas para abastecer
o seu negócio



Siga o Assaí Atacadista
nas redes sociais

-  /assaiaatacadistaoficial
-  @assaiaatacadistaoficial
-  /assaioficial
-  /assaioficial
-  Assaí Atacadista - GPA

 **Trabalhe Conosco**
assai.gupy.io

Expediente

Conselho editorial Assaí

Presidente do Assaí Belmiro Gomes **Diretor Comercial e de Logística** Wlamir dos Anjos **Diretora de Marketing e Sustentabilidade** Marly Yamamoto Lopes

Revista publicada por Megamídia Group

CEO Celso A. Hey **CMO** Eduardo Jaime Martins **Gestão de Trade** Fernanda Zaruch **Coordenador de Projetos e Supervisão Editorial** Marcos Dias **Coordenação Revista Assaí Bons Negócios** Gabriel Sestrem MTB/9155 **Design e Edição de Arte** Suellen Winter **Colaboradores da Edição** (texto) Afonso Gonçalves, Aline Parodi, Diulia Cardia, Isadora Rupp, Jessica Krieger, Katia Kreutz e Rafael Bruno **Ilustração** Victor Farat **Foto capa** © Douglas Felício **Revisão** Rodrigo Castelo **Representante Comercial** Elaine Nozella - elaine.nozella@megamidia.com.br **Atendimento Publicitário** Gisele Bezerra e Kellen Silvana Cotrin

Dúvidas e Sugestões redacao@megamidia.com.br - Av. Iguazu, 2820, 14º andar - sala 1401 - Água Verde, Curitiba/PR - Tel: (41) 2106-8500 - megamidia.com.br
Impressão Maistype - Distribuição Dirigida - Venda Proibida

Inclusão e Conexão



Nesta edição da **Revista Assaí Bons Negócios**, em que atingimos o número de 40 edições ao longo de mais de seis anos de publicação, entramos em uma nova fase, com a revista mais inclusiva e muito mais conectada a você, leitor e cliente do Assaí!

O período de isolamento social gerou profundas transformações em todos os cantos do mundo. Uma série de tendências de mudanças nas relações sociais e de consumo foi acelerada e a transformação digital, da mesma forma, avançou a passos largos.

Nossa revista busca trazer as principais tendências e inovações do nosso setor, e queremos transmitir os conteúdos da forma mais moderna possível e ao alcance de todos. Por isso, a partir desta edição, além da versão impressa, temos uma nova plataforma para a versão digital, muito mais moderna e de fácil navegação. E a revista passa a ser inclusiva para pessoas com deficiência auditiva, já que conta com um recurso de tradução para Libras. Acessando assai.com.br/revistas você terá acesso a esse novo ambiente e poderá acompanhar esta e todas as edições seguintes por celular, notebook, tablet ou computador.

E, falando em inovação e tecnologia, nesta edição você vai conferir uma série de conteúdos sobre a transformação digital no mercado de alimentação. Preparamos matérias especiais sobre como criar e gerenciar a presença digital do seu negócio; quais são as modalidades digitais de pagamento que seu cliente vai passar a usar com maior frequência; como serão as mudanças no comportamento do consumidor no período pós-quarentena; e muito mais!

Destaco também nossa matéria de capa, que traz a belíssima história da Antônia Lobato Bentes, uma *chef* com deficiência auditiva que encontrou no empreendedorismo um caminho de superação e independência. Ela hoje tem um bem-sucedido negócio de marmitas saudáveis no Rio de Janeiro.

Torço para que possamos superar o quanto antes esse período desafiador e que todos os conteúdos que preparamos sejam bastante proveitosos no dia a dia do seu negócio.

Boa leitura!

Belmiro Gomes
Presidente do Assaí



08 ASSAÍ NA INTERNET

Confira os *posts* mais acessados em nossos blogs

24 VIAGEM GASTRONÔMICA

Cultura e gastronomia do Peru em receitas – entrada, prato principal e sobremesa – para recriar os sabores do país em sua casa

32 RADAR

Na palma da mão: por necessidade de redução do contato físico, modalidades digitais de pagamento evoluem no Brasil



10 ESPECIAL

Isolamento social acelerou a transformação digital do consumidor. Saiba como colocar seu negócio de alimentação na Internet!

40 MEU ASSAÍ

Proprietário de cafeteria conta como ele e seus sócios se adaptaram para driblar as baixas vendas durante a quarentena

42 ASSAÍ MAIS

Fique por dentro das principais novidades do Assaí!

44 PALAVRA DE ESPECIALISTA

O “novo normal” e os hábitos de consumo: como serão as mudanças no comportamento do consumidor no pós-quarentena



16 MEU NEGÓCIO, MINHA HISTÓRIA

Cozinheira com deficiência auditiva cria negócio de marmitas saudáveis tendo a Internet como principal recurso de vendas e de conexão com clientes



SOMOS APAIXONADOS
EM LEVAR PARA SUA MESA
PRODUTOS DE QUALIDADE.

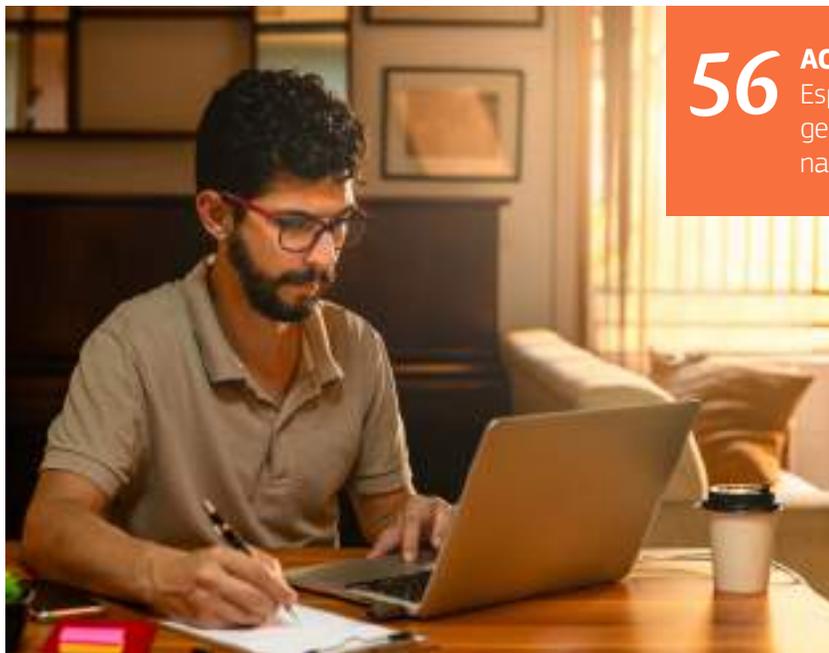


FAZER COM O CORAÇÃO É O NOSSO GRANDE SEGREDO.



tres





56 ACADEMIA ASSAÍ BONS NEGÓCIOS
Especialistas apontam a capacitação em gestão como saída para empreendedores na recuperação do mercado

50 BEM-ESTAR
Tecnologia em duas rodas: confira seleção de aplicativos de celular na medida para ciclistas iniciantes e experientes

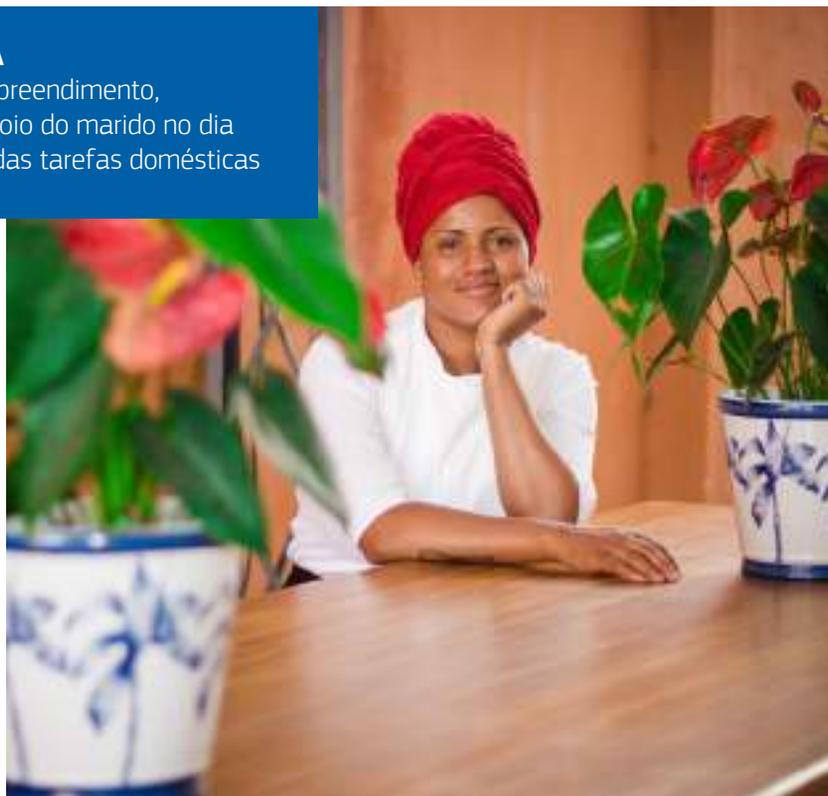
52 ASSAÍ RESPONDE
Resposta ao leitor: “Além das medidas de higiene e segurança alimentar, o que mais posso fazer?”

70 MULHER EMPREENDEDORA
Chef conta história do seu empreendimento, destacando importância do apoio do marido no dia a dia do negócio e na divisão das tarefas domésticas

62 SUSTENTABILIDADE
Inclusão e diversidade: saiba como agir de forma inclusiva junto a pessoas com deficiência auditiva

74 CAPACITAÇÃO
Dicas de cursos rápidos para capacitação de empreendedores

75 ATUALIDADES
Livros e aplicativos para otimizar a rotina e aperfeiçoar suas competências





NOVA LINHA KNORR
ZERO SAL™

Experimente

Sabor autêntico,
sem preocupação com sal.



Imagens meramente ilustrativas.

+ informação

Confira os últimos posts com mais acessos no blog do Assaí e no portal Academia Assaí!



Blog Assaí
assaí.com.br/blog



Portal da Academia Assaí
academiaassaí.com.br

➤ Academia Assaí Bons Negócios ADAPTAÇÃO E SUPERAÇÃO

Neste *post*, que integra a série Adaptação – sequência de histórias de superação, por parte de pequenos empreendedores durante a quarentena, publicadas no Portal Academia Assaí Bons Negócios –, você vai conhecer relatos de quatro pessoas que se adaptaram para conseguirem driblar as dificuldades econômicas do isolamento social por meio do empreendedorismo no setor de alimentação.



Confira em:
bit.ly/Historias_Adaptacao

Foto: Divulgação

LEIA MAIS Acesse o site assaí.com.br e confira outros conteúdos

PESQUISA

Para uma revista cada vez mais com a sua cara!

Queremos saber o que você pensa sobre a **Revista Assaí Bons Negócios**.

É rapidinho! Leva menos de dois minutos e você contribui para criarmos juntos uma revista cada vez melhor para os pequenos empreendedores do setor de alimentação!



Acesse o link:
assaí.com.br/leitor
ou utilize o QR Code ao lado.





Nestlé® *Faz bem*

CAMPEÕES DE VENDAS NESTLÉ®



O MINISTÉRIO DA SAÚDE INFORMA: O ALEITAMENTO MATERNO EVITA INFECÇÕES E ALERGIAS E É RECOMENDADO ATÉ OS 2 (DOIS) ANOS DE IDADE OU MAIS.

IMAGENS SOMENTE ILUSTRATIVAS

Como Digitalizar O SEU NEGÓCIO

Isolamento social acelerou a chamada economia de baixo contato, com menor interação física e maior comunicação on-line pelos canais digitais. Mudança exige adaptação de pequenos negócios de alimentação



- Economia de baixo contato aponta necessidade de empreendedores do setor de alimentação dominarem cada vez melhor ferramentas *on-line* de venda e divulgação de suas marcas

As mudanças no setor de alimentação fora do lar impulsionadas pela chamada “Gastronomia 4.0” – que envolve atividades como entrega em domicílio, digitalização de pedidos e cardápios e compra rápida pela Internet, embaladas pelo surgimento das *foodtechs* (empresas de tecnologia focadas no setor de alimentação) – não são necessariamente uma novidade há algum tempo. Porém, até o início da pandemia mundial causada pelo novo coronavírus, negócios que funcionavam apenas presencialmente continuavam a se manter. A nova realidade, no entanto, impôs medidas mais restritivas de saúde, higiene e de redução de contato físico, exigindo adaptações rápidas de quem resistia à digitalização.

Essa nova realidade também vem sendo chamada de “economia de baixo contato”, termo criado pelo Instituto Board of Innovation e que se refere à relação de compra e venda sem contato físico. Em abril de 2020, as vendas pela Internet no Brasil cresceram 81% em relação ao mesmo mês do ano passado, segundo dados do Compre&Confie. O maior aumento foi no setor de alimentos e bebidas, com impressionantes 294,8%. Os dados escancararam a necessidade de empreendedores do setor dominarem cada vez melhor ferramentas *on-line* de venda e divulgação de suas marcas.

“Com a chegada da Covid-19, houve uma aceleração no processo de digitalização do mercado em geral. Pessoas que nunca haviam pedido comida ou remédios, ou nunca haviam pago uma conta pela Internet, precisaram aprender rapidamente. Isso é um fruto positivo”, afirma a especialista em marketing digital e fundadora da agência Life Content, Fernanda Hey de Moraes. Para ela, o novo



Quarentena impulsiona *delivery* de alimentos: o aumento de pedidos de comida pela Internet aumentou mais de 200% em abril

comportamento indica que, mesmo após o período de isolamento, os consumidores irão preferir a compra remota em boa parte das ocasiões, pela praticidade e pela segurança. “O ambiente físico jamais vai acabar. Ele proporciona experiências sensoriais, sociais e emocionais que o digital não consegue. Mas o estabelecimento que depender 100% da presença física pode estar perdendo uma bela fatia de mercado e faturamento”, alerta Fernanda.

POR ONDE COMEÇAR

Quem ainda não está familiarizado com vendas pela Internet deve iniciar pelo Google Business (Google Meu Negócio), orienta a especialista. “É uma poderosa ferramenta e, por incrível que pareça, grandes empresas que atendi não a possuíam”. De acordo com Fernanda, a ferramenta é uma vitrine dentro do Google – o estabelecimento pode cadastrar telefone, endereço, site e fotos de produtos, e ainda fazer postagens. >>



APROFUNDE-SE!

Quer saber mais sobre o Google Business?

Confira nosso conteúdo-bônus com um passo a passo para colocar seu negócio no principal sistema de buscas em nível mundial!

Acesse: bit.ly/Google_Business_Assai



“A grande vantagem é que, ao ser procurado pelo nome do seu negócio, ele aparecerá em destaque na área ao lado da busca”, explica. O próximo passo, aponta, é investir esforços nas redes sociais: crie sua página no Instagram e no Facebook (as duas redes sociais mais usadas no Brasil) e comece a fazer publicações. Na medida do possível, direcione postagens pagas e anúncios para o seu bairro.

A decisão de vender apenas por canais próprios, como WhatsApp e site do negócio, ou entrar em plataformas como Ifood, James e Rappi, vai depender de análise e orçamento. Fernanda ressalta que os canais próprios permitem liberdade de customização e dispensam pagamento de taxas, mas se não houver boa divulgação – o que demanda investimento financeiro – ficarão restritos a um pequeno público. Nas grandes plataformas de *delivery*, essa logística vem pronta, e os aplicativos têm grande audiência. Mas são cobradas taxas do estabelecimento, que podem ser significativas. “Cada empreendedor precisará fazer a conta e avaliar os prós e contras”, frisa.



APROFUNDE-SE!

Veja dicas para fazer fotos incríveis, que chamem a atenção e aumentem a credibilidade da sua marca, usando apenas seu celular.

Acesse: bit.ly/Fotos_com_Celular



ESTRATÉGIA e planejamento

Ter sucesso nas redes sociais exige constância. Nada de postar uma vez por semana e esperar bons resultados. Fernanda sugere a organização de uma grade de conteúdos: na segunda-feira, um carrossel (inserção de mais de uma foto na mesma postagem) ou *stories* no Instagram (publicações de textos, fotos ou vídeos que ficam acessíveis por até 24 horas) com o cardápio da semana; na terça, aborde facilidade de pagamento e entrega; na quarta, aposte em um vídeo caseiro de algum prato; aproveite a quinta-feira para abordar um tema em alta (como os cuidados para a prevenção da Covid-19 com relação aos alimentos); na sexta-feira, divulgue uma promoção especial.

E assim por diante. Não se esqueça de incluir sempre as informações básicas sobre contato e entrega na descrição do perfil.

E lembre-se: fotos bonitas e com boa resolução ajudam muito! Por isso, se não puder investir em imagens profissionais, use uma boa câmera ou um celular que fotografe em alta resolução, e aproveite ambientes silenciosos e com boa iluminação para fazer suas imagens.

Outra dica apontada pela especialista em marketing digital é tomar o seu perfil comercial: “Dessa forma, conseguirá acessar vários dados analíticos dos *posts* e também impulsionar publicações (*posts* pagos) para alcançar mais pessoas”.

“O ambiente físico jamais vai acabar. Ele proporciona experiências sensoriais, sociais e emocionais que o digital não consegue. Mas o estabelecimento que depender 100% da presença física pode estar perdendo uma bela fatia de mercado e faturamento”

Fernanda Hey de Moraes, especialista em marketing digital



LEMBRE-SE DAS ESTRELAS

A avaliação pública que os usuários fazem do seu negócio no Google Business e nas redes sociais é determinante para o crescimento das vendas. Nessas avaliações, o usuário define, de uma a cinco, quantas estrelas dá ao estabelecimento, e tem a oportunidade de fazer um comentário sobre os produtos, o atendimento, a entrega do pedido, entre outros.

Fernanda lembra que, quanto mais avaliações o estabelecimento tiver, melhor será seu posicionamento no Google. Logo, quando o usuário fizer uma busca pela Internet, o empreendimento aparecerá entre os primeiros resultados. Além disso, os elogios (ou críticas) servem de critério para a decisão de compra do consumidor. Por isso, capriche em todos os detalhes para gerar boas avaliações e, sempre que possível, peça aos seus clientes que avaliem seu negócio.



LINK PARA WHATSAPP

Muito popular no Brasil, o WhatsApp é um meio poderoso para vendas: estima-se que 100 milhões de pessoas usem o aplicativo no país – um em cada dois brasileiros. Um prático recurso é a possibilidade de inserir um *link* na descrição dos perfis nas redes sociais que redireciona o cliente imediatamente para a conversa no WhatsApp. Para fazer isso, insira, na seção “site”, do Instagram ou do Facebook, o *link*: **http://api.whatsapp.com/send?phone=**seguido por 55 (DDI), pelo código de área da sua região (DDD) sem o zero, e pelo número do telefone celular – tudo sem espaços ou traços. Se preferir, utilize ainda um encurtador de *links* (como o bitly.com) para deixar o endereço reduzido e enxuto.



Em plena pandemia, Marcell Cunha abriu o Hambúrguer de Ponta. Com a ajuda do Instagram, o empreendedor obteve vendas 168% maiores do que o planejado

HAMBÚRGUER POR WHATSAPP

Em janeiro de 2020, o empresário potiguar Marcell Cunha já estava decidido sobre a criação de uma hamburgueria que atendesse somente por *delivery*, com cardápio temático relacionado à identidade e aos pontos mais famosos de Natal/RN. Em março, quando teve início o isolamento social no Brasil, ele ficou receoso, mas mesmo assim optou por abrir o Hambúrguer de Ponta. Em um mês de funcionamento, vendeu 1.340 sanduíches, quando a expectativa era de 500.

O sucesso, aposta Marcell, veio não só do sabor e do cardápio temático, que mexe com as memórias dos natalenses, mas principalmente das redes sociais – a divulgação é feita pelo Instagram, com identidade visual caprichada. “Sem a rede social, a gente nunca teria chegado a um número tão grande de clientes”, acredita. A dinâmica de vendas do Hambúrguer de Ponta mostra que entrar nos aplicativos de comida não é obrigatório para se obter sucesso: os pedidos são feitos exclusivamente via WhatsApp e, para a entrega, Marcell conta com entregadores próprios. >>



A gestão das ações digitais pode ser feita pelo próprio empreendedor. Capacitação básica em marketing digital é decisiva para melhores resultados

5 RECURSOS DIGITAIS PARA AUMENTAR SUAS VENDAS



Google Business: Trata-se de uma vitrine *on-line* dentro do Google, na qual é possível cadastrar site, fotos dos produtos, além de telefone, endereço e horários de funcionamento do estabelecimento, e ainda fazer postagens. A vantagem: quando uma pessoa busca pelo nome da empresa no Google, ela aparecerá em destaque na área ao lado da busca.



WhatsApp: O recurso de listas de transmissão possibilita divulgar produtos, promoções e demais conteúdos para vários clientes, utilizando textos, fotos, vídeos e áudios. Você também pode usar o WhatsApp pelo computador acessando web.whatsapp.com



Facebook: Junto com o Instagram, é a rede social mais usada do Brasil e também permite incluir catálogo de produtos e informações sobre o negócio (contatos, preços, fotos, vídeos, etc.), além de oferecer um canal de interação com o público que acompanha sua página.



Instagram: Como o foco são as imagens, os negócios de alimentação se beneficiam da ferramenta, que teve navegação 20 vezes maior do que o Facebook em 2019. Permite exibir imagens e preços dos produtos, além de oferecer um sistema de troca de mensagens. Capriche nas fotos e nos *stories*!



Postagens pagas: Destinar uma verba para impulsionar postagens no Instagram e no Facebook faz toda a diferença no alcance de mais pessoas. Para isso, torne a sua conta comercial e priorize *posts* direcionados ao público da região em que funciona seu negócio. 📍



Ilustração: Victor A. Farat

Fontes: Sebrae e Fernanda Hey de Moraes (Life Content)



Vai com gosto!



O sabor que combina com o seu prato.



#vaicomgosto

www.gomesdacosta.com.br

Cozinha inclusiva e Conectada

Cozinheira com deficiência auditiva cria negócio de marmitas saudáveis tendo a Internet como principal recurso de vendas e de conexão com clientes

Com uma carreira de doze anos no design gráfico, a carioca Antônia Lobato Bentes viu, no sentido mais positivo, uma verdadeira reviravolta em sua vida desde que decidiu fazer da paixão pela gastronomia um negócio. Em 2018, após ser dispensada do emprego em uma estatal onde trabalhou durante mais de uma década, ela começou sua jornada de aprendizagem para exercer uma nova profissão: a de cozinheira especialista em culinária saudável. Hoje, Antônia possui o certificado de Gastronomia Saudável e Funcional (Natural Chef) e administra seu próprio negócio, a Marmitaria Nina, criando cardápios personalizados de acordo com as necessidades de cada cliente – considerando suas restrições alimentares e seus objetivos estéticos ou de saúde.

Com espírito empreendedor, ela também superou uma estatística dramática que diz respeito à inclusão de pessoas surdas no mercado de trabalho brasileiro. Antônia possui deficiência auditiva e integra uma parcela da população na qual apenas 37% das pessoas conseguem oportunidade para trabalhar (dados de 2019 do Instituto Locomotiva). Pessoas surdas também enfrentam dificuldades para realizar atividades cotidianas e, muitas vezes, não têm acesso adequado à educação.

Somado a tudo isso, há o preconceito ainda presente. “Existem diversas formas de preconceito com relação aos surdos, e uma delas é a percepção de que a pessoa não é capaz de empreender. Pessoas com deficiências são pessoas com pequenas diferenças. No caso dos surdos, apenas a forma de comunicar é diferente”, observa. >>

Antônia Lobato Bentes, proprietária da Marmitaria Nina



MUDANÇA DE HÁBITOS

A Marmitaria Nina surgiu a partir de uma necessidade de mudanças. Tudo começou quando o filho de Antônia, Theo, na época com três anos de idade, teve um problema de amigdalite. Um médico havia sugerido a remoção das amígdalas, mas ela e o marido entendiam que o órgão era importante para proteger a imunidade do filho. Então, consultaram um nutrólogo, especialista em medicina natural, que receitou uma dieta sem laticínios e sem proteínas de carne. “Seguimos a dieta juntos, para que meu filho não visse os pais comendo algo diferente do que ele podia consumir. Depois de três meses, voltamos ao consultório e nos surpreendeu

saber que aquelas amígdalas enormes tinham regredido. O Theo não tem ficado mais doente e leva uma vida muito mais saudável. Percebi que uma alimentação com menos processados e conservantes pode prevenir problemas de saúde e melhorar a qualidade de vida de uma forma geral”, conta.

Além dos resultados positivos no tratamento do filho, Antônia também passou por uma perda de peso significativa com a mudança dos seus hábitos alimentares. Desde a gravidez, ela havia tentado de várias maneiras recuperar a antiga forma, não só com atividades físicas, mas também com dietas agressivas, porém sem sucesso. Como

não podia arcar com um tratamento com nutricionistas ou mesmo com as mensalidades de uma academia, ela tomou a decisão de adotar, por conta própria, novos hábitos de alimentação. Passou a se alimentar apenas de comidas não processadas e sem conservantes, complementando a nova dieta com caminhadas e corridas. Ao final de nove meses, ela se espantou ao subir na balança e ver que havia perdido 22 quilos. “Isso devolveu minha autoestima e minha autoconfiança. Mas, além disso, foi o que me inspirou a criar meu negócio, com o objetivo de transformar a vida dos meus clientes por meio do estilo de vida”, afirma a cozinheira.



👉 Chef Antônia Bentes preparando as marmittas. Toda a produção é feita na cozinha da sua casa

“A quarentena me levou a dedicar mais atenção, principalmente, às minhas redes sociais. Como eu já vinha de um processo de investir nos canais digitais, isso contribuiu para que conquistasse e fidelizasse mais clientes”

Antônia Lobato Bentes,
proprietária da
Marmitaria Nina



Antônia registrando imagens para publicar em seu Instagram @marmitarianina

DA PAIXÃO PARA A PROFISSÃO

Com o “botão” do empreendedorismo ligado, ao ser dispensada do emprego como designer gráfica, ela deu início à jornada de preparação, por meio de vários cursos e pesquisas sobre alimentação *low carb*, cetogênica e *fitness*, para transformar seu interesse pela culinária em profissão. O nome do empreendimento, “Nina”, foi uma homenagem ao apelido carinhoso com que costumava ser chamada pelo pai, Antenor.

A cozinheira cuida de todos os processos do negócio sozinha e faz tudo em sua própria casa. “Planejo meu cardápio semanalmente. A cada semana, após fechar os pedidos, escolho os legumes, os temperos, as verduras, as proteínas e os demais insumos. Preparo e congelo todas as marmitas na quinta e na sexta-feira, e as entregas são feitas na segunda e na terça-feira. Normalmente, envio as marmitas por um motoboy, mas sempre que possível opto por entregar pessoalmente”, explica Antônia.



As marmitas são preparadas de forma personalizada para os clientes, de acordo com restrições alimentares e objetivos de saúde ou estéticos

Para ela, o destaque do empreendimento está em usar produtos orgânicos, além de priorizar o sabor, os temperos naturais e a água mineral, oferecendo o melhor custo-benefício para seus clientes. “Minha comida tem um preço justo. Eu trato cada clien-

te como se ele fosse único. Este é o meu diferencial: alta qualidade com preço bastante acessível”, ressalta. A empreendedora também estabeleceu parcerias com nutricionistas, que lhe encaminham pacientes com necessidades de cardápios específicos. >>



👉 O cuidado especial com a estética dos pratos é um dos diferenciais da *chef*

ATUAÇÃO DIGITAL

Um dos grandes trunfos para o sucesso da Marmitaria Nina está ligado à estratégia de divulgação na Internet. Antônia acredita que sua atuação *on-line* – com divulgação de produtos e conteúdos atrativos ao seu público, vídeos com passo a passo de receitas e *lives* (transmissões ao vivo em suas redes sociais) sobre alimentação saudável – é a ferramenta mais importante para impulsionar as vendas. “O alcance é enorme e o resultado veio muito rápido para mim”, afirma.

De acordo com Antônia, as redes sociais fazem toda a diferença na comunicação com seus públicos. A divulgação dos cardápios semanais no Instagram, no Facebook e na lista de transmissão do WhatsApp é feita por ela. A empreendedora destaca a importância de interagir com os clientes “quase como se fossem vizinhos”: “Sei da importância de investir em relacionamentos de confiança com os clientes, e isso pode ser feito tanto pessoalmente como de forma digital. E, se esse re-

lacionamento for bom, o cliente tende a comprar novamente”.

Ocasionalmente, ela também recorre a ferramentas pagas de impulsionamento no Instagram e no Facebook para aumentar o alcance de suas publicações e, conseqüentemente, as suas vendas. “Costumo pagar entre R\$ 50 e R\$ 100 para divulgar as ofertas de marmitas, que são exibidas em períodos de cinco a sete dias. Isso dá um retorno muito bom na atração de novos clientes, já que é possível segmentar o direcionamento das ofertas para pessoas interessadas em alimentação saudável”, comenta.

Antônia também produz vídeos para seu canal no YouTube, comunicando-se na Língua Brasileira de Sinais (Libras) – além da comunicação em Libras, ela é oralizada, isto é, consegue articular a fala e faz leitura labial. Seus vídeos também contam com legendas para aqueles que não compreendem o idioma. “Gosto de falar sobre vida saudável e culinária natural, compartilhar receitas, dicas, cuidados com a

saúde e informações sobre esse estilo de vida com quem me segue e se identifica”, revela.

Para Antônia, o período de isolamento social reforçou a importância de um caminho que ela já trilhava, que é apostar na presença *on-line* do negócio: “A quarentena me levou a dedicar mais atenção, principalmente, às minhas redes sociais, da mesma maneira que trouxe mais pessoas a se interessarem por produtos oferecidos na Internet em função do fechamento das lojas físicas. Como eu já vinha de um processo de investir nos canais digitais, isso contribuiu para que conquistasse e fidelizasse mais clientes”. Além disso, percebendo a evolução no comportamento de consumo por parte de alguns clientes a partir do início da quarentena, Antônia passou a aceitar formas digitais de pagamentos, como PicPay e PagSeguro e transferências por bancos virtuais, somadas às opções tradicionais (dinheiro, cartão de débito e crédito e vale-refeição). Isso ampliou suas possibilidades de fazer negócios.

APOIO PARA O CRESCIMENTO

Para manter a produção semanal, que chega a até 300 marmitas, Antônia faz as compras semanalmente de acordo com o cardápio definido. A cozinheira é cliente da loja Assaí Tijuca, na capital fluminense. Ela afirma que a variedade de produtos de alta qualidade – o que é imprescindível para sua produção –, aliada a bons preços, é determinante para sua escolha pela rede. O fato de o Assaí apoiar os pequenos empreendedores também é um aspecto importante. “Fico muito feliz em ver o Assaí estimulando os empreendedores, reconhecendo boas histórias de pequenos negócios e proporcionando desenvolvimento gratuito de competências e habilidades essenciais, oferecendo cursos para aprimorar os negócios”, destaca.

Especialmente para empreendedores que enfrentam dificuldades para atuar no mercado de trabalho, como é o caso de pessoas com deficiência auditiva, esse apoio é fundamental. Mas nenhuma conquista é possível sem muito esforço e determinação – qualidades que Antônia tem de sobra. Mesmo sendo bastante comunicativa e interagindo muito bem socialmente, ela sente que



▲ Grande parte dos pratos feitos pela cozinheira vai para suas redes sociais, que são cuidadas pessoalmente por ela

ainda falta empatia e reconhecimento por grande parte da sociedade. Para ela, é preciso mostrar que qualquer pessoa com deficiência auditiva pode se tornar bem-sucedida em sua profissão. “É importante que as pessoas saibam que os surdos têm capacidade para superar limites e realizar sonhos, seja empreen-

dendo ou exercendo qualquer outro trabalho”, reforça. Essa é sua luta travada diariamente, mas, com seu espírito empreendedor, sua dedicação e força de vontade, Antônia vem tornando-se, a cada dia mais, uma grande fonte de inspiração e superação para familiares, amigos e clientes. 🌟

saiba mais

Marmitaria Nina

-  @marmitarianina
-  facebook.com/marmitarianina
-  youtube.com/marmitarianina
-  marmitarianina@gmail.com
-  (21) 99414-2898



CONTE SUA HISTÓRIA

É proprietário de um negócio e tem uma boa história de empreendedorismo para contar? Acesse

assai.com.br/contesuaistoria
preencha as informações e
você poderá aparecer aqui na revista!



MUDE
SUA VIDA
POR
DENTRO***

3 COLHERES NA SUA
VITAMINA, AJUDAM
A REDUZIR O
COLESTEROL*



SEU COMPORTAMENTO DESEMPENHO E BEM-ESTAR DEPENDEM DA SUA ALIMENTAÇÃO. FORMULARIOS, AVISOS E INFORMAÇÕES ADICIONAIS ESTÃO DISPONÍVEIS EM WWW.SUPERGRAO.COM.BR. *COMPARAÇÃO COM O NÍVEL DE COLESTEROL EM UM INDIVÍDUO SAUDÁVEL. **A VEIA INTEGRAL CONTEM BETA-Q™, UM COMPOSTO NATURAL QUE AJUDA A REDUZIR O COLESTEROL. ***MUDANÇA DE VIDA POR DENTRO É UM CONCEITO DE VIDA SAUDÁVEL. © 2014 QUAKER OATMEAL COMPANY. TODOS OS DIREITOS RESERVADOS.

VAI COM **Toddy**

Aqui tem
mais sabor.



Uma noite em Lima



Fotos: Shutterstock / Divulgação

▶ Lima, capital do Peru, conta com igrejas coloniais, museus, parques e praças e abriga, aproximadamente, um terço da população do país

*A cultura e as tradições
gastronômicas do
Peru em três receitas –
entrada, prato principal e
sobremesa – para recriar
os sabores do país
em sua casa*

Quando se fala em comida peruana, a maioria dos brasileiros logo pensa no ceviche, prato à base de peixe cru marinado no limão que se popularizou tanto a ponto de surgirem cevicherias por todo o Brasil. Mas a gastronomia do Peru vai muito além. Não é à toa que, nos últimos oito anos, o país foi escolhido como “Melhor Destino Culinário do Mundo” pelo World Travel Awards – considerado o “Oscar” do Turismo mundial.

Outra curiosidade sobre o Peru é que o castelhano está longe de ser a única

língua falada pelos seus 31,5 milhões de habitantes. Há outros 47 dialetos nativos que refletem a rica história e a diversidade cultural de um país com ancestrais milenares, a exemplo do legado deixado pela civilização Inca no Santuário Histórico de Machu Picchu.

O patrimônio natural também não deixa a desejar. O Peru possui 84 dos 117 ecossistemas conhecidos em todo o mundo, distribuídos ao longo de três regiões: Costa, Serra e Selva. Uma riqueza cultural, histórica e geográfica que ajuda a explicar por que a gastronomia peruana se tornou uma das mais valorizadas do mundo. >>





◀ Mulheres quáchuas com suas roupas típicas dos povos andinos do Peru, feitas com lã de lhama ou alpaca e estampadas com grande variedade de cores e formas geométricas

DIVERSIDADE CULTURAL

Para a *chef* Fernanda Suzumura, professora do curso de Culinária Peruana do Senac São Paulo, diversidade é a palavra que define a identidade da gastronomia do Peru. “A diversidade geográfica e de produtos de um país que se estende desde os cumes andinos até a costa do Oceano Pacífico, além da mestiçagem culinária, resultou em uma cozinha rica em produtos e pratos de nomes e sabores bastante originais. Toda essa mistura faz com que a comida peruana hoje seja considerada uma das melhores do mundo”, observa. “Quando eu digo riqueza, falo da quantidade de produtos da mesma família, como variedades de batatas, mais de 50 tipos de milho, pimentões de vários tamanhos e paladares e a ampla variedade de peixes e mariscos”, completa a professora.

De acordo com a região do país, os ingredientes e os costumes variam bastante. “No sul, a minha família gostava de sair para comer porquinho-da-índia”, conta Katherine Rivas, peruana

que mora há oito anos em São Paulo. O prato feito com porquinho-da-índia, típico da região de Arequipa, é chamado de Cuy Chactado. Segundo Katherine, é muito comum as pessoas saírem nos finais de semana para comer a iguaria em um restaurante ou servi-la em aniversários. “Alguns também faziam churrascos, mais conhecidos como *parrilladas*, com bebidas e muita dança. No norte do Peru, tem muita gente que adora comer ceviche. Quando morei em Lima e era estudante, meus amigos se reuniam para comer arroz *chaufa* ou *salchipapa* (salsicha com batatas), que eram pratos simples, mas, por serem baratos e fáceis de preparar, atraíam muitos jovens”, recorda.



Katherine Rivas

Peruana que mora há oito anos em São Paulo

As diversidades cultural, histórica e geográfica ajudam a explicar por que a gastronomia peruana se tornou uma das mais valorizadas do mundo



INTERCÂMBIO GASTRONÔMICO

O arroz *chaufa*, como explica a *chef* Fernanda, faz parte da cozinha chifa, inspirada nos costumes chineses. Ela lembra que a influência de outros países se manifesta de várias formas na culinária peruana: “Não tem como falar dos pratos típicos sem citar a influência árabe, levada pelos escravos que serviam os descobridores, em suas receitas e formas, além da clara presença de produtos da cozinha espanhola e também da influência da cozinha africana”.

Carne de porco, peixe, milho, batata, e as pimentas conhecidas como *ají* são alguns dos ingredientes que não podem faltar em uma ceia peruana. Para o *chef* peruano Marco Espinoza, consultor do Villa 25 Hostel e Suites, as melhores bebidas para harmonizar

são a cerveja e o pisco, um destilado de uvas que é a bebida-símbolo do Peru. “Felizmente, temos uma cultura muito parecida. Nossos insumos usados diariamente são parecidos com os do Brasil. Também somos um país com muita imigração, e isso nos faz muito parecidos de diversas formas”, avalia o *chef*.

Com tantas semelhanças com a cultura brasileira, fica mais fácil recriar a atmosfera peruana em sua casa. O que pode dar mais trabalho é a decoração: tapeçarias coloridas típicas da cidade de Cusco, lhamas, cactos e muitas flores podem servir de inspiração. Na cozinha, as receitas a seguir oferecem opções autênticas de entrada, prato principal e sobremesa para o preparo de um jantar peruano especial.



LIGA O Som

Para entrar no clima do país, acesse a seleção de músicas que a **Revista Assaí Bons Negócios** preparou para você ouvir enquanto prepara seu jantar peruano! Acesse: bit.ly/Playlist_Jantar_Peruano



Entrada

Chupe de camarões

Esta receita, da *chef* Fernanda Suzumura, é uma sopa consistente e farta, um dos pratos mais populares em todo o país. Pode ser uma entrada ou o prato principal, e serve até três pessoas.

INGREDIENTES

- ✓ 400 g de camarões frescos
- ✓ 400 g de batatas
- ✓ 3 ovos
- ✓ 100 g de ervilhas
- ✓ 50 g de arroz
- ✓ 1 espiga de milho
- ✓ 2 dentes de alho
- ✓ 1 cebola grande
- ✓ 1 tomate
- ✓ 240 ml de leite
- ✓ Sal, orégano e azeite a gosto

MODO DE PREPARO

Prepare um caldo com as cascas e a cabeça dos camarões em 1,5 litro de água. Cozinhe o caldo em fogo baixo por uma hora e meia. Salteie as cebolas em tiras finas em uma panela com azeite, acrescentando o alho picado e doure. Em seguida, adicione o tomate sem pele e sem semente picado em cubos. Cozinhe por três minutos, cubra com o caldo dos camarões e deixe ferver. Adicione o milho em pedaços de 5 cm, junto com as batatas descascadas e cortadas. Cozinhe por 20 minutos e junte o arroz e as ervilhas. Quando estiver quase macio, coloque o camarão e tempere com sal e orégano. Cozinhe por mais três minutos, abra os ovos sobre o caldo e aguarde até que fiquem cozidos. Retire do fogo, coloque o leite, mexendo delicadamente, e sirva. >>



Chef Fernanda Suzumura
Professora do curso de culinária Peruana do Senac São Paulo



Prato principal

Arroz chifa

No peru, a cozinha chifa é uma influência dos cozinheiros chineses. Este prato é um dos mais habituais da dieta peruana, como explica a *chef* Fernanda Suzumura, autora da receita que serve até três pessoas.

INGREDIENTES

- ✓ 300 g de arroz
- ✓ 125 g de carne de porco
- ✓ 3 ovos
- ✓ 5 ramos de cebolinha
- ✓ 1 1/2 colher (sopa) de *sillao* (shoyu)
- ✓ Óleo e sal a gosto

MODO DE PREPARO

Cozinhe o arroz em água fervente, sem sal. Quando estiver macio, escorra e passe na água fria para parar o cozimento. Bata os ovos com um garfo e tempere com sal. Em seguida, disponha em uma frigideira quente com óleo para cozinhar igual a um omelete – é importante que a frigideira seja grande para que o ovo fique fino. Depois, corte-o em tiras pequenas e reserve. Corte a carne de porco em cubos pequenos e tempere. Salteie no óleo quente até que estejam crocantes por fora e cozidos por dentro. Se sobrar muita gordura, escorra e misture com o ovo. Acrescente o arroz e a cebolinha picada bem fina. Aqueça todos os ingredientes juntos. Sirva em tigelas individuais e finalize com sal e *sillao*.

GLOSSÁRIO DA COMIDA PERUANA

Conheça o significado de alguns termos muito usados na culinária do Peru:

Ají: Tipo de pimentão com diversas cores, sabores e tamanhos;

Ajiaco: Ensopado de carnes e legumes temperado com pimentão ají;

Chamanca: Melado de cana-de-açúcar solidificado. Assemelha-se a uma rapadura;

Chifa: Cozinha peruana de origem chinesa;

Sillao: Molho de soja e trigo;

Pallito: Cúrcuma (açafraão- da-terra).



Sobremesa

Suspiro de limeña



Chef Marco Espinoza

O *chef* peruano Marco Espinoza ensina a sua versão para este clássico do seu país. A iguaria surgiu no século XIX e foi batizada pelo poeta José Gálvez Barrenechea – ao provar a sobremesa preparada por sua esposa, ele a descreveu como “suave e doce como o suspiro de uma mulher”.

INGREDIENTES

- ✓ 3 litros de leite integral
- ✓ 1,5 litro de leite condensado
- ✓ 50 g de canela em pau
- ✓ 6 gemas de ovos
- ✓ 3 claras
- ✓ 100 g de casca de laranja
- ✓ 250 g de açúcar
- ✓ 250 ml de vinho do Porto

MODO DE PREPARO

Reduza todo o leite com a canela em pau e a casca de laranja até restar apenas a metade (1,5 litro). Passe a redução por um coador. Combine o leite reduzido com o leite condensado e leve ao fogo. Essa mistura começará a reduzir (sem parar de se mover com a ajuda de uma espátula de borracha). Uma vez que tenha chegado ao ponto do leite condensado, coloque as três gemas e misture rapidamente. Deixe esfriar e reserve. Para o merengue, leve o vinho com o açúcar ao fogo. Ao mesmo tempo, continue batendo as claras e adicione o vinho com açúcar até o ponto de xarope. Continue batendo até formar um merengue. Para servir, coloque um pouco do leite reduzido em um copo gelado, cubra com merengue e polvilhe canela em pó e uma folha de hortelã. 🍋





綠茶
ZERO%
Feel Good

Feel Good

Zero%
DE CALORIA



CHÁ VERDE

330ml

ZERO% DE CALORIA

CHÁ VERDE



ZERO%
DE CALORIA

750

CHÁ VERDE DE BAIXA CALORIA

**Feel Good é a marca
pioneira e líder em
chás saudáveis prontos
para beber no Brasil.**

**Marca de alto valor
agregado e referência
em qualidade.**



  @chafeelgood

www.chafeelgood.com.br

Na palma da Mão

Por necessidade de redução do contato físico em transações comerciais durante a quarentena, modalidades digitais de pagamento evoluem no Brasil



As recentes mudanças de hábitos pelas quais passam os consumidores brasileiros, principalmente quanto ao comportamento no ambiente digital, apontam para uma expansão acelerada do comércio *on-line* e de modalidades eletrônicas de pagamento. É o que mostra o estudo “Novos hábitos digitais em tempos de Covid-19”, divulgado na última semana de abril pela Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC).

A pesquisa revela que, desde o início da quarentena, em março, 61% dos consumidores aumentaram as compras *on-line* devido ao isolamento social. Em 46% dos casos, o aumento foi de mais de 50%. Outro dado significativo é que 8% compraram de forma *on-line* pela primeira vez nesse período.

Como reflexo, os consumidores passaram a utilizar mais meios eletrônicos de pagamento. O estudo mostra que o cartão de crédito lidera as opções (73%), seguido de boletos bancários (14%). No entanto, aplicativos de pagamento, como PicPay e PayPal, já somam 8% de utilização, à frente de transferência bancária (5%).

Outro ponto que favorece o uso dessas modalidades também em estabelecimentos físicos está ligado ao fator higiene – motivo de grande preocupação nos últimos meses – já que contribuem para a redução de contato físico e, conseqüentemente, para a diminuição do risco de propagação de vírus.

◀ Apesar do uso ainda reduzido no Brasil, *QR Code* é tendência em modalidades de pagamento sem contato físico



🔗 Pagamento por aproximação: mudanças nos hábitos de consumo impulsionam modalidades digitais de pagamento

PLATAFORMAS E BANCOS DIGITAIS

A quarentena também acelerou a evolução das plataformas de pagamento eletrônico, como PicPay, PayPal e PagSeguro, e dos bancos digitais – instituições financeiras sem agências físicas, em que tudo é feito de forma *on-line* por meio de aplicativos de *smartphone*, tendo o *delivery* de alimentos e de outros produtos como um dos impulsionadores da mudança.

Com isso, modalidades como carteira digital, *QR Code* e *links* de pagamento, além dos já tradicionais boletos *on-line* e das transferências bancárias, ganham espaço significativo frente às máquinas de cartão e ao dinheiro em espécie. “As plataformas já estavam disponíveis e eram oferecidas por muitos comerciantes. O que se percebeu foi um movimento de migração muito maior para o digital”, explica Antônio Eduardo Ripari Neger, presidente da Abranet (Associação Brasileira de Internet).

Com as mudanças recentes, bancos digitais e empresas intermediadoras de pagamento eletrônico também se tornaram mais acessíveis. Algumas dessas instituições já oferecem opções específicas para microempreendedores individuais (MEI), microempresas e até

mesmo profissionais informais, com menos burocracia e melhores taxas. Entretanto, ao selecionar esses meios eletrônicos, é importante avaliar o custo das transações e buscar negociá-los, conforme o volume de operações.

TENDÊNCIA

A edição de 2019 do Relatório de Tendências de Meios de Pagamento (Minsait Payments), que trata do comportamento de consumidores no Reino Unido, na Europa e na América Latina, já apontava para um crescimento significativo do uso de meios de pagamento sem contato. O levantamento mostrou que 62,1% dos entrevistados afirmaram ter feito ao menos um pagamento por *QR Code* em 2019, seguido por aplicativos (49,8%) e, em menor grau, pelo NFC (25,2%), isto é, por aproximação do celular a um leitor de cartão.

“A transformação digital nos meios de pagamento já vem ocorrendo há alguns anos em um ritmo mais lento do que se vê hoje. A pandemia fez com que o crescimento, que ainda era pequeno, fosse acelerado”, afirma Ricardo Granados, diretor de negócios da Minsait Payments no Brasil. >>



“As plataformas já estavam disponíveis e eram oferecidas por muitos comerciantes. O que se percebeu foi um movimento de migração muito maior para o digital”

*Antônio Eduardo Ripari Neger,
presidente da Abranet*



AMADURECIMENTO DO MERCADO

O custo para a manutenção de contas em instituições financeiras tradicionais e as taxas para uso das plataformas de intermediação sempre foram obstáculos para o uso mais intenso das modalidades digitais de pagamento. Mas, nos últimos anos, viu-se um aumento da concorrência, o que tornou as taxas mais baratas e competitivas. “O crescimento desse ecossistema gera um ciclo virtuoso, porque as empresas brigam entre si para conquistar mais clientes, e o custo fica menor. Um dos principais motivos para o aumento no uso dessas plataformas foi justamente a redução das tarifas”, avalia Neger, da Abranet.

O fato de as empresas estarem investindo mais em tecnologia, em prevenção de fraudes e em ambientes digitais mais intuitivos para comerciantes e clientes é outro fator que contribui para o impulsionamento dessas modalidades, conforme apon-

ta Ricardo Granados. Mas a pandemia do coronavírus é citada pelos especialistas como a maior responsável pela quebra de paradigmas na evolução dos meios de pagamento.

“A Covid-19 mostrou que muitos setores se reinventaram e outros precisam se reinventar. O consumidor também precisou rever o seu modo de comprar. Ele quebrou o paradigma de evitar compras pela Internet. Ainda que muitos desses consumidores sejam muito ‘visuais’, desejando ver o produto antes de comprar, grande parte se viu obrigada a se adaptar”, conta Granados, destacando que, com a evolução cada vez mais rápida das empresas financeiras, mais pessoas passam a fazer uso das modalidades e, conseqüentemente, os comerciantes ampliam as vendas, reduzem custos com a gestão do dinheiro físico e contam com modelos mais inteligentes de distribuição dos produtos.

Pagamentos Digitais

NO ASSAÍ!

QR CODE

Clientes Assaí já podem utilizar o PicPay e pagar suas compras por QR Code em todas as lojas da rede. Basta informar ao operador de caixa que você usará a plataforma. Ele mostrará um QR Code na tela do monitor, aí é só abrir o aplicativo na função de pagamentos, apontar a câmera do celular para o código e, em seguida, digitar a senha. Ao escolher essa modalidade, você ganha *cashback*, ou seja, recebe 10% do valor da compra (limitado a R\$ 15 por compra, uma vez ao mês por CPF) em sua conta digital PicPay. Além de aproveitar os preços baixos do Assaí, você conta com ainda mais benefícios! O *cashback* começou a vigorar no dia 1º de julho e é válido até 30 de setembro de 2020.



PAGAMENTO POR APROXIMAÇÃO

Quem utiliza cartões de débito ou crédito com tecnologia de pagamento por aproximação (NFC), ou quem tem esse recurso em seu *smartphone*, por meio de serviços como Google Pay, Samsung Pay ou Apple Pay, também pode fazer suas compras sem contato físico em todas as unidades do Assaí! >>

**SÃO ESCOLHAS COMO
ESTA QUE TORNAM
A VIDA MAIS SABOROSA.**



**3 MALTES
IMPORTADOS**



[f](#) [@](#) /cervejaimperio www.cervejaimperio.com.br

SE BEBER, NÃO DIRIJA.

VENDA E CONSUMO PROIBIDOS PARA MENORES DE 18 ANOS

Conheça os principais termos sobre as modalidades de pagamento sem contato físico:



CARTEIRA DIGITAL

Funciona como conta bancária, mas sem a burocracia exigida para abertura de conta nem taxas de manutenção. É a opção de pagamento utilizada por plataformas como PagSeguro, PicPay, Mercado Pago e PayPal. As operações de pagamento podem ser feitas por *QR Code*, transferências, boletos bancários, aproximação, entre outros.

QR CODE

É um código de barras bidimensional que pode ser escaneado usando a câmera do celular para diversas finalidades, inclusive para fazer pagamentos. O comerciante precisa contar com uma plataforma que permita a geração de *QR Code*. O cliente escaneia esse código por meio de um aplicativo específico e faz o pagamento. O uso da modalidade ainda é reduzido no Brasil.



LINK DE PAGAMENTO

Modalidade ideal para quem faz vendas por encomenda, seja por WhatsApp ou pelas redes sociais. Para fazer a cobrança, basta gerar um *link* pela plataforma escolhida e enviar para o cliente. A vantagem do *link* é que o cliente não precisa baixar nenhum aplicativo e, ao acessá-lo, pode escolher pagar por cartão de crédito (inclusive de forma parcelada) ou boleto. É disponibilizado por plataformas como Mercado Pago, Cielo e PagSeguro.

CONTA DIGITAL

Conta bancária popularizada pelos bancos digitais, mas que já é oferecida também por bancos tradicionais, em que o cadastro e a operação são feitos de forma *on-line*, sem burocracia e sem taxas. Normalmente, é disponibilizado um pacote básico de serviços e, em alguns casos, é possível adquirir cartões de débito e crédito. As transações comerciais podem ser efetuadas por transferências, pagamento com boleto e, em alguns casos, por *QR Code*. É uma boa opção para empreendedores informais que não tenham fácil acesso a contas de bancos tradicionais.



APROXIMAÇÃO

Por meio da tecnologia NFC (*Near Field Communication*), as informações de pagamento são transmitidas sem precisar de contato ou senha. Para pagar, basta aproximar o cartão de crédito ou débito (que conte com a tecnologia) ou o celular, desde que possua um serviço de pagamento por aproximação, como o Google Pay ou o Apple Pay, e pronto. 🌟

GOLD
PREMIUM SWEET

O SABOR É GOLD.

ALTO VALOR
AGREGADO

**MAIOR
RENTABILIDADE**
PARA O SEU NEGÓCIO



Alinhada à tendência de mercado com matérias primas de origem natural.

GOLD
PREMIUM SWEET

O amarelinho de Gold facilita identificação e destaque na gôndola.



Recomendado pela classe médica e formadores de opinião.



Referência em sabor da categoria de achocolatados.

SIGA-NOS NAS REDES SOCIAIS



@goldadocates



@gold_oficialbr

Acesse o site: www.goldadocantes.com.br



CICATRIFIOS

Tratamento que oferece inúmeros benefícios para um cabelo renovado, todos os dias. Enriquecido com RejuComplex3®, amacia, reduz quebra e frizz, oferece redução progressiva de volume.



ARGAN INFUSION

Argan Infusion tem tecnologia exclusiva Inoar para uma excelente performance em produtos de uso rotineiro, nas versões: Liso e Sedoso, Cachos Perfeitos, Reconstrução e Controle de Queda.



NUNCA
testamos
em animais



inoar.com
f @ o v
inoarbrasil

A MARCA
DA BELEZA
BRASILEIRA

INOAR
INSPIRADA EM VOCÊ



📍 Sócios do Café Hotel: Sérgio Barros Filho, Rafael Berçot, Marcello Nazareth e Caio Tucunduva (foto de divulgação da cafeteria em momento anterior à pandemia do novo coronavírus)

Café, conexão e Adaptação

Proprietário de cafeteria conta como ele e seus sócios se adaptaram para driblar as baixas vendas durante o período de quarentena

Sergio Barros Filho 📍
Sócio-proprietário da Café Hotel



Segmento: Cafeteria
Inauguração: Março de 2020
Instagram: @cafehotelespresso
Site: cafehotel.com.br

A ideia era abrirmos nossa cafeteria, a Café Hotel, no começo de março, na primeira semana depois do Carnaval. A casa estava pronta, tinha estoque de café, tínhamos desenvolvido o conceito e as embalagens. Eu e meus três sócios – Marcello Nazareth, Rafael Berçot e Caio Tucunduva – estávamos prontos para dar início a um projeto que contava com, pelo menos, dois anos de planejamento.

Mas aí veio a pandemia e tivemos que mudar os planos. Em vez de ficar lamentando, parados, esperando tudo abrir ou fechar a casa de vez, percebemos a oportunidade de adaptar o negócio para trabalhar com entregas, e para isso começamos a comercializar café torrado e moído por *delivery* e retirada no local usando a Internet a nosso favor.

Começamos a reunir contatos de amigos em uma lista de transmissão do WhatsApp e passamos a conversar com essas pessoas sobre o que a gente tinha para oferecer. Também recorremos ao Instagram, porque está “no bolso” de todo mundo o tempo todo: usamos essa ferramenta tanto para divulgação quanto para relacionamento.

Como nos adaptamos para uma “cafeteria *delivery*”, utilizar os recursos digitais disponíveis foi imprescindível. E somos bons contadores de histórias: dos produtores, do café, do que temos para servir... Isso ajudou bastante!

Criamos também uma pequena loja virtual em nosso site, mas, como o Instagram é mais ágil e funciona melhor em termos de proximidade com o cliente, conseguimos atuar da maneira como a gente queria, com afetividade. Então, as nossas principais ferramentas digitais são o WhatsApp e o Instagram.

Na sequência, expandimos para comida e, para as mesmas pessoas às quais a gente oferecia só os cafés especiais, começamos a vender também almoço fresco. Até porque é algo que pretendíamos ter no ponto físico. Mas, em vez de ter um menu extenso, adaptamos para um prato por dia.

Essa diversificação para além dos cafés se tornou constante. Para o Dia das Mães, criamos o **brunch box**. A ideia foi sair um pouco do clichê de cesta de café da manhã para levar a experiência da Café Hotel para dentro da casa das pessoas. A ideia deu muito certo e decidimos manter o ritmo. Para o Dia dos Pais estamos criando um novo *brunch box* temático.

No Instagram, contamos as histórias, o que está acontecendo, o que terá no cardápio, os lançamentos de produtos... E o site funciona como um canal secundário, porque ele é outra forma de fazer a venda. Não vamos vender os alimentos pelo site. Ninguém vai querer preencher cadastro, colocar nome, CPF e tudo mais para pedir almoço. Para isso, o WhatsApp é mais rápido, está no bolso.

Optamos por não usar aplicativos de entrega para não onerar o nosso consumidor. Então, vamos entregar de moto, nós mesmos. E sem cobrar taxa durante a pandemia. Cada vez que fazemos uma entrega, perguntamos como as pessoas estão, o que elas acharam – e isso faz toda diferença.

É uma adaptação toda semana. O plano era oferecermos tudo o que estamos oferecendo, mas dentro do nosso ponto físico. O que estamos fazendo constantemente, desde o início da quarentena, é adequar a Café Hotel à residência das pessoas, colocando nossos esforços em cada detalhe para

Brunch

Palavra derivada da junção, em inglês, de *breakfast* e *lunch*, que consiste em uma refeição na qual se incluem itens do café da manhã (*breakfast*), como café e pães, e do almoço (*lunch*), como massas e saladas leves.

que os clientes possam reproduzir em casa a mesma experiência que teriam consumindo na cafeteria. E, em todo esse processo, a Internet é essencial. A importância das ferramentas digitais não é nem para o futuro do negócio, é para o presente. 🍷



VOCÊ NA REVISTA ASSAÍ

É dono de um negócio e tem uma história de sucesso no seu empreendimento? Acesse assai.com.br/contesuahistoria, preencha as informações e você poderá aparecer aqui na revista!



Expansão segue em alta

Mesmo em período de desaquecimento na economia brasileira, rede atacadista mantém expansão e geração de empregos

Com reforço na higienização e uma série de outras medidas para conter a disseminação do novo coronavírus, o Assaí inaugurou duas lojas em abril e maio, alcançando um total de 169 unidades distribuídas em todo o Brasil.

No dia 30 de abril, foi aberta a terceira loja em Campo Grande, capital do Mato Grosso do Sul. Localizada na Av. Duque de Caxias, nº 3.200, a unidade contou com investimento de R\$ 58 milhões e gerou mais de 600 empregos.

“Em especial nesse período de isolamento, era fundamental para nós entregarmos mais um local de compras para os moradores da capital e dos municípios vizinhos. Em nossas três lojas, os clientes encontram um ambiente seguro e abastecido para fazerem suas compras”, afirma Belmiro Gomes, presidente do Assaí.

Uma semana depois, no dia 7 de maio, a rede atacadista inaugurou sua primeira loja no estado do Maranhão, na capital São Luís. Situada na Av. Guajajaras, nº 6, a unidade demandou investimento de R\$ 45 milhões e criou 620 postos de trabalho. “Decidimos manter a data de chegada da rede ao Maranhão a fim de garantir que os moradores da região tivessem uma nova opção de compra nesse período, já que o abastecimento de alimentos é uma atividade essencial”, observa Belmiro Gomes. ▲



▶ Inauguração da unidade em São Luís marca a chegada do Assaí ao estado do Maranhão

MEDIDAS DE SEGURANÇA

Conheça algumas das medidas de prevenção à Covid-19 que estão valendo em todas as unidades do Assaí:

- ▶ Observação das orientações do Ministério da Saúde e das autoridades locais;
- ▶ Higienização constante de todos os pontos de contato da loja;
- ▶ Acesso limitado de pessoas em momentos de alta demanda;
- ▶ Medição de temperatura dos clientes;
- ▶ Disponibilização de álcool em gel para uso no interior das lojas;
- ▶ Colaboradores treinados e com equipamentos de proteção individual;
- ▶ Orientação constante para evitar aglomerações.

Assaí é eleito o melhor Atacadista de São Paulo



Pesquisa aponta as marcas mais bem conceituadas na opinião dos moradores da capital do estado

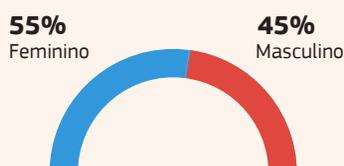
Pela quinta vez consecutiva, o Assaí foi apontado pelo Instituto Datafolha como o melhor atacadista da cidade de São Paulo! O reconhecimento vem da pesquisa “O melhor de São Paulo – Serviços”, cuja coleta de dados foi feita entre os dias 11 e 17 de fevereiro deste ano, com a divulgação do resultado em abril. A pesquisa, que conta com 43 categorias, tem como objetivo revelar as marcas mais bem conceituadas na opinião dos paulistanos das classes A e B.

Para o presidente do Assaí, Belmiro Gomes, a premiação reflete o esforço contínuo da rede em entender o comportamento e as expectativas dos clientes e aperfeiçoar cada vez mais sua experiência. “Hoje, mais de 15% das nossas lojas estão localizadas na capital paulista, o que reforça a importância dessa vitória para todos nós. No Assaí, transformamos cada *feedback* de clientes em oportunidades de melhora. Desde 2012, quando iniciou sua expansão, o Assaí vem modernizando as lojas e aprimorando a experiência de compras dos diferentes públicos-alvo da rede. Sem dúvida, todo esse esforço contribui para o sucesso do negócio”, ressalta. 🍌

SOBRE A PESQUISA

A pesquisa foi realizada com 1.026 entrevistados entre 11 e 17 de fevereiro de 2020

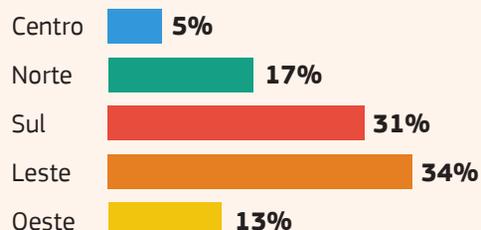
Gênero



Idade



Região da cidade



O “NOVO NORMAL” E OS Hábitos de Consumo

Mais do que ingressar no ambiente digital, empreendedores devem compreender como serão as mudanças no comportamento de consumo no período pós-quarentena

Da reavaliação sobre a necessidade da presença física de funcionários em alguns tipos de trabalho à intensificação da busca por cursos à distância, a quarentena acelerou o desenvolvimento de inúmeras tendências que já estavam em curso, e isso se aplica diretamente aos hábitos de consumo.

Há quem diga que o período de isolamento social servirá como um “acelerador de futuros”. Em outras palavras, as transformações graduais que estavam ocorrendo ao longo do tempo agora são aceleradas para se tornarem mudanças de comportamento mais imediatas e permanentes. Desde o início da quarentena, houve mudanças significativas nas relações sociais – sejam elas profissionais ou interpessoais – e de consumo. O que testemunhamos é a ascensão de um “novo normal”.

Mas o que é esse “novo normal”? De acordo com Maria Aparecida Rhein Schirato, professora do Insper (Instituto de Ensino e Pesquisa), em entrevista publicada em maio no site da

instituição, o conceito de “normal” nada mais é do que um padrão de comportamento que garante nossa proteção e nossa sobrevivência. Quando esses dois elementos se encontram ameaçados, já não consideramos o cenário como normal. A partir das transformações decorrentes dos impactos do isolamento social, entramos em uma nova etapa de normalidade. São mudanças de comportamentos que surgem com o objetivo de assegurar proteção, segurança e continuidade nas atividades do dia a dia que sofreram algum tipo de impacto.

Quando se trata de negócios, isso ocorre de formas diversas: se antes a busca por ampliar os canais de comunicação com clientes – com grande parte disso sendo feito por meio de canais digitais – era considerada um diferencial, a partir de agora essa conexão será um requisito básico para assegurar a volta e a permanência dos consumidores. Outro aspecto que passa a ter maior peso na decisão de consumo são os sentimentos de segurança e afetividade por parte dos clientes.

Na prática, o consumidor estará mais aberto a empreendimentos que demonstrem clara preocupação quanto à higiene e à segurança em suas operações e que possuam uma comunicação mais afetiva. Ou seja, saíram na frente os negócios de alimentação que demonstraram maior cuidado com seus colaboradores e clientes durante a quarentena, apostando na divulgação dos procedimentos de higiene e segurança alimentar. Ou, ainda, aqueles que colocaram em prática ações criativas envolvendo o emocional, como é o caso de inúmeros estabelecimentos que recorreram ao envio de mensagens de apoio nas entregas por *delivery* durante a quarentena.

Para esclarecer como o período de isolamento social afetou diretamente o comportamento do consumidor e ajudar você a se adequar a esse novo padrão de consumo, a **Revista Assaí Bons Negócios** conversou com Alexandro Strack, consultor de negócios especialista em transformação digital.



📌 Realidade “figital”: além do ambiente físico, empreendedor deve criar estratégias digitais de atuação para seu negócio

Assaí Bons Negócios: De que forma o período de isolamento social reflete em mudanças no comportamento do consumidor?

Alexandro Strack: Os reflexos da pandemia forçaram o consumidor a comprar de forma mais consciente, principalmente porque ele passou a ter várias restrições, tanto em termos de limitação financeira quanto de impossibilidade de consumo devido às restrições práticas de alguns produtos e serviços durante a quarentena. Um exemplo disso são as lojas de vestuário. Quem não gostava de comprar roupas pela Internet porque não há como experimentar, passou a

se ver diante dessa impossibilidade também nas lojas físicas. Isso pode desestimulá-lo a comprar ou levá-lo a mudar sua forma de consumo e comprar o produto mesmo assim. Além disso, com as novas formas de trabalho e consumo, as pessoas passam a perceber que o mundo não é mais só físico, mas também não pode ser só digital. É o que a gente chama de “mundo figital”: existe a parte física, que em grande parte das vezes é necessária, mas também existe a vertente digital. Os negócios precisam se adaptar a essa realidade.

ABN: De que forma essas mudanças se aplicam no segmento de alimentação fora do lar?

AS: Daqui para a frente, teremos um consumidor muito mais exigente, que vai querer o tempo todo a sinergia entre essas duas realidades: a física e a digital. Nós não vamos deixar de consumir, afinal, a gente precisa comer. Essa é a realidade física. Só que agora, mais do que nunca, o consumidor vai exigir a possibilidade de não precisar sair de casa para isso e, ainda assim, poder montar o seu próprio prato. >>



“Daqui para a frente, teremos um consumidor muito mais exigente, que vai querer o tempo todo a sinergia entre essas duas realidades: a física e a digital”

*Alexandro Strack,
consultor de negócios*

Essa é a realidade digital. Tem a ver com liberdade: você quer ter a liberdade de poder influenciar digitalmente aquilo que vai receber fisicamente.

Nos ambientes de consumo físico, como restaurantes, lanchonetes e pizzarias, há outras mudanças de hábitos: isso poderá ser percebido na maior cautela com a qual os clientes passarão a manipular os produtos, exigindo do empreendedor maior atenção no manuseio de alimentos e mercadorias.

ABN: Qual deverá ser a postura dos pequenos empreendedores no período pós-quarentena?

AS: É preciso, mais do que nunca, se atualizar, experimentar e se reinventar, sempre escutando as necessidades dos clientes e garantindo que esse diálogo ocorra. Canais práticos e efetivos de comunicação serão mais importantes na relação com o consumidor. Para isso, é possível recorrer a tecnologias que fazem parte do dia a dia, como o

WhatsApp, que pode ser um grande aliado do micro e pequeno empreendedor na tentativa de se aproximar do cliente.

ABN: Como você acredita que será a adaptação dos proprietários de pequenos negócios a esse novo cenário de consumo?

AS: Em um primeiro momento, será desafiador, porque as pessoas vão se restringir a consumir somente o que é mais necessário. Por mais que exista um saudosismo em relação ao consumo, especialmente em ambientes físicos, nosso cenário será de aperto financeiro e altas taxas de desemprego. Isso significa uma menor disponibilidade de gastos. Mas em longo prazo o prognóstico é bom. A competitividade aumentou, mas isso tem servido como um estímulo para os negócios se reinventarem. Quando tudo isso passar, quem estiver adaptado a esses novos padrões de consumo terá uma grande oportunidade de crescimento. ▲

GRANDES BEBIDAS



GRANDES SABORES

Chegaram os deliciosos
achocolatados em pó.

Imagens meramente ilustrativas. Não contém glúten.



Embalagem
económica
de 1,01 kg.



Embalagem
económica
de 1,01 kg.

Prepare o FORNO!

Os melhores produtos para o preparo de pães, bolos, tortas e outras delícias, você encontra no Assaí!

AÇÚCAR REFINADO UNIÃO

1 kg

Tradicionalmente mais branquinho e fininho, o açúcar refinado União conta com alta capacidade de dissolução para seus preparos e é ideal para doces, misturas e sobremesas.



COCO RALADO MAIS COCO

Variados

Perfeito tanto para receitas caseiras como para sofisticadas delícias de confeitarias, é indicado para quem se atenta aos mínimos detalhes das suas receitas. Disponível em diferentes embalagens – de 50 g até 10 kg.

MARGARINA VIGOR

500 g

Além de ser uma opção perfeita para seus preparos, a margarina cremosa Vigor – disponível nas opções com e sem sal – também fica uma delícia no pão quentinho, recém-saído do forno!



FARINHA DE TRIGO DONA BENTA

Variados

Bolos, tortas, panquecas e várias outras receitas para toda a família podem ser preparadas com a farinha de trigo Dona Benta, enriquecida com ácido fólico e ferro.





 **Todo
café da
manhã
combina
com**



 /nutellabrasil

 @nutellabr



Tecnologia em duas rodas

Com o celular fixado em um suporte, ciclistas podem usufruir de uma série de aplicativos com diversas funções enquanto pedalam

Mesmo que a sua bicicleta não seja das mais modernas, é possível transformá-la em um equipamento conectado, rastreável e com todas as funcionalidades de um computador de bordo. Basta que o guidão tenha um suporte para colocar o seu *smartphone* – e que ele esteja carregado o suficiente para não ficar sem bateria no meio do caminho.

Com a ajuda de alguns aplicativos que podem ser baixados gratuitamente no seu aparelho, é possível encontrar a melhor rota para um passeio, compartilhar o percurso com os amigos e até competir com eles e contar com suporte para recuperar a bicicleta em caso de furto ou roubo. E tudo isso sem ficar na mão caso precise de um conserto.

TRANSPORTE DO FUTURO

A tecnologia é só mais um motivo para usar a bicicleta nos deslocamentos pela cidade. O veículo é mais econômico e saudável quando comparado a outros meios de transporte, como carro ou ônibus, não polui o meio ambiente e, acima de tudo, é positivo para a mobilidade urbana como um todo. Além disso, em tempos de isolamento social e restrições de transporte público, a bicicleta ganha ainda mais importância.

Essa situação foi bastante comum em Florianópolis/SC, uma das primeiras capitais brasileiras a suspender o transporte coletivo durante a pandemia. Mesmo antes da paralisação, o analista de sistemas Audálio Júnior já estava acostumado a pedalar quase 60 quilômetros para ir de sua casa até o trabalho e voltar. Além de participar

de grupos de pedalada, ele mantém o portal Pedala Floripa. Em sua avaliação, o uso da bicicleta como meio de transporte aumentou nos últimos meses. “O que eu percebo é que mais pessoas começaram a pedalar por necessidade de locomoção, mas diminuiu o número de grupos que pedalavam por lazer toda a semana”, conta Audálio.

O ciclista pontua, entretanto, que, seja por motivo de locomoção ou de lazer, cada vez mais a tecnologia e os aplicativos de *smartphone* próprios para ciclistas tornam-se presentes no dia a dia de quem pedala. Por isso, a **Revista Assaí Bons Negócios** separou cinco aplicativos com versões em português disponíveis para os sistemas operacionais Android e iOS que podem ser úteis para ciclistas – iniciantes ou experientes.

📌 Aplicativos gratuitos ou com grande parte das funções disponibilizadas de forma gratuita facilitam a vida de ciclistas iniciantes e experientes



ENDOMONDO

Também usa a tecnologia GPS para monitorar e registrar todos os dados sobre os treinos, mas oferece algumas funcionalidades a mais na versão gratuita, como informações em áudio sobre a distância percorrida e a velocidade em cada quilômetro, além da sincronização com relógios inteligentes, como Samsung Gear e Apple Watch. O Endomondo também é muito usado para criar desafios e competições entre amigos e comparar o desempenho de cada um – o que pode servir como incentivo para ir mais longe.



ALLTRAILS

Feito para os ciclistas que gostam de se aventurar em meio à natureza, o aplicativo fornece mais de 100 mil mapas de trilhas pelo mundo. Disponibiliza todas as vantagens do monitoramento de percurso e desempenho via GPS, mas é voltado a oferecer pedaladas e caminhadas seguras ao ar livre em parques ou montanhas. Também serve como uma rede social na qual o usuário pode postar suas experiências e navegar pelas fotos e pelos comentários da comunidade de aventureiros.



STRAVA

Com quase 60 milhões de usuários em todo o mundo, é considerado o aplicativo mais popular entre os amantes de bicicleta. Sua principal finalidade é registrar o desempenho das pedaladas em tempo, quilometragem, batimentos cardíacos e até calorias gastas. Mas acaba funcionando também como uma rede social de ciclistas. A ferramenta permite a criação de perfis individuais e de grupos – em vez de *selfies*, os *posts* contêm os dados sobre os percursos e são abertos a comentários. O Strava tem uma versão gratuita, que dá acesso às funcionalidades essenciais – como medir o desempenho e postar as rotas traçadas. Outras funções, como a pesquisa dos melhores percursos em cada cidade, estão restritos à versão paga, que custa R\$ 15,90 por mês.



BIKE REGISTRADA

Desenvolvido no Brasil, o aplicativo serve para proteger o ciclista contra roubos e furtos. Por meio de um selo com *QR Code*, a ferramenta facilita a identificação da bicicleta e do seu proprietário, reduzindo o risco da compra de uma *bike* roubada. É possível emitir um alerta de furto, e quem encontrar a bicicleta pode enviar uma mensagem diretamente para o dono. Na hora de comprar, o usuário pode consultar a plataforma para garantir que a *bike* não é roubada.



BIKEMAP

Este é o aplicativo certo para quem não está tão preocupado com o desempenho, mas com o caminho. O BikeMap evita que o ciclista se perca e sugere as rotas mais seguras e agradáveis para pedalar, de acordo com o trajeto ou a quilometragem desejada. É como se fosse um "Waze" de bicicletas, que usa as experiências dos outros usuários para sugerir diversas opções de percurso. Além de monitorar as pedaladas via GPS, o programa também ajuda a localizar lugares onde é possível consertar ou mesmo alugar uma bicicleta. 🌅



Empreendedor do setor de alimentação deve desenvolver as habilidades de analisar o mercado e identificar possibilidades de inovação

Além das medidas de higiene e segurança alimentar, O QUE MAIS POSSO FAZER?

Por Mariana Carvalho Garcia de Souza (consultora do Sebrae Paraná)

Nos últimos meses, passou-se a falar bastante sobre as mudanças nos hábitos de consumo como consequência da pandemia da Covid-19. Mas é igualmente importante falar sobre como deve ser a mudança de comportamento de quem tem um pequeno negócio de alimentação. Nesse contexto, uma postura focada

em inovação é essencial. Quem for capaz de analisar bem o mercado e identificar possibilidades de inovação sairá na frente.

É preciso parar e analisar o que mudou por conta da pandemia e o que se pode oferecer de novidade. As crianças estão em casa por mais tempo, boa parte com aulas *on-line*. Se muitas recebiam lanches quando

estavam na escola, agora é possível criar uma estratégia de *delivery* e oferecer combos de lanches da tarde, por exemplo.

O *home-office* também apresenta oportunidades de negócios. Muitas pessoas que comiam fora e agora estão trabalhando em casa moram sozinhas. Grande parte delas não recorriam ao *delivery* com >>

Colgate

Total¹²

Totalmente pronto para vender mais?

Chegou o novo Colgate Total 12 Anti-tártaro.

A **marca líder de mercado** revoluciona a categoria de creme dental e promove **12h de defesa ativa contra bactérias**.

Aumente suas vendas com a marca nº1 no Brasil em:

- ✔ Participação de mercado.**
- ✔ Presença nos lares brasileiros.***
- ✔ Investimento em comunicação com forte mídia na TV, Digital, merch, influenciadores e celebridades.

▶ TUBO DE 220 g:
o maior creme dental do Brasil!

▶ PACK com 6 unidades de 90 g.



ANTIBACTERIANO

LIMPA E COMBATE
A FORMAÇÃO DO TÁRTARO

ABASTEÇA
SUA LOJA!





frequência, mas se viram forçadas a deixar de frequentar estabelecimentos físicos. Nesse cenário, oferecer *vouchers* de descontos para entrega de alimentos ou criar pacotes de assinatura de refeições são ações que estimulam o consumo.

Vale ressaltar que antes da inovação vem a análise: é preciso analisar os hábitos dos clientes para saber o que mudou e o que terá mais demanda no pós-quarentena. Vários empreendimentos estão introduzindo opções mais saudáveis em seus cardápios após perceberem que, durante o isolamento social, as pessoas engordaram ao fazer o consumo de compensação, isto é, como viram seus recursos de lazer – viagens, por exemplo – sendo limitados, passaram a compensar com o consumo de outras coisas e, com isso, estão ficando menos saudáveis. Por outro lado, há estabelecimentos que perceberam que o crescimento da modalidade *drive-thru* não é apenas de curto prazo, e tende a se manter, e se adaptaram para oferecer o serviço.

DENTRO E FORA DE CASA

A cultura do lazer em casa ganhou força, e os negócios precisam pensar em como fazer parte disso. É importante ir além do básico – posso fazer uma refeição e entregar, mas posso também criar um vídeo *on-line* ensinando uma receita tradicional do meu negócio, permitindo que as pessoas vivenciem uma experiência em casa. Muita gente aprendeu a ter lazer alimentício de outra forma e é preciso estar inserido nisso.

Para estabelecimentos como restaurantes, bares e lanchonetes, vale pensar em pequenos ambientes seguros para encontros – um ambiente temático com quatro ou cinco mesas altas, no estilo “bistrô”, para duas pessoas, para ser um ponto de encontro de um casal ou dois amigos ou familiares, por exemplo. Um espaço como esse, comportando até dez pessoas de forma espaçada, está alinhado aos decretos regionais e pode ser um ponto de encontro seguro dentro das normas de saúde estabelecidas.

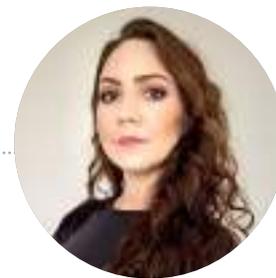
Ainda pensando sobre o *layout* do estabelecimento, hoje são comuns os projetos “bumerangue”, que fazem com que o consumidor ande até o fundo e volte para pagar na ponta. A partir de agora, deve-se optar pelo espaço que evite esse “vai e vem”, com um *layout* mais inteligente.

Ao pensar em médio prazo, quando a pandemia já tiver sido superada, outra dica é apostar em ambientes que façam com que o cliente permaneça

mais tempo no local como, por exemplo, oferecendo entretenimentos para as crianças. Há aqueles lugares que são “bate-volta”, ou seja, a pessoa come e vai embora. Quanto a estabelecimentos assim, pode ser que mais pessoas prefiram pedir comida por *delivery*. Se antes se optava por consumir no restaurante do bairro, agora, com a explosão do *delivery*, pode-se pedir comida do outro lado da cidade.

Trazer inovação e modernidade à operação de qualquer estabelecimento de alimentação é mais essencial do que nunca – enxugar o cardápio, tornando-o mais objetivo de acordo com os produtos de maior venda; substituir o menu físico pelo digital (com acesso por um *link* ou *QR Code*, por exemplo); ou colocar o cardápio exposto, sem a necessidade de tocá-lo, são ações básicas.

O que importa, de verdade, é o “algo a mais” que será feito a partir da avaliação das opções, dos recursos disponíveis e, principalmente, de um olhar mais inovador. ▲



▲ Mariana Carvalho Garcia de Souza
Consultora do Sebrae Paraná



ENVIE SUA PERGUNTA

Acesse assai.com.br/perguntas e mande sua dúvida sobre empreendedorismo e negócios. Ou, se preferir, comente em nossas publicações nas redes sociais (Facebook, Instagram e Twitter) usando a *hashtag* #RevistaAssaiResponde. Se sua pergunta for selecionada, ela será respondida aqui na revista!



INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE

SOMOS A EMPRESA DO FUTURO!



Siga a EMBALIXO no Facebook e Instagram:

@embalixo

Gestão em primeiro lugar



⬆ Período de desaquecimento da economia em decorrência da quarentena expôs fragilidade na administração de pequenos negócios no Brasil

Especialistas apontam a capacitação em gestão como saída para pequenos negócios de alimentação na recuperação do mercado

Mercado mais enxuto, com empreendedores muito mais dedicados a se desenvolverem na gestão dos seus negócios. É assim que especialistas do mercado de alimentação fora do lar enxergam o cenário pós-pandemia. Se, no início do ano, a expectativa era de que 2020 seria um dos melhores anos da década para o setor – conforme projeção da consultoria Food Consulting, com 4,8% de crescimento real –, a chegada do período de isolamento social, em março, trouxe a necessidade de revisar as estimativas, com perspectiva de queda de 30% no setor até o final do ano.

O estudo considera o impacto trazido pelo desaquecimento da economia, com aumento do desemprego e consequente queda na renda dos brasileiros. Além disso, a consultoria calcula que 20% dos estabelecimentos de alimentação fora do lar não vão mais reabrir as portas, e 20% a 30% do restante terão dificuldade para ficar em pé nos próximos meses. A estimativa, entretanto, também aponta uma recuperação no próximo ano em patamares semelhantes a 2019, quando houve crescimento de 3,4% nesse mercado.

Analisando o cenário pós-quarentena, com o retorno gradual dos clientes ao consumo, especialistas >>



ACESSE
WWW.
ACADEMIAASSAI
.COM.BR
E COHECE AGORA MESMO!

COMO ENCARAR OS DESAFIOS NO SEU NEGÓCIO?

Assista a nova série de vídeos **Superando Desafios** e confira dicas, ideias e tendências para melhorar a gestão do negócio e enfrentar os desafios do momento. Acesse pelo **QR Code** e confira em nosso site.

Ouçã também o **Podcast "Negócio em Dia"**, seu delivery de informação semanal: **novo episódio toda semana!**



DISPONÍVEL NO:



SPOTIFY



DEEZER



SOUND
CLOUD



ITUNES



CASTBOX

APOIO:



REALIZAÇÃO:



enxergam um mercado mais maduro, com os empreendedores tendo passado por um período de crescimento e amadurecimento na gestão do negócio.

Para Pedro Henrique Oliveira, professor de marketing e gestão e consultor na PH Gestão para Resultados, o período de crise levou um grande número de proprietários de pequenos negócios do setor de alimentação a buscar conhecimento em diversas áreas que são fundamentais para a gestão do seu empreendimento, mas que estavam sendo negligenciadas. “Muito do que eu costumo ensinar em sala de aula e que vários empreendedores costumam não levar tão a sério, como administração profissional, gestão adequada das finanças e maximização da rentabilidade – com redução de custos e ações criativas para aumentar a lucratividade –, tem um peso ainda maior em momentos de instabilidade do mercado. Porém, quem soube aproveitar o difícil pe-

ríodo de baixas vendas e conseguiu passar por isso não quebra mais, porque foi forçado a aprender o que é essencial na administração de um empreendimento. O período chamado ‘pós-quarentena’ vai demandar um novo nível de gestão, e sinaliza oportunidades para os empreendedores que buscarem se capacitar e se atualizar”, afirma.

De acordo com Sergio Molinari, da Food Consulting, foi identificado em grande parte dos pequenos negócios do setor de alimentação um conjunto comum de erros de gestão que contribuíram para ampliar as consequências do período de isolamento social. Dentre esses erros, estão: capital de giro reduzido; recebíveis já antecipados; endividamento alto e contabilidade precária. “Quando se junta esse grupo de características, percebe-se a fragilidade dos negócios em um momento de crise, especialmente por parte de empresas menores e até mesmo mais recentes”, observa o consultor.

“O período chamado ‘pós-quarentena’ vai demandar um novo nível de gestão, e sinaliza oportunidades para os empreendedores que buscarem se capacitar e se atualizar”

*Pedro Henrique Oliveira,
professor de marketing
e gestão*

CAPITAL DE GIRO

Tecnicamente, o capital de giro corresponde à diferença entre os recursos disponíveis em caixa e a soma de todas as despesas e contas a pagar. Em outras palavras, significa o valor que um negócio dispõe para se manter em funcionamento. De acordo com Pedro Henrique, a grande taxa de falência de empresas no Brasil tem relação direta com a falta de capital de giro: “O empreendedor compra os insumos normalmente à vista ou com prazo curto de pagamento. Mas, até comercializar o produto e, de fato, receber o dinheiro, há um período de tempo – especialmente considerando que parte dos pagamentos são feitos a prazo. Nesse período entre a compra dos insumos e o recebimento do dinheiro, é preciso que haja recursos para pagar as contas de energia, salários de funcionários, aluguel e as demais despesas”.

O consultor aponta que, em termos gerais, o capital de giro deve ser suficiente para pagar todas as contas do negócio por pelo menos 45 dias. “O grande desafio para o empreendedor é guardar um capital mínimo pra esses 45 dias. Quando não há essa preocupação, ele ‘cai do cavalo’ com as contas do dia a dia”, relata Pedro Henrique, destacando o problema crítico da carência de entendimento, por parte do empreendedor brasileiro, sobre as finanças do negócio, o que ganha maior destaque em tempos de instabilidade econômica.



ANTECIPAÇÃO DE RECEBÍVEIS

A partir do início da baixa geral nas vendas, alguns empreendedores que não dispunham de capital de giro suficiente recorreram à antecipação dos recebíveis como alternativa para cobrir as despesas mais urgentes. A prática de antecipar recebíveis significa adiantar, geralmente mediante uma taxa de juros, o recebimento de valores que só chegariam mais tarde – no mercado de alimentação, isso acontece principalmente em vendas feitas por cartão de crédito e por plataformas de *delivery*.

Entretanto, uma grande parcela de proprietários de negócios já havia antecipado todo o fluxo de contas a receber antes da pandemia, ficando sem nenhuma fonte de recursos em curto prazo. “Antecipar o recebimento dos recursos é comum no nosso mercado, mas é preciso haver um grande controle financeiro. Quando o empreendedor precisa de crédito rápido, pode ser uma boa ideia, já que os juros são

bem menores do que os das linhas de crédito. Porém, muitos fazem isso sem controle nenhum, gerando um ‘buraco’ nas finanças do negócio e um alto gasto com juros”, alerta Pedro Henrique.

ENDIVIDAMENTO ALTO E CONTABILIDADE PRECÁRIA

De acordo com Sergio Molinari, o alto endividamento, aliado à contabilidade precária, tornou difícil para grande parte dos empreendimentos afetados pelos efeitos econômicos da quarentena ter acesso aos programas governamentais de proteção aos pequenos negócios, especialmente quanto às linhas de crédito com condições especiais.

Problemas desse tipo, no controle das finanças, comprometem a saúde do empreendimento e tornam mais difícil encontrar uma saída. Novamente, a recomendação dos especialistas é pela atualização e capacitação constante do empreendedor do ponto de vista de gestão do negócio.

PERSPECTIVAS

Para Pedro Henrique, o cenário pós-pandemia trará consumidores mais seletivos e com novos comportamentos de consumo. Mas cabe ao empreendedor se reinventar para estar melhor preparado para gerenciar seu negócio e torná-lo mais saudável financeiramente e mais resistente a períodos de instabilidade econômica. “Quem souber navegar nesse mercado a partir de agora terá boas oportunidades. Empreendedores que não forem criativos e não viverem a atualização imediata do mercado estarão fora. Mas aqueles que se dispuserem a se capacitar e a se atualizar constantemente, principalmente do ponto de vista da administração do negócio, das finanças, do marketing e da gestão de pessoas, terão um bom caminho à frente”, orienta o consultor. 🌅





Pagamento pelo cartão

Auxílio Emergencial

Assaí Atacadista aceita opção de pagamento em todas as unidades, facilitando a compra para os beneficiários do auxílio

Desde o dia 16 de maio, os beneficiários do auxílio emergencial concedido pelo Governo Federal no período da pandemia de coronavírus poderão utilizar o cartão de débito virtual Caixa Elo para compras nas lojas do Assaí em todo o país. O cartão é disponibilizado aos que não possuem conta em banco.

A medida terá vigência enquanto o auxílio continuar sendo pago e traz uma alternativa de abastecimento para os consumidores, facilitando o momento de compras.

O Assaí, junto com outras marcas do GPA, como Extra, Pão de Açúcar e Compre Bem, firmou parceria com a Cielo, que adaptou um modelo de maquininha para aceitar o pagamento

com o cartão de débito virtual. Juntas, as redes Assaí, Extra, Pão de Açúcar e Compre Bem oferecem mais de mil pontos de venda em todo o país.

COMO UTILIZAR

Para utilizar o cartão virtual, o beneficiário deverá gerar um código diretamente pelo aplicativo Caixa Tem e digitar os dados na maquininha da Cielo no ato do pagamento das compras. A transação é finalizada em segundos.

CARTEIRA DIGITAL

Para clientes que utilizam plataformas de carteira digital, é possível transferir os valores do auxílio emergencial para suas contas nessas plataformas, utilizando o aplicativo Caixa Tem, e pagar por suas compras no Assaí!

COMPRA SEGURA

Desde o início do isolamento social, as lojas do Assaí redobram os cuidados com a limpeza – seguindo as recomendações das autoridades e dos órgãos de saúde – em prol da segurança de clientes e colaboradores. As unidades possuem, ainda, protocolos de acesso para evitar aglomerações, e sinalizações nas áreas internas e externas das lojas sobre as práticas recomendadas durante as compras, como manter distância dos demais clientes e, sempre que possível, definir apenas uma pessoa da família como responsável pela ida ao mercado. 🌞

CARTÕES ASSAÍ

UM ASSAÍ DE POSSIBILIDADES NA PALMA DA SUA MÃO!

CARTÃO DE CRÉDITO **PASSAÍ**

Para pagar sempre
o **melhor preço** no Assaí.
Preço de atacado
a partir de 1 unidade¹.



CARTÃO **PRESENTE ASSAÍ**

Cartão pré-pago para presentear
quem você gosta com a nossa economia.

CARTÃO PRÉ-PAGO **CESTA BÁSICA ASSAÍ**

Para contribuir com
quem mais precisa.

NO ASSAÍ, VOCÊ CONTA COM DIVERSOS CARTÕES PARA FAZER O SEU MELHOR NEGÓCIO. CONHEÇA TODAS AS VANTAGENS EM: ASSAI.COM.BR/CARTOES

¹ Nas lojas ASSAÍ, ao efetuar o pagamento de suas compras com o cartão de crédito Passaí, pague preço de atacado comprando em quantidades de varejo. Confira as etiquetas com destaque de preço, regras de desconto e plano de pagamento nas lojas Assaí. Condições de pagamento exclusivas para cartão de crédito Passaí. Promoção não-cumulativa com outras promoções e ofertas. *Sujeito à análise.





O poder da Inclusão

Saiba como agir de forma inclusiva junto a pessoas com deficiência auditiva, que passam por uma série de desafios quanto à educação, ao lazer e ao trabalho

Para as pessoas que nascem ouvintes, isto é, que não possuem deficiências em seu sistema auditivo, é difícil imaginar todos os desafios enfrentados por aqueles que têm alguma limitação auditiva. A comunidade surda no mundo inteiro tem lutado, ao longo da história, para ter sua identidade, sua língua e sua cultura reconhecidas. Mesmo nos tempos atuais, em que vemos muitas iniciativas inclusivas, as pessoas surdas ou com deficiência auditiva ainda precisam superar dificuldades

todos os dias, principalmente no que diz respeito ao acesso à informação e à inserção no mercado de trabalho.

Uma pesquisa do Instituto Locomotiva (2019) indica que há mais de 10 milhões de pessoas com esse tipo de deficiência no Brasil. A maior parte dos surdos (ou seja, indivíduos com perda total da audição) não compreende o português e depende exclusivamente da Língua Brasileira de Sinais (Libras) para se comunicar. Isso pode gerar obstáculos em atividades cotidianas, como no acesso à educação e ao lazer, e especialmente em

sua inclusão no mercado de trabalho, em que apenas 37% das pessoas com essa limitação estão inseridas.

“As pessoas com deficiência auditiva parcial, oralizadas, têm mais chances de contratação do que os surdos que se comunicam em Libras”, explica a especialista em inclusão Talita Cristina Oliveira, sócia da Inovare Inclusiva, que atua na seleção de profissionais com deficiência. “Os desafios se dão por conta da barreira comunicacional, do medo de arriscar e de errar durante a conversação em um novo idioma”, completa.

COMO PROMOVER A INCLUSÃO?

Em geral, grandes empresas possuem programas de contratação de pessoas com deficiências, com orientações a serem seguidas no convívio entre a equipe. No entanto, pequenos negócios podem ter dificuldades na inclusão de pessoas surdas.

Para que um colaborador com deficiência auditiva possa ser bem recebido em um negócio de pequeno porte, gerando uma sensação de pertencimento, é preciso atender às necessidades individuais dessa pessoa. Nesse sentido, é importante que todos os colaboradores façam um curso de Libras – na Internet há opções gratuitas. “O proprietário também pode conscientizar a equipe sobre as particularidades do novo colega, trazer dicas (como não ficar de cabeça baixa ou com algum objeto na frente dos lábios), incentivar a aprender o novo idioma e tranquilizar a todos, esclarecendo que também é aceito fazer desenhos, mímica ou escrever. O importante é não deixar de conviver e de se comunicar com a pessoa”, orienta Talita.

RESPEITO ÀS DIFERENÇAS

Além de cumprir uma importante função social, pequenos negócios que se dedicam à inclusão e à diversidade podem se beneficiar de diferentes formas. Talita aponta três benefícios diretos para empreendimentos inclusivos: a soma de diferentes perfis, que pode tornar o negócio mais eficiente e criativo; a valorização da marca pelos clientes; e o amadurecimento do empreendedor e da sua equipe. “Quanto mais pessoas com perfis diferentes fizerem parte de um negócio, melhor, porque haverá mais ideias que podem aperfeiçoar diversas coisas dentro do empreendimento. Pessoas com o mesmo perfil vão trazer, na maior parte do tempo, ideias

semelhantes”, ressalta. “Outro ponto é a questão da responsabilidade social. Ter na equipe uma pessoa que possua algum tipo de deficiência gera uma percepção muito positiva por parte dos clientes, reforçando a conexão com a marca. Há, ainda, o aspecto do desenvolvimento do empreendedor e da equipe. Quando a equipe é diversa, as pessoas acabam melhorando diferentes habilidades, principalmente comunicacionais”, explica a especialista em inclusão.

Talita também destaca a importância de não criar barreiras ao pensar na contratação de um novo colaborador: “O mais comum é que os

pequenos negócios busquem somente pessoas sem deficiências ao pensar numa contratação. Infelizmente, no Brasil, muitas empresas acabam contratando pessoas com deficiência apenas quando são obrigadas por lei. No entanto, o pequeno empreendedor pode se posicionar de forma diferente e não criar barreiras para a admissão de alguém com uma limitação como a auditiva, por exemplo. Ele pode contratar pela competência do profissional e não pelo fato de ter ou não uma deficiência”. A especialista ainda reforça a importância de o empreendedor ter um conhecimento mínimo sobre Libras para facilitar o processo. >>

“O mais comum é que os pequenos negócios busquem somente pessoas sem deficiências ao pensar numa contratação. Infelizmente, no Brasil, muitas empresas acabam contratando pessoas com deficiência apenas quando são obrigadas por lei”

Talita Cristina Oliveira, especialista em inclusão

> **26 de setembro é o Dia Nacional do Surdo. A data tem como objetivo aumentar a conscientização dos ouvintes sobre a inclusão social desse grupo no Brasil**



TECNOLOGIA PARA INCLUSÃO

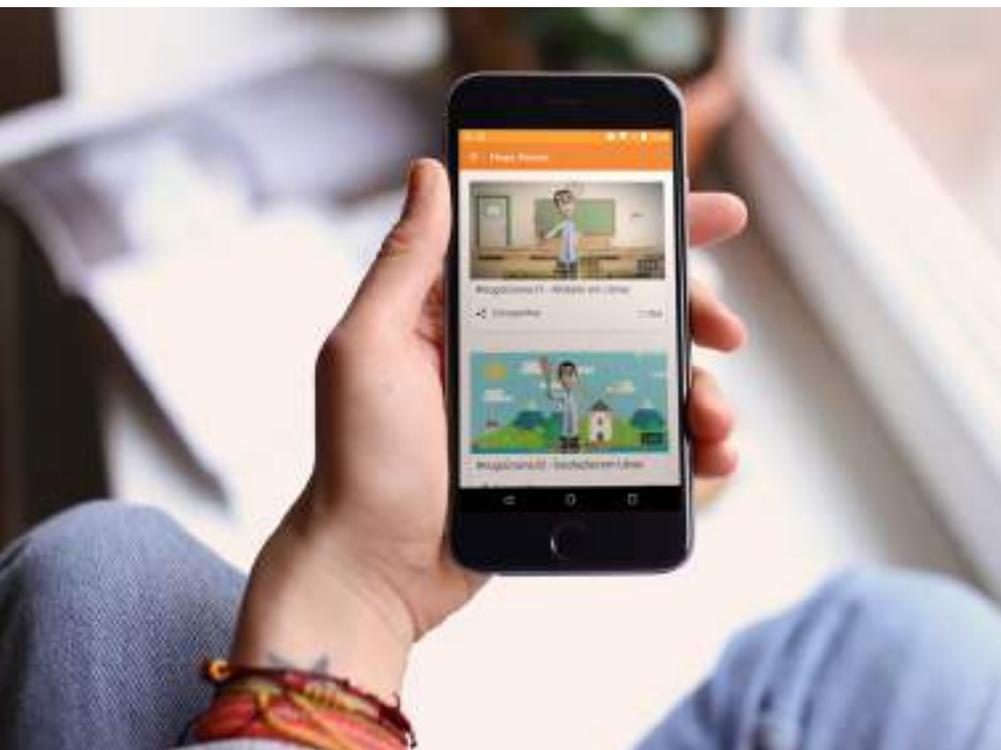
A tecnologia cumpre um importante papel quando o assunto é inclusão de pessoas com deficiência auditiva. Para quebrar barreiras de comunicação entre ouvintes e surdos, há ferramentas que facilitam a conversação em diversas situações. Uma delas é o aplicativo gratuito HandTalk, que funciona como um dicionário de bolso para consulta de sinais e pequenas frases em Libras. “Uma vez que a Libras é uma linguagem visual, não é tão fácil construir registros da língua, e o aplicativo acaba sendo esse espaço em que se pode encontrar e entender os sinais, facilitando o diálogo com pessoas surdas”, afirma João Vitor Bogas, porta-voz da HandTalk.

O aplicativo, que já soma 3,5 milhões de *downloads*, conta com o personagem Hugo, uma animação, para demonstrar os sinais. “O Hugo surgiu com a proposta de quebrar essa barreira de comunicação entre

surdos e ouvintes. Ele foi desenhado de modo a simplificar esse processo: com mãos bem grandes, que ajudam a visualizar a tradução e os sinais, além de um rosto expressivo, justamente para que fique clara a mensagem que está passando ao se comunicar com os usuários”, explica João Bogas.

Além da função de tradução de frases para Libras, o aplicativo possui a ferramenta “Hugo Ensina”, que consiste em uma série de vídeos curtos que ensinam sinais em situações variadas do dia a dia.

Para pequenos negócios, o HandTalk pode contribuir tanto para o aprendizado da língua de sinais por parte da equipe quanto para facilitar a comunicação no dia a dia com um novo colaborador que possua deficiência auditiva, já que no aplicativo é possível consultar como se gesticula praticamente qualquer frase em Libras.



📱 “Dicionário de bolso” para conversação em Libras, aplicativo HandTalk pode ser baixado gratuitamente para Android e iOS

DICAS PARA O CONVÍVIO COM PESSOAS COM DEFICIÊNCIA AUDITIVA

- Acene ou toque levemente em seu braço para iniciar uma conversa;
- Fale de frente para a pessoa, não de lado ou atrás dela;
- Procure sempre falar de maneira natural, clara e objetiva;
- Seja expressivo. As pessoas surdas não podem identificar as mudanças de tom que indicam afirmação, negação, pergunta, alegria, tristeza, etc.
- Evite o uso de objetos obstrutivos em frente aos seus lábios;
- Mantenha contato visual;
- Não cruze entre duas ou mais pessoas com deficiência auditiva enquanto elas estiverem conversando;
- Ofereça formatos alternativos para as informações sonoras, como texto escrito, desenhos, ou língua de sinais;
- Mantenha o foco nas potencialidades e não nas limitações das pessoas com deficiência.



⚠ Dificuldades de comunicação por parte de pessoas com deficiência auditiva podem gerar obstáculos em atividades cotidianas, como no acesso à educação, ao lazer e à inclusão no mercado de trabalho

Como se referir

➤ **Pessoa com deficiência auditiva:** é o termo considerado mais adequado para qualquer pessoa com perda auditiva branda, moderada ou severa, porque destaca o sujeito antes da condição.

➤ **Surdo:** pessoa com perda total da audição, que não escuta nada, nem mesmo com a ajuda de aparelho auditivo.

➤ **Surdo oralizado:** pessoa com perda auditiva, mas que articula a fala para se comunicar. Geralmente, é capaz de realizar leitura labial.

➤ **Surdo sinalizante:** pessoa com perda auditiva, que usa a Libras como forma de comunicação.

NUNCA USAR

➤ **Surdo-mudo:** Muitas pessoas surdas não falam porque não aprenderam, e não por possuírem algum distúrbio específico relacionado à fala. Há uma minoria de surdos que também são mudos. Por isso, esse é um termo incorreto, que nunca deve ser utilizado.



CURSO GRATUITO DE LIBRAS

Que tal contribuir com a inclusão da comunidade surda aprendendo o idioma de sinais? Para fazer o curso gratuito de Libras, acesse bit.ly/Libras_EVG



Dia dos Pais

Ao fazer as compras, não se esqueça de levar algo para agradar seu melhor amigo!

ANTITRANSPIRANTE REXONA MASCULINO

150 ml

Com tempo de duração muito maior, o desodorante aerossol Rexona conta com aroma balanceado, proporcionando proteção refrescante que elimina bactérias responsáveis pelo mau odor.



SHAMPOO HEAD & SHOULDERS

400 ml

O shampoo masculino "3 em 1" Head & Shoulders conta com fragrância refrescante e ingredientes hidratantes para limpar profundamente os cabelos, suavizar os fios e proteger contra a caspa.

APARELHO DE BARBEAR GILLETTE MACH 3

1 unidade

Ótimo custo-benefício e mais conforto no barbear. As três lâminas do aparelho são colocadas progressivamente, o que aumenta a proximidade de cada uma com os pelos e reduz o desconforto.



VINHO PASO LOS VALLES

750 ml

Se o seu pai adora um vinho, o Paso Los Valles é a pedida certa! De origem chilena, a bebida é comercializada no Brasil exclusivamente pelo Assaí.



DESODORANTE TENYS PÉ

86 g e 100 g

Oferecendo proteção, refrescância, aroma suave e controle da transpiração excessiva, o desodorante Tenys Pé – disponível nas versões jato seco (86 g) e pó (100 g) – mantém os pés livres de odores por muito mais tempo.



GB·M·N



·GIOVANNA BABY·



/giovannababyoficial
giovannababy.com.br

PANTENE



**NUTRIÇÃO DA RAIZ
PARA SEU CABELO**

Crescer mais forte



*VS SHAMPOO SEM INGREDIENTES CONDICIONANTES.

por Jessica Krieger

Apoio familiar

Chef conta história do seu empreendimento, destacando importância do apoio do marido na divisão das tarefas domésticas para o crescimento do negócio

Eu nasci em Feira de Santana, na Bahia, e moro em São Paulo desde o meu primeiro ano de vida. Sou *chef* de cozinha e, antes de criar a Chermoula Cultura Culinária, trabalhava em restaurantes com uma rotina bem puxada, de 12, 14 horas ou mais. E no final do dia ainda dava aulas de gastronomia em uma faculdade.

Conheci o Luiz Felipe, meu marido, em 2010, em um bar em que eu era *sous chef* e ele, de vez em quando, fazia uns “bicos” como garçom. A gente começou se “paquerando” e estamos aí, juntos há dez anos. Nós nos casamos há seis anos e logo depois nasceu o Pedro, em 2015, e a Maria Luiza, em 2017.

Com a chegada da maternidade, não me adaptava mais no mercado e, como já fazia eventos como fonte de renda extra, passei a pensar nisso como um trabalho mais sério, como um empreendimento. Percebi

que era um segmento de mercado com que eu me identificava, e os clientes também valorizavam meu estilo de cozinha, que já naquela época tinha uma influência africana – uma gastronomia com bastante cultura, com conteúdo. E eu comecei a desenhar a cara da Chermoula Cultura Culinária a partir daí.

O negócio começou a ganhar corpo a partir da minha primeira gestação, e desde então meu marido sempre esteve muito próximo, incentivando e apoiando. Na época, eu não dirigia,

só ele. Então, ele me ajudava em tudo relacionado aos eventos: das compras ao preparo, a gente fazia o trabalho todo em conjunto.

A linha de produtos com geleias artesanais, doces de compotas, bolos caseiros e azeites aromatizados surgiu desde o começo: eu já tinha a visão de que isso poderia sustentar o faturamento em determinados momentos. Meu marido foi quem mais apoiou essa ideia, já que entende essa questão de uma forma mais sistêmica, dentro de uma cadeia. >>



▲ Aline atua em eventos, recepções e coquetéis com sua culinária autoral

VIGOR

Descubra esse sabor



Ele traz muitas ideias, faz avaliação das coisas que estão acontecendo, dos produtos que foram lançados.

A Chermoula atende mais clientes “pessoa jurídica”, organizando almoços corporativos, *coffee breaks*, cafés da manhã, coquetéis... Então, em um mês bom (tirando dezembro, que é um mês fora do normal) fazemos seis a oito eventos. O grande diferencial do meu negócio é trabalhar com culinária **diaspórica** da África para a América a partir de temperos, especiarias e ingredientes marcantes. O carro-chefe é o *jambalaya*, um prato típico de New Orleans, na região da Louisiana, nos Estados Unidos. É um prato de misturas, tem influência espanhola – é parecido com uma *paella* –, mas também francesa e africana.

Desde o início da quarentena, não tendo como fazer eventos presenciais, passei a trabalhar com clientes “pessoa física”, o que diminuiu meu faturamento. Estou investindo em preparos especiais para datas comemorativas e também em marmitas congeladas, com kits semanais.

Antes da pandemia, as tarefas eram mais bem divididas na nossa rotina, porque a gente já estava habituado a tudo aquilo. Depois, no contexto de distanciamento social, ficou mais complexo para todo mundo: para as crianças, sem poder sair de casa; para o Luiz Felipe, que é professor e tem suas atividades *on-line* – aulas, reuniões, correções de trabalhos etc. E eu cozinho e cuido de toda a parte administrativa da Chermoula.

Diaspórica

O termo diáspora tem a ver com dispersão e deslocamento. A diáspora africana é o nome dado a um fenômeno caracterizado pela migração forçada de africanos durante o tráfico transatlântico de escravizados. Com essa dispersão, os africanos trouxeram consigo seus modos de vida, suas culturas, práticas religiosas e línguas.

(Fonte: Fundação Cultural Palmares)



▲ Aline ao lado dos filhos e do marido, Luiz Felipe: apoio em casa para crescer nos negócios

Ao longo desse período, estamos tentando encontrar saídas. Às vezes, a gente acerta, às vezes erra. Mas ele sempre está disposto a ajudar, dividindo as responsabilidades no cuidado com a casa e com as crianças.

Trabalhar em casa é desafiador por vários motivos, mas principalmente por ser um ambiente coletivo da família. Montamos uma agenda, assim, os dois conseguem fazer suas tarefas de trabalho e de casa sem sobrecarregar tanto as minhas funções. Meu esposo cuida das roupas e limpa o chão da casa pela manhã. Essa divisão é essencial para eu conseguir trabalhar.

Ser mulher na sociedade atual não é algo fácil. Ser mãe também não é

fácil. Muitas de nós encontramos no ato de empreender uma forma de conciliar a maternidade e a emancipação. Temos condições de ter uma fonte de renda que contribui em casa, e isso nos dá liberdade de fazer escolhas que são cruciais para encarar a maternidade da forma como cada uma de nós deseja.

Ter um marido que apoia facilita todo o processo. Se ele não apoiar e colocar empecilhos para o funcionamento do negócio será um obstáculo muito grande para quem quer empreender. É fundamental ter um marido que entenda qual é o seu espaço, seu papel em meio a tudo isso, e possibilite que a companheira siga com seus sonhos e sua carreira. ▲

saiba mais

bit.ly/AlineChermoula



▲ **Aline Chermoula**

Proprietária da Chermoula Cultura Culinária

UM NATURAL ONE PARA CADA MOMENTO AGORA COM NOVAS EMBALAGENS!

FORTALECE
O SISTEMA
IMUNOLÓGICO



- 100% NATURAL,
- SEM ADIÇÃO DE AÇÚCAR,
- SEM CONSERVANTES.

Natural
one
PURA VERDADE



◀ MARKETING DIGITAL PARA O EMPREENDEDOR

Com a aceleração das mudanças nos hábitos de consumo provocadas pelo isolamento social, cada vez mais seus clientes recorrerão à Internet para comprar alimentos e bebidas ou para encontrar um estabelecimento de alimentação fora do lar para consumir. Com esse curso *on-line* e gratuito do Sebrae, você vai descobrir como construir e monitorar uma estratégia de marketing digital para divulgar o seu negócio e atrair mais clientes.

CARGA HORÁRIA: 2 h



VALOR: gratuito

INFORMAÇÕES: bit.ly/Mkt_Digital_Sebrae

▶ PRODUÇÃO DE CONTEÚDO PARA A INTERNET

Nesse curso gratuito da Universidade Rock Content, instituição especializada em Marketing Digital, você irá aprender as habilidades necessárias para produzir conteúdos para a Internet, desde a pesquisa das palavras-chave mais buscadas até as principais técnicas de produção capazes de gerar conteúdos atrativos e originais. Durante o curso, você também verá casos de sucesso de outros empreendedores que conseguiram aumentar a divulgação do seu negócio e, conseqüentemente, seu faturamento por meio da produção de conteúdos para a Internet.

CARGA HORÁRIA: 2h30



VALOR: gratuito

INFORMAÇÕES: bit.ly/ConteudoRockContent



◀ MARKETING NO INSTAGRAM

Esse curso *on-line* da Udemy ensina desde os primeiros passos como fazer marketing para seu negócio no Instagram, rede social que já soma 70 milhões de usuários no Brasil de acordo com o relatório Data Reportal (2019). Nele, você vai aprender as principais estratégias para aumentar a divulgação do seu empreendimento e traduzir isso em geração de receita de forma orgânica, ou seja, sem recorrer a anúncios pagos na plataforma.

CARGA HORÁRIA: 7h30



VALOR: R\$ 30,99

INFORMAÇÕES: bit.ly/InstagramMktUdemy





**MARKETING DE CONTEÚDO
– A MOEDA DO SÉCULO XXI**

Autor: Rafael Rez

Esse livro é um guia para o empreendedor que entendeu o caminho de transformação digital que os negócios de alimentação inevitavelmente vão trilhar. O autor pretende aprofundar seus conhecimentos para você criar uma presença digital sólida para o seu empreendimento a partir da produção de conteúdos que encantem o seu cliente e gerem vendas. Com uma linguagem simples e focada na prática, o livro aborda desde o conceito do marketing de conteúdo até o passo a passo para conquistar e manter clientes por meio desse poderoso recurso.



INTELIGÊNCIA POSITIVA

Autor: Shirzad Chamine

Partindo da premissa de que a mente humana é a melhor aliada de cada pessoa e, paradoxalmente, também a pior inimiga, nesse livro, Shirzad Chamine o levará a compreender melhor como seu cérebro funciona e o quanto ele pode ser benéfico ou prejudicial no dia a dia. Além disso, você aprenderá a identificar quais são seus principais “sabotadores internos”, bem como a enfraquecê-los. O livro é baseado em pesquisas científicas sobre inteligência emocional e é uma ótima leitura para períodos de incertezas, em que as emoções precisam de maior atenção.

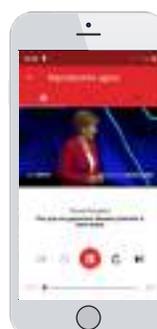


MOJO

Disponível para Android e IOS



Para quem deseja elevar o nível dos seus stories do Instagram, tornando-os muito mais interessantes e dinâmicos, o Mojo é a opção ideal! Com ele, você tem à disposição vários modelos editáveis para criar seus stories, além de permitir a criação de títulos animados, textos mais atrativos e montagens com fotos e vídeos. Tudo com uma navegação simples e intuitiva. O aplicativo oferece várias funcionalidades na versão gratuita.



TED

Disponível para Android e IOS



As conferências da organização não governamental TED mobilizam milhões de pessoas ao redor do mundo com palestras sobre negócios, desenvolvimento pessoal, tecnologia e vários outros temas com profissionais notadamente destacados em suas áreas de atuação. Com esse aplicativo, você terá acesso a centenas de vídeos legendados em português com palestras do seu interesse. E o melhor: todo o conteúdo é gratuito!



VÁRIAS ESCOLHAS PARA MATAR SUA SEDE!





ALAGOAS

Assai Arapiraca
Rua Maria Genusir Soares, 308
(Rod. AL 220) - Planalto
Tel.: (82) 3522-8600 / 3522-8602

Assai Maceió
Av. Menino Marcelo, s/n - Maceió
Tel.: (82) 3334-4269 / 3334-3949

AMAPÁ

Assai Macapá
Rod. Juscelino Kubitschek, Lote 03 - Macapá
Tel.: (96) 3203-0400 / 3203-0401

AMAZONAS

Assai Manaus
Av. Autaz Mirim, 8.755 - Mutirão
(Grande Circular)
Tel.: (92) 3247-2250 / 3247-2251

Assai Manaus II
Av. Efigênio Salles, 2.045 - Aleixo
Tel.: (92) 3643-0600 / 3643-0602

BAHIA

Assai Calçada
Rua Luiz Maria, s/n (Calçada) - Salvador
Tel.: (71) 3316-8750 / 3316-8751

Assai Camaçari Jorge Amado
Av. Jorge Amado, s/n - Jardim Limoeiro
Tel.: (71) 3454-0250 / 3454-0251

Assai Feira de Santana
Av. Eduardo Fróes da Mota, s/n
Feira de Santana
Tel.: (75) 3626-3556 / 3624-1432

Assai Guanambi
BR 030, km 06 (próximo ao aeroporto),
bairro São Sebastião
Tel.: (77) 3452-4450 / 3452-4451

Assai Ilhéus
Estrada Una-Ilheus, 222
(São Francisco) - Ilhéus/BA
Tel.: (73) 3657-6650 / 3657-6651

Assai Itapetinga
Rodovia BA 263 - Recanto da Colina
(Em frente à UESB) - Itapetinga
Tel.: (77) 3262-3500 / 3262-3501

Assai Jequié
Av. Cesar Borges, s/n - São Judas Tadeu
Tel.: (73) 3526-7423 / 3526-7131

Assai Juazeiro da Bahia
Av. São João, s/n - Juazeiro
Tel.: (74) 3614-2490 / 3614-2274

Assai Lauro de Freitas
Av. Santos Dumont, 2.239 -
Lauro de Freitas
Tel.: (71) 3289-9500 / 3289-9501

Assai Paulo Afonso
Av. do Aeroporto (BA - 210),
S/N - Jardim Bahia - Paulo Afonso
Tel.: (75) 3282-3900 / 3282-3901

Assai Parque
Av. Afranio Peixoto, s/n - Salvador
Tel.: (71) 3404-8450 / 3404-8451

Assai Salvador Golf Club
Av. Aliomar Baleeiro, s/n
Bairro Pau da Lima (antigo Golf Club)
Tel.: (71) 3282 - 0400 / 3282 - 0401

Assai Senhor Do Bonfim
BR 407 - Sentido Capim Grosso (próx. à entrada
de Umburanas) - Senhor do Bonfim
Tel.: (74) 3542-4900 / 3542-4901

Assai Serrinha
Av. Lomanto Junior - BR 116, s/n (Cidade Nova)
Serrinha
Tel.: (75) 3261-8550 / 3261-8551

Assai Vitória da Conquista
Anel Rodoviário Jádriel Matos Leste, s/n
Tel.: (77) 3425-0072 / 3425-0347

CEARÁ

Assai Bezerra de Menezes
Av. Bezerra de Menezes, 571 - Fortaleza
Tel.: (85) 3533-4499 / 3533-4476

Assai Caucaia
Rodovia BR. 222, 6.970, Bloco A - Caucaia
Tel.: (85) 3285-3739 / 3285-2966

Assai Fortaleza BR116 - Messejana
BR 116, km 04, próx. à Av. Oliveira Paiva
Cidade dos Funcionários - Fortaleza
Tel.: (85) 3251-4700 / 3251-4701

Assai Juazeiro do Norte
Av. Padre Cícero, 4.400 - Juazeiro do Norte
Tel.: (88) 3571-4408 / 3571-3972

Assai Maracanaú
Av. Dr. Mendel Steinbruch com
Av. do Contorno - Pajuçara
Tel.: (85) 3383-5900 / 3383-5901

Assai Parangaba
Av. Godofredo Maciel, 86 - Fortaleza
Tel.: (85) 3292-6416 / 3292-6422

Assai Sobral
Rodovia BR 222, 3.668
Cidade Gerardo Cristino de Menezes
Tel.: (88) 3614-0008 / 3614-4573

Assai Washington Soares
Av. Washington Soares, 5.657
Fortaleza
Tel.: (85) 3533-8200

DISTRITO FEDERAL

Assai Brasília Sul
Sia Trecho 12, Lote 105, loja 1
Zona Industrial, s/n - Brasília
Tel.: (61) 3233-1773 / 3233-2624

Assai Ceilândia
Setor M Qnm 11 - Mezanino - Brasília
Tel.: (61) 3372-8112 / 3373-6024

Assai Taguatinga
QS 9 - Rua 100, Lote 04 (Areal - Pistão Sul EPNB)
Brasília
Tel.: (61) 3456-9150 / 3456-9151

GOIÁS

Assai Anápolis
Av. Universitária, 765 - Anápolis
Tel.: (062) 3310-8700 / 3310-8701

Assai Goiânia Buriti
Av. Padre Orlando Moraes, s/n - Goiânia
Tel.: (62) 3280-7205 / 3280-7156

Assai Goiânia Independência
Av. Independência, s/n
(ao lado do Parque Mutirama) -
Goiânia - Setor Central
Tel.: (62) 3243-5801 / 3243-5802

Assai Goiânia Perimetral
Av. Perimetral Norte, 2.609
Setor Vila João Vaz - Goiânia
Tel.: (62) 3219-7850 / 3219-7855

Assai Goiânia Av. T9
Av. T-9, s/n - Jardim Europa
(próximo ao Terminal Bandeira) - Goiânia
Tel.: (62) 3219-8700

Assai Rio Verde
Rua João Moreira (Rodovia BR 60 -
Vila Mariana)
S/N Lote A - Rio Verde
Tel.: (64) 3901-3150 / 3901-3151

Assai Valparaíso
BR 040 - Km 3 - sentido Luziânia
Valparaíso de Goiás
Tel.: (61) 3669-9850 / 3669-9851

MATO GROSSO

Assai Cuiabá
Rua Fernando Corrêa da Costa, 4.875
Coxipó
Tel.: (65) 3667-9287 / 3667-4850

Assai Rondonópolis
Av. Presidente Médici, 4.269
Rondonópolis
Tel.: (66) 3425-2167 / 3425-2171

Assai Várzea Grande
Av. Dom Orlando Chaves, s/n
Tel.: (65) 3685-4737 / 3685-4739

MATO GROSSO DO SUL

Assai Campo Grande
Av. Fábio Zahran, 7.919 - Vila Carvalho
Tel.: (67) 3342-6665 / 3342-6850

Assai Campo Grande Aeroporto
Av. Duque de Caxias, 3.200 - Campo Grande
Tel.: (67) 3368-1650 / 3368-1651

Assai Coronel Antonino
Rua Av. Consul Assaf Trad, s/n
Campo Grande
Tel.: (67) 3354-6000

Assai Dourados
Rua Coronel Ponciano, 785 - Terra Roxa
Tel.: (76) 3416-2500 / 3416-2501

MARANHÃO

Assai São Luís Guajajaras
Av. Guajajaras, 06 (São Bernardo) - São Luís
Tel.: (98) 3133-6566 / 3133-6567

MINAS GERAIS

Assai Contagem
Av. João César de Oliveira 4.321
Tel.: (31) 3198-3100 / 3198-3101

Assai Uberlândia
Av. Rondon Pacheco, 755 - Tabajaras
Tel.: (34) 3299-4600 / 3299-4601

PARÁ

Assai Ananindeua
Rodovia BR 316, KM 9 - Próximo ao posto
da Polícia Federal - Ananindeua
Tel.: (91) 3262-8350 / 3262-8351

Assai Belém
Av. Independência com Rodovia Mário Covas
Coqueiro - Belém
Tel.: (91) 3284-1551

Assai Castanhal
(BR 316) Av. Pres. Getúlio Vargas, 5.600
Tel.: (91) 3412-4650 / 3412-4651

Assai Parauapebas
Rodovia PA 275, S/N (Bairro Gleba Carajás III)
Parauapebas
Tel.: (94) 3352-5250 / 3352-5251

Assai Santarém
Av. Engenheiro Fernando Guilhon, S/N
(Santarémzinho) - Santarém
Tel.: (93) 3524-7900 / 3524-7901

PARÁIBA

Assai Campina Grande
Av. Assis Chateaubriand, s/n - Liberdade
Tel.: (83) 3331-3507 / 3331-1984

EXPERIMENTE VEGETAIS CONGELADOS GRANO



Acreditamos que comer bem e saudável é para todo mundo!

Nossos vegetais são congelados e embalados com alto grau de higienização e minimamente manipulados. Garantindo assim, tranquilidade e segurança para você e sua família!

+ Prático

Já vem hidratado e pré-cozido. Basta descongelar e em poucos minutos sua receita está pronta.

+ Econômico

Rende muito mais nas receitas. Congelamento um a um, você usa o quanto quiser e sem desperdício.

Naturalmente saudável

São só vegetais e mais nada!

Assaí João Pessoa

Rua Motorista Aldovandro Amâncio
Pereira, 51 - Ernesto Geisel - João Pessoa
Tel.: (83) 3231-4722 / 3231-4392

PARANÁ

Assaí Curitiba

Linha Verde - BR-116 - ao lado do
Terminal Pinheirinho - Pinheirinho
Tel.: (41) 3567-5350 / 3567-5351

Assaí Curitiba JK

Av. Juscelino Kubitschek de Oliveira, 2.511
(CIC) - Curitiba
Tel.: (41) 3279-6100 / 3279-6101

Assaí Londrina

Av. Tiradentes, 4.650 - Londrina
Tel.: (43) 3357-9026 / 3357-9131

Assaí Londrina II

Av. Saul Elkind, 2.211
Conjunto Vivi Xavier - Londrina
Tel.: (43) 3294 -4101 / 3294 -4102

Assaí Maringá

Rua Rubens Sebastião Marin, 1.820
Tel.: (44) 3472-3600 / 3472-3604

PERNAMBUCO

Assaí Camaragibe

Av. Doutor Belmiú Correia, 681
Tel.: (81) 3456-8950 / 3456-8951

Assaí Caruaru

Av. Cleto Campelo, 9 - N. Sra. das Dores
Tel.: (81) 3721-9597 / 3721-8591

Assaí Caruaru II

Av. João de Barros, s/n (Quadra 13) - Caruaru
Tel.: (81) 3725-6850 / 3725-6851

Assaí Garanhuns

Av. Prefeito Luiz Souto Dourado, 1.102
Severiano Moraes Filho - Garanhuns
Tel.: (87) 3762-2115 / 3763-6763

Assaí Imbiribeira

Av. Marechal Mascarenhas
de Morais, 2.180 - Recife
Tel.: (81) 3497-7350 / 3497-7351

Assaí Jaboatão

Av. General Barreto de Menezes, 434
Prazeres - Jaboatão dos Guararapes
Tel.: (81) 3468-2765 / 3797-2400

Assaí Paulista

BR 101, 5800 - Paulista
Tel.: (81) 3437-8701 / 3437-8702

Assaí Serra Talhada

Av. Waldemar Ignácio de Oliveira, S/N
Tel.: (87) 3929-2850 / 3929-2851

PIAUI

Assaí Parnaíba

Rodovia BR 343, 3.775 - Parnaíba
Tel.: (86) 3315-7100 / 3315-7101

Assaí Picos

Rodovia BR 316, S/N (Belo Norte) - Picos
Tel.: (89) 3415-0600 / 3415-0601

Assaí Teresina

Av. José Francisco de Almeida Neto, 1.000
(Av. Principal do Dirceu) - Teresina
Tel.: (86) 3194-1250 / 3194-1251

RIO DE JANEIRO

Assaí Alcântara

Rua Dr. Alfredo Becker, 605 - São Gonçalo
Tel.: (21) 3706-0343 / 2601-1414

Assaí Ayrton Senna

Av. Ayrton Senna 6.000 - Jacarepaguá
Tel.: (21) 2110-7850 / 2110-7852

Assaí Bangu

Rua Francisco Real, 2.050
Rio de Janeiro
Tel.: (21) 2401-9576 / 2401-6224

Assaí Cabo Frio

Av. América Central, 900
Tel.: (22) 2640-6450 / 2640-6451

Assaí Campinho

Rua Domingos Lopes, 195 - Madureira
Tel.: (21) 2450-2329 / 2452-2686

Assaí Campos dos Goytacazes

Av. Arthur Bernardes - Trevo do Índio (Acesso à
Rod. Mário Covas) - Campos dos Goytacazes
Tel.: (22) 2739-7500 / 2739-7501

Assaí Campo Grande

Estrada do Mendanha, 3.457
Tel.: (21) 3406-6968 / 3406-3811

Assaí Ceasa

Av. Brasil, 19.001 - Irajá
Tel.: (21) 2471-2029 / 2471-2169

Assaí Duque de Caxias

Av. Governador Leonel de
Moura Brizola, 2.973 - Vila Centenário
Tel.: (21) 3780-5801 / 3780-5802

Assaí Freguesia

Estrada de Jacarepaguá, 7.753
Jacarepaguá
Tel.: (21) 2447-8525 / 2447-6580

Assaí Ilha do Governador

Av. Maestro Paulo Silva, 100
Jardim Carioca
Tel.: (21) 3383-8589

Assaí Méier

R. Dias da Cruz, 371 (Méier) - Rio de Janeiro
Tel.: (21) 3296 -5050 / 3296 -5051

Assaí Nilópolis

Av. Getúlio de Moura, 1.983 - Centro
Tel.: (21) 2691-1972 / 2691-3696

Assaí Niterói

Rua Benjamin Constant, 263
Largo do Barradas
Tel.: (21) 2625-6526

Assaí Nova Iguaçu

Rua Marechal Floriano Peixoto, 1.448
Nova Iguaçu
Tel.: (21) 3770-9175 / 3770-9145

Assaí Pilares

Av. Dom Hélder Câmara,
6.350 - Pilares
Tel.: (21) 3315-7200

Assaí Rio Dutra

Rodovia Presidente Dutra, 10.521
(Bairro Industrial) - Mesquita/RJ
Tel.: (21) 2797-1550 / 2797-1551

Assaí Sabão Português

Av. Brasil, 2.251, bairro São Cristóvão
Tel.: (21) 3295-2150 / 3295-2151

Assaí Tijuca

Rua Uruguai, 329 - Rio de Janeiro
Tel.: (21) 2238-1323

RIO GRANDE DO NORTE

Assaí Natal

Av. Dão Silveira, s/n - Pitimbu - Natal
Tel.: (84) 3218-9324 / 3218-5529

Assaí São Gonçalo do Amarante

Av. Bacharel Tomaz Landim, s/n
São Gonçalo do Amarante
Tel.: (84) 3674-8450 / 3674-8452

RONDÔNIA

Assaí Porto Velho

Rua da Beira, 6.881 - Lagoa - Porto Velho
Tel.: (69) 3216-2300 / 3216-2301

SÃO PAULO

ALTO TIETÊ

Assaí Brás Cubas
Av. Henrique Peres, 1.330 -
Mogi das Cruzes
Tel.: (11) 4738-7300 / 4738-7301

Assaí Itaquaquetuba

Estrada São Paulo - Mogi, 3.810
Tel.: (11) 4642-9611 / 4642-5681

Assaí Mogi das Cruzes

Rua José Meloni, 998 - Mogi das Cruzes
Tel.: (11) 4790-6092 / 4790-610

Assaí Suzano

Rua Prudente Moraes, 1.751 - Suzano
Tel.: (11) 4741-1211 / 4741-1577

GRANDE SÃO PAULO

Assaí Águia de Haia

Av. Águia de Haia, 2.636
Parque das Paineiras
Tel.: (11) 2046-6220

Assaí Aricanduva

Av. Aricanduva, 5.555 - Aricanduva
Tel.: (11) 2723-2350 / 2723-2351

Assaí Barra Funda

Av. Marquês de São Vicente, 1.354
Barra Funda - São Paulo
Tel.: (11) 3611-1658

Assaí Carapicuíba

Av. Desembargador Dr. Eduardo Cunha de Abreu,
1.455 - Vila Municipal - Carapicuíba
Tel.: (11) 4189-9601 / 4189-9602

Assaí Casa Verde

Av. Engenheiro Caetano Álvares, 1.927
Casa Verde - São Paulo
Tel.: (11) 3411-5262 / 3411-5250

Assaí Cidade Dutra

Av. Senador Teotônio Vilela, 2.926
Jardim Iporanga - Cidade Dutra
Tel.: (11) 5970-5901

Assaí Cotia

Estrada do Embú, 162 - Jardim Torino - Cotia
Tel.: (11) 2159-4650 / 2159-4655

Assaí Diadema

Av. Piraporinha, 1.144 - Vila Nogueira
Tel.: (11) 4070-8701 / 4070-8702

Assaí Guarulhos Dutra

Av. Aniello Pratici, 494
Jd. Santa Francisca - Guarulhos
Tel.: (11) 3411-5700 / 3411-5706

Assaí Guarulhos Jamil João Zarif

Av. Jamil João Zarif, 689
Jardim Santa Vicência
Tel.: (11) 2402-8950 / 2402-8951

Assaí Embu das Artes

Av. Elias Yazbek, 1.183 - Centro
Tel.: (11) 4778-9600 / 4778-9601

Assaí Fernão Dias

Rodovia Fernão Dias, s/n, km 86,4
São Paulo
Tel.: (11) 2242-4668 / 2242-4123

Assaí Freguesia do Ó

Av. Santa Marina, 2.100 - São Paulo
Tel.: (11) 3932-3415 / 3932-2609

Assaí Giovanni Pirelli

Rua Giovanni Battista Pirelli, 1.221
Santo André
Tel.: (11) 4458-0904 / 4458-2828

*Mondial,
a escolha
inteligente.*



Rodrigo Hilbert

*Seu pai merece
Mondial*



CE-07



NL-26



FE-04



NV-61 6P NP



NV-75-6P



NV-15 6P FB



AP-36

MONDIAL
ELETRODOMÉSTICOS

NOSSAS LOJAS

Assaí Guaianases

Estrada Dom João Nery, 4.031 - São Paulo
Tel.: (11) 3052-1349 / 3052-1347

Assaí Jandira

Av. Alziro Soares, 20
(próximo à estação Jardim Silveira)
Tel.: (11) 4772-1400 / 4772-1401

Assaí Itaquera

Av. Sylvio Torres, 190 - São Paulo
Tel.: (11) 3544-6482 / 3544-6450

Assaí Jabaquara

Rua Taquaruçu, 79 - São Paulo
Tel.: (11) 5011-5673 Ramal 19

Assaí Jaçanã

Av. Luís Stamatis, 35 - São Paulo
Tel.: (11) 3544-6550

Assaí Jacu Pêssego

Av. Jacu Pêssego, 750 - São Paulo
Tel.: (11) 2523-9360 / 2523-9361

Assaí Jaguaré

Av. Jaguaré, 925 - São Paulo
Tel.: (11) 3714-6815 / 3714-1357

Assaí Jaraguá/Taipas

Av. Raimundo Pereira de Magalhães, 10.535
Tel.: (11) 3944-6801 / 3944-6802

Assaí João Dias

Av. Guido Caloi, 25 - São Paulo
Tel.: (11) 2755-7555 / 2755-7556

Assaí Manilha

Rua Manilha, 42 - São Paulo
Tel.: (11) 3411-5155 / 2295-8847

Assaí Marginal Tietê-Penha

Av. Condessa Elisabete de Robiano, 5.500
São Paulo
Tel.: (11) 2641-0947 / 2641-2266

Assaí Mauá

Av. Antônia Rosa Fioravante, 3.270
São Paulo
Tel.: (11) 4544-0900 / 4544-0901

Assaí Nordeste

Av. Nordeste, 3.077 - São Paulo
Tel.: (11) 2928-4651 / 2928-4650

Assaí Osasco

Av. dos Autonomistas, 1.687 - Vila Yara
Tel.: (11) 3411-5600 / 3411 5611

Assaí Pirajussara

Av. Ibirama, s/n - Taboão da Serra
Tel.: (11) 4138-1580 / 4138-1044

Assaí Ribeirão Pires

Av. Francisco Monteiro, 1.941
Ribeirão Pires
Tel.: (11) 4825-1995

Assaí Santa Catarina

Av. Santa Catarina, 1.672
Vila Santa Catarina - São Paulo
Tel.: (11) 5671-8501 / 5671-8502

Assaí Santo Amaro

Av. das Nações Unidas, 21.883
São Paulo
Tel.: (11) 3411-5408 / 3411-5405

Assaí Santo André

Rua Visconde de Taunay, 216
Santo André
Tel.: (11) 3468-4702 / 3468-4700

Assaí Santo André Bala Juquinha

Av. dos Estados, 1.155 - Parque Central
Tel.: (11) 4976-9800 / 4976-9801

Assaí São Bernardo do Campo

Av. Piraporinha, 680 - Planalto
Tel.: (11) 3411-5650 / 3411-5662

Assaí São Caetano do Sul

Rua Senador Vergueiro, 428
Tel.: (11) 4224-2853 / 4224-2150

Assaí São Mateus

Av. Ragueb Chohfi, 58 - São Paulo
Tel.: (11) 2010-1200 / 2010-1201

Assaí São Miguel

Av. Marechal Tito, 1.300 - São Paulo
Tel.: (11) 3411-5300 / 3411-5311

Assaí São Miguel II

Av. São Miguel, 6.818 - Vila Norma
São Paulo
Tel.: (11) 2030-2351 / (11) 2030-2352

Assaí Sapopemba

Av. Sapopemba, 9.250 - São Paulo
Tel.: (11) 2197-1500

Assaí Sezefredo Fagundes

Av. Coronel Sezefredo Fagundes, 535
Tucuruvi - São Paulo
Tel.: (11) 2262-9830 / 2262-9831

Assaí Taboão da Serra

Av. Felício Barutti, 3.040 - Jardim Mirna
Tel.: (11) 4771-8547 / 4771-8711

Assaí Tatuapé

Av. Condessa Elisabete de Robiano, 2.176/2.186
São Paulo
Tel.: (11) 3411-5450 / 3411-5460

Assaí Teotônio Vilela

Av. Senador Teotônio Vilela, 8.765
Jardim Casa - São Paulo
Tel.: (11) 5922-9300 / 5922-9301

Assaí Vila Luzita

Av. Capitão Mario Toledo de Camargo, s/n (em
frente à Igreja Batista do Calvário)
Vila Luzita - Santo André
Tel.: (11) 4452-7901 / 4452-7902

Assaí Vila Sônia

Av. Professor Francisco Morato, 4.367 -
Vila Sônia - São Paulo
Tel.: (11) 3411-5550 / 3411-5556

INTERIOR

Assaí Bauru

Av. Nações Unidas, s/n - Quadra 06
Centro - Bauru
Tel.: (14) 3222-4152 / 3212-4605

Assaí Campinas

Av. Ruy Rodrigues, 1.400 - Amoreiras
Tel.: (19) 3223-2877

Assaí Campinas Centro

Av. Senador Saraiva, 835 - Centro - Campinas
Tel.: (19) 3274-3100 / 3274-3101

Assaí Indaiatuba

Av. Francisco de Paula Leite, 2242 - Indaiatuba
Tel.: (19) 3816-9800 / 3816-9801

Assaí Jundiá

Rua Quinze de Novembro, 430 - Jundiá
Tel.: (11) 2136-0406 / 2136-0405

Assaí Limeira

Rua José Bonifácio, 149 - Limeira
Tel.: (19) 2114-9850

Assaí Paulínia

Av. José Paulino, 2.600 - Jardim América
Tel.: (19) 3833-0760 / 3833-0761

Assaí Piracicaba

Rua Regente Feijó, 823 - Centro
Tel.: (19) 3436-6400 / 3436-6401

Assaí Presidente Prudente

Av. Joaquim Constantino, 3.025
Presidente Prudente
Tel.: (18) 3908-4449 / 3908-4417

Assaí Ribeirão Preto

Av. Presidente Castelo Branco, 2.395
Parque Industrial Lagoinha - Ribeirão Preto
Tel.: (16) 3211-5706 / 3211-5700

Assaí Ribeirão Preto Rotatória

Av. Treze de Maio, 92 - Ribeirão Preto
Tel.: (16) 3624-8654 / 3624-8651

Assaí Rio Claro

Av. Tancredo Neves, 450 - Rio Claro
Tel.: (19) 2111-2157 / 2111-2151

Assaí São José dos Campos

Av. Dr. Sebastião Henrique da Cunha
Pontes, 4.600 - São José dos Campos
Tel.: (12) 3570-0121 / 3570-0122

Assaí Sorocaba

Rodovia Raposo Tavares, s/n - Vila Artura
Tel.: (15) 3388-3000 / 3388-3006

Assaí Sorocaba Itavuvu

Av. Itavuvu, 1.766 - Sorocaba
Tel.: (11) 3239-3204

Assaí Taubaté

Av. Dom Pedro I, 630 E (Terra Nova) - Taubaté/SP
Tel.: (12) 3625-3550 / 3625-3551

LITORAL

Assaí Caraguatatuba

Av. Prisciliana de Castilho, 840 - Caputera
Tel.: (12) 3897-5614 / 3897-5600

Assaí Praia Grande

Av. Presidente Kennedy, 100 - Emboaçú
Tel.: (13) 3471-8475 / 3494-7792

Assaí Praia Grande II

Av. Ayrton Senna da Silva, 1.511 - Tude Bastos
Tel.: (13) 3473-6686 / 3473-7524

Assaí Praia Grande Jd Glória

Av. Min. Marcos Freire, s/n
(entre túneis 18 e 19)
Tel.: (13) 3596-9501 / 3596-9502

Assaí Santos

Av. Nossa Senhora de Fátima, 50 - Saboó
Tel.: (13) 3296-2100

Assaí São Vicente

Av. Antonio Emmerich, 245
Próximo ao 2º BC - São Vicente
Tel.: (13) 3569-1920 / 3569-1921

SERGIPE

Assaí Aracaju

Rua Simeão Aguiar, 430 - José
Conrado de Araújo - Aracaju
Tel.: (79) 3209-8000 / 3209-8001

Assaí Aracaju II

Av. Melício Machado, 240
(Zona de Expansão) - Aracaju
Tel.: (79) 3249-8500 / 3249-8501

Assaí Itabaiana

Av. Eduardo Paixão Rocha, 1.667 - Porto - Itabaiana
Tel.: (79) 3432-9250 / 3432-9252

TOCANTINS

Assaí Palmas

Av. Joaquim Teotônio Segurado, S/N
(Plano Diretor Expansão Sul) - Palmas
Tel.: (63) 3228-2900 / 3228-2901



Confira a lista completa
de lojas também no site
assaí.com.br/nossaslojas

NOVA
LINHA

Intimus

AJUDA PRESERVAR AS DEFESAS NATURAIS DA ZONA ÍNTIMA*



SABONETE ÍNTIMO

Sabonete íntimo com o pH balanceado para ajudar a preservar as defesas naturais.

ABSORVENTE

Absorvente ultrafino com tecnologia antibacteriana para uso durante o período menstrual.

PROTETOR DIÁRIO

Protetor diário com a tecnologia antibacteriana para uso diário.



Proteja a sua família.
O 1º multiuso
com Tecnologia Antibac



Máxima Limpeza, Mínimo Esforço.