

assaíbons negócios

assai.com.br

RUMO certo

Mercado de festas infantis cresce e abre oportunidades para muitos empresários do setor

PALAVRA DE especialista

Veja como é possível trabalhar o pós-venda transformando-o em recompensa

Em

CRESCIMENTO

Na contramão da crise, donos da Pizzaria Cazaroto comemoram expansão dos negócios

O sorvete que o não pode faltar



consumidor ama* na sua loja!



* Top of Mind 2015.

Imagens meramente ilustrativas.



KIBON®

tenys.pé

Baruel

24 HORAS
DE PROTEÇÃO

PÉS SECOS E
PROTEGIDOS

CUIDADO
DIÁRIO



tenys.pé
Baruel

Nº1 EM DESODORANTE PARA OS PÉS!

EDITORIAL



UM PASSO À FRENTE

Damos as boas-vindas a 2016 com positivismo e a confiança de que vamos seguir em frente, plantando e colhendo bons frutos. Encerramos 2015 com mais sete lojas sendo inauguradas no último trimestre; ao todo, expandimos a rede em 11 lojas ao longo do ano que passou, chegando a 95 unidades em todo o País. Um feito que nos orgulha, mas que também reafirma nosso compromisso de, a cada ano, levar nosso conceito de economia e qualidade a mais brasileiros. Por isso, já está programada, para este primeiro semestre, a abertura de cinco novas lojas.

Com esse sentimento, preparamos esta edição da revista **Assaí Bons Negócios**, a primeira do novo ano, destacando uma história que nos enche de esperança e que mostra ser possível crescer mesmo em tempos de economia fraca. Um casal de empresários de São Paulo percebeu a oportunidade e acelerou os negócios com a abertura de uma nova unidade de sua pizzaria, com o triplo de capacidade de atendimento. Uma ousadia consciente e que trouxe bons resultados, como você vai conferir na reportagem de capa.

Para os donos de comércio no litoral, quando passa a alta temporada, sempre existe a preocupação de como manter aquecido o negócio nos meses seguintes. Conversamos com alguns clientes que operam em cidades litorâneas e mostramos, no “Especial - Comércio no litoral”, o que eles fazem para segurar e diversificar sua clientela nas outras estações do ano.

Em se tratando de sustentabilidade, encontramos na arquitetura uma alternativa viável e bem interessante para os contêineres que são descartados. Eles se transformam em matéria-prima para a construção de pontos comerciais e até mesmo de moradias. Com baixo custo de execução, tornam-se uma opção criativa para muitos empresários.

Você também vai conferir: dados do crescente mercado de festas infantis; dicas de um especialista sobre motivação, venda e pós-venda; e vai conhecer detalhes sobre o novo portal do Assaí, muito mais dinâmico e moderno, recheado de conteúdo exclusivo, que pode contribuir para o seu crescimento. E, para fechar, conheça alguns dos premiados da promoção de aniversário do Assaí, realizada em 2015, e fique por dentro dos principais acontecimentos da rede.

Ótima leitura!

Belmiro Gomes
Presidente do Assaí



Baixe gratuitamente
o aplicativo da revista
Assaí Bons Negócios

 /assaiaatacadistaoficial

 /assaioficial

 /assaioficial

 Assaí Atacadista - GPA

EXPEDIENTE

CONSELHO EDITORIAL ASSAÍ ATACADISTA Presidente do Assaí Belmiro Gomes **Diretor Comercial** Wlamir dos Anjos **Gerente de Marketing** Marly Yamamoto Lopes **Supervisão e Coordenação da Revista** Cristiane Costa **MEGAMÍDIA GROUP** Presidente Celso A. Hey **MEGAMÍDIA EDITORA** **Coordenação Geral** Natu Marques MTB 8763 **Coordenação** Juliana Fernandes **Design** Maurício Ribeiro **Edição de arte** Suellen Cristina Winter **Colaboradores da edição** (texto) Edileuza Soares, João Guilherme Frey, Letícia Murta e Solange Calvo (foto) Andrea Nestrea e Guilherme Tamburus **Revisão** Rodrigo Castelo **PUBLICIDADE** **Gerente Comercial** Fernanda Fadel Hey - fernandafadel@megamidia.com.br **Representante Comercial** Lucas Rispoli - lucas.rispoli@megamidia.com.br **Atendimento Publicitário** Carlyne Bruce **Projeto Editado por MegaMídia Group** Dúvidas e Sugestões (41) 2106-8576 / revista@megamidia.com.br - Rua Brigadeiro Franco, 3991 - Rebouças - Curitiba-PR CEP 80.220-100 - Fone: (41) 2106-8500 - megamidia.com.br / Impressão Serzegraf - Distribuição Dirigida - Venda Proibida



assaibons
negócios



10 ASSAÍ NA INTERNET
Confira o que foi destaque no canal digital do Assaí

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

ESPECIAL PÁSCOA

Confira dicas para aproveitar a data



14



18

CAPA MEU NEGÓCIO, MINHA HISTÓRIA

Pizzaria Cazaroto amplia os negócios com nova unidade



24

INSTITUCIONAL

Conheça o novo portal do Assaí



28 ESPECIAL LITORAL

Como trabalhar o negócio para trazer bons resultados o ano todo

34 VISÃO DE MERCADO

As academias abrem um novo mercado para a alimentação saudável

ESCOLHA PIRELLI E ASSUMA O CONTROLE.



P ZERO™ SOFT



P ZERO™ MO

**PNEUS DIFERENTES, A MESMA TECNOLOGIA.
ESCOLHIDOS PELA FORMULA 1® E PELAS
MELHORES MONTADORAS. SIGA O EXEMPLO DELAS.**



POTÊNCIA NÃO É NADA SEM CONTROLE

The F1 FORMULA 1 logo, F1, FORMULA 1, FIA FORMULA ONE WORLD CHAMPIONSHIP, GRAND PRIX and related marks are trade marks of Formula One Licensing B.V., a Formula One Group Company. All rights reserved.



40

◀ RUMO CERTO

A boa fase do mercado de festas infantis

PONTO DE VENDA

Como os contêineres podem ser boa opção na arquitetura comercial



VIDA SUSTENTÁVEL

Parceria entre Assaí e Sindipan se renova para 2016



62



52

48 PALAVRA DE ESPECIALISTA

Consultor fala sobre motivação, atendimento e pós-venda

58 ASSAÍ ACONTECE

Conheça alguns dos premiados na campanha de aniversário do Assaí

66 FOOD SERVICE

Novidades e lançamentos do setor

70 CAPACITAÇÃO

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

PRESUNTO SABOROSO É AURORA


a hora mais gostosa do dia



Presunto Aurora é feito somente com pernil suíno, ingredientes selecionados e o mais alto padrão de qualidade. Experimente. Com ele tudo fica mais gostoso.



+ INFORMAÇÃO

Acompanhe no blog Assaí Bons Negócios informações sobre seu negócio. Trata-se de um conteúdo exclusivo, desenvolvido diretamente para você, com dicas de especialistas para melhores práticas e receitas para atender às demandas de seu estabelecimento. Confira, abaixo, alguns dos assuntos mais lidos em dezembro e janeiro.



Serviço de **DELIVERY** atrai clientes

Com o agito das grandes cidades, consumidores buscam, cada vez mais, serviços que proporcionem comodidade e praticidade para o dia a dia. bit.ly/1nCCxW6

Torta de manga e **GENGIBRE**

Uma sobremesa refrescante para fazer no verão usando manga. Confira a receita na íntegra: bit.ly/1TrjGco



Os benefícios do peixe **NA ALIMENTAÇÃO**

A grande maioria dos textos sobre alimentação saudável certamente vai incluir uma dieta com porções semanais de pescados. O ideal é que, ao menos duas vezes por semana, a proteína do prato seja o peixe, preferencialmente de águas frias, como é o caso do salmão, da truta e do arenque – eles estão associados à redução dos fatores que causam doenças cardiovasculares. bit.ly/10USNQH



REDES SOCIAIS



twitter.com/assaioficial



youtube.com/assaioficial



facebook.com/assaiaacadistaoficial

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



LEIA **+**

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



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



REVISTA DIGITAL

Com apenas um clique, é possível acessar todo o conteúdo das edições da **Revista Assai Bons Negócios** em seu tablet ou smartphone. Basta baixar o app em seu aparelho. Na versão digital, você ainda confere conteúdos extras e interativos, entre 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
Assai Bons Negócios
num dos aplicativos
e fazer o download
da revista



www.cervejatherezopolis.com.br

@cervejatherezopolis

/cervejatherezopolis



*Se é especial,
merece Therezópolis.*





Loja Assaí Camaragibe (PE)



Loja Assaí Pirajussara (SP)



Loja Assaí Maracanaú (CE)

NOVAS LOJAS

O Assaí Atacadista fechou 2015 com quatro novas lojas inauguradas em dezembro. Com essa ampliação, a rede chega ao total de 95 unidades distribuídas pelo país. O estado de Pernambuco recebeu duas: uma no município de Camaragibe, a 15 quilômetros do Recife e outra no bairro de Imbiribeira, na capital. O Ceará ganhou sua sétima unidade, na cidade de Maracanaú, na região metropolitana de Fortaleza, considerado o maior polo industrial do estado. “Estamos em um processo muito intenso de expansão. Desde 2013 inauguramos 30 novas lojas e o Nordeste é, sem dúvida, um dos nossos grandes focos. Por isso, chegamos a Maracanaú com o objetivo de sermos uma alternativa econômica para as compras em grandes volumes, tanto para o cliente que precisa abastecer o seu estabelecimento, quanto para o consumidor final, que busca economizar nas compras do mês”, explica Belmiro Gomes, presidente do Assaí. Já em São Paulo, a expansão chegou à sua 51ª unidade com a nova loja Assaí Pirajussara. “Investimos em mais essa unidade na cidade de Taboão da Serra, principalmente pela importância econômica da região e pela localização estratégica do município, próximo a outros grandes centros, como Osasco, Itapeverica da Serra e Embu das Artes. Desta forma, o Assaí se consolida como uma alternativa econômica para os clientes dessas regiões”, afirma o presidente da rede. O investimento total nas novas lojas foi de mais de R\$ 200 milhões. Ao todo, foram 11 inaugurações no ano passado.

Dia de SOLIDARIEDADE

No dia 05 de dezembro de 2015, o Instituto GPA, com o apoio da Fundação Grupo Casino, realizou o Dia de Solidariedade, arrecadando 700 toneladas de alimentos. Foi o terceiro ano consecutivo em que a ação aconteceu, com o objetivo de proporcionar um Natal mais feliz e solidário às famílias carentes do Brasil. Do total arrecadado, o Instituto GPA doou 62 toneladas e a rede Assaí Atacadista somou outras 64 toneladas de alimentos, o que beneficiou cerca de 116 mil famílias. A iniciativa contou com a ajuda de mais de 9 mil voluntários.



Foi com a sua ajuda que alcançamos grandes resultados!



INOVAÇÃO EM TI

Para dar suporte ao crescimento acelerado da rede Assaí, a área de Tecnologia da Informação da companhia desenvolveu um software de localização que permite identificar os potenciais clientes nas regiões onde o Assaí está inserido. Batizada de TOT, a ferramenta conta com uma base de aproximadamente 18 milhões de empresas

brasileiras – de acordo com a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) –, contempla informações do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), com dados de macro e microrregiões econômicas, além de detalhes de geoposicionamento. Como o principal público-alvo da rede de atacado de autosserviço é formado justamente por pequenos e médios comerciantes, o software permite ao Assaí segmentar o ramo de atuação dessas empresas e fazer uma busca precisa daquelas que estão nas proximidades da loja a ser inaugurada. “Assim, é possível conhecer os potenciais clientes de determinada localidade, oferecer as melhores ofertas segmentadas e, conseqüentemente, fidelizar. Este é o principal objetivo quando chegamos a uma nova região”, explica André Campos, Diretor de TI do Assaí Atacadista. O TOT foi criado em seis meses pela equipe interna da rede e já foi utilizado, por exemplo, na inauguração de Duque de Caxias. Hoje, as 95 lojas no Brasil já podem contar com a ferramenta.

The advertisement is split into two scenes. The left scene shows a family of four in a kitchen; a man is cooking, a woman is talking to a young girl, and another girl is pointing at something. The right scene shows a woman in a white bathrobe kneeling to talk to a young girl in a pink bathrobe in a bathroom. The background is a soft, light green gradient. The Scotch-Brite logo is in the top left, and the slogan 'Cada dia uma história' is in the top center. At the bottom, there is a collection of Scotch-Brite cleaning products including sponges, pads, and gloves. The 3M logo is in the bottom right corner.

Scotch-Brite

*Cada dia
uma história*

Limpar a cozinha e o banheiro é preparar a casa para momentos inesquecíveis. Conheça a nossa linha completa para limpeza caseira em www.scotch-brite.com.br/novoscomecos.

Limpar é começar uma nova história.

3M

TEMPO DE FATURAR



Quaresma gera expectativa de lucros para o setor de alimentação

A QUARESMA ANUNCIA A TEMPORADA DE LUCROS PARA MUITOS RESTAURANTES, PRINCIPALMENTE AQUELES QUE DEDICAM PARTE DE SEUS CARDÁPIOS PARA PEIXES E FRUTOS DO MAR. SEGUNDO ESTIMATIVAS DO SETOR, O FATURAMENTO PODE AUMENTAR EM ATÉ 30%.

Em tempos de preços altos e inflação descontrolada, tem melhores resultados quem consegue unir um bom cardápio a ingredientes rentáveis. Para essa equação ser positiva é importante escolher os melhores pescados, aqueles que agradem ao paladar da clientela, mas que também gerem lucro.

A Páscoa ainda é responsável por aquecer a venda de chocolates no mercado varejista e impulsionar o negócio de muitas famílias que apostam na produção artesanal para gerar renda extra. É possível ter uma margem de lucro de até 100% na venda de chocolate artesanal. A cada ano, cresce o consumo do produto no País e, segundo balanço da Associação Brasileira da Indústria de Chocolates, Cacau, Amendoim, Balas e Derivados (ABICAB), o Brasil é o terceiro maior produtor e quarto maior consumidor de chocolate do mundo.



Um dos peixes mais nobres e procurados na Semana Santa é o bacalhau. Mas os peixes frescos e os frutos do mar também estão ganhando espaço na mesa dos brasileiros

Por isso, o comércio se prepara para atender consumidores e também empresários do setor de alimentação. No Assaí Atacadista, em todas as suas 95 lojas espalhadas pelo Brasil, é possível encontrar desde peças de pescados – como o bacalhau (seco, salgado, inteiro, fracionado, dessalgado congelado, filé, lombo e em postas congeladas) tradicional nesta época do ano – até uma imensa variedade de chocolates, entre ovos de Páscoa das grandes marcas e barras que servem de matéria-prima para transformadores.

TRADIÇÃO E SABOR

Um dos peixes mais nobres e procurados na Semana Santa é o bacalhau. Mas os peixes frescos e os frutos do mar também estão ganhando espaço na mesa dos brasileiros e no cardápio especial para o período. A chef de cozinha Ana Spengler explica que a tradição cristã de comer peixe na Sexta-Feira Santa acabou abrindo portas para os frutos do mar, em especial

o camarão, nos mais diversos preparos. De acordo com a chef, os cuidados na hora de comprar são fundamentais para garantir a qualidade do prato. “Ao comprar o produto fresco é essencial avaliar a aparência, a textura e o cheiro, que irão denunciar um produto fora das condições de consumo. Deve estar firme, com brilho vivo e com cheiro característico de água do mar. Hoje em dia, o cuidado com o pescado congelado é muito criterioso, o que garante a conservação das características que tinha quando fresco. E também são importantes os cuidados no descongelamento, que deve ser feito sob refrigeração, de um dia para o outro”, explica.

O descongelamento deve ser feito colocando na geladeira o pacote que possui os frutos do mar, em uma parte mais baixa e, por isso, menos fria, e deixar que eles descongelem. Para limpar e preparar, Ana explica que o mais importante é não deixar sem refrigeração por muito tempo. “Cos-

tumo temperar e voltar ao refrigerador até o momento do preparo. Como o sal desidrata um pouco os frutos do mar, descarto o líquido que é desprendido ao temperar, e dessa maneira evito que se forme água na panela no momento da cocção”.

PRATOS BEM ELABORADOS

A principal regra para preparar frutos do mar é não cozinhar demais. A razão é que o cozimento é mais acelerado do que o de outras carnes, pela estrutura muscular que faz com que, no caso dos peixes e mariscos, sejam mais fáceis de dilacerar, ou seja, são mais macios. A chef orienta a usar temperos leves, pela delicadeza dos sabores dos frutos do mar. >>

ESPECIAL PÁSCOA - Aproveite a sazonalidade



“Normalmente uso sal, pimenta-do-reino branca (sem excesso) e um pouco de sumo de limão. E não abro mão de ervas frescas. Minhas preferidas são o coentro, o endro e o tomilho. Com frutos do mar jamais uso sálvia e cominho”.

Com a definição do pescado, é hora de escolher o acompanhamento para compor o prato. “O camarão tem sabor mais delicado que o marisco, por exemplo, e isso deve ser considerado na hora de definir a guarnição. Gosto de usar tubérculos: batata salsa, mandioca, batata doce. Além da diversidade de preparos e sabores, são substanciosos. Uma combinação mais ousada, que aprecio bastante, é usar bacon com camarão e lagosta”, indica.

90 ANOS SUPREMO
Queijos Especiais

A Qualidade exata que você exige.

Queijo Tipo Emmental
SUPREMO

Queijo Tipo Gruyere
SUPREMO

Queijo Tipo Gouda
SUPREMO

Queijo Prato Italiano
SUPREMO

QUEIJS **Buritis**
Feito Para Você

laticiniosburitis.com.br

CHOCOLATES DE TODOS OS TAMANHOS

O Assaí Atacadista trabalha com ovos de Páscoa das mais renomadas marcas, oferecendo variedade para todos os tipos de clientes. Os melhores fornecedores estarão com seus produtos disponíveis nas lojas. A grande aposta são os ovos infantis, de acordo com Wlamir dos Anjos, diretor comercial do Assaí. "Ovos de Páscoa com brindes sempre são os produtos mais procurados para as crianças. Teremos um sortimento com muitos lançamentos e personagens", garante.

Há ainda uma grande oferta de produtos para empreendedores que atuam com a produção de chocolate caseiro e têm demanda aumentada durante este período. Além dos ovos, as trufas, os bombons e os doces têm grande aceitação. "Temos uma forte expectativa para venda antecipada de coberturas de chocolate para este ano. Muita gente complementa a renda com produção própria e venda de ovos de Páscoa caseiro", afirma o diretor comercial.

por Leticia Murta



DELÍCIA SUPREME A MARGARINA ESSENCIAL PARA SUAS VENDAS

A MARGARINA COM
O MAIOR PERCENTUAL DE
LÍPIDIOS DO MERCADO

82%

Sabor com
alta performance
culinária!



OPORTUNIDADE DE MERCADO

- ✓ A margarina é usada pelos consumidores tanto para **spread** quanto para uso **culinário**;
- ✓ Maior valor agregado, com alta rentabilidade;
- ✓ Delicioso sabor amanteigado e muita cremosidade.



A categoria de margarinas
está presente no dia-dia.

97%

DOS LARES BRASILEIROS
COMPRAM A CATEGORIA*



Mesmo com alta penetração
a categoria cresceu

6,7%

COM UMA MÉDIA DE
COMPRAS DE 1x AO MÊS*

EXECUÇÃO EM GÔNDOLAS

Para uma melhor exposição do produto posicione juntamente com a linha **Delícia Cremosa**, deixando um espaço maior para as embalagens de 500g.



*FONTE: KANTAR CONSUMER BOOK - VOLUME 2014 x 2013

Juliana Cazaroto e Fábio Coelho são os proprietários da Pizzaria Cazaroto



OUSADIA PARA
crescer

Pizzaria Cazaroto desafia crise e expande negócios



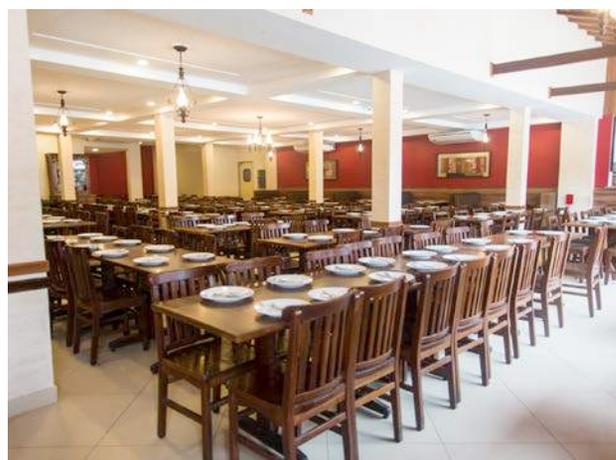
DE OLHO NAS OPORTUNIDADES

Clientes da rede Assaí desde a inauguração da loja na Ceasa, em 2009, o casal está sempre atento às oportunidades e a inovação é um grande norteador para o negócio. Entraram no ramo de pizzas por terem uma loja de guloseimas ao lado de uma pizzaria que estava sendo vendida. Encararam o desafio há 7 anos e agora viram nova possibilidade de aumentar o comércio.

“Para o rodízio, fizemos uma adaptação da nossa tradicional pizza à la carte. Tornamos a pizza mais fina e um pouco menos recheada para que, desse modo, o cliente tenha a possibilidade de experimentar uma variedade maior de sabores. Destacamos a mudança para alguns equipamentos mais modernos, ganhando com isso uma linha de produção mais eficaz e lucrativa”, contam.

O espaço de rodízio teve grande aceitação e tem uma média de consumo de 3.500 discos de pizzas por mês, além das massas e outras opções. São cerca de 80 sabores, além de 20 opções de massas, batata frita e frango à passarinho, e ainda refrigerantes e sucos à vontade. O destaque fica para os sabores exóticos, como pizza de batata frita, de x-burguer e de café.

“Buscamos para nossos clientes coisas que a região não oferece. Novidades, atendimento, produtos. Acreditamos no nosso produto e no nosso público. Muitos clientes, após a expansão, vieram nos parabenizar pela ousadia, pelo investimento e valorização do bairro”, comemora Juliana.



ADAPTAÇÃO E APRENDIZADO

Ao longo da caminhada, o casal enfrentou desafios e buscou aprimoramento no negócio. O crescimento veio acompanhado de conhecimento. Juliana garante que um dos segredos para o sucesso é ouvir o cliente e dar voz àquele para o qual se dedicam. E, para isso, nada melhor do que estar presente numa das mais importantes redes sociais, o Facebook.

“O público aumentou, e com ele a necessidade de interação com os clientes se fez mais presente. Passamos a utilizar frequentemente a ferramenta do Facebook para uma comunicação direta e eficaz. Aprendemos que temos que estar alinhados com a tecnologia e com a velocidade da informação, e com isso disponibilizamos um site da pizzeria para pedidos on-line”, destaca Juliana.

A empresária também ressalta a importância de se cercar de todos os lados, minimizando, assim, possíveis impactos negativos. Foram dois anos em que os empresários não apenas aumentaram fisicamente o local de atuação, mas também aprimoraram a forma como administram o negócio.

“Aprendemos a conduzir um número maior de profissionais e colaboradores, que passaram de 15 para 40 funcionários. Es-treitamos os laços com mais fornecedores e conseguimos, deste modo, fechar bons negócios e parcerias tanto em mercadorias quanto em equipamentos pois, para muitos destes fornecedores, a Cazaroto passou a ser um cliente com maior potencial. >>



“Estamos a todo momento buscando inovações, melhorias e novas ideias. Ouvir empresas especializadas ajuda muito, mas muitas vezes a voz do cliente é a solução. Ouça o seu cliente. Melhore para ele. A sua empresa agradece!”

Juliana Cazaroto, proprietária da pizzaria Cazaroto



Dê mais sabor aos seus pratos!

POMAROLA TRADICIONAL E POMAROLA SEU TOQUE CASEIRO

**Seu
Toque Caseiro**
Feito só com ingredientes
que você encontra na
sua cozinha e nada mais!

**SEM ADIÇÃO DE
CONSERVANTES**





O canal da rede na internet ganha novo design, mais conteúdo e estrutura moderna de navegação

Novo PORTAL ASSAÍ

MAIS DINÂMICO E MODERNO, O PORTAL DO ASSAÍ ATACADISTA NA INTERNET GANHOU UMA SÉRIE DE MUDANÇAS DE ESTRUTURA, DESIGN E CONTEÚDO PARA FICAR AINDA MAIS ALINHADO COM OS INTERESSES DE SEUS CLIENTES. AS NOVIDADES PODEM SER VISTAS DESDE A PÁGINA PRINCIPAL DO SITE, QUE FICOU MAIS CLARA E OBJETIVA, COM ATALHOS PARA TODOS OS MATERIAIS PRODUZIDOS COM EXCLUSIVIDADE PARA O CANAL, ATUALIZADO NO FIM DE JANEIRO.

Um dos grandes destaques da página é o Blog Assaí Bons Negócios, criado para ser um diário de notícias e uma extensão digital da revista impressa. Nele são publicadas as reportagens que foram destaque nas edições, além de conteúdo exclusivo direcionado aos empregadores segmentados pelos diferentes negócios: clientes transformadores, utilizadores e revendedores. "Nossa expectativa é que possamos, por meio de novidades do mercado, dicas e reportagens especiais, contribuir para a evolução e o crescimento dos empreendimentos de nossos clientes", afirma Marly Yamamoto Lopes, gerente de marketing do Assaí.

De acordo com Celso Hey, presidente da MegaMidia Group, empresa desenvolvedora do novo portal, todas as mudanças convergem para o objetivo de gerar mais tráfego e facilitar a navegação entre os con-

teúdos. "Pensamos em uma estrutura que privilegia o visual, com grande destaque para as imagens. As matérias, que antes ficavam na página inicial do site, agora ganharam um espaço exclusivo com a criação do blog, que tem atualização diária de informações, além de contar com um design e rolagem de texto que permitem uma leitura mais confortável e acesso mais rápido aos conteúdos", conta.

A aba de ofertas também se tornou mais dinâmica. Ao clicar no ícone, o cliente poderá escolher seu estado e sua cidade para pesquisar as ofertas locais, reformulações que deixaram o espaço de cara nova, mais moderno e visual. "Além dessa novidade, o novo site permite ainda que os clientes ouçam as músicas da programação da rádio que está tocando nas nossas lojas", destaca Marly. >>

"O site está de cara nova, mais moderno, visual, além de oferecer mais facilidade na busca pelas ofertas ou de uma loja mais próxima"

Marly Yamamoto Lopes,
gerente de marketing do Assaí

LOOP

scala.com.br

Novo Queijo
Meia Cura
Scala

O novo sabor do seu dia a dia.

O Queijo Meia Cura Scala vai bem com seu café, com doces, ralado e combina com todas as suas receitas. E ele tem aquele gostinho tradicional que só quem faz queijos há mais de meio século consegue colocar.

QUEIJOS
Scala
Desde 1963
Apaixone-se pelo sabor

Confira a seguir o que você vai encontrar de novidade no portal Assaí, que também poderá ser acessado pelos dispositivos móveis.

A UM CLIQUE

Na barra superior do portal estão as abas de atalho a todo o conteúdo disponível. Mesclando textos, imagens e vídeos, você poderá conhecer a história do Assaí, suas ações de sustentabilidade, ver as campanhas e ofertas vigentes, fazer busca pelas lojas mais próximas de sua casa, curtir as redes sociais através dos links, assim como ler a **Revista Assaí Bons Negócios** na versão digital e ouvir a rádio Assaí a qualquer momento com apenas um clique.

Já no rodapé, estão disponíveis os links para **baixar os aplicativos do Assaí** e da **Revista Assaí Bons Negócios** para os dispositivos móveis. Você também pode se cadastrar para receber a newsletter da rede e ainda baixar os wallpapers do calendário mensal do Assaí.



AMPLIANDO SEU CONHECIMENTO

O **Blog Assaí Bons Negócios** é a grande novidade da reformulação do portal. Nele, os clientes terão acesso a um variado menu com matérias direcionadas aos seus negócios. Tudo isso com um design moderno e dinâmico.

As receitas estão disponíveis na aba 'Cardápio' do blog. São diversas opções de preparações para incrementar sua lanchonete, bar ou restaurante. Além disso, há uma seção de 'Notícias' e o 'Capacite-se', com indicação de cursos presenciais ou on-line (muitos gratuitos) para capacitação do empreendedor. E todo o conteúdo acessado no blog pode ser compartilhado nas suas redes sociais.



VITRINE DO FORNECEDOR

Esse canal é outra novidade. Nessa página você poderá conhecer um pouco mais sobre cada um dos principais fornecedores do Assaí. Clicando nas logomarcas, você será direcionado para as páginas das respectivas empresas e ainda conhecerá alguns produtos que podem ser encontrados nas lojas. 🌟

Experimente o portal acessando www.assai.com.br

Momentos especiais merecem 
queijos de qualidade.



Formosa

LATICÍNIOS

Lagoa Formosa - MG



Para aproveitarem o movimento do verão, estabelecimentos no litoral devem estar bem organizados e com o planejamento em dia

NEGÓCIOS LUCRATIVOS

com vista para o mar

ENQUANTO MUITA GENTE ESPERA ANSIOSAMENTE PELA CHEGADA DO VERÃO PARA FINALMENTE DESCANSAR, HÁ MUITOS EMPRESÁRIOS QUE OLHAM PARA ESSES MESES — CONSIDERADOS COMO A ALTA TEMPORADA NO BRASIL — COM GRANDES EXPECTATIVAS DE AUMENTAR SEUS LUCROS.

É o momento de maior circulação comercial e financeira nas cidades litorâneas do país. Entre dezembro e fevereiro, os estabelecimentos na praia são altamente lucrativos, quando bem administrados. O grande desafio é manter o negócio benéfico no restante do ano: para isso, planejamento e criatividade são requisitos primordiais.

Para garantir bons resultados o ano todo é preciso estar atentos a alguns pontos importantes da gestão do negócio. “Tratar seu cliente como gostaria de ser tratado, prezar pela qualidade e organização em seu empreendimento e sempre

estar ligado às tendências de mercado”, são os conselhos do diretor regional do Assaí no Nordeste, Claudemir do Carmo, para quem quer aproveitar ao máximo a estação. Ele ainda aponta outro aspecto importante da época, quando novos produtos e tendências são lançados no mercado. “É importante também estar atento às tendências, por isso muitos empresários estão buscando novas alternativas”, afirma Carmo.

Para quem gosta de sol, calor e de sentir a brisa marítima, a ideia de ganhar dinheiro em frente à orla é tentadora, mas os empreendedores têm que pesquisar com

atenção o mercado para o negócio deslançar. Para Davi Jeronimo, consultor do Sebrae, o ideal é colocar no papel os custos com produção. “Levantamento de custos e redução de despesas podem ajudar a aumentar a margem de lucro”, diz.

Ainda para o especialista, uma boa política de recebimento é fundamental para qualquer empreendimento. “Isso ajuda a diminuir a dependência de bancos e a empresa economiza com pagamentos de juros, com antecipações de cartões e boletos”, ensina.

Outras dicas para quem não quer “morrer na praia” é saber economizar os lucros do verão para suprir possíveis quedas de receita no inverno; além de diversificar o cardápio com opções criativas, esticar o horário, ampliar as ofertas e promoções e ter sempre um bom atendimento, que fidelize o cliente.

UM CASO CONSOLIDADO

Há mais de 30 anos no mercado, a empresária Elizabeth de Sá Domingos tem um negócio já consolidado. Dona de um dos quiosques mais famosos do Centro de Paqueta do Embaré (CPE), na baixada santista, o Beth Lanches oferece sanduíches e porções o ano todo à sua clientela. E foi com criatividade e planejamento que Beth criou sozinha suas duas filhas, que hoje estão formadas em Direito e Economia. No verão, para responder à demanda, Beth conta que investe no bom atendimento. “Como há aumento de turistas, há também esforço maior para atender bem a todos os que lá estão”.

O diferencial é o treinamento dado aos funcionários para que atendam os clientes de maneira exemplar. “Ao longo de todo o ano treinamos uma equipe para dar conta desse período, além

de contar com dois funcionários que já estão trabalhando conosco há mais de 20 anos”, relata. Cliente fiel da rede atacadista Assaí, a empresária conta que compra seus produtos na loja de Santos desde a inauguração. “Optamos pela rede por causa do preço e da qualidade da mercadoria e, geralmente, tem tudo o que eu procuro. Com a reforma da loja, melhorou ainda mais”, diz.

Para driblar possíveis baixas fora de temporada, o estabelecimento criou saídas criativas no cardápio, como os hambúrgueres gourmet de linguiça toscana e salmão, e um chopp sempre gelado. Também são servidos pratos com nome de “bandejão”, lanches num único prato que servem quatro pessoas.

Além disso, o investimento numa rede de delivery o ano todo mantém os lucros em qualquer estação. >>

Com criatividade e bom atendimento, a empresária Elizabeth de Sá Domingos mantém sua lanchonete lucrativa o ano todo





Acesse o vídeo por meio do QR Code:



Desinfetantes Sanol

DESDE 1974

DESINFETANTE BACTERICIDA

Sanol

O XERIFE DA SUA CASA!

PROTEGE SUA CASA
DESINFETANTE BACTERICIDA
Perfuma Limpa e Desinfeta 2L

O fim dos germes e bactérias

Total Química
Onde tem química, tem vida.



BAIXA TEMPORADA

Passado o movimento de verão, há uma queda difícil de ser contornada. A baixa temporada impõe desafios cotidianos aos empresários do litoral, mas um fator que pode ajudar a manter a receita nesta época do ano é a criatividade.

Quem teve uma boa ideia foi a empresária Maria Helena Makowieck. Proprietária de uma pousada na praia de Jurerê Internacional, em Florianópolis (SC), seu pico de movimento está nos meses de verão, entre dezembro e fevereiro. Entretanto, no inverno, ela atrai clientes oferecendo um chá das cinco. Dessa forma, ela aproveita o frio do inverno no Sul do país para faturar com bolos, tortas e chás. Para colocar a iniciativa em prática Maria Helena contou com a ajuda do Sebrae.  por João Guilherme Frey

SAIBA MAIS:

BETH LANCHES

Av. Bartolomeu Gusmão, box 82 – Santos - SP

Telefone: (13) 3227-6667



Ecologia

Enquanto o mundo discute este tema tão delicado, nós da Santa Maria praticamos esta ação no dia a dia. Compartilhe e pratique esta ideia.



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



EMPRESA CIDADÃ E ECOLOGICAMENTE CORRETA

(16) 3830-8000 ou 3830-8001

comercial@stamaria.ind.br

www.stamaria.ind.br



Presente todo dia no seu dia a dia

Vá às
COMPRAS

Opções para sua casa
ou seu negócio

Fralda Garfield Super Jumbo M
Benny



Hastes flexíveis Turma da Mônica
75 unidades
Huggies

FOTOS: DIVULGAÇÃO

*Chegaram as caixinhas
de porcelana de época
mais desejadas
do momento*

Colecione!

Por
Apenas
R\$9,90
cada





Molho de tomate tradicional
Mamma D'oro 340 g
Cepêra



Açaí natural 3,6 kg
Frooty



Sorvete Fascino 1,8 L
Jundiá



Fullpower Energy 2 L
Qdrinks

*Consulte disponibilidade dos produtos nas lojas



Qualidade e Sabor em
massas frescas.



massaleve.com.br

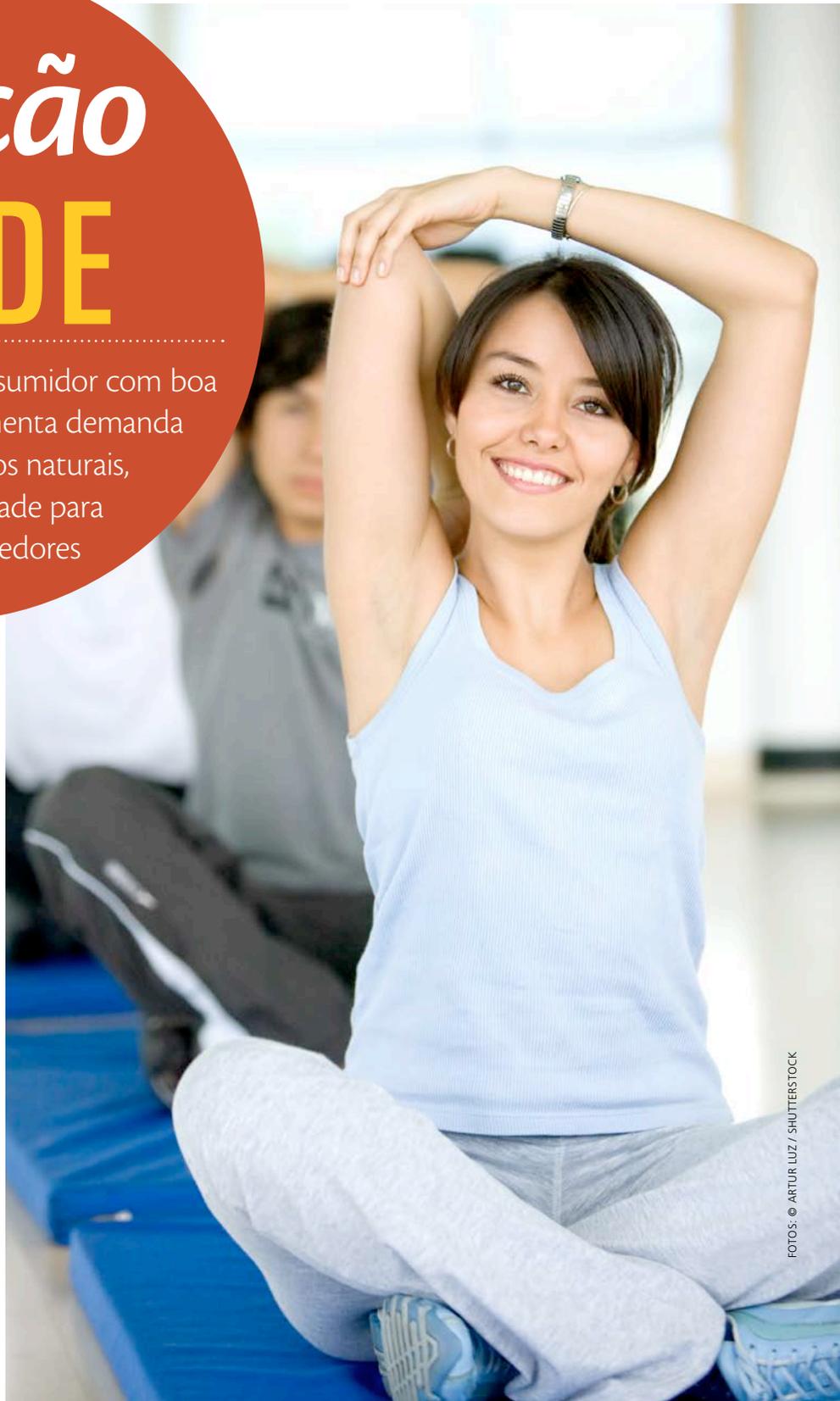


Geração SAÚDE

Maior preocupação do consumidor com boa forma e longevidade aumenta demanda no Brasil por produtos naturais, abrindo oportunidade para novos empreendedores

MUITOS BRASILEIROS ESTÃO TENTANDO PRATICAR ALGUMA ATIVIDADE FÍSICA E TER ALIMENTAÇÃO EQUILIBRADA PARA MANTEREM-SE EM FORMA E SAUDÁVEIS. A PREOCUPAÇÃO COM O BEM-ESTAR É MAIOR AINDA NO COMEÇO DO ANO, QUANDO MUITOS PLANEJAM RESERVA DE TEMPO PARA FREQUENTAR UMA ACADEMIA.

Esse fenômeno faz crescer o número de espaços para malhação no Brasil, o que gera também oportunidades para lanchonetes e restaurantes que tenham uma proposta de cardápio diferenciada para agradar ao paladar da geração saúde.



FOTOS: © ARTUR LUIZ / SHUTTERSTOCK

A parceria entre empresários de fitness e do ramo de alimentação saudável pode nutrir bons negócios. O cearense Carlos Mardem, de 30 anos, é um dos empreendedores que apostaram nessa tendência com a abertura da sua lanchonete NutriFitness, no mesmo prédio da Academia 180 Graus, localizada no bairro Monte Castelo, em Fortaleza (CE). A ideia de explorar o segmento veio depois que ele percebeu a carência na região por locais para atender pessoas que fazem refeições fora do lar, com alimentos balanceados e que ajudem a controlar o peso e a manter a saúde.

Mardem é frequentador assíduo de academia e tinha dificuldade para encontrar lanches saborosos, de baixa caloria, que não fossem de *fast food*. Foi dessa necessidade que nasceu, há cerca de dois anos, a NutriFitness, que leva o slogan “Uma escolha saudável” para venda de sucos de frutas e sanduíches naturais.

“Vendemos por dia cerca de 80 sanduíches naturais e em torno de 60 copos de sucos de frutas, sendo que a procura é maior às segundas-feiras, quando a maioria dos brasileiros começa dietas”, diz, animado, o empresário, que toca o negócio com a esposa Suziane Marques Selestino. Ele observa que as pessoas, quando começam a fazer atividades físicas, tornam-se mais conscientes sobre os hábitos alimentares. Atento a essa mudança, o comerciante está fechando acordo para oferecer aos frequentadores da academia vizinha um cartão fidelidade com benefícios.

O ponto comercial do empresário trabalha com 14 opções de lanches naturais, 12 tipos de sucos de frutas, shakes de proteínas e oferece um self-service para os fãs de açaí. Uma das sensações da NutriFitness são os sucos detox, que, segundo Mariana Duro, nutricionista funcional, eliminam



toxinas do organismo e trazem uma série de benefícios à saúde, como melhora da enxaqueca, qualidade do sono, concentração, além, é claro, de ajudar a reduzir medidas corporais.

“A opção mais pedida é preparada com água de coco, gengibre e couve”, conta Mardem. Há cinco tipos dessa bebida em seu cardápio, produzidos com frutas, verduras verdes e vegetais. Todos, segundo ele, são servidos na hora para não perderem os nutrientes.

POTENCIAL DE NEGÓCIOS

Além de clientes da academia 180 graus, a NutriFitness atende consumidores das imediações com sistema de delivery, >>

“Empresários precisam tomar cuidado com a manipulação, higienização e preparo dos alimentos naturais e prestar informações corretas ao consumidor”

Denise Cussioli Gonçalves,
diretora da Associação Paulista
de Nutrição

VISÃO DE MERCADO - Geração saúde

como escritórios, e tem acordo com lanchonetes de faculdades da região para abastecimento de sanduíches naturais. Com os bons resultados obtidos, o empresário projeta a expansão dos negócios. “Estamos planejando alugar outra loja para ampliar e dobrar nosso espaço, que hoje é de 35 metros quadrados. Num primeiro momento vamos montar um self-service de sanduíches em que as pessoas poderão montar o próprio lanche, escolhendo os ingredientes, patês e condimentos”, afirma.

Até o final do ano, Mardem quer oferecer refeições incluindo no cardápio arroz integral, grelhados e salada. “A busca por alimentação natural não é mais um modismo. Hoje há muita oferta de *fast food*, e poucos estabelecimentos com uma proposta diferenciada para os que querem mais qualidade de vida”, constata o comerciante. Para Mardem, muitos não aderem a esse tipo de alimento pelo fator custo. “Como compro boa parte da minha matéria-prima no Assaí Atacadista com preço competitivo, consigo oferecer sanduíches a R\$ 5 reais com margem de lucro”, informa o empreendedor, que desde os 18 anos trabalha no ramo de alimentos. Seu primeiro emprego foi de suqueiro da rede Bebelu Sanduíches, depois foi gerente de frios de um supermercado e trabalhou em uma lanchonete de faculdade.

“Aprendi a combinar os alimentos. Faço patês com condimentos diferentes e ganhei experiência para abrir o meu negócio”, diz Mardem, que é cliente há mais de dois anos da loja do Assaí na avenida Bezerra de Menezes, em Fortaleza (CE). Ele recorre ao estabelecimento para comprar filé de frango, atum, ricota, requeijão light, frutas, verduras e legumes para o preparo dos sucos e sanduíches oferecidos pela NutriFitness.



“Vendemos por dia cerca de 80 sanduíches naturais e em torno de 60 copos de sucos de frutas, sendo que a procura é maior às segundas-feiras, quando a maioria dos brasileiros começa dietas”

Carlos Mardem,
dono da NutriFitness



Carlos Mardem e sua esposa Francisca Suziane





DICAS DA NUTRICIONISTA

A indústria de alimentos saudáveis está em alta no Brasil, estimulada pela busca do consumidor por longevidade, diz a nutricionista e gastrônoma, Denise Cussioli Gonçalves. Ela acredita que a tendência de saudabilidade traz oportunidades para pequenos empresários que querem explorar esse mercado em academias. Entretanto, a especialista chama a atenção para os cuidados com a manipulação, higienização e preparo dos alimentos naturais. Denise, que é consultora em serviços de alimentação e também diretora da Associação Paulista de Nutrição (Apan), afirma que os produtos devem ser bem lavados, cortados e acondicionados corretamente para

não perder o sabor. No caso dos sucos naturais, sua dica é que sejam servidos logo para que não percam os nutrientes. Para conter o desperdício, Denise aconselha o empresário a avaliar bem o seu público e medir o consumo, evitando sobras de frutas cortadas que vão estragar mais rapidamente. É importante fornecer informações corretas ao consumidor, deixando claro o que é natural e processado. Outra sugestão, que é um chamariz para atrair clientes, é a confecção de cartazes com informações nutricionais e das calorias dos produtos ofertados. Porém, esse recurso exige que o comerciante busque apoio de consultores para prestar informações corretas ao consumidor.  por Edileuza Soares

Mais sabor nas suas receitas,
mais receitas no seu caixa



criar junto rende mais



Problemas PESSOAIS no trabalho

por Tom Coelho

O relógio toca as oito badaladas matinais, você registra sua presença no livro ou no ponto eletrônico e, automaticamente, todos os seus dilemas pessoais são trancafiados no armário do vestiário. Agora você pode iniciar a jornada de trabalho com toda energia e foco em suas tarefas, as quais serão desenvolvidas com elevada produtividade. Contas vencidas, parentes enfermos e decepções amorosas voltarão a habitar seus pensamentos apenas no fim do expediente.

O quadro acima é tão surreal quanto alguns empregadores gostariam que espelhasse a realidade. Sobre isso, a publicitária alemã Judith Mair publicou em 2003 um livro intitulado “Chega de Diversão”, depois rebatizado de “Chega de Oba-Oba”, em que sentencia que trabalho não tem que ser sinônimo de prazer, o ambiente profissional não é lugar para amizades e a jornada deve terminar na empresa, sendo proibido levar serviço para casa.

O fato é que colocar uma linha divisória entre a vida pessoal e a profissional pode ser possível num mundo

prussiano, mas é absolutamente impraticável dentro da cultura latina. Razão e emoção coexistem em nosso ser, a cada instante, onde quer que estejamos. Assim, o que podemos fazer é minimizar o impacto de nossos problemas pessoais dentro do espaço corporativo, buscando conciliar nossos interesses com os da empresa.

Quando esse equilíbrio deixa de ser atingido, as consequências são imediatas. Primeiro, vem o estresse, que, em grau mais acentuado, pode levar ao Burnout – esgotamento físico e mental intenso relacionado à vida profissional. Em paralelo, surge o presenteísmo, a síndrome de estar presente no ambiente de trabalho, porém, absolutamente desconectado das atividades profissionais, afetando drasticamente a produtividade. Mais adiante, ocorre o absenteísmo, a ausência física da empresa motivada seja por desestímulo, seja por doenças clinicamente identificadas.

Mas, então, como lidar com os problemas do cotidiano pessoal sem comprometer a posição na empresa?

ALGUMAS SUGESTÕES:

1. SIGA PELO CAMINHO DO MEIO. Evite o isolamento, deixando de compartilhar seus problemas com as pessoas mais próximas. Passamos ao menos oito horas diárias envolvidos com o trabalho. Se você não conversar com alguém, sua cabeça pode virar uma panela de pressão prestes a explodir! Entretanto, evite também a exposição demasiada. Você não precisa dividir seus anseios com todos ao redor, até porque, no competitivo ambiente de trabalho, há muitas pessoas à espera de descobrir suas fraquezas para o atacar. Seja seletivo.

2. COMUNIQUE. Seu superior hierárquico não tem bola de cristal para saber o que está se passando e pode avaliar sua apatia como desinteresse ou até desleixo. Informe a ele, ainda que superficialmente, que está passando por uma fase difícil, mas que está em busca da superação.

3. SEJA DISCRETO. A menos que seu espaço seja delimitado por uma sala privada, com boa vedação acústica, onde seja possível trancar a porta, cuide para que seus assuntos pessoais sejam tratados reservadamente. Assim, afaste-se para falar ao telefone ou travar aquela batalha verbal comum a muitas discussões. Se o embate for pelo computador, certifique-se de fechar a janela que contém o diálogo ao sair do ambiente. E jamais, jamais chore em público; alguns serão solícitos e lhe oferecerão carinho e apoio, mas outros não se esquecerão daquele seu momento de fragilidade e usarão isso contra você no futuro.

4. PEÇA AJUDA. Se o problema é de ordem financeira, procure obter um adiantamento ou um crédito consignado para solucionar o problema. Se for uma questão de saúde, busque tratamento. Se enfermo, evite a automedicação e agende um médico. Se a dificuldade for com dependência química, comece uma terapia. Tenha no RH ou no departamento de saúde ocupacional de sua empresa um aliado.

5. AFASTE-SE PARA CUIDAR DOS PROBLEMAS. Se o seu desempenho está prejudicado e seus problemas não estão se resolvendo, o melhor é se licenciar. Se possível, antecipe parte das férias e direcione toda a atenção para a solução do que o aflige. Em última instância, vale até considerar um pedido voluntário de demissão, negociando as condições da saída.

Se com você está tudo bem, mas seu colega de trabalho notadamente está passando por um período turvo, use da empatia e coloque-se por um instante no lugar dele, procurando ajudá-lo. Aconselhamento e orientação podem fazer toda a diferença. Afinal, lembre-se de que um dia os papéis poderão se inverter. 🌞



** Tom Coelho é educador, palestrante em gestão de pessoas e negócios, escritor com artigos publicados em 17 países e autor de oito livros.
E-mail: tomcoelho@tomcoelho.com.br.
Visite: www.tomcoelho.com.br e www.setevidas.com.br.*

Negócios com ANIMAÇÃO

Mercado vem crescendo no Brasil, atraindo empresários que querem lucrar com festas para alegrar as famílias e divertir a garotada

MESMO COM OS CINTOS APERTADOS POR CAUSA DA RECESSÃO ECONÔMICA, MUITOS PAIS DÃO UM JEITO E NÃO DEIXAM PASSAR EM BRANCO O ANIVERSÁRIO DOS FILHOS, PRINCIPALMENTE DOS QUE AINDA SÃO CRIANÇAS.

Juntamente com os avós da garotada, eles investem na contratação de buffet infantil para comemorar essa data com a família e os amigos, trazendo alegria e lucro para os empreendedores que apostam nesse ramo de negócio. Essa é uma indústria que vem crescendo no Brasil e que a cada ano ganha mais sofisticação, tornando-se atraente para empresários que têm habilidade para organizar festas e divertir pessoas. >>



.....
Maria Luísa Pavia,
proprietária do
Buffet No País das
Maravilhas



Em 2015, apesar da crise, os negócios com buffet infantil tiveram alta de 30%, revela o Sebrae, que estima existir no Brasil mais de mil empresas que fomentam esse mercado, formado por um número grande de especialistas. Entre os integrantes da cadeia se destacam os empresários de buffets, decoração, recreação, oficinas, cabeleireiros e camarins, personagens, locação de brinquedos, shows, fotografia e filmagem, lembrancinhas e convites, entre outros.

O mercado de festas infantis vem se reinventando e ganhando personalização para atingir o objetivo de trazer à realidade uma atmosfera de sonho, tornando momentos especiais inesquecíveis. Consultores do Sebrae comparam que as comemorações atuais de aniversário da garotada estão muito longe daquelas que apresentavam um bolinho com velinhas e alguns balões coloridos amarrados com barbante. Antes, essas celebrações eram realizadas na pró-

pria sala da casa, no quintal ou no salão de festas do prédio. “Os pais se estressavam para produzir o momento especial do pequeno astronauta, ou da branca de neve enternecida. Os vizinhos e os parentes ajudavam, enquanto um amigo mais próximo registrava as principais cenas da festa na sua máquina fotográfica doméstica. Agora, estão cada vez mais sofisticadas”, destacam consultores do Sebrae na cartilha “Como montar um salão de festas infantis”, para orientar empreendedores que querem investir nesse negócio.

“O negócio de buffet infantil está crescendo no Brasil e traz oportunidades para novos empreendedores que souberem administrar bem seu negócio”

Hubert Krause, CEO da Otium
Consultoria da Diversão





Hubert Krause, autor do livro *“Ganhe Dinheiro Brincando: Recreação em festas e eventos”*, e CEO da Otium Consultoria da Diversão, constata que algumas festas de criança estão ganhando a sofisticação das de casamento. Ele diz que em São Paulo, por exemplo, uma celebração dessas em um buffet – com duração de 4 horas para 50 convidados – pode custar R\$ 20 mil.

“O negócio de buffet infantil está crescendo no Brasil e traz oportunidades para novos empreendedores que souberem administrar bem seu negócio”, avalia Krause. Com 12 anos de consultoria no ramo, ele aconselha os que querem entrar nesse mercado a, antes de tudo, traçar um plano de negócios. “Percebo que muitos não fazem essa lição de casa e enfrentam dificuldades na formação de preços, por exemplo”, constata.

Fazer uma festa acontecer envolve uma série de itens e uma quantidade grande de fornecedores, passando >>



Toda cozinha tem o momento mais corrido do dia.

Aqui estão as embalagens práticas para ajudar nas horas mais complicadas.



Saiba mais em ufs.com



Acesse o vídeo por meio do QR Code:



Na foto, Maria Luisa está junto dos filhos Denis e Érika e do esposo João. A empresa, que possui quatro unidades, tem administração familiar

pelo tema do momento, superprodução do ambiente, a escolha das músicas, as atividades de recreação e a definição do cardápio a ser servido, de acordo com a escolha do cliente.

“Hoje, um dos maiores problemas dos donos de buffet é achar mão de obra qualificada e comprometida com o atendimento ao cliente”, afirma Krause. Isso ocorre porque essas empresas terceirizam quase tudo, como garçons, copeiros, recreadores, salgadeiras, doceiras, fotógrafos, animadores etc. Muitos dos profissionais são temporários e os empresários têm receio de investir em treinamento e perdê-los para a concorrência.

“O ideal é que se trabalhe com processos padronizados para garantir a qualidade do serviço e evitar ficar refém da mão de obra”, aconselha o consultor, destacando a importância do bom atendimento e da busca por diferenciais para cativar a clientela. Ele chama a atenção dos empresários também para o fato de que esse é um setor que exige dedicação de domingo a domingo. “Alguns acham que, por se tratar do ramo de festas, vão trabalhar somente no fim de semana”, afirma.

ARTE DE ALEGRAR A GAROTADA

Com três buffets infantis, distribuídos pelos bairros nobres de Moema e Campo Belo, na zona sul de São Paulo, a empresária Maria Luisa Pavia realiza mensalmente quase 100 festas, com preços a partir de R\$ 3 mil para 50 convidados. Ela informa que há as megafestas para crianças, que variam entre R\$ 18 mil e R\$ 20 mil, em que só o show com personagens e ídolos da garotada custa em torno de R\$ 4 mil.

Ex-gerente de banco, Luisa está neste ramo há 28 anos. Começou fazendo as festas dos filhos e passou a ser requisitada por outras pessoas. A procura pelos seus serviços cresceu tanto que ela decidiu abrir uma empresa. Hoje, administra os buffets “No País das Maravilhas”, com duas unidades, e o Vip Kids. Todos são operados em sociedade com o marido, João Dias da Veiga, e dois filhos. O Buffet No País das Maravilhas tem 26 anos de atuação e já promoveu mais de 9 mil festas. “Estamos atendendo a segunda geração das



neste ramo e que vai além de oferecer espaço agradável, boa infraestrutura para garantir 4 horas de entretenimento, sem atropelar a agenda, e cardápio impecável.

Luisa dá o exemplo de um convidado da família que chega à festa a poucos minutos do corte do bolo. “Perguntamos a ele se quer salgado ou algum prato quente, mesmo que esse serviço esteja encerrado. Assim, quando a mãe fizer esse pedido será surpreendida por já o termos realizado. São pequenas gentilezas como essas que fazem a diferença do atendimento”, acredita a empresária, que é cliente do Assai Atacadista há mais de 15 anos e se abastece na loja Santo Amaro, em São Paulo. 🍌 por Edileuza Soares

SAIBA MAIS:

BUFFET INFANTIL NO PAÍS DAS MARAVILHAS

Rua Barão do Triunfo, 1148 – Campo Belo – São Paulo - SP

Tel: (11) 5542-9615

“Estamos atendendo a segunda geração das famílias clientes. Muitos dos pais que comemoraram o aniversário com a gente nos procuram para fazer a festa de seus filhos”

Maria Luisa Pavia, proprietária do Buffet No País das Maravilhas

famílias clientes. Muitos dos pais que comemoraram o aniversário aqui nos procuram para fazer a festa de seus filhos. Tem avó que faz 6 festas por ano com a gente”, diz animada a empresária, que compara seu serviço com o atendimento do pediatra, aquele especialista que as mães não trocam.

Um dos segredos da longevidade do negócio, segundo Luisa, é o investimento em uma cozinha própria. A empresária conta que 95% dos buffets terceirizam a produção de doces, salgados e bolos. “Meus salgadinhos são feitos artesanalmente e produzimos os doces em tacho com leite condensado, o que faz a diferença”, diz.

A cozinha da empresa abastece os três buffets com praticamente todo o cardápio. Apenas dois itens são comprados de fornecedores, os sucos à base de polpa de frutas e os pães. O público-alvo da empresária são crianças de 1 a 10 anos. Em quase três décadas organizando festas para a garotada, Luisa aprendeu a lidar com os desafios de manter uma clientela fiel. Ela considera que o atendimento proativo é algo essencial



PARA O SEU buffet

Sugestões de
produtos que
você encontra
no Assaí

Sorvete Cremosíssimo
Creme 2 L
Kibon



Néctar de morango Turma da
Mônica 200 mL
Sufresh

FOTOS: DIVULGAÇÃO

NOVA!

Capricho

garfield
b.a.b.y™



MAIS CONFORTO
FITAS ELÁSTICAS

INDICADOR
DE UMIDADE



PACK ECONÔMICO P-30 | M-24 | G-20 | EG-16 | XXG-14 | PACK SUPER JUMBO P-100 | M-90 | G-80 | EG-70 | XXG-56



Requeijão cremoso
1,535 kg
Catupiry

Salame tipo italiano
Marba



Massa para pastel 1 kg
Massa Leve



Queijo de Coalho
Buritis

*Consulte disponibilidade dos produtos nas lojas

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

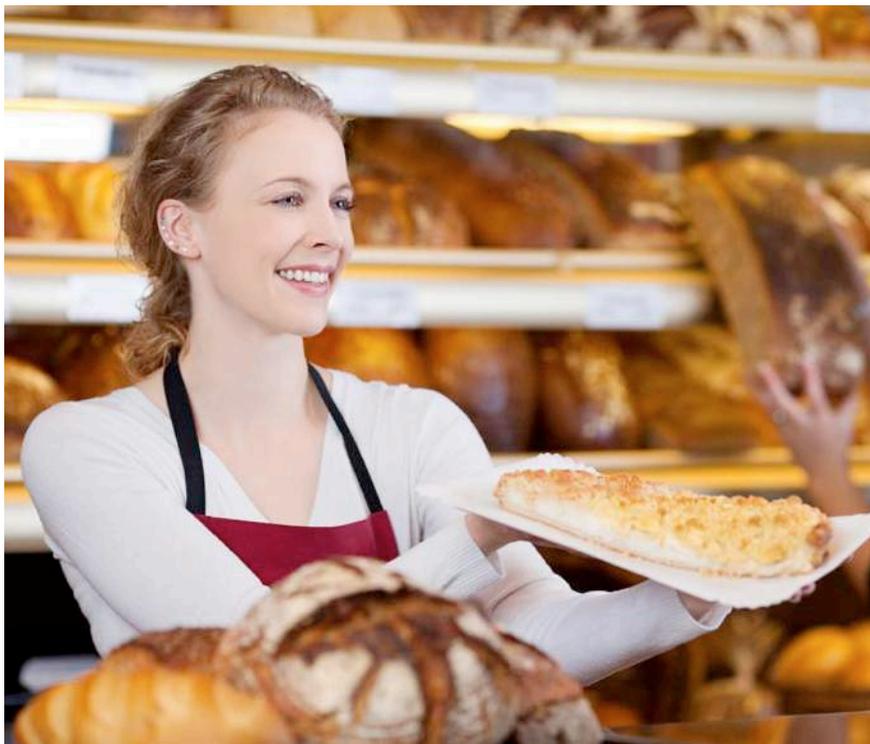


- ✓ 25% MENOS CALORIAS
- ✓ TÃO GOSTOSO QUANTO O AÇAÍ FROOTY TRADICIONAL
- ✓ SEM ADIÇÃO DE AÇÚCAR



Especialista fala sobre motivação, satisfação dos clientes e como fazer com que o pós-venda se transforme em recompra

A tática para um
XEQUE-MATE



“Na gestão, estratégia é o fato de planejar-se e criar ‘cenários’ para realizar os planos futuros. E a tática é o aproveitamento de oportunidades que surgem no dia a dia”

José Augusto Correa é escritor, consultor e autor de nove livros na área de gestão. Dono do título “FIDE Arena International Master” como enxadrista, aproveitou essa habilidade para desenvolver e orientar sobre estratégias diferenciadas para a obtenção de conquistas em variados setores. Para ele, a melhor maneira de cativar o cliente e rentabilizar o empreendimento é estar bem posicionado no tabuleiro dos negócios para aproveitar, da melhor forma possível, todas as oportunidades. “Para isso, é fundamental traçar uma tática. Somente dessa forma é possível atingir resultados e driblar as dificuldades”, alerta.

Nesta entrevista, o especialista e diretor do grupo JAC Consultoria e Treinamento mostra como manter o negócio sustentável financeiramente por meio da motivação da equipe, satisfação do cliente e um bom pós-venda. E mais: ele revela os sete pecados capitais na área de varejo alimentar, especialmente em tempos bicudos.

Assai Bons Negócios: Para conquistar o sucesso no negócio, o primeiro passo é construir um bom planejamento? É possível aproveitar suas técnicas como especialista também em xadrez?

José Augusto Correa: Sim, sem planejamento (em todas as áreas e não somente em faturamento) não é possível administrar. As pessoas confundem bastante os conceitos quando tratamos de planejamento, e essa é uma das bandeiras que busco defender para ajudar as pessoas a atingirem seus objetivos.

Traçando um paralelo com o jogo de xadrez, o mundo dos negócios é um grande tabuleiro. No xadrez, dizemos que ele imita a vida. Portanto, no jogo e no mundo empresarial um ingrediente fundamental para atingir resultados desejados é o equilíbrio entre tática e estratégia.

No xadrez, estratégia é o posicionamento para a preparação de um ataque. Tática é o ataque em si, ou seja, fruto da estratégia. Na gestão, estratégia (planejamento ou

gestão estratégica) é o fato de planejar-se e criar “cenários” para realizar os planos futuros. E a tática é o aproveitamento de oportunidades que surgem no dia a dia (não necessariamente planejadas).

É necessário, portanto, traçar uma estratégia para se posicionar bem. Dessa forma, estará preparado para aproveitar a oportunidade quando ela aparecer. Estudar vitórias e derrotas e aprender com elas; avaliar os pontos fracos e fortes para evoluir; entender todas as fases do jogo (negócio). Sem o conhecimento adequado não há como identificar erros e acertos. Uma vez preparado, cada oportunidade será aproveitada para ganhar a partida. Tática sem estratégia é suicídio de oportunidade. Estratégia sem tática é viver em extrema segurança, sem riscos, sem graça e sem aproveitar oportunidades.

ABN: Qual a principal dica para quem pretende ampliar as vendas na área do varejo alimentar, independentemente do tipo de negócio? >>

PALAVRA DE ESPECIALISTA - Pós-vendas

JAC: É focar em produtos que, efetivamente, estejam alinhados aos desejos dos clientes. Uma análise do giro de estoque pode ser bem útil. Uma das grandes falhas é não analisar o que realmente é vendido, mantendo produtos que não têm giro, paralisando as vendas em um mesmo patamar e, o pior, gerando necessidades contínuas de promoções em razão de uma compra errada. Mas qual é o objetivo do negócio? Não se cria empresa para “vender mais e mais”, e sim para atingir um objetivo.

Qual é a meta de vendas? É preciso mensurar para alocar recursos e ações corretas. Quais ações podem ser executadas para atingir os resultados esperados? Quais recursos são necessários?

ABN: Aplicar técnicas de motivação de equipe parece antigo, mas ainda é válido

para o crescimento do negócio? O que há de novo nessa estratégia?

JAC: Motivação é um processo. Não é uma mágica. Cada integrante de uma equipe é motivado por uma ação diferente: dinheiro, reconhecimento, estabilidade, entre outros. É preciso identificar cada uma delas. Esse conhecimento é vital para o negócio, além de economizar tempo e dinheiro que seriam aplicados em estratégias erradas. A chave é encarar a motivação como um processo e não como um “evento anual”.

ABN: Treinamento é um investimento inevitável para quem quer fidelizar clientes e proporcionar atendimento diferenciado?

JAC: O bom atendimento continua sendo o único diferencial real oferecido por empresas de varejo. Investir nessa capacitação de forma correta é o caminho para fidelizar

clientes. Conversar individualmente com os colaboradores para verificar suas dificuldades e mapeá-las é uma boa tática.

ABN: Quais são as técnicas fundamentais para um bom pós-venda? E como podem agregar valor ao negócio?

JAC: A principal técnica é atender bem o cliente no primeiro contato e ter uma estrutura compatível com suas necessidades e com os produtos oferecidos.

A primeira experiência é o que conta para a fidelização. A regra é não tratar pós-venda como “pós-venda” e sim como “pré-venda” da próxima venda. Fazer com que o cliente tenha uma experiência positiva garante que ele indique o negócio.

É preciso entender que satisfação é um conceito matemático: a relação expectativa x

AJINOMOTO
Alimente-se Bem, Viva Bem.

**FÁCIL DE PREPARAR,
PERFEITO PARA DIVIDIR.**

MID® tem diversos sabores deliciosos
para você se refrescar e dividir
momentos com quem você ama!

MID



resultado. Momentos de encantamento são importantes para atingir o coração do cliente. Porém, voltamos ao planejamento, uma vez que aqueles momentos aumentam a expectativa e fazem com que o cliente espere mais do estabelecimento em uma próxima experiência. Portanto, uma vez aplicados, devem ser mantidos.

ABN: Como é possível mensurar o pós-venda nos pequenos negócios de alimentação, para que essas informações se tornem base para novas estratégias?

JAC: Pelo índice de recompra. Os clientes compram novamente? Está dentro do esperado? Se não compram, o que fazer (contatos, visitas, ofertas etc.)? Se compram, como crescer nessa conta?

ABN: Quais são os sete pecados capitais na área de varejo alimentar em tempos de crise?

JAC: 1. Não entender o que é a crise e ver só as ameaças, esquecendo as oportunidades que afloram nesse momento. 2. Não rever processos para buscar oportunidades de melhoria. E, depois, não manter isso quando a crise passa, comendo excessos novamente. 3. Achar que a crise é passageira e não tomar atitudes. 4. Terceirizar a responsabilidade pelos resultados nesse período. Culpar terceiros. 5. Pessimismo excessivo. 6. Não cuidar do caixa. Ficar sem giro para atravessar o período. 7. Não treinar a equipe para conter custos. A crise só irá piorar se a equipe não estiver preparada para maximizar o que é possível fazer.  por Solange Calvo

O PRODUTO DO PROFISSIONAL PARA VOCÊ







CONTÊINERES

a nova geração dos negócios

Protagonistas do comércio internacional, os contêineres (*containers*, em inglês) ganharam notoriedade global na década de 80. Essas grandes caixas de metal, destinadas ao acondicionamento e transporte das mais variadas cargas, são até hoje muito usadas no segmento marítimo e circulam também em vias terrestres e ferroviárias.

Mas já há algum tempo esses contentores têm sido reaproveitados em diversos países, inicialmente em projetos arquitetônicos residenciais e corporativos, e também mais recentemente, aqui no Brasil, para abrigar vários tipos de negócios. Os contêineres são oferecidos em diferentes tamanhos e preços. Por essa razão, tornam-se atraentes tanto ao pequeno investidor como aos que necessitam de grandes áreas.

Essas caixas metálicas podem ser adquiridas ou alugadas, contendo ou não toda infraestrutura (mobiliário, utensílios, instalações hidráulicas e elétricas etc.). Sendo assim, a customização varia intensamente, dependendo do tipo de negócio. Uma lanchonete, por exemplo, exige mais planejamento e maquinário do que uma loja de roupas.

Fato é que eles estão atraindo muitos empreendedores que buscam mais flexibilidade, segurança e agilidade, além de custo mais baixo do que o das construções convencionais de alvenaria. Por esses benefícios, podem representar uma boa saída em 2016.

NEGÓCIO NA CAIXA

Apesar de um dos principais jargões do mundo empresarial ser “pensar fora da caixa”, agora, certamente, é preciso “pensar dentro da caixa”. É o que fez a Container Box, nascida em 2012, fornecedora de inúmeros projetos no setor.

Adriana França, diretora de Marketing e Vendas da empresa, defende a ideia desse modelo de negócio, especialmente por proporcionar mais flexibilidade e agilidade ao empreendedor.

“O negócio em contêiner possibilita transportá-lo para qualquer lugar. Caso o ponto escolhido não atenda às expectativas, ele pode ser levado para outro melhor, é muito simples e rápido”, diz Adriana, lembrando que esse modelo também é politicamente correto, contribuindo com a sustentabilidade por reaproveitar o material para outras finalidades. >>



“Temos projetos fechados até o final de 2016. Certamente, a crise impulsionou a procura por contêineres para negócios, por oferecerem ótimo preço. Eles podem sair até 20% mais baratos do que as construções em alvenaria”

Pablo Castilho, gerente técnico de Projetos da Delta Container

Segundo Adriana, a empresa oferece ao mercado opções de Container Box para o varejo em 2016, que incluem projeto, mobiliário, instalações elétricas, iluminação em LED e logística para São Paulo (capital), como por exemplo um box estande de 28 metros quadrados com valor de locação a partir de R\$ 18 mil ao mês. “A ideia é oferecer um espaço que proporcione demonstração de produtos, forma de preparo, divulgar receitas e realizar uma venda rápida, sem que o cliente entre no supermercado. O contêiner pode ficar no estacionamento. É um PDV fácil, rápido e sem filas”, diz.

Há três décadas trabalhando com contêineres marítimos de maneira tradicional, a Delta Containers identificou a

oportunidade e, nos últimos cinco anos, partiu para projetos diferenciados, que incluem escritórios, residências e muitos destinados à área de varejo alimentar. São clientes que colocaram na “caixa” hamburguerias, lanchonetes, cafés e sanduicherias.

“Temos projetos fechados até o final de 2016. Certamente, a crise impulsionou a procura por contêineres para negócios, por oferecer ótimo preço. Eles podem sair até 20% mais baratos do que as construções em alvenaria”, diz Pablo Castilho, gerente técnico de Projetos da Delta Container, acrescentando que em relação ao tempo, enquanto o convencional consome três meses de construção, o in box precisa apenas de um. Castilho

destaca que a Delta atua de ponta a ponta no projeto, oferecendo desde consultoria – ajudando a identificar todas as necessidades, arquitetura, mobiliário, transporte – até instalações pertinentes.

“Para isso, verticalizamos nosso negócio, trabalhando no modelo de parceria com bons fornecedores especializados. Vale lembrar que na área de varejo alimentar é vital entregarmos o contêiner de acordo com as normas estabelecidas por vários órgãos, como a vigilância sanitária”, completa o executivo.

O compromisso com a entrega é tão importante para a Delta que a empresa assume em contrato multa de 10% do valor do projeto por cada dia de atraso. “Nunca



atrasamos”, garante. Para dar uma ideia de preço para compra do produto mais simples da Delta, o metro quadrado sai por R\$ 900,00, e o mais completo, com piso, instalações elétrica e hidráulica etc. (sem mobiliário), prontinho para uso, R\$ 1,5 mil o metro quadrado. Em projetos mais sofisticados, de alto padrão, o metro quadrado chega a R\$ 2,2 mil (sem mobiliário).

“Todos os nossos projetos têm gerado grande satisfação nos clientes”, afirma Castilho. É o que confirma um deles, Jorge Pretz Filho, diretor executivo e sócio investidor da The Box Sandwich, localizada em um estacionamento em Alphaville, São Paulo, e inaugurada em setembro de 2015. Pretz ficou surpreso pela forma rápida de instalação. “O caminhão chegou ao local com os módulos às 7h da manhã. Às 12h já estava prontinho”, diz. >>

Jorge Pretz Filho,
diretor executivo e
sócio investidor da
The Box Sandwich



OBTENHA LUCRO, TENHA
PROAUTO EM SUAS GÔNDOLAS
**A MARCA LÍDER
EM VENDAS**



proauto.com.br



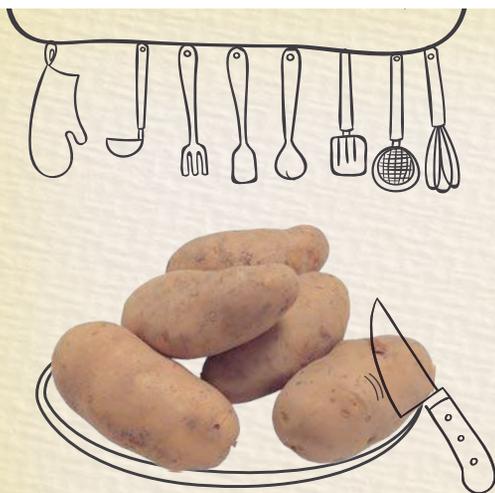
PONTO DE VENDA - Arquitetura alternativa

O empreendedor, que traz na bagagem ex-diretorias de Marketing de importantes redes na área de varejo, como Cacaú Show e Habib's, afirma que a decisão em investir no contêiner foi muito assertiva. "Além da agilidade e da flexibilidade que proporciona, ele é por si só um atrativo. Muito descolado, assim como a grafia da nossa marca. Tudo foi pensado para atrairmos especialmente o público jovem", diz.

Ele alerta ainda para alguns detalhes, como avaliação não apenas comercialmente do ponto, mas em relação à infraestrutura que oferece, para não ter dor de cabeça com rede elétrica, hidráulica e banheiros. "E, claro, um produto que tenha um equilíbrio entre qualidade e preço para ser um sucesso. Para isso, é preci-



FOTOS: © JORGE MARIANO / DIVULGAÇÃO



CORTE ETAPAS!

- COZINHAR A BATATA
- DESCASCAR
- AMASSAR

Hikari
Aqui tem sabor

MKT / HIKARI

RENDE MUITO MAIS...

✓ SABOR ✓ PRATICIDADE ✓ RAPIDEZ





“Além da agilidade e da flexibilidade que proporciona, o contêiner é por si só um atrativo. Muito descolado, assim como a grafia da nossa marca. Tudo foi pensado para atrairmos especialmente o público jovem”

Jorge Pretz Filho, diretor executivo e sócio investidor da The Box Sandwich

so manter um cardápio tão inovador quanto o modelo de negócio no contêiner”, avisa, acrescentando que os campeões de vendas entre os sanduíches, que medem 15 e 30 cm, são o Frango TexMex e o Frango Defumado com Lemon Herbs. “Trabalhamos com proteína de verdade. E eles custam R\$ 13 e R\$ 14, respectivamente, na versão de 15 centímetros”, orgulha-se.

“Por enquanto, financeiramente nosso negócio está atendendo às expectativas. Mas, caso o ponto não corresponda às nossas metas, é só desmontar tudo rapidamente e montar em outro local, sem grandes perdas financeiras. O negócio vai aonde for preciso”, finaliza o empresário que, hoje, pensa também *dentro da caixa*.  por Solange Calvo

MAIS ENERGIA PARA SUAS VENDAS

FULLPOWER E-N-E-R-G-Y

FULLPOWER E-N-E-R-G-Y

www.fullpowerenergy.com.br  **energeticofullpower**  **fullpowerenergy**

Dani Aj.
empresário e
cliente do Assaí

Conheça alguns
dos clientes premiados
na promoção de
aniversário de 41 anos
do Assaí



Entrega dos PRÊMIOS

O ANO DE 2015 TERMINOU DE MANEIRA ESPECIAL PARA VÁRIOS CLIENTES DO ASSAÍ. ISSO PORQUE ELES FORAM SORTEADOS NA PROMOÇÃO DE ANIVERSÁRIO DA REDE, QUE NO ANO PASSADO COMPLETOU 41 ANOS DE MERCADO. PARA A COMEMORAÇÃO, O ATACADISTA PREPAROU UMA PREMIAÇÃO RECORDE COM O SORTEIO DE MAIS DE R\$ 1,8 MILHÃO EM PRÊMIOS.

A proprietária do restaurante JP Gourmet, Sandra, mal pôde acreditar quando recebeu a ligação da equipe do Assaí avisando que ela havia ganhado uma pick-up zero quilômetro. “A gente sempre fica na esperança, mas nunca acredita que vai ganhar. Quando recebi a ligação achei que fosse um trote (risos). É muito bom ganhar! Espalhei pra todo mundo no restaurante”, lembra emocionada.

Para ela, essa conquista foi como a coroação de uma vida de trabalho e de parceria com o Assaí. Ela e o marido são clientes da rede há mais de 10 anos, desde que ele tinha outro restaurante. Na direção do JP Gourmet, no bairro Vila Olímpia, na capital paulista, eles estão há seis anos, tempo em que frequentam a loja Assaí Jabaquara.

“Foi a primeira vez que participamos de uma promoção da rede e foi realmente muito emocionante. Eu nunca havia ganhado um prêmio desta maneira, e sempre tive a sensação de que seria impossível ganhar com tantas pessoas participando. O Assaí caprichou e fez uma surpresa para me comunicar o prêmio”

Dani Aj.

“Visito a loja uma vez por semana e lá encontro tudo de que preciso, além de ser muito bem atendida. Participei com quatro cupons e tive a sorte de ganhar. Ficamos tão felizes que fizemos uma marchinha que cantamos no salão do restaurante para que todos os clientes soubessem que nós havíamos sido premiados pelo Assaí. Todos se divertiram com nossa alegria”, conta.

UMA ÚNICA CHANCE

E quem poderia imaginar que, com apenas um único cupom, seria possível ganhar uma casa com um carro na garagem? Pois essa foi a história do empresário e cliente do Assaí, Dani Aj., também de São Paulo.

Segundo o empresário, sua esposa é quem cuida das compras para casa. Ela vai ao Assaí Jaguaré há dois anos e sempre ficou muito satisfeita com a experiência de comprar por lá. “Foi a primeira vez que participamos de uma promoção da rede e foi realmente muito emocionante. Eu nunca havia ganhado um prêmio desta maneira, e sempre tive a sensação de que seria impossível ganhar com tantas pessoas participando. O Assaí caprichou e fez uma surpresa para me comunicar o prêmio”, confessa.

Feliz e surpreso com a premiação inédita, o casal cumprimentou a rede pela transparência e pela forma carinhosa com que recebeu a notícia. “Foram extremamente corretos e honestos, cumprindo rigorosamente o regulamento da promoção. Acho o Assaí um negócio fantástico, pois no nosso caso, que fazemos compras para a família, nos permite ter acesso a produtos bons a preços competitivos. O modelo da rede, de facilitar as compras de varejo e atacado ao mesmo tempo, é muito bom, pois evita termos que ir a outro lugar completar a compra. Somos clientes assíduos”, ressalta Dani.

MAIS DE UMA CENTENA DE PREMIADOS

Durante a promoção, que aconteceu de 1º de outubro a 30 de novembro, em 85 lojas, os clientes puderam concorrer de duas maneiras. Na primeira delas, a cada R\$ 50 em compras eles ganhavam três números da sorte para concorrerem aos sorteios de uma casa com um carro na garagem, um carro e uma moto.

Ao todo, foram 85 motos (uma por loja participante), 20 carros e uma casa com carro na garagem, em sorteios nacionais. A outra chance de ganhar era através de uma ação promocional com marcas parceiras, na qual foram sorteadas três pick-ups. >>



Sandra, proprietária do restaurante JP Gourmet

Assaí ACONTECE

“A nossa promoção de aniversário cresce a cada ano e o resultado superou nossas expectativas. Foram mais de 670 mil clientes cadastrados. É muito gratificante realizar os sonhos de nossos clientes através das nossas promoções. Obrigado a todos que se cadastraram e parabéns aos 109 ganhadores! Continuem participando de nossas promoções”, destaca o presidente do Assaí Atacadista, Belmiro Gomes.

NA HORA CERTA

A empresária independente de cosméticos, Cristiane, mãe do Felipe (16 anos) e do Marcel (13), é casada há 20 anos com o Ricardo. Na sua rotina de dona de casa, ela conta que as compras para o consumo da família são realizadas no Assaí Jabacurá desde 2011, quando precisava economizar nas despesas da família e descobriu as vantagens de comprar no atacadista. “Sempre procurei ser fiel a marcas, porém, revi meus valores frequentando o Assaí e acabei descobrindo novas marcas e produtos tão bons quanto os que estava acostumada a comprar”, conta. Ela já havia participado da promoção dos 40 anos da rede, mas foi no ano passado que a sorte bateu à sua porta.



“Sempre procurei ser fiel a marcas, porém, revi meus valores frequentando o Assaí e acabei descobrindo novas marcas e produtos tão bons quanto os que estava acostumada a comprar”

Cristiane, empresária independente de cosméticos

PREÇO JUSTO

SEMPRE



SITE: WWW.ULTRAClass.IND.BR

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



Segundo Cristiane, foram cadastrados sete cupons. “Fiz o cadastro na última semana de novembro. Quando o telefone tocou e a pessoa do outro lado da linha se identificou como sendo do marketing do Assaí, eu estava fazendo o jantar e montando a árvore de Natal. Quando percebi o que estava acontecendo, minhas pernas começaram a tremer e logo pensei: ‘será que ganhei a casa?’ (risos)”, descreve.

Mas, para sua surpresa, ela foi informada de que havia ganhado um Fiat Strada. “Bom, não era a casa (risos), mas fiquei muito feliz em ter ganhado o Fiat Strada! Acreditei logo de cara! Não duvidei em nenhum momento, pois não havia dito para ninguém que tinha feito o cadastro dos cupons. Então, lá estava eu como ganhadora do carro recebendo a ligação!”, comemora Cristiane.

E, se ela já gostava de frequentar a rede, agora ainda tem mais motivos. “Acho muito bom que tenha um atacadista onde os consumidores podem fazer suas compras e também economizar, recebendo vantagens quando compram em quantidades maiores, e ainda concorrer a prêmios. Acho maravilhosa essa promoção feita pelo Assaí. Espero que se repita todos os anos!”, decreta. 🍌

Jundia
Experimente
novas
Alegrias

Pudim de Leite Condensado
duplamente irresistível
Peso Líq. 855g
Conteúdo Líq. 1,8l

Trufatine
duplamente irresistível
Peso Líq. 855g
Conteúdo Líq. 1,8l

Jundia sorvetes

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

KLICCCOMK



Capacitação PARA EMPREENDEDORES

Assaí e Sindipan
renovam parceria
para oferecer cursos

DANDO CONTINUIDADE À PARCERIA DE SUCESSO QUE JÁ HABILITOU CENTENAS DE PESSOAS, O ASSAÍ ATACADISTA E O SINDICATO DA INDÚSTRIA DE PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA DE SÃO PAULO (SINDIPAN) OFERECEM NOVOS CURSOS DE CAPACITAÇÃO NO SEGMENTO DE PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA.

Este é o terceiro ano do projeto, realizado na Escola Móvel do Sindipan, que fica estacionada em lojas do Assaí, possibilitando aos seus clientes uma nova qualificação. Em tempos de crise, os cursos abrem os horizontes para empreendedores, com oportunidades para qualificação e aumento de renda.

O objetivo do projeto, criado pelo Sindipan, é contribuir com o setor de panificação, levando a diversos locais da capital informações sobre novos produtos e novas técnicas de produção, capacitando a mão de obra e melhorando o faturamento e os resultados das empresas do setor.

São dezenas de cursos no segmento, com cerca de três horas de duração, oferecidos gratuitamente, sendo cobrado apenas o valor simbólico de R\$ 4 pelas apostilas. De acordo com a diretora do Instituto do Desenvolvimento de Panificação e Confeitaria, Sandra Freitas, a intenção é dar continuidade a essa parceria de sucesso, inclusive ampliando o número de locais atendidos em relação ao ano anterior. >>



Com a Avant, você nunca vai ficar sem lâmpada!

Mais de 7 milhões de LEDs, fluorescentes compactas e outros 750 modelos de produtos de iluminação em seus estoques.



“No tocante à possibilidade de captação de público, há uma sinergia entre os produtos vendidos pelo Assaí e os cursos oferecidos ao nosso segmento”

Sandra Freitas, diretora do Instituto do Desenvolvimento de Panificação e Confeitaria

PARCERIA DE SUCESSO

Sandra destaca a importância da parceria entre a Sindipan e o Assaí Atacadista. “Em relação à infraestrutura, ressaltamos a disponibilização de um local seguro para estacionamento, com água e energia disponíveis. No tocante à possibilidade de captação de público, há uma sinergia entre os produtos vendidos pelo Assaí e os cursos oferecidos ao nosso segmento”, afirma.

A diretora adianta também novidades para os novos módulos oferecidos na Escola Móvel do Sindipan. “Acrescentaremos, ao lado dos mais requisitados do ano anterior, os cursos de bolo salgado, básico de pizza, alfajor e fudge, brioche, cheesecake, cuscuz paulista, doces no copinho, pães – funcionais, tradicionais, francês, integral, de forma, doce –, palha italiana, panetones, petit four avançado”, conta.

A gerente de marketing e sustentabilidade do Assaí, Marly Yamamoto Lopes, reforça que a proposta do Assaí é ser um agente transformador da cadeia de valor de pequenos e médios comerciantes, por meio da conscientização e da contribuição nas melhores práticas sustentáveis. “A parceria com o Sindipan está em linha com essa aspiração do Assaí, já que, além de prestar um serviço complementar para o seu cliente empreendedor, a rede também estreita o relacionamento entre a marca e o segmento de panificação, um dos principais segmentos atendidos pelo Assaí. São mais de sete mil itens – entre mercearia, alimentos, perecíveis, embalagens, bazar, higiene, bebidas e limpeza –, de grandes marcas nacionais, regionais e importadas, à disposição dos clientes”, explica.

Elma Chips

NOVOS TAMANHOS BOLSA PEQUENA

Muito Sabor

Deliciosos para um lanche rápido

Divertidos e Inconfundíveis

Requeijão

Queijo Nacho

Original

Presunto

IMAGENS ILUSTRATIVAS

BALANÇO POSITIVO

No ano passado, a Escola Móvel do Sindipan esteve presente em seis lojas do Assaí. De acordo com Marly, foram 178 alunos em Mogi das Cruzes (janeiro), 184 em Taboão da Serra (março), 177 em Vila Sônia (abril), 297 em Itaquaquecetuba (junho), 163 em Penha (julho) e o recorde de 432 alunos em Mogi das Cruzes (novembro).

Em 2016, o início dos cursos está previsto para março, na loja em Teotônio Vilela. Ao longo do ano, o projeto itinerante seguirá para Jacu Pêssego (abril), Vila Sônia (junho), Taboão da Serra (agosto), Itaquaquecetuba (outubro) e Pirajussara, em Taboão da Serra (novembro).

Fique por dentro de outras datas e locais por meio do site assaí.com.br/sustentabilidade.  por *Leticia Murta*

CALENDÁRIO

Assaí Teotônio Vilela	Março
Assaí Jacu Pêssego	Abril
Assaí Vila Sônia	Junho
Assaí Taboão da Serra	Agosto
Assaí Itaquaquecetuba	Outubro
Assaí Pirajussara	Novembro



Soffice
Requeijão Cremoso

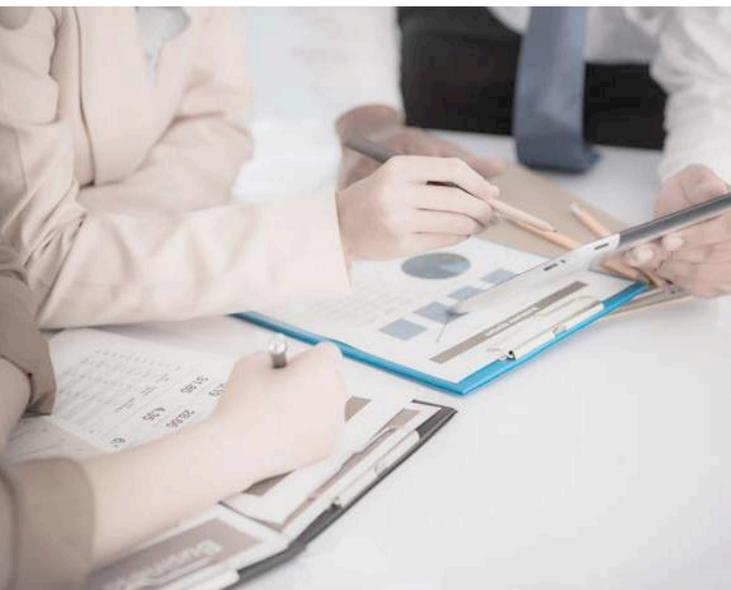
SURPREENDA-SE
COM TANTA QUALIDADE E ECONOMIA

Tire o 'S' da crise
Inove com Soffice. Crie.
Experimente e comprove!
Soffice não é barato
os outros que são caros.

A Griffe
da Pizza.com
Requeijão

Descrição	Cód. Barras
• Bisnaga 1,535 kg	7896572 0023 8
• Bisnaga 400g	7896572 0026 9

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



PROJEÇÕES PARA 2016

Empresas atacadistas e distribuidores especializados projetam crescimento em 2016. Custo, benefício e proposta de valor serão os focos dos Diefs – Distribuidores Especializados em Food Service. O grupo, composto por 13 atacadistas e distribuidores espalhados pelo Brasil, terá de enfrentar o conturbado ambiente econômico e político em que o País está mergulhado mostrando aos seus clientes, os donos de restaurantes e de padarias, por exemplo, de que maneira os produtos que eles comercializam rendem ou são potencialmente lucrativos e podem compor a receita oferecida ao consumidor final. “A parceria entre esses distribuidores e as indústrias terá de se intensificar, pois eles têm de explicar aos empresários de que maneira esses itens comercializados funcionam no prato, ou seja, saem cada vez mais da relação de preço e entram na de valor agregado ao produto. Em outras palavras, eles têm, essencialmente, de ajudar os empresários do mercado de alimentação fora do lar de alguma maneira, pois só o preço não fideliza; é necessário ajudá-los de alguma maneira”, diz Enzo Donna, consultor e diretor da ECD Consultoria em Food Service e coordenador do Grupo Diefs.



VEGETAIS NO PRATO

Segundo dados da consultoria norte-americana Baum+Whiteman, neste ano de 2016 os vegetais terão mais destaque do que nunca nos cardápios, seja pela elevação do custo da proteína animal, seja pela maior consciência sobre a quantidade de antibióticos e hormônios associados a ela. Cientes da importância de ter uma cozinha cada vez mais sustentável e de menor custo, chefs munidos de técnicas apuradas e sede de conhecimento também vêm reforçando outra tendência crescente – a do aproveitamento integral dos alimentos, incluindo cascas, folhas, pele, ossos e órgãos internos, como fígado, coração e cérebro, além de espécies de peixe pouco valorizadas. O movimento é batizado pela consultoria Technomic como “Trash to Treasure” (de lixo a tesouro). *Fonte: Valor Econômico*



FEIRAS & EVENTOS

ABRIL/2016

Congresso Brasileiro de Bebidas 2016

Data: 06 e 07 de abril

Local: Centro de Eventos São Luís - São Paulo/SP

Promotor: AFREBRAS - Associação dos Fabricantes de Refrigerantes do Brasil

Mais informações: www.confrebras.org.br

Feira Norte-Nordeste de Panificação e Food Service 2016

Data: 14 a 16 de abril

Local: Centro de Convenções de Pernambuco - Olinda/PE

Promotor: Up to Date Eventos

Mais informações: www.fennopan.com.br



MAIS QUE CASEIRO. BRASILEIRO.

edição especial Food Truck

*A linha de condimentos Food Truck da Cepêra,
foi desenvolvida com receitas especiais para atender
à paladares exigentes.*

*sabor delicioso
elaborada com mel de
qualidade superior*

*consistência mais
firme e doce na
medida certa*

*Receita
exclusiva*

*elaborada
a partir
de sementes
importadas*

*sabor equilibrado e
suave: ótimo para
o consumo
direto em sanduíches
e quitutes*



*Curta a nossa página: facebook.com/SaboresCepera
www.cepera.com.br • (11) 4646-4600*

ENTENDENDO O MERCADO

Confira dicas para enriquecer seus conhecimentos sobre varejo



► VAREJO PARA A BAIXA RENDA

Organizadores: Tânia M.V. Limeira, Edgard Barki e Juracy Parente

O chamado mercado de baixa renda (ou a base da pirâmide, nas palavras de C. K. Prahalad) começa a ser descoberto pelas grandes empresas de todo o mundo e não poderia ser diferente no Brasil. No nosso país, ocupam a base dessa pirâmide cerca de 150 milhões de consumidores, responsáveis por 50% das vendas em muitos setores varejistas. Esta obra aponta os caminhos para conhecer melhor e trabalhar com esse mercado no varejo.



► VAREJO NO BRASIL - GESTÃO E ESTRATÉGIA

Autores: Juracy Parente e Edgard Barki

Nos últimos anos, o varejo vem atravessando um processo de transformação especialmente intenso. Com o acelerado ritmo de consolidação do setor, um número crescente de varejistas aparece na relação das maiores empresas do Brasil. Este livro auxilia profissionais e estudantes do varejo a entenderem a dinâmica do mercado e a enfrentarem com sucesso as mudanças dramáticas que estão ocorrendo no setor, com muitos casos da realidade brasileira e sugestões estratégicas e táticas para os varejistas.

FOTOS: DIVULGAÇÃO

Lysoform

PRIMO

Protege e cuida de você.

Onde você menos imagina estão os micro-organismos. Lysoform Primo protege a sua pele, eliminando **99,9% dos germes e bactérias**. É uma linha completa de produtos antibacterianos desenvolvida especialmente para cuidar e proteger a sua saúde em todos os momentos.

Conheça os produtos Lysoform Primo em www.brilcosmeticos.com.br



ELIMINA 99,9% DOS GERMES E BACTÉRIAS

REPENSE

facebook.com/lysoformprimo

Sacos para Lixo EsfreBom.

Uma novidade para facilitar
a limpeza do dia a dia.



Esfre BOM

- ✓ Super-resistente e com fundo reforçado
- ✓ Formato rolo: mais econômico
- ✓ Picote entre os sacos
- ✓ Super alças

 **BETTANIN**

Facilita a sua vida.

www.bettanin.com.br

Capacitação - Cursos & projetos



CONGELAMENTO DE ALIMENTOS

O Senac oferece este curso, na modalidade à distância, por meio de videoaula. É destinado a profissionais das áreas de bens, comércio e serviços turísticos, bem como para pessoas interessadas em aprender sobre o assunto. O aluno irá aprender as vantagens desta técnica de conservação, assim como boas práticas para o congelamento e descongelamento de alimentos, como hortaliças, frutas, carnes, temperos, arroz e feijão.

>> **CARGA HORÁRIA:** 20 horas
INFORMAÇÕES: migre.me/t0ORw

Sobremesas geladas e CONGELADAS

A professora de culinária Dalva Zanforlin Franco traz um curso todo adaptado à estação mais quente do ano, àqueles que não querem passar horas na cozinha e ainda objetivam comercializar essas guloseimas. São mais de 25 receitas selecionadas, com preparos supersimples e rápidos, de sabores irresistíveis, muitas delas podendo até ser congeladas. Sobremesas convencionais, como gelatina, pudim, quindim, manjar, bolos e pavês, ganharão um toque de modernidade e combinações diferenciadas.



>> **CARGA HORÁRIA:** 12 horas
INFORMAÇÕES: bit.ly/1PSTZMy

FOTOS: SHUTTERSTOCK



FARNESE

O SABONETE DA FAMÍLIA BRASILEIRA
Feito com carinho pra você!

SUA FAMÍLIA MERECE ESSE CARINHO!

Experimente os sabonetes Farnese e descubra novas sensações.

FARNESE AVEIA: 90g NOVO!!
Hidratação intensa com extrato de aveia.

FARNESE CLASSIC: 90g NOVO!!
Perfuração fina | Rico em óleos vegetais



Perfuração fina com a linha Classic e Hidratação intensa com Farnese Aveia.

FARNESE : 90g
Hidratação intensa

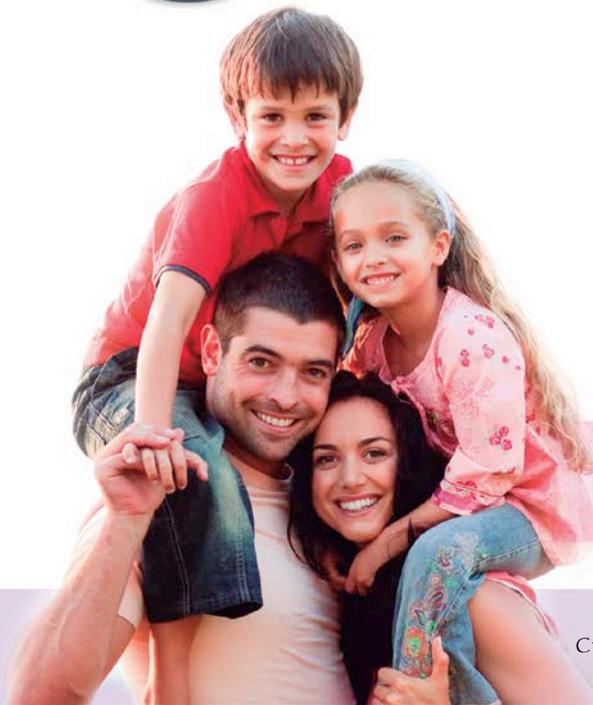
FARNESE : 180g
Sabonete extra perfumado Para toda a família.

Hidratação intensa com a linha Farnese 90g e Extra perfuração e durabilidade com Farnese 180g



WWW.SABONETESFARNESE.COM.BR

Curta nossa página no Facebook, Sabonetes Farnese e concorra a um kit exclusivo!





ALIMENTOS & BEBIDAS NA HOTELARIA

Este curso é oferecido pelo Senac e destina-se ao aperfeiçoamento de profissionais das áreas de hotelaria, gastronomia e administração para gerenciarem departamentos de Alimentos e Bebidas em meios de hospedagem. As atividades são disponibilizadas em ambiente virtual de aprendizagem, utilizando recursos pedagógicos desenvolvidos em mídia on-line. Durante o curso, o aluno aprenderá sobre setores e serviços do departamento de A&B: cozinha, restaurante e eventos.

>> **CARGA HORÁRIA:** 30 horas
INFORMAÇÕES: bit.ly/1S96fwG

SALGADOS PARA *confeitaria*

O Senac EAD oferece este curso para quem deseja desenvolver competências para o preparo de salgados tradicionais de confeitaria, fritos e assados, bem como o preparo de diversos recheios. O curso é aplicado através de videoaulas. Na ementa, estão o preparo de coxinhas e rissoles, massa folhada, empada, quiche, esfiha e muito mais.

>> **CARGA HORÁRIA:** 20 horas
INFORMAÇÕES: bit.ly/1K0VPhA



48H* DE CONTROLE CABELOS MODELADOS E DISCIPLINADOS



Juliana Paes

AÇÃO PLURI-CONTROLE NAS 4 DIMENSÕES

- 1 ANTI-VOLUME
- 2 ANTI-FRIZZ
- 3 ANTI-FIOS REBELDES
- 4 ANTI-EFEITO ARMADO



PARA CABELOS DIFÍCEIS DE CONTROLAR

L'ORÉAL
PARIS

*Rese instrumental, uso conjunto do shampoo + condicionador + creme para pentar e shampoo clássico.



Dia a dia no ASSAÍ



A Ana Paula Ximenes da Silva contou que estava pela primeira vez no Assaí. Ela disse que foi ao atacadista em busca de promoções.



Neide Barbosa da Silva adorou as promoções e não perdeu tempo, saiu de carrinho cheio.

Loja Assaí Imbiribeira (PE)

A Priscila Maria Barros Ferreira foi ao Assaí em busca de abastecer a despensa de casa. Encontrou o que precisava e ficou muito feliz em conhecer a rede e ainda economizar.



FOTOS: DIVULGAÇÃO





você sempre bonita

Apresentamos **Suave**,
a nova linha de
antitranspirantes

A marca de beleza
dos **Estados Unidos**,
agora no Brasil





A cliente Daniele Gadelha Costa se surpreendeu com as ofertas que encontrou no Assaí. Em sua primeira vez no atacadista, ela aproveitou para encher o carrinho.

Marcelo Augusto Paulino de Souza, proprietário do Supermercadinho Paulino foi à inauguração em busca de bebidas e frios. Achou tudo o que queria e ainda economizou em suas compras.



Loja Assaí
Imbiribeira
(PE)



Noeme Maria de Souza foi ao Assaí pela primeira vez no dia da inauguração da nova loja. Aproveitou a visita e fez compras para as festas de fim de ano.

FOTOS: DIVULGAÇÃO

LINHA FEIJOADA



marba



**VAI BEM
EM QUALQUER
MESA**

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

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

NOVA LOJA

Assaí Maracanaú
Avenida Dr. Mendel Steinbruch com Av. de Contorno
CEP: 61939-160 - Maracanaú - Ceará
Telefone: (85) 3383-5900

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

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

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

DISTRITO FEDERAL

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

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

GOIÁS

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

Assaí Goiânia Perimetral
Avenida Perimetral Norte - 2609
Setor Vila João Vaz
CEP: 74445-190 - Goiânia
Telefone: (62) 3219-7850 / 3219-7855

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

NOVA LOJA
Assaí Camaragibe
Avenida Doutor Belmino Correia, 681
CEP: 54759-000 - Camaragibe
Telefone: (81) 3456-8950

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

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

NOVA LOJA

Assaí Imbiribeira
Avenida Marechal Mascarenhas de Moraes, 2180
CEP: 51150-000 - Recife
Telefone: (081) 3497-7350

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

NOVA LOJA

Assaí Cabo Frio
Avenida América Central, 900
CEP: 28909-582
Telefone: (22) 2640-6450 / 2640-6451

Assaí Campinho
Rua Domingos Lopes, 195
CEP: 21310-120 - Rio de Janeiro
Telefone: (21) 2450-2329 / (21) 2452-2686

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

Assaí Duque de Caxias
Avenida Governador Leonel de Moura Brizola, 2973
CEP: 25030-001 - Rio de Janeiro
Telefone: (21) 3780-5800 / 3780-5801

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

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

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

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

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

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

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

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

**DIVERSÃO COM
A GALERA?**



**SIMPLIFICA.
PEDE
REFRI.**



Assai Mogi das Cruzes

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

Assai Suzano

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

GRANDE SÃO PAULO

Assai Águia de Haia

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

Assai Barra Funda

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

Assai Casa Verde

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

Assai Cotia

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

Assai Dutra

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

Assai Fernão Dias

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

Assai Freguesia do Ó

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

Assai Giovanni Pirelli

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

Assai Guaianases

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

Assai Guarulhos

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

Assai Itaim Paulista

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

Assai Itaquera

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

Assai Jabaquara

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

Assai Jaçanã

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

Assai Jacu Pêssego

Avenida Jacu-Pêssego, 750
CEP: 08260-005 - São Paulo
Telefone: (11) 2523-9360 / 2523-9361

Assai Jaguaré

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

Assai João Dias

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

Assai Vila Carrão

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

Assai Marginal Tietê-Penha

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

Assai Nordestina

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

Assai Osasco

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

NOVA LOJA

Assai Pirajussara

Avenida Ibirama, s/n
CEP: 06785-300 - Taboão da Serra
Telefone: (011) 4138-1580

Assai Ribeirão Pires

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

Assai Santo Amaro

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

Assai Santo André

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

Assai São Bernardo do Campo

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

Assai São Caetano do Sul

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

Assai 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

Assai São Miguel

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

Assai Sapopemba

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

Assai Taboão da Serra

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

Assai Tatuapé

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

Assai Teotônio Vilela

Avenida Senador Teotônio Vilela, 8.699
CEP: 04858-001 - São Paulo
Telefone: (11) 5922-9300 / 5922-9301

Assai Vila Sônia

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

INTERIOR

Assai Bauru

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

Assai Amoreiras

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

Assai Jundiá

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

Assai Limeira

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

Assai Presidente Prudente

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

Assai Ribeirão Preto

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

Assai Ribeirão Preto Rotatória Meira Junior

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

Assai Rio Claro

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

Assai Sorocaba

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

Assai Sorocaba Itavuvu

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

LITORAL

Assai Caraguatuba

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

Assai Praia Grande

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

Assai PG Litoral Plaza

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

Assai Santos

Avenida Nossa Senhora de Fátima, 50
CEP: 11085-200 - Santos
Telefone: (13) 3296-2100



FEEL GOOD ACOMPANHA VOCÊ EM TODOS OS LUGARES.

Chegou Feel Good em embalagem pet.
Levar seu sabor preferido com você
ficou ainda mais fácil.
Experimente!



#feelthemoment



WOW!

www.wownutrition.com.br



[chafeelgood](https://www.facebook.com/chafeelgood)



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

LIVRE-SE DA TAREFA DE LIMPAR PANOS



NOVO

DURAMAX

64 PANOS DESCARTÁVEIS DE LIMPEZA