EDIÇÃO # 09 • JUNHO • 2015

assaí bons negócios

assai.com.br

EM TEMPO

Saiba quais são os benefícios e os direitos de quem opta pela formalização da empresa

Especial PASTELARIAS

Símbolo da comida de rua no Brasil, o **PASTEL** *ainda figura como uma boa oportunidade de negócio*

Mais PRODUTIVIDADE

A automação dos processos dentro das cozinhas facilita a produção padronizada e pode ser o caminho para o crescimento sustentável

DISTRIBUIÇÃO DIRIGIDA / VENDA PROIBIDA

ASSAÍ ATACADISTA DESDE 1974

NOVIÇA

Sua casa mais bonita todo dia.

Noviça é uma solução completa de limpeza, o que faz dela líder em vendas na categoria. Com Noviça você pode contar com uma linha de vassouras para todos os pisos, conta também com a durabilidade dos rodos, a praticidade das pás, a força e precisão das escovas e com o apoio de acessórios como rolo adesivo, desentupidores e a eficiência dos mops. Noviça. Produtos que deixam a sua casa mais bonita todo dia.

BETTANIN

Uma empresa InBetta

Facilita a sua vida.

Nova EsfreBom
Multiuso
Agora com mais
POWER PARTÍCULAS de limpeza!

Nova Fórmula!

- ✓ Maior **poder de remoção**
- ✓ Mais **resistente**
- ✓ Mais **limpeza**
- ✓ **Menos esforço**

BETTANIN

Facilita a sua vida.

Uma empresa InBetta

BOM BRIL
Para a Bombril, mulher é assim:
brilha por todos os lados.
É por isso que toda brasileira é uma diva.
Bombril. Os produtos que brilham como toda mulher.
bombril.com.br

EDITORIAL

Soluções para a PRODUTIVIDADE

Quem está à frente de um negócio no ramo de alimentação fora do lar sabe da importância de controlar a operação, pois o ganho muitas vezes está no detalhe: na maneira de aproveitar os alimentos, em sua melhor escolha junto ao fornecedor e até mesmo em ter um padrão para que tudo o que sair da cozinha esteja dentro do esperado. Ser produtivo em todos os processos pode ser um grande diferencial e garantir bons resultados, por isso, nesta edição da revista **Assaí Bons Negócios**, abordamos o tema com exemplos de empresários que optaram pela automatização de suas cozinhas como estratégia de crescimento.

Outro ponto fundamental, principalmente para os pequenos comerciantes, é a organização financeira. Você já parou para analisar se o preço que cobra por seus produtos está adequado à sua operação? Para esclarecer essa e outras dúvidas, profissionais da área financeira deram dicas valiosas nas páginas a seguir, nas quais você também encontra um especial sobre pastelarias. Trazemos números do mercado e clientes do Assaí que, há mais de duas décadas, dedicam-se à produção e à venda de pastéis em feiras paulistanas.

Confira uma reportagem sobre empreendedorismo feminino e dicas de como potencializar as vendas de produtos com ações de degustação. E, se você anda pensando em se formalizar, veja as vantagens e os benefícios que essa decisão pode proporcionar aos seus negócios.

Ainda nesta edição, compartilhamos com você a implantação da nossa nova central administrativa, inaugurada em maio, que integra funções administrativas e comerciais em um amplo espaço: o Centro Comercial Aricanduva, em São Paulo. Essa expansão, que também contou com a reestruturação da equipe, vai de encontro com os objetivos de crescimento do Assaí. Sem sombra de dúvida, uma mudança que propiciará alavancar novos negócios, além de trazer enormes benefícios aos colaboradores e à empresa como um todo. Confira essas e outras novidades nas próximas páginas.

Ótima leitura!

Belmiro Gomes
Presidente do Assaí

Baixe gratuitamente o aplicativo da revista ***Assaí Bons Negócios***

/assaiatacadistaoficial

/assaioficial

/assaioficial

Assaí Atacadista - GPA

EXPEDIENTE

CONSELHO EDITORIAL ASSAÍ ATACADISTA **Presidente do Assaí** Belmiro Gomes **Diretor Comercial** Wlamir dos Anjos **Gerente de Marketing** Marly Yamamoto Lopes **Supervisão e Coordenação da Revista** Camila Assis e Cristiane Costa **MEGAMIDIA GROUP** **Presidente** Celso A. Hey **MEGAMIDIA EDITORA** **Coordenação Geral** Natu Marques MTB 8763 **Coordenação** Juliana Fernandes **Design** Suellen Winter **Arte-Final** Anderson Oliveira **PUBLICIDADE** **Gerente Comercial** Fernanda Fadel Hey - *fernandahey@megamidia.com.br* **Representante Comercial** Lucas Rispoli - *lucas.rispoli@megamidia.com.br* **Atendimento Publicitário** Carolyne Bruce **Projeto Editado por Megamidia Group** Dúvidas e Sugestões (41) 2106-8576 / *revista@megamidia.com.br* – Rua Brigadeiro Franco, 3991 – Rebouças – Curitiba-PR CEP 80.220-100 – Fone: (41) 2106-8500 – ***megamidia.com.br*** / **Impressão** Serzegraf - **Distribuição Dirigida Venda Proibida**

MISTO Papel produzido a partir de fontes responsáveis FSC® C104735

ÍNDICE

12 **ASSAÍ MAIS**
Os principais projetos e ações do Assaí em todo o país

14 **INSTITUCIONAL**
Assaí inaugura novo centro administrativo no centro comercial Aricanduva, em São Paulo

26 **ESPECIAL MULHERES EMPREENDEDORAS**
Exemplos de empresárias que venceram nos negócios

ESPECIAL PASTELARIA
Mercado investe em especialização para conquistar a clientela

MEU NEGÓCIO, MINHA HISTÓRIA
Empresário de churrascaria no Mato Grosso conta sua história de parceria e sucesso com o Assaí

42 **VISÃO DE MERCADO**
Como potencializar as vendas com ações de degustação

50 **RUMO CERTO**
Mercado de buffet para festas e eventos corporativos acumula crescimento nos últimos anos

58 **PALAVRA DE ESPECIALISTA**
Profissional da área de finanças explica como organizar com eficiência as finanças dos pequenos negócios

FOTOS: © GUILHERME TTAMBURUS / TCHÉLO FIGUEIREDO

TENHA SEMPRE A LINHA DE NÉCTARES MAIS COMPLETA E SABOROSA DO MERCADO.

- LINHA MAIS COMPLETA DE SUCOS E NÉCTARES DO MERCADO.
- GIRO GARANTIDO.
- REFERÊNCIA EM SABOR.

WOW!

www.wownutrition.com.br

ÍNDICE

PONTO DE VENDA
As vantagens e o ganho de produtividade que a automação nas cozinhas pode trazer às empresas

62

72 **EM TEMPO**
Dicas e benefícios para a formalização das empresas

78 **FOOD SERVICE**
Novidades e lançamentos do setor

80 **CAPACITAÇÃO**
Cursos e iniciativas para aprender e se manter atualizado com o mercado

82 **ASSAÍ ACONTECE**
Campanha em parceria com a P&G vai sortear 30 carros recheados de prêmios

68

VIDA SUSTENTÁVEL
Práticas sustentáveis que pequenos empresários podem adotar em seus negócios

FOTOS: © FABIO DIAS / SHUTTERSTOCK

TRADICIONAL
Desde 1954
Itubaína retrô
Itubaína retrô zero
TUTTI-FRUTTI
350ml
SABOR ÚNICO
também em
LATA
0800-771-0123
CENTRAL DE RELACIONAMENTO
www.facebook.com/itubainaretro
Leo Burnett Tailor Made

INFORMAÇÃO

Acompanhe no portal do Assaí informações sobre seu negócio. Trata-se de um conteúdo exclusivo, desenvolvido especialmente para você, com dicas de especialistas, melhores práticas e receitas para atender às demandas de seu negócio. Confira, alguns dos assuntos mais lidos em abril e maio.

Aumentando o FATURAMENTO *das academias*

Uma das melhores maneiras de aumentar o faturamento de uma academia de ginástica é diversificar os serviços oferecidos. Um grande atrativo é oferecer um mix de serviços abrangendo várias modalidades em um só lugar. Toda essa variedade de atividades físicas faz com que pessoas de diferentes perfis se interessem pelo serviço. Para os alunos já matriculados, a mudança de prática esportiva evita que enjoem de determinada modalidade. ***bit.ly/1HsRyQf***

REDES SOCIAIS

twitter.com/assaioficial

youtube.com/assaioficial

facebook.com/assaiatacadistaoficial

Quer dicas rápidas sobre seu negócio, além de notícias e novidades sobre o Assaí? Então curta a página da rede no Facebook, no Twitter e no YouTube.

Dicas para montar uma BOMBONIERE

O consumo de doces, balas, bombons, sorvetes e outras guloseimas se explica pelo prazer que proporcionam. Por isso, o empreendedor disposto a abrir uma bomboniere deve dar uma atenção especial à variedade de itens, inclusive importados, à qualidade do atendimento e ao espaço físico da loja, que deve ser atraente e agradável. ***bit.ly/1Ag6pMF***

Petit gateau de CHOCOLATE

Deixe seus clientes com água na boca com essa receita. Sobremesa irresistível para seu cardápio.
http://bit.ly/1GyTMfc

LEIA

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

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

FOTOS: SHUTTERSTOCK / DIVULGAÇÃO

REVISTA DIGITAL

Com apenas um clique, é possível acessar todo o conteúdo das edições da revista **Assaí Bons Negócios** em seu tablet ou smartphone. Basta baixar o app em seu aparelho. Na versão digital, você ainda confere interatividades e conteúdo extras com vídeos, áudios e galerias de imagens. O aplicativo é gratuito e está disponível para sistemas Android e iOS.

DISPONÍVEL NO Google play

Baixar na App Store

Basta digitar **Assaí Bons Negócios** num dos aplicativos e fazer o download da revista

assaí bons negócios

Macarrão de Sêmola com Ovos Dallas

Un piacere in tutte le ricette

facebook.com/dallasalimentos
www.grupodallas.com.br
blog: www.grupodallas.com.br/dallasevoce

NOVO CANAL

O Assaí lançou em maio o aplicativo para smartphones, pelo qual o usuário acessa diversos conteúdos de forma integrada. A partir da página inicial do app, o cliente será direcionado para o tabloide de ofertas, podendo achar a loja mais perto, acessar e ouvir a Rádio Assaí de qualquer lugar, ver a página de receitas, visitar as redes sociais e compartilhar conteúdo. "Com o novo aplicativo, procuramos aproximar a marca e os usuários, intensificando a interação. Esperamos proporcionar acesso fácil, rápido e simples às dicas para o negócio dos nossos clientes, ofertas e endereços das lojas mais próximas de onde ele estiver, ou seja, trazendo conveniência para o dia a dia", afirma Marly Yamamoto Lopes, gerente de marketing e sustentabilidade do Assaí. O app está disponível para aparelhos Android e iOS e pode ser baixado gratuitamente no Google Play e na Apple Store.

MARCA CHEF
amplia portfólio

A marca de produtos Chef, exclusiva do Assaí, oferece aos clientes da rede uma opção a mais de compra que une qualidade e riqueza de sabores. Em maio, a polenta Chef, que vem em palitos, pronta para fritura, passa a integrar o mix de produtos da marca. Tradicional e apreciado por todos, o aperitivo agora conta com a qualidade Chef, disponível em embalagens de 1 kg. A polenta Chef é crocante por fora, macia por dentro e de tamanho adequado às necessidades do *food service*. "Os produtos Chef levam em conta o sabor que nossos clientes procuram e a economia, o rendimento e o preço ideal de que precisam para alcançar o melhor desempenho de seu negócio", resume Belmiro Gomes, presidente do Assaí. O produto é direcionado aos clientes transformadores, para uso em bares, restaurantes, cozinhas industriais, fast-food, entre outros.

Conheça mais detalhes e toda a linha dos produtos no site *assaí.com.br/chef* ou por meio do QR Code

** Consulte a disponibilidade dos produtos nas lojas*

FOTOS: DIVULGAÇÃO

Cuidando do
ECOSSISTEMA

Em comemoração ao mês do Meio Ambiente, o Assaí disponibilizou em seu portal um teste sobre o tema com o objetivo de educar e conscientizar os clientes sobre a relação de seu estabelecimento com o meio ambiente. O programa, que ficou disponível em todo mês de junho, abordou os seguintes assuntos: resíduos, água, energia, consumo consciente, mobilidade, estrutura e atividade cotidiana. Em cada um deles, existiram opções para o cliente assinalar quais iniciativas pratica no seu estabelecimento: reciclagem de lixo, torneiras com fechamento automático, lâmpadas mais econômicas, consumo consciente, por exemplo. Ao final do teste, o programa apresentava o resultado, indicando como o cliente está em relação ao nível de boas práticas ambientais.

CASA NOVA

Em clima de expansão, Assaí Atacadista inaugura central administrativa e promete manter o ritmo de crescimento

Dados não faltam para comprovar a grande expansão pela qual o Assaí Atacadista vem passando nos últimos quatro anos. Desde 2011, a rede – que possui 87 unidades em 13 estados – acumula um crescimento de 200%. Do total de lojas, nove foram inauguradas ao longo de 2014, ano em que o grupo teve uma receita de R$ 9 bilhões com vendas brutas, resultado 32,7% superior em relação ao do ano anterior. A ampliação de atuação na Região Nordeste é outro fator que vem contribuindo para o grande sucesso do Assaí.

E, como não poderia ser diferente, a evolução e a ampliação também garantem melhores condições de trabalho para os colaboradores da rede. A nova central administrativa, sediada no Centro Comercial Aricanduva e inaugurada em maio, é um excelente sinal de que a expansão terá reflexos positivos em todas as operações do grupo. Com uma infraestrutura de sete mil metros quadrados, preparada

FOTOS: DIVULGAÇÃO

para receber mais de 500 colaboradores, a nova sede reúne todos os setores vitais da empresa e conta com salas de capacitação e ambientes especiais para o treinamento de novos funcionários.

O presidente do Assaí, Belmiro Gomes, comemora as novas conquistas e garante que a mudança para a nova sede oferecerá muitas vantagens a todos que trabalham na rede. "Essa mudança é um sinal de que a empresa está crescendo e se expandindo. A nova central administrativa é compatível com a taxa de crescimento do Assaí. Escolhemos o Shopping Aricanduva devido à proximidade da central atual, uma vez que facilita o deslocamento dos colaboradores. Além disso, um grande diferencial é a estrutura de serviços, com bancos, academia, restaurantes e estacionamento", relata Belmiro.

Quanto à oferta de serviços, os colaboradores do Assaí Atacadista realmente não terão mais com o que se preocupar. Na área de um milhão de metros quadrados onde está situado o centro comercial, é possível encontrar um mix com mais de 500 lojas – de concessionárias de automóveis a comércios de móveis e decoração. O espaço ainda abriga uma unidade do Detran, oito agências bancárias, um hospital oftalmológico e mais de dez mil vagas de estacionamento gratuito.

Com uma identidade mais moderna e corporativa, o espaço transmite mensagens de integração e crescimento, sem perder as conexões com a loja. Na nova central, cada setor ganhou cores específicas, de acordo com as especialidades, e as salas de reunião foram batizadas com os nomes das cidades onde a rede possui lojas, com direito a ilustrações que aludem aos estados. Para completar, o restaurante recebeu um projeto exclusivo para tornar o ambiente mais agradável e ganhou o nome "Chef Restaurante" – referência à linha de produtos Chef, exclusiva do Assaí. >>

"Essa mudança é um sinal de que a empresa está crescendo e se expandindo. A nova central administrativa é compatível com a taxa de crescimento do Assaí"

Belmiro Gomes, presidente do Assaí

DE OLHO NA EXPANSÃO

Com uma central administrativa ainda mais preparada e colaboradores cercados por uma série de serviços à disposição, o Assaí Atacadista vê a mudança como combustível a mais para manter o excelente momento e continuar seu ambicioso projeto de expansão. Melhor ainda quando as perspectivas motivam o otimismo no setor de atacado de autosserviço (também conhecido como Cash & Carry, área de atuação da rede).

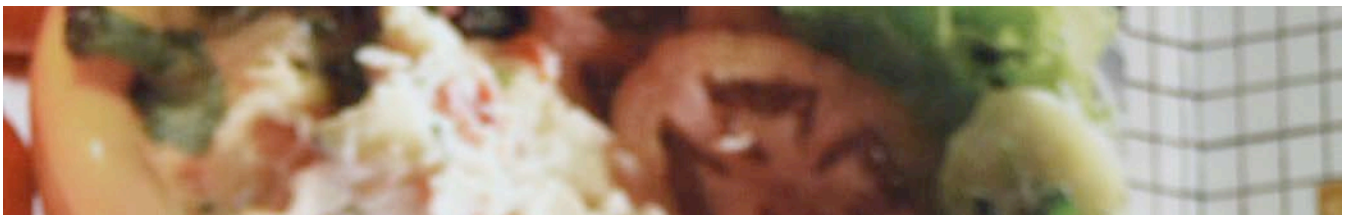
"Os números mostram que o setor cresce ano a ano e o segmento de Cash & Carry vem ganhando espaço. Acreditamos ser uma área que deve participar ativamente do crescimento da economia em 2015. O Assaí segue forte no processo de expansão orgânica. É um ano em que acreditamos que a busca por preço e condições econômicas deve continuar muito forte dentro do mercado brasileiro, favorecendo o segmento em 2015, tanto por parte das micros e pequenas empresas quanto pelos consumidores finais", completa o presidente do Assaí Atacadista. *por Mahani Siqueira*

FOTOS: DIVULGAÇÃO

NA MÍDIA

A mudança para a nova sede administrativa do Assaí foi registrada pela publicação do complexo Aricanduva. A reportagem destacou a nova estratégia da empresa em concentrar, no mesmo lugar, operações comerciais e administrativas.

Churrascaria



COMIDA PARA TODA OBRA

A churrascaria Mistura Fina expandiu sua atuação para além do ambiente do restaurante e, nos bons momentos da construção civil, chega a servir 700 refeições por dia em canteiros de obras

José Eurides, proprietário do restaurante Mistura Fina

FOTOS: © TCHÉLO FIGUEIREDO

No dia 20 de fevereiro de 2014, o Assaí inaugurou sua 76ª loja no Brasil. Localizada em Várzea Grande, cidade da Região Metropolitana do Vale do Rio Cuiabá, foi a terceira loja da rede construída no estado do Mato Grosso. É de se imaginar que, para levantar um atacadista com mais de 14 mil metros quadrados de área construída, seja necessário o trabalho de muita gente. E sabe-se também que, para poderem trabalhar, os operários devem estar bem-alimentados. É neste ponto que a história da empresa de José Eurides Brugnera cruza com a do Assaí. Proprietário da churrascaria Mistura Fina, em Várzea Grande (MT), José Eurides foi o responsável por fornecer as refeições dos operários que trabalharam na obra do Assaí. "Desde a terraplanagem até a inauguração", costuma dizer.

A churrascaria Mistura Fina já está instalada na cidade desde 2000. José Eurides revela que a ideia do empreendimento surgiu da percepção de que no local onde abriu – o bairro Cristo Rei – a oferta de alimentação fora do lar era baixa. "Quando nós chegamos ao bairro, vimos que >>

havia carência de restaurantes. Na época, a região ainda era pouco desenvolvida, mas hoje em dia está muito diferente, cresceu muito e nós estamos acompanhando esse crescimento", relata. Ele conta que o restaurante, que tem capacidade para 80 pessoas, também se desenvolveu ao longo dos anos: "Com o passar do tempo, nós fizemos várias reformas: mudamos o piso, agora o ambiente é climatizado, tem self-service e churrasqueira giratória".

GESTÃO FAMILIAR

Desde sua fundação, a gestão da churrascaria envolve toda a família de José Eurides. Ele divide as reponsabilidades com as filhas Ângela e Natália e com Fátima, sua esposa, responsável pela supervisão da cozinha e pelo atendimento às obras servidas pelo restaurante. Ele relata que a vida familiar gira em torno do empreendimento: "Nós trabalhamos aqui e nossas refeições são feitas aqui. Na hora do aperto, todo mundo corre para ajudar. A administração acaba ficando um pouco embolada, mas dá tudo certo e a gente gosta muito disso aqui". Além da família, nove funcionários trabalham na churrascaria, que serve cerca de cem almoços por dia em sua sede e um número que pode variar de 150 a 700 refeições em canteiros de obras de Várzea Grande, dependendo do desempenho do mercado imobiliário. >>

Sua vida é muito mais leve e deliciosa com produtos Sococo.

Descubra as combinações e benefícios de nossos produtos que você encontra aqui, no mercado Assaí!

Água de Coco

Delicioso hidratante que repõe sais minerais e nutrientes perdidos no dia a dia. Combinação perfeita para drinks e sucos práticos e saudáveis.

Leite de Coco

Ingrediente que dá um toque de leveza e sabor especial a receitas variadas.
É ideal para intolerantes a lactose, hidrata o corpo, ajuda no emagrecimento e tonifica a pele.

SOCOCO®

Churrascaria

O Mistura Fina foi responsável por servir os operários que construíram o Assaí Várzea Grande (MT)

REFEIÇÕES NAS OBRAS

José Eurides recorda que, no início do negócio, seu único foco era o restaurante. Entretanto, com a expansão do mercado imobiliário e o desenvolvimento da região onde atua em Várzea Grande, muitas obras começaram a ser construídas. Com isso, ele identificou seu próximo nicho de atuação. Ele revela que nas melhores épocas da construção civil, em meados de 2013, chegou a servir 700 refeições por dia em refeitórios de canteiros de obras.

A logística envolve dois aparelhos de buffet, deixados no refeitório do canteiro enquanto durarem as obras, e dois carros utilitários, que transportam a comida preparada na churrascaria em recipientes térmicos. O trabalho nas obras tem suas especificidades. De acordo com o empresário, agradar o paladar de todos exige habilidades diplomáticas. "Quando há muitos operários na obra, é preciso ser diplomata para conseguir deixar todo mundo satisfeito", brinca ele. A responsável pela missão é Fátima, cuja experiência >>

WWW.BEBAPINUP.COM.BR

/PinUpDrinks

/PinUpDrinks

MULTISOLUTION

QUANDO SE MISTURA NOVOS SABORES COM UMA NOVA EMBALAGEM, O RESULTADO É UM SÓ: **SUCESSO.**

Pin Up é um suco que foi criado para acompanhar seus clientes na praia, na balada, nos esportes e onde mais eles quiserem. E se você já achava isso bom, vai achar ainda melhor saber que agora, além do suco de cranberry, também tem Pin Up de blueberry e maçã verde, em novas embalagens Tetra Pack. Para completar, Pin Up é feito com matéria-prima selecionada e com trinta vezes mais frutas que o concorrente. Por isso, se você quer misturar boas vendas com clientes satisfeitos, sua escolha só pode ser esta: Pin Up.

Misture-Se

UMA MARCA DO GRUPO **Q DRINKS** • 11 4195.1050 • CONTATO@BEBAPINUP.COM.BR

Churrascaria

O negócio surgiu da constatação de José Eurides, o proprietário, de que a oferta de restaurantes na região era escassa

já lhe permitiu traçar um perfil das preferências gastronômicas dos trabalhadores da construção civil de Várzea Grande. Suas observações já renderam algumas diretrizes para o cardápio do Mistura Fina. “A gente não leva carne assada todo dia na obra. Como o pessoal prefere comida com bastante molho, costumamos servir carne assada mais no restaurante mesmo”, detalha Fátima.

FUTURO

O empresário diz que a tendência é seu negócio continuar a se desenvolver diariamente: “O mercado exige isso. Não podemos ficar com o estabelecimento sempre igual, mas sem fugir das nossas origens: uma boa comida caseira, bem-arrumada, sem muita sofisticação”. Para essa evolução, José Eurides segue contando com o Assaí. Cliente da rede desde que a loja abriu, em Várzea Grande, ele confessa que compra no Assaí tudo o que se vê dentro de uma churrascaria: “Desde verduras, carnes e outros alimentos até produtos de limpeza”. *por João Guilherme Frey*

SAIBA MAIS

CHURRASCARIA MISTURA FINA
Rua Gonçalo Botelho de Campo, 2602
Cristo Rei – Várzea Grande – MT
Telefone: (65) 3685-6523

Sandra Aparecida Melges Azevedo, proprietária da Sandra Tortas

Histórias de SUCESSO

Empreendedorismo feminino aumenta e mulheres ganham espaço no mercado

FOTOS: © FABIO DIAS

RECÉM-FORMADA, COM UM FILHO BEBÊ E CHEGANDO A UMA NOVA CIDADE, SANDRA APARECIDA MELGES AZEVEDO SE VIU DIANTE DE DIFICULDADES PARA COLOCAÇÃO PROFISSIONAL, RESOLVEU IR À LUTA E INICIOU UM NEGÓCIO DE SUCESSO HÁ 21 ANOS. "DEVIDO ÀS DIFICULDADES QUE ENCONTRAMOS AO CHEGAR A MARINGÁ, NO PARANÁ, COMEÇAMOS, EU, MEU MARIDO E MINHA SOGRA – UMA EXCELENTE COZINHEIRA MINEIRA –, A ACEITAR ENCOMENDAS DE MARMITEX, PÃES E SALGADOS", EXPLICA SANDRA.

Com o tempo, ao notar a frequente procura de tortas para encomenda por parte dos clientes, resolveu se especializar na confecção e inaugurou a Sandra Tortas. Hoje, aos 46 anos, sua fábrica de tortas emprega 24 funcionários – e o sucesso é tanto que o negócio está em expansão. "Procuro estar sempre antenada à minha profissão e manter a qualidade de minhas tortas, pesquisando, lendo livros, revistas e teorias sobre confeitaria. Hoje, todas as receitas da Sandra Tortas são formuladas exclusivamente por mim, fruto de estudo, pesquisa e esforço pessoal. Em breve, inauguraremos uma nova fábrica", antecipa a empresária que é cliente do Assaí Maringá há cerca de três anos e pelo menos uma ves por semana vai à loja fazer suas compras.

MULHERES ESTÃO EMPREENDENDO MAIS

As mulheres são maioria da população no Brasil (51,4%), de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). O empreendedorismo cresceu entre as mulheres, conforme estudo realizado pelo Sebrae em parceria com o Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (Dieese). >>

Confira a **GALERIA DE IMAGENS** na versão digital da revista

"Precisa gostar do que faz"

Sandra Aparecida Melges Azevedo

FOTOS: © GUILHERME TAMBURUS

Os dados mostram que o número de mulheres empregadoras passou de 879 mil para 1,04 milhão em dez anos, crescimento de 18,9%. Conforme outra pesquisa sobre empreendedorismo, realizada pela Global Entrepreneurship Monitor (GEM), elas correspondem a 52,2% dos empreendedores do país, sendo que a maioria (66,2%) abre o próprio negócio por oportunidade, não por necessidade.

Edisângela Tomaz Rodrigues Machado, de 34 anos, é outro bom exemplo de como aproveitar uma oportunidade para ter o próprio negócio. Há cerca de dois anos, ela vislumbrou uma chance e a agarrou. Junto com o marido, decidiu investir no ramo alimentício e passou a fornecer marmitas. O tempero começou a fazer sucesso e ela ampliou o negócio, que se transformou no restaurante Sabor Caseiro, em Ribeirão Pires, interior paulista. "Nosso foco é o delivery, mas temos também um restaurante para quem deseja almoçar no local. O trabalho é intenso, mas é gratificante ver o resultado", comemora. Cliente do Assaí Ribeirão Pires há cerca de dois anos, ela revela que se encontrou no negócio. Hoje, ela emprega cinco funcionários: "As pessoas gostam do que fazemos e essa é a maior recompensa", ressalta. Para abastecer a despensa de seu restaurante ela faz visitas frequentes ao Assaí e se diz satisfeita com o atendimento.

PERSISTÊNCIA É O SEGREDO

As duas empresárias hoje comemoram os bons resultados e o retorno de seus investimentos e esforços, mas ambas creem que empreender é persistir e incentivar outras mulheres a acreditar em seus talentos e seguir adiante, sempre com dedicação. Para Edisângela, a afinidade com o negócio que se vai iniciar é fundamental para que as eventuais dificuldades não provoquem desânimo. "Não é fácil. São muitos desafios. Justamente por isso, é preciso gostar de verdade daquilo com o que escolhemos trabalhar", acredita.

Sandra, por sua vez, aconselha quem está pensando em iniciar um empreendimento: "Precisa gostar do que faz, fazer com amor, dedicar-se dia e noite e não esperar um retorno rápido, pois tudo tem seu tempo".

JEITO FEMININO DE ATUAR

Os especialistas afirmam que as particularidades femininas devem ser aplicadas como vantagens e diferenciais no mundo dos negócios. De acordo com Gaspar Oliveira, consultor financeiro e autor do livro *Como abrir uma empresa*, características muitas vezes associadas à fragilidade, como sensibilidade e facilidade de relacionamento, tornam-se diferenciais. "Fazer mais de uma tarefa por vez, lidar com pessoas, valorizar a cooperação e prestar atenção ao >>

Com praticidade e sabor

o inverno é mais gostoso.

A linha de massas Aurora tem as delícias que não podem faltar na estação, tudo feito com muito carinho e qualidade.
Para se aquecer, é só aquecer!

aurora

a hora mais gostosa do dia

www.auroraalimentos.com.br - facebook.com/auroraalimentosoficial

cliente podem ajudar e muito o negócio a prosperar", contextualiza o especialista. Um levantamento realizado pela Fundação Kauffman com 549 empresários buscou semelhanças e diferenças entre homens e mulheres no jeito de empreender. A pesquisa concluiu que tanto as dificuldades quanto os fatores que ambos acreditam levar ao sucesso são parecidos. "A maioria das mulheres se sente mais segura para empreender com incentivo de um mentor, um amigo ou outro empreendedor e é mais preocupada com o capital intelectual da empresa, enquanto homens dão menos valor a mentores e redes de contato", compara Gaspar.

LOGÍSTICA É IMPORTANTE PARA ATINGIR OBJETIVOS

Fundada em 2010, a Rede Mulher Empreendedora conta com mais de 36.500 mil empreendedoras cadastradas e é atualizada diariamente com informações, conteúdos, dicas e notícias sobre empreendedorismo. >>

Dicas para empreender

Confira cinco dicas para quem deseja iniciar um negócio, elaboradas pelo empreededor Marcelo Ostia no Canal do Empreendedor: *canaldoempreendedor.com.br*

1. PERFIL EMPREENDEDOR

Grande parte dos profissionais acredita que o empreendedorismo é um dom, mas eu discordo! É possível desenvolver características fundamentais, como: delegar tarefas, ter metas claras, planejar, monitorar e persistir. Estes são os principais pontos que devem ser trabalhados pelo novo empreendedor.

2. BUSCAR CONHECIMENTO

Muitos profissionais acreditam que saber apenas o básico pode ser a chave de sucesso do negócio. Há também aqueles que se sintam desconfortáveis ao pedir ajuda de um especialista do ramo. Estas pessoas correm o risco de pagar caro por suas decisões e escolhas, por isso, recomendo sempre buscar conhecimentos por meio de livros, cursos e workshops. O bom empreendedor deve estar por dentro de tudo o que acontece em seu segmento.

3. TIRAR A IDEIA DO PAPEL

Para levar o projeto adiante, é preciso pesquisar profundamente a ideia, buscando informações sobre gestão e processos daquele negócio. Enquanto estamos pensando no conceito, pode ter certeza de que há alguém fazendo algo muito próximo. Com esta pesquisa em mãos, veja a viabilidade do negócio, avalie os prós e os contras e coloque a mão na massa! Fique preparado para errar, mas sempre tentando acertar. Lembre-se sempre: a persistência é a alma do negócio.

4. CONHEÇA A SUA ÁREA

O empreendedor deve ter uma visão ampla sobre todo o negócio em si. Ele não tem que operar todas as áreas, mas precisa saber a importância que cada área tem em seu negócio e contratar pessoas competentes para operá-las.

5. ERRAR É HUMANO

Não se deve ser comprometido com o erro. Todo empreendedor erra e corrige a falha o mais rápido possível! Saber identificá-la e planejar estratégias para dar a volta por cima é indispensável no mundo dos negócios.

Desde 1937 Coqueiro

Coqueiro: fazendo parte do sucesso de seu negócio

saudáveis saborosos experimente!

www.coqueiro.com.br

Trata-se de uma plataforma de serviços que tem como objetivo unir e apoiar as mulheres empreendedoras de todo o país no desenvolvimento do próprio negócio. Por meio de cadastros gratuitos, as empreendedoras publicam um perfil de seu negócio, acessam dicas e notícias importantes e ainda participam de fóruns de discussão.

De acordo com informações do site, o perfil das mulheres que procuram a rede engloba profissionais maduras (69% estão acima de 31 anos), com mais tempo de estudo (84% têm nível superior ou pós-graduação), que estão atrás de flexibilidade de horários e independência financeira (62% estão no ramo de serviço) ou por motivos pessoais, como mais tempo para os filhos ou mesmo porque realmente querem empreender e veem nisso uma oportunidade de reconhecimento. "Elas geralmente optam pelas áreas de negócio de cuja parte técnica têm mais conhecimento. Mas, a partir do momento em que os negócios se desenvolvem, surgem as dificuldades nas áreas administrativa, financeira, comercial e de comunicação", conta a fundadora da rede, Ana Fontes.

Ana acredita que as mulheres empreendedoras têm como maior desafio a administração do tempo e o foco para as tarefas e ações mais importantes do negócio. Ela ainda pontua a necessidade de interação para o sucesso. "Construir uma rede de relacionamentos é fundamental para o desenvolvimento da empresa", garante. Segundo ela, conciliar profissão e família é possível, mas é necessário estabelecer limites e horários para se dedicar à família e à empresa. Para tanto, ela recomenda que a empreendedora estruture a logística para contar com o apoio de familiares e pessoas que possam ajudar no dia a dia, a fim de que assuntos particulares não comprometam os negócios. "Uma boa dica é usar as tecnologias a seu favor e delegar tarefas que não sejam sua prioridade", orienta. *por Leticia Murta*

SAIBA MAIS

SABOR CASEIRO
Avenida Humberto de Campos, 900
Vila Ema – Ribeirão Pires – SP
Telefone: (11) 4828-5431

SANDRA TORTAS
Rua Coripheu de Azevedo Marques, 152
Vila Santo Antônio – Maringá – PR
Telefone: (44) 3267-8958

ASSAÍ
ATACADISTA
DESDE 1974

Fazer pizza é uma arte da qual nossos amigos pizzaiolos entendem, apreciar seu sabor é uma arte que nós adoramos!

10 de Julho

Dia da Pizza

Passe no Assaí e confira as melhores opções para sua pizzaria.

Você sabia?

O Dia da Pizza existe na Itália desde 1889, quando o rei Umberto I e a rainha Margherita provaram a receita pela primeira vez.

Uma boa pizza pede os melhores produtos!

ambev · Anaconda Farinha de Trigo · aurora · Bunge · Cargill · Cepera · Coca-Cola · Ekma · Emegê · Gallo · Goiás Verde · A vida é muito good · Hellmann's · Lac · M. Dias Branco · nita · Nutri Néctar · Ondunorte · Parlak · pepsi · Perdigão · Piracanjuba · Polenghi · Pomarola · Pramesa · Sadia · Santa Helena · Seara · Ting · Tradição

DE FEIRA EM FEIRA

Fácil de ser preparado e acessível a consumidores de todas as classes, o pastel é um ícone da comida de rua que tem criado uma oportunidade de negócio para comerciantes que gostam de colocar a mão na massa

Lázaro Monteiro de Carvalho, da pastelaria Ponto de Encontro

FOTOS: © GUILHERME TAMBURUS

A pastelaria Ponto de Encontro fica no Estacionamento do Assaí Dutra

> ***"Tem gente que vem de longe até minha barraca alegando que o meu pastel é o melhor de Guarulhos"***
>
> Lázaro Monteiro de Carvalho, da pastelaria Ponto de Encontro

Servido quente, sequinho e com recheio saboroso, o pastel conquistou o paladar dos brasileiros. Esse petisco está presente em todas as feiras livres, pelo menos em São Paulo, comercializado por barracas localizadas estrategicamente no começo e no fim da rua, acompanhado de caldo de cana. Por ser uma opção de alimentação rápida e barata, a iguaria em formato de envelope e preparada com massa frita é hoje um dos ícones da gastronomia de rua e recentemente ganhou espaço também nas praças de *food trucks*.

O sucesso nas ruas fez com que o pastel chegasse a outros pontos de venda, como varejões, supermercados, bares e restaurantes, que servem o quitute como entrada de prato principal. Delicioso e de fácil preparo, o produto é acessível a consumidores de todas as classes e idades. Por isso, sua venda tem criado uma oportunidade de negócio para pequenos empreendedores que têm dotes culinários e gostam de colocar a mão na massa. O pastel que consumimos hoje é uma criatividade brasileira. O alimento nasceu inspirado nos rolinhos primavera dos chineses e dos guiozas da culinária japonesa, informam os professores Marcelo Angele e Sandro Dias, do curso de História da Gastronomia do Senac. O petisco foi criado por volta de 1890 pelos imigrantes chineses do estado de São Paulo com ingredientes disponíveis à época.

Mas foi pelas mãos dos japoneses, chegados aqui devido à Segunda Guerra Mundial, que o pastel se popularizou. Com o tempo, a receita ganhou diferentes sabores e tornou-se um grande negócio dentro da colônia japonesa. Muitos abriram pastelarias e começaram a disseminar o alimento em feiras livres. Aos poucos, o petisco se espalhou pelo Brasil e hoje é conhecido nacionalmente como uma opção de lanche rápido, oferecido até em festas com recheios doces e salgados.

Na cidade de São Paulo, por exemplo, que realiza uma média de 900 feiras livres por semana, há cerca de quatro mil barracas de pastel, segundo estimativas de José Roberto Shiroma, diretor do grupo de pasteleiros do Sindicato do Comércio Varejista dos Feirantes de São Paulo. Shiroma, também pasteleiro e há mais de 40 anos nesse mercado, calcula que sejam vendidos por semana somente nas feiras livres da cidade de São Paulo mais de um milhão de pastéis.

"É um negócio importante e que vem recebendo profissionalização. Os pasteleiros são pioneiros na venda de comida de rua, que agora ganha novo glamour com as praças de alimentação criadas pelos *food trucks*", comenta.

VERDADEIRAS MINIFÁBRICAS

Montar uma barraca de pastel, segundo Shiroma, exige mais que colocar a mão na massa. Ele afirma que o pasteleiro precisa se profissionalizar e buscar treinamento para gerenciar bem seu negócio. Para ele, é imprescindível fazer cursos de manipulação de alimentos para preparo e >>

armazenagem correta do produto, evitando problemas com a Vigilância Sanitária. Estabelecer parcerias com fornecedores para comprar bem é outro aspecto que ajuda a manter a qualidade. Atualmente, muitos pasteleiros operam como minifábricas, equipadas com máquinas industriais que aceleram a produção. A máquina padroniza também o corte do pastel na medida certa, de acordo com Ailton Viana do Monte, comerciante brasileiro, casado com uma japonesa e no ramo há 23 anos. Seu primeiro emprego, aos 14 anos, foi numa barraca de pastel, no qual trabalhou por 12 anos. Lá, adquiriu experiência nesse negócio e decidiu investir em um ponto próprio. Hoje, o empresário, cliente do Assaí Atacadista da Vila Carrão há mais de 23 anos é dono da barraca Pastéis e Salgados. Ele está presente em todas as feiras da região de Vila Carrão, na zona leste da capital paulista. O pasteleiro começa a se preparar de madrugada para começar a trabalhar às sete da manhã, com sua equipe de nove pessoas, inclusos ele e a esposa. Seu cardápio conta com 52 sabores, dos quais queijo e carne são os mais pedidos.

Um dos segredos para conquistar os clientes, de acordo com Ailton, é trabalhar com produtos de boa qualidade. "Alguns preparam a massa só com água, óleo e sal. Outros colocam muita cebola na carne e no frango para render mais porque não querem gastar muito, mas os consumidores percebem a diferença do sabor", afirma o pasteleiro. Ele revela investir um pouco mais nos ingredientes e em temperos especiais para atrair a freguesia pelo paladar. >>

Cepera
desde 1947
Linha Big Pump
Com exclusivo Bico Dosador
EXCLUSIVO
BICO
DOSADOR
Cepera
Mostarda
Amarela
3,3kg
Cepera
Ketchup
Tradicional
3,5kg
Cepera
Barbecue
Molho para
Churrasco
3,5kg
Conheça a linha
completa
facebook.com/ ceperalimentos
www.cepera.com.br
Cepera
desde 1947
MAIS QUE CASEIRO. BRASILEIRO.

Para Lázaro Monteiro de Carvalho, um mineiro de 67 anos, casado com uma japonesa e no mercado há seis anos, a forma de preparo do pastel faz a diferença. “O meu pastel é sequinho porque não uso óleo na fritura, mas gordura vegetal. Tem gente que vem de longe até minha barraca alegando que o meu pastel é o melhor de Guarulhos”, conta, orgulhoso, o dono do trailer da pastelaria Ponto de Encontro Monteiro. Sua barraca funciona no estacionamento do Assaí Dutra, localizado na Rodovia Dutra, em Guarulhos (SP). O ponto comercializa também tempura, yakisoba e almoço. Mas seu forte é mesmo o pastel, cuja oferta de 12 sabores registra uma saída mensal de seis a sete mil unidades. Monteiro é cliente do Assaí Atacadista desde que abriu seu ponto e, como está no mesmo local, compra praticamente toda a matéria-prima na loja. *por Edileuza Soares*

Acesse o vídeo por meio do QR Code:

SAIBA MAIS

PONTO DE ENCONTRO

Avenida Aniello Patrici, 494, Jd. Santa Francisca – Guarulhos – SP

Estacionamento do Assaí Dutra

EM CADA LATA,
SÉCULOS DE TRADIÇÃO.
A TRADIÇÃO DO
GERMÂNIA
55
56
Cerveja
GERMÂNIA
55
Cerveja
Pilsen
penseavanti.com.br
APRECIE COM MODERAÇÃO.
NewAge
tecnologia em bebidas
www.newagebebidas.com.br

Planeje seu ESTOQUE

Sugestões de produtos para acrescentar à sua lista de compras

Linguiça Toscana pacote 5 kg
Seara

Pano em rolo multiuso lavável e reutilizável
Scott

FOTOS: DIVULGAÇÃO

O ASSAÍ ATACADISTA TRAZ **VÁRIAS OPÇÕES** DE **LIVROS** PARA VOCÊ ESCOLHER

APROVEITE ESTA **OPORTUNIDADE** E NÃO PERCA ESTA **OFERTA!**

POR APENAS R$ 7,90

Banha 1kg
Frimesa

H2OH limão
H2OH

Cerveja lata 350 mL
Schin

Farinha de trigo 25 Kg
Chef

**Consulte a disponibilidade dos produtos nas lojas*

Demonstrar os produtos nos pontos de venda oferece bom retorno de vendas

DEGUSTAÇÃO *atrai consumidores*

Uma pesquisa realizada pelo Popai Brasil, entidade dedicada ao desenvolvimento do merchandising no ponto de venda, mostrou que 76% dos brasileiros decidem o que comprar apenas quando já estão no ponto de venda. O dado revela um comportamento do consumidor que ressalta a importância de ações que aproximem o produto do comprador. Estandes de demonstração de novos produtos levam os consumidores a parar e experimentar um bom lançamento, induzindo-os à compra.

"É no ponto de venda que se tem ponto de vista", define Renato Santhinon, publicitário e especialista em trade marketing e merchandising. Ele acredita que toda ação é válida, tanto ativa (com promotores) quanto passiva (com positivação de materiais de merchandising). No entanto, defende que bom planejamento e direcionamento adequado devem ser a base de uma campanha que precisa, acima de tudo, considerar o perfil do consumidor daquele ponto de venda específico.

FOTO: SHUTTERSTOCK

PERFIL DO CONSUMIDOR

"Estudar e criar uma estratégia versátil é o que mais falta hoje na maioria das vezes. A leitura de abordagem nos canais deve ser feita de maneira peculiar. Um exemplo é uma empresa que vende o mesmo produto em diversos canais de distribuição. O consumidor (shopper), os materiais promocionais e a comunicação serão os mesmos?", indaga.

De acordo com ele, o erro ainda persiste nas grandes indústrias e agências. "Criar apenas uma linha de comunicação acompanhando simplesmente a mídia – TV, jornais e revistas –, na minha opinião, é um erro gigantesco. Em minha vida profissional, já vi ações pequenas surtirem muito mais efeito do que grandes ações somente com bom planejamento. Posição geográfica e características dos consumidores devem ser levadas em consideração no momento de trabalhar uma degustação no ponto de venda", orienta.

Dentro de uma análise criteriosa, o especialista classifica a ação eficiente e de resultados mensuráveis. "A degustação é a melhor maneira de atrair e fidelizar o consumidor. Tenho aqui, na empresa, diversos casos de aumento de mais de 400% de venda num só ponto de venda", garante. >>

"Esse tipo de estratégia cria diferenciais de atendimento à loja, proporcionando ao cliente novas experiências de compra"

Andreza Capelo, analista de Marketing do Sebrae

HÁBITOS DE COMPRA

Andreza Capelo, analista de marketing do Sebrae, também acredita que as ações são positivas desde que se conheça o consumidor final daquele ponto de venda e seus hábitos de compra. Ela exemplifica que, se o perfil do cliente daquele estabelecimento é focado em preço, uma degustação de produto de maior valor financeiro tende a ser insuficiente para fazer com que ele escolha a marca, caso seu preço de venda seja maior que o de seus concorrentes. "Em casos assim, a degustação deve ser complementada com informações sobre outras vantagens do produto trabalhado", ensina. De acordo com a analista, ações casadas de marketing e propaganda se fortalecem. "Quando o consumidor já ouviu falar bem de determinado produto, a ação de *trade marketing* tem maiores chances de sucesso no aumento imediato das vendas. O mesmo acontece se ele tiver experiência com outros produtos da marca. Em casos em que a ação de trade marketing é a primeira iniciativa de divulgação, o conhecimento da marca e do produto certamente crescerá, algo muito importante, mas não necessariamente haverá aumento imediato de vendas", explica. >>

Confira três dicas para uma ação de degustação elaboradas pelo portal ***PDVAtivo,no link:*** *bit.ly/1QLxb1K*

FOTO: REPRODUÇÃO

marba.com.br
facebook.com/MarbaOficial

CHEGOU A MORTADELA DEFUMADA MARBA

Os pães aprovaram.
Só falta você.

Artesanalmente Defumada

Saborosa, artesanal, irresistível

marba
essa é de casa

Solicite o vendedor Marba ou Representante no telefone: 0800 - 7722333

CAPACITE O COLABORADOR QUE VAI ATUAR NO PONTO DE VENDA

É importante contar com funcionários que saibam explicar o produto oferecido, estimulem a venda e atinjam as metas propostas pela campanha de trade marketing. Nesse aspecto, é fundamental a participação de um bom coordenador de merchandising. Ele deve ter habilidade em gestão para equilibrar ações e conhecimento em recursos humanos para lidar com promotores, além de visão estratégica para atuar nos pontos mais importantes.

Portanto, invista em treinamentos para seus colaboradores que irão atuar em uma ação de degustação. É fundamental que os profissionais saibam ouvir o cliente e fornecer todas as informações sobre o produto promovido. Também devem explicar o motivo de certo item ser melhor do que o da concorrência e contornar possíveis críticas por parte do cliente. >>

FOTO: SHUTTERSTOCK

Petybon

Crie um momento gourmet.

Massas Petybon Ovos, a melhor receita para o seu final de semana.

RECEITAS PETYBON

PENNE AO MOLHO DE BACALHAU

40 min. 6 Porções

INGREDIENTES

- 600g de bacalhau dessalgado
- ½ xícara (chá) de azeite de oliva
- 3 dentes de alho picados
- 1 cebola grande picada
- 1 embalagem de Massa de Sêmola de Grano Duro Petybon Penne
- 1 xícara (chá) de azeitonas pretas inteiras
- ½ xícara (chá) de cheiro verde picado
- Sal e pimenta-do-reino a gosto
- 1 xícara (chá) de creme de leite fresco

DICA: Se desejar um molho mais espesso, adicione molho branco à preparação.

MODO DE PREPARO

Em uma panela grande com água, ferva o bacalhau dessalgado por 15 minutos. Escorra, retire as espinhas, desmanche-o em lascas e reserve. Prepare a massa PETYBON conforme instruções da embalagem. Aqueça o azeite e refogue o alho e depois a cebola em fogo brando. Acrescente as lascas de bacalhau e refogue por 5 minutos. Adicione as azeitonas, o cheiro verde e tempere com sal e pimenta. Junte o creme de leite fresco e misture bem. Escorra bem o macarrão e incorpore ao molho. Sirva em seguida.

www.petybon.com.br
0800 726 6060

INVISTA EM UMA BOA INFRAESTRUTURA NO LOCAL DA AÇÃO DE DEGUSTAÇÃO

A ação de degustação deve estar posicionada em um lugar estratégico, de alta circulação de pessoas. Além disso, a estrutura montada deve chamar a atenção de quem passa pela loja. Por isso, recomendamos que se invista em bons materiais de divulgação, para que os resultados sejam atingidos de maneira facilitada. Você dispõe de um balcão promocional no seu ponto de degustação? E de um banner? Vale a pena pensar nisso. Afinal, é no ponto de venda que o cliente tem contato direto com o produto e utiliza todos os sentidos para fazer suas escolhas: visão, audição, tato, olfato e paladar.

FOTO: SHUTTERSTOCK

FIQUE ATENTO À TECNOLOGIA

Em um ambiente cada vez mais conectado, coordenadores de merchandising devem ficar atentos às novas possibilidades de estratégia. Nas redes sociais, a mesma tática da ação de degustação pode ser melhorada e ter um bom alcance. Exemplo disso é a ação de degustação promovida pelo uma rede de fast-food, que selecionou alguns perfis – formadores e influenciadores de opinião e público-alvo – para receber o novo sanduíche da marca. Na carta enviada junto ao produto, a empresa convida cada pessoa a indicar o produto pelo Twitter a três amigos que irão ganhar um voucher do novo sanduíche. Dessa forma, além de promover o lançamento pelo Twitter, a marca estimula a disseminação espontânea. *por Leticia Murta*

TEQUILA FLAVOUR + BEER = DESPERADOS

APRECIE COM MODERAÇÃO.

*CERVEJA COM UM TOQUE DE TEQUILA.

FOTOS: © GUILHERME TAMBURUS

Serviço PERSONALIZADO

Setor registra crescimento de 14% ao ano, alimentado por empresas e famílias que estão contratando mais serviços especializados para tornar suas comemorações inesquecíveis

O BRASILEIRO ESTÁ MAIS FESTEIRO E RECORRENDO MAIS A SERVIÇOS ESPECIALIZADOS PARA TORNAR SUAS COMEMORAÇÕES INESQUECÍVEIS, TRAZENDO ALEGRIA E ENTUSIASMO PARA OS EMPREENDEDORES QUE PROMOVEM FESTAS CORPORATIVAS E SOCIAIS. ESTUDOS DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE EVENTOS (ABEOC) CONSTATAM QUE ESSE NEGÓCIO VEM REGISTRANDO UMA TAXA DE CRESCIMENTO ANUAL DE 14% NO PAÍS, ATRAINDO NOVOS EMPRESÁRIOS, PRINCIPALMENTE DEPOIS QUE O BRASIL FOI ESCOLHIDO PARA SEDIAR MEGAEVENTOS COMO A COPA DO MUNDO DE 2014 E OS JOGOS OLÍMPICOS DE 2016.

De acordo com a pesquisa Dimensionamento Econômico da Indústria de Eventos do Brasil, realizada pela ABEOC e pelo Sebrae com 2,7 mil empresas que exploram o nicho, o setor movimentou R$ 209,2 bilhões em 2013, o equivalente a 4,32% do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro. O levantamento mostra que a receita das empresas organizadoras de eventos aumentou 18 vezes, em comparação a 2001.

O estudo estima existirem no Brasil mais de 60 mil empresas de organização de eventos desde os de grande porte, como feiras e exposições, até os menores, como café da manhã em empresas, lançamento de produtos e happy hour. Ana Cláudia Bittencourt, presidente nacional da ABEOC, afirma que a maioria dos empreendedores é composta por pequenos que operam com equipes reduzidas, locando serviços e mão de obra de terceiros para atender sua clientela.

"Cuidamos de todos os detalhes da festa: cardápio diferenciado, decoração do ambiente, convites e lembrancinhas especiais"

Elias Pereira, proprietário da PETIT Comité

Ana Cláudia, que também é professora do curso de Organização de Eventos da Unisinos, em São Leopoldo, interior gaúcho, constata que o maior volume de pedidos vem da área social, com solicitações para comemorações de aniversários (de casamento, de 15 anos, open house), além de chás diversos (de bebê, panela, lingerie, enfim). As empresas têm sido chamadas para organizar festas juninas e até buffet em funerais, demanda que não havia antes.

Todos esses eventos, segundo Ana Cláudia, exigem cardápios especiais, decorações, ambientações e temas personalizados. Exemplo disso são as novas festas de casamentos temáticas em praias, montanhas e campos, que pedem produções de impacto. "As pessoas estão buscando serviços com qualidade, criatividade e inovação", constata a presidente da ABEOC.

O aumento da procura por empresas de eventos oferece oportunidades de negócio para pequenos empreendedores que se especializarem nessa arte. Entretanto, a presidente da ABEOC recomenda investimento em cursos de capacitação do Sebrae ou promovidos pela entidade junto à Unisinos. Além da qualificação, Ana Cláudia orienta essas empresas a produzirem seu material de comunicação, como logomarca, uniforme, cartões de visita e, se possível, criação de um site. "É importante tirar fotos e ter um portfólio para mostrar aos clientes os projetos realizados", ensina. >>

FOTOS: © GUILHERME TAMBURUS / © THAIS ANTUNES

FESTAS PERSONALIZADAS

Empreendedor do ramo gastronômico há mais de 30 anos, Elias Pereira se tornou um mestre na arte de promover eventos personalizados. Sua empresa, a Petit Comité, localizada na região do ABC paulista, criada há dois anos, presta serviços de buffet para empresas e pequenos grupos, oferecendo de brunch a jantares sofisticados.

"Cuidamos de todos os detalhes da festa: cardápio diferenciado, decoração do ambiente, convites e lembrancinhas especiais", conta Pereira, de 48 anos, que já trabalhou em grandes empresas de buffet e restaurantes. Ele decidiu aproveitar a experiência adquirida no setor para investir em um negócio próprio, com estrutura enxuta. Sua empresa funciona com apenas cinco funcionários, já que pode acessar serviços de terceiros para

atender os pedidos. Mensalmente, o empresário organiza de seis a oito eventos, com demanda maior no final de semana.

"Somos procurados pelo mercado corporativo para promover coffee break e outras reuniões, mas nossos maiores clientes são mesmo as famílias, que nos contratam para organizar festas de aniversário, encontros com amigos, bodas, chás de panela e outros eventos. Nosso objetivo é tornar esses momentos especiais e transformar sonhos em realidade", enaltece o proprietário. >>

"As pessoas estão buscando serviços com qualidade, criatividade e inovação"

Ana Claudia, da ABEOC Brasil

"Meu próximo passo é montar um blog", anuncia o empresário, que é cliente do Assaí Atacadista desde 2012, com compras nas unidades de Santo André, Ribeirão Pires e Suzano, no interior de São Paulo

Com a proposta de reunir pequenos grupos, a Petit Comité se destaca pelo atendimento personalizado, como promoção de churrascos em condomínios com cardápio exclusivo. "Fazemos costela assada, picanha invertida, acompanhada de farofa e maionese", detalha Pereira. Dependendo do gosto do cliente, ele prepara pratos com iguarias das culinárias brasileira e internacional – espanhola, alemã, árabe, enfim –, atendendo até pedidos dos vegetarianos.

Pereira adora criar pratos e temperos exóticos. Tanto é que o chef de cozinha criou uma página no Facebook intitulada Elia's Petit Comité, na qual divulga suas receitas. Ele tem, ainda, um site de sua empresa. "Meu próximo passo é montar um blog", anuncia o empresário, cliente do Assaí Atacadista desde 2012, com compras nas unidades de Santo André, Suzano, Ribeirão Pires e Suzano, no interior paulista. "Compro lá produtos de A a Z e, às vezes, paro nas lojas para reabastecer o estoque de bebidas quando estou a caminho de meus clientes", especifica o empresário.

por Edileuza Soares

SAIBA MAIS

ELIA´S PETIT COMITÉ
Ribeirão Pires - SP
Telefone: (11) 4822-1034 / 97419-3718

FOTOS: © GUILHERME TAMBURUS / © THAIS ANTUNES

Bom de barba, bom de giro e bom de lucro!

A BPC (British Personal Care) só coloca no mercado soluções de produtos para cuidado pessoal que tenham um diferencial importante para todos os envolvidos. Não é à toa que é conhecida como a empresa dos produtos "Bons Pra Caramba!"

textobras.

STILO 3 Um barbeador descartável de 1ª linha, para fazer sucesso e garantir a melhor barba para todos os tipos de pele, precisa ter tecnologia. Três Lâminas Comfort de aço MicroGrinding, Fita Lubrificante de Aloe Vera e Cabo Emborrachado.
Os Clientes agradecem e o pessoal no CheckOut fica feliz.

Moda, todos sabemos, não é nada sem cuidado. O Fashion2 é o depilador descartável com Duas Lâminas Comfort de aço MicroGrinding, Fita Lubrificante de Aloe Vera e Cabo Emborrachado sinônimo de conforto e suavidade. **Fashion 2**
As Clientes fazem fila e o CheckOut faz festa.

SAX 2 Nunca foi tão confortável, para a pele e para o bolso. O mais econômico dos barbeadores descartáveis tem Duas Lâminas Comfort de aço MicroGrinding, Fita Lubrificante de Aloe Vera e perfil mais eficiente.
Os Clientes voltam sempre e o CheckOut ri satisfeito.

BPC
British Personal Care
Quality

Telefone: (0xx11) 3849-1771

www.bluebev.com.br

Abasteça seu BUFFET

Encha o carrinho com produtos de qualidade nas lojas Assaí

Bombril Eco
Bombril

Limpeza pesada pisos 5 L
Mr. Músculo

FOTOS: DIVULGAÇÃO

Ketchup sachê
Cepera

Macarrão parafuso e penne
Chef

Cerveja
Heineken

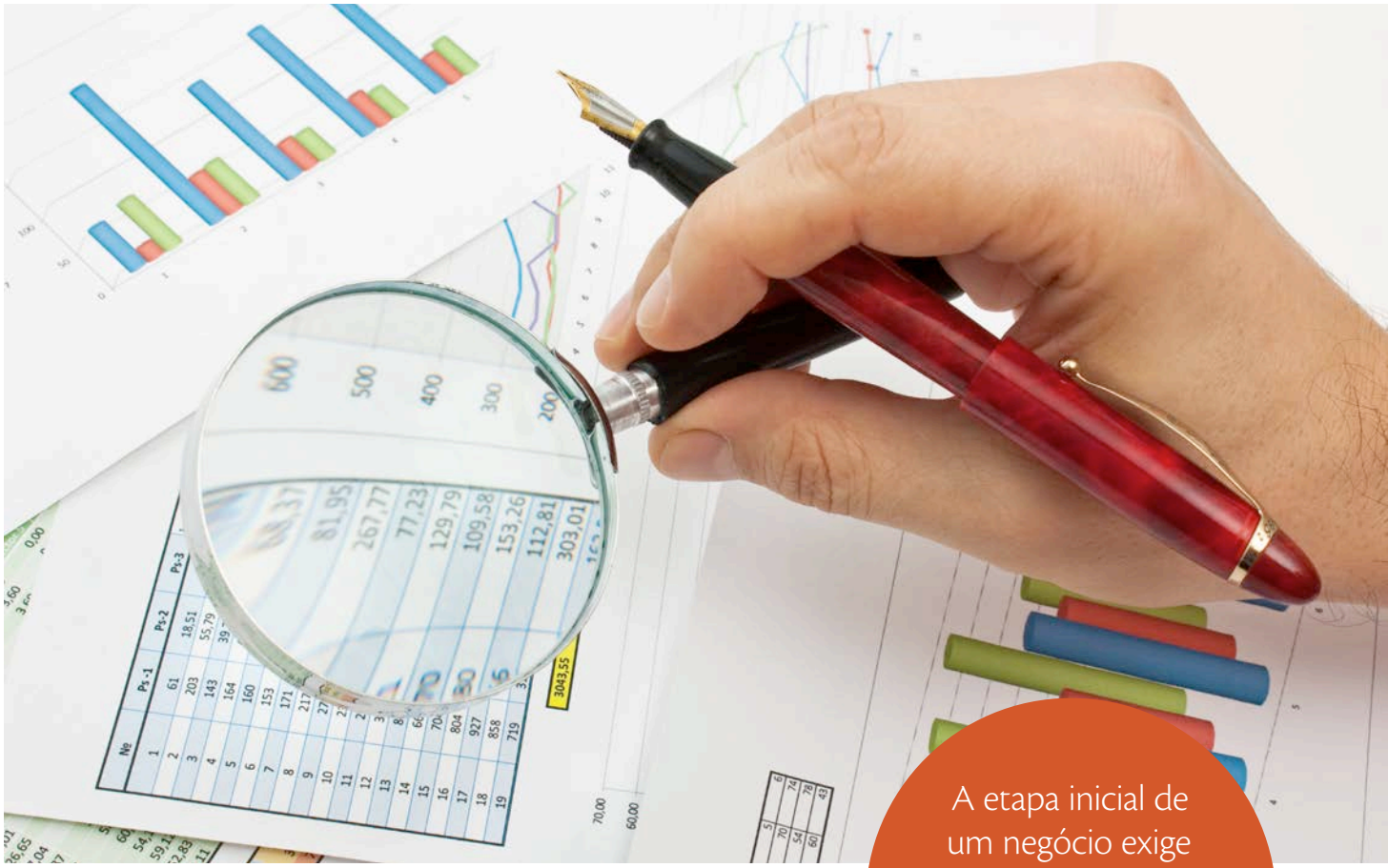
Refrigerante
Pepsi

**Consulte a disponibilidade dos produtos nas lojas*

O AÇAÍ QUE VOCÊ JÁ CONHECE, AGORA NA VERSÃO ZERO AÇÚCAR

- 25% MENOS CALORIAS
- TÃO GOSTOSO QUANTO O AÇAÍ FROOTY TRADICIONAL
- SEM ADIÇÃO DE AÇÚCAR

www.frooty.com.br



A etapa inicial de um negócio exige cuidados e muito planejamento, mas é fundamental para o sucesso da empresa

Primeiros passos

SEM TROPEÇOS

Criar um empreendimento e fazê-lo sobreviver aos primeiros anos não é tarefa fácil. Empresários que já passaram dessa fase – ou sucumbiram a ela – sabem muito bem da dificuldade para se colocar o negócio nos eixos, equilibrar as finanças, estabelecer uma relação de confiança com os clientes e criar laços produtivos com os fornecedores certos. Isso sem falar na árdua busca por funcionários de confiança, nas dores de cabeça burocráticas e nas longas horas extras de trabalho, inevitáveis para quem está comandando os passos iniciais da própria empresa.

A boa notícia é que os percalços no começo de um negócio são os mesmos para muitos empresários de primeira viagem e, por isso, as falhas mais comuns já podem ser previstas com mais antecedência. Consequentemente, soluções eficientes para problemas corriqueiros já são bem conhecidas e, quando aplicadas corretamente, fazem toda a diferença no árduo período inicial do empreendimento. Segundo Silvio Bianchi, coach financeiro e diretor da unidade de São José dos Campos da Editora DSOP, especializada em educação financeira, os primeiros anos são realmente os mais complicados, cujas dificuldades podem ser ainda maiores sem planejamento e educação financeira. "Muitos empreendimentos começam baseados somente no sonho do empreendedor, mas sem qualquer planejamento que alavanque o projeto, principalmente em termos de investi-

FOTO: SHUTTERSTOCK

mentos necessários, cálculo do capital de giro e ponto de equilíbrio. Outro erro muito comum é a falta de educação financeira do empreendedor, que muitas vezes o leva a retirar dinheiro da empresa para pagar suas despesas pessoais, sem saber se o empreendimento está em condições de suportar a retirada. Esse erro leva a uma rápida descapitalização do negócio e à falência", alerta Bianchi, já elencando os cuidados fundamentais para o princípio da caminhada de uma empresa.

Consultor financeiro do Sebrae, Wagner Paludetto também ressalta a importância de um minucioso planejamento que, elaborado antes da tomada de qualquer decisão, cubra todos os setores da empresa. "A falta de uma análise atenta pode fazer a empresa ficar sem dinheiro de reserva em menos de dez meses. Na média, um negócio leva dois anos para equilibrar suas finanças. Por isso, é importante fazer um cálculo bastante preciso das despesas e dos gastos fixos que o empreendimento terá nesse período, para não comprometer o andamento", avalia o consultor.

Outro assunto que costuma tirar o sono de empresários iniciantes é a matemática que dá origem ao preço final dos produtos. De acordo com Wagner Paludetto, um erro muito comum é estabelecer o valor com base apenas no praticado pelo mercado. Ele pede que os empreendedores tenham mais cuidado e ponderem sobre o custo da estrutura da empresa, os gastos do >>

"É importante fazer um cálculo bastante preciso das despesas e gastos fixos que o empreendimento terá nesse período, para que o andamento não seja comprometido"

Wagner Paludetto, consultor financeiro do Sebrae

"Muitos empreendimentos começam baseados somente no sonho do empreendedor, mas sem nenhum planejamento que alavanque o projeto"

Silvio Bianchi, coach financeiro e diretor da Editora DSOP

serviço e, principalmente, a margem de lucro, sem deixar de avaliar os concorrentes e manter os preços competitivos em relação ao que é praticado em estabelecimentos similares.

A forma certa de investir o lucro obtido nos primeiros anos da empresa também gera diferentes questionamentos. Para Silvio Bianchi, da Editora DSOP, o melhor investimento é aquele feito no próprio negócio. Ele avisa que, caso exista um investimento financeiro com maior rentabilidade do que o lucro do empreendimento, deve ser avaliado se vale a pena dar continuidade ao negócio, mas faz uma ressalva.

"É muito importante não tomar essa decisão focando apenas nos resultados de curto prazo, pois é necessário permitir que o negócio se desenvolva e alcance sua maturidade para conseguir maximizar seu lucro. Vale a pena estar bem-informado a respeito dos rendimentos de outros investimentos para, assim, saber quão distante o negócio está de alcançar esses rendimentos. Portanto, é muito importante fazer um bom planejamento inicial, mantê-lo atualizado e ficar sempre a par dos números do negócio", finaliza Bianchi. *por Mahani Siqueira*

FOTO: DIVULGAÇÃO

FIQUE DE OLHO

Ainda tem dúvida? Confira o que diz José Marcelo Santos, diretor financeiro do Assaí Atacadista, sobre as questões frequentes de empresários iniciantes.

Assaí Bons Negócios – Quais são as principais dicas e sugestões que você pode dar para pequenos e médios empresários iniciantes na gestão financeira de seu negócio?

José Marcelo: Ter um plano de negócios é fundamental. Mas a sugestão para iniciantes é manter controles básicos que reflitam a realidade sobre a saúde financeira do negócio. Inicialmente, um simples controle do fluxo de caixa pode ajudar bastante no dia a dia e clarear o futuro.

ABN – Quais costumam ser as falhas mais comuns de pequenos empresários nesses primeiros estágios de vida do empreendimento?

JM: A falta de planejamento mais estruturado sobre o negócio, normalmente influenciada pelo excesso de otimismo. A recomendação é ter cuidados redobrados no início. É muito importante que os empresários se informem e se capacitem para a gestão do negócio.

ABN – Em sua opinião, de que maneira os pequenos e médios empresários iniciantes devem investir seu lucro?

JM: Há diversos destinos para se dar aos lucros. Pensar em reinvestimento é um bom caminho para potencializar o retorno do negócio.

Sergio Henrique Amaral, proprietário da Amaral´s Pizzaria

Vantagens de automatizar A COZINHA

O uso de equipamentos na cozinha aumenta a produtividade, reduz custos e facilita a padronização da produção

Quando um empresário decide abrir um negócio, as condições financeiras nem sempre são favoráveis. No ramo de alimentação, muitos empreendedores, dando o passo de acordo com as pernas, estruturam incialmente cozinhas mais simples. À medida que o faturamento e a demanda aumentam, surgem condições para se pensar em automatizar processos e incrementar a produtividade.

De acordo com Alison Figueiredo, gastrônomo e diretor da GR Treinamento em Gestão de Restaurantes e Gastronomia (gestaoderestaurantes.com.br), o ideal é que todos os restaurantes já comecem suas atividades considerando a automação de processos na cozinha. Ainda que não sejam implantadas no início das atividades do estabelecimento, é fundamental prever sua execução. "A automação de processos deveria ser estudada desde o momento em que se planeja construir um restaurante, evitando carência de infraestrutura para comportar processos mais autômatos, como falta de espaços, pontos de água, luz e exaustão", orienta. Segundo ele, em ambientes que não se planejaram, é possível fazer adaptações. Entretanto, alguns casos podem precisar de reforma na cozinha.

TRANSIÇÃO

Quando a demanda de produção é alta, uma cozinha sem equipamentos logo dá sinais de que alguns processos precisam ser automatizados. De acordo com Alison Figueiredo, os principais alertas são a sobrecarga na equipe, o >>

FOTOS: © FABIO DIAS/ SHUTTERSTOCK

PROMOÇÃO tenys·pé Baruel

DE PÉ EM PÉ

Você na Europa com os pés no FC Barcelona.

COMPRE, CADASTRE E CONCORRA

WWW.PROMOCAODEPEEMPE.COM.BR

UM ENCONTRO COM NEYMAR JR

UMA CLÍNICA DE FUTEBOL NO BARÇA

5 DIAS EM BARCELONA

tenys·pé Baruel

DESODORANTE OFICIAL PARA OS PÉS DO FC BARCELONA

Período de participação: de 4/5/2015 a 4/8/2015. Sorteio dia 5/8/2015 pela extração da Loteria Federal. Consulte os produtos participantes, regulamento completo e demais condições de participação em www.facebook.com/TenysPeBaruel ou www.promocaodepeempe.com.br. Certificado de Autorização CAIXA 4-0769/2015. *Promoção exclusiva Tenys Pé Baruel.

atraso constante na produção, a reclamação de clientes devido a atrasos e o efetivo em excesso na produção. Assim que o empresário identificar tais situações em sua cozinha, o primeiro passo para automatizar sua produção é o mapeamento de processos. De acordo com o diretor da GR, essa etapa tenciona identificar, sobretudo, o tempo dispensado para cada tipo de tarefa e o método como ela é realizada. Existem vários tipos de equipamento que podem aumentar a produção dentro de uma cozinha comercial.

Como exemplo, Alison Figueiredo cita os fornos combinados, capazes de preparar diversos alimentos simultaneamente, sem transferência de cheiro ou sabor entre eles. "É possível preparar, arroz, fritas, carnes, peixes e legumes ao mesmo tempo", explica. Robson da Silva, diretor comercial da Rodriaço, indústria especializada na fabricação de cozinhas profissionais, também enaltece o forno combinado como solução de automação: "São fornos muito versáteis e vantajosos para restaurantes por quilo. As carnes, por exemplo, são assadas sem perder os líquidos, o que garante um bom aproveitamento de peso e mantém a suculência".

PIZZARIA

Proprietário da Amaral's Pizzaria, em Maringá (PR), Sergio Henrique Amaral investiu recentemente em equipamentos para a cozinha de seu estabelecimento. O empresário adquiriu uma máquina de bolear massa, outra para abrir discos de pizza, um forno de esteira, uma máquina de lavar e uma extratora de sucos de laranja. O empresário conta que ganhou, no

Confira a **GALERIA DE IMAGENS** na versão digital da revista

mínimo, três funcionários com os investimentos em automação. “Aos sábados, só para espremer laranjas, eu perdia um funcionário por mais de duas horas”, relata. Amaral revela que as vantagens vão além da produtividade. “Com o forno de esteira, eu não preciso mais de forneiro e ele evita a sujeira de lenha no estabelecimento, além de me possibilitar ganhos em tempo e padrão. A máquina boleadora também me permite padronizar a produção, fazendo com que a massa saia sempre com o mesmo peso”, detalha o empresário, cliente do Assaí Maringá desde a inauguração do atacadista na região, hoje seu grande parceiro para compras de insumos diários. >>

Otimização na cozinha

CÁLCULO DE GANHOS

Alison Figueiredo afirma que é possível calcular o retorno do investimento em automação com base na comparação entre a atividade executada pelo processo convencional e pelo automatizado. Para ilustrar o ganho, ele toma como exemplo o processo de beneficiamento da batata, que precisa ser descascada e picada no formato desejado (palito, palha, chips, brunoise, enfim).

Em seus cálculos, a atividade realizada pelo colaborador para preparar dez quilos de batata, demanda um tempo total de uma hora e 40 minutos, ao passo que com, um processador de alimentos, não dura mais do que 30 minutos. "Levando-se em conta o custo de produção, é possível obter o retorno do investimento já no primeiro mês. Tudo dependerá do tipo de equipamento necessário para automatizar um processo. Um forno combinado, por exemplo, custa a partir de R$ 20 mil, oferecendo o retorno do investimento entre 12 e 24 meses", arremata. *por João Guilherme Frey*

SAIBA MAIS

AMARAL'S PIZZARIA
Av. Mandacarú, 1199, Maringá – PR
Tel: (44) 3025-1044

GMARKETING

GRUPO EDSON QUEIROZ
Com você, na sua história.
www.indaia.com.br
/bebarefri

Fácil de pedir, impossível de resistir.

SIMPLIFICA. PEDE REFRI.

Seca urbana

MUDANÇAS CLIMÁTICAS:
o que o meu negócio tem a ver com isso?

Mesmo os pequenos estabelecimentos do ramo de alimentação têm processos cujos efeitos podem interferir no clima, casos de refrigeradores, logística de transporte e consumo de energia

Quando o assunto se trata de mudanças climáticas, as imagens que vêm à mente geralmente são das geleiras derretendo no Ártico, daquela nuvem espessa de poluição que parece nunca abandonar o céu de Pequim e das tempestades gradativamente mais fortes e imprevisíveis que caem sobre as Filipinas. Entretanto, apesar de parecer um problema distante, tais mudanças têm causas e efeitos relacionados à vida de todos.

As pequenas e médias empresas, por exemplo, também têm relação com os processos que elevam as temperaturas de nosso planeta. Considerando bares, lanchonetes, restaurantes, padarias e mercearias, os principais aspectos do negócio que contribuem para as mudanças climáticas são os gases emitidos pelos equipamentos de refrigeração, o consumo de energia elétrica e os impactos gerados pela logística de transporte.

REFRIGERAÇÃO

No ramo de alimentação, os refrigeradores figuram entre os principais elementos a gerar impactos ambientais. De acordo com Fátima Pereira Pinto, sócia-diretora da Ecouniverso, consultoria especializada em sustentabilidade empresarial, a maioria dos gases utilizados nestes equipamentos tem alto potencial de aquecimento global, pelo que já foi iniciado um processo para eliminar o uso de gases de efeito estufa. Entretanto, ainda são os mais comuns no mercado brasileiro.

Uma das formas de diminuir tal impacto é a substituição. "Existem gases muito nocivos e há uma tendência de migrarmos para gases menos nocivos. Por exemplo, a nossa loja de São José dos Campos é uma referência, pois foi inaugurada utilizando gás carbônico no sistema de refrigeração. Entretanto,

FOTO: SHUTTERSTOCK

essa tecnologia ainda é muito cara", relata Deise Rissi, gerente de obras e planejamento do Assaí.

Existem, porém, métodos mais acessíveis de reduzir os danos ao meio ambiente. Um deles é cuidar da manutenção dos refrigeradores, evitando que haja vazamentos de gases refrigerantes. No Brasil, de acordo com um levantamento apresentado no *Guia prático para supermercados mais sustentáveis*, publicado pela Associação Paulista de Supermercados (APAS), perde-se anualmente uma quantidade que varia de 39% a 109% destes gases. "Os sistemas são projetados para serem herméticos, onde o gás deveria circular sem nenhum consumo. Os vazamentos acidentais deveriam ser mínimos, mas não é este o cenário brasileiro", detalha a publicação, apontando que, em alguns países, essas perdas não são superiores a 5% ao ano.

O documento alega ainda que a má qualidade de alguns componentes e falhas na montagem dos sistemas podem até justificar parte dos problemas, mas a falta de manutenção preventiva é o ponto mais crítico.

ENERGIA

O uso de energia elétrica em pequenos estabelecimentos do varejo é mais um dos pontos de atividade do setor que influenciam as mudanças climáticas. Nesse aspecto, o importante é que o empresário busque a eficiência em seus equipamentos de modo a evitar consumo maior que o necessário. Ainda falando sobre os sistemas de refrigeração, dependendo da configuração do estabelecimento, ele chega a ser responsável por até 43% do consumo de energia total, segundo a APAS.

Também neste ponto, como explica Fernando Martinez Basilio, gerente de engenharia do Assaí, a manutenção periódica dos refrigeradores é indispensável. "A manutenção garante o funcionamento adequado do motor, evitando que a geração de calor desperdice energia. Além disso, quando há vazamento de gases, o refrigerador não tem um rendimento adequado e tende a gastar mais energia para atingir a temperatura programada", explica. >>

AR-CONDICIONADO

A climatização do ambiente da loja é outra atividade que consome muita energia. Para diminuir o impacto, o empresário pode tomar algumas medidas que aumentam a eficiência dos aparelhos de ar-condicionado. Um aspecto fundamental na eficiência da climatização é o dimensionamento correto da potência dos aparelhos de ar-condicionado em relação ao ambiente onde estão instalados. "Um aparelho com uma potência menor que a exigida pelo ambiente vai precisar trabalhar continuamente para atingir a temperatura estabelecida, ao contrário de um sistema mais potente, que atinge a meta mais facilmente e, portanto, consome menos energia para manter a temperatura", orienta Fernando Basilio.

O gerente de engenharia do Assaí diz acreditar nas boas práticas para a redução do consumo de energia elétrica. Ele dá orientações simples, mas eficazes: "Fechar bem as portas dos refrigeradores e não deixar lâmpadas acesas sem necessidade são pequenas atitudes que podem ter um resultado significativo na conta de luz".

Em relação ao consumo de energia para iluminação, existem outras práticas que geram resultados, conforme detalha a gerente de obras e planejamento do Assaí. "Em nossas lojas, adotamos o uso de telhas translúcidas e fachadas de vidro. São formas de economizar energia que podem ser adotadas também por pequenas empresas", destaca Deise.

INDEPENDENTEMENTE DO TAMANHO DA EMPRESA, ESSAS DICAS PODEM AJUDAR A REDUZIR SEUS IMPACTOS CLIMÁTICOS

Fazer a manutenção periódica dos refrigeradores permite identificar vazamentos de gás e garantir o bom funcionamento do motor. Dessa forma, o aparelho ganha eficiência energética e emite menos gases de efeito estufa.

Cuidados com a iluminação ajudam a diminuir o consumo de energia elétrica. Ações básicas, como manter as luzes apagadas quando não forem necessárias e limpar as lâmpadas para o máximo aproveitamento de sua luminosidade, podem gerar uma economia significativa. Optar por lâmpadas mais eficientes e construir o estabelecimento com fachada de vidro e telhas translúcidas são outras atitudes conscientes.

Os aparelhos de ar-condicionado consomem muita energia. Para que não gastem ainda mais, é fundamental adequar sua potência à necessidade do ambiente e captar o ar externo de pontos distantes de fontes de calor.

Os meios de transporte motorizados são grandes emissores de gases poluentes. Por isso, o empresário que oferecer opções de mobilidade a seu cliente estará contribuindo para mitigar os impactos de sua empresa no meio ambiente. Disponibilizar paraciclos e bicicletários pode ajudar bastante.

FOTOS: SHUTTERSTOCK

LOGÍSTICA

Ela lembra ainda que a logística de transporte adotada pelas empresas gera impactos no clima: "É preciso analisar a eficiência dos veículos utilizados. Isso tem muita relação com os combustíveis usados e com a idade desses veículos". Deise aponta também que as opções de mobilidade dos funcionários e clientes devem ser levadas em conta para que o estabelecimento consiga ser mais sustentável: "Uma das soluções neste aspecto é criar para os clientes possibilidades de usarem transportes alternativos para virem ao seu estabelecimento, como o nosso mais novo bicicletário da loja de São José dos Campos". *por João Guilherme Frey*

MENOS BUROCRACIA

Entre as vantagens do MEI, estão redução de impostos, direito a benefícios da Previdência Social e possibilidade de ter conta-corrente de pessoa jurídica em banco para efetuar melhores compras e ganhar competitividade

A vida de pequenos empresários ficou mais fácil. O programa Microempreendedor Individual (MEI), criado pelo governo federal, reduz as barreiras para os que trabalham por conta própria e querem regularizar seu negócio. Todo o processo de formalização é feito pela internet gratuitamente via Portal do Empreendedor.

Entre as vantagens de adesão ao modelo, destacam-se a cobrança diferenciada de impostos com custos mensais de no máximo R$ 45 e direito aos benefícios da Previdência Social, como aposentadoria. Pela lei, o Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) – o registro da nova empresa – é processado em cerca de 15 minutos, garante o programa. A figura do MEI foi criada para facilitar a entrada dos micros e pequenos negócios na economia formal. Estudos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) revelam que, antes do programa, havia no país 11 milhões de empresários desse porte na informalidade, entre comerciantes, pedreiros, mecânicos, costureiras e manicures.

Desse total, 4,8 milhões já aderiram ao MEI. Um dos grandes parceiros do MEI é o Sebrae. "Conseguimos atingir quase 50% das pessoas que tinham negócios na economia informal e se tornaram microempreendedores individuais", explica Júlio César Durante, consultor do Sebrae-SP.

"O MEI resgata a dignidade social do 'fazedor de bico', com a inclusão de sua força empreendedora na economia formal, oferecendo-lhe tratamento igualitário", contextualiza Durante. Ao aderirem ao programa, esses empresários ganham os direitos da Previdência Social, como aposentadoria, auxílio-doença, salário durante licença-maternidade para as mulheres e pensão para os dependentes em caso de morte do contribuinte. Para o consultor, a informalidade não é boa para os empresários: "Eles pagam um custo alto para operar, correndo o risco de ter sua mercadoria apreendida a qualquer momento. Também não podem crescer, nem se apresentar ao mercado". O MEI, alega ele, abre caminhos para o aumento de competitividade. Com o CNPJ, esses empreendedores têm conta de pessoa jurídica em banco, podem acessar fornecedores, obter condições diferenciadas de pagamento e realizar melhores compras.

FOTO: SHUTTERSTOCK

CONDIÇÕES PARA SER MEI

O MEI é uma nova figura jurídica instituída pelo Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte por meio da Lei Complementar nº 63, de 11 de janeiro de 1990, que já passou por várias alterações. Vigora, atualmente, a Lei nº 147, de 7 de agosto de 2014, que beneficia mais de 470 atividades econômicas que não sejam intelectuais, não contemplando, portanto, profissões regulamentadas. Para ser um MEI, o empresário deve faturar até R$ 60 mil ao ano e não ter participação em outra empresa como sócio ou titular. O regime também permite ter um empregado contratado que receba o salário mínimo ou o piso da categoria. Não há necessidade de ter loja ou lugar específico para atuar. A legislação possibilita o desenvolvimento da atividade até na própria residência, desde que com autorização prévia da prefeitura municipal.

Após o cadastramento no programa, o CNPJ e o número de inscrição na Junta Comercial são obtidos imediatamente, em necessidade de envio de qualquer documento aos órgãos de governo. >>

VANTAGENS DE SER MEI

- ✓ Cobertura previdenciária
- ✓ Contratação de um funcionário com menor custo
- ✓ Isenção de taxas para o registro da empresa
- ✓ Ausência de burocracia
- ✓ Acesso a serviços bancários, inclusive crédito
- ✓ Compras e vendas em conjunto
- ✓ Redução da carga tributária
- ✓ Controles simplificados
- ✓ Facilidade para vender para o governo
- ✓ Serviços gratuitos
- ✓ Apoio técnico no Sebrae na organização do negócio
- ✓ Possibilidade de crescimento como empreendedor
- ✓ Segurança Jurídica

EM TEMPO

Formalização

O MEI será enquadrado no Simples Nacional, regime compartilhado de arrecadação, cobrança e fiscalização de tributos aplicável às microempresas e empresas de pequeno porte, previsto na Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. Assim, esses empresários ficam isentos dos tributos federais (imposto de renda, PIS, Cofins, IPI, enfim).

A única despesa mensal do MEI será a taxa de R$ 39,40 (INSS), acrescida de R$ 5,00 (prestadores de serviço) ou R$ 1,00 (comércio e indústria) por meio de carnê emitido pelo Portal do Empreendedor. Esses valores serão atualizados anualmente, de acordo com o salário mínimo.

Empreendedores que têm dúvidas sobre o MEI podem buscar apoio gratuito do Sebrae de sua cidade. O governo oferece aos que aderirem ao programa atendimento por um escritório de contabilidade durante o primeiro ano de operação, sem custo algum. *por Edileuza Soares*

O Sebrae disponibiliza em seu canal do YouTube um vídeo que explica o passo a passo da formalização.
Confira: *http://bit.ly/1FkYsDW*

A FESTA É DE SÃO JOÃO. E QUANDO O SANTO É FORTE, TODO MUNDO VENDE BEM.

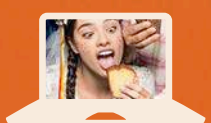
Novo

Novo

SUPORTE DE COMUNICAÇÃO

Material de PDV

Campanha de TV



Internet

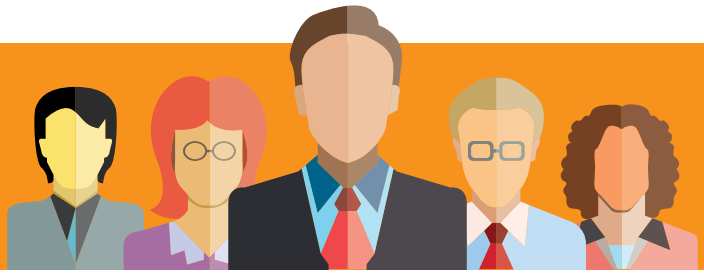
- Campanha incentivando a consumidora a fazer a festa em casa
- Lançamentos: bolos Betty Crocker e Pipoca Pronta
- Grande suporte de mídia: TV aberta e internet

Quem curte vender abastece o estoque e entra no clima. As vendas de Festa Junina serão boas demais, sô!

#FESTA JUNINA
#Quem curte faz em casa.
Yoki

PASSO A PASSO

Dez dicas para quem deseja partir para a formalização de sua ideia



1. *Antes de partir para a formalização, certifique-se de que gosta o suficiente do ramo escolhido. Você passará boa parte da sua vida no trabalho, então escolha algo com que tenha afinidade.*
2. *Em um mercado acirrado, é importante ter um diferencial a oferecer. Pense em algo de que seus concorrentes não tenham e invista nisso para sair na frente.*
3. *Faça uma pesquisa para garantir que o nome escolhido para a sua empresa está disponível. Seja criativo, mas evite nomes que possam ter uma conotação negativa.*
4. *Na hora de efetivar a formalização, busque assessoria profissional, seja um advogado ou um contador, para ter um direcionamento correto sobre a melhor forma de tributação para o seu negócio.*
5. *Com o CNPJ em mãos, é preciso ir à prefeitura ou à administração regional para requerer o alvará de funcionamento da empresa. Ele é a licença que permite o funcionamento do seu negócio.*
6. *Desde o começo, crie o hábito de usar ferramentas contábeis para gerenciar seu negócio, evitando usar somente a contabilidade fiscal.*
7. *Com a formalização, vêm todas as obrigações e encargos fiscais, por isso, organize suas finanças e reserve um capital de giro para cobrir as despesas fixas e não ser pego de surpresa.*
8. *Procure contratar profissionais dentro da lei para se resguardar de quaisquer problemas com a Justiça do Trabalho.*
9. *Estando formalizado, vá a um banco para abrir sua conta de pessoa jurídica. O relacionamento com o banco ajuda nos processos de compra e venda e pode ser uma porta aberta a financiamentos para expandir os negócios.*
10. *Depois de todos esses passos, tenha em mente que são seu trabalho e sua disposição que farão com que seu negócio prospere. Seja persistente e esteja atento às oportunidades para garantir vida longa à sua empresa.*

FOTOS: SHUTTERSTOCK

PEPSICO

essa dupla vai COWZAR

Toddy

IMAGENS ILUSTRATIVAS

Panorama do FOOD SERVICE

A consultoria GS&MD – Gouveia e Souza divulgou recentemente novos estudos sobre o segmento de *food service*. De acordo com Eduardo Yamashita, diretor de inteligência de mercado da entidade, o segmento saiu de R$ 121 bilhões para R$ 157 bilhões, de 2011 a 2014, o que representou um crescimento anual acima de 9%. Já a participação da alimentação fora do lar no gasto das famílias saltou de 24,1%, em 2002, para 33,3%, em 2014, com destaque para a classe A, que dedica entre 45% e 50% de seu orçamento para a alimentação. As classes B, C e D gastam cerca de 35%, 25% e 20%, respectivamente. O estudo também revelou que a maior participação nos gastos em *food service* continua na Região Sudeste, representando 56,4% do consumo brasileiro, seguida pelas regiões Nordeste (17,6%) e Sul (13,4%). Por fim, a pesquisa apontou também que o cash & carry continua sendo o principal canal de abastecimento dos transformadores em diversas categorias. "Independentemente do atual cenário econômico de curto/médio prazo, observamos que, apesar do forte crescimento do segmento nos últimos dez anos, ainda há espaço para mais, principalmente com as relevantes mudanças sócioeconômicas no país: participação das mulheres no mercado de trabalho, crescimento da renda, desemprego, enfim, além disso, as mudanças no comportamento dos consumidores, cada vez mais sensíveis a saudabilidade e conveniência, devem continua a alterar o panorama desse mercado nos próximos anos", afirma Eduardo Yamashita.

Feira reúne profissionais do RAMO ALIMENTÍCIO

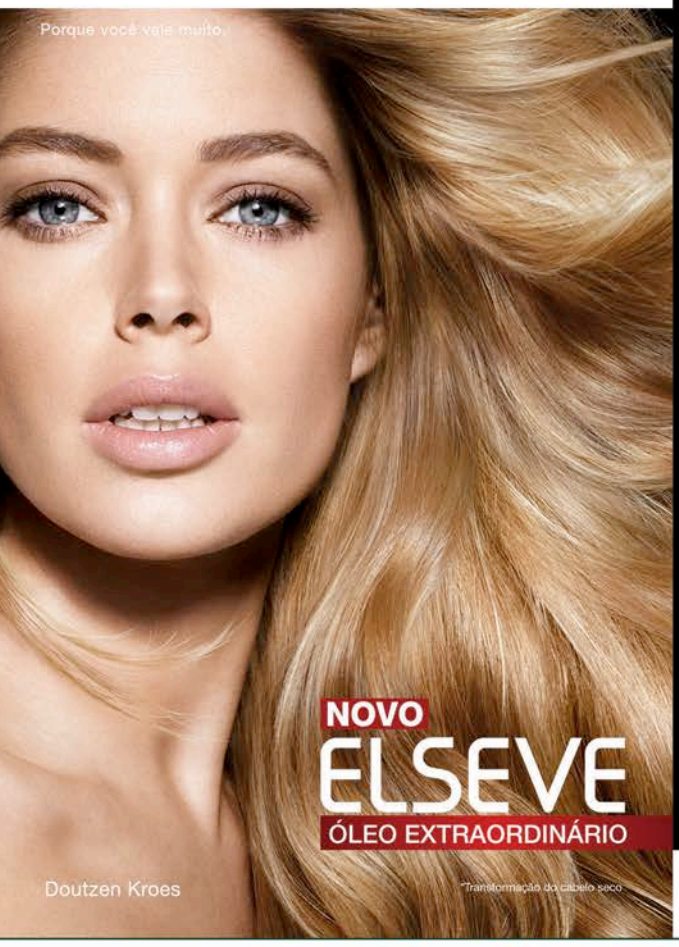
A FIPAN, principal feira de negócios de panificação, confeitaria e estabelecimentos que atuam no *food service* em geral, será realizada de 14 a 17 de julho, no Expo Center Norte, em São Paulo. O evento reúne profissionais e gestores de padarias, restaurantes, supermercados e estabelecimentos ligados ao cotidiano da produção e da comercialização de alimentos. Serão 350 expositores, de 450 marcas, com expectativa de receber 60 mil visitantes. ***fipan.com.br***

INFORMAÇÃO *especializada*

O Sebrae Inteligência Setorial, portal que já oferece informações estratégicas de alguns setores da economia, também atenderá, a partir de junho, três segmentos da cadeia alimentícia: agroindústria e bebidas artesanais, alimentação fora do lar (bares e restaurantes, panificação e confeitaria) e produção, abastecimento e distribuição. Desenvolvido pelo Sebrae-RJ, o programa já atende os setores de construção civil, moda, turismo e petróleo & gás do Rio de Janeiro. Segundo o gerente de conhecimento e competitividade do Sebrae-RJ, Cezar Kisrzenblatt, o segmento possui uma cadeia extensa, que abrange desde produção e distribuição até chegar à ponta, os consumidores. "A cadeia tem grande importância no Rio, principalmente porque temos uma extensa rede de bares, restaurantes e hotéis. A gastronomia também tem se destacado com a geração de novos negócios e ganhado popularidade por meio de feiras e eventos". Os materiais podem ser consultados no site: ***sebraeinteligenciasetorial.com.br***

FOTOS: DIVULGAÇÃO / SHUTTERSTOCK

O PODER NUTRITIVO DE 6 ÓLEOS EXTRAORDINÁRIOS
O CABELO SECO RENASCE COM O BRILHO MÁXIMO*



NOVO
PARA CABELOS SECOS
DESDE O 1° USO, 2X MAIS NUTRIÇÃO**

NOVO
PARA CABELOS MUITO SECOS
DESDE O 1° USO, 3X MAIS NUTRIÇÃO***

SHAMPOO 400ml | CONDICIONADOR 400ml | CREME DE TRATAMENTO 1KG | CREME DE TRATAMENTO 300g | CREME PARA PENTEAR 250ml

** Teste instrumental, uso conjunto do shampoo, condicionador e ampola versus shampoo clássico.
*** Teste instrumental, uso conjunto do shampoo e condicionador versus shampoo clássico.

L'ORÉAL PARIS

GARNIER

APAGUE 2 ANOS DE DANOS EM 5 USOS

NOVO FRUCTIS APAGA DANOS

SHAMPOO 400 ML

CONDICIONADOR 400 ML

CREME PARA PENTEAR 250 ML

CREME DE TRATAMENTO 300 G

Capacitação

Cursos & projetos

CONTROLE *de finanças*

O Sebrae EAD oferece em seu portal o curso gratuito e digital Programa Varejo Fácil – Controles Financeiros, cujo objetivo é desenvolver habilidades de controle financeiro para melhorar o processo de tomada de decisões cotidianas no pequeno varejo. É destinado aos empresários e profissionais do comércio varejista que tenham interesse em obter noções básicas de controle financeiro e aplicá-las às suas empresas.

>> CARGA HORÁRIA: *15 horas*
INFORMAÇÕES: *bit.ly/1KhPcpw*

Comidas típicas para FESTA JUNINA

No portal IPED, você encontra cursos online sobre temas de várias áreas do conhecimento. Neste, em especial, o aluno aprenderá a elaborar pratos típicos para festas juninas. É uma boa oportunidade para variar o cardápio de seu restaurante ou lanchonete e encantar seus clientes, além de aproveitar o clima de festa. O programa abrange receitas como maçã do amor, quentão, bolinho de fubá e muitas outras delícias.

>> CARGA HORÁRIA: *100 horas*
INFORMAÇÕES: *bit.ly/1GtBKga*

FOTOS: SHUTTERSTOCK

BOAS PRÁTICAS

para serviço de alimentação e distribuição

O manipulador/distribuidor de alimentos deve atender à legislação higiênico-sanitária vigente e aplicar os procedimentos de boas práticas, que visam à comercialização de alimentos seguros em benefício da saúde dos consumidores. Gratuito e online, o curso oferecido no portal do Senac EAD destina-se a profissionais de comércio e serviço e pessoas que desejam conhecer melhor o assunto.

>> CARGA HORÁRIA: *20 horas*
INFORMAÇÕES: *bit.ly/1Hmn7r5*

MAÎTRE

Para ser um maître, o profissional precisa ser capacitado para atender bem os clientes, possuir boas maneiras e ser cortês. Outras características interessantes são agilidade, raciocínio rápido, capacidade de observação e de organização. Eis algumas das premissas desse curso, destinado a profissionais que atuam na área de atendimento em restaurantes. O curso é online e gratuito no portal do Senac EAD.

>> CARGA HORÁRIA: *63 horas*
INFORMAÇÕES: *bit.ly/1AoOL9F*

Parceria

Bagagem PREMIADA

Assaí Atacadista e P&G realizam promoção que vai sortear 30 carros repletos de produtos para os clientes

FOTO: DIVULGAÇÃO

Conhecido pela proposta de funcionar como uma espécie de estoque para o pequeno empreendedor, o Assaí Atacadista trabalha para que esses empresários possam fazer a reposição diária de suas vendas, ao mesmo tempo em que garante rentabilidade, economia de tempo, otimização do capital de giro e qualidade para o cliente comerciante. A nova campanha, realizada em parceria com a P&G, – grupo responsável por marcas como Pampers, Ariel e Gilette –, tem o objetivo de premiar justamente esse perfil de consumidor da rede. A promoção "Carrão de Prêmios", válida entre os dias 25 de maio e 15 de julho, vai sortear 30 carros recheados de produtos das marcas participantes. Funciona assim: a cada R$ 100 em compras de produtos P&G, o cliente recebe um cupom para preencher com seus dados e depositar nas urnas instaladas nas 83 lojas participantes da promoção. O resultado e os nomes dos ganhadores serão divulgados na primeira semana de agosto. Como a campanha é voltada para comerciantes que visitam o As-

saí em busca de produtos para renovar o estoque de seus empreendimentos, o modelo de carro escolhido para a promoção foi o Renault Kangoo, veículo que possui as dimensões ideais para empresários desse segmento. Serão 30 unidades sorteadas, todas repletas de produtos P&G.

Ao longo do período da promoção, todas as lojas participantes terão um reforço na exposição das marcas envolvidas, com pontos extras de venda dos produtos P&G e uma nova decoração especial, desenvolvida para a ação no PDV. A promoção "Carrão de Prêmios" ainda terá anúncios durante o Domingão do Faustão e diversos spots de rádio e outras formas de ativação, principalmente em redes sociais. Segundo Marly Yamamoto Lopes, gerente de marketing do Assaí, a ideia é estimular o consumidor, avisando-o a respeito da promoção e buscando sua adesão por meio de uma comunicação eficiente e direta.

A gerente de marketing do Assaí comenta também que a parceria com a P&G ajudará a rede a aumentar a visibilidade das marcas, já que a promoção acontece exclusivamente nas lojas. Ela ainda garante que a promoção é uma forma de mostrar ao consumidor que tanto o Assaí Atacadista quanto a parceira estão sempre pensando em ações para beneficiar o cliente comerciante. Para Erich Prats, da equipe de marketing da P&G, a iniciativa só tem vantagens a oferecer a todos os lados envolvidos.

"As promoções são ferramentas importantes para gerar experimentação dos nossos produtos. Dada a qualidade superior das marcas da P&G, a taxa de recompra é muito elevada e, assim, aumentamos a base de consumidores das marcas. A promoção muitas vezes é a porta de entrada de muitos consumidores nas categorias ou no primeiro contato com a marca e realizamos esses esforços ao longo do tempo para garantir que estamos sempre conquistando novos consumidores, especialmente em momentos de transformação econômica no país", finaliza Erich. *por Mahani Siqueira*

Clientes em FOCO

CARRINHO CHEIO

O dono do Joinha Lanches, Valmir de Lima, estava em busca de bebidas e frutas. A visita ao Assaí é uma rotina que ele faz oito vezes por mês.

Maria do Nascimento Azevedo é proprietária da Deguste Pães. Ela vai ao Assaí quatro vezes por semana. Desta vez, estava em busca de detergente e outras ofertas.

Loja Assaí Natal (RN)

Antônio Francisco de Mederos, proprietário da Panificadora BR, conta que vai ao Assaí duas vezes por semana para abastecer seu estoque.

FOTOS: © RENATO SILVA

>>

Ser brasileiro é mais gostoso!

MITSUI ALIMENTOS

www.mitsuialimentos.com

Clientes em FOCO

O Assaí também oferece economia nas compras de casa. Quem confirma é o João Soares da Silva, que vai ao Assaí uma vez por mês para abastecer sua despensa.

Debora Vitória Xavier Ramos frequenta a loja todos os dias. Nessa atividade diária, ela busca produtos para o seu comércio varejista.

Loja Assaí Natal (RN)

Sebastião Vicente de Melo, do Espetinho do Tião, colocou no carrinho carne, água mineral e refrigerante. Ele conta que vai ao Assaí cinco vezes por mês.

Ivonaldo Ferreira da Silva é cliente assíduo do Assaí. Ele vai ao atacadista duas vezes por semana para abastecer seu mercado de bairro.

FOTOS: © RENATO SILVA

PROMOÇÃO

Comer bem dá prêmios

mais retorno para o seu negocio

é só comprar para concorrer a 3 VW Up! 0 km + 55 kits

A Urbano comemora 55 anos de mercado e é hora de parabenizar a todos que acreditaram nesse sucesso. Com a promoção “Comer bem dá prêmios”, serão sorteados três carros Volkswagen Up! e 55 kits especiais. Você pode concorrer ao se deliciar com os produtos do mix participante e ainda aproveitar a movimentação que essa promoção trará ao seu ponto de venda. Pode celebrar – o aniversário é nosso, mas você é quem ganha o melhor presente.

URBANO 55 anos

Para maiores informações acesse www.promocaourbano.com.br. Promoção com restrições, intransferível, válida entre 01/05/2015 a 31/07/2015. Para participar basta você adquirir um produto Urbano que faz parte da promoção “Comer Bem da Prêmios”, fazer o cadastro do produto e do cupom fiscal no site oficial da promoção, guardar a embalagem e o cupom fiscal para comprovante de compra dos produtos e aguardar os sorteios. O resultado será divulgado nos dias 03/06/2015, 06/06/2016, 10/06/2015, 13/06/2015, 17/06/2015, 20/06/2015, 24/06/2015, 27/06/2015, 01/07/2015, 04/07/2015, 08/07/2015, 12/07/2015, 15/07/2015, 18/07/2015, 22/07/2015, 25/07/2015, 28/07/2015 e 01/08/2015.

Certificado de Autorização CAIXA nº 1-0149/2015 Imagens meramente ilustrativas.

NOWELMET

NOSSAS LOJAS

ALAGOAS

Assaí Maceió
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 Jequié
Avenida Cesar Borges, s/n
CEP: 45200-970 - Jequié
Telefone: (73) 3526-7423

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

NOVA LOJA

Assaí Vitória da Conquista
Av. Anel do Contorno, s/n
Cep: 45000-100 – Vitória da Conquista
Telefone: (77) 3425-0072 / 3425-0347

CEARÁ

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

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

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

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

Assaí Sobral
Rodovia BR 222, 3638
CEP: 62051-402
Cidade Gerardo Cristino de Menezes
Telefone: (88) 3614-0008 / 3614-4523

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

DISTRITO FEDERAL

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

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

GOIÁS

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

MATO GROSSO

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

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

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

MATO GROSSO DO SUL

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

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

PARAÍBA

Assaí Campina Grande
Av. Assis Chateaubriand, SN
CEP: 58414-060 - Campina Grande
Telefone: (83) 3331-3507 / 3331-1984

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

PARANÁ

Assaí Londrina
Avenida Tiradentes, 4650
CEP: 86072-000 - Londrina
Telefone: (43) 3357-9026 / 3357-9131

Assaí Maringá
Rua Rubens Sebastião Marin, 1820
CEP: 87045-020 - Maringá
Telefone: (44) 3472-3600 / 3472-3604

PERNAMBUCO

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

Assaí Garanhuns
Avenida Irga - PE -177
CEP: 55297-320 - Garanhus
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

Assaí Paulista
BR 101, 5800
CEP: 53416-710 - Paulista
Telefone: (81) 3437-8701 / 3437-8702

RIO DE JANEIRO

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

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

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

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

RIO GRANDE DO NORTE

Assaí Natal
BR-101, s/n
CEP: 59000-000 - Natal
Telefone: (84) 3218-5529 / 3218-5528

SÃO PAULO

ALTO TIETÊ
Assaí 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

SEARA

Temos os melhores produtos para o seu inverno!

EXPERIMENTE

A QUALIDADE VAI TE SURPREENDER!

NOSSAS LOJAS

GRANDE SÃO PAULO

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

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

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

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

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

Assaí Fernão Dias
Rodovia Fernão Dias, s/n, km 86,4
CEP: 02283-000 – São Paulo
Telefone: (11) 2242-4668 / 2242-4123

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

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

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

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

Assaí 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

NOVA LOJA

Assaí São José dos Campos
Av. Dr. Sebastião Henrique da Cunha Pontes, 4600
Cep: 12238-365 – São José dos Campos
Telefone: (12) 3570-0121 / 3570-0122

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

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

Assaí Taboão da Serra
Av Felício Barutti, 3040
CEP: 06757-000 – Cidade Intercap
Telefone: (11) 4771-0606 / 4711-8711

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

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

INTERIOR

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

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

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

Assaí Limeira
Rua José Bonifacio, 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

ASSAÍ
ATACADISTA
DESDE 1974

KIBON®

Unilever

APROVEITE AS NOSSAS NOVIDADES DE VERÃO!

Sorveteria

NOVO

Pudim

Passas ao Rum

Laka

ChicaBon

Pistache

BLAST

NOVO

COM QUEIJO E GOIABADA!

Romeu & Julieta

Sonho de Valsa

Diablito

Paçoca

Bolo de Chocolate

Diamante Negro

3 Seleções

NOVO

Floresta Negra

Light

Light

Light

Cremosíssimo!

flocos

creme

napolitano

carioca

napolitano especial

Imagens meramente ilustrativas.

HUGGIES®

TURMA DA Mônica©

A 1ª Fralda Roupinha do mercado!

Experimente!

Kimberly-Clark
Essencial para uma vida melhor