

RADAR

Demanda por dietas especiais cresce em nível mundial e empreendedor precisa se adaptar

ESPECIAL

Embalagens para *delivery*: confira principais opções e tendências

ACADEMIA ASSAÍ

Antecipe-se para lucrar mais durante as festas juninas/de São João

De geração ~

para geração

Com gastronomia italiana e muita história para contar, família fomenta o turismo em São José dos Pinhais/PR

Lançamento

FRALDAS DESCARTÁVEIS
HUGGIES[®]
Supreme Care[®]



Fraldas descartáveis
Huggies Supreme Care
Tecnologia Xtra-Flex

***Maior flexibilidade,
conforto e agilidade!***

A exclusiva tecnologia

Xtra-flex

possui canais que se adaptam
aos movimentos do bebê,
sem o risco de vazamentos



Imagens meramente ilustrativas.



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 **CCO** Eduardo Jaime Martins **CMO** Fernanda Hey de Moraes **Supervisão Editorial** Manoela Leão **Coordenação Revista Assaí Bons Negócios** Gabriel Sestrem MTB/9155 **Coordenador de Projetos** Marcos Dias **Design** Gabriella Fontoura **Edição de Arte** Suellen Winter **Colaboradores da Edição** (texto) Afonso Gonçalves, Aline Parodi, Guilherme Almeida, Isadora Rupp, Jessica Krieger, Katia Kreutz, Rafael Bruno, Ricardo Alcantara e Vinícius Torresan **Ilustração** Natali Scaff **Foto capa** © Raphael Bernadelli **Revisão** Rodrigo Castelo **Representante Comercial** Lucas Rispoli - comercialassai@megamidia.com.br **Atendimento Publicitário** 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

Histórias, experiências e bons negócios



No ano passado, o consumidor brasileiro aumentou em 5% seus gastos com alimentação fora de casa em comparação com o ano de 2018. Os dados são da pesquisa CREST®, feita pela GS&NPD, e mostram que o setor – que tem faturamento estimado em R\$ 230 bilhões ao ano – passa por um período de crescimento. Isso é ótimo para o seu negócio, e ao mesmo tempo gera a necessidade de evoluir sempre para não ficar para trás na concorrência.

E, para ajudá-lo a ser mais competitivo, nesta edição da **Revista Assaí Bons Negócios** trazemos matérias e histórias reais inspiradoras. Você vai saber mais sobre como usar a “contação de histórias” – uma das tendências para o setor de alimentação – para atrair e fidelizar mais clientes; como lucrar apostando em públicos que possuem restrições alimentares; como fazer uma ficha técnica para as receitas do seu cardápio e muito mais!

Além disso, gostaria de destacar nossa matéria de capa (pág. 14), que traz a história do casal José Augusto e Raquel Zanquetta.

Apostando em experiências de consumo únicas para seus clientes e envolvendo-os nas histórias e tradições da família e na variedade de sabores da gastronomia italiana, eles são referência de empreendedorismo em São José dos Pinhais/PR, na região metropolitana de Curitiba. Além de tocar o negócio com muita habilidade de gestão e inovação, o casal atua no fortalecimento do turismo da região e oferece cursos de capacitação para produtores locais, contribuindo para que consigam aumentar suas rendas.

Espero que esses conteúdos, preparados cuidadosamente para você, que trabalha no setor, possam impactar de forma muito positiva o dia a dia do seu negócio.

Boa leitura!

Belmiro Gomes
Presidente do Assaí



Sumário

EDIÇÃO 38
ABR / MAI 2020

08 ASSAÍ NA INTERNET

Confira os *posts* mais acessados em nossos blogs

10 ESPECIAL

Embalagens para *delivery*: confira principais opções e tendências

22 CARDÁPIO ASSAÍ

Brasil está entre os países que mais consomem hambúrguer. Conheça mais sobre o prato e veja dicas de preparo



14 MEU NEGÓCIO, MINHA HISTÓRIA

Com gastronomia italiana e muita história para contar, família fomenta o turismo em São José dos Pinhais/PR



30 RADAR

Demanda por dietas especiais cresce em nível mundial. Empreendedor pode lucrar focando em público com restrições alimentares

38 ASSAÍ MAIS

Caruaru recebe a primeira loja do Assaí Atacadista em 2020

42 PALAVRA DE ESPECIALISTA

Histórias que vendem: como o “contar histórias” pode fazer a diferença no marketing de negócios de alimentação

36 MEU ASSAÍ

Empreendedora conta os bastidores do seu negócio de pães de mel artesanais, nascido de uma receita familiar de três gerações

GIOVANNA BABY



MAIS PROTEÇÃO



JATO SECO



MAIS PERFUMAÇÃO





54

ACADEMIA ASSAÍ BONS NEGÓCIOS

Vem, São João! Consultora traz dicas para faturar mais no período de festas juninas/de São João

48 BEM-ESTAR

Mudança de estação favorece a transmissão de gripe e resfriado. Confira dicas para se proteger durante o período!

52 ASSAÍ RESPONDE

Resposta ao leitor: “Como montar uma ficha técnica para receitas?”

58 SUSTENTABILIDADE

Contratar pessoas em condição de refugiado gera valor para o negócio, além de ser uma iniciativa de responsabilidade social

66

MULHER EMPREENDEDORA

Proprietária de cafeteria conta como buscou inspiração na maternidade para abrir negócio focado no relacionamento familiar

64 TURISMO

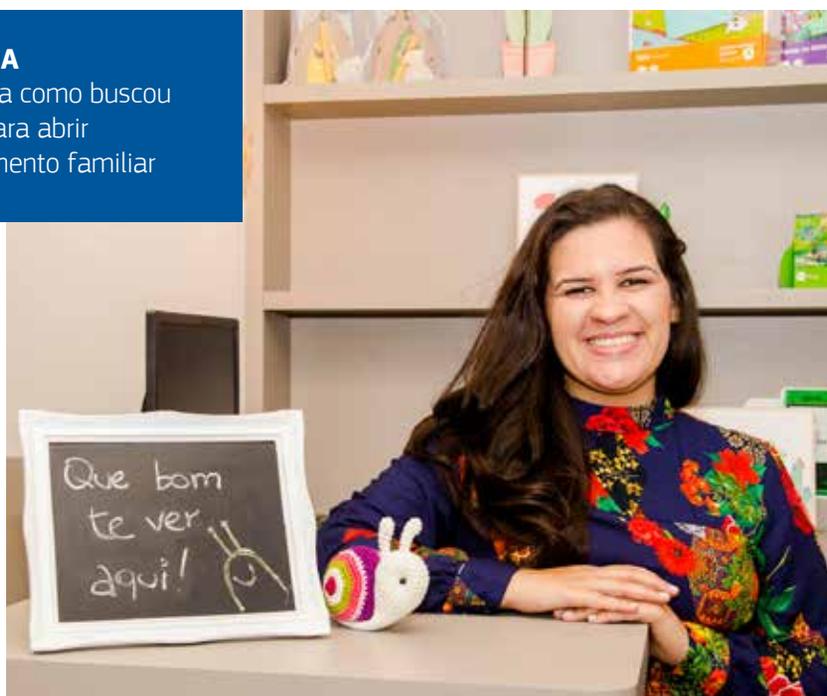
Destinos de outono: viajar durante a estação traz vantagens para quem planeja dias de descanso

72 CAPACITAÇÃO

Dicas de cursos rápidos para capacitação de empreendedores

73 ATUALIDADES

Livros e aplicativos para otimizar a rotina e aperfeiçoar competências





#MECONHEÇAMELHOR
KNORR.COM.BR



KNORR EVOLUIU DE UMA MARCA DE CALDOS PARA A SOLUÇÃO COMPLETA PARA COZINHAR

Mitos e VERDADES

OS PRODUTOS KNORR SÃO UMA BOMBA DE SÓDIO?

Não! Nossos produtos são desenvolvidos de forma a oferecer uma quantidade equilibrada de sódio, quando aplicados conforme modo de uso.



1 SACHÊ DE TEMPERO
PARA 500 G DE ALIMENTO



1 CUBO DE CALDO
PARA 500 ML DE LÍQUIDO
OU 600 G DE ALIMENTO



Os produtos possuem sal na medida, então não precisa adicionar + sal à receita!



É VERDADE QUE KNORR SÓ TEM POZINHOS ARTIFICIAIS?

Não! Veja a lista de ingredientes e comprove! As ervas e os vegetais, por exemplo, são os ingredientes frescos mais conhecidos, mas se encontram na forma desidratada.

Para receitas:

[Recepedia.com](https://www.recepedia.com)

+ 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
academiaassai.com.br



◀ Blog Assaí SALADA NO POTE

Podendo ser armazenada na geladeira por vários dias, a salada no pote é uma opção prática para otimizar seu tempo na cozinha e garantir refeições saudáveis para toda a semana. Nesse *post*, você vai conferir dicas para criar um cardápio variado e atrativo, manter os alimentos sempre bem conservados e garantir o sabor de uma salada fresca todos os dias!

👉 Confira em:
bit.ly/SaladaPraticaNoPote

➤ Academia Assaí Bons Negócios VENDEDOR AMBULANTE

Seja para complementar o orçamento, ter um negócio próprio ou lidar com a falta de oportunidades de trabalho, investir na carreira de vendedor ambulante pode ser uma ótima forma de obter renda. No entanto, para ter mais chances de sucesso, é preciso lidar bem com aspectos como legalização, mix de produtos e precificação. Nesse *post*, veja o que fazer para aumentar as possibilidades de êxito no comércio ambulante!

👉 Confira em:
bit.ly/PostVendedorAmbulante



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

Potencialize o seu negócio com o portfólio das marcas **CAMPEÃS DE VENDAS!**



Garanta a presença dos produtos Nestlé nas suas lojas.



Forte investimento em materiais de PDV e produtos exclusivos para o canal Cash and Carry.



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

Embalagens para Delivery

Embalagens adequadas devem ser capazes de preservar as condições de consumo e contribuir para o fortalecimento da marca. Confira principais opções e tendências



👉 Embalagens de alimentos em formatos diferenciados estão em alta. Empreendedor deve ter olhar atento à qualidade do material para evitar vazamentos

Oferecer opção de entrega de alimentos e bebidas em domicílio – prática conhecida como *delivery* – há muito tempo deixou de ser um diferencial, e tornou-se serviço indispensável para boa parte dos estabelecimentos de alimentação. O crescimento no uso de aplicativos de entrega e o avanço das *foodtechs* (empresas de tecnologia focadas em trazer soluções para o setor alimentício) fizeram do *delivery* algo comum.

Hoje já é possível agendar almoços para a semana, comprar itens de supermercado ou pedir um jantar especial por meio de aplicativos. A Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel) estima, conforme dados de 2019, que esse setor movimentou no Brasil cerca de R\$ 11 bilhões anuais, uma média de faturamento de quase R\$ 1 bilhão por mês.

Com a alta demanda, surgiu também uma segunda necessidade: escolher embalagens adequadas para o transporte de alimentos e bebidas, capazes de preservar as condições de consumo, evitar problemas como vazamentos, por exemplo, e, de quebra, contribuir para o fortalecimento da marca. No mercado, o empreendedor encontra à disposição uma diversidade de opções e preços, desde as populares caixas de isopor (que preservam bem a temperatura, mas têm a desvantagem de não serem recicláveis) até garrafas, copos e potes de plástico, marmitas de alumínio (que também podem ser personalizadas) e opções em papel 100% recicláveis, que vêm ganhando cada vez mais espaço.

“É importante certificar-se de que a refeição parecerá tão apetitosa quanto no momento em que deixou a cozinha. Isso só é possível quando a embalagem de entrega é adequada”

Luiz Silveira, CEO da Squadra Embalagens



ENTREGA FUNCIONAL E SUSTENTÁVEL

Com o crescimento dos aplicativos de *delivery*, empreendimentos de alimentação de praticamente todos os tipos buscaram se adequar ao novo formato de consumo. Foi o que fez a unidade de Goiânia do restaurante Pobre Juan – franquia especializada em carnes, que conta com 11 estabelecimentos distribuídos pelo país e trabalha com entregas desde 2018.

Para Lorrany Araújo, responsável pelo setor de marketing da franqueada, o restaurante goiano buscava uma embalagem que fosse sustentável, além de funcional e bonita, para manter o padrão e a estética estabelecidos na rede.

“Com esse objetivo, adotamos embalagens de papel personalizadas para as entregas. Também usamos um fundo em alumínio. Isso ajuda a preservar a temperatura e a qualidade da carne desde que ela sai do restaurante até chegar à casa do cliente”, explica.

Lorrany destaca que o fato de a embalagem de papel ser visualmente atraente e também reciclável faz com que obtenha ótima aceitação por parte dos clientes. >>

🔗 Embalagens adequadas devem preservar as condições de consumo, evitar vazamentos e contribuir para o fortalecimento da marca

SUSTENTABILIDADE E EXPERIÊNCIA

Foi pensando no aspecto da sustentabilidade que o empresário Luiz Silveira, CEO da Squadra Embalagens, enxergou um gargalo no mercado ao reparar que as opções disponíveis ainda eram muito simples ou usavam materiais nocivos ao meio ambiente. A empresa desenvolveu uma série de tipos de embalagens em papel 100% cartonado e com design caprichado. As caixas contam também com tampa antivazamento e travas de fechamento para garantir um transporte seguro.

De acordo com o CEO, além de priorizar a funcionalidade da embalagem na hora de escolher a ideal para enviar o produto, o empreendedor deve pen-

sar sempre na experiência do cliente: “É importante certificar-se de que a refeição parecerá tão apetitosa quanto no momento em que deixou a cozinha. Isso só é possível quando a embalagem de entrega é adequada”. Independentemente do material utilizado, outra boa medida é personalizar a embalagem com a identidade visual do estabelecimento, fortalecendo a marca e melhorando a apresentação do produto na hora da entrega. “Isso pode ser feito de maneiras simples: se não houver a possibilidade de aplicar o logo da empresa nas embalagens, por exemplo, o empreendimento pode produzir adesivos, anexar um cartão ou até mesmo enviar um brinde com o reforço da marca”, sugere Luiz.



Os números indicam a importância de levar em conta as embalagens sustentáveis: a pesquisa Environment Research, publicada em 2017 pela Tetra Pak, multinacional fabricante de embalagens, aponta que 95% dos brasileiros valorizam produtos recicláveis e que contenham selos ambientais, e 26% reconhecem o selo FSC (Forest Stewardship Council), que certifica empresas preocupadas com o manejo florestal. O tema é ainda mais relevante para os *millennials* (geração nascida entre 1982 e 1995): o estudo identificou que, ao oferecer sopas em embalagens de papel para essa faixa etária, houve crescimento das vendas. Além disso, 75% dos pesquisados afirmaram preferir as sopas em caixas de papel.

O assunto também vem sendo tema de mudanças em legislações de diversas cidades pelo Brasil, como a lei sancionada em janeiro deste ano pelo prefeito de São Paulo, Bruno Covas, que proíbe estabelecimentos de fornecer copos, talheres e pratos de plástico na cidade, o que impacta a modalidade *delivery*. A medida vale para bares, restaurantes e demais estabelecimentos de alimentação, além do comércio em geral, que não poderão mais vender

esses itens em supermercados, por exemplo. De acordo com o texto da lei, que passa a vigorar a partir do dia 1º de janeiro de 2021, os estabelecimentos devem oferecer produtos com a mesma função em materiais biodegradáveis ou reutilizáveis.

Fora isso, há um movimento mundial para que as pessoas deixem de usar itens como canudos plásticos, que, segundo a agência de marketing Verdes Digitales, especializada em projetos sociais e ambientais, são responsáveis por 4% do lixo plástico no mundo. ▲

APROFUNDE-SE

Acesse o link ou o QR Code para assistir gratuitamente à videoaula **“Como escolher a melhor embalagem para o seu produto”** no site da Academia Assaí Bons Negócios bit.ly/EmbalagemProdutos



TENDÊNCIAS PARA Embalagens

Confira o que está em alta quando o assunto é embalagem para *delivery*

- ▶ Cores fortes e vibrantes, gerando impacto visual
- ▶ Embalagens funcionais e com identidade visual atraente
- ▶ Formatos inusitados (como cones de papelão)
- ▶ Embalagens em forma de tigela (*bowl*)
- ▶ Sustentabilidade (principalmente em papel e materiais 100% recicláveis)

Fonte: Fispal Food Service

Principais tipos de embalagens PARA **DELIVERY**

ISOPOR

Disponível em formatos variados (como para hambúrgueres, por exemplo). Conserva bem a temperatura dos alimentos e tem baixo custo, mas oferece poucas opções de personalização e não é reciclável.



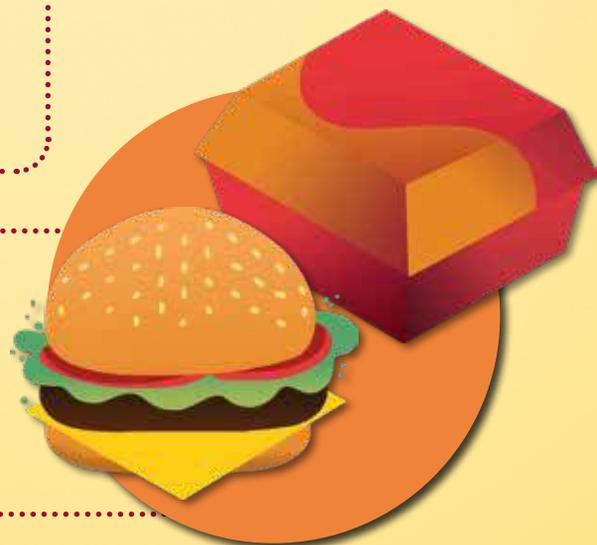
BIODEGRADÁVEL

Feita com material que se decompõe normalmente em 180 dias, tem como principal vantagem o fator sustentabilidade; e como desvantagem, o custo mais alto.



PAPEL/PAPELÃO

Há, no mercado, opções prontas. Mas é possível produzi-las no tamanho e no formato desejados. Permitem ampla personalização e têm custos mais acessíveis, porém, dependendo do modelo, pode ocorrer vazamento.



PLÁSTICO

Comporta vários tipos de alimentos e bebidas e oferece baixo custo. É recomendado priorizar tampas de boa qualidade para garantir maior segurança na conservação dos alimentos e evitar vazamentos.



ALUMÍNIO

Prática e acessível, permite boa conservação da temperatura e mantém os alimentos seguros graças ao fechamento mais firme. Como desvantagem, após utilizada com alimentos, não pode ser reciclada.



De Geração para Geração

Com gastronomia italiana e muita história para contar, família de viticultores fomenta o turismo em São José dos Pinhais/PR

A história da cantina e dos vinhos Zanchetta, hoje administrados pelo vitivicultor José Augusto Zanchetta, começa lá em 1878, quando o tataravô do atual proprietário emigrou da cidade italiana de Breda Di Piave para a área rural de São José dos Pinhais/PR, trazendo na bagagem uma longa tradição na produção de uvas e vinhos. “Uma das primeiras coisas que Beniamino Zanchetta fez aqui na região foi constituir um parreiral, que vem passando de geração em geração”, conta José, que tem trabalhado para manter vivas a tradição e a memória da família. “Sou muito ligado à nossa história, a tudo o que aconteceu no passado, e tento manter isso vivo”.

Atualmente, em parceria com a esposa, Raquel, José não apenas cultiva uvas e produz vinhos, mas também oferece rodízio de massas na cantina da propriedade, além de ter lançado um evento periódico e bem sucedido de café da manhã no parreiral. Ele também é presidente de uma associação de produtores rurais, que busca fomentar o empreendedorismo e incentivar o turismo em seu município.

DE GERAÇÃO EM GERAÇÃO

Homenagear a família e manter o parreiral criado por seu tataravô sempre foi um desejo muito forte do proprietário da Cantina Zanchetta. E, embora a propriedade tenha passado de pai para filho por cinco gerações, foram

muitos os obstáculos a serem superados no decorrer das décadas. “Meu pai desistiu da produção de uvas dez anos atrás porque uma praga exterminou todos os parreirais da região metropolitana. Então, as plantas que ele tinha, muitas delas antigas, começaram a morrer”, lembra.

Com formação em administração de empresas e trabalhando como contabilista, José chegou a passar um tempo morando na região urbana de São José dos Pinhais. No entanto, há cerca de quatro anos, ele decidiu fazer o que realmente gostava: voltou ao local onde nasceu e passou a se dedicar ao resgate de suas origens. “Hoje, trabalho exclusivamente com os parreirais e com o restaurante”, ressalta. >>

• José Augusto e Raquel, casal à frente da Cantina Zanchetta





Foto: © Edison Renato

Ao assumir a propriedade, José decidiu plantar um novo parreiral, com novas tecnologias e novas técnicas, mesmo contra a vontade de seu pai. “Ele achava que eu estava jogando dinheiro fora, mas eu não sou de desistir e não queria deixar essa história morrer”, comenta. Foi nessa época que o vitivicultor conheceu um agrônomo que o orientou quanto ao manejo e ao cuidado com as uvas. Atualmente, o produtor é um dos poucos da região que conseguiu manter as parreiras, que, inclusive, já foram tema de um projeto de revitalização municipal de viticultura.

COZINHA CASEIRA

Um dos sonhos que José sempre alimentou foi o de ampliar a parte gastronômica de sua propriedade. “Meu pai, há 40 anos, já fazia polenta com frango caipira. Mesmo estando a mais de 20 km de Curitiba, as pessoas vinham para saborear”, conta. O projeto do empreendedor era criar um espaço para

resgatar essas experiências que se perderam com o tempo e permitir que outras pessoas tivessem a oportunidade de provar os pratos da família. Comandando a cozinha da cantina nos dias de hoje está Raquel, a esposa de José, que trabalhava como manicure antes de se dedicar ao negócio da família.

➤ Tradicional café colonial, que é realizado no período de safra da uva

➤ Na cantina, é possível adquirir itens de produtores locais, contribuindo para o desenvolvimento da região



PRÊMIO ACADEMIA ASSAÍ

José Zanchetta foi um dos ganhadores do Prêmio Academia Assaí Bons Negócios 2019, o que contribuiu para que ele e Raquel ampliassem a gastronomia da cantina. A conquista lhes proporcionou importantes vivências e equipou sua cozinha com utensílios de que precisavam para dar um salto na produção.

A parceria com o Assaí Atacadista também se reflete nas compras da cantina. José frequenta de uma a duas vezes por mês a loja de Curitiba, no bairro Pinheirinho, mesmo sendo distante de onde reside, para adquirir quase todos os ingredientes para os pratos do restaurante. “Eu virei muito fã do Assaí por causa da história da rede. Na premiação, tive a oportunidade de conhecer todo o funcionamento e trouxe muita coisa para meu modelo de negócio, como os pequenos detalhes que fazem uma grande diferença”, afirma.

RECEITAS QUE ENCANTAM

Para atender melhor aos clientes, José e Raquel também buscam se aprimorar e se qualificar cada vez mais. Recentemente, uma *chef* de cozinha ficou encantada com o local e ofereceu uma consultoria para o casal, ensinando a eles preciosos segredos da culinária. “Fomos aperfeiçoando as massas, abrindo o leque, trazendo outros tipos de molhos e explorando novos sabores até conseguirmos chegar a esse patamar, em que podemos servir um rodízio tão diversificado e com sabor próprio”, explica José.

Hoje, a polenta com frango é um dos carros-chefes da cantina, ao lado da *polenchetta* (uma receita

própria) e das massas. De acordo com o proprietário, os pratos mais atrativos e elogiados são aqueles relacionados à identidade da família: “A polenta branca e o frango caipira são alimentos que a família toda tem o hábito de consumir, pois todas as gerações foram criadas com isso. Já a *polenchetta* é feita com uma camada de polenta brustolada, queijo e salame colonial, como fazia meu avô”.

Atualmente, a cantina conta com um número variável de funcionários, normalmente com cinco pessoas em dias normais, chegando a doze quando há eventos especiais. >>



📍 José Augusto e Raquel junto com sua equipe



➊ Toda a decoração da cantina é temática, proporcionando uma experiência de imersão na cultura italiana

EXPERIÊNCIA DE CONSUMO

A Cantina Zanchetta possui uma série de elementos que contribuem para proporcionar uma experiência única, envolvendo seus clientes nas histórias e tradições da família e na variedade de sabores da gastronomia italiana.

Entre as iniciativas para promover essas interações está um café da manhã debaixo do parreiral, realizado no período de safra da uva (entre janeiro e fevereiro), que é um grande sucesso desde seu lançamento quatro anos atrás. “A ideia do Café no Parreiral veio em um domingo de manhã em que eu e a Raquel estávamos tomando café e olhando para o parreiral”, relata José. Ele comentou com a esposa sobre o fato de serem os únicos a possuírem uma plantação como aquela na região,

e disso ser um atrativo significativo: “O passo seguinte foi buscar tecnologia, informação e um agrônomo especializado para manter as parreiras em pé”.

Antes de abrir o evento ao público, o empreendedor convidou alguns amigos – cerca de dez pessoas – para experimentarem essa vivência. “Eu instalei a carroça embaixo das parreiras, coloquei nela um *buffet* com comidas típicas e produtos locais, e eles se deliciaram, acharam a ideia muito legal”, lembra.

Desde essa primeira experiência, foram feitos alguns ajustes (como o pagamento antecipado de reservas) para garantir a sustentabilidade do evento, que também já contou com divulgação em canais de TV e por influenciadores digitais. “Nossa capacidade para cada

Café no Parreiral é de 120 pessoas. O ciclo acontece apenas uma vez por ano, sempre no mês de janeiro; são quatro finais de semana lotados, depois precisamos colher as uvas. Mas já estamos pensando em alternativas para o ano que vem, como iniciar mais cedo no ciclo para poder realizar mais eventos”, revela.

Outro atrativo oferecido pela cantina é a experiência “Colha e Pague” no parreiral. “As famílias vêm trazendo seus filhos, seus avós, e podem colher as uvas diretamente da planta, sentindo seu aroma. Essas vivências agregam valor ao nosso negócio, e a cada ano vamos evoluindo para proporcionar uma melhor experiência de consumo para nosso público”, ressalta José.

saiba mais

Cantina Zanchetta

R. José Zanchetta Filho, 3.333
Campina do Taquaral
São José dos Pinhais/PR
Tel. (41) 99965-5494
E.mail: jazanchetta@yahoo.com.br
Instagram: @cantinazanchetta
Facebook: cantinazanchetta



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!

ENVOLVENDO A COMUNIDADE

José também é presidente da Associação de Produtores Rurais, Artesãos e Empreendedores de Turismo da Campina do Taquaral e Região (ACAMP), que atua no fortalecimento do turismo local. A associação tem como objetivo transformar a região para que se torne um polo turístico. São nove colônias rurais do município que promovem ações para valorizar os produtores locais. “Fomos premiados pela Aliança Empreendedora por dois anos seguidos. Hoje, outros municípios, como Guarapuava, Chopinzinho e Araucária, vêm se inspirar no nosso trabalho”, relata.

A associação conta com um calendário de cursos de qualificação para empreendedores locais. “Nossa bandeira é a produção local, então incentivamos os produtores a aperfeiçoarem seus produtos e os capacitamos do ponto de vista de empreendedorismo e negócios. Estamos construindo um roteiro e as pessoas estão vindo aos poucos para cá. Nosso foco é o empreendedor rural, para que transformemos a região e todos tenham uma renda, de modo que não precisem sair da colônia”, conclui o vitivicultor, que cumpre um importante papel social sempre alimentado pelo amor às raízes. 🍷



📍 A Cantina Zanchetta integra projeto que busca fomentar o empreendedorismo e incentivar o turismo em sua região



SINTA O SABOR™



VAMOS JUNTAR AS MESAS



É dia de Hambúrguer

Brasil está entre os países que mais consomem hambúrguer em todo o mundo. Conheça mais sobre o prato e confira dicas de preparo!



Encontrar alguém que não goste de hambúrguer não é uma tarefa fácil. Isso porque, além das variadas opções com diferentes tipos de carnes, há alternativas sem carne vermelha, como hambúrguer de frango, de frutos do mar, e até mesmo opções vegetarianas e veganas para deixar todo mundo satisfeito.

O famoso “pão com carne” chegou à América na segunda metade do século XIX trazido por imigrantes alemães embarcados no porto de Hamburgo. Isso explica o porquê de ser batizado como *Hamburg steak* – bife de Hamburgo. A receita tradicional consistia em um bolo de carne cozido e servido com cebolas e pequenos pedaços de pão.

No Brasil, o hambúrguer chegou no início da década de 1950. Dois anos depois, Robert Falkenburg, tenista americano, inaugurou no país uma lanchonete com conceito americano – que, posteriormente, viria a se tornar uma grande rede de *fast-food*. O novo empreendimento trazia o hambúrguer como prato principal e foi essencial para a popularização do sanduíche no país.

Com o passar dos anos, poucas foram as alterações no seu formato

tradicional. Porém, a partir de 2010, houve um grande salto no consumo, além de inúmeras variações de preparo, graças ao surgimento das hamburguerias artesanais e dos “hambúrgueres *gourmet*” – feitos com ingredientes mais variados e de maior qualidade, *blends* de diferentes tipos de carnes com determinada porcentagem de gordura (assegurando maior suculência e sabor) e pães mais macios ou até mesmo feitos artesanalmente.

ARTE DO PREPARO

Para Vanderley Anjos, *chef* de cozinha da WTF Burger Chef, localizada em Manaus/AM, o hambúrguer brasileiro é diferente dos demais: “Cada inovação vem deixando de lado o padrão americanizado e traz um conceito mais brasileiro, com temperos característicos de cada região”. Ele destaca também a variedade de molhos e acompanhamentos que são servidos junto com o prato.

O *chef* ainda ressalta as opções para a produção dos hambúrgueres: “A carne bovina é o carro-chefe, porém, é possível agradar a todos, inclusive com opções veganas e vegetarianas, feitas com lentilha, soja e castanha-do-Brasil, por exemplo”.

CONSUMO E DEMANDA

O aumento da oferta e do consumo de hambúrgueres no Brasil vem crescendo nos últimos anos. O levantamento mais recente, publicado pelo Instituto de Gastronomia em 2014, aponta que o consumo do “pão com carne” cresceu incríveis 575% entre 1994 e 2014. Se considerarmos apenas o aumento de franquias especializadas, houve aumento de 30% entre 2014 e 2017, de acordo com a Associação Brasileira de Franchising. Além disso, os brasileiros figuram entre os maiores consumidores de hambúrguer, com gastos próximos a 53,7 bilhões de reais por ano, segundo estudo publicado em 2017 pela EAE Business School.

O interesse pelo prato também vem impulsionando a criação de um grande acervo de conteúdo e receitas em blogs, canais no YouTube e livros especializados. Como resultado, mais pessoas desejam reproduzir em casa receitas de dar água na boca.

Aproveitando a proximidade do Dia do Hambúrguer – comemorado no dia 28 de maio –, que tal reunir a família e os amigos para preparar diferentes tipos de hambúrguer? Confira a seguir três receitas simples e saborosas! >>



Hambúrguer de Alcatra com Posta Vermelha

INGREDIENTES

- ✓ 250 g de posta vermelha (com gordura)
- ✓ 250 g de alcatra
- ✓ Sal a gosto
- ✓ Pimenta-do-reino a gosto
- ✓ Tomilho picado a gosto
- ✓ 1 colher (sobremesa) de molho inglês
- ✓ 15 g de queijo prato em fatias

MODO DE PREPARO

Corte as carnes em cubos, cubra com plástico-filme e leve à geladeira por 30 minutos para deixá-las mais firmes. Em seguida, moa as carnes juntas para formar o *blend* e adicione os temperos. Modele os hambúrgueres (de preferência, usando uma fôrma própria para isso). Deixe-os na geladeira por mais meia hora para reter bem o suco. Logo após, é hora de grelhar, se possível, no carvão. >>



Capriche na montagem do lanche: bacon, alface, tomate e cebola-roxa são muito bem-vindos!

Dica: Para ter mais suculência e sabor, entre 20% e 25% do seu hambúrguer caseiro deve ser de gordura bovina. Se preferir, substitua a gordura por bacon.

Hambúrguer de Tilápia



INGREDIENTES

- ✓ ½ kg de tilápia
- ✓ Sal a gosto
- ✓ Pimenta-do-reino a gosto
- ✓ 150 g de ricota
- ✓ Manjericão picado a gosto
- ✓ Tomilho picado a gosto

MODO DE PREPARO

Corte a tilápia em cubos, cubra com plástico-filme e deixe por meia hora na geladeira. No moedor de carnes (ou processador de alimentos), passe o peixe junto com a ricota para dar liga e adicione os temperos. Modele os hambúrgueres, deixe-os na geladeira por mais 30 minutos e, em seguida, grelhe-os e monte o lanche. >>

Dica: Na montagem, utilize o queijo brie, que combina bem com a tilápia!

PROMOÇÃO



TE AJUDA NAS CONTAS

Compre
R\$ **10** em produtos
Gomes da Costa e

Ganhe
R\$ **10** em créditos de
celular ou para
pagamento
de contas*

Depois das batalhas do seu dia,
o jantar é mais gostoso
com Gomes da Costa.

Resgate seu crédito em:
gomesteajudanascontas.com.br

*Créditos no aplicativo 



Dúvidas: 0800 591 0430

Promoção válida para pessoas físicas, maiores de 18 anos, que comprarem R\$10 (dez reais) em produtos Gomes da Costa (com exceção dos produtos da categoria Frango e Pouch), entre 10/01/2020 e 30/04/2020, em qualquer estabelecimento comercial e em uma mesma compra registrada em um mesmo cupom fiscal. Cada cupom fiscal dá direito a apenas um benefício. Serão permitidas até 5 (cinco) participações por CPF. O benefício deverá ser resgatado numa única oportunidade, exclusivamente pelo aplicativo RecargaPay. Para novos cadastros, deverá ser inserido um número de cartão de crédito válido, porém nenhuma cobrança será efetuada. O benefício tem validade de 90 (noventa) dias após o envio. O cupom fiscal deverá ser cadastrado no site até 30 (trinta) dias após a compra. Consulte demais condições de participação e usufruto do benefício no regulamento completo da promoção no site www.gomesteajudanascontas.com.br.



Hambúrguer de Grão-de-Bico

INGREDIENTES

- ✓ 4 xícaras (chá) de grão-de-bico
- ✓ 1 cebola média
- ✓ 1 xícara (chá) de aveia em flocos triturada no liquidificador ou farinha de aveia
- ✓ Água filtrada
- ✓ Azeite a gosto
- ✓ Cúrcuma (açafraão-da-terra) a gosto
- ✓ Coentro, cebolinha, salsa ou outros temperos a gosto
- ✓ Sal a gosto

MODO DE PREPARO

Coloque o grão-de-bico de molho em água fervente por três horas e descarte a água em seguida, repetindo o procedimento por três vezes. Cozinhe-o na pressão por 30 minutos e, em seguida, escorra a água utilizada no cozimento. Transfira

o grão-de-bico para uma tigela com água gelada para facilitar a retirada das cascas. Em uma panela, refogue a cebola picada no azeite até dourar. Acrescente o grão-de-bico e deixe-o fritar por alguns instantes; depois, tempere-o com a cúrcuma e o sal e triture com a ajuda de um *mixer*. Espere esfriar e acrescente

a aveia até dar o ponto. Modele os hambúrgueres, embale um a um com plástico-filme e congele. Para consumo, retire as unidades do *freezer* e aqueça imediatamente em uma hamburgueira, com azeite preaquecido, ou no forno convencional, utilizando papel-manteiga e um fio de azeite. ▲

Dica: Os tipos de pão mais comuns para hambúrguer são: o americano (ou pão de hambúrguer); o australiano; o italiano; e o pão brioche.





**VOCÊ MERECE
UMA CERVEJA
ESPECIAL E
PURO MALTE.**

SE BEBER, NÃO DIRIJA.



Você pode encontrar todo o sabor, a nobreza e o puro malte da cerveja Imperio em diversas apresentações. Escolha a sua. É puro malte. É Imperio.

  /cervejaimperio www.cervejaimperio.com.br

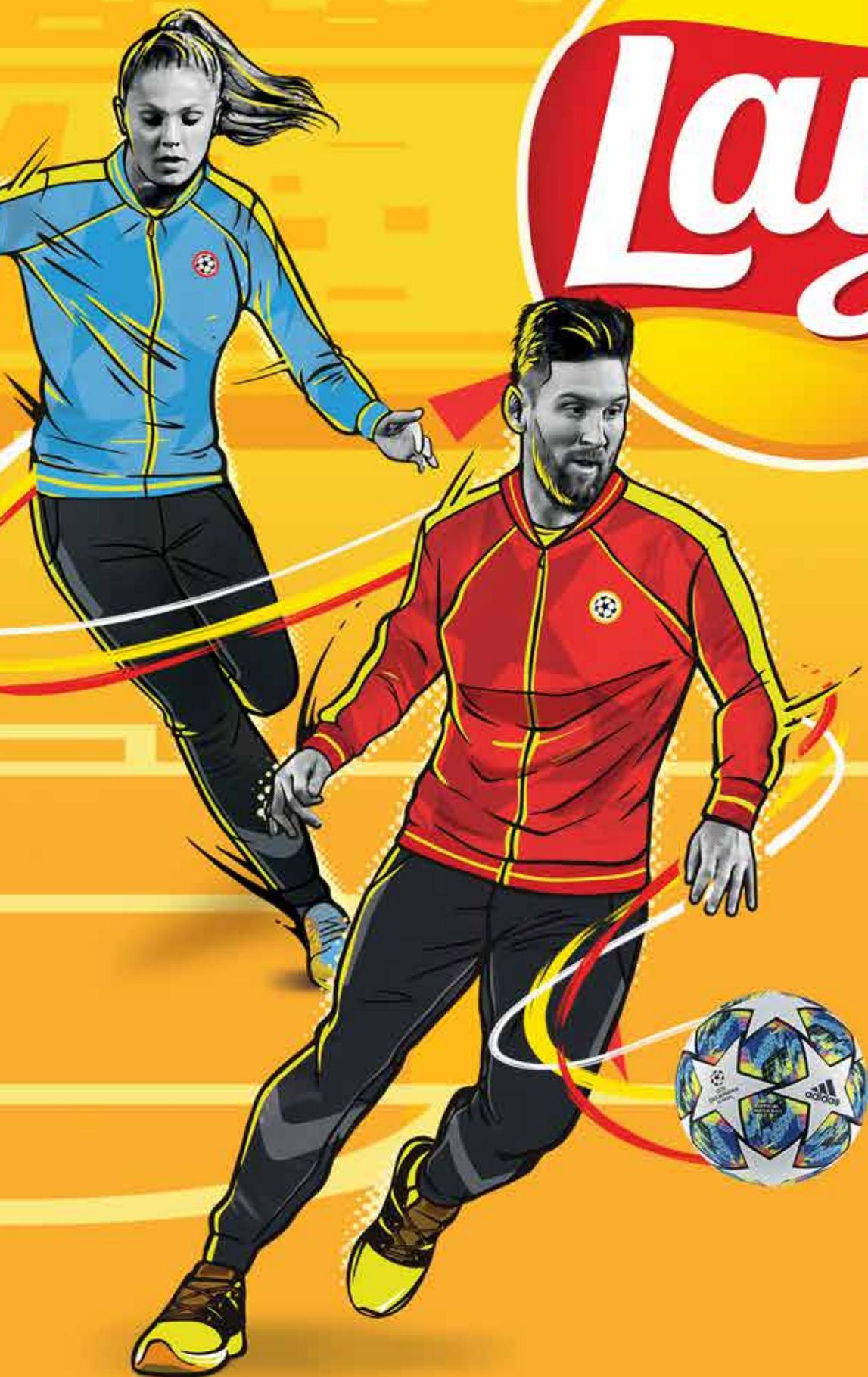

IMPERIO
CERVEJA PURO MALTE

COMPRE LAY'S[®] E CONCORRA A UMA VIAGEM PARA A FINAL DA UEFA CHAMPIONS LEAGUE



FOTOS: ILLUSTRATIVAS

Levy's®



Dieta Especiais

Demanda por dietas especiais cresce em nível mundial. Empreendedor pode lucrar focando em público com restrições alimentares

O mercado de alimentos e bebidas para pessoas com restrição a determinados ingredientes está em rápida ascensão, deixando de ser apenas um nicho ou uma tendência para fazer parte do cardápio de diversos estabelecimentos. O estudo *25 tendências alimentares para seguir em 2020* (tradução livre do inglês), da *Food and Beverage Magazine*, aponta que 31% dos chefs pesquisados afirmam que é preciso ampliar o mix de produtos para dietas restritivas.

Em outras palavras, restaurantes e demais estabelecimentos de alimentação podem atender a dietas variadas adicionando ao cardápio opções sem glúten, sem lactose, veganas, vegetarianas, entre outras. Como exemplo, uma das apostas alimentares para 2020, segundo o estudo, é o aumento de produtos para substituição da lactose. Além do leite de soja e de amêndoa, pode-se esperar ver mais leite de coco, de arroz, de cânhamo e de aveia.

O estudo "25 tendências alimentares para seguir em 2020" aponta que 31% dos chefs pesquisados afirmam que é preciso ampliar o mix de produtos para dietas restritivas

De acordo com pesquisa publicada no ano passado pela Euromonitor, agência internacional de pesquisa de mercado, o Brasil está em 4º lugar em consumo de alimentos saudáveis – o segmento movimenta US\$ 35 bilhões por ano em todo o mundo e cresceu 12,3% nos últimos cinco anos.

O reflexo desse crescimento no Brasil pode ser explicado pelo número de pessoas com algum tipo de restrição alimentar: cerca de 35% da população brasileira com idade acima de 16 anos manifestam algum tipo de desconforto digestivo ao consumir derivados de leite, segundo dados de 2016 do Instituto Datafolha. Já a Associação dos Celíacos do Brasil relata que uma em cada 600 pessoas é celíaca, isto é, possui um distúrbio intestinal provocado pelo glúten.

E o Brasil já ocupa a quarta posição no mundo em número de diabéticos, segundo a International Diabetes Federation (IDF). São 12,5 milhões de pessoas afetadas, de acordo com o Ministério da Saúde – entre 2006 e 2016, houve aumento de 61,8% na população de brasileiros com diabetes. Outras restrições alimentares, como a carne e a carboidratos, também vêm ganhando força no Brasil, especialmente pela popularização do veganismo e das dietas *lowcarb*. >>

ABRINDO O LEQUE

Para a consultora em alimentos e professora do curso de Gastronomia da Faculdade Unifil, Thanise Pitelli, oferecer produtos de qualidade para pessoas com alimentação especial exige conhecimento profundo dos fornecedores e atenção redobrada no preparo. “Quando se quer incluir uma receita destinada a um público específico, é importante conhecer a matéria-prima que será utilizada. Também é preciso ter cuidado com o processo produtivo, pois é fácil ocorrer contaminação cruzada de um ingrediente para outro na manipulação”, alerta.

A consultora recomenda que, em vez de investir exclusivamente em produtos para dietas restritivas, os empreendimentos podem abrir o leque aos poucos e destinar um espaço para essas dietas especiais: “É um mercado crescente, e os estabelecimentos devem ter essa opção no cardápio, não apenas por causa da saúde, mas porque vegetarianos e veganos, por exemplo, estão cada vez mais presentes. Não é preciso atender a todos os grupos de restrição de uma só vez, mas é importante dar passos nessa diversificação de cardápio”.



➤ Ana Cristina Dias, proprietária da Capim da Serra



DIETA QUE GERA LUCRO

A advogada Ana Cristina Dias transformou a sua experiência pessoal em negócio. Intolerante à lactose e sensível ao glúten, ela sentia falta de comida boa, saudável e que atendesse às suas restrições alimentares. Assim, em 2014, Ana fundou a Capim da Serra – que fica em Belo Horizonte/MG –, uma loja virtual com produtos feitos sem conservantes, corantes ou aditivos químicos. “Pesquisei esse mercado e me envolvi completamente por causa das minhas intolerâncias. Quando comecei a fazer as receitas, quis compartilhar isso com o público e daí nasceu o empreendimento”, conta Ana Cristina.

No cardápio da Capim da Serra, que atualmente também possui uma loja física e oferece opção de *delivery*, há marmittas, bolos, pães, pizzas, sopas, quiches, dentre outros produtos. A base da cozinha é vegetariana e conta com diversas opções *lowcarb*. Todas as receitas são criadas com a assessoria de nutricionistas.

A empreendedora acredita que o mercado de produtos para dietas restritivas está em crescimento: “As

pessoas procuram por alimentos de verdade, que nutrem o organismo. Estão preocupadas com os ingredientes e as fontes desses ingredientes, além de o corpo estar gritando e pedindo por boas escolhas”.

ALERGIA X INTOLERÂNCIA

As alergias são uma resposta do sistema imunológico a uma substância (nozes, frutos do mar ou ovos, por exemplo) assimilada pelo organismo como estranha. A reação pode ser imediata após o consumo do produto, podendo provocar sintomas como vermelhidão, diarreia e até mesmo choque anafilático, em casos graves.

Já no caso da intolerância, o organismo não consegue digerir a substância (lactose ou glúten, por exemplo), e os sintomas aparecem quando o alimento chega ao sistema gastrointestinal.

Enquanto o surgimento das alergias é mais comum na infância, a intolerância se manifesta em adolescentes e adultos.

RESTRIÇÕES mais comuns

INTOLERÂNCIAS

- ▶ **Doença celíaca:** reação do intestino como resposta ao consumo de glúten, proteína encontrada em grãos como trigo, malte e cevada;
- ▶ **Alergia ao trigo:** reação às proteínas do trigo, não necessariamente ao glúten;
- ▶ **Sensibilidade ao glúten:** forma de intolerância à proteína, porém se difere da doença celíaca porque não causa danos ao intestino delgado;
- ▶ **Intolerância à lactose:** acontece quando o organismo não consegue produzir uma enzima, chamada lactase, em quantidade suficiente para fazer a digestão da lactose;
- ▶ **Sensibilidade a aditivos alimentares:** sensibilidade ao que é adicionado aos alimentos a fim de realçar seu sabor ou prolongar sua validade, por exemplo. O paciente com essa sensibilidade também costuma ter problemas com corantes, presentes em boa parte dos alimentos industrializados.



OUTRAS RESTRIÇÕES

- ▶ **Açúcar:** pessoas com essa restrição não consomem (ou evitam consumir) açúcar ou carboidratos de alto índice glicêmico, que aumentam a taxa de glicose do sangue;
- ▶ **Produtos de origem animal:** enquanto vegetarianos não comem carne, peixe e aves, mas consomem seus derivados, veganos não consomem nada que tenha origem animal, como carne, leite, mel, ovos, etc.;
- ▶ **Carboidratos:** impulsionados principalmente pelas dietas *lowcarb*, pessoas que buscam perda calórica costumam recorrer a uma redução drástica na quantidade de carboidratos ingeridos. ▲

● Pães sem glúten são alternativa para quem não pode consumir glúten. No Brasil, uma em cada 600 pessoas é celíaca

ALERGIAS MAIS COMUNS

- ▶ Leite
- ▶ Frutos do mar
- ▶ Ovos
- ▶ Amendoim
- ▶ Soja
- ▶ Nozes



APROFUNDE-SE

No site da Academia Assaí Bons Negócios, há uma videoaula própria para quem deseja começar a produzir alimentos e bebidas voltados a dietas restritivas. O conteúdo aborda: diferenças entre alergia e intolerância alimentar; a importân-

cia de substituir adequadamente certos alimentos; como evitar a contaminação com outros ingredientes; armazenamento; cronograma de produção; comunicação com o cliente. Acesse:

bit.ly/AulaDietasRestritivas



SUAS VENDAS COM MUITO

MAIS SABOR

**Su[®]
fresh**

SUFRESH É UMA LINHA COMPLETA DE SUCOS
COM UM SABOR PERFEITO PARA CADA HORA DO DIA.



QUALIDADE DE UMA MARCA
RECONHECIDA PELOS CONSUMIDORES.



A ESCOLHA CERTA PARA COMPOR
O MIX DE PRODUTOS DA SUA EMPRESA.



 @sufresh.oficial
 /sufreshoficial
 www.sufresh.com.br

RECEITA de Família

Empreendedora potiguar conta os bastidores do seu negócio de pães de mel artesanais, que nasceu de uma receita familiar de três gerações

Empreender está na minha trajetória desde sempre. Durante a minha adolescência, eu já vendia bijuterias, produtos de beleza e produtos por catálogos e convivia com minha mãe vendendo pães de mel com recheios de doce de leite, que eram feitos com uma receita exclusiva, repassada de geração para geração da família, e que foi ensinada a ela pelo seu tio-avô.



Sheila André de Noronha ▶
Proprietária da Doce Deleite
Pão de Mel Artesanal



Segmento: Fabricação de doces artesanais

Inauguração: Maio de 2011

Endereço: Rua Felipe Camarão, 1.997 (Igapó) - Natal/RN

Facebook: docedeleitepaodemelartesanal

Eu cresci com certo tino comercial, vendendo e observando minha mãe vender, mas acabei indo trabalhar em áreas distintas do comércio e do mercado de alimentação. Fiz faculdade de Música, depois fiz um curso técnico de Nutrição, aulas de balé, canto lírico, e ingressei no curso de Direito da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), graduação que estou cursando atualmente.

Porém, em 2011, num momento em que eu passava por uma dificuldade financeira, resolvi apostar no empreendedorismo. Como percebia um bom potencial de vendas dos pães de mel, pedi à minha mãe que me ensinasse a tal receita familiar e, aos poucos, fui pegando o jeito. Assim que dominei as técnicas da preparação dos doces, fui buscar pontos para revenda.

Propus uma parceria aos proprietários da lanchonete da UFRN para revenderem os pães, e eles aceitaram mediante uma pequena porcentagem sobre as vendas. Os doces se tornaram um sucesso de imediato, e o volume de produção aumentou semana após semana. No entanto, alguns detalhes impediram a continuidade do negócio

com a lanchonete da faculdade e, a partir daí, o ritmo das vendas diminuiu um pouco. Mas continuei a comercializar os pães de mel por encomenda produzindo-os junto com a minha mãe, porém num volume menor.

Após vários anos trabalhando com encomendas, no ano passado decidi inscrever-me no Prêmio Academia Assaí Bons Negócios, e fui uma das selecionadas entre milhares de empreendedores de todo o Brasil. Para minha surpresa e alegria, fui uma das vencedoras na categoria “Vendas por encomenda”, e isso me inspirou muito a dar passos mais largos na ampliação do negócio.

Posso dizer que foi a partir do prêmio – essa oportunidade incrível que o Assaí oferece aos empreendedores – que verdadeiramente nasceu a Doce Deleite Pão de Mel Artesanal. A experiência e o conhecimento que vieram juntos com a participação trouxeram uma injeção de ânimo para profissionalizar mais o empreendimento. Muito mais que isso, proporcionou acesso a informações e ferramentas que ajudaram a pavimentar os caminhos para o sucesso da Doce Deleite.

Hoje, chegamos a um volume de produção cada vez maior, e pretendemos evoluir ainda mais por meio de um novo formato de pães de mel para festas num futuro não tão distante.

O ano de 2019, que trouxe a experiência do prêmio Academia Assaí Bons Negócios, veio para mudar a história do nosso negócio. Aprendemos a evidenciar os detalhes da produção, que são nossos diferenciais, a divulgar os produtos de maneira mais efetiva e, principalmente, reaprendemos a sonhar.

DETALHES QUE FAZEM A DIFERENÇA

O pão de mel, carro-chefe do negócio, é recheado com doce de leite e feito sem conservantes, com chocolate meio amargo fabricado no Nordeste e mel proveniente da Serra do Mel. Pensados nos mínimos detalhes, os pães possuem antimofa (aditivo próprio para confeitaria utilizado para prevenir a formação de bolor e mofo) e são embalados em papel-celofane, que é biodegradável. 🍯

Fotos: Divulgação / Shutterstock



VOCÊ NA REVISTA ASSAÍ

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





Unidade Caruaru II: Avenida João de Barros S/N, Quadra 13 – Caruaru/PE

Primeira loja Inaugurada em 2020

Com investimento de R\$ 53 milhões e geração de mais de 600 postos de trabalho, a inauguração marca início do projeto de expansão para o ano

E foi dada a largada no plano de expansão do Assaí para 2020! Com a meta de abrir 20 lojas e chegar a três novos estados (Acre, Roraima e Maranhão), a rede atacadista inaugurou, em 18 de fevereiro, a primeira unidade neste ano. A cidade pernambucana de Caruaru, que carrega o título de "Capital do Forró", foi a escolhida para receber a 167ª loja da rede e a oitava da bandeira no estado.

No total, foram investidos R\$ 53 milhões na construção, gerando mais de 600 empregos, entre diretos e indiretos. "Estamos muito felizes

por ampliar a nossa atuação em Pernambuco com uma segunda loja em Caruaru, cidade que teve o seu crescimento impulsionado pelo forte empreendedorismo da população. Foi o primeiro município do estado a receber uma loja Assaí e era o lugar ideal para darmos início ao nosso plano de expansão para 2020", conta o presidente do Assaí Atacadista, Belmiro Gomes.

Construída de acordo com o novo padrão de lojas da rede, a unidade conta com 5 mil m² de salão de vendas, 32 *check-outs*, 363 vagas de estacionamento, *Wi-Fi* e espaço cafeteria. 🌞



**CONFIRA FOTOS DE
TODAS AS
INAUGURAÇÕES
DO ASSAÍ!**

assaí.com.br/inauguracoes



Mondial, a escolha inteligente.



Rodrigo Hilbert



KT-94

A MONDIAL TEM O PRODUTO
IDEAL PARA CADA MOMENTO
POR ISSO ELA É A ESCOLHA INTELIGENTE
DE MILHÕES DE BRASILEIROS.



KT-55



NV-75-NP



B-05-NP



AP-36

MONDIAL
ELETRODOMÉSTICOS

Na hora de presentear, vá de Assaí



Precisa de sugestão para presente? Conheça opções disponíveis em todas as lojas da rede

Nas lojas do Assaí, você encontra ótimas opções para presentear quem você gosta, desde *gift cards* para serem utilizados em aplicativos e serviços, como Uber e Netflix, até o Cartão Presente Assaí, que pode ser carregado com o valor que você deseja para uso em todas as lojas da rede. Conheça mais sobre as opções disponíveis!

◀ **CARTÃO PRESENTE ASSAÍ**

Desde o final de 2019, os clientes do Assaí tem à disposição um cartão pré-pago personalizado com a marca Assaí que pode ser utilizado em todas as unidades da rede, seja na compra de produtos ou em consumo nas cafeterias das lojas. Os cartões podem ser adquiridos e carregados diretamente nos caixas (com valores entre R\$50 e

R\$5.000 reais) e utilizados para presentear amigos, parentes, colegas de trabalho ou funcionários, por exemplo.

O Cartão Presente Assaí, que pode ser usado tanto por pessoas físicas como jurídicas, é simples e rápido de ser emitido, isento de anuidade (já que não se trata de um cartão de crédito) ou qualquer outro custo, dispensa a necessidade de conta bancária e pode ser carregado e recarregado quantas vezes o usuário desejar. A validade de cada recarga é de 180 dias.

▼ ACESSO CARD

A Acesso, empresa líder em emissão, processamento e gestão de cartões pré-pagos, é uma grande parceira do Assaí. Em todas as lojas da rede, os clientes podem adquirir o Acesso Card, carregá-lo com o valor em créditos que preferirem e presentear quem desejar, ou até mesmo utilizar para as próprias compras.

Além das lojas do Assaí, o cartão – que já conta com mais de meio milhão de usuários – pode ser utilizado em milhares de lojas físicas e *on-line* que aceitam a bandeira MasterCard como forma de pagamento, além de permitir pagamento de contas, transferências entre cartões Acesso, recarga de celular e até mesmo saques nos caixas do Banco 24 Horas.



Uma das vantagens de presentear com o Acesso Card é que é permitido o uso até que o limite se esgote. Ou seja, o controle é total e é impossível passar do limite que você mesmo definiu, sendo uma ótima opção, por exemplo, para a “mesada” dos filhos.

Para adquirir um Acesso Card para presentear ou para uso próprio, basta ir até um dos caixas das lojas Assaí e pedir o seu. A adesão é de R\$ 14,90 e você já sai com o cartão em mãos. Depois, é só fazer a ativação pelo site meuacesso.com.br.

► GIFT CARDS VARIADOS

Seja para pagar deslocamentos por aplicativos de transporte urbano, garantir alguns meses de maratonas de séries ou passar por terminais de pedágio sem precisar parar nas cancelas, os *gift cards* do Assaí geram diversas facilidades e são uma ótima opção para presentear. Os cartões pré-pagos estão disponíveis em diferentes valores. Ao comprar um *gift card* do Uber de R\$ 50,00, por exemplo, você garante esse crédito para quem você presentear. Entre as opções de *gift card* disponíveis, estão: Uber; Google Play; Spotify; Sem Parar; Netflix; XBOX. Os valores de crédito são variados. 🌈



Histórias QUE VENDEM



➤ Apontada como tendência mundial para o mercado de alimentação pela National Restaurant Association, a contação de histórias por trás do negócio pode alavancar vendas e fidelizar clientes

As histórias por trás dos pratos, da ambientação física ou da trajetória dos proprietários de estabelecimentos de alimentação podem ser grandes aliadas para conquistar clientes

É difícil pensar em um alimento mais democrático que o pão. Não importa a região do país ou a condição econômica da família, o pão geralmente tem um lugar reservado na mesa, e as padarias estão em praticamente todos os bairros. Como, então, se destacar vendendo um produto tão popular e comum na vida do brasileiro? Na Maçã – Padaria

Artesanal Brasileira, localizada em Curitiba – uma estratégia deu muito certo: oferecer pães, broas e sonhos totalmente orgânicos e artesanais.

Cada produto exposto carrega um dos principais valores da marca: o respeito à cadeia produtiva e à natureza. Os pães são feitos com fermento natural, que garante aspecto rústico, casca crocante e sabor inconfundível. Os ovos, também orgânicos,

são de galinhas livres de gaiolas. Os fornecedores da padaria são escolhidos "a dedo" para respeitar esses princípios.

Gustavo Alberge, um dos fundadores, destaca esses valores e ressalta os detalhes da rotina de produção, da elaboração das receitas e da escolha dos ingredientes. De acordo com o empresário, a narrativa de respeito à natureza expressa o que ele, o seu sócio Lucas Chan e os oito funcionários são quando a Maçã fecha as portas no final do expediente. "Ela traduz o que a gente faz 100% do tempo", conta.

O resultado? Clientes praticamente cruzam a cidade para comprar na padaria. Além de oferecer um produto de qualidade, o estabelecimento conquista os clientes com uma história envolvente, que preza a produção artesanal e orgânica. Atualmente, o negócio, que tem cinco anos de existência, vende 500 a 600 pães por semana, usa uma tonelada e meia de farinha e tem um público apaixonado por seus produtos.

A padaria é um exemplo de empreendimento que aposta na cria-

ção de uma narrativa para fidelizar os clientes. A prática, conhecida como *storytelling*, é uma das tendências mais promissoras para o setor de alimentação fora do lar de acordo com a NRA (National Restaurant Association) – associação comercial da indústria de restaurantes dos Estados Unidos.

COMO APLICAR?

Não existe uma receita fechada para aplicar o *storytelling* nos negócios, e o motivo é simples: as narrativas precisam ser cativantes para um público específico. Portanto, antes de definir qual história contar, é importante pensar nos valores que determinada clientela valoriza.

A partir disso, o passo seguinte é identificar as características que tornam a marca mais relevante para esse público – exemplos: É ligada a alguma causa social? É inovadora? Tem uma boa história de tradição familiar? Tem apelo artesanal nos produtos que comercializa? – e criar formas de levar essas características ao público, seja na identidade visual do negócio, na decoração do ambiente, nas receitas, nas embalagens

que são entregues, nas publicações em mídias sociais e até mesmo no perfil de colaborador que trabalha no estabelecimento.

Na Maçã, por exemplo, não são só os ingredientes e os produtos que carregam histórias. A ambientação do espaço físico também é utilizada como recurso de *storytelling* para garantir uma experiência única aos clientes e, conseqüentemente, fidelizá-los.

Além disso, a própria história de Gustavo e Lucas é explorada como um diferencial para a marca. Quem os vê sujando as mãos de farinha orgânica não imagina que, anos atrás, os dois cruzaram o Atlântico em busca de trabalho em restaurantes com estrelas Michelin, uma das classificações mais importantes do mundo da gastronomia.

Na Inglaterra e em Portugal, o destino os colocou em contato com pequenos produtores, e eles se apaixonaram pela agricultura familiar. Quando voltaram ao Brasil, esqueceram os restaurantes "cinco estrelas" e decidiram se aventurar na panificação orgânica. "De uma ponta do alimento, que é a altíssima gastronomia, nós fomos para a raiz, que é a produção familiar", revela Gustavo.

Hoje, a trajetória de Gustavo e Lucas se materializa nos produtos que comercializam, envolvendo uma clientela fiel, que procura a padaria não só porque gosta dos pães, mas também porque se envolveu com a história dos empresários e compartilha os mesmos valores que eles.

Mas, afinal, por que as histórias se tornaram tão determinantes na relação com os clientes? O professor de *storytelling* para negócios, Bruno Scartozzoni, falou com exclusividade à **Revista Assaí Bons Negócios** sobre a origem da prática de contação de histórias e a importância delas para o setor da alimentação. >>



◀ Gustavo Alberge, um dos fundadores da Maçã – Padaria Artesanal Brasileira. Na Maçã, cada produto carrega a história dos donos e os valores que eles defendem

Assaí Bons Negócios: Qual é a origem do termo e da prática do storytelling?

Bruno Scartozzoni: O *storytelling*, traduzido ao pé da letra, significa “contação de histórias”. A humanidade conta histórias desde sempre, em volta da fogueira, na literatura, no cinema etc. Fazemos isso para transmitir conhecimento e, ao mesmo tempo, para entreter. Trata-se de uma técnica bastante poderosa para capturar a atenção e envolver as pessoas.

ABN: Por que essa estratégia tornou-se tão importante para as empresas?

BS: De uns 15 anos para cá, com a popularização da Internet, é cada vez mais difícil fazer com que alguém preste atenção no que uma empresa tem a dizer. Por outro lado, continuamos apaixonados por boas histórias, principalmente séries e filmes. Empreendedores passaram a assimilar essas técnicas buscando o mesmo efeito.

ABN: Do ponto de vista do consumidor, por que um produto ou estabelecimento que “conta” uma história é mais atrativo?

BS: Empresas e produtos que contam histórias criam um envolvimento emocional com seus clientes. No fundo, por mais que não percebamos, nossas decisões de consumo são muito mais baseadas na emoção do que na razão. Uma boa história agrega valor e desperta desejo justamente porque emociona.

ABN: Que dica você daria para os empreendedores que querem usar o *storytelling* em seus negócios, mas não sabem muito bem por onde começar?

BS: A ideia central é identificar os valores e os pontos fortes que o negócio já possui ou que podem ser aprimorados. Em seguida, é preciso conhecer mais sobre o público que valoriza essas características, e depois iniciar o trabalho de comunicar esses valores e pontos fortes na forma de diferenciais, de formas variadas e criativas, desde as redes sociais até a ambientação física do local. 🍷

"Empresas e produtos que contam histórias criam um envolvimento emocional com seus clientes. No fundo, por mais que não percebamos, nossas decisões de consumo são muito mais baseadas na emoção do que na razão"

Bruno Scartozzoni, professor de storytelling para negócios



🍷 Bruno Scartozzoni

Páscoa

com Nestlé

AQUI VOCÊ ENCONTRA
OS MELHORES PRODUTOS
PARA A SUA PÁScoa



Nestlé
PROFESSIONAL

ASSAÍ
ATACADISTA

BISCOITO INTEGRAL TRIBOS ✓

130 g

Integrais e orgânicos, os biscoitos Tribos são feitos com farinha integral de verdade – menos processada e cheia de nutrientes. Disponíveis nos sabores “Cacau”, “Coco” e “Granola e Mel”.



SUCO NATURAL ONE ◀

900 ml

O suco Natural One 100% suco é saudável e nutritivo, não contém aromatizantes, conservantes nem açúcares. Disponível em diversos sabores, como laranja, maçã, manga, limão e pink lemonade.

Lanches saudáveis

Produtos que fazem bem em qualquer hora do dia



BISCOITO INTEGRAL NESFIT ✓

160 g

Saboroso e equilibrado, perfeito para os lanches entre as refeições, os biscoitos integrais Nesfit são feitos com cereal integral e estão disponíveis em diversos sabores.



IOGURTE NATURAL VIGOR ✓

170 g

Com diversas opções de sabores para você se deliciar e aproveitar os seus benefícios, o iogurte natural Vigor pode ser consumido puro, em saladas, misturado com frutas e batido.

BARRA DE CASTANHAS TRIO ◀

30 g

Com castanha-de-caju, castanha-do-pará, amendoim, amêndoas inteiras e uva-passa, as barras Trio Nuts compõem um mix saudável que traz inúmeros benefícios à saúde. Disponíveis na versão tradicional ou com chocolate.



EXPERIMENTE O GRÃO DE BICO CONGELADO GRANO

Rico em proteínas,
sais mineiras e
vitamina B,
não contém glúten,
nem colesterol.



+ 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

É só Grão de Bico
e nada mais!



Do campo para sua mesa

por Rafael Bruno

Proteja-se da gripe e do resfriado

Mudança de estação favorece a transmissão de gripe e resfriado. Confira dicas para se proteger durante o período!



Não são apenas as folhas das árvores: com a chegada do outono, a imunidade do corpo também cai. Em algumas regiões do país, a mudança de temperatura é mais severa, o que, combinado com a baixa umidade relativa do ar, aumenta o desconforto respiratório e cria o ambiente perfeito para a transmissão dos vírus causadores das principais doenças relacionadas ao frio: o resfriado e a gripe.

Sim, resfriado e gripe são doenças diferentes, causadas por vírus diferentes. Mas as formas de propagação são as mesmas: de pessoa para pessoa, pelo ar ou pelo contato com mãos e objetos infectados. E as medidas de prevenção também são as mesmas. As precauções listadas a seguir ajudam a diminuir bastante as chances de ficar de cama por causa de uma “friagem”.

VACINAR-SE

O infectologista Fernando Chagas, do Hapvida, lembra que, diferente do resfriado comum, que atinge apenas

as vias respiratórias, a gripe afeta todo o organismo: “Nos casos mais graves, ela tende a se alastrar para os pulmões, o que pode ser fatal para grávidas, idosos e crianças pequenas”. Por isso, o ideal é imunizar-se antes da chegada do frio, pois os anticorpos podem levar até três semanas para agir no organismo. A vacina – que tem eficácia de até 80% – é oferecida gratuitamente pelo Sistema Único de Saúde (veja critérios na *box* a seguir) durante as campanhas de imunização, que geralmente começam entre os meses de março e abril, e também está disponível em laboratórios e centros de vacinação particulares. >>

Quem pode tomar a vacina da gripe pelo SUS?

- ▶ Indivíduos com 55 anos ou mais;
- ▶ Crianças de 6 meses a 6 anos incompletos;
- ▶ Gestantes;
- ▶ Mulheres que tiveram filho nos últimos 45 dias;
- ▶ Trabalhadores da saúde;
- ▶ Professores de escolas públicas e privadas;
- ▶ Povos indígenas;
- ▶ Pessoas com doenças crônicas não transmissíveis;
- ▶ Forças de segurança e salvamento;
- ▶ Adolescentes e jovens de 12 a 21 anos de idade sob medidas socioeducativas;
- ▶ População privada de liberdade;
- ▶ Funcionários do sistema prisional.

📌 A vacinação contra a gripe é uma das principais medidas para evitar “ficar de cama”

Totalmente pronto para vender mais? Chegou o Novo Colgate Total 12.

A marca líder de mercado vai revolucionar a categoria de creme dental mais uma vez.



NOVA TECNOLOGIA INOVADORA*



PREVENÇÃO DA SENSIBILIDADE



PROTEÇÃO DO ESMALTE**



NEUTRALIZAÇÃO DE ODORES***

**Pela busca e combate às bactérias.

***Associados ao mau hálito.

Aumente suas vendas com a marca número 1 no Brasil em:



PARTICIPAÇÃO DE MERCADO.****



PRESENÇA NOS LARES BRASILEIROS.*****



INVESTIMENTO DE COMUNICAÇÃO.

****Nielsen Retail Index 2019'ytd'fev. *****Marca premium mais presente nos lares. Kantar HH Panel 2019'ytd.

Forte suporte de comunicação.



TELEVISÃO



MPDV



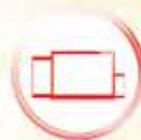
PROFISSIONAL



DIGITAL



PROMOÇÃO



E-COMMERCE



AMOSTRAGEM



RELAÇÕES PÚBLICAS



INFLUENCIADORES



✔ O simples hábito de lavar as mãos com frequência ajuda a prevenir diversas doenças, incluindo gripe e resfriado

O pediatra Juarez de Oliveira ressalta que não existem efeitos colaterais que justifiquem o risco de ficar sem imunização: “Vacinar-se contra a gripe é fundamental. Não é preciso temer reações, mas pessoas que têm alergia a ovos devem ter precauções, pois as vacinas são feitas a partir da proteína do ovo. De resto, as contraindicações são muito pequenas”.

EVITAR AMBIENTES FECHADOS

Embora o período entre maio e agosto concentre a maior parte dos casos de infecções respiratórias, é bom lembrar que elas não são causadas pelo frio, mas pelos vírus. Essa época é mais propícia para que as pessoas passem mais

tempo próximas umas das outras em lugares fechados, o que facilita o surgimento de doenças respiratórias virais.

HIGIENIZAR BEM AS MÃOS

Como explica o infectologista Fernando Chagas, os vírus da gripe e do resfriado se espalham por meio de gotículas que são lançadas no ar quando uma pessoa doente tosse ou espirra. “Quando uma pessoa cobre a boca ao espirrar, as gotículas ficam nas mãos, e quando ela aperta a mão de outra pessoa para cumprimentar sem lavar as mãos, passa o vírus”, ressalta.

Para o pediatra Juarez de Oliveira, o ideal é, sempre que possível, complementar a lavagem das mãos com álcool em gel para diminuir ainda mais as

chances de proliferação dos microrganismos. “Quando encostamos as mãos em uma maçaneta, ou mesmo nas paredes, por exemplo, favorecemos a transmissão dos vírus”, alerta.

HIDRATAR-SE BEM

Outro problema do clima mais frio é a baixa umidade relativa do ar, que provoca o ressecamento das mucosas, facilitando infecções. Por isso, é importante hidratar muito bem o corpo, mesmo que a sede não seja tão grande como no verão. Recomenda-se ingerir muitos líquidos e frutas, especialmente as que contêm vitamina C. O uso de soros nasais e umidificadores também ajuda a evitar desconfortos respiratórios e a fortalecer as defesas do corpo. ▲



Assugrin



- Giro garantido! Ótimo custo-benefício.
- Consumidores fiéis à marca e ao sabor.
- Nas versões Tradicional e Stevia.



Adoçante Tradicional em Pó
Caixa com 1000 sachês

Custo Unitário por sachê **50% menor** que a versão em cartucho



Como montar uma *Ficha Técnica* para receitas

Por **Khin Borges**, Assessora de Empreendimentos e Tecnóloga de Alimentos da Aliança Empreendedora

Montar fichas técnicas para as receitas de um negócio de alimentação, seja ele um restaurante, uma confeitaria, uma pizzeria ou qualquer outro, pode até parecer difícil à primeira vista, mas não é nenhum “bicho de sete cabeças”. No entanto, antes de ensinar como fazer, vou explicar rapidamente

o que é a ficha técnica e para que, de fato, ela serve.

A ficha técnica é como um manual de instruções, que explica o passo a passo do preparo de cada receita e inclui várias informações pertinentes para a produção do alimento ou da bebida. Por meio dela, é possível conhecer cada um dos custos para

produzir a receita, formar o preço de venda de forma mais precisa e manter um padrão para as refeições e as bebidas que são oferecidas no estabelecimento.

No universo da gastronomia, há vários modelos de fichas técnicas, que vão dos mais simples aos mais elaborados.

UM MODELO BÁSICO NORMALMENTE CONTÉM AS SEGUINTESS DESCRIÇÕES:

- ▶ Categoria do produto (um prato salgado, uma sobremesa ou um tipo de salada, por exemplo);
- ▶ Tempo de preparo;
- ▶ Rendimento;
- ▶ Custo de cada ingrediente;
- ▶ Modo de preparo da receita;
- ▶ Utensílios utilizados no preparo;
- ▶ Listagem dos fornecedores dos insumos;
- ▶ Listagem de todos os ingredientes com as respectivas quantidades;
- ▶ Quantidade de mão de obra;
- ▶ Características do pós-preparo;
- ▶ Custos operacionais diários;
- ▶ Impostos;
- ▶ Custo final;
- ▶ Margem de lucro;
- ▶ Foto do prato finalizado.

Fotos: Divulgação / Shutterstock



MÃOS À OBRA!

Ficha técnica tem tudo a ver com precificação, que por sua vez tem tudo a ver com os lucros do seu negócio. Para aprofundar-se no conhecimento e aprender a fazer fichas técnicas para os produtos que você comercializa, assista à aula sobre o assunto no site da Academia Assai Bons Negócios. Ah, nessa aula você também encontrará um modelo para baixar e começar a usar!



▶ bit.ly/AulaFichaTecnica

FIQUE ATENTO

As fichas devem ser atualizadas constantemente de acordo com a variação dos preços dos insumos – é recomendado verificar as informações pelo menos uma vez ao mês. Cabe ao proprietário também fazer visitas periódicas à cozinha para avaliar se os funcionários estão seguindo à risca as receitas ou se algum procedimento precisa ser alterado.

As fichas podem ser feitas em uma planilha digital ou até mesmo no papel. O importante é registrar as anotações de forma prática e atualizá-las sempre que possível. 🍌



ENVIE SUA PERGUNTA

Mande sua dúvida sobre empreendedorismo e negócios para clientes@assai.com.br ou 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!



🔗 Sazonalidade movimenta o mercado durante os meses de junho e julho e traz boas oportunidades para empreendedores do setor de alimentação

Vem São João!

Consultora traz dicas para quem empreende no mercado de alimentação faturar mais no período de festas juninas/de São João

Guloseimas, quadrilhas, músicas típicas e muita animação: assim são as festas juninas – ou festas de São João. Desde o início de junho, multidões se reúnem para os “arraiais” e, em algumas regiões do Brasil, a empolgação é tanta que é comum “esticar” um pouco as festividades até julho. Para quem empreende no setor de alimentação, a época costuma reservar boas oportunidades. Confira dicas da consultora de negócios do Sebrae, Suelen Pedroso, para aproveitar melhor o período! >>



🔗 Suelen Pedroso, consultora de negócios do Sebrae



Cursos online
100%
GRATUITOS



Certificados
DE **CONCLUSÃO**



Videoaulas
EXCLUSIVAS



Materiais
DE **APOIO**



Transformar o **DIA DAS MÃES** em uma data **inesquecível** está ao seu **alcance**.

Prepare seus produtos para o Dia das Mães com o curso **Vendas por Encomenda** e faça seu negócio crescer com a **Academia Assaí Bons Negócios**.



PLANEJAMENTO

De acordo com a consultora, é importante começar a se planejar com antecedência. Esse planejamento deve englobar os produtos que serão oferecidos (adicionalmente ou em maior volume) durante o período da festividade; as metas de vendas; o quanto será investido em ações promocionais e marketing; entre outros. Um dos pontos mais importantes dessa etapa é definir o quanto se pretende faturar durante as festas. “Se o empreendedor não definir o quanto pretende arrecadar, precisa pelo menos saber o mínimo necessário para pagar suas contas”, orienta.

Suelen aponta que o planejamento também pode contribuir para reduzir custos e otimizar compras de insumos ou de estoque: “O empreendedor pode identificar que um determinado produto ou ingrediente de maior validade para um prato típico está com um preço bom se ele comprar antecipadamente. Quanto mais o produto tiver a ver com a sazonalidade, aumentam as chances de escassez e de acréscimo no valor quando se aproximar a data comemorativa. Então, o empreendedor pode antecipar as compras da quantidade necessária e reduzir custos”.

Também faz parte do planejamento definir o que será preciso colocar em prática para aumentar as vendas. Caso o empreendedor defina uma meta maior de vendas para o período, talvez tenha que adotar estratégias e recursos como investir mais em publicidade ou fazer parcerias.



De acordo com a consultora, ações tradicionais, como degustações de produtos típicos, são válidas, mas é preciso sempre considerar o público-alvo do negócio e fugir do óbvio

O QUE COLOCAR EM PRÁTICA?

Para a consultora, as ações mais tradicionais de festas juninas – como degustações de produtos típicos, decoração temática e adição de produtos no cardápio – não perderam sua essência, mas é preciso sempre considerar se cabem ao público-alvo do negócio e fugir do óbvio. Como exemplo, ela cita que um restaurante especializado em massas, que a princípio não tem uma ligação tão próxima com festas juninas, pode oferecer como sobremesa um doce artesanal relacionado com a sazonalidade, mas desde que tenha um diferencial. “Oferecer um doce comum de São João pode não ter um apelo muito forte, mas se tiver um diferencial, como um ingrediente típico regional ou uma forma diferente de preparo, vai pegar o cliente de surpresa e chamar a atenção para o produto. Tudo que gera curiosidade em algum momento gera lucro”, explica Suelen.

Para quem comercializa alimentos sob encomenda, a consultora do Sebrae sugere investir em produtos temáticos e caprichar na criatividade na hora da divulgação: “Imagine

que um empreendedor que produz bolos por encomenda tenha criado brigadeiros *gourmet* de paçoca para vender no mês de junho. faltando algumas semanas para o começo das festas, ele pode começar a enviar um ou dois brigadeiros como cortesia junto com cada bolo entregue e gerar interesse de consumo mais para frente”.

Já para vendedores ambulantes, Suelen recomenda aproveitar a diversidade da festa e caprichar nos detalhes: “A festa junina é a maior festa democrática da gastronomia. Esse apelo funciona muito bem para o vendedor ambulante, pois se pode fazer inúmeras combinações agregando opções criativas aos produtos que comercializa. Para quem vende *brownies*, que tal oferecer um de maçã do amor com as maçãs caramelizadas? Ainda assim, é essencial caprichar nos detalhes: o vendedor que souber combinar criatividade com asseio, higiene, organização, simpatia e carisma terá ótimos resultados nessas festas de São João”. 🌞



Passaí que é mais

Vantagem!

Passaí Créd é o cartão do Assai Atacadista.

Com o cartão Passaí, além de pagar preço de atacado a partir de 1 unidade¹, você tem acesso a benefícios e vantagens exclusivas!

Quer economizar? **Passaí!**



50% de desconto em cinemas e teatros²



Até 40 dias para pagar suas compras³



Parcelamento de Fatura



Você pode parcelar sua fatura atual e saber exatamente quanto vai pagar por mês⁴



PEÇA JÁ O SEU*!

Na loja Assai mais próxima ou pelo site: assai.com.br/passai

*Sujeito a análise.

¹ Nas lojas ASSAÍ, ao efetuar o pagamento de suas compras com o cartão de crédito Passaí, pague o preço de atacado comprando em quantidades de varejo. Confira as etiquetas com destaque de preço, regras de desconto e plano de pagamento nas Lojas Assai. Promoção não cumulativa com outras promoções ou ofertas. Consulte condições em passai.com.br. ² Consulte prazo de validade, condições e parceiros credenciados das promoções de 50% de desconto no regulamento disponível em itaucard.com.br/beneficios. ³ Prazo varia conforme a data da compra, considerando-se a data de fechamento e pagamento da fatura. ⁴ Sujeita a incidência de encargos (juros e IOF). Consulte condições previamente à contratação.

Contratando Refugiados

Contratar pessoas em condição de refugiado gera valor para o negócio, além de ser uma iniciativa humanitária de responsabilidade social

Brasil tem 11.271 pessoas refugiadas, de acordo com o último relatório do Comitê Nacional para os Refugiados (CONARE), de 2018. No total, foram mais de 80 mil solicitações de reconhecimento de condição de refugiado no ano da pesquisa. É comum que pessoas nessas condições estejam em busca de melhores oportunidades, no entanto, ainda há certa relutância por parte das empresas em contratá-las.



BENEFÍCIOS PARA O NEGÓCIO

Empreendimentos de todos os tamanhos só têm a ganhar ao contratar refugiados, pois, além de estarem firmando um compromisso com a sociedade, há também benefícios para o negócio. “Em geral, essas pessoas são determinadas, dispostas e abertas a novos aprendizados, e sentem a necessidade de se reinventar para se integrar à sociedade local e se reinserir no mercado de trabalho. A maior parte dos profissionais em situação de refúgio fala ao menos dois idiomas, possibilitando o conhecimento e a prática de outras línguas”, conta a assistente de responsabilidade social do Programa de Apoio para a Recolocação dos Refugiados (PARR), Valéria Derminio, destacando também a importância dessas contratações como fator de responsabilidade social das empresas.

ORIENTAÇÕES GERAIS

Do ponto de vista de recrutamento e seleção, é importante que a empresa aplique os métodos avaliativos que julgue necessários para analisar os candidatos. No entanto, o processo deve ser feito com normalidade, como na contratação de um cidadão brasileiro. “Durante a entrevista e no dia a dia de trabalho, é importante que o proprietário do negócio e os outros funcionários se esforcem para facilitar a comunicação ao máximo possível e evitem fazer questionamentos de cunho pessoal, como perguntar o que motivou a pessoa a sair do seu país de origem”, orienta Valéria. Ela também aponta que não há a necessidade de treinamentos específicos para pessoas nessas condições, apenas os procedimentos normais para outros colaboradores, com atenção especial a solucionar eventuais dúvidas ou dificuldades relacionadas à comunicação.



DESCONHECIMENTO PREJUDICA ADMISSÕES

De acordo com um estudo feito em 2017 pela Universidade de Brasília, 91,2% dos profissionais de Recursos Humanos entrevistados afirmaram desconhecer os procedimentos para a contratação de refugiados – que, na verdade, são os mesmos aplicados na admissão de cidadãos brasileiros –, enquanto 47,8% disseram acreditar que os colegas evitam contratações desse tipo por medo de problemas futuros com o Ministério do Trabalho. Mas é importante ressaltar que todo refugiado ou imigrante que formalizou sua situação no país tem garantido, por lei, o direito de exercer atividade remunerada.

Segundo Valéria, todo refugiado possui um documento de identidade nacional, que pode ser o Registro Nacional Migratório (RNM) ou o Protocolo de Solicitação de Refúgio. Com o documento e o CPF em mãos, é possível obter a carteira de trabalho. “Alguns documentos, os refugiados nunca terão, como RG, Título de Eleitor, Certificado de Reservista e comprovante de escolaridade. Contudo, é possível flexibilizar a exigência de tais documentos de acordo com o previsto na Lei do Refúgio (9474/97)”, explica a assistente de responsabilidade social do PARR. 🍌

QUEM É CONSIDERADO REFUGIADO?

São consideradas refugiadas as pessoas que se encontram fora do seu país por causa de temor de perseguição por motivos de raça, religião, nacionalidade, opinião política, conflitos armados ou violência generalizada, e que não possam (ou não queiram) voltar para casa.

Fonte: Agência da ONU para Refugiados (ACNUR)



Deseja contratar um (a) colaborador(a) refugiado(a)? Acesse o site do Programa de Apoio para a Recolocação dos Refugiados (PARR), que conta com um banco de pessoas nessa condição, e preencha o formulário para receber um contato com indicação de profissionais.

Para saber mais, acesse:

refugiadosnobreasil.org

NOVA LINHA



CONCENTRADO

Downy[®]
NATURALS



*PERFUME
DURADOURO
COM ESSÊNCIAS
NATURAIS.*





Perfume com essências
de origem natural*

0%

Corantes



Testado
dermatologicamente



Garrafa feita com
plástico reciclado**



Ativos
biodegradáveis

* Perfume inspirado na natureza. ** Esta garrafa, exceto pela tampa e pelo rótulo, foi feita com até 50% de plástico reciclado.



▶ **LEITE DE COCO SOCOCO**

Variados

Sinônimo de qualidade e conhecido por sua incomparável concentração, o leite de coco Sococo, disponível em diferentes quantidades, garante um delicioso aroma e aspecto de dar água na boca às receitas.

▶ **MILHO PARA PIPOCA YOKI**

500 g

Seja para as festas juninas ou para assistir à sua série favorita, com o milho Yoki bastam alguns minutos para surgir aquele cheirinho maravilhoso e se deliciar com irresistíveis flocos de pipoca.

Arraiá do Assaí

Produtos para aproveitar as festas da melhor maneira possível!



▶ **VINHO TINTO QUINTA DO MORGADO**

750 ml

Produzido no município de Flores da Cunha, na Serra Gaúcha, o vinho tinto suave Quinta do Morgado conta com sabor equilibrado e um agradável aroma de frutas vermelhas.

▶ **PAÇOQUITA**

Variados

Com sabor inconfundível, o popular doce de amendoim Paçoquita – famoso em todos os cantos do Brasil – é uma boa pedida para qualquer hora do dia! O produto está disponível nos formatos “rolha” e retangular.



▶ **AMENDOIM JAPONÊS DORI**

Variados

Quando se fala em quitutes de festas juninas/São João, o amendoim não pode faltar! O saboroso amendoim japonês da Dori está disponível em diversas quantidades, de 70 a 700 gramas.

Abra seu Coração



Destinos de outono

Viajar durante a estação traz vantagens para quem planeja dias de descanso na praia, na montanha ou na cidade

Sem as chuvas frequentes do verão, o clima frio do inverno e o tumulto da alta temporada, os meses de outono reservam boas surpresas para quem deseja viajar pelo Brasil. É possível visitar praias paradisíacas com mais tranquilidade, desfrutar melhor os destinos de clima frio, que em outras épocas do ano são bastante movimentados, e, de quebra, aproveitar as melhores promoções devido à baixa temporada.

Do norte ao sul do país, conheça cinco destinos que valem a visita nos meses tranquilos de outono:

▶ MONTE VERDE/MG

Conhecido como um dos melhores destinos brasileiros de inverno, Monte Verde também tem seu charme e acolcho durante o outono. O distrito pertence ao município de Camanducaia, localizado no sul de Minas Gerais.

A arquitetura europeia transforma essa vila de montanha, cercada pela natureza exuberante da Mata Atlântica. Entre as trilhas mais procuradas, está a Pedra Redonda, nas altas cadeias de montanhas ao redor da cidade. Já no Pico Selado, a longa caminhada revela uma vista de tirar o fôlego.



✔ Paisagem típica da Serra da Mantiqueira em Monte Verde



✔ Vista aérea do Pantanal sul-mato-grossense

◀ PANTANAL/MS

Quem gosta de aventura e contato com a natureza não pode deixar de conhecer o Pantanal sul-mato-grossense, que fica a pouco mais de 200 km da capital Campo Grande. A maior planície inundada do mundo oferece diversas opções de lazer: cruzar o Pantanal de barco ou chalana, andar a cavalo pelos rios e observar o belo pôr do sol trazem experiências inesquecíveis ao turista nos meses de abril e maio, quando o período de chuvas intensas já terminou. Nos famosos safáris pantaneiros, é possível ver animais como onças, tamanduás e tuiuiús em seu habitat natural.

➤ **SANTOS/SP**

Santos reserva boas surpresas para quem escolhe visitar a cidade nos meses de outono. Um passeio de bonde pelo centro histórico leva o turista a uma viagem no tempo, com construções dos séculos XVI, XVII e XVIII, mostrando como era a vida na época em que a cidade foi fundada – poucos anos após o descobrimento do Brasil.

O Porto de Santos, principal portal de chegada dos imigrantes nos séculos passados, ainda é um dos destinos mais procurados pelos transatlânticos que cruzam a costa brasileira. Na cidade, os amantes do futebol devem arrumar um tempinho para visitar a Vila Belmiro – o estádio do Santos Futebol Clube – e o Museu Pelé.



➤ Jardim de praia da orla de Santos



➤ Galés de Maragogi para um mergulho com snorkel

◀ **MARAGOGI/AL**

Ao norte de Alagoas, quase na fronteira com o estado de Pernambuco, está Maragogi, o “Caribe brasileiro”, com mais de 22 km de extensão litorânea. Na maré baixa, as piscinas naturais revelam os recifes de corais e encantam quem busca diversão junto à natureza. Construções históricas e aldeias rústicas de pescadores completam as atrações da cidade, que oferece infraestrutura com restaurantes, quiosques, comércio e vida noturna agitada.

➤ **VALE DOS VINHEDOS/RS**

Famosa pela produção de vinhos, a região compreende as cidades de Monte Belo do Sul, Garibaldi e Bento Gonçalves. Com paisagens de tirar o fôlego, o visitante faz uma verdadeira imersão no legado histórico, cultural e gastronômico dos imigrantes italianos que chegaram à Serra Gaúcha no século XIX.

Entre as atrações mais procuradas, estão degustações de vinhos, jantares harmonizados e um *tour* por vinícolas familiares premiadas. Vale a pena conhecer as belezas naturais da região e seus atrativos culturais, como museus, ateliês de artesanato e igrejas históricas. 🌄



➤ Café colonial rústico na região colonizada por imigrantes italianos

por Rafael Bruno

➤ Glenda Barcarol, proprietária do Caracóis & Caramujos - Café de Brincar



Café de Brincar

Glenda Barcarol conta como buscou inspiração na experiência da maternidade para abrir uma cafeteria focada no relacionamento familiar

Quando minha filha, Lívia, nasceu, há quatro anos, ainda não havíamos nos mudado para o estado de Santa Catarina. Onde morávamos, vivenciávamos muitas coisas legais no primeiro ano de maternidade, como encontros só para crianças e cafés voltados para mães. Depois, quando ela fez um ano e mudamos para Florianópolis/SC, eu queria voltar a trabalhar, mas percebemos a falta de estabelecimentos com foco em crianças – ainda que os espaços *kids* sejam muito comuns aqui, achamos que nesses locais os filhos acabam ficando separados da família. Vimos isso como uma oportunidade de explorar uma demanda ainda não atendida na cidade.

Um pouco antes de abrir o café, eu estava fazendo um curso de empreendedorismo e lembro que, quando falava sobre um café com ambiente voltado para as crianças – minha ideia para um futuro negócio – ninguém entendia: “Mas vai ter um espaço *kids* com recreação, é isso?”. Não! O Caracóis & Caramujos é um café onde os pequenos podem se movimentar tranquilamente. Até os três anos, a criança não para sentada, e a minha percepção ao ir a outros lugares era de que, às vezes, a Lívia atrapalhava. Aqui não. Como fizemos um lugar cercado, a criança tem toda a liberdade para fazer que ela quiser. >>

O iogurte natural mais
GOSTOSO E SAUDÁVEL,
agora em novo sabor

mamão



Opção gostosa, saudável e prática para o consumidor.

Único no mercado que oferece a solução de 3 Super Grãos.

Grãos ricos em Proteína, Ferro, Vitaminas, Fibras e Ômega 3.



✓ Chia ✓ Quinoa
✓ Amarantho

VIGOR
3 Grãos

TRABALHO E MATERNIDADE

No começo do empreendimento, foi desafiador cuidar do novo negócio e da Lívia ao mesmo tempo. Ela não queria que eu ficasse trabalhando; queria que eu ficasse brincando igual às outras mães faziam com seus pequenos. Eu me dedicava quase o dia todo, e o Leonardo (pai da Lívia) também ajudava: ele ficava bastante tempo com ela para que a gente conseguisse alavancar o café e fazer o espaço funcionar. A Lívia passou a ir para a escola em meio período, mas ainda assim não era fácil, porque às vezes eu precisava de um pouco mais de tempo para trabalhar. Aos poucos, fomos nos adaptando à nova rotina.

Pensamos em um café para essa fase bem inicial dos pequenos, para mães que não têm rede de apoio, que vêm e encontram outras mães,

e para crianças que ainda não vão para a escola. Por isso, a faixa etária dos nossos brinquedos é de até três ou quatro anos. E era a Lívia que ia testando tudo isso. A escolha era muito alinhada com o que ela era capaz de fazer. Ela era a nossa "cobaia", digamos assim, porque me acompanhava nessas escolhas e realmente se envolvia.

COOPERATIVA DE MÃES

Quando abrimos o café, há dois anos, tivemos uma divulgação totalmente orgânica, com várias mães divulgando para outras mães. De lá para cá, fizemos muitas coisas: encontro para as mães, oficinas para crianças, bailinho de Carnaval... E, no relacionamento com as clientes, encontramos outras mães empreendedoras. >>

"A maternidade passa, a criança vai crescer. Mas, quando olho para tudo isso que construímos, percebo que não tem mais a ver só com a minha filha. O negócio precisa ter um propósito e estar muito alinhado com o que a gente quer para a vida e para o mundo"

Glenda Barcarol, proprietária do Caracóis & Caramujos

Localizado em Florianópolis, o Caracóis & Caramujos é um espaço dedicado a proporcionar tempo de qualidade para pais e filhos sempre na companhia de bolos, cafés e outras delícias



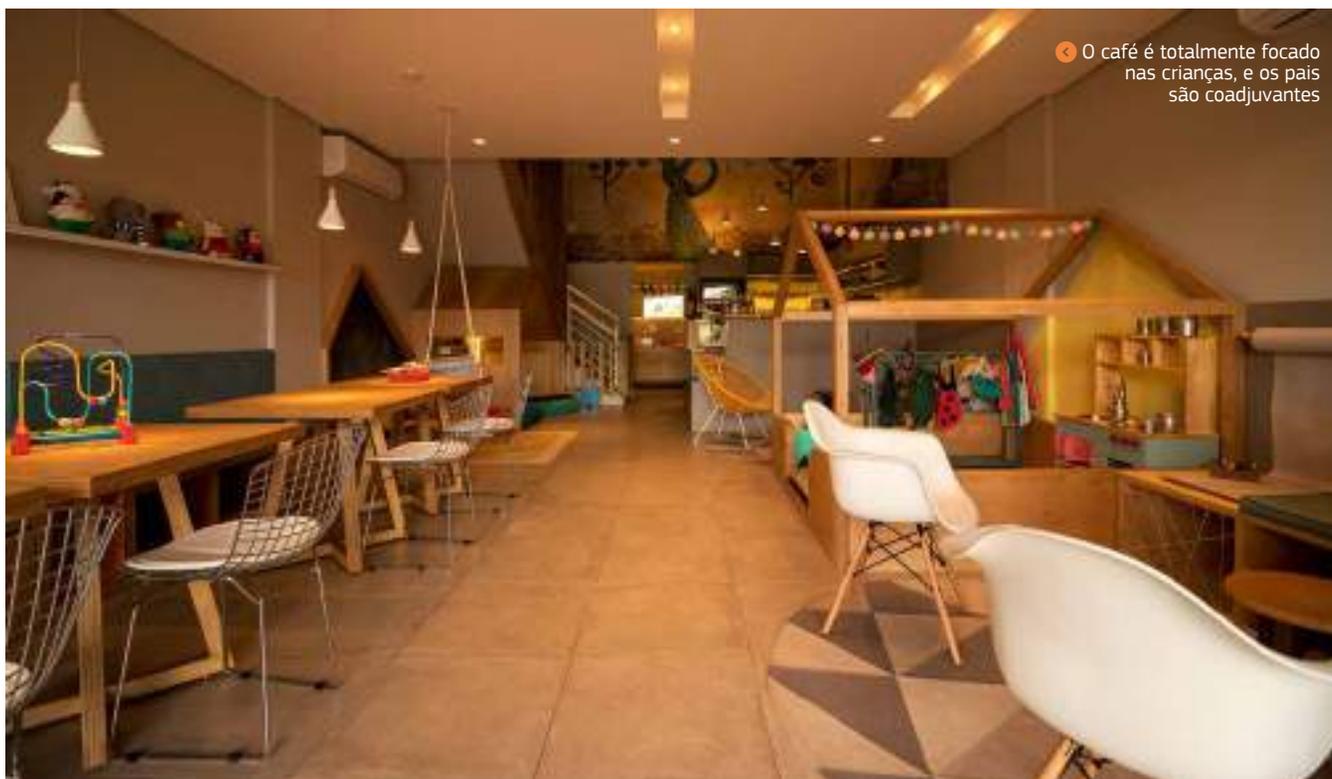
UM NATURAL ONE PARA CADA MOMENTO AGORA COM NOVAS EMBALAGENS!

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



#PURAVERDADE





◀ O café é totalmente focado nas crianças, e os pais são coadjuvantes

Aí nasceu a Colab – um espaço colaborativo com cinco pequenos negócios que funcionam dentro do café. Dos cinco empreendimentos, todos pertencem a mulheres e quatro delas já são mães. O público desses empreendimentos também é formado por mães e crianças.

A Colab é o nosso filhote, não tem nem quatro meses ainda, mas estamos com uma aceitação super legal, porque a mãe que está aqui com a criança consegue fazer uma compra tranquila, já que o filho está brincando e ela não precisa ficar “em cima” dele. Ela olha, e nossa equipe acaba olhando também, mas não temos cuidadores, porque

não é o nosso foco. Nossa intenção é proporcionar um espaço e um momento em que pais e filhos possam aproveitar juntos. Tanto que não temos eletrônicos no café, pois o objetivo não é deixar as crianças na frente de uma TV, por exemplo. Assim, elas conseguem brincar juntas, e é muito raro termos brigas, porque são tantas opções de brinquedos que as mães não precisam ficar toda hora interferindo nas relações dos filhos. Então, acaba sendo um espaço bem aconchegante, bem “casa de vó”, com a comidinha, o sofazinho, o brinquedo... E nisso nossos clientes ficam muito à vontade... A gente conseguiu criar esse ambiente de acolhimento para as famílias.

VALE A PENA?

Ter um negócio próprio não é fácil, mas eu não consigo mais me imaginar trabalhando oito ou dez horas em um lugar onde eu não possa estar perto da Lívia. Então, todas as vezes em que o café passa por um período de baixa, eu sei que preciso ter calma, lembrar que existe um propósito e continuar alinhada com ele. Porque a maternidade passa, a criança vai crescer. Mas, quando olho para tudo isso que construímos, percebo que não tem mais a ver só com a Lívia. Tem a ver comigo, com as outras mães, as outras mulheres. Acho que é isso que fica: o negócio precisa ter um propósito e estar alinhado com o que a gente quer para a vida e para o mundo. 🌈

saiba mais

bit.ly/CaracoisCaramujos



◀ **Glenda Barcarol**

Proprietária Caracois & Caramujos – Café de Brincar
Instagram: @caracoiscaramujos



Todo
café da
manhã
combina
com



 /nutellabrasil

 @nutellabr

▶ COMO MELHORAR O CARDÁPIO?

Melhorar o cardápio significa analisar dados e adotar ações em relação às opções de alimentos e bebidas servidas no seu estabelecimento. Investir no estudo e na melhoria do cardápio permite comunicar-se melhor com o público e aumentar vendas, além de gerar uma experiência de consumo muito melhor. Nesse curso da Abrasel, você vai aprender como remodelar o cardápio com foco na satisfação do seu cliente e no aumento de vendas.



CARGA HORÁRIA: 30 min.

VALOR: gratuito

INFORMAÇÕES: bit.ly/CardapioAbrasel



◀ INSTAGRAM PARA NEGÓCIOS

O Instagram já é um dos principais meios de divulgação para negócios de praticamente todos os tipos. Além de ser prático, o aplicativo oferece diversas funcionalidades para garantir amplo alcance da sua mensagem. Para quem deseja mergulhar nessa ferramenta e alavancar a divulgação de um negócio, esse curso do Eduk vai ensinar tudo o que é preciso saber, desde planejamento de conteúdo até produção e fotografia, para que você se torne um verdadeiro "influenciador digital" e aumente as vendas do seu negócio.



CARGA HORÁRIA: 4 h

VALOR: Conforme planos de assinatura do site

INFORMAÇÕES: bit.ly/InstagramEduk

▶ COMO ADMINISTRAR UM NEGÓCIO FAMILIAR

De acordo com o Sebrae, 85% das empresas brasileiras são familiares. Nesse perfil de negócio, há uma série de desafios comuns enfrentados pelos proprietários, especialmente quando se trata de pequenos empreendimentos. Esse curso *on-line* – indicado para micro e pequenas empresas com pelo menos dois anos de mercado – apresenta informações essenciais sobre gestão e sucessão familiar. Você vai aprender desde o dia a dia da administração do negócio até o êxito na alternância.



CARGA HORÁRIA: 2 h

VALOR: gratuito

INFORMAÇÕES: bit.ly/NegocioFamiliarSebrae

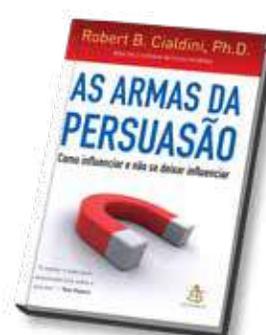




COMECE PELO PORQUÊ

Autor: Simon Sinek

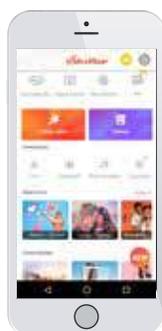
Não importa o tamanho do seu empreendimento: criar uma cultura baseada em uma missão e em valores bem definidos é mais importante do que se imagina. Essa base sólida permite formar um ambiente saudável, melhorar o atendimento, tornar a tomada de decisão mais fácil e aumentar as chances de prosperidade. Baseado no método *Golden Circle*, o livro ensina a criar um senso de propósito para o negócio que se traduza em mais vendas e clientes mais satisfeitos.



AS ARMAS DA PERSUASÃO

Autor: Robert Cialdini

Para qualquer um que atue com negócios, é importante não apenas saber vender, mas também conhecer quais fatores inconscientes levam o cérebro humano a dizer “sim” a um produto, um serviço ou até mesmo uma ideia. Por meio de pesquisas científicas, o autor – psicólogo e professor de marketing – explica os processos de decisão de consumo e ensina técnicas para aumentar os “sim” recebidos e, conseqüentemente, aproveitar melhor as oportunidades no dia a dia do empreendimento.



VÍDEOSHOW

Disponível para Android e IOS



Se você procura um aplicativo simples e gratuito para gravar vídeos de produtos ou de promoções e ações de marketing do seu negócio, o *VideoShow* é uma ótima pedida! Todo o conteúdo pode ser facilmente editado, e há temas e modelos prontos para facilitar a edição. Depois de pronto, o aplicativo permite compartilhar o vídeo diretamente nas redes sociais ou no seu site.



5 MINUTOS - EU MEDITO

Disponível para Android e IOS



Meditar por alguns minutos todos os dias faz um bem enorme para a saúde física e mental. A prática ajuda a reduzir o estresse e a ansiedade, proporciona melhores noites de sono, gera maior rendimento nas tarefas diárias e aumenta os níveis gerais de bem-estar. Para quem deseja começar, o aplicativo *5 Minutos - Eu Medito* oferece trilhas com sons agradáveis e orientações para facilitar sua meditação.



INOAR

INSPIRADA EM VOCÊ



COSMÉTICOS 100% BOTÂNICOS E VEGANOS, INSPIRADOS EM TODOS OS TIPOS DE CABELOS



NUNCA
testamos
em animais

inoar.com
f i o t
inoarbrasil

A MARCA
DA BELEZA
BRASILEIRA

ASSAÍ ARACAJU II

Veja como foi a inauguração da segunda loja do Assaí na capital sergipana

➤ A **Eliana Guimarães** foi à inauguração apenas para conhecer a loja. Ela gostou tanto dos preços que encheu o carrinho e aproveitou para comprar algumas cadeiras para receber melhor as visitas em casa!



➤ Olha o tanto de coisas que tem nesse carrinho! A **Daisy dos Santos** contou para a nossa equipe que adorou a loja e que, a partir de agora, as compras do mês serão feitas só no Assaí.

LOJA ARACAJU II
(Aracaju/SE)

➤ O **Victor de Oliveira** é proprietário da **Merceria Oliveira**. Ele foi conhecer a loja Aracaju II e aproveitou para encher os estoques do seu empreendimento.





↗ A gerência e diversos colaboradores da unidade Curitiba JK ajudaram a preparar o chá de noivos para o casal

Pedido de casamento

Conheça a história do casal de clientes que viveu um dos momentos mais especiais de sua vida na loja Assaí Curitiba JK

Diante de algo tão especial, a gerência e os colaboradores decidiram preparar uma surpresa para os noivos, organizando um chá de noivado com direito a bolo, espumante e presentes para o casal.

Geberson Leandro, gerente da loja, conta ter ficado surpreso com o pedido inusitado: “Tenho nove anos de vivência no varejo e é a primeira vez que vejo algo assim! Todos nós ficamos muito felizes por fazer parte da ação”.

O dia 1º de fevereiro de 2020 vai ficar marcado na história da loja Assaí Curitiba JK. Isso porque a unidade foi palco de nada mais, nada menos do que um pedido de casamento de um casal de clientes!

Wesley Gomes de Araújo, agora noivo, conta que decidiu pedir sua então namorada, Vanessa Maestrelli Medeiros, em casamento na loja do Assaí porque, mesmo com o pouco tempo de inauguração da unidade, o casal comparece semanalmente para fazer suas compras, e a rede atacadista já faz parte da vida dos dois. “Nós nos sentimos muito bem aqui e sempre ficamos impressionados com a receptividade e o carinho por parte de toda a equipe. Por isso, quis aproveitar para fazer um pedido diferente e especial”, revela Wesley.



↗ O chá de noivos do Wesley e da Vanessa contou com a participação de fornecedores parceiros, que contribuíram com o bolo e com presentes para o casal



CONHEÇA UM POUCO MAIS DESSA HISTÓRIA ACESSANDO O POST NO BLOG ASSAÍ!
bit.ly/PedidoDeCasamentoNoAssai



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

Assai Dourados
Rua Coronel Ponciano, 785 - Terra Roxa
Tel.: (67) 3416-2500 / 3416-2501

MARANHÃO

NOVA LOJA
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.: (094) 3352-5250 / 3352-5251

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

PARAÍBA

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

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

LEVE A VIDA COM

FREEGELLS

GOMA DE MASCAR

**ZERO
AÇÚCAR**



**GARANTA O MIX COMPLETO NA LOJA
E AUMENTE SEU LUCRO**



MARCA TRADICIONAL
NO MERCADO DE DOCES
E 100% BRASILEIRA



PRODUTO DE QUALIDADE
COM EXCELENTE
CUSTO/BENEFÍCIO



ALTA
RENTABILIDADE
E GIRO RÁPIDO



Freegells
facebook.com/freegellsocial
instagram.com/freegellsocial

RÍCIAN

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 Belmino Correia, 681
Tel.: (81) 3456-8950 / 3456-8951

Assaí Caruaru

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

NOVA LOJA

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 Moraes, 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.: (089) 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 Pílares

Av. Dom Hélder Câmara, 6.350 - Pílares
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 - Pitumbu - 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 Água de Haia

Av. Água 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

Assaí Guaianasas

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

Emba Lixo[®]

O MAIS VENDIDO DO BRASIL!



REFORÇADO

PERFUMADO

**CITRONELA, MENTA,
LIMÃO E CRAVO**

**AFASTA MOSCAS
E MOSQUITOS**



**PROTEÇÃO EFICAZ CONTRA
O MOSQUITO DA DENGUE**

NOSSAS LOJAS

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 Nordestina

Av. Nordestina, 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.: (011) 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.: (012) 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



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



Máxima Limpeza, Mínimo Esforço.

EMBALAGEM
ECONÔMICA

MAIS SABOR
POR MENOS



48 CÁPSULAS
na embalagem econômica.

EM BREVE NO ASSAÍ.



MUITO MAIS
QUE CAFÉ.