

# assaíbons negócios

assai.com.br

## INSPIRAÇÃO

*Festival do Comerciante  
conta a história de  
cinco empreendedores  
de sucesso*

## RUMO certo

*Os desafios,  
tendências e  
oportunidades  
do setor  
hoteleiro no  
Brasil*

## Em prol DO PLANETA

Sustentabilidade permite maior controle sobre os processos internos, ao mesmo tempo em que beneficia a comunidade local





## *Festival do Comerciante*

*Negociar, Comprar, Vender e estar sempre atento às boas oportunidades são apenas alguns atributos dos Comerciantes. O Assaí Atacadista parabeniza todos profissionais que se dedicam a este ofício e que diariamente ajudam no crescimento do nosso País.*

*Aproveite o festival de super ofertas: De 01/06/14 à 31/07/14.*

# Aproveite o Festival de Super Ofertas!



História de Sucesso  
São Paulo

História de Sucesso  
Rio de Janeiro

História de Sucesso  
Paraná

História de Sucesso  
Nordeste

História de Sucesso  
Centro - Oeste

## Marcas Participantes:



[f](#) [assaياتacadistaoficial](#)

[t](#) [assaioficial](#)

[You Tube](#) [assaioficial](#)

[in](#) [Assaí Atacadista - GPA](#)



Uma LINHA COMPLETA de atomatados,  
feita com ingredientes frescos e selecionados.



Só **POMAROLA**  
tem aquele  
**POMAROLA** a mais.

## POLENTA RECHEADA

### Ingredientes:

- 1 sachê de **MOLHO POMAROLA BOLONHESA**
- 1 col. (sopa) de óleo Mazola Girassol
- 1 litro de água
- 1 cubinho de caldo de carne
- 1 xíc. (chá) de flocos de milho pré-cozidos
- Sal
- 150g de muçarela fatiada
- 2 col. (sopa) de queijo parmesão ralado
- Óleo para untar
- Papel alumínio

### Modo de Preparo:

Preaqueça o forno em temperatura média. Unte com óleo um refratário pequeno (20cm). Reserve. Em uma panela grande, ferva a água, dissolva o caldo de carne, junte o óleo Mazola Girassol e vá acrescentando os flocos de milho em chuva, mexendo sempre. Acerte o sal e, sempre mexendo, deixe cozinhar por 5 minutos ou até obter uma polenta cremosa. Despeje a metade na forma untada, distribua as fatias de queijo e cubra com o restante da polenta.

Cubra com o papel alumínio e leve ao forno, por 5 minutos, para derreter o queijo. Aqueça o **MOLHO POMAROLA BOLONHESA**. Tire a polenta do forno, deixe amornar um pouco, desenforme e cubra com o molho quente. Finalize com o queijo ralado.



**Rendimento:** 4 porções

**Tempo de Preparo:** 40 minutos

**Dica:** Substitua a muçarela pelo queijo de sua preferência.

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





assaí**bons**  
negócios

## CONSELHO EDITORIAL ASSAÍ ATACADISTA

**Presidente do Assaí** Belmiro Gomes  
**Diretor Comercial** Wlamir dos Anjos  
**Gerente de Marketing** Marly Yamamoto Lopes  
**Supervisão e Coordenação da Revista** Camila Assis e Cristiane Costa



## MEGAMÍDIA GROUP

**Presidente** Celso Hey  
**Diretor Executivo** Eduardo Jaime Martins  
**Gerente de Marketing & Comunicação** Fernanda Fadel Hey  
**Gerente Base SP** Andrea Fadel Hey

## MEGAMÍDIA EDITORA

**Coordenação Geral** Rafaela Tasca - Mtb 6747-PR  
**Edição de Arte** Camile Semes

## ASSAÍ BONS NEGÓCIOS

**Coordenação Assaí Bons Negócios** Kamila Schneider  
**Projeto Gráfico** Camile Semes  
**Design** Leonardo Martins, Leonardo Stawski e Michele Schefel  
**Redação** Danusa Patel, Kamila Schneider e Natu Marques  
**Colaboradores desta edição** (texto) Camila Latrova, Janaiína Quitério e João Frey, (fotos) Carol de Vita, Paulo Matheus, Renan Prando e Roberta Braga  
**Revisão** Celi Spannenberg  
**Arte-Final** Anderson Oliveira  
**Gerente Mídia Digital** Flávio Serpa

## PUBLICIDADE

**Gerente Comercial** Fernanda Fadel Hey  
 fernanda.hey@megamidia.com.br

## Impressão

Serzegraf  
**Distribuição Dirigida** / Venda Proibida

## Projeto Editado por Megamídia Group

Dúvidas e Sugestões  
 (41) 2106-8576 / revista@megamidia.com.br  
 Rua Brigadeiro Franco, 3991 – Rebouças – Curitiba-PR  
 CEP 80.220-100 – Fone: (41) 2106-8500  
[megamidia.com.br](http://megamidia.com.br)



Baixe gratuitamente o aplicativo da revista Assaí Bons Negócios

## Três pilares PARA O SUCESSO



De uns tempos para cá, desenvolveu-se um senso muito forte de preservação do ambiente em que vivemos. Durante séculos, a indústria explorou os bens naturais sem pensar nas consequências futuras e, hoje, cabe a nós encontrarmos maneiras mais equilibradas de nos desenvolvermos. Pensando nisso, surgiu o conceito de sustentabilidade, que une os pilares econômico, social e ambiental para incentivar um crescimento harmonioso em todos os aspectos que envolvem a sociedade. Ser sustentável é, acima de tudo, um modelo de gestão. É uma busca coletiva e contínua que tem como objetivo marcar o cotidiano local e global de maneira positiva.

Em sua trajetória, o Assaí sempre se propôs a ser um agente transformador da cadeia de valor de pequenos e médios comerciantes, por meio da conscientização e contribuição nas melhores práticas sustentáveis. Para que isso seja possível, nos dedicamos à tarefa de oferecer serviços e promover parcerias que ajudem no desenvolvimento desses negócios e, acima de tudo, incentivem um avanço efetivo e em equilíbrio com os anseios sociais e ambientais.

Em outras palavras, significa que catalisamos esforços para promover a inclusão, a igualdade, a qualidade de vida e a sustentabilidade entre nossos colaboradores e clientes. E é com base nisso que procuramos incentivar o consumo sustentável, desenvolver parcerias duradouras e benéficas para a comunidade, reduzir os impactos ambientais, colaborar para a preservação da biodiversidade, estimular ações de solidariedade e contribuir para o desenvolvimento e o bem-estar das pessoas.

Essa é a nossa meta: fazer a diferença. Não se trata de estar na moda ou acompanhar as tendências, e sim de acreditar que reside em nossas mãos (gestores e empreendedores) a oportunidade de transformar vidas. Temos como apoio nessa missão a tecnologia, que nos ajuda a alcançar patamares cada vez mais elevados, e a vontade crescente do ser humano de se tornar agente ativo na busca por um mundo melhor. Vale a pena investir nessa ideia.

Ótima leitura!

**Belmiro Gomes**  
 Presidente do Assaí

## 10 ASSAÍ MAIS

As novidades, iniciativas e ações desenvolvidas pelo Assaí em todo o país

## 18 MEU NEGÓCIO, MINHA HISTÓRIA

O Festival do Comerciante 2014 apresenta a história de cinco brasileiros que realizaram o sonho do negócio próprio

### INSTITUCIONAL

A logística adotada pelo Assaí para abastecer todas as unidades da Rede com qualidade



### RUMO CERTO

Conheça as tendências, gargalos e melhores práticas do setor hoteleiro no Brasil



### ESPECIAL SUSTENTABILIDADE

Entenda o conceito que mescla os fatores econômico, social e ecológico em prol do mercado

## 50 VISÃO DE MERCADO

Saiba como conquistar espaço nas redes sociais e construir um bom relacionamento com os clientes

# DADO BIER LAGER



Uma Lager Especial,  
elaborada com maltes selecionados  
e o famoso lúpulo alemão Hallertau,  
com teor alcoólico de 5%.

🍷🍷🍷🍷🍷 EXPERIMENTE 🍷🍷🍷🍷🍷



DaDo Bier, a 1ª MicroCervejaria do Brasil



APRECIE COM MODERAÇÃO

www.dadobier.com.br



## ◀ PONTO DE VENDA

Decorações temáticas ajudam a surpreender o cliente e a deixar o estabelecimento mais atrativo

## VIDA SUSTENTÁVEL

Apoiar os pequenos produtores locais é uma ótima maneira de promover o desenvolvimento da sua região ▼

## PALAVRA DE ESPECIALISTA

Plano de carreira e qualidade de vida no trabalho são fatores importantes na retenção de talentos ▼



## 72 EM TEMPO

Como organizar a empresa e garantir que as férias dos funcionários não interfiram no andamento do negócio

## 78 CAPACITAÇÃO

Opções de cursos, eventos e projetos para investir em capacitação de qualidade

## 80 ASSAÍ ACONTECE

Assaí desenvolve projeto de apoio a entidades de assistência social

# Arroz tio Urbano. É MAIS SABOR NA SUA MESA.



## Escondidinho de carne e Arroz tio Urbano

### Ingredientes

- 1 colher de sopa de manteiga
- 2 cenouras em cubos
- 1 cebola picada
- 400g de carne moída magra
- ¾ xícara (chá) de caldo de carne
- 1 lata de milho verde escorrido
- ½ xícara (chá) de salsinha picada
- 3 xícaras (chá) de Arroz Branco tio Urbano
- 2 ovos batidos
- 1 xícara (chá) de queijo parmesão ralado
- ½ xícara (chá) de creme de leite
- Sal a gosto
- Pimenta a gosto

### Modo de Preparo

Aqueça o óleo e refogue a cenoura e a cebola até ficarem macias. Junte a carne moída e continue cozinhando. Junte o caldo. Tempere a gosto com sal e pimenta, deixe a água secar até a metade. Junte o milho verde, a salsinha e desligue. Coloque esse refogado em um refratário untado. A parte, misture o Arroz Branco tio Urbano cozido, os ovos, o queijo e o creme de leite. Espalhe sobre a mistura de carne e leve ao forno para gratinar. Rende 6 porções.



cellus.urbano



Como faz bem.

# Assaí MAIS

Novidades



## Ação SOLIDÁRIA

Em maio, teve início a Campanha de Arrecadação de Roupas e Agasalhos 2014, desenvolvida pelo Instituto GPA. A iniciativa tem como objetivo incentivar a solidariedade entre clientes e colaboradores das marcas que integram o GPA, bem como ajudar a aquecer milhares de famílias no inverno. No ano passado, o Assaí arrecadou 70 mil peças de roupa, repassadas a entidades de todo o país. Somadas todas as lojas do GPA, no mesmo período, foram arrecadadas 489.450 peças. Neste ano, a campanha conta com mais de 1,7 mil pontos de coleta.



## CONTEÚDO *na web*

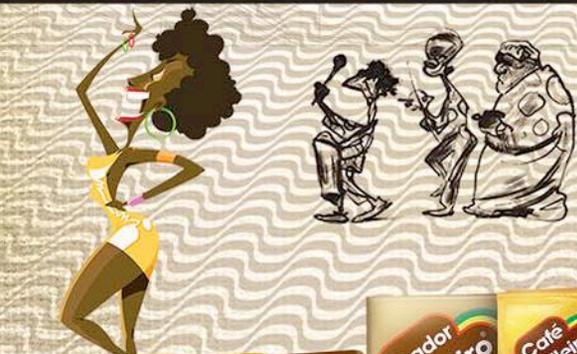
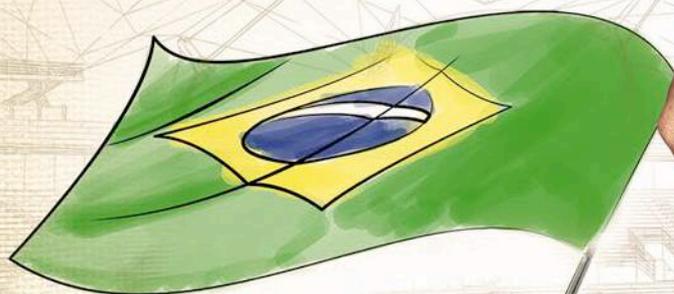
O Assaí criou um espaço exclusivo em seu portal voltado para empreendedores que desejam acompanhar as tendências do mercado. Clientes transformadores, revendedores e utilizadores podem ter acesso a notícias, matérias, entrevistas, dicas e receitas para incrementar o negócio, em páginas específicas para seus segmentos. Gestão de pessoas, marketing, organização de processos, sustentabilidade, segurança, atendimento e inovação são alguns dos temas abordados. Além disso, empresários de todo o país compartilham suas experiências em vídeos objetivos e cheios de conselhos preciosos para quem deseja crescer.



## NOVO PONTO *de* COLETA

O Assaí inaugurou o segundo ponto de coleta do projeto "Recicle mais, pague menos", desenvolvido pela AES Eletropaulo e apoiado pela Rede atacadista. O ponto está localizado na loja do Assaí no bairro Águia de Haia, na zona leste de São Paulo. Através do projeto, os consumidores podem trocar materiais recicláveis (vidro, papel, metal, plástico e embalagens Tetra Pak) por descontos na conta de energia elétrica. A loja está localizada no endereço Avenida Águia de Haia, 2.636. Desde o início da parceria, já foram arrecadadas mais de oito toneladas de materiais no Assaí Guaianases (primeiro ponto de coleta da parceria).

# Ser brasileiro é mais gostoso!



# Assaí MAIS

Novidades



## NOVA LOJA em Garanhuns

O Assaí inaugurou, no final de maio, a terceira loja da Rede em Pernambuco e a primeira fora da Região Metropolitana do Recife. Localizada em Garanhuns, no Agreste (a 230 quilômetros da capital), a nova unidade possui 12 mil metros quadrados de área construída, variedade de 6 mil itens, 22 check-outs para atendimento ao público e 400 vagas de estacionamento, além de contar com uma cafeteria. No total, foram inves-

tidos R\$ 25 milhões na unidade. Garanhuns é a terceira maior cidade do interior de Pernambuco e é considerada o centro comercial mais diversificado do Agreste Meridional, sendo polo de 32 outros municípios. Com a nova loja, o Assaí chega a 78 unidades em 12 estados brasileiros e reforça o plano de atuação em pontos estratégicos. A nova loja está localizada na Avenida Irga PE 177, no bairro Seberiano Moraes Filho – Garanhuns / PE.

## Tradição NO VAREJO

Uma das principais redes atacadistas do país, o Assaí segue a tradição dos dois grandes grupos do qual faz parte: o GPA, líder no mercado varejista brasileiro, e o Grupo Casino, um dos líderes mundiais no varejo de alimentos.

Atualmente, o GPA é o maior empregador privado do Brasil, com mais de 157 mil colaboradores e uma infraestrutura logística formada por 54 centros de distribuição em 14 estados brasileiros. O Grupo Casino, por sua vez, fundamenta seu desenvolvimento na capacidade de antecipar e acompanhar novas tendências de consumo. Como resultado, é formado por 12 mil lojas e 318.600 colaboradores em todo o mundo.

GRUPO  
**Casino**  
ALIMENTAR UM MUNDO  
DE DIVERSIDADE

**GPA**  
Prazer em servir.  
Paixão por realizar.

**VIDA DE  
MESTRE-  
CERVEJEIRO  
É ASSIM:**

**OU FAZ  
DIREITO  
OU NÃO TEM  
HAPPY  
HOUR.**

**BEBA COM MODERAÇÃO.**

Y&R

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

**ITAIPAVA**  
A cerveja

*Itaipava.  
A cerveja que respeita  
tudo que uma cerveja  
precisa para ficar 100%.*



# A caminho do ASSAÍ

Rede investe em sistema de logística amplo e bem estruturado para abastecer com qualidade suas 78 lojas em todo o país

**EM UM MUNDO SEM FRONTEIRAS, NÃO HÁ LIMITES PARA O CRESCIMENTO DE UMA EMPRESA. HOJE, É COMUM EMPREENHIMENTOS LEVAREM SEUS PRODUTOS E SERVIÇOS DE NORTE A SUL DE UM PAÍS, PARA DIFERENTES PÚBLICOS, EM DIFERENTES REGIÕES. É O CASO DO ASSAÍ, QUE ESTÁ PRESENTE EM 12 ESTADOS BRASILEIROS E ATENDE, ANUALMENTE, MAIS DE 120 MILHÕES DE CLIENTES.**

Com uma operação gigantesca – que engloba 78 lojas – a Rede investiu em um sistema de logística bem estruturado para garantir a qualidade dos produtos e a variedade do sortimento em todas as unidades. A eficiência do processo se dá pela união de três fatores: a utilização de Centros de Distribuição regionais e lojas com grande capacidade de estocagem; parcerias duradouras com transportadoras de todo o país; capacitação e valorização de pessoas.

## **CENTROS DE DISTRIBUIÇÃO**

O gerente geral de logística do Assaí, Rodrigo Baratti, explica que a estratégia de abastecimento da Rede está dividida em dois modelos. No primeiro, estão as Regionais com Centro de Distribuição, em que o CD funciona como um apoio para as lojas, “recebendo os produtos

de menor giro e que os fornecedores têm maior dificuldade em efetuar a entrega loja a loja”, detalha Rodrigo. Nesses casos, a loja recebe somente produtos de venda imediata, reduzindo o estoque e melhorando a operação.

Em outubro de 2013, o Assaí contava com três Centros de Distribuição, sendo dois em São Paulo Capital e um no Distrito Federal. De lá para cá, a Rede investiu em novos CDs e inaugurou uma unidade em São Paulo, uma em Fortaleza e outra no Rio de Janeiro, dobrando sua capacidade de estocagem seca na capital paulista e ampliando significativamente a estocagem em estados estratégicos.

De acordo com Rodrigo, até outubro deste ano será inaugurado mais um CD em Recife

(para abastecer as lojas de Pernambuco, Alagoas e Paraíba) e realizada a expansão do CD Frigorificado de São Paulo, que deve triplicar sua capacidade de armazenamento e ampliar a importação e distribuição de perecíveis para as lojas do Centro-Oeste, Sul e Sudeste.

### ESTOQUE PRÓPRIO

O segundo modelo adotado pelo Assaí é formado pelas Regionais sem Centros de Distribuição, ou seja, as unidades que são abastecidas diretamente pelos fornecedores. “Essas regionais possuem as lojas mais novas da rede e, portanto, com maior capacidade de estocagem. Ao retirarmos a passagem pelo CD, tem-se uma economia significativa no processo de abastecimento, pois se elimina uma etapa inteira do processo”, aponta o gerente. >>

*“Atualmente, o Assaí tem parceria com 27 transportadoras e utiliza 70 caminhões no processo de distribuição. Com nossa expansão, até o final do ano devemos chegar a 30 transportadoras e 110 caminhões”*

Rodrigo Baratti, gerente geral de logística do Assaí



Qualidade e Sabor em  
massas frescas.



massaleve.com.br



Desde janeiro de 2012, todas as lojas inauguradas pelo Assaí seguem esse conceito. Atualmente, um terço delas tem grande capacidade de armazenagem. Segundo Rodrigo, esse processo é vantajoso porque as lojas de atacado de autosserviço trabalham com margens menores do que o varejo tradicional e as estruturas porta-paletes na área de vendas ajudam a aumentar a capacidade de estoque.

“Eventualmente, poderemos investir em um CD mesmo nessas regionais. Porém, ele terá uma função estratégica, pois não será responsável pelo abastecimento regular dos

produtos, e sim pela absorção de grandes oportunidades de compra”, afirma o gerente.

## PROCESSOS EFICIENTES

Para garantir que os produtos cheguem às lojas com a mesma qualidade com que saem das linhas de produção dos fornecedores, o Assaí estruturou sua logística com foco nos pontos-chave do processo. Começando pela recepção dos produtos, foi desenvolvida uma prática de conferência para detectar eventuais falhas na embalagem, danos durante o transporte, prazo de validade, entre outros aspectos, conta Rodrigo.



Atualmente, o Assaí conta com três Centros de Distribuição em São Paulo, um no Distrito Federal, um em Fortaleza e um no Rio de Janeiro



## ATUAÇÃO

Conheça os estados onde o Assaí está presente e quais são os Centros de Distribuição que abastecem as lojas da Rede

Após essa etapa, é feito um controle rígido para manter as boas condições dos CDs, que inclui garantir as temperaturas adequadas, organização e limpeza dos locais de armazenagem. Por fim, o Assaí investe em treinamento e capacitação para a equipe. “Os colaboradores precisam ser bem treinados e devem estar motivados em suas atividades, pois na maioria das vezes a baixa qualidade de uma mercadoria está relacionada a falhas humanas no processo de armazenagem e distribuição”, explica Rodrigo.



A distribuição é feita por terra, com caminhões próprios e, no caso dos CDs, empresas terceirizadas. “Atualmente, o Assaí tem parceria com 27 transportadoras e utiliza 70 caminhões no processo de distribuição dos produtos. Com nossa expansão, até o final do ano devemos chegar a 30 transportadoras e 110 caminhões”, destaca Rodrigo. 🍊

Com a abertura e ampliação dos centros de distribuição, o Assaí movimentou, entre outubro de 2013 e o início deste ano, mais de 45 mil toneladas de produtos mensalmente, o que corresponde a cerca de 3.900 cargas e 65.300 paletes em todo o Brasil.

**PRAPISO**  
Tudo limpo pra você!  
[www.prapiso.com.br](http://www.prapiso.com.br)

Fotos Ilustrativas

Alô Brasil! Design

**PRAPISO é ideal para limpeza geral de sua casa ou comércio. Limpa pisos, azulejos e outras superfícies laváveis.**

# A ALMA DO *negócio*

Conheça as histórias inspiradoras dos cinco empreendedores que estampam o Festival do Comerciante, iniciativa que reúne ofertas de grandes marcas nacionais

**CEZAR, CLAUDINHO,  
DIRCE, MARIA E  
SEVERINO: CINCO  
COMERCIANTES QUE –  
ALÉM DE SEREM CLIENTES  
ASSÍDUOS DAS LOJAS  
ASSAÍ – BOTARAM  
ENERGIA EM UM PEQUENO  
NEGÓCIO E HOJE SÃO  
REFERÊNCIA NO QUE  
FAZEM, CADA UM EM  
SUA CIDADE.**

Com muita visão, perseverança e amor, esses empreendedores transformaram ideias simples em grandes negócios e são um exemplo para quem deseja alcançar o sucesso.

Para inspirar e motivar empreendedores de todo o país, o Assaí convidou esses cinco brasileiros a estamparem o Festival do Comerciante, iniciativa que reúne ofertas de grandes marcas nacionais e internacionais para impulsionar o crescimento dos pequenos e médios negócios de todo o Brasil. Neste ano, o festival acontecerá entre 1º de junho e 31 de julho e contará com uma homenagem especial aos clientes do Assaí em 16 de julho, Dia do Comerciante. Conheça essas cinco histórias de empreendedorismo.

*Dona Maria  
(São Paulo),  
cliente do  
Assaí Casa  
Verde há  
16 anos*



## PASTEL CAMPEÃO

O Pastel da Maria é o mais desejado da capital paulista desde que ganhou o primeiro concurso promovido pela prefeitura, que premiou os melhores pastéis de feira da cidade, em 2009. Dona Maria – o nome brasileiro de Kuniko Yonaha – começou no ramo ainda criança, quando ajudava os pais, imigrantes japoneses, a venderem pastéis na feira, na década de 1960.

No início, o processo era totalmente artesanal e trabalhoso. Dona Maria fazia massa e recheio à mão, um dia antes, para vender na feira. Na ocasião em que seu pastel de carne com gengibre ganhou o primeiro lugar no concurso, ela era proprietária de apenas uma barraca – montada em feiras no Pacaembu, Vila Maria, Mooca e Santana. Mas, depois do primeiro concurso, o número de funcionários mais que dobrou:

*“Paralelo ao pastel, eu sempre tentava investir em outras atividades, como karaokê e restaurante com espetinhos, devido aos sacrifícios do ramo. Mas só o pastel deu certo”*

Dona Maria

“Minha barraca era um formigueiro. Parecia que tinha mel”, lembra entusiasmada a cliente do Assaí Casa Verde há 16 anos.

De um ano a outro, o Pastel da Maria se transformou também em loja e ganhou, até agora, mais cinco franquias. Maquinários foram adquiridos e uma pequena fábrica de massa foi montada. Agora, Dona Maria já é proprietária de duas lojas, além de dois quiosques no centro financeiro de São Paulo. Contando com as barracas nas feiras, os pastéis mais saborosos da cidade

são responsáveis por empregar mais de 70 funcionários.

Dona Maria já é bicampeã do concurso – e, desde 2012, virou jurada. Com tantos prêmios, fica a pergunta: qual o segredo de um bom pastel? “Em primeiro lugar, é a qualidade dos ingredientes. Uso sempre marcas de primeira qualidade. Depois, a higiene. Os aventais, que usamos em todas as lojas, são lavados e passados diariamente. Isso inspira confiança”, garante ela. >>

## HOMENAGEM AO COMERCIANTE

A terceira edição do Festival do Comerciante tem como foco principal homenagear os empreendedores de todo o Brasil, que tanto colaboram para o desenvolvimento de suas regiões. Um dos objetivos principais da iniciativa é proporcionar um ganho aos clientes comerciantes por meio de parcerias que viabilizem ofertas extremamente atrativas e benéficas para quem procura um sortimento variado e qualidade por um preço competitivo.

“O Festival acontece pelo terceiro ano seguido e tem se mostrado uma importante iniciativa no propósito de criar boas oportunidades de compra e apoiar o crescimento dos comerciantes clientes do Assaí”, explica Marly Yamamoto Lopes, gerente de Marketing da Rede. Com isso, além de oferecer a oportunidade de aumentar o capital de giro mantendo uma importante vantagem competitiva, o Assaí cria uma relação de parceria com os clientes comerciantes, que confiam na Rede para incrementar seus negócios.

### SAIBA MAIS

**PASTEL DA MARIA**  
Endereço: Rua Valdemar Martins, 204  
Casa Verde - São Paulo / SP  
Telefone: (11) 2255-2371  
[pasteldamaria.net.br](http://pasteldamaria.net.br)

*“Minha família por parte de pai é de comerciantes. Já o lado artístico é herança da família materna. Levei esses dois lados para a praia e faço lá o meu palco”*

Claudininho do Sucolé

### PELAS AREIAS DA PRAIA

“Alô, minha galera de Ipanema! Alô, você turista! Seja bem-vindo ao Rio de Janeiro. Aqui é o Claudinho do Sucolé trazendo aquele sucolé espertíssimo feito com todo o carinho”. O grito de guerra é um prenúncio da alegria refrescante que chega às praias cariocas de Ipanema e Leblon desde 1990, quando Luis Claudio Santos Barros inventou o “Sucolé do Claudinho”, misturando suco de frutas com o sacolé – como é conhecido o geladinho no saquinho.

Para chamar a atenção dos banhistas, o antigo vendedor de laticínios de Casemiro de Abreu (na costa verde do Rio de Janeiro) criou um uniforme padronizado e acondicionou os sucolés dentro de um isopor limpinho, manuseando-o com uma pazinha. Claudinho “chegou chegando” – como se diz – e vendeu os 70 saquinhos já na primeira tentativa. “Comecei a cantar na praia, como se fosse



*Claudininho do Sucolé  
(Rio de Janeiro), cliente do  
Assai Ceasa há quatro anos*

um show, e as pessoas começaram a perceber que o visual combinava com a marca do produto”, conta.

À medida em que os negócios foram expandidos, Claudinho treinou vendedores – já chegou a ter dez ajudantes nas duas praias – e, há 12 anos, montou uma pequena fábrica de sucolé em um sobrado. Mas os planos são aumentar ainda mais a produção. “Meu sonho é ter uma indústria, sem perder qualidade e sem deixar cair o atendimento”, diz.

Hoje, o sucolé atinge públicos também fora da praia. Claudinho diversificou o atendimento: faz eventos e festas de ca-

samento e de aniversário. Além de não abrir mão dos melhores produtos para fabricar a guloseima, a estratégia do sucesso está no atendimento primoroso. “Saber andar na areia, dar bom dia, ser agradável e simpático: tudo isso são diferenciais na praia de Ipanema”, sugere o comerciante, cliente do Assai Ceasa há cerca de quatro anos. >>

.....

#### SAIBA MAIS

##### SUCOLÉ DO CLAUDINHO

Endereço: Praias de Ipanema e Leblon, nos finais de semana e feriados – Rio de Janeiro / RJ  
Telefone: (21) 3659-0218 / 99741-1450  
[sucoledoclaudininho.com.br](http://sucoledoclaudininho.com.br)

**CERVEJA GOSTOSA  
NÃO PRECISA DE EXPLICAÇÃO.  
SÓ PRECISA SABER SE VAI  
DE LATINHA, LATA OU LATAO.**

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

Leo Burnett Tailor Made

**PORQUE  
SIM!**



**BEBA COM RESPEITO E MODERAÇÃO**



**PARADA**  
PACTO NACIONAL  
PELA REDUÇÃO DE  
AGENTES



Severino (Nordeste),  
cliente do Assaí de  
Jaboatão dos Guararapes  
desde de 2010

*“Eu e toda a minha família gostamos do que fazemos. Só assim um negócio pode dar certo”*

Severino Inácio de Lucena

## ILHAS GASTRONÔMICAS

Tal como muitos de seus conterrâneos, Severino Inácio de Lucena saiu de Frei Miguelinho (conhecida como “a cidade que exporta garçons”), no agreste pernambucano, para trabalhar em um restaurante. Com 14 anos de idade, iniciou em serviços gerais e, ao completar 18 anos no início dos anos 1980, já atuando como garçom, comprou com seu irmão o restaurante Ilha da Kosta, localizado a uma quadra da praia de Boa Viagem, em Recife.

Dois anos depois, eles abriram o Ilha da Kosta II, a duzentos metros do primeiro – que é famoso por servir o melhor bife à parmegiana do Brasil. Mas não parou por aí. Os irmãos Lucena montaram o Ilha do Guaiamum (bar e restaurante com frutos do mar no cardápio), o Ilha dos Navegantes (que tem a moqueca como carro-chefe), o Ilha de Crepe e o Ilha Sertaneja (com comida regional).

Com 30 anos de atuação, consolidaram o Grupo Ilha, com todas as casas localizadas na praia de Boa Viagem. “Cada restaurante tem a sua identidade, com cardápios diferentes. Hoje, temos 330 funcionários”, conta com orgulho o ex-garçom Severino, cliente do Assaí de Jaboatão dos Guararapes desde de 2010.

Além da boa localização em Recife e da diversidade do público-alvo, o sucesso do Grupo Ilha está baseado no trabalho de toda a família: esposa, filhos, irmão, cunhada e sobrinhos de Severino dividiram as responsabilidades nos negócios. “Eu gosto muito de ficar nos salões conversando com clientes. Eles são um termômetro”, completa o empresário.

### SAIBA MAIS

#### ILHA DA KOSTA

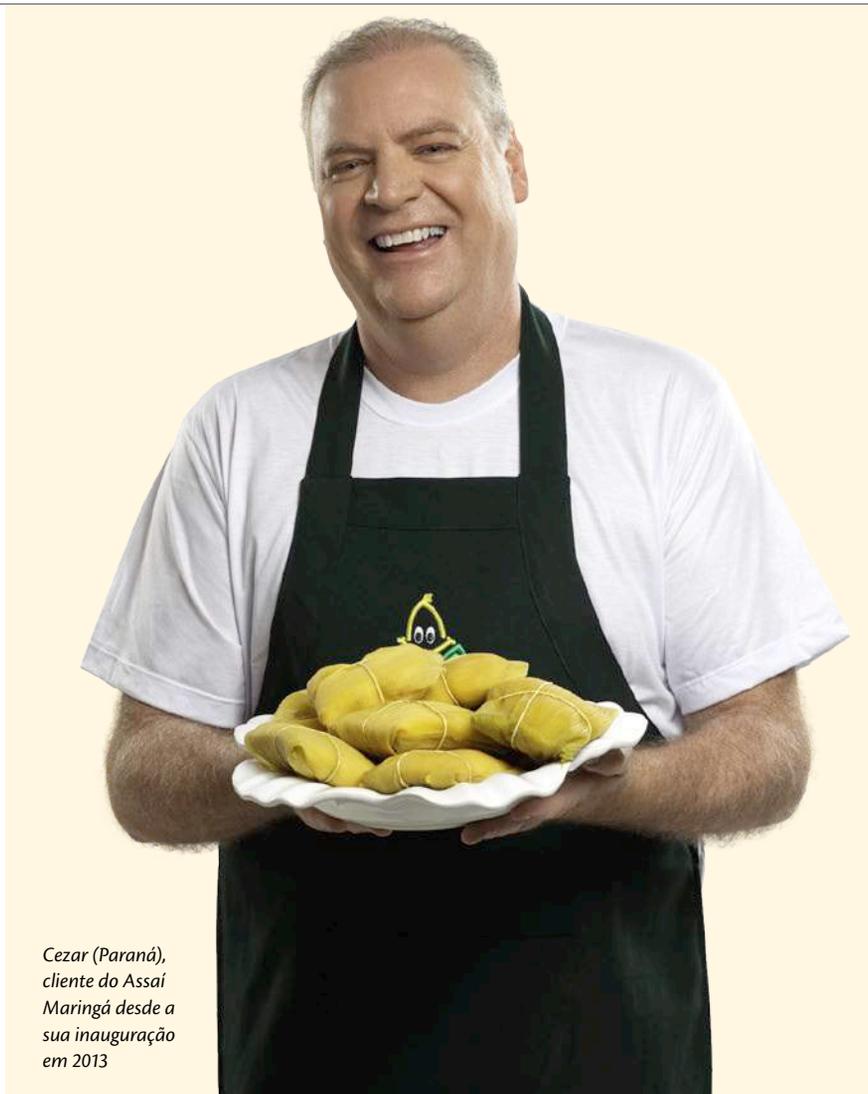
Endereço: Rua Padre Bernardino Pessoa, 50, Boa Viagem – Recife / PE  
Telefone: (81) 3466-2222

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

## OLHA A PAMONHA!

Antes de as Pamonhas do Cezar ficarem famosas em Maringá (PR), Cezar Augusto Vertuan tentou a vida como bancário, operador comercial e carvoeiro. Mas, para complementar a renda familiar, ele e sua esposa, Rosimeiry Vertuan, decidiram montar uma barraca de pamonha na Festa da Uva da cidade de Marialva (PR), em 1992. Contrataram duas cozinheiras, pegaram emprestados os equipamentos e – tanto o negócio quanto a pamonha – superaram a comedida expectativa: onze mil pamonhas foram vendidas na festa!

O passo seguinte, ainda para complementar a renda, foi produzir pamonha nos fundos da casa com a ajuda da família. “Depois da Festa da Uva, ligamos para várias pessoas oferecendo a pamonha por encomenda. Chegávamos a fazer mais de mil unidades por dia”, conta Cezar, cliente do Assaí Maringá desde sua inauguração em 2013.



*Cezar (Paraná),  
cliente do Assaí  
Maringá desde a  
sua inauguração  
em 2013*

*“Nossa ideia inicial era trabalhar com caldo de cana. Mas, quando fomos a Maringá, vimos uma barraca de pamonha no meio da praça. E a fila era imensa”*

Cezar Augusto Vertuan

O que era um bico virou um grande negócio: abriram um espaço na Feira do Produtor, em Maringá. Em seguida, investiram em sua primeira loja no centro da cidade. O sucesso estava apenas começando. “Trabalhávamos só com derivados de milho: pamonha, bolo, curau, suco. Depois, criamos alguns pratos, como sopa de milho, panqueca e torta”, enumera.

Hoje, 22 anos depois, são três lojas próprias, uma fábrica que centraliza a produção de pamonha e derivados, além de

quatro franquias – que também servem 20 pratos executivos. A conquista da cidade contou com o capricho e a qualidade servidos pelas Pamonhas do Cezar e já são responsáveis por dar emprego a quase 140 funcionários. >>

### SAIBA MAIS

#### PAMONHAS DO CEZAR

Endereço: Av. São Paulo, 743, loja E-38,  
Zona 01 – Maringá / PR  
Telefone: (44) 3227-3252  
[pamonhasdocezar.com.br](http://pamonhasdocezar.com.br)

Dirce (Centro-Oeste), cliente do Assaí Goiânia há três anos



*“O sucesso do Assoluto está baseado na qualidade dos produtos, bons fornecedores e uma equipe super bacana”*

Dirce Socorro Guizzo

### ENERGIA CONTAGIANTE

O Assoluto Ristorante e Pizzeria foi aberto há 15 anos – e, há cinco, é gerenciado pela empresária e advogada Dirce Socorro Guizzo e seu sócio. Considerado o restaurante mais romântico de Goiânia, tem clientes cativos em várias cidades brasileiras e já recebeu alguns prêmios como “melhor restaurante da cidade”. Descendente de italianos, Dirce aprecia essa gastronomia desde a infância. Inclusive, foi cliente do Assoluto (que, em italiano, tem o sonoro significado de absoluto) antes de adquiri-lo. Quando ele foi colocado à venda, não teve dúvidas: “vou poder exercer meus dons”, entusiasmou-se.

Associando o hobby de cozinhar para amigos com a profissão de advogada empresarial, espalhou a sua energia zelosa para formar um ambiente acolhedor baseado em preceitos sustentáveis. “O que me dá mais prazer é quando o cliente fala: ‘puxa, tem algo diferente aqui!’. E é justamente esse cuidado que a gente tem com decoração, limpeza, pintura, aroma, música. É a nossa energia”, orgulha-se Dirce, cliente do Assaí Goiânia há três anos.

Por ser um restaurante tradicional, o Assoluto tem mais de 100 pratos italianos no cardápio. E a tendência é aumentá-lo, tal como uma família baseada em amor e cuidado. Com o sucesso, em breve Dirce abrirá outro estabelecimento. O segredo? Seu sorriso cheio de paixão pelo que faz deixa uma pista. 🍷 por *Janaina Quitério*

### SAIBA MAIS

#### ASSOLUTO RISTORANTE E PIZZERIA

Endereço: Alameda Cel. Eugênio Jardim, 300, Setor Marista – Goiânia / GO  
Telefone: (62) 3092-8281

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

# MUSSARELA SADIA. QUALIDADE QUE COMBINA COM O SEU CARDÁPIO.



**A FAMÍLIA SADIA ESTÁ COM UMA NOVIDADE:** MUSSARELA SADIA, O NOVO SABOR DOS LANCHES E REFEIÇÕES QUE JÁ SÃO PREFERÊNCIA NACIONAL. COM SUA EXCLUSIVA EMBALAGEM PRÁTICA, A MUSSARELA SADIA VAI MUITO BEM COM O PORTFÓLIO DE PRODUTOS QUE FAZ PARTE DO DIA A DIA DO SEU NEGÓCIO.

**Sadia**

Reciclagem, diminuição do desperdício, reaproveitamento de materiais e economia de água estão entre as ações desenvolvidas pelo empresário Igor Rodrigues no restaurante Aromas e Sabores

Para ser

SUSTENTÁVEL

Fala-se muito em desenvolvimento sustentável. Mas, afinal, qual o caminho para entrar na onda verde?

**SUSTENTABILIDADE. UMA PALAVRA QUE VEM GANHANDO ESPAÇO NOS DIAS DE HOJE: NA PUBLICIDADE DE PRODUTOS, NA IMAGEM DAS EMPRESAS, NO DIA A DIA DAS FAMÍLIAS. AFINAL, SER SUSTENTÁVEL, MAIS DO QUE UMA PREOCUPAÇÃO AMBIENTAL E SOCIAL, CAUSA UMA BOA IMPRESSÃO. MAS, NA PRÁTICA: O QUE É SUSTENTABILIDADE? É COMPRAR PRODUTOS ORGÂNICOS? CONSUMIR MENOS? UTILIZAR MATÉRIAS-PRIMAS QUE CAUSEM MENOS IMPACTO AMBIENTAL? A RESPOSTA É SIM — PARA ESSAS QUESTÕES E MUITAS MAIS.**



O conceito de sustentabilidade abrange diversos aspectos. Pode ser representado pela figura de um tripé, no qual estão baseados os aspectos econômicos, ambientais e sociais que devem interagir de forma harmoniosa. Sem essa união, a sustentabilidade não se apoia. No entanto, entre os estudiosos do tema, ainda são discutidos novos pilares, como a questão cultural e tecnológica enquanto complementos da questão. Esses conceitos podem ser aplicados tanto de maneira macro (no planeta ou em um país), como dentro de uma microorganização (uma empresa, em casa etc).

Esse novo pensar começou a ser delineado na Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano (United Nations Conference on the Human Environment – UNCHE), realizada na cidade de

Estocolmo, na Suécia, em 1972, durante a primeira Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente. De lá pra cá, muita coisa mudou e a preocupação com o desenvolvimento sustentável é uma realidade cada dia mais presente.

### **VONTADE DE SER VERDE**

O Restaurante Aromas e Sabores, localizado na Vila Leopoldina, em São Paulo, resolveu adotar boas práticas de sustentabilidade por conta própria. Desde o planejamento do empreendimento, o sócio-proprietário, Igor Rodrigues, conta que sentiu essa necessidade. “Da inauguração até os dias atuais, mantemos a fidelidade da marca sustentável do restaurante, preservando o consumo racional de água e energia, capacitando constantemente os funcionários na conscientização diária da

importância de cumprir as metas estabelecidas. Atualmente, também fazemos reciclagem de materiais descartados”, detalha.

Igor conta que a decisão foi baseada principalmente em atender a um nicho qualificado de pessoas, devido à localização e ao público-alvo do restaurante. “Estamos localizados em uma área com grande concentração de empresas de comunicação. Temos uma clientela exigente e preocupada com essas questões”. Segundo o empresário, o maior desafio é a necessidade constante de conscientização do quadro de funcionários, que muitas vezes é alterado. Apesar disso, a satisfação pessoal de todos os colaboradores é visível e está servindo de incentivo para a criação de novos hábitos também em casa. “Tudo melhora. Os ambientes, de certa forma, >>



*Entre os benefícios da sustentabilidade estão o controle mais detalhado dos processos e a diminuição de gastos*



ficam mais limpos e organizados. O maior ganho é a preocupação com o aproveitamento de tudo para não ter desperdício”, comenta o empresário, cliente do Assaí Jaguaré há 10 anos.

Para quem trabalha com varejo da alimentação, ele aconselha: vale a pena se informar e adotar ações sustentáveis. “Recomendo que adotem métodos de baixo impacto ambiental em suas atividades, mantenham um diálogo aberto com seus funcionários e fornecedores para evitar o desperdício, promover a reciclagem e a preservação dos recursos naturais”.

### DE PAI PARA FILHO

No Grupo Santa Etienne (rede formada por três padarias e pelo Empório Itaim), de São Paulo, a gestão sustentável é uma prática passada de pai para filho. Descendente de portugueses, a família Rico transmitiu, juntamente com a gestão dos negócios, a filosofia de que a sustentabilidade é fundamental para uma empresa crescer de forma saudável e desempenhar seu papel de agente transformador da sociedade.

De acordo com Nohan Rico (sócio-proprietário do Grupo Santa Etienne), desde a sua fundação, em 1990, a rede investe em ações de reciclagem de lixo, economia de água e energia e diminuição no desperdício – um dos maiores problemas de quem lida com comida. “Vimos, em primeiro lugar, a necessidade de ajudar o planeta, fazer algo de positivo. Em segundo lugar, a importância de auxiliar no desenvolvimento e na preservação local. Se cada um fizer a sua parte, tudo melhora”, afirma o empresário. O Grupo Santa Etienne é cliente das lojas do Assaí Jabaquara, Ceasa e João Dias há 8 anos.

Para garantir que as práticas façam parte da rotina da empresa, o grupo investe na capacitação constante de seus mais de 300 funcionários. “Treinar as pessoas é um passo importante para garantir a sustentabilidade no dia a dia”, diz Nohan. Como resultado, o grupo diminuiu custos, desperdícios e ainda obteve controle maior sobre os processos internos, aponta o empresário. >>



*Sabor para todos os momentos.*



### NOVOS CAMINHOS

No Brasil, o Centro de Estudos em Sustentabilidade (GVces) da Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas (FGV-EAESP) trabalha no desenvolvimento de estratégias, políticas e ferramentas de gestão públicas e empresariais para a sustentabilidade. Para o coordenador do Centro, Mário Monzoni, ainda existe uma distorção do que é realmente crucial quando o assunto é desenvolvimento e é preciso repensar o discurso sobre o crescimento. “O fim não pode ser aumentar o PIB em 10%”, exemplifica. “Crescimento é uma condição importante, mas é um meio para se atingir desenvolvimento. Não é um fim em si mesmo.” Monzoni refere-se à disputa entre desenvolvimento sustentável e crescimento econômico.

Atualmente, o maior empecilho para as empresas serem mais sustentáveis é manter a lucratividade

e a competitividade no mercado. João Paulo Altenfelder, sócio da SEI Consultoria em Sustentabilidade, destaca que vamos chegar a 9 bilhões de pessoas no planeta nas próximas décadas. “É mercado para muitas empresas, mas é também uma disputa por insumos”, diz. E, nesse caso, a sustentabilidade pode ser um diferencial competitivo e criar valor para o negócio.

Aspectos como eficiência na utilização de matérias-primas, diferenciação e segmentação de mercado, assim como qualidade de processos estão entre as práticas sustentáveis. “Acho importante dizer que sustentabilidade não deve ser apenas uma questão de boa cidadania. Sustentabilidade empresarial deve estar inserida no modelo de negócio”, adverte. “E para ser praticada, o empresário deve avaliar como a sua empresa se posiciona em relação às práticas do setor, às exigências dos clien-

*Na padaria Santa Etienne, a sustentabilidade faz parte da gestão desde a sua fundação, em 1990*



tes, às demandas socioambientais e à legislação. Só depois dessa análise, ela entra no planejamento da empresa, orientando o que deve ser feito para proteção e criação de valor”.

Ele indica que algumas práticas são eficientes e não exigem muito custo para serem implantadas. “Uma empresa de alimentos, por exemplo, deve se preocupar com a composição dos produtos que faz, já que o marco regulatório e a pressão da sociedade civil estão alertas para a questão da obesidade”, explica. Outro ponto de preocupação, são as embalagens. “As empresas precisam se adequar, sem afetar os custos competitivos. Atualmente, diversos fornecedores estão sendo questionados sobre a emissão de carbono na cadeia produtiva >>

*Para Nohan Rico, da padaria Santa Etienne, a sustentabilidade é uma importante ferramenta de desenvolvimento e preservação local*



## *Pão Recheado com Catupiry®*

Essa receita será recheada de elogios. Faça você também!

### *Receita*

#### Ingredientes da Massa

500g de farinha de trigo • 100ml de leite morno • 50g de fermento biológico fresco • 100g de açúcar • 100g de margarina • 2 ovos • 100g de Catupiry® • 100g de queijo parmesão ralado grosso  
1 ovo para pincelar

#### Ingredientes da Recheio

310g de Catupiry® • 200g de presunto fatiado • 200g de mussarela  
2 tomates cortados em rodela • Orégano a gosto  
Utilize para rechear os pães.

#### Modo de Preparo

Dissolva o fermento no leite morno. Acrescente o açúcar, a margarina, os ovos, 100g de Catupiry® e por último a farinha de trigo. Misture bem e deixe a massa descansar coberta com plástico por 2 horas. Divida a massa em duas partes iguais. Abra a massa em forma de um retângulo em uma mesa polvilhada com farinha. Distribua o presunto, as rodela de tomate, a mussarela e salpique orégano. Finalize com o Catupiry®. Feche como um rocambole. Repita a operação com a outra massa. Deixe-a descansar novamente coberta com um plástico por mais 30 minutos. Pincele com o ovo e polvilhe o parmesão. Leve ao forno pré-aquecido a 200° até dourar. Sirva morno.

[www.catupiry.com.br](http://www.catupiry.com.br)  
SAC 0800 133855



e de logística. É importante se informar sobre o tema e construir uma cadeia de baixo carbono”, acredita.

### PEQUENAS EMPRESAS

Para muitos especialistas, a sustentabilidade é a grande chance para o que chamamos de “desenvolvimento”. Segundo João Paulo, o principal obstáculo encontrado para implantar soluções sustentáveis é o desconhecimento. Para ele, acreditar que a sustentabilidade servirá apenas para posicionar a empresa como “boazinha” é um grande equívoco.

Outro desafio, é conseguir avaliar a empresa e planejar as ações sustentáveis. “Um exemplo, é o questionamento sobre o uso de água e energia para o processo produtivo. Essas empresas já pensaram em usar esses dois insumos de maneira eficiente? Cada vez mais, eles estão caros e com menor oferta. É necessário que essa avaliação seja feita rapidamente”. Como último complicador, ele destaca a urgên-



cia das empresas em fazer que a sustentabilidade traga resultados financeiros expressivos no curto prazo. “Pode trazer excelentes resultados, financeiros e econômicos, mas a médio e longo prazo”. Para João Paulo, o ambiente de negócios

demandava algumas competências dos empresários que só a capacitação pode desenvolver, pois os marcos regulatórios vão elevar a rigidez em relação ao tema. “Tudo isso vai exigir mais do empresário na sua análise, tomada de decisão e implantação.



.....  
*“O paradigma empresarial já mudou. O que vale agora é fazer mais, com menos – ou produtividade com excelentes resultados econômicos, sociais e ambientais”*

João Paulo Altenfelder, sócio da SEI Consultoria em Sustentabilidade



A sustentabilidade, como racionalidade ao modelo de negócio, será uma das formas de se obter o diferencial competitivo”, diz. Entidades como o Sebrae, por exemplo, já oferecem programas voltados à disseminação das práticas de sustentabilidade, como é o caso do Centro Sebrae de Sustentabilidade (CSS).

Os líderes e gestores são os principais tomadores de decisão da empresa. Logo, a cultura organizacional é responsabilidade indelegável desse grupo, aponta o especialista. “O paradigma empresarial já mudou. O que vale agora é fazer mais, com menos – ou produtividade com excelentes resultados econômicos, sociais e ambientais”, finaliza.  por *Camila Latrova*

#### SAIBA MAIS

##### RESTAURANTE AROMAS E SABORES

Endereço: Av. Mofarrej, 1.200, Vila Leopoldina  
São Paulo / SP  
Telefone: (11) 3644-4781

##### PADARIA SANTA ETIENNE

Endereço: Av. Diógenes Ribeiro de Lima, 2555, Alto de Pinheiros – São Paulo / SP  
Telefone: (11) 3021-1200  
[santaetienne.com.br](http://santaetienne.com.br)

Sempre uma deliciosa novidade!

**EKMA**  
Toque do Chef  
desde 1972

**MOLHO DE TOMATE Refogado**  
PESO LÍQUIDO 2 kg

**EKMA**  
Toque do Chef  
desde 1972

**MOLHO PARA PIZZA**  
PESO LÍQUIDO 2 kg

**EKMA**  
Toque do Chef  
desde 1972

**EXTRATO DE TOMATE**  
PESO LÍQUIDO 2,1 kg

**ekma**

11 3745-9094  
[www.ekma.com.br](http://www.ekma.com.br)

### INSTALE TOMADAS EM PONTOS ESTRATÉGICOS



Algumas ferramentas consomem pouca energia, mas exigem pontos individuais de alimentação. Planejando bem a localização das tomadas é possível evitar o uso de extensão e sobrecargas do sistema.

### NÃO JOGUE MATERIAIS ELETRÔNICOS NO LIXO COMUM



Baterias, pilhas e placas eletrônicas contaminam o solo e podem poluir lençóis freáticos. O Assaí disponibiliza, em todas as 78 lojas da Rede, um coletor de pilhas e baterias usadas, com o objetivo de dar o destino correto a esses itens e diminuir o impacto ambiental.

### ATENÇÃO COM MATERIAIS CONTAMINADOS



Contrate empresas ou profissionais treinados para realizar a limpeza de materiais contaminados por metais pesados, como tonners de impressora, monitores e lâmpadas.

### FECHE PARCERIAS COM FORNECEDORES LOCAIS



Conheça as matérias-primas e os produtos fabricados na sua região. Fornecedores locais podem oferecer preços melhores e garantir a procedência da compra. Assim, sua empresa também estimula o crescimento da região.

### PREFIRA ALIMENTOS E PRODUTOS EM EMBALAGENS ECONÔMICAS



Utilizando produtos a granel ou em refis, é possível dimensionar melhor o volume que sua empresa necessita. As empresas são responsáveis pelo destino correto dos seus resíduos.

### ELIMINE OS UTENSÍLIOS DESCARTÁVEIS



Pratos, copos e talheres reutilizáveis ajudam a diminuir o lixo e também os custos.

## DICAS SUSTENTÁVEIS PARA O DIA A DIA DA SUA EMPRESA

### SEPARE RESTOS DE COMIDA PARA A COMPOSTAGEM



Com esse processo, é possível decompor materiais orgânicos (restos de comida e cascas) para a produção de adubo. Outra opção é direcionar os restos para empresas de adubo orgânico.

### APROVEITE A ILUMINAÇÃO DO SOL PARA ECONOMIZAR ENERGIA



Aposte em janelas, varandas, claraboias e telhas transparentes para iluminar o ambiente de graça.

### APROVEITE OS ALIMENTOS EM SUA TOTALIDADE



Partes normalmente descartadas, como cascas, folhas, sementes e talos de vegetais, podem ser utilizadas na produção de caldos, farinhas e sucos, por exemplo.

### NÃO JOGUE ÓLEO DE COZINHA USADO NA PIA OU NO LIXO



Além de evitar que o óleo polua os rios, é possível reaproveitar o material na fabricação de biocombustíveis. Informe-se sobre o serviço de coleta da sua cidade.

### UTILIZE EQUIPAMENTOS CLASSIFICAÇÃO A



O selo do Procel indica que o equipamento é mais econômico e garante gastos menores de energia.

### INVISTA EM UMA HORTA PRÓPRIA



Assim é possível economizar, garantir a qualidade do produto e ainda atrair clientes exigentes que procuram uma alimentação saudável e sustentável.

Confira outras dicas no Centro Sebrae de Sustentabilidade. Acesse: [sustentabilidade.sebrae.com.br](http://sustentabilidade.sebrae.com.br)

**Su<sup>®</sup>  
fresh**

O MELHOR  
DA FRUTA  
*para*  
VOCÊ  
levar para  
CASA.



## SABOR TROPICAL

Conheça alguns produtos especiais que vale a pena incluir no menu



Refresco em pó de morango e abacaxi  
**Promix**



Néctar de laranja, morango e uva  
**Sufresh**

**Selmi**  
Desde 1887

explicata®

**MUITAS RECEITAS, UMA INFINITA COMBINAÇÃO DE INGREDIENTES E UM SÓ SABOR: SUPERIORE.**

Levar à mesa uma gastronomia sofisticada e elegante pede a linha Renata Superiore. Suas massas de Grano Duro importadas, sempre al dente, combinadas com o Renata Superiore Azeite Extra Virgem são os ingredientes indispensáveis para a sua receita surpreender em qualquer lugar.

**Renata SUPERIORE**  
Penne Grano Duro

**Renata SUPERIORE**  
integrale Grano Duro Fusilli

**Renata SUPERIORE**  
Azeite Extra Virgem

**Renata**

selmi.com.br | lojaselmi.com.br



Mistura para bolo  
de laranja  
**Nita**



Refrigerante  
**Guaraná Antártica**



Água de coco  
**Sococo**



iogurte grego de frutas vermelhas  
**Vigor**

\*Consulte disponibilidade dos produtos nas lojas



# Conheça os produtos Nita!

- ✓ Bons para o seu negócio.
- ✓ Ótimos para suas receitas.



(13) 4009-6800  
www.nita.com.br



# Recicle Mais, Pague Menos.

Reciclar materiais agora vale descontos na conta de energia elétrica da AES Eletropaulo.



# Como Participar?



Leve sua conta de energia elétrica até o Ponto de Coleta e faça o seu cadastro. É gratuito.



Junte seus materiais recicláveis (papéis, metais, plásticos e vidros) separados, limpos e secos.



Leve seus materiais recicláveis até o Ponto de Coleta e receba o desconto na próxima conta de energia elétrica.

Saiba mais em:

[www.assai.com.br/sustentabilidade](http://www.assai.com.br/sustentabilidade)



Um projeto:



Parceiro:



Apoio:



## Pontos de Coleta:

Loja Águia de Haia: Avenida Águia de Haia, 2636 Parque das Paineiras - São Paulo/SP

Loja Guaianases: Estrada Dom João Nery, 4031 Itaim Paulista - São Paulo/SP

Aberto de Terça a Sábado das 10h às 13h e das 14h às 17h

# Hospedagem de PRIMEIRA

Verdadeiro reflexo do desenvolvimento econômico do país, setor hoteleiro está aquecido no Brasil, mas precisa ficar atento aos perigos da superoferta



*Para Bruno Delcaro, do Grupo Starlis, o segredo para o sucesso no setor hoteleiro é ter uma equipe de gestores e colaboradores focados nos objetivos da empresa*

Quanto mais aquecida está a economia, mais se gasta em turismo. No Brasil, não poderia ser diferente. Junto ao vertiginoso crescimento do turismo, um dos mercados que mais crescem no país é o da hotelaria. Os motivos são basicamente dois: forte investimento estrangeiro e maior poder aquisitivo do brasileiro.

Segundo o Fórum de Operadores Hoteleiros no Brasil (FOHB), a previsão é de que o Brasil atinja a marca de 535 mil apartamentos – distribuídos em 10,1 mil empreendimentos – até o ano das Olimpíadas. Serão 400 hotéis e 60 mil quartos a mais do que a indústria apresenta hoje em seu cenário. Para ter uma ideia do montante, somente com as 25 redes associadas da FOHB –

18% do total do país – serão injetados R\$ 7 bilhões no setor até 2015.

Apesar de os investimentos serem mais expressivos nas cidades-sede da Copa, a diretora da FOHB, Flavia Matos, em entrevista concedida ao jornal Folha de São Paulo em janeiro deste ano, afirmou que a expansão do setor está muito mais pautada pelo desenvolvimento do país do que, especificamente, pelos grandes eventos. Analisando essa perspectiva, o relatório “Investimentos no Brasil: Hotéis & Resorts 2011”, realizado pela BSH Travel Research, comprova que – durante certo período – o Brasil realmente caminhou na contramão das maiores economias do mundo, chegando ao período “pós crise mundial”

*“Hoje, são mais de 35 milhões de brasileiros viajando pelo país e a nossa estimativa é que esse número chegue a 50 milhões em até dois anos”*

Enrico Fermi, presidente da ABIH

.....  
com um aumento de 7,5% na economia, investimentos internacionais diretos na marca dos US\$ 48,5 bilhões e uma moeda nacional bastante valorizada. >>



*Produtos para quem gosta de qualidade.*



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



*Segundo o Fórum de Operadores Hoteleiros no Brasil (FOHB), a previsão é de que o Brasil atinja a marca de 535 mil apartamentos – distribuídos em 10,1 mil empreendimentos – até 2016*

Com mais dinheiro no bolso, o brasileiro quis conhecer o seu país, aquecendo assim o chamado turismo doméstico. Segundo dados do Ministério do Turismo, 68% dos viajantes optaram pelo Brasil ao invés do exterior. E, mais uma vez, quem saiu ganhando foi o setor de hospedagem nacional. Para Enrico Fermi, presidente da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis, ABIH, o motivo do desenvolvimento do setor é a crescente inserção da “Classe C” como consumidora de turismo. “Hoje, são mais de 35 milhões de brasileiros viajando pelo país e a nossa estimativa é de que esse número chegue a 50 milhões em até dois anos”, afirma. Ainda segundo Fermi, esse tipo de consumidor quer pagar taxas mais baixas (cerca de R\$ 150 a diária) e o mercado brasileiro está cada vez mais preparado para isso.

### **EVENTOS EM ALTA**

Mas o verdadeiro responsável pela alta do setor é o turismo de negócios e eventos.

Compreendido como um “conjunto de atividades turísticas decorrentes de encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social”, esse tipo de atividade movimentada mais de 60% dos apartamentos disponíveis atualmente no Brasil.

Cliente do Assai Coxipó desde a sua inauguração na cidade de Cuiabá (MT), em 2013, o Delmond Hotel é um dos empreendimentos que tem como foco principal o turismo de negócios. “Atendemos todos os públicos com poder aquisitivo mais elevado. Porém, o foco maior está no atendimento a grandes empresas nacionais e multinacionais, bem como de órgãos públicos”, afirma o sócio-diretor do Grupo Starlis, Bruno Delcaro.

Consolidado no mercado hoteleiro desde 1984, o Grupo Starlis pode ser considerado uma referência no setor. Bruno afirma que



o segredo para tanto sucesso é ter uma equipe de gestores e colaboradores focados nos objetivos da empresa, ter conhecimento do negócio em que atua e prestar um serviço de referência e com qualidade acima da esperada pelos clientes.

“Cada unidade foi projetada com foco na demanda do local no qual está inserida e em seu posicionamento de mercado. No aspecto de serviços, sabemos que a diferença está nos detalhes. >>



## Linha Big Pump Com exclusivo Bico Dosador



EXCLUSIVO  
BICO  
DOSADOR

Conheça a linha  
completa

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

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



Por isso, focamos na capacitação contínua de nossos colaboradores. Temos implantado um programa de qualidade que atua no treinamento e preparo das pessoas em suas rotinas de trabalho”, explica o sócio-diretor. Segundo ele, qualidade e agilidade são quesitos fundamentais no setor hoteleiro – e o atendimento, a localização e o equilíbrio entre o preço e a agilidade são fatores decisivos na escolha do cliente.

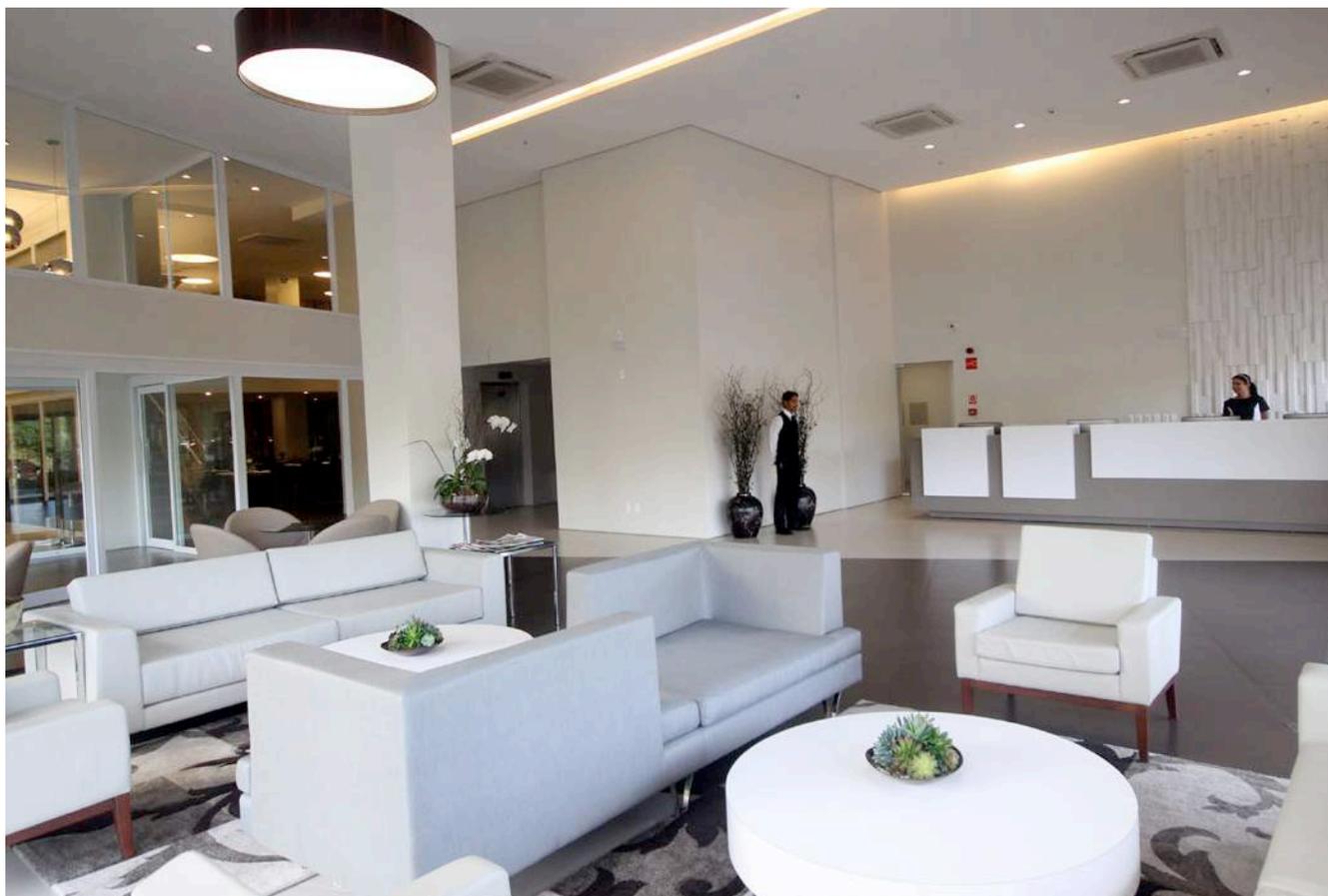
O Delmond – assim como todos os empreendimentos da rede Starlis Group Hotels – também investe fortemente em sustentabilidade. Para isso, o grupo faz uso irrestrito de práticas como reutilização da água, aquecimento solar e reciclagem. “A prática da sustentabilidade não é apenas uma tendência. Precisamos desenvolver cada vez mais percepções que vão ao encontro da questão ambiental e adotar atitudes com esse foco para garantirmos o futuro da humanidade”, afirma o sócio-diretor.

### O OUTRO LADO DA HISTÓRIA

Infelizmente, não só de boas expectativas vive o mercado hoteleiro no Brasil. Segundo a última versão do Placar da Hotelaria (2015) – estudo desenvolvido pelo Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil (FOHB) em parceria com a consultoria Hotel Invest – o setor deve estar atento ao efeito da “superoferta”, principalmente no período pós Copa do Mundo. A pesquisa aponta ainda que, provavelmente, o impacto será maior nas cidades de Belo Horizonte, Brasília, Cuiabá, Manaus, Salvador e Recife. Além disso (e principalmente em razão do desaquecimento econômico atual), outros mercados também passaram a apresentar risco moderado de “superoferta”, sendo eles o Rio de Janeiro e Porto Alegre – ambos no segmento *midscale* (hotéis de padrão intermediário, entre o econômico e o luxo).

Com o PIB desacelerado e juros mais altos, a credibilidade do Brasil vem decaindo e as esperanças de retorno financeiro depois dos eventos >>

*Infraestrutura de primeira e atendimento de qualidade ajudam a fidelizar o cliente*



# Junta que dá Brasil

IMAGENS MERAMENTE ILUSTRATIVAS



PEPSICO

esportivos estão incertas. A pesquisa da BSH Travel apontou também que a perspectiva era de que seriam abertos mais de 198 hotéis no período compreendido entre 2011 e 2014. Desse total, apenas 35,53% foram realmente efetivados, sendo que a maior parte dos projetos foi cancelada.

A infraestrutura inadequada do país é também um entrave alarmante. "Precisamos de rodovias e aeroportos em perfeito estado de funcionamento e de segurança para quem viaja", afirma Enrico Ferme. Ainda segundo ele, outro gargalo deve ser observado: a falta de capacitação de quem atua na área, principalmente no que diz respeito ao conhecimento de outros idiomas. ☀



### PERFIL DOS HÓSPEDES NO BRASIL

Pesquisa do Ministério do Turismo aponta que o perfil do turista de negócios e eventos, bem como do turista doméstico são muito parecidos: ambos têm escolaridade de nível superior, poder aquisitivo elevado, exigem praticidade, comodidade, atendimento e equipamento de qualidade, representam organizações e empresas e realizam gastos elevados em comparação a outros segmentos. A única diferença é que o turista de negócios geralmente permanece o dobro de dias que o turista doméstico

(oito dias) e, dessa forma, movimentam mais o mercado hoteleiro.

### OFERTAS DE EMPREGO NO SETOR

Segundo levantamento da BSH Travel Research, a expectativa é de que sejam gerados 33.892 novos postos de trabalho diretos no setor hoteleiro até 2016. Os cargos mais ofertados são os de recepcionista, garçom, cozinheiro, técnico de manutenção e arrumadeira. O candidato que domina um segundo idioma – preferencialmente, o inglês – tem o dobro de chances de ser contratado.

*A expectativa é de que sejam gerados 33.892 novos postos de trabalho no setor hoteleiro até 2016*

#### SAIBA MAIS

##### DELMOND HOTEL

Endereço: Av. André Antonio Maggi, 1.980, Alvorada – Cuiabá / MT  
Telefone: (65) 2121-3300 / 3023-4000 (reservas)  
[starlis.com.br](http://starlis.com.br)

# Ivete, Bombril e uma seleção de primeira. Desse jeito, não há adversário que resista.

**Chegou a hora. Ninguém segura a nossa seleção.**

Pode vir a gordura, o limo e qualquer outro adversário. A Bombril tem todos os produtos para chutar a sujeira pra bem longe e uma torcida que faz bonito para o Brasil brilhar cada vez mais. Vai Bombril! Vai Brasil!



A TV Bombril está cheia de novidades pra você que é brasileiro, com muito orgulho, com muito amor e muito brilho. Acesse [bombril.com.br](http://bombril.com.br)

**Bombril. Os produtos que evoluíram com as mulheres.**



## HÓSPEDE SATISFEITO

Confira uma seleção de produtos para garantir conforto e qualidade aos seus clientes



Molho de tomate tradicional  
**Primor**



Refrigerante  
sabor limão  
**H2OH!**



Azeitonas verdes  
**Ting**



Água com gás  
**Schin**

FOTOS: DIVULGAÇÃO



A marca tem quase **45 anos** de atuação nacional e compromisso com a satisfação dos clientes. Os produtos são sinônimo de excelência e rígido controle de qualidade. Seja parceiro das nossas marcas e garanta mais economia para seus negócios.





Adoçante líquido  
**Gold**



Lustra móveis  
lavanda  
**Bry**



Espuma  
antiaderente  
**Bombril**



Alvejante  
**Super Candida**



Detergente em  
pó especial  
**Prapiso**

\*Consulte disponibilidade dos produtos nas lojas

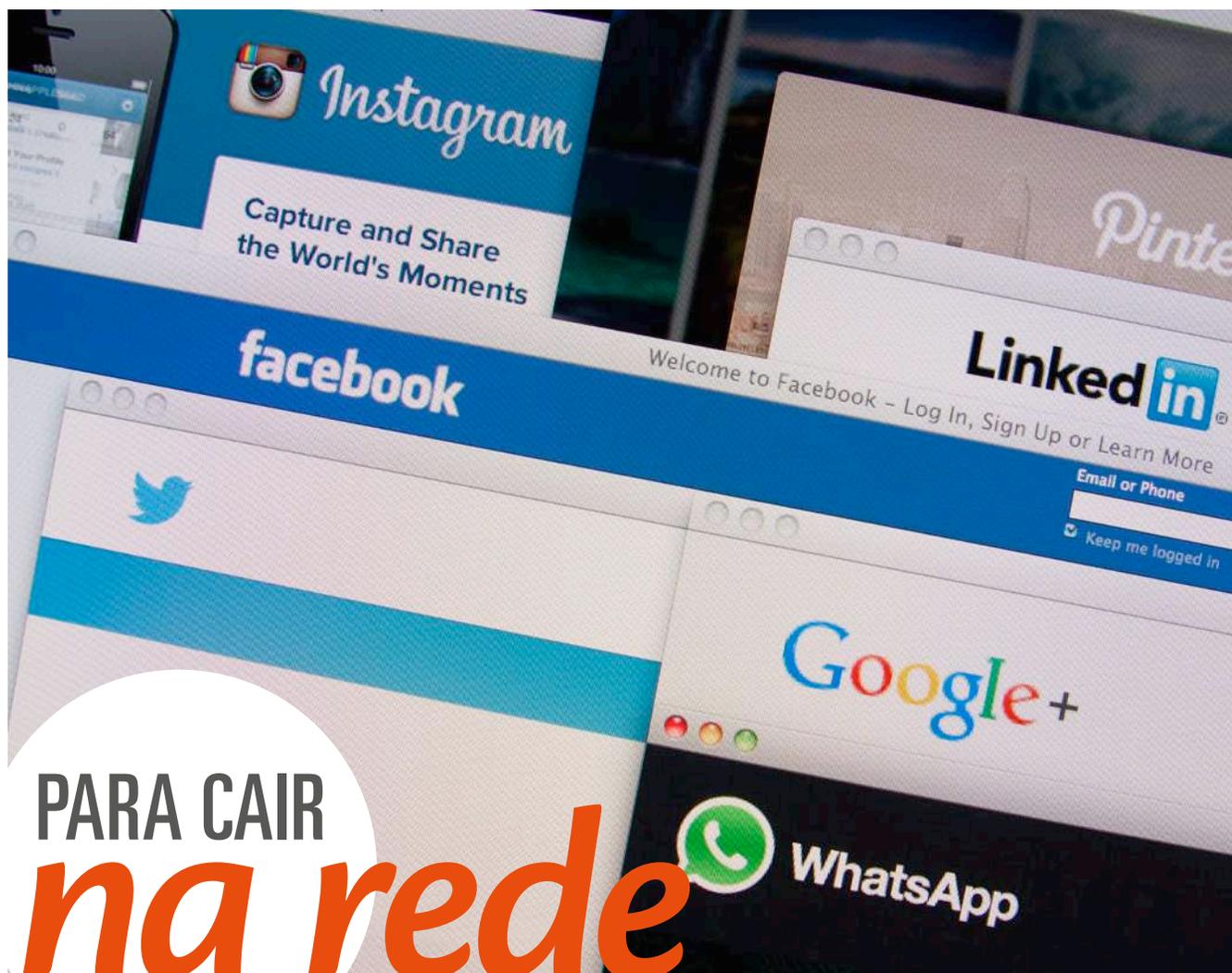


# QUATÁ

Gostoso de combinar.



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



PARA CAIR

# na rede

Antes de lançar a marca nas redes sociais é importante conhecer seu público, as características de cada rede e os erros que precisam ser evitados

Nas redes sociais da internet, há um universo de 46 milhões de brasileiros curtindo, comentando, recomendando, seguindo e compartilhando informações, apontam dados do Ibope Media. O fato de 77% desses usuários (pouco mais de 35 milhões de pessoas) curtirem ou seguirem alguma marca tem feito com que as empresas aprimorem cada vez mais sua participação nesses ambientes digitais. Hoje no país, 36% das empresas possuem perfis nas redes sociais, segundo informações do Cetic.br.

Mas, antes de expor sua marca nessa “vitrine virtual”, o empresário deve estar atento a

alguns fatores. Para começar, é fundamental saber em quais redes estar presente. Neste aspecto, a escolha depende do público da empresa. “É necessário analisar muito bem o perfil do público que consome os produtos e serviços oferecidos pela empresa. Entretanto, existem algumas unanimidades, como o Facebook e blogs corporativos. Hoje, as principais redes do mercado são: Facebook, Instagram, WhatsApp, Twitter e LinkedIn”, explica a consultora em marketing digital, Luisa Barwinski. Saber que tipo de conteúdo publicar também é um ponto importante que depende do público-alvo da empresa, mas uma característica, em especial, é imprescindível:

o conteúdo deve ter utilidade. Dados do Ibope mostram que 89% dos usuários de redes sociais já deixaram de seguir empresas que postam conteúdos repetitivos e de pouca relevância.

“Todo conteúdo deve estar sempre focado no consumidor e ser útil para ele. Do contrário, aquela informação não tem valor algum para quem a consome e, por isso, não trará resultado a quem a produz. É preciso ter em mente que as redes sociais são a extensão dos canais de comunicação da empresa e, como tal, devem ter unidade de mensagem”, explica Luisa.

### **INTERAÇÃO É TUDO**

É da natureza das redes que a comunicação não se dê somente do emissor do conteúdo (empresa) para o receptor (cliente). É justamente a interação que caracteriza uma rede social e é nela que moram as armadilhas. Para João Paulo Mehl, sócio-diretor da empresa Ethymos Soluções em Web (consultoria em redes sociais), a interação é condição fundamental para uma empresa se lançar nas redes. “Se a empresa quer estar na rede, então precisa estar disposta a interagir de forma franca e direta. É altamente desaconselhável estar nas redes e não dar respostas a perguntas, dúvidas ou críticas”, afirma. >>

*“Hoje o consumidor tem um enorme poder de pesquisa em mãos (...). Portanto, agir com transparência e agilidade é essencial”*

Luisa Barwinski, consultora em marketing digital

## **CORTES SUÍNOS FRIMESA**

Picanha, lombo, pernil, filé, costelinha suína Frimesa...  
Escolha e faça sua receita preferida!



Facebook.com/  
FrimesaOficial



Tem gosto de amizade.



*Dados do Ibope mostram que 89% dos usuários de redes sociais já deixaram de seguir empresas que postam conteúdos repetitivos e de pouca relevância*

Nesse ponto, as empresas parecem estar indo bem. Segundo uma pesquisa do Centro de Estudos sobre as Tecnologias de Informação e Comunicação (Cetic), 74% das empresas que estão na rede respondem a comentários, dúvidas e críticas de clientes. As outras publicações são referentes a notícias sobre a empresa (78%) notícias sobre temas relacionados à área de atuação (72%), conteúdo institucional (64%), lançamento de produtos e serviços (58%) e promoções (53%).

### **TRANSPARÊNCIA COM O CONSUMIDOR**

Na interação, outro ponto para o qual alerta Luisa Barwinski, é a transparência da informação. “Hoje, o consumidor tem um enorme poder de pesquisa em mãos e é muito fácil encontrar os mínimos detalhes que não foram ditos de maneira clara. Portanto, agir com transparência

e agilidade é essencial para qualquer empresa que queira ter uma boa atuação nas redes sociais”, explica.

Também é nesse ponto que podem acontecer algumas gafes. Para João Paulo, a pior delas é apagar o conteúdo publicado após receber críticas – ou apagar as críticas e deixá-las sem resposta. Luísa Barwinski defende uma tese simples para que as gafes sejam evitadas: o bom senso. “As gafes mais comuns surgem a partir da falta de bom senso de quem está respondendo. Pode acontecer que alguém tome uma crítica à empresa como algo pessoal. Contudo, deve-se agir calmamente para evitar transtornos”. Ela lembra ainda que, assim como fora das redes, é importante que o responsável pelas mídias sociais da empresa se coloque no lugar do cliente. “Pensar em como gostaríamos de ser atendidos é fundamental”, finaliza.

### **PROFISSIONAL X PESSOAL**

Outra gafe comum é que o responsável pelas publicações confunda o perfil corporativo com o perfil da empresa. Pode parecer um erro difícil de acontecer em ambientes profissionais, mas essa gafe já alcançou os perfis da Presidência da República e do Supremo Tribunal Federal, por exemplo. Em fevereiro de 2011, o perfil oficial do STF no Twitter publicou uma piada com o senador José Sarney. O ato falho levou a instituição a emitir uma nota à imprensa desculpando-se pelo ocorrido e alegando que sua conta tinha sido indevidamente usada por uma funcionária terceirizada. Também no Twitter, o perfil da Presidência da República compartilhou, em 2012, uma piada com o candidato derrotado à presidência, José Serra. Em um novo tweet, o órgão se desculpou e disse que a publicação não tinha sido autorizada. 🌟

por João Guilherme Frey

## PARA COMEÇAR BEM: QUE TAL O FÁCEBOOK?

Para que a empresa comece bem suas atividades nesse espaço, é importante estar atento a alguns aspectos básicos da rede social. A primeira escolha a ser feita é entre criar um perfil ou uma página.

Essa resposta é direta: empresas devem ter páginas. O próprio Facebook, em seus termos de serviço, diz que os perfis devem ser usados apenas para atividades pessoais. Além disso, a gestão de uma página traz vantagens em relação ao perfil: número ilimitado de fãs, publicidade paga, diferentes níveis de administração por cada funcionário e fornecimento de estatísticas sobre a página.

Outro aspecto a ser observado no marketing de redes sociais é a frequência mínima de publicação. Mais uma vez, o próprio Facebook dá as dicas. Segundo essa rede social, o reco-

mendado é que se publique ao menos uma vez ao dia. Quanto ao tipo de conteúdo, eles sugerem três aspectos como sendo os mais atraentes: ofertas de produtos e serviços, fotos e vídeos, e perguntas. Mas, cuidado! Dados do Ibope mostram que 60% dos usuários de redes sociais já deixaram de seguir empresas que publicavam em excesso em suas páginas. As estatísticas da página são boas ferramentas para monitorar o tipo de publicação que funciona para sua empresa. Com elas, é possível avaliar o alcance das publicações, o número de curtidas, de acessos e os horários em que as publicações têm melhor desempenho.



## ASSAÍ DIGITAL

Para se aproximar do seu público, o Assai investe na gestão de suas redes sociais, com foco na produção de conteúdo relevante e de qualidade. Atualmente, o Assai está presente em diversas mídias sociais:

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

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

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

 Assai Atacadista - GPA



## Macarrão de Arroz Urbano

O Macarrão de Arroz Urbano oferece o mesmo sabor e consistência da massa tradicional, com o diferencial de manter os mesmos benefícios nutricionais do arroz.

- ✓ NÃO CONTÉM GLÚTEN
- ✓ FONTE DE ENERGIA
- ✓ ZERO DE GORDURA TRANS
- ✓ BAIXO ÍNDICE GLICÊMICO
- ✓ MESMO SABOR E TEXTURA DA MASSA TRADICIONAL
- ✓ COMBINA COM TODAS AS RECEITAS

# URBANO

Como faz bem.

[urbano.com.br](http://urbano.com.br) •  /UrbanoAlimentos

# 8

## PASSOS PARA TER SUCESSO NAS REDES SOCIAIS

### 1. PESQUISE MUITO

Conheça seu público e quais redes sociais serão mais eficientes para se comunicar com ele. Saiba que tipo de conteúdo irá publicar, conheça as regras de cada rede social e quais ferramentas a rede oferece para potencializar sua relação com o público.

### 2. PLANEJE SUA ATUAÇÃO

Monte um cronograma de postagens e conteúdos que serão abordados nas páginas da sua empresa, prestando atenção aos temas e épocas relevantes para o seu público.

### 4. USE LINGUAGEM CORRETA

Não adianta estar no Facebook e utilizar uma linguagem extremamente corporativa. Observe e identifique estratégias para se comunicar com clareza e seriedade de forma atrativa.

### 3. FORNEÇA CONTEÚDO

As pessoas estão constantemente em busca de informação. Por isso, ofereça materiais interessantes e úteis para o seu público. E lembre-se: mantenha suas páginas atualizadas sempre!

### 5. CONVERSE COM O CLIENTE

Nas redes sociais, o formato que impera é o de diálogo. Então, esteja preparado para responder dúvidas, fornecer informações sobre a sua empresa e atender às reclamações de maneira eficiente.

### 6. SEJA ÁGIL E TRANSPARENTE

Na internet, tudo acontece rápido e as pessoas esperam ter retorno rapidamente para suas solicitações. Esteja atento para responder ao público sem delongas e com transparência, pois com tantas ferramentas de pesquisas em mãos é fácil descobrir detalhes omitidos ou mal explicados.

### 7. NÃO MISTURE O PROFISSIONAL E O PESSOAL

Páginas de empresas são feitas para divulgar produtos, ações, promoções e temas relacionados ao negócio e não fotos ou informações de cunho particular.

### 8. DIVULGUE SUAS PÁGINAS

De nada adianta investir tempo e esforço nas redes sociais e não divulgar o que é feito por lá. Instigue seus clientes a conhecerem e participarem do trabalho desenvolvido na web.



A HORA MAIS  
GOSTOSA DO DIA  
e da

# TORCIDA BRASILEIRA



## CHURRASCO, LANCHES OU PORÇÕES

A AURORA ALIMENTOS TEM UMA LINHA COMPLETA DE PRODUTOS PARA VOCÊ ATENDER TODA A TORCIDA BRASILEIRA. MAIS SABOR E PRATICIDADE PARA FAZER DE CADA LANCE A HORA MAIS GOSTOSA. REFORCE O SEU ESTOQUE. O CONSUMIDOR TAMBÉM QUER ESTAR PREPARADO.



**aurora**



Cuidar dos talentos da sua empresa é o melhor investimento que o empresário pode fazer

Pessoas, **O MAIOR**  
**tesouro**

*Segundo Lidiane Bertê, reconhecer o trabalho dos profissionais e oferecer qualidade de vida são pontos importantes para a retenção de talentos*

**“O CAPITAL MAIS IMPORTANTE DE QUALQUER EMPRESA SÃO AS PESSOAS QUE NELA TRABALHAM”. ASSIM DEFINE LIDIANE BERTÊ, DIRETORA DA INTELLECTUS, CONSULTORIA EM GESTÃO ESTRATÉGICA DE PESSOAS.**

A especialista fala – em entrevista exclusiva à revista **Assai Bons Negócios** – sobre a força motriz das empresas e dá dicas de como reter os melhores talentos dentro de uma companhia, seja ela de pequeno ou grande porte.

Para a especialista, desenvolver internamente as equipes é uma necessidade organizacional de todas as empresas no contexto atual, pois a falta de profissionais torna a busca por pessoas cada vez mais cara no mercado. “Quando uma empresa decide investir nos seus profissionais, deve investir também na valorização e retenção dos mesmos, pois se ela não se preocupar em reter esses talentos, poderá investir no desenvolvimento de profissionais para a concorrência”, pondera.

**Assai Bons Negócios** – O Brasil vem apresentando níveis de desemprego baixos nos últimos anos. Como isso afeta o mercado de trabalho e a rotatividade das empresas?

**Lidiane Bertê** – A taxa de desocupação se manteve em 5,2% no último ano – segundo dados do IBGE – e, em dezembro de 2013, chegamos ao menor índice já vivenciado na história do nosso país. Atualmente, o mercado de trabalho carece de mão de obra e faltam profissionais com qualificação e experiência necessárias. Em virtude dessa insuficiência, as empresas são obrigadas a acelerar o processo de desenvolvimento e promoções dos seus colaboradores para dar conta das vagas geradas devido ao crescimento organizacional e ao aumento >>

**É**  
M.F.M.F.  
CREMOSO.  
SABOROSO.  
GOSTOSO.

**O MAIS VENDIDO DO BRASIL.**



**QUANDO É REQUEIJÃO, É VIGOR.**

**VIGOR**<sup>®</sup>  
Bem feito como deve ser.

dos índices de *turnover*. Na mesma medida em que diminui a taxa de desocupação, o índice de rotatividade aumenta, fruto da abundância de oportunidades de trabalho oferecidas pelo mercado.

**ABN – Além do baixo nível de desocupação, a falta de profissionais qualificados atrasa o crescimento das empresas. A saída é a própria empresa qualificar o funcionário?**

**LB** – As empresas não contam com um número suficiente de sucessores qualificados para assumir os postos cruciais. Esse cenário retarda o crescimento e desenvolvimento das empresas. No entanto, algumas delas têm acelerado o processo de

desenvolvimento e crescimento dos seus profissionais internos para dar conta dessa demanda. Essa situação pode ser positiva, mas também pode ser perigosa. Quando o crescimento é muito agressivo, esse processo pode ser acelerado de tal forma que não haja tempo suficiente para que as pessoas se desenvolvam apropriadamente. As consequências dessa mudança brusca normalmente são prejuízos, dificuldades e conflitos organizacionais – além da demissão de um profissional que possuía um bom potencial, mas, como não foi devidamente treinado, acaba sendo sacrificado. É importante destacar que quando um profissional assume um novo desafio, normalmente ele não vai estar 100% pre-



parado – pois estamos constantemente nos desenvolvendo – mas é fundamental que ele esteja minimamente capacitado.

**ABN – Um bom salário não basta para manter um funcionário na empresa. O que mais os bons profissionais querem da empresa em que atuam?**

**LB** – O salário é um elemento significativo na captação e retenção de talentos, mas ele é apenas um dos elementos. Além de um salário de acordo com o cargo, o que é fundamental para que as empresas retenham bons profissionais é fornecer possibilidades de crescimento e desenvolvimento. Para isso, as empresas precisam ter uma boa capacidade de avaliar e valorizar bons desempenhos e resultados. Além disso, gostaria de destacar também a importância da “liberdade”, no sentido de possibilitar que o profissional consiga fazer do “seu jeito” o processo, que ele consiga se colocar



de alguma forma enquanto trabalha – seja nas suas decisões ou no produto daquela atividade. Isso, claro, adaptado ao padrão necessário estabelecido pela empresa. Quando uma companhia consegue possibilitar essa “personalização”, ela está respeitando e valorizando efetivamente aquela pessoa. Isso mostra a importância do profissional e gera comprometimento mútuo.

**ABN** – Atualmente, há mais dificuldades em encontrar pessoas para funções que exijam menos qualificação, ofereçam salários mais baixos e horário menos flexível. Isso faz com que a rotativi-

dade seja alta em funções operacionais.

**A que se deve isso?**

**LB** – No contexto atual, existem vários fatores que contribuem para o apagão de profissionais para a área de serviços. Entre eles, o fácil acesso a cursos, graduações e formações técnicas, que elevaram a qualificação dos candidatos. Além disso, o aumento da oferta de empregos – decorrente do crescimento do país – gerou uma carência de profissionais, pois criamos mais oportunidades de trabalho do que colocamos novos profissionais no mercado. O mercado de trabalho também é regido pela lei da oferta e da procura e, com a abundância de vagas e escassez >>

*A Qualidade exata  
que você exige!*



QUEIJOS

**Buritis**<sup>®</sup>

laticiniosburitis.com.br



de profissionais, os profissionais podem escolher onde vão trabalhar. Além disso, a área de serviços está se tornando mais complexa e desafiadora. Atender e, ao mesmo tempo, satisfazer o público é muito complexo, pois os padrões que norteavam atendimento e satisfação já não são os mesmos. Esse é outro elemento que tem contribuído para que as pessoas se afastem de vagas que exijam atendimento ao público.

**ABN – Qual seria a alternativa para minimizar essa rotatividade nas pequenas empresas?**

**LB** – Basta que ela trabalhe na “lógica da meritocracia”. Isso implica em conseguir trabalhar a partir de indicadores, mensurar resultados, assim como reconhecer e valorizar de acordo com os resultados entregues. As empresas menores normalmente possibilitam relações mais próximas: as personalidades

aparecem de forma mais intensa, o que é um fator positivo, pois aproxima as pessoas. Mas as decisões e promoções não devem ser tomadas a partir das relações pessoais. Devem ser tomadas a partir dos resultados que cada pessoa produz.

**ABN – Além da meritocracia, que outras estratégias podem ser utilizadas durante o cotidiano para fixar um quadro estável de funcionários?**

**LB** – Ser competitivo, em termos de salário, faz-se necessário no momento atual, mas – para reter uma boa equipe – é fundamental preservar um bom clima de trabalho, pois as pessoas não irão trabalhar em empresas nas quais não se sintam bem. Promover um bom clima de trabalho exige gestores com elevada capacidade de liderança e motivação, com grande habilidade de relacionamento interpessoal, pois comportamentos autoritários, impositivos e arrogantes não

### RETENÇÃO DE TALENTOS

Dicas para reter os bons profissionais:

**1ª ETAPA** - Envolve definição de prioridades estratégicas claras, que ditam a forma como a empresa prepara os líderes de alto potencial.

**2ª ETAPA** - Envolve a cuidadosa seleção de candidatos de alto potencial – e informar quem são aos demais na organização. Esse processo pode ser delicado e deve ser feito com muito cuidado.

**3ª ETAPA** - Compreende a gestão dos talentos em si – de que forma gente de alto potencial é cultivada, recompensada e retida.

são mais aceitos e tolerados nos dias atuais. Para tornar a remuneração mais atrativa, é importante oferecer um bom pacote de benefícios, pois eles são vistos como um significativo diferencial nos cargos mais operacionais. Garantir certa estabilidade, em um momento de tantas incertezas, também é importante. Dar a possibilidade de desenvolvimento e crescimento dentro da empresa é outro forte elemento de retenção de profissionais. Os jovens talentos, em especial, buscam um espaço em que possam se desenvolver, em que possam utilizar as suas potencialidades e desenvolver as habilidades que podem ser aprimoradas.

**ABN – Que ações podem fazer a diferença para uma boa gestão de pessoas?**

**LB –** Para fazer gestão de pessoas é fundamental conhecer e estar perto das pessoas e da organização. Só assim é possível criar processos, programas e ações personalizadas e efetivas. O diálogo é o principal recurso para conhecer as reais necessidades e realizar ações que atendam a elas. Ao trabalharmos com pessoas, não podemos aceitar níveis medianos. Para fazer a diferença, devemos buscar a excelência em tudo o que fazemos. Uma boa gestão de pessoas começa por pessoas que gostam de pessoas e gostam do que fazem. 🌟 por *Camilla Latrova*



*LIDIANE BERTÊ é graduada em Filosofia e Psicologia (UFSC) e Especialista em Gestão de Pessoas (UNISC). Atua como Executive Coach credenciada pela Sociedade Brasileira de Coaching e é Diretora da Intellectus, consultoria em gestão estratégica de pessoas de Santa Maria (RS).  
lidiane@intellectusconsultoria.com.br.*

**Scotch-Brite**

**Não Risca\***

**Esta realmente limpa sem riscar**  
**Acrílico, plástico, vidro e inox**



**Fale com a 3M**

0800-0132333  
www.3M.com.br  
falecoma3M@m3m.com

\*Devido a existência de diferentes superfícies e materiais, recomendamos, a fim de evitar riscos indesejáveis, que o produto seja testado em uma parte escondida antes de usá-lo definitivamente. Não utilize outro produto abrasivo juntamente com a esponja. (ex. lâ de aço, saponáceos, entre outros). Estes produtos podem deixar partículas na manta ou na espuma que podem ser causadores de riscos.

**3M**



*Entre as ações desenvolvidas pelo empresário Francisco Varela Júnior para tornar o PDV mais atrativo estão a decoração e o uniforme temáticos para a Copa*

# PRONTO PARA comemorar

Incrementar o ponto de venda e investir em ações temáticas ajudam a alavancar as vendas em datas especiais

Natal, Dia das Mães e Dia dos Namorados estão entre as datas comemorativas mais fortes do comércio, segundo o Popai Brasil (associação sem fins lucrativos voltada à valorização da comunicação e do marketing no ponto de venda). Nessas datas, o consumidor está mais propenso a investir em um presente ou agrado para amigos e familiares. Por isso, preparar o ponto de venda pode ser uma boa opção para ajudar a aumentar os ganhos e atrair novos clientes.

É o que acredita o empresário Francisco Varela Júnior, proprietário da padaria e confeitaria Flor de Tibúrcio, em São Paulo. Atento às diferentes oportunidades de incrementar o ponto de venda e atrair o cliente, Francisco viu nas decorações e ações

temáticas uma boa tática para superar as metas de crescimento. O empresário, que é cliente do Assaí Itaim Paulista há dez anos, acompanha as tendências e está sempre buscando novas maneiras de agradar o cliente e estimular a compra.

“No último Dia das Mães, por exemplo, oferecemos rosas às mulheres que realizaram compras na padaria. No Dia das Crianças, alugamos brinquedos. Sempre enfeitamos a padaria para atrair o público”, conta Francisco. A última ação desenvolvida pelo empresário foi relacionada à Copa. O evento, de grande impacto econômico, inspirou Francisco a enfeitar a padaria com bandeirolas, elementos em verde e amarelo e até a criar um uniforme especial para o “time” de >>

*“A intervenção, seja ela pequena ou grande, já é capaz de chamar a atenção do cliente e despertar o interesse, fazendo-o perceber que algo está diferente”*

Maíra Ramos, sócia-diretora da Visual Merchandising Consulting

MAIS VALOR PELO QUE VOCÊ FAZ

**urca**

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

funcionários. A comunicação visual é uma constante na padaria, que aproveita todos os tipos de materiais para criar um ambiente diversificado, destaca o empresário.

A prática pode parecer simples, mas é eficiente quando se busca um posicionamento estratégico em relação aos clientes, especialmente na busca pela atração e fidelização. De acordo com Marcelo Salviani, coordenador de Design da Universidade de Sorocaba (Uniso), a decoração pontual em dias comemorativos é importante para criar uma atmosfera agradável no ponto de venda. “Devemos sempre lembrar que vivemos em uma sociedade visual”, enfatiza ele.



Além de se preparar para a Copa, Francisco também investe em ações temáticas em datas marcantes como: Dia das Mães, Dia dos Namorados, Páscoa e Natal



Além disso, a decoração temática pode ser uma poderosa ferramenta de diferenciação, explica a sócia-diretora da Visual Merchandising Consulting, Máira Ramos. “A intervenção, seja ela pequena ou grande, já é capaz de chamar a atenção do cliente e despertar o interesse, fazendo-o perceber que algo está diferente e preparado especialmente para aquele momento ou ocasião”, diz a consultora.

### **AMBIENTE QUE GERA LUCRO**

Toda a ação desenvolvida no ponto de venda tem como objetivo principal vender mais. Iniciativas que promovem a remodelagem e o melhor aproveitamento desse espaço costumam trazer resultados muito positivos. “O ponto de vendas, há muito tempo, deixou de ser um espaço simplesmente de venda pela venda, tornando-se local de experimentação. A percepção de um lugar organizado influencia o consumidor a comprar mais”, avalia Marcelo.

Assim, pintura, limpeza, cor do piso (que deve ser clara para refletir a luminosidade), iluminação e decoração estão entre os fatores capazes de estimular o consumo, indica o coordenador. “Em lugar mais harmônico, o cliente permanece mais tempo e, por consequência, compra mais itens”, explica.

De acordo com Máira, duas palavras devem nortear as ações temáticas de qualquer estabelecimento: simples e forte. “Simple para que os clientes entendam o que foi feito e para qual ocasião, sem poluir o ambiente ou gerar desconforto. Forte para causar impacto e interesse nos clientes, transmitindo a mensagem que o seu estabelecimento deseja passar”, afirma.

Outro aspecto importante é tomar cuidado com os exageros, que podem deixar o espaço poluído visualmente e provocar desconforto aos clientes, diz Máira.



*Datas comemorativas pedem uma decoração diferenciada. Mesmo que os elementos sejam simples, é importante demonstrar cuidado com o PDV*

Para não errar, ela dá a dica: evite criar “barreiras invisíveis”, ou seja, espaços mal estruturados devido ao posicionamento de mobiliários ou decorações que atrapalhem o fluxo dos clientes, dificultando entrada, saída e circulação dentro do estabelecimento. “Tudo deve ser pensando com o objetivo de atrair mais clientes e não em afastá-los”, alerta a especialista.

Sendo assim, antes de qualquer investimento, é fundamental conhecer o ponto de venda, avaliar os espaços que podem ser modificados e aqueles que poderão ficar

sobrecarregados diante das mudanças, aconselha Marcelo. “Qual a dose certa? Para ajudar na resposta, basta lembrar que o produto deve sempre se sobressair à decoração. Ela apenas existe para colaborar com as vendas”, ressalta o coordenador de design. 🌟

*por Janaina Quitério*

#### **SAIBA MAIS**

**PADARIA E CONFEITARIA  
FLOR DA TIBÚRCIO**

Endereço: Rua Tibúrcio de Sousa, 1.351  
Itaim Paulista - São Paulo / SP  
Telefone: (11) 3411-5072



## *Sinônimo de categoria e de ótimos negócios para você.*

*Tenha o mix completo dos produtos Qboa® na sua loja.*

*Em 2013, água sanitária Qboa® foi comprada por **15,1 milhões** de lares.*

*Isso significa que, em comparação ao ano de 2012, conquistou **555 mil** novos lares brasileiros\*.*

\* Fonte: Kantar Worldpanel, Painel de Consumidores de Água Sanitária, 2013 vs 2012. Considerando todas as regiões acima de 10 mil habitantes, exceto Norte, com habitantes acima de 200 mil.



**Qboa**  
Linha de  
Limpeza  
**Anhembi**



# NA PRÁTICA

A sócia-diretora da Visual Merchandising Consulting e especialista em Visual Merchandising pela Universidade de Artes de Londres, Maíra Ramos, dá as dicas para investir na decoração temática sem erros:



## PARA NÃO GASTAR MUITO, GARIMPE

Vale tudo: grandes ruas de comércio, brechós, feiras e até a internet. “Afinal, tudo serve como inspiração e quanto mais procurar, mais terá chance de encontrar produtos bons com preços acessíveis”, diz Maíra.



## NÃO DEIXE PARA A ÚLTIMA HORA

Planejamento é fundamental para fazer um bom trabalho sem gastar muito. Se comprar as lâmpadas natalinas em junho ao invés de novembro, por exemplo, o preço certamente será bem menor. Lembre-se: quanto maior a procura, maior o preço.



## INVISTA EM PRODUTOS TEMÁTICOS

Exemplo disso são biscoitos enfeitados para o Natal ou bolos com sabores exclusivos para a Páscoa. “Esses itens despertam o interesse e o desejo do consumidor”, afirma Maíra. Para vender bem, é importante divulgar os produtos especiais e o período em que estarão disponíveis.



## SAIA DO ÓBVIO, SEJA CRIATIVO!

Tenha em mente que o seu estabelecimento não conseguirá despertar o interesse do cliente se estiver com a mesma decoração utilizada pelos concorrentes.



## RENOVE-SE A CADA ANO

Fazer sempre a mesma ação ou decoração torna o ambiente previsível. “No varejo, é preciso inovar. Os clientes estão cada vez mais exigentes”, alerta Maíra.



## EXPLORE BEM O ESPAÇO DO SEU ESTABELECIMENTO

Mesas, armários, janelas e até o teto podem render bons espaços para a decoração. Algumas opções são vasos de flores naturais nas mesas, velas nas estantes, bexigas no teto e até vídeos temáticos. “O importante é usar a criatividade e fugir do convencional”, aconselha Maíra.



## CUIDADO COM O EXCESSO

Para ser bonita, a decoração precisa ser simples e forte. Uma boa dica, é reparar na decoração de outros ambientes e verificar se é atrativo ou não. Assim, você saberá melhor que caminho seguir na hora de preparar o seu próprio ponto de venda.

PROMOÇÃO

# BELEZA SOB MEDIDA ELSEVE

NA COMPRA DE QUALQUER PRODUTO ELSEVE,\*  
CONCORRA A **PRÊMIOS SOB MEDIDA** PARA VOCÊ.



CADASTRE O CUPOM FISCAL NO SITE E CONCORRA.  
[WWW.ELSEVESOBMEDIDA.COM.BR](http://WWW.ELSEVESOBMEDIDA.COM.BR)

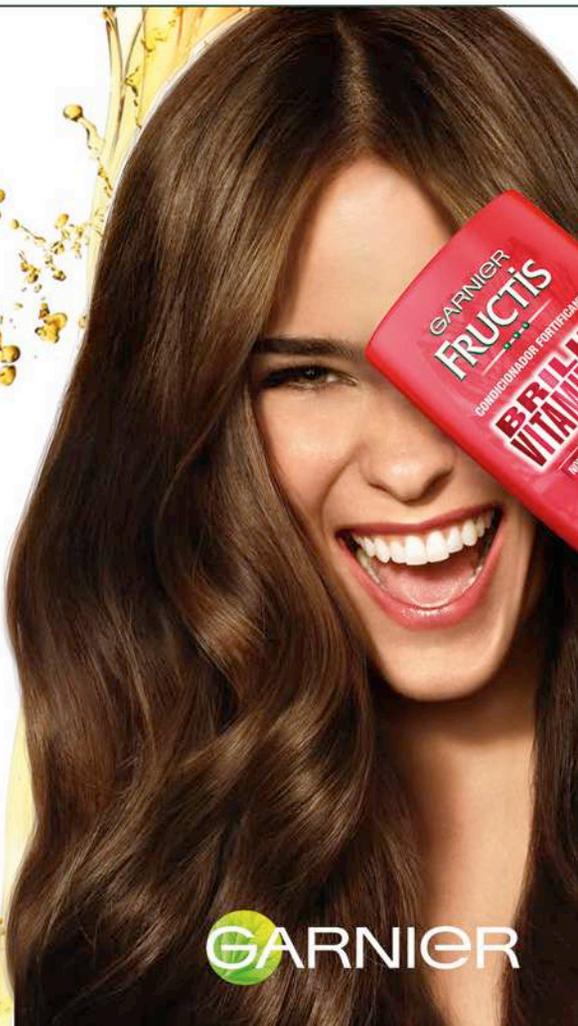
L'ORÉAL  
PARIS

Para consulta de número de autorização SUSP, acessar o regulamento no site da promoção. \* Exceto linha Elseve anti-caspa.

## NOVO FRUCTIS VITAMINADOS

O 1º COM DOSE EXTRA DE  
**VITAMINAS**

CABELOS SAUDÁVEIS  
DA RAIZ ATÉ AS PONTAS



GARNIER



# INCENTIVO LOCAL

Valorizar os produtores locais é importante para se tornar um agente ativo no desenvolvimento regional

Toda a empresa deseja ver sua região avançar em aspectos importantes como o emprego, a infraestrutura, a educação e a saúde. Afinal, por mais internacional que seja uma marca, é sempre bom perceber que sua cidade “berço” evoluiu no mesmo ritmo que os negócios. O fato é que a indústria e o comércio são agentes decisivos no desenvolvimento local, responsáveis pela geração de novas oportunidades e

valorização da riqueza cultural e intelectual de uma região. Isso significa que essas organizações podem – e devem – fazer a diferença na vida de uma comunidade.

Na prática, uma das maneiras mais eficientes de desempenhar esse papel é por meio da valorização da produção local. Seja desenvolvendo parcerias com pequenos produtores do setor alimen-

*“Hoje, a rastreabilidade do produto e a associação da marca com uma região são de alta importância para obter vantagens competitivas nas prateleiras”*

Beat Grüninger, sócio-diretor da BSD Consulting

tício, adquirindo equipamentos e maquinários produzidos localmente, ou reconhecendo os prestadores de serviços da comunidade, é sempre positivo voltar os olhos para quem está por perto.

De acordo com o sócio-diretor da BSD Consulting (empresa de consultoria global especializada em sustentabilidade), Beat Grüninger, existem duas importantes razões para as empresas apoiarem os produtores locais. “Em primeiro lugar, o incentivo à economia local ajuda a desenvolver a região. Em segundo lugar, temos um

impacto ambiental positivo, pois a compra local dispensa longos caminhos de transporte, o que faz com que a emissão carbono e o uso de energia sejam menores”, diz.

Além disso, as compras locais ajudam a valorizar produtos e serviços da região e, conseqüentemente, melhorar a renda da comunidade. “Assim, é possível contribuir para a retenção das pessoas e, a longo prazo (via maiores impostos e investimentos), para a melhoria das condições de vida e da atratividade de uma região”, defende. >>



**LEVE ESSA SELEÇÃO DE SABORES PARA CASA**

### VALORIZAÇÃO REGIONAL

A valorização da produção local é vista como uma prática de sustentabilidade por seus benefícios sociais, ambientais e econômicos. Sociais porque impulsionam o crescimento profissional da comunidade. Ambientais pois possibilitam a estruturação de processos mais enxutos e menos dependentes de transporte. E, por fim, econômicos porque, segundo Beat, a proximidade entre o produtor e o comprador estreita laços e permite uma negociação mais interessante para ambas as partes, além de diminuir os custos com logística.

Conforme o diretor regional do Assaí, Claudemir Aparecido do Carmo, os produtos locais costumam ser muito valorizados pelos consumidores. Por isso, estar atento a essas motivações é importante para construir uma relação comercial duradoura. “Isso nos motiva a procurar as indústrias e produtores locais e priorizar seus produtos em nossas prateleiras, pois sabemos que nossos clientes valorizam essa prática”, indica ele.

Desenvolver uma parceria com produtores locais traz benefícios para ambos os lados. Mesmo em uma Rede de grande

porte como é o caso do Assaí, a comercialização de produtos locais ajuda a criar uma identidade muito forte com a região, atraindo e fidelizando os consumidores, explica Claudemir. “Muitos têm nos procurado porque enxergam uma grande possibilidade de ampliar a distribuição de seus produtos no mercado. Além disso, a partir da valorização das indústrias e produtores da nossa região conseguimos fomentar seus negócios e ajudar a divulgar suas marcas nos mercados em que atuamos, beneficiando nossos parceiros”, indica ele. Segundo Beat, o consumidor se identifica cada vez mais com a produção



### COMO APOIAR OS PRODUTORES LOCAIS

Algumas dicas para garantir parcerias duradouras e impulsionar o desenvolvimento da sua região:

- ✓ Mantenha-se informado sobre os produtos e serviços desenvolvidos na sua região;
- ✓ Reconheça iniciativas que ofereçam qualidade e inovação. Não é por ser local que o produto ou serviço é inferior;
- ✓ Se o seu negócio é uma mercearia, supermercado ou padaria, avalie dedicar uma prateleira exclusiva para os produtos locais;
- ✓ Se sua cidade é turística, dê destaque aos produtos da região e incentive os visitantes a conhecerem e provarem as iguarias;
- ✓ Forme parcerias com os produtores – é benéfico para eles, que mantêm um fluxo de venda maior, e para você, que consegue preços mais atrativos;
- ✓ Divulgue o que sua cidade tem de bom! Se o produto ou serviço é de qualidade, recomende-o para organizações parceiras.



regional. Ele afirma que a rastreabilidade do produto e a associação da marca com uma região são atores de grande importância para obter vantagens competitivas nas prateleiras. “Organizações como Sebrae, por exemplo, promovem sistemas de certificação de origem que protegem até valores regionais em certos produtos. Mas a origem local não é o suficiente para atrair o consumidor: o mais importante ainda é se o produto tem qualidade e preço acessível”, garante o consultor.

### PARCERIA BENÉFICA

Para garantir que a parceria traga bons resultados, é preciso estar atento a alguns aspectos fundamentais, ressalta Beat. “Primeiramente, é importante que

o produto atenda a todos os critérios de qualidade e que o produtor local tenha condições de atender as demandas em termos de volume e prazos de entrega. Nesse aspecto, não deverão ser feitas concessões, a fim de evitar qualquer tipo de frustração”, aponta.

Uma vez que as condições técnicas estejam bem estabelecidas, Beat aconselha visitar as instalações do produtor e verificar se existe a necessidade de melhorias na infraestrutura e se uma parceria comercial pode proporcionar essas adequações. “O que não deve acontecer é o produtor ou o comprador se entregarem a uma ideia sem terem feito uma análise da viabilidade e criado um compromisso mútuo”, alerta o consultor. 🍌

Sugestão de Consumo

para Pizzas, molhos, recheios e... **Linha Soffice**  
Premium

Uma nova opção para quem quer um  
**Requeijão Premium**  
sem pagar mais por isso.

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






**Requeijão Cremoso**



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





# Planejando AS FÉRIAS

Estruturar um cronograma de férias e estar preparado para suprir a falta do profissional ausente são passos importantes para um crescimento saudável

Depois de um ano de muito trabalho duro e correria, nada como poder tirar uns dias de folga, aproveitar a família e descansar. Esses momentos são um verdadeiro remédio para o ânimo de qualquer profissional – de acordo com a pesquisa *Holiday Health Experiment* (Experimento de Saúde nas Férias, em tradução livre), desligar-se alguns dias do trabalho e visitar novos lugares ajuda a diminuir a pressão arterial, o estresse e melhorar a qualidade do sono. A pesquisa – feita pela agência de viagens Kuoni em parceria com o instituto de saúde Nuffield Health – mostra ainda que os benefícios costumam se estender

por pelo menos 15 dias após a viagem e, dependendo do caso, podem se prolongar por meses.

Mas, ao mesmo tempo em que trazem tantos benefícios para quem vai, as férias podem causar muita dor de cabeça para quem fica, especialmente os gestores. Isso porque, quando mal planejada, a ausência de um profissional pode resultar em sobrecarga da equipe e um *gap* na produtividade. De acordo com o especialista em administração de tempo e produtividade e CEO da consultoria multinacional Triad PS, Christian Barbosa, o bom planejam-

to ajuda a organizar a rotina dos funcionários e, principalmente, evitar que haja acúmulos ou pendências que possam prejudicar a empresa. "O ideal é que o profissional que está saindo antecipe ou agende atividades que devem ser feitas antes das férias. Assim, é possível priorizar o importante e evitar deixar tudo para a última hora", explica ele.

Além disso, o planejamento ajuda a empresa a se programar em relação às ações necessárias para suprir a falta daquele profissional. "Quando o quadro é relativamente restrito, é normal ter alguns funcionários extras para cobrir esses períodos. Se isso não é possível, uma alternativa é mão de

obra temporária ou, ainda, o treinamento de alguém que possa desempenhar essa função como uma maneira de mostrar seu potencial", exemplifica o vice-presidente da ABRH-SP, Donizetti Moretti.

### SOLUÇÕES EFICIENTES

Para evitar que a operação de seu mercado seja prejudicada pelas férias dos funcionários, o empresário Paulo César Rocha de Souza encontrou uma solução prática e eficiente: contratar funcionários-chave que ajudam a cobrir as ausências da equipe. "Apesar de a operação não exigir, eu mantenho essas pessoas 'extras' para garantir que os processos permaneçam eficientes durante as férias. Elas aprendem >>

*"O mais importante é entender que a pausa na rotina de um profissional é muito importante, pois ela ajuda a revitalizar o corpo e a mente e distancia a pessoa do estresse diário"*

Christian Barbosa, CEO da Triad PS



Experimente o poder desengordurante de UAU e surpreenda-se.

Já reparou como a gordura gruda no exaustor? Para acabar com isso, a dica é usar o UAU Desengordurante. É só colocar um pouco de UAU no pano e passar. Além de limpar tudo, UAU deixa uma camada protetora que descomplica a limpeza na próxima vez.

#descomplique



um pouco de cada função e começam a ver a empresa de outra perspectiva, além de terem a oportunidade de conhecer a função com que mais se identificam”, explica o empresário, cliente das lojas do Assaí no Itaim Paulista e no Guaianases há cinco anos e proprietário do Mercado Bueno, em São Paulo.

Somado a isso, o empresário conta com uma gerente para apoiá-lo nos momentos em que ele está ausente da empresa. “É preciso ter esse apoio, até mesmo no dia a dia, pois nem sempre podemos estar presentes o tempo todo”, diz Paulo. Ainda assim, ele faz questão de acompanhar o negócio de perto e só tira férias se for por um curto período de tempo, para garantir que tudo está nos conformes. “Saio poucos

dias, mas sempre deixo um período do ano para as férias, para viajar e curtir a família”, diz ele.

O empresário Francisco Eduardo também encontrou uma solução eficiente para as férias da equipe. Proprietário do Supermercado Tem de Tudo – com duas unidades em Jijoca de Jericoacoara (PE) –, ele concentra as férias dos profissionais no período de baixa temporada, quando o movimento cai. “Quando contrato o funcionário, eu já negocio com ele as férias para o período de baixa temporada. Assim, não corremos o risco de ficar sem alguém nos períodos em que o movimento é muito alto”, explica. “Fica bom para mim e para a equipe”, afirma o empresário, cliente do Assaí Caucaia desde 2009. >>

*“O momento [de férias] também permite reflexões a respeito da carreira e da performance do profissional e é importante até para recuperar a produtividade”*

Donizetti Moretti, presidente da ABRH-SP



O empresário Paulo César, do Mercado Bueno, investe na capacitação da equipe para garantir a qualidade da operação quando algum profissional sai de férias



## SUA EQUIPE DE FÉRIAS

Algumas ideias para planejar as férias da sua equipe sem erros:

1. Esteja atento ao que estabelece a legislação e conheça todos os trâmites legais exigidos para garantir que os direitos do empregador e do empregado sejam cumpridos.
2. Conheça em detalhes a sua operação e saiba em quais períodos do ano precisará contar com a maior produtividade da sua equipe – e deixe claro para os profissionais que aquele período não é propício para férias.
3. Desenvolva uma compreensão mútua na empresa: seja claro com os profissionais em relação às necessidades da operação e, ao mesmo tempo, tenha um entendimento das necessidades individuais de cada pessoa.
4. Elabore um calendário de férias escalonadas para evitar que dois profissionais se ausentem no mesmo período.

Joy! é pra cuidar do corpo e dos cabelos. É pra se divertir e arrasar. É pra Manu e pra você.

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

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

 [instagram.com/linhajoy](https://instagram.com/linhajoy)

REPENSE

# #euisoujoy!



# Joy!

Alegria de ser você.

Quanto às próprias férias, Francisco diz que ainda não consegue ter o descanso que deseja, mas que essa é uma das prioridades para os próximos anos. “Sinto falta de tirar férias. Entretanto, há receio de deixar o negócio para trás. Mas, às vezes, é preciso descansar para cuidar do corpo e da mente”, acredita o empresário, que conta com o auxílio do irmão (gerente da empresa) para começar a programar suas futuras férias sem preocupações.

### **POR OUTRO LADO...**

Não é segredo que as férias são um direito dos funcionários por lei. Mas, além da obri-

gação, ter a sensibilidade de equilibrar as necessidades da empresa com as do profissional é uma ótima maneira de manter uma equipe motivada.

“O mais importante é entender que a pausa na rotina de um profissional é muito importante, pois ela ajuda a revitalizar o corpo e a mente e distancia a pessoa do estresse diário”, diz Christian. “Se não for possível ficar sem o funcionário um mês inteiro, negocie períodos menores – de 15 dias – duas vezes ao ano”, aconselha. O mesmo vale para o próprio empresário.

Segundo Donizetti, as férias são uma necessidade do profissional na busca por uma recomposição emocional após um ciclo de exigências. “Esse momento também permite reflexões a respeito da carreira e da performance do profissional e é importante até para recuperar a produtividade”, afirma o presidente da ABRH-SP. “Alguém que não cumpra suas férias está claramente negligenciando sua saúde e, no momento seguinte, isso pode significar baixa produtividade, absenteísmo e outros problemas de saúde. É uma questão de equilíbrio pessoal”, destaca. 🌟

## VOCÊ DE FÉRIAS

Algumas dicas para se ausentar sem medo:

### **1. Crie processos**

Muitos empresários e gestores não conseguem sair de férias porque vários processos estão centralizados neles próprios. “Se esse é seu caso, seu trabalho é transformar as pequenas dúvidas, ou procedimentos do dia a dia, em processos documentados”, sugere Christian Barbosa, CEO da Triad PS. Assim, é possível descentralizar decisões.

### **2. Utilize períodos de feriado**

Se está difícil se ausentar da empresa mesmo por poucos dias, uma boa opção é iniciar as férias em um feriado prolongado para “perder” menos dias úteis.

### **3. Tenha pessoas-chave**

“O papel do líder é criar sucessores. A época do monarca soberano na empresa acabou. É necessário investir em pessoas, em treinamento e em conhecimento para priorizar as coisas”, afirma Christian.

### **4. E-mail nas férias?**

Christian dá o conselho: desligue-se! É importante tirar um tempo para você e a família. Ainda assim, se achar necessário checar os e-mails, faça isso à noite, a cada dois dias, para não interferir no descanso. Se algo urgente acontecer, com certeza você receberá uma ligação.



#### **SAIBA MAIS**

##### **MERCADO BUENO**

Endereço: Rua Manuel Lemes da Silva, 380  
Itaim Paulista – São Paulo / SP  
Telefone: (11) 2568-0665

##### **SUPERMERCADO TEM DE TUDO**

Endereço: Rua Principal, s/n, Centro  
Jijoca de Jericoacoara / CE  
Telefone: (88) 3669-2029 / 9698-9773

# FULLPOWER

## E·N·E·R·G·Y

[ ENERGIA QUE NÃO PARA ]



www.design.com.br



## SEI CONTROLAR MEU DINHEIRO

Direcionado para microempreendedores individuais e empresários que tenham interesse em desenvolver as competências de gerenciamento financeiro do negócio, o curso aborda temas como o uso correto do dinheiro, a realização do fluxo de caixa, controle financeiro e gerenciamento das contas a pagar e receber, trazendo estratégias para otimizar os resultados da empresa. Para se inscrever, basta se cadastrar no portal do Sebrae. O curso é online e totalmente gratuito.

>> CARGA HORÁRIA: 5 horas

INFORMAÇÕES: [ead.sebrae.com.br/sou-um-microempreendedor-individual](http://ead.sebrae.com.br/sou-um-microempreendedor-individual)

## GESTÃO DA INOVAÇÃO: inovar para competir

O curso foi desenvolvido para empresários e gerentes de micro e pequenas empresas consolidadas no mercado que buscam a evolução do negócio por meio da cultura da inovação. Por meio dele, o empreendedor pode desenvolver competências para compreender os conceitos de gestão e estímulo da inovação e a importância dessa prática para a competitividade empresarial. Entre os aspectos abordados, estão as ferramentas necessárias para inovar, como avaliar o grau de inovação da empresa e os tipos de inovação.

>> CARGA HORÁRIA: 15 horas

INFORMAÇÕES: [ead.sebrae.com.br/tenho-uma-empresa-de-pequeno-porte](http://ead.sebrae.com.br/tenho-uma-empresa-de-pequeno-porte)

FOTO: SHUTTERSTOCK

# MAXIMIZE SUA PERFORMANCE E SEUS RESULTADOS

A Trio traz para você as saborosas barras de proteínas com **Whey Protein, Albumina e Proteína Isolada de Soja**, além de 30 vitaminas e minerais. Melhore seus resultados sem perder o ritmo nos treinos. Experimente **PRO30VIT**

16g  
de carboidrato  
por barra



11g  
de proteína  
por barra





## Sustentabilidade aplicada aos negócios

Neste curso, empresários e gestores podem aprender um pouco mais sobre o conceito de sustentabilidade e como aplicá-la em seu dia a dia. Em uma aula clara e concisa, são abordados temas como os principais fatos e conceitos relativos à sustentabilidade, as possibilidades de mudanças na gestão empresarial e reflexões sobre hábitos e atitudes sustentáveis.

>> CARGA HORÁRIA: 10 horas

INFORMAÇÕES: [fgv.br/fgvonline/cursos/gratuitos](http://fgv.br/fgvonline/cursos/gratuitos)

## Técnicas de negociação

Entender o que é negociação é fundamental para ajudar o negócio a crescer, pois envolve técnicas apuradas, relacionamento interpessoal e planejamento. No curso, é possível desenvolver técnicas de persuasão, entender a importância de um planejamento em vendas e saber como preparar lideranças para vender mais, entre outros aspectos.

>> CARGA HORÁRIA: 20 horas / INFORMAÇÕES: [cursos.r7.com](http://cursos.r7.com)



Para quem precisa de quantidade e qualidade!

# Premix

Faz 10 litros  
embalagem econômica



MAIS SABOR PARA A SUA CASA  
[www.casadoce.com.br](http://www.casadoce.com.br)



*A AACD desenvolve iniciativas para auxiliar no desenvolvimento e na integração de pessoas com deficiência*

## Por um futuro **MELHOR**

Assaí apoia entidades de assistência social que se dedicam à tarefa de estimular a integração e o desenvolvimento de pessoas em todo o Brasil

Todos os dias, milhares de profissionais se dedicam à nobre tarefa de cuidar de pessoas. São entidades, associações e ONGs que desenvolvem ações assistenciais para apoiar a integração e estimular o bem-estar de crianças, jovens e adultos em situações especiais. Regadas com amor e muita dedicação, essas iniciativas transformam vidas e são a prova de que – com força de vontade – é possível fazer a diferença.

Ciente da importância dessas iniciativas sociais, o Assaí uniu forças para criar um projeto capaz de dar subsídios ao trabalho de

envolvido por entidades de todo o Brasil. O resultado foi uma iniciativa – criada em 2007 – que destina toda a receita líquida de sacolas plásticas às entidades. De acordo com a gerente de marketing do Assaí, Marly Yamamoto Lopes, até fevereiro deste ano, o Assaí já doou mais de R\$ 3.9 milhões às 27 entidades apoiadas pelo projeto.

“Oferecemos aos nossos clientes inúmeras maneiras de carregar suas compras, como caixas de papelão e sacolas retornáveis. Porém, aqueles que preferem optar pelas sacolas plásticas sabem que estão colaborando para o desenvolvimento de crianças e adultos em todo Brasil por meio dos projetos que apoiamos”, explica Marly.

A iniciativa faz parte do leque de ações de responsabilidade social desenvolvidas pelo Assaí, que, além de oferecer apoio financeiro, acompanha de perto o trabalho das entidades e a evolução dos projetos, conta Marly. “Assim, nos tornamos agentes ativos nesse processo, fazendo a nossa parte para transformar positivamente as regiões em que atuamos”, diz.

No decorrer dos anos, o Assaí viu muitos projetos culturais, educacionais e assistenciais crescerem e beneficiarem um número cada vez maior de pessoas. Por isso, todas as unidades da Rede passaram a adotar a iniciativa. “Sempre que uma nova unidade é inaugurada, o Assaí prospecta entidades locais para destinar o >>

*“É com a ajuda do Assaí que o Lar Amigos de Jesus disponibiliza um serviço filantrópico e humanitário, com desvelado trabalho de assistência social”*

Irmã Maria da Conceição Dias de Albuquerque, presidente do Lar Amigos de Jesus



# Assaí ACONTECE

montante arrecadado com a receita líquida das sacolinhas”, afirma Marly. “O objetivo é que cada loja apoie uma entidade próxima à região em que atua”.

## AUXÍLIO PRECIOSO

Uma das entidades apoiadas pelo Assaí é o Lar Amigos de Jesus, associação missionária de Fortaleza (CE) que desenvolve um trabalho de acolhimento e assistência a crianças e adolescentes com câncer.

São 14 projetos sociais que garantem – entre outros benefícios – transporte, alimentação, reforço escolar e subsídios na área da saúde para crianças e jovens de todo o país.

“É com a ajuda do Assaí que o Lar Amigos de Jesus disponibiliza um serviço filantrópico e humanitário, com desvelado trabalho de assistência social, de autoestima e de espiritualidade,

modelo de acolhimento, apoio e assistência à crianças e adolescentes com câncer e seus familiares”, diz irmã Maria.

A APAE Praia Grande também integra o projeto e fornece apoio ao desenvolvimento e à integração de crianças e jovens excepcionais. Entre elas, a ação apoiada pelo Assaí, que promove intervenções terapêuticas multidisciplinares para crianças com idade entre zero e sete anos para o



O apoio da iniciativa privada é fundamental para a manutenção e a ampliação dos projetos sociais

## ENTIDADES APOIADAS

Até agora, 27 entidades fazem parte do projeto. Saiba quais são:

- AACD Rio de Janeiro
- AACD São Paulo
- APAE Alagoas
- APAE Campo Grande
- APAE Distrito Federal
- APAE Feira de Santana
- APAE Garanhuns
- APAE Goiânia
- APAE João Pessoa
- APAE Juazeiro
- APAE Juazeiro do Norte
- APAE Maringá
- APAE Mato Grosso
- APAE Praia Grande
- APAE Presidente Prudente
- APAE São Paulo
- APRAESPI
- APS DOWN
- ARIL
- Associação Casa da Esperança
- Boldrini
- Casa Hope
- GPACI
- GRENDAACC
- ICIA
- Lar Amigos de Jesus
- SOBECCAN



fortalecimento da saúde na idade adulta. “Parcerias entre Terceiro Setor e Setor Empresarial são importantes para ambos e, especialmente, para a sociedade beneficiada. Ética e transparência nas relações são pré-requisitos da responsabilidade social, o que constatamos no Assaí. Isso é maravilhoso. A vida é feita de desafios e obstáculos que precisamos superar. São necessários parceiros que acreditem na capacidade de sairmos vitoriosos, trazendo alegria e felicidade a muitos que necessitam”, afirma o diretor financeiro da APAE Praia Grande, Luiz Alves de Oliveira. 🍌



Cheffline

Novos refrescos Chef Line.  
Refrescam e rendem  
que é uma delícia.

300g rendem  
13 litros





*Celio Cesar Montesuma Filho foi ao Assaí comprar alimentos essenciais para o seu negócio.*

## HORA DAS *Compras*

*O empreendedor Fernando Brasil de Almeida encontra sua lista completa de compras no Assaí, como laranjas frescas e leite de coco.*



*Loja Assaí Parangaba, em Fortaleza (CE)*



*Marly Rodrigues Ferreira Leite foi às compras e abasteceu seu carrinho com produtos de qualidade, os quais sempre encontra no Assaí.*

FOTOS: © ROBERTA BRAGA



# MONSTER ENERGY

## BRUNO CORANO

### INVADE A PISTA!

CURTA MAIS EM [WWW.MONSTERENERGY.COM](http://WWW.MONSTERENERGY.COM)



MONSTER ENERGY



[MONSTERENERGY.COM](http://MONSTERENERGY.COM)

# Clientes em **FOCO**



*Paulo Romero Fernandes Borges aproveitou o dia para renovar seu sortimento.*



*Jose de Ari Souza foi ao Assaí fazer compras e garantiu os produtos necessários para reabastecer o estoque.*



*Loja Assaí Parangaba, em Fortaleza (CE)*

*Os produtos de limpeza estavam na lista do empreendedor Francisco Olivaldo Oliveira de Freitas.*

FOTOS: © ROBERTA BRAGA

NOVO

# SORRISO

xtreme white

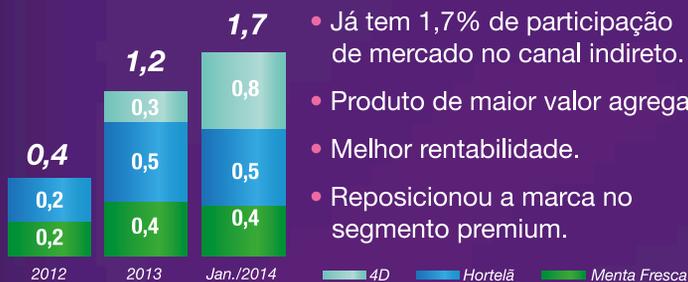
## BRILHO



# DESCUBRA O SEGREDO PARA BRILHAR NAS VENDAS



## CONFIRA O CRESCIMENTO DA LINHA XTREME WHITE



Dados Nielsen: Participação de Mercado em Valor T. Brasil (1-9 CKS) - Janeiro 2014

## NOVO GEL DENTAL COM 5 BENEFÍCIOS DESEJADOS PELOS CONSUMIDORES

- Branqueamento ★
- Brilho ★
- Ajuda a reparar o esmalte ★
- Ajuda a remover manchas ★
- Fortalece os dentes ★

## UM LANÇAMENTO FEITO PARA BRILHAR

Uma campanha inovadora para conquistar cada vez mais clientes.



## ALAGOAS

### Assaí Menino Marcelo

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

## BAHIA

### Assaí Feira de Santana

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

### Assaí Juazeiro da Bahia

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

## CEARÁ

### Assaí Bezerra de Menezes

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

### Assaí Cariri

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

### Assaí Caucaia

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

### Assaí Parangaba

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

### Assaí Washington Soares

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

## DISTRITO FEDERAL

### Assaí Brasília Sul

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

### Assaí Ceilândia

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

## GOIÁS

### Assaí Goiânia Buritis

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

## MATO GROSSO

### Assaí Coxipó

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

### Assaí Rondonópolis

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

### Assaí Várzea Grande

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

## MATO GROSSO DO SUL

### Assaí Acrissul

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

### Assaí Coronel Antonino

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

## PARAÍBA

### Assaí João Pessoa

Rua Diógenes Chianca, s/n  
CEP: 58053-000 - João Pessoa  
Telefone: (83) 3231-4392 / 3231-4844

## PARANÁ

### Assaí Londrina

Avenida Tiradentes, quadra 104, s/n  
CEP: 86072-000 - Londrina  
Telefone: (43) 3357-9026 / 3357-9131

### Assaí Maringá

Rua Rubens Sebastião Marin, 1.852  
CEP: 87045-020 - Maringá  
Telefone: (44) 3228-8860 / 3228-6296

## PERNAMBUCO

### Assaí Caruaru

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

### Assaí Garanhuns

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

### Assaí Jaboatão

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

## RIO DE JANEIRO

### Assaí Alcântara

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

### Assaí Bangu

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

### Assaí Campinho

Rua Domingos Lopes, 195

CEP: 21310-120 - Rio de Janeiro  
Telefone: (21) 2452-2686 / 3390-5491

### Assaí Ceasa

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

### Assaí Freguesia

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

### Assaí Ilha do Governador

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

### Assaí Mendanha

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

### Assaí Nilópolis

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

### Assaí Niterói

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

### Assaí Nova Iguaçu

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

### Assaí Tijuca

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

## SÃO PAULO

### ALTO TIETÊ

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

### Assaí Mogi das Cruzes

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

### Assaí Suzano

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

### GRANDE SÃO PAULO

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

### Assaí Barra Funda

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

# HUGGIES®

TURMA DA  
**mônica**®

## A 1ª Fralda Roupinha do mercado!

### Experimente!



**Veste como  
roupinha**



**Protege como  
fraldinha!**



**Kimberly-Clark**  
Essencial para uma vida melhor

## Assaí Casa Verde

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

## Assaí Cotia

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

## Assaí Dutra

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

## Assaí Freguesia do Ó

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

## Assaí Giovanni Pirelli

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

## Assaí Guaianases

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

## Assaí Guarulhos

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

## Assaí Itaim Paulista

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

## Assaí Itaquera

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

## Assaí Jabaquara

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

## Assaí Jaçanã

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

## Assaí Jaguaré

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

## Assaí João Dias

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

## Assaí Vila Carrão

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

## Assaí Marginal Tietê-Penha

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

## Assaí Nordestina

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

## Assaí Osasco

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

## Assaí Ribeirão Pires

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

## Assaí Santo Amaro

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

## Assaí Santo André

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

## Assaí São Bernardo do Campo

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

## Assaí São Caetano do Sul

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

## Assaí São Miguel

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

## Assaí Sapopemba

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

## Assaí Tatuapé

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

## Assaí Vila Sônia

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

## INTERIOR

### Assaí Bauru

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

### Assaí Amoreiras

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

## Assaí Jundiá

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

## Assaí Limeira

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

## Assaí Presidente Prudente

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

## Assaí Ribeirão Preto

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

## Assaí Ribeirão Preto Rotatória Meira Junior

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

## Assaí Rio Claro

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

## Assaí Sorocaba

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

## Assaí Sorocaba Itavuvu

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

## LITORAL

### Assaí Caraguatatuba

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

### Assaí Praia Grande

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

### Assaí PG Litoral Plaza

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

### Assaí Santos

Rua Nossa Senhora de Fátima, 50  
CEP: 11085-200 - Santos  
Telefone: (13) 3296-2400



HIDRATE-SE com

ÁGUA DE COCO

**SOCOCO**<sup>®</sup>



**SOCOCO**<sup>®</sup>

sococo.com.br

 /aguadecocosococo



# GARANTA O SEU LUGAR NA GRANDE FINAL DA UEFA CHAMPIONS LEAGUE 2015

ENTRE NO SITE [WWW.HEINEKEN.COM.BR/UCL](http://WWW.HEINEKEN.COM.BR/UCL) E SAIBA COMO  
CONCORRER A UMA VIAGEM PARA BERLIM, SEDE DA FINAL



UEFA  
CHAMPIONS  
LEAGUE

1876  
Heineken®  
ROAD TO THE  
FINAL

\*TÍTULOS DE CAPITALIZAÇÃO DA MODALIDADE INCENTIVO FUNDOS POR SUÍZICA CAPITALIZAÇÃO S/A - SUÍZICA, C/P.F. Nº 05.538.096/0001-04 E PROCESSO SUSEP Nº 15414.900881/2013-07 PERÍODO DA PROMOÇÃO: 30/04/2014 A 30/04/2014. SUGESTÃO DE USO DO PRÊMIO NO VALOR TOTAL DE R\$ 11.348,00. LÍQUIDO DE R\$ 9.400,00. A APROVAÇÃO DESTES TÍTULOS PELA SUSEP NÃO IMPLICA, POR PARTE DA AUTARQUIA, EM INCENTIVO OU RECONHECIMENTO À SUA ADMISSÃO, REPRESENTANDO, EXCLUSIVAMENTE, SUA ADEQUAÇÃO AS NORMAS EM VIGOR. LEIA O REGULAMENTO COMPLETO NO SITE [WWW.HEINEKEN.COM.BR/UCL](http://WWW.HEINEKEN.COM.BR/UCL). IMAGENS MERAMENTE ILUSTRATIVAS. PARTICIPAÇÃO VALIDA EM TERRITÓRIO NACIONAL SOMENTE PARA MAIORES DE 18 ANOS. APRECIAR COM MODERACÃO. VENDA E CONSUMO PROIBIDOS PARA MENORES DE 18 ANOS.