

assaíbons negócios

assai.com.br

EM TEMPO

O passo a passo
para formalizar seu
negócio e crescer
com segurança

Visão de MERCADO

Conheça o serviço
de delivery de
comida saudável e
balanceada para
quem quer manter o
peso e a saúde em dia

Mudança DE DIREÇÃO

Conheça a história do profissional de biomedicina que
veio da Argentina para o Brasil e encontrou no comércio
de pão de queijo o caminho para a realização pessoal

DISTRIBUIÇÃO DIRIGIDA / VENDA PROIBIDA

O sorvete que o não pode faltar



consumidor ama* na sua loja!



* Top of Mind 2015.

Imagens meramente ilustrativas.


KIBON®

tenys.pé

Baruel

0 nº1 em proteção



PARCEIRO OFICIAL
DO FC BARCELONA



• Antiodor • Controle da Transpiração • Ação Antisséptica

EDITORIAL



ASSAÍ CHEGA AO NORTE DO PAÍS

Assim como foi durante a realização da Copa do Mundo, em 2014, novamente o Brasil volta a ser o centro das atenções do mundo. Receber os Jogos Olímpicos, em agosto, fará com que o Rio de Janeiro potencialize ainda mais sua vocação turística. Sem dúvida, um grande desafio para a cidade, assim como para os comerciantes locais, que devem se preparar adequadamente para aproveitar as oportunidades, garantindo sempre qualidade e bom atendimento.

É nesse clima olímpico que preparamos esta edição da **Revista Assaí Bons Negócios**, mesclando conteúdo informativo com dicas e temas relevantes para o dia a dia dos nossos parceiros.

Você vai saber também que junho foi um mês importante para nós, pois chegamos à cidade de Manaus, alcançando a única região brasileira onde ainda não estávamos presentes. Inauguramos uma grande loja, com estrutura para atender com conforto e qualidade os clientes manauaras. Confira os detalhes na seção Assaí Acontece.

Falamos também sobre plano de negócios, essa importante ferramenta que contribui para o sucesso do empreendimento. Com a ajuda de um especialista lhe damos o caminho para um bom planejamento. Nessa linha de gestão abordamos também, na temática sustentabilidade, os conceitos que devem nortear a empresa para que ela se torne economicamente viável e tenha vida longa.

Pra quem quer investir, falamos de três mercados: O de *delivery* de comida congelada saudável, o de academias e o de bolos no pote. Todos os três com grande potencial. Você vai conhecer histórias de quem já está trilhando esses caminhos com sucesso e dicas para investir com segurança.

Voltamos a falar também sobre o mercado online, dessa vez abordando o tema Marketing Digital, pra lhe mostrar como essas ferramentas podem ser eficazes para destacar seu negócio no universo virtual. Acompanhe também os conteúdos mais acessados no **blog Assaí Bons Negócios** e desfrute de tudo o que preparamos para você e o seu negócio.

Ótima leitura!

Belmiro Gomes
Presidente do Assaí



Baixe gratuitamente
o aplicativo da revista
Assaí Bons Negócios

f /assaiaatacadistaoficial

yt /assaioficial

tw /assaioficial

in 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 e Tatiana Francisquini **MEGAMÍDIA GROUP** Presidente Celso A. Hey **MEGAMÍDIA EDITORA** Coordenação Geral Natu Marques MTB 8763 **Coordenação** Juliana Fernandes **Design** Mauricio Ribeiro **Edição de arte** Suellen Cristina Winter **Colaboradores da edição** (texto) Edileuza Soares, Fernando Torres, João Guilherme Frey, Letícia Murta e Thais Vaurof (foto) Andrea Nestrea e Tiago Jardim **Revisão** Rodrigo Castelo **PUBLICIDADE** Gerente Comercial Fernanda Fadel Hey - fernandafadel@megamidia.com.br **Representante Comercial** Lucas Rispoli - comercialassaí@megamidia.com.br **Atendimento Publicitário** Carolyne 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 Serzgraf - Distribuição Dirigida - Venda Proibida



10 ASSAÍ NA INTERNET

Confira o que foi destaque no blog Assaí Bons Negócios

12 ASSAÍ MAIS

As principais ações e projetos do Assaí em todo o país

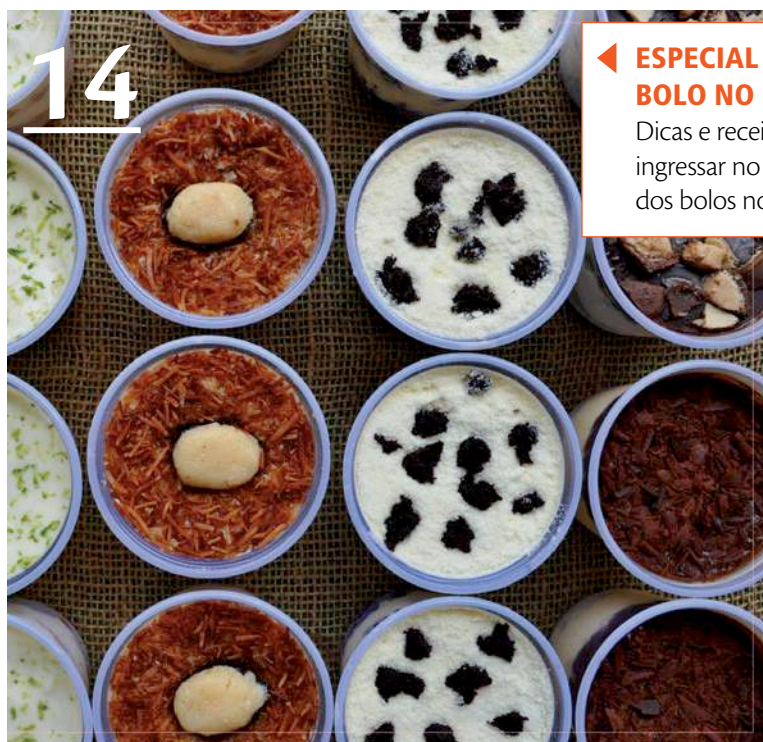
24 INSTITUCIONAL

Saiba como os empresários cariocas, clientes do Assaí, estão se preparando para atender os turistas durante os Jogos Olímpicos



MEU NEGÓCIO, MINHA HISTÓRIA

Conheça a história de sucesso do argentino Gustavo Ameijeiras que apostou no comércio brasileiro



ESPECIAL BOLO NO POTE

Dicas e receitas para ingressar no universo dos bolos no pote

28 ESPECIAL MARKETING DIGITAL

Aprenda quais são e como usar as ferramentas de marketing digital a seu favor

34 VISÃO DE MERCADO

Os novos negócios que têm como foco as pessoas que buscam praticidade na hora de manter a forma e cuidar da saúde por meio da alimentação

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.

48 PALAVRA DE ESPECIALISTA

Como o plano de negócios pode ajudar a sua empresa a se tornar mais assertiva e lucrativa no mercado

52 EM TEMPO

O passo a passo para a formalização de um negócio

40



RUMO CERTO

As academias se espalham pelo país e levam consigo uma boa oportunidade de investimento

56



60 VIDA SUSTENTÁVEL

Confira dicas de sustentabilidade que podem ser aplicadas em pequenas e médias empresas

66 FOOD SERVICE

Novidades e lançamentos do setor

70 CAPACITAÇÃO

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

◀ ASSAÍ ACONTECE

Veja como foi a chegada do Assaí à região Norte com a inauguração da primeira loja em Manaus

PRESUNTO SABOROSO É AURORA



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** valiosas dicas para a sua empresa. Trata-se de um conteúdo exclusivo, desenvolvido diretamente para você, com dicas de especialistas, melhores práticas e receitas para atender às demandas de seu estabelecimento. Confira abaixo alguns dos assuntos mais lidos em julho e agosto.

Inicie seu negócio em **4 PASSOS**

Começar um negócio pode parecer uma missão bem complicada. São muitas decisões, muito trabalho e muito planejamento. O empreendedor e investidor norte-americano John Rampton, fundador da Adogy, publicou recentemente um artigo no qual lista alguns passos para quem quer começar um negócio agora. bit.ly/passos_iniciar



CREME DE ERVILHA COM BACON

Nos dias frios os pratos quentes ganham a preferência das pessoas, como esse creme, muito saboroso e muito fácil de fazer, perfeito para integrar seu cardápio de inverno. Confira a receita na íntegra: bit.ly/creme_ervilha

REDES SOCIAIS



twitter.com/assaioficial

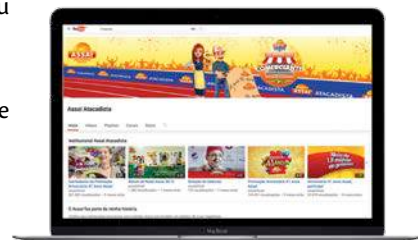


youtube.com/assaioficial



facebook.com/assaiaacadistaoficial

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



LEIA

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



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



Negócios para abrir **NO SEU BAIRRO**

A valorização do comércio local, dos pequenos produtores e das opções feitas de forma mais manual tem ganhado cada vez mais força em vários segmentos. Além disso, por comodidade, proximidade e confiança, o comércio de bairro se mostra uma opção com grandes vantagens para vários empreendedores. Muitas pessoas têm consciência de que comprar no bairro pode mudar economicamente uma região e fazer parte do crescimento do comércio local é também participar do desenvolvimento de um lugar. bit.ly/negocios_de_bairro

REVISTA DIGITAL

Com apenas um clique, é possível acessar o conteúdo da **Revista Assaí Bons Negócios** em seu tablet ou smartphone. Basta baixar o app no 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.



Ouro para todos.

A Therezópolis Gold agora brilha dentro da lata.

A praticidade e a segurança de uma marca que já conquistou medalhas em vários concursos nacionais e internacionais, agora em uma lata dourada com a mesma qualidade da Therezópolis que você já conhece.

Sua gôndola vai ser campeã de vendas com tanto ouro.



/cervejatherezopolis



FESTIVAL DO COMERCIANTE

O Assaí Atacadista realiza a quinta edição do Festival do Comerciante, que conta com mais de 40 dias de ofertas especiais nas 97 lojas da rede em todo o Brasil. No período de 16 de julho até 31 de agosto será criada uma oferta especial a cada dois dias, que pode variar de acordo com a cidade e o Estado em que a loja participante está localizada. Comemorado no dia 16 de julho, o Dia do Comerciante serve como mote para a campanha da rede. Com a ação, o Assaí reafirma seu compromisso de

parceria com os pequenos e médios comerciantes, oferecendo opções cada vez mais adequadas a cada tipo de negócio. "A proposta do Assaí é ser o estoque da pequena empresa, um local em que o cliente empreendedor possa fazer a reposição diária de suas vendas sem a necessidade de compras para longos períodos. Por isso, o Festival do Comerciante é uma ação importante para nos aproximarmos ainda mais desse público", explica Marly Lopes, gerente de Marketing e Sustentabilidade do Assaí Atacadista.

COLETA ECOELCE

O Assaí Atacadista mantém seu compromisso com as práticas sustentáveis realizando ações que, além de ajudar o meio ambiente, ainda geram economia para a população. Exemplo disso é a parceria com o projeto Ecoelce desde janeiro de 2015. A iniciativa consiste na troca de materiais recicláveis por descontos na conta de energia elétrica. No Ceará, o Assaí dispõe de quatro pontos de coleta do projeto de sustentabilidade da Coelce (Companhia Energética do Ceará), iniciado em 2007. Até abril deste ano já foram coletadas cerca de 165 toneladas de resíduos. Isso resultou em aproximadamente R\$ 32 mil em descontos na conta de energia, beneficiando e cadastrando mais de 1.800 pessoas no programa.

Os quatro pontos de troca do Ecoelce em parceria com o Assaí estão localizados nos estacionamento das lojas Parangaba, Caucaia, Sobral e Juazeiro do Norte. Para se cadastrar, gratuitamente, o cliente (pessoa física ou jurídica) precisa levar apenas a con-



ta de energia. Ao se inscrever, o participante recebe um cartão do projeto e, após isso, já pode levar os materiais para reciclagem. Os resíduos precisam chegar aos pontos de troca já separados por tipo: papel, metal, plástico e vidro. Lá, eles são pesados e, por meio de um sistema online, o valor em bônus é creditado automaticamente na conta de energia do participante. Cada material tem seu valor em quilo, unidade ou litro. Caso o valor da bonificação seja superior ao total da conta, o excedente é creditado na fatura seguinte.

Seleção de SABORES

Pizza é boa a qualquer dia e hora, e quando chega em casa quentinha, então, ninguém resiste.

Para tornar esse saboroso momento ainda mais especial para milhares de clientes, o Assaí promoveu no mês de julho a quarta edição do projeto Seleção de Sabores. A ação é realizada em parceria com fornecedores da rede, que tiveram suas marcas estampadas em uma embalagem térmica que mantém a pizza quentinha durante todo o trajeto da entrega. Esse ano, mais de 900 pizzarias de todo o Brasil receberam mais de 900 mil embalagens, impactando cerca de 3,5 milhões de clientes com as 28 marcas participantes da ação.



Scotch-Brite

LIGAÇÃO PREMIADA

MUITO FÁCIL DE PARTICIPAR:



1. Compre qualquer produto Scotch-Brite



2. Cadastre o código de barras em www.promoligacaopremiada.com.br



3. Guarde o seu número da sorte



4. Aguarde a ligação do Ratinho e fale a frase "SCOTCH-BRITE. DURA MAIS E LIMPAMELHOR"



5. Concorra a prêmios semanais



100
PRÊMIOS DE
R\$ 1 MIL*

12
PRÊMIOS DE
R\$ 10 MIL*

4
CARROS
OKM



ACESSE: WWW.PROMOLIGACAOPREMIADA.COM.BR

3M

heads.

Participação de 07/06/16 a 27/07/16. Certificado de Autorização Cuiav nº 1.091/2016 e 6-1095/16. Imagens meramente ilustrativas. Para mais informações, consulte o site www.promoligacaopremiada.com.br. *Em certificado de ouro.

Pequenos e LUCRATIVOS

Faça e
venda bolos
no pote. Confira
dicas e receitas
para produção



**PEQUENAS PORÇÕES, MUITO
RECHEIO E SABORES VARIADOS.
ESSA PARECE SER A RECEITA DE
SUCESSO DOS BOLOS NO POTE.**

**O DOCE, COMERCIALIZADO
EM EMBALAGENS PARA
VIAGEM, SURTIU COMO FORTE
TENDÊNCIA NO MERCADO DA
CONFEITARIA BRASILEIRA HÁ
ALGUNS ANOS E JÁ VIROU
FEBRE PELO PAÍS.**

Além de saborosos e práticos, os bolos no pote também são uma excelente opção de 'faça e venda', principalmente quando a ideia é iniciar um novo negócio. Além de ser um produto lucrativo, é fácil de preparar e não requer grande investimento.

Quem garante o sucesso na empreitada é a confeitaria Jana Nascimento, que conquistou clientes em Salvador com o doce. Ela conta que seu primeiro contato com o universo dos bolos foi há cerca de seis anos. "Comecei fazendo 'presentes doces' para os amigos e familiares", lembra.

Mas ela ainda nem imaginava fazer deste hobby uma profissão. Foi só quando trabalhava no mercado formal é que seu dom começou a ganhar destaque. "Em todo aniversário que tinha na equipe da empresa onde trabalhava pediam meu bolo. Acabei ficando conhecida como a Menina do Bolo", conta a baiana.

A fama foi tanta que ela decidiu comercializar os bolos, especialmente o *brownie* que, segundo ela, era seu carro-chefe. Fazendo toda a produção em casa, Jana começou a vender os bolos cortados em

fatias. Ao se desligar da empresa, teve um período de dúvidas, pois queria investir no negócio que tinha potencial, mas não sabia como começar do zero. Depois de algum tempo, ela persistiu, fez alguns testes até chegar ao modelo de bolo no pote.

A inspiração veio de uma sobremesa de Natal, que serviu para a família, quando chegou à combinação entre discos de bolos e recheio. Deu tão certo que acabou virando seu produto de sucesso. "Tirei algumas fotos dos potes e postei no Facebook. Pra minha surpresa várias pessoas se interessaram, e assim começou minha história com o doce no pote. Animei-me e a cada final de semana tinha um novo sabor e novos clientes", conta Jana.

Hoje ela chega a vender cerca de 100 potes em um único fim de semana e suas encomendas chegam principalmente pelas redes sociais, além dos pedidos de amigos e vizinhos. Os seus bolos variam de R\$ 3,80 a R\$ 8,00, dependendo do tamanho e do sabor. O segredo ela compartilha: "Ter calma para prepará-los, dedicação e muito amor para deixar os potinhos bem arrumadinhos e apresentáveis", finaliza. >>



Para divulgar seus bolos, Jana os fotografa e coloca nas redes sociais

Maior retorno para o seu negócio

- ✓ Melhor custo x benefício
- ✓ Referência no setor automotivo
- ✓ Portfolio completo de A a Z



f /windautoproauto
i @proauto_oficial
v /Proauto Oficial
proauto.com.br



COMO COMEÇAR?

Para ajudar a quem quer começar no negócio, a profissional de marketing Adriana Valente, fundadora do site Empreender Mulher, lançou gratuitamente o e-book *Como Iniciar um Negócio com Bolos no Pote*, no qual reúne, de forma didática, todas as dicas para quem deseja começar com os bolos no pote.

O Empreender Mulher é um projeto social que tem a finalidade de acelerar o desenvolvimento e as competências empreendedoras de mulheres, trazendo ferramentas e conteúdo, além de novos modelos de negócio para que elas possam abrir e gerenciar um negócio sustentável.

Segundo Adriana, o ponto principal para o sucesso dos produtos é a qualidade. “Não use produto de má qualidade pensando no preço, porque a pessoa vai comprar uma vez e, além de não comprar mais, vai falar mal para muitas outras pessoas”, descreve.

Além dessa dica, ela ainda aborda temas importantes para o desenvolvimento do negócio, como higiene e limpeza do ambiente de trabalho, como calcular o valor de venda, os materiais necessários, como divulgar, como perder o medo e a vergonha de oferecer, até algumas receitas de massa e recheio para começar.  por **Fernando Torres**



**E-book
distribuído
gratuitamente**



Para baixar o e-book
basta acessar o link
bit.ly/ebook_bolo_pote

MASSA BÁSICA DE LIQUIDIFICADOR

INGREDIENTES

- 3 ovos
- 2 xícaras (chá) de açúcar
- 2 xícaras (chá) de leite
- 2 colheres (sopa) de margarina de boa qualidade (é ela que deixa a massa saborosa)
- 2 xícaras (chá) de farinha de trigo sem fermento
- 1 colher (sopa) rasa de fermento

MODO DE PREPARO

Bata no liquidificador os ovos, o açúcar e a margarina. Depois coloque um copo de farinha de trigo e um de leite. Bata mais um pouco e depois acrescente o restante da farinha de trigo e do leite. Desligue o liquidificador, acrescente o fermento e mexa delicadamente. Unte uma assadeira retangular com margarina e farinha de trigo. Asse em forno a 180 °C por aproximadamente 30 minutos (dependendo do seu forno). Quando ficar dourado, teste com um palito. Se sair limpo, desligue.



RENDIMENTO

Se montar em discos com 1 cm de espessura, vai dar mais ou menos 50/60 bolos de pote. Se desconstruir o bolo, vai render uns 80/100.

MASSA DE CHOCOLATE

- Acrescente 1 copo de chocolate em pó na mesma receita ao lado.

MASSA DE LARANJA

- Acrescente 1 copo de suco de laranja na mesma receita ao lado.

Fonte: Adriana Valente



DICAS DE MONTAGENS

1. Coloque uma colher de sopa de recheio no fundo do pote de forma que o fundo todo fique coberto;
2. Coloque duas ou três colheres de sopa do bolo esfarelado;
3. Molhe o bolo com uma ou duas colheres de calda. (cuidado para não colocar calda demais e deixá-lo enjoativo);
4. Coloque o recheio de forma que na lateral toda esteja com recheio. (Quando o cliente olhar o bolo verá só o lado de fora. Se nele não tiver recheio, pensará que seu bolo no pote vem com pouco recheio.);
5. Mais uma camada de bolo;
6. Molhe novamente com a calda;
7. Mais uma camada de recheio para que a cobertura não dê trabalho de grudar no bolo;
8. Cobertura;
9. Confeitos.

**Há 90 anos
PRODUZINDO
QUALIDADE!**

**90 ANOS
SUPREMO
Queijos Especiais**

www.laticiniosburitis.com.br



FESTIVAL DO

COMERCIANTE

Você ganha na economia!



ASSAÍ ATACADISTA

ASSAÍ ATACADISTA

ASSAÍ ATACADISTA

ASSAÍ ATACADISTA

Aproveite!

De 16/07 a 31/08/2016

*O Assaí faz tudo pra você fazer
o melhor negócio:*

MILHARES DE PRODUTOS COM PREÇOS CAMPEÕES!



PÃO DE QUEIJO toda hora



Gustavo Ameijeiras, franqueado da Casa do Pão de Queijo

Conheça a história do argentino formado em Biomedicina que chegou ao Brasil e trocou a área médica pelo comércio de alimentos

POLVILHO, LEITE, OVOS E QUEIJO. BASICAMENTE, SÃO ESSES OS INGREDIENTES PRINCIPAIS PARA UMA RECEITA MINEIRA DE MUITO SUCESSO QUE VIROU PAIXÃO NACIONAL E JÁ GANHOU O MUNDO: O PÃO DE QUEIJO. O QUITUTE NÃO TEM HORA PARA SER CONSUMIDO E É DIFÍCIL ENCONTRAR QUEM NÃO GOSTE.

Na Casa do Pão de Queijo, pioneira na comercialização do produto, há mais de 50 anos, a receita tem um toque especial e o pãozinho está sempre quente, convidando para uma pausa.

A marca é uma das maiores franquias de alimentos do Brasil, em número de unidades franqueadas, no segmento de cafeteria. Há cerca de 14 anos, o argentino Gustavo Ameijeiras, de 49 anos, é um dos franqueados da Casa do Pão de Queijo e mantém uma loja de sucesso dentro do Extra São Caetano do Sul, na praça de alimentação.

Contudo, o dom para a administração dos negócios nem sempre foi seu ofício. "Sou formado em biomedicina. Trabalhei em laboratórios e dando



aulas de espanhol quando cheguei ao Brasil. Meu primeiro contato com o comércio ocorreu após o convite de um cunhado que estava abrindo um posto de conveniência e precisava de ajuda. Foi uma surpresa, porque eu não conhecia nada de negócios e foi o que deu o empurrão para trilhar esse caminho”, relembra.

Havia uma Casa do Pão de Queijo nesta loja de conveniência. O argentino, que está no Brasil há 23 anos, gostou da experiência de trabalhar com comércio e sentiu que poderia dar certo abrindo um negócio próprio. Com o contato que teve com a Casa do Pão de Queijo, foi fácil decidir por uma franquia.

“Apareceu a oportunidade de abrir uma loja no Extra e, como já conhecia a marca, achei interessante por causa da operação. Comparado com outros cafés, eu sabia que era uma franquia mais forte e em processo de expansão”, conta.

TRABALHO DE PERTO

Muitas pessoas acreditam que o fato de ser franqueado é sinônimo de pouco trabalho. Gustavo garante que não. Ele conta que tem o suporte da franquia, um nome

consolidado, padrão rigoroso de qualidade, mas que a chave para o negócio dar certo é a presença do dono.

“O segredo do sucesso é perseverar, pensando sempre em atender o cliente da melhor maneira possível. Tem que participar do negócio e não apenas olhar de longe. Estar perto é o que permite saber o que está dando certo e o que não está. Tem que olhar o mercado e observar as tendências que estão acontecendo a todo momento”, garante.

VARIEDADE NO CARDÁPIO

O carro-chefe é o pão de queijo, como não poderia deixar de ser. Além do tradicional, há os recheados (requeijão, requeijão com azeitona, cheddar, doce de leite e goiabada), além da tradicional porção de minipão de queijo com 10 unidades.

Mas há muito o que saborear na loja. Fofinhos salgados e doces, pastel de forno (integral ou tradicional), sanduíches, panini (*snack* de pão de queijo recheado prensado na hora), bolinhos, *brownies*, *cookies* e doces. Para beber, opções como *shake*, sucos, cafés diversos, chocolate quente, chá, *mochas* e *cappuccino*. >>

“O segredo do sucesso é perseverar, pensando sempre em atender o cliente da melhor maneira possível. Tem que participar do negócio e não apenas olhar de longe”



FOTO: © TIAGO JARDIM / SHUTTERSTOCK



COMPRA COM QUALIDADE E PREÇO JUSTO

Cliente do Assaí de São Caetano do Sul há cerca de cinco anos, Ameijeiras conta que vai à loja quase todos os dias. Preços competitivos, proximidade, produtos diversificados e variadas condições de pagamento são as maiores vantagens que o empresário aponta.

“Desde que abriu a loja em São Caetano do Sul me tornei cliente por causa da proximidade e da variedade de produto e preços, que são muito competitivos. Eu realizo compras todos os dias no Assaí porque é perto e isso evita que eu tenha necessidade de estocar. O Assaí acaba sendo um pouco meu estoque. O diferencial é a variedade, o preço, a comodidade e aceitar todos os cartões, inclusive o cartão de crédito. Antes eu

comprava em um outro que me cobrava anuidade e não aceitava cartão de crédito. Também gosto muito pelo fato de estar todo dia lá e isso possibilita que eu tenha um ótimo relacionamento com os gerentes que, inclusive, tomam café no meu estabelecimento”, conta.

HISTÓRIA DA CASA DO PÃO DE QUEIJO

A primeira loja foi inaugurada em 1967, na tradicional Rua Aurora, centro da cidade de São Paulo, iniciando o projeto que se tornaria uma das maiores redes de alimentação do país. A ideia foi servir para os paulistanos o famoso pão de queijo, receita original de Dona Arthêmia, mãe do fundador da marca, Mário Carneiro, e personagem retratada no logotipo usado até hoje. A tradicional receita de sua mãe, que é mantida

Acesse o vídeo por meio do QR Code:



em segredo, fazia sucesso entre conhecidos desde a década de 1930 na região de Uberlândia, no Triângulo Mineiro. Até então, o produto pão de queijo, típico da região de Minas Gerais, não fazia parte do hábito alimentar dos paulistanos.

A loja foi um enorme sucesso, chegando a comercializar em seu primeiro dia de funcionamento mais de duas mil unidades. Inicialmente, os pães de queijo eram colocados em uma cestinha no balcão coberta com um pano de prato bordado. As pessoas escolhiam, pegavam e saíam comendo pelas ruas. Com o tempo a Casa passou a oferecer refrigerante para acompanhar. Os anos passaram e a linha de produtos cresceu, assim como a demanda dos consumidores por mais lojas.  por *Leticia Murta*

SERVIÇO

CASA DO PÃO DE QUEIJO
PRAÇA DE ALIMENTAÇÃO HIPERMERCADO EXTRA
Rua Senador Vergueiro, 428, Centro – São Caetano do Sul – SP



Os Pães de Queijo
mais gostosos
do Brasil estão
de cara nova!

NOVAS
EMBALAGENS
COMEMORATIVAS

6 ANOS
DE EMPRESA

Entre em contato!

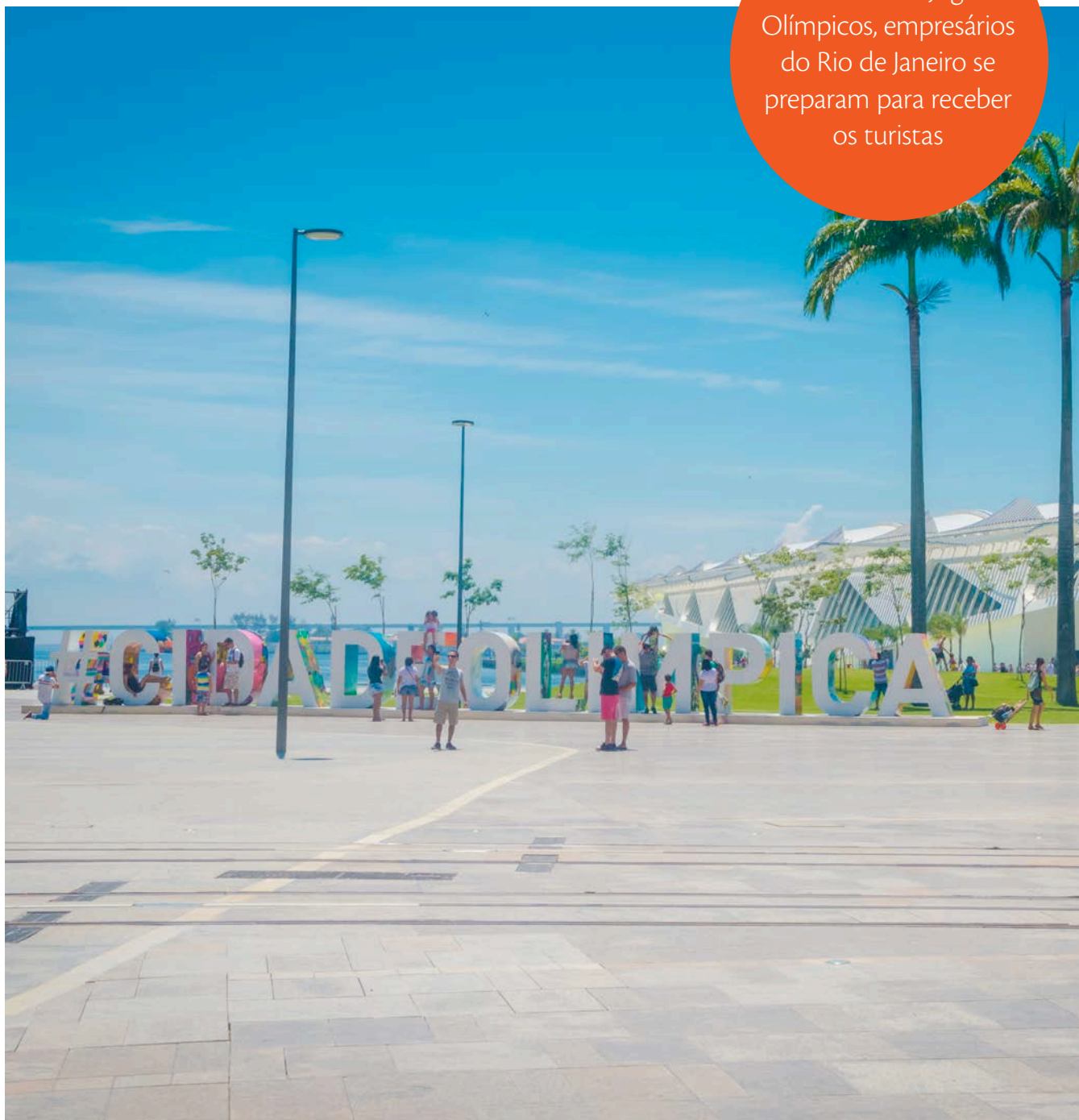
11 2056.1019 / 2056.1152
sac@gruposiberiann.com.br
www.gruposiberiann.com.br



Grupo
Siberiann

RIO: A CIDADE MARAVILHOSA *e olímpica*

Em clima de Jogos Olímpicos, empresários do Rio de Janeiro se preparam para receber os turistas



FOTOS: DIVULGAÇÃO / SHUTTERSTOCK



Assaí Cabo Frio (RJ)

“Durante a Copa do Mundo os nossos negócios triplicaram e acreditamos que nas Olimpíadas o resultado vai ser igual ou superior”

Hernani Carneiro, proprietário da MCH Distribuidora de Bebidas

Acostumados a receber turistas o ano inteiro e um volume ainda maior de pessoas em datas específicas ao longo do ano, como o Ano Novo e o Carnaval, os empresários cariocas estão otimistas para mais uma data especial no calendário deste ano: os Jogos Olímpicos Rio 2016.

O acontecimento é mais um dentre os diversos eventos que a cidade vem recebendo desde 2012, com a Rio+20, seguida por inúmeros shows e festivais internacionais, a Copa do Mundo, em 2014, e, agora, o maior evento esportivo do planeta, com os olhos de todos os continentes voltados para a cidade maravilhosa. Com tantos atletas, turistas e equipes de imprensa chegando em terras cariocas, o empresariado precisa se preparar para atender a todas as necessidades dessas pessoas. Os ramos de hotelaria e de alimentação são os que mais sentem o crescimento do movimento durante essas datas.

De acordo com dados da RioTur, durante a Copa do Mundo, 886 mil pessoas foram

à cidade do Rio de Janeiro, movimentando 4.4 bilhões de reais no período do campeonato, com um gasto médio de mais de 600 reais por dia. Se o otimismo dos empresários em 2016 se consolidar, os números durante os jogos olímpicos devem ser ainda melhores. É no que está apostando Hernani Carneiro, proprietário da MCH Distribuidora de Bebidas, que fica no centro da capital fluminense. “Durante a Copa do Mundo os nossos negócios triplicaram e acreditamos que nas Olimpíadas o resultado vai ser igual ou superior. Afinal, são muitas atividades em um só mês e praticamente todas as modalidades se concentram no Rio de Janeiro”, afirma o empresário, que vem se preparando para atender os clientes. “Em 2014, eu tinha apenas um carro para fazer as entregas de bebidas para os bares, quiosques, hotéis e restaurantes que atendemos na Zona Sul da cidade. Agora tenho três veículos, e o último que comprei foi pensando exatamente no aumento da demanda para os jogos”, conta animado. Para o período, Hernani também contratou dois novos funcionários. >>



Assaí Duque de Caxias (RJ)

O empresário está no ramo de bebidas há mais de 15 anos e há sete decidiu empreender e abrir o seu próprio negócio. Desde então, ele faz grande parte das suas compras na loja Assaí Campinho, por conta da variedade de produtos e das facilidades de negociação "Os gerentes de bebidas do Assaí estão sempre me apoiando, a grande vantagem está nas negociações que eu consigo e as facilidades de pagamento que a rede possui", conta.

E é pensando em empresários como Hernani que o Assaí prepara suas lojas e seu estoque para atender ao aumento da demanda durante este período. "Com as Olimpíadas, há uma motivação e tem muita gente investindo nesta oportunidade. É uma chance de sair do sufoco", analisa Moacir Sbartelotto, diretor regional do Assaí no Rio de Janeiro. Ele conta que, assim como os empresários, o Assaí também precisa se preparar para atender ao

aumento da demanda durante os jogos, e já vem se preparando para fornecer produtos e serviços com a mesma excelência do restante do ano. "Estamos buscando incrementar ainda mais o nosso estoque, porque a expectativa é que haja um fluxo muito bom de turistas na cidade. Então o transformador e o revendedor, aqueles empresários que comprem os produtos no Assaí para fazer seu próprio produto ou para revender, vão ter uma demanda maior e precisam se preparar para isso", afirma o diretor.

ASSAÍ NO RIO DE JANEIRO

Hoje, o Assaí possui 13 lojas no Rio de Janeiro, distribuídas em diversos pontos da cidade. Por isso consegue atender ao fluxo de clientes de todas as regiões da capital fluminense. "Durante as Olimpíadas a cidade vai ter uma série de restrições de circulação, o que afeta a nossa logística, então estamos nos preparando também para não termos problemas na distribuição", detalha Moacir. Segundo ele, muitos clientes já estão fazendo adequações estruturais nos seus estabelecimentos para dar mais conforto aos clientes, além de buscar soluções para transmitir os eventos dos jogos, principalmente nos bares e restaurantes. "Eles estão empreendendo, por isso acreditamos que esse vai ser um período mais positivo para as vendas", destaca.

Essa também é a aposta de Carlos Rodrigues de Almeida. Ele é dono do Restaurante e Pizzaria Tonto, em Cabo Frio, que fica na Região dos Lagos, e acredita que muitos turistas vão aproveitar para conhecer outros pontos turísticos do estado. "Cabo Frio vive do turismo, por isso a minha esperança é que as Olimpíadas impulsionem o comércio local, além disso, as férias escolares deste ano no Estado do Rio serão de 1º a 22 de agosto- coincidindo com o período do evento esportivo - o que deve aumentar também o número de turistas cariocas em Cabo Frio", afirma. Carlos, que também é





Assaí Campinho (RJ)

cliente da loja Assaí Cabo Frio, está animado para receber os turistas com excelência. Além de enfeitar o restaurante com o tema olímpico, o empresário criou até um prato especial para a ocasião. “No cardápio, além dos 90 sabores de pizza e os pratos de carne e frutos do mar, vamos ter uma receita especial chamada Medalhão Olímpico, que é um medalhão à piamontese, incrementado com aipim, um ingrediente típico brasileiro”, detalha o empresário, que escolheu este prato para homenagear as medalhas e os atletas que vão recebê-las. Para montar seus pratos, ele conta com o Assaí para comprar insumos e bebidas, além de produtos para a limpeza do estabelecimento. 🍌 por *Thais Vaurof*

SAIBA MAIS:

MCH DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS

Rua do Senado, 194
Centro – RJ
Telefone: (21) 3141-8729

RESTAURANTE E PIZZARIA TONTO

Av. Vereador Antônio Ferreira dos Santos, 500-672
Cabo Frio – RJ
Telefone: (22) 2647-6043

Momentos especiais merecem  *queijos de qualidade.*

Formosa
LATICÍNIOS
Lagoa Formosa - MG



INTERNET PARA *os negócios*

O marketing digital transformou-se em ferramenta essencial do mundo dos negócios. Saiba usá-lo a seu favor

A FORÇA E O GRANDE ALCANCE DA INTERNET ALTEROU COMPLETAMENTE A COMUNICAÇÃO ENTRE EMPRESAS E CLIENTES. QUEM MAIS SE BENEFICIA COM ESSA MUDANÇA DE PARADIGMA SÃO OS PEQUENOS E MÉDIOS NEGÓCIOS, QUE PODEM REDUZIR AS ALTAS VERBAS EM PUBLICIDADE NAS MÍDIAS TRADICIONAIS E INVESTIR, ELAS PRÓPRIAS, EM AÇÕES DIRECIONADAS DE MARKETING DIGITAL.

Que o digam as marcas de diversos nichos distribuídas em sites, redes sociais, *newsletters*, aplicativos e canais de vídeo, preocupadas em demarcar espaço na plataforma virtual e, claro, vender mais.

Mas a guinada exige estratégia. Ao mesmo tempo em que a *web* democratiza o acesso, a diversidade de apelo aos sentidos pode fazer com que o negócio passe despercebido. “O maior desafio dentro da mídia digital é criar conteúdos relevantes, ou seja, transmitir informações que agreguem valor ao cliente”, diz Raquel Abrantes, analista do Sebrae/RJ. Textos e fotos originais, adequação ao perfil da empresa e do público-alvo e posicionamento são algumas das características esperadas pelo usuário, podendo gerar o desejado engajamento e evitando colocar a reputação da empresa em risco.

Para ver e ser visto, uma alternativa é se aliar aos sites de busca. Existe um profissional especializado em otimizar o posicionamento de páginas conforme as palavras-chaves digitadas: O SEO, sigla em inglês para *Search Engine Optimization*. "O trabalho consiste em várias técnicas e elementos de vigilância e ajustes no conteúdo que fazem com que o Google e outros buscadores atribuam relevância àquele site, colocando-o entre os primeiros resultados de forma orgânica", descreve Alberto Valle, diretor da escola Academia do Marketing, especializada em cursos de marketing digital.

Outro caminho é apostar em buscas patrocinadas, como o Google AdWords e o Facebook Ads. "Quando o usuário faz uma pesquisa, o buscador ativa as palavras-chaves e rastreia em seu depósito de informações os anúncios mais adequados, colocando-os em primeiro plano", explica Robson Del Fiol, CEO da agência de marketing ESV Digital. Ao cruzar o interesse da pesquisa com ofertas relevantes, a ferramenta traz tráfego qualificado ao site ou fan page, que pode se converter em compra imediata ou em médio prazo.

"É um mecanismo que pode e deve ser usados pelos comerciantes de um modo geral", diz ele.

Uma grande vantagem do serviço é a medição dos resultados por meio de *web analytics*, ferramentas oferecidas gratuitamente pelos buscadores que revelam a navegação exata do cliente e o custo / benefício do *link* patrocinado. "Ao consultar os relatórios de mensuração de resultados, o empreendedor consegue criar um ambiente de análise externa favorável, disseminando melhor seu conteúdo e alcançando resultados efetivos", afirma Raquel Abrantes.

Como nem só de vendas vive a internet, a presença digital corporativa também prevê o relacionamento entre a empresa e o potencial consumidor. "Isso é especialmente verdadeiro nas redes sociais, em que o usuário nem sempre está em busca de comprar algo, e sim, de se relacionar", pontua Raquel. O investimento não é vazio, como pode parecer a princípio. Se conquistado, o internauta pode se transformar em uma espécie de "evangelizador" da marca, compartilhando e >>

Um caminho a seguir é apostar em buscas patrocinadas, como o Google AdWords e o Facebook Ads



Não existe um valor exato para as ações de marketing digital. Tudo vai depender do que e quem se pretende atingir

divulgando o conteúdo e fazendo uma espécie de publicidade gratuita – o cobiçado engajamento. Mais uma vez, ressalta-se a importância da relevância do conteúdo e do planejamento de mídia, com fotos e vídeos de qualidade e direcionados ao público que se deseja alcançar. As redes ainda podem ser aproveitadas para uma comunicação direta e pessoal. “Não basta apenas dizer que sua empresa se preocupa com a satisfação dos clientes e não responder às reclamações que eles fazem na página do Facebook, por exemplo”, sugere Robson Del Fiol. Também dá para capitalizar em cima do YouTube. A empresa pode ter seu próprio canal e, dependendo do conteúdo, gerar renda com *merchandisings* e patrocínios. Embora o recurso seja mais usado

por blogueiros e *youtubers*, alguns nichos, como moda e gastronomia, podem aproveitar a mídia para também promover o seu produto, criando vídeos que gerem interesse e engajamento do público. “O ideal é que seja feito um planejamento de produção de conteúdo para que o canal sempre apresente novidades”, ressalta Alberto Valle.

A propósito, não existe um valor exato para as ações de marketing digital. Tudo vai depender do que e quem se pretende atingir. “A Associação Brasileira dos Agentes Digitais (Abradi) criou o Manual de Preços e Serviços Digitais, espécie de parâmetro e referência para fazer um cálculo básico do serviço”, informa Raquel Abrantes. “Mas o

FOTOS: SHUTTERSTOCK

Carinho e Perfume para todos os tipos de roupas.

Plush

Plush Concentrado

Total Química

Onde tem química, tem vida.

www.sanol.com.br



ideal é que o orçamento seja formatado caso a caso, conforme os custos operacionais e as metas estabelecidas e cumpridas". Uma dica para evitar prejuízo: testar as ferramentas em pequenas proporções, verificando os resultados e observando o que o cliente acha de seu posicionamento virtual.

Em alguns casos, o próprio empreendedor pode montar o marketing digital em casa. "Neste caso, ele precisa se qualificar, não necessariamente com cursos acadêmicos, mas *workshops* mais curtos e isolados de SEO, redes sociais e outras mídias", orienta Alberto Valle. E finaliza: "Quem não estiver na internet, está fora do mercado".  por **Fernando Torres**

Na sua casa e no seu dia a dia, conte com nosso mix de produtos.

Esfrelux c/ 4 Unidades
110 x 70 x 23mm cada

Espunja Splum
Esfoliente Unitária
120 x 75 x 30mm

Espunja Splum
Massageadora Unitária
120 x 75 x 30mm

Tábua de Carne Grande

(16) 3830-8000 ou 3830-8001 - www.stamaria.ind.br

 Indústria Santa Maria

COMPLETE seu estoque

Confira sugestões de
higiene, limpeza e bazar

Protetor diário
Intimus Days



Detergente em pó
Ultra Class



FOTOS: DIVULGAÇÃO

MONSTROS SINISTROS PARA A CRIANÇA COLECIONAR

PROMO RECREIO
2 REVISTAS +
2 BRINDES

POR APENAS
R\$12,90!





Mop Zig Zag Sekito
Bettanin

Desodorante aerossol
fragrâncias
Joy



Lâmpada led branca
Avant



Água sanitária
Daclor

*Consulte disponibilidade dos produtos nas lojas

A large advertisement for Fullpower Energy. The background is a desert landscape at sunset. On the left, a cyclist in an orange jacket is riding. In the center, a large blue and red can of Fullpower Energy is shown, with a man in a green tank top and grey pants climbing a rope attached to the top of the can. The can has a clock face on its label. The text 'MAIS ENERGIA PARA SUAS VENDAS' is written in large, bold, white letters on the left side. At the bottom, there is a website URL and social media icons.

MAIS ENERGIA PARA SUAS VENDAS

FULLPOWER E.N.E.R.G.Y

www.fullpowerenergy.com.br [f](#) energeticofullpower [i](#) fullpowerenergy

Onda fitness AQUECE MERCADO

Novos negócios estão surgindo para oferecer praticidade, com entrega de comida congelada e balanceada para os que querem manter a boa forma física consumindo alimentos saudáveis, mas não têm tempo para cozinhar

COM A VIDA CORRIDA E SEM TEMPO PARA COZINHAR, MUITAS PESSOAS TÊM DIFICULDADE PARA SEGUIR UMA ALIMENTAÇÃO BALANCEADA QUANDO ESTÃO FREQUENTANDO ACADEMIA OU EM DIETA PARA CONTROLAR O PESO E, CONSEQUENTEMENTE, A SAÚDE. ESSA DEMANDA LEVOU NUTRICIONISTAS, PROFISSIONAIS DE EDUCAÇÃO FÍSICA, CHEFS DE COZINHA E EMPREENDEDORES DE DIVERSAS ÁREAS A INVESTIREM EM DELIVERY DE CARDÁPIOS CONGELADOS SOB MEDIDA PARA SACIAR A FOME DOS ADEPTOS DO MOVIMENTO FITNESS.



Os novos empresários são uma espécie de “Personal Diet”, que vendem *kits* de comida congelada com o apelo da alimentação saudável baseado no conceito *fitness lifestyle*, praticidade e sabor. O modelo de negócio consiste na entrega de cardápios personalizados com valor nutricional. A proposta é oferecer praticidade aos que buscam alcançar a boa forma com uma refeição correta e com a comercialização de *kits*, que podem ser comprados avulsos, semanalmente ou mensalmente. A cesta é montada de acordo com a necessidade do cliente.

A ideia desses empreendedores é mostrar aos clientes que é possível seguir um plano de emagrecimento ou de manutenção do peso com hábito alimentar sem esforço e sofrimento, de forma prazerosa e com sabor. Os pratos que oferecem são balanceados e alguns são preparados sem glúten, sal, lactose, proteína animal e outros ingredientes não tolerados pelo cliente.

São potenciais fregueses desses empresários: atletas de alto rendimento, esportistas, adeptos do mundo *fitness* e pessoas que querem se manter em forma física com reeducação alimentar ou que estão em dieta por recomendação médica para controlar a pressão alta, diabetes, alergia e outras doenças. >>



“Nosso objetivo é mostrar às pessoas que é possível emagrecer com alimentação equilibrada sem sofrimento e uso de medicamentos”

Sylvia Lobo Barros Bezerra,
dona da ProDieta



Atualmente, os consumidores estão mais conscientes sobre os cuidados com a saúde do corpo para prevenção de doenças

MERCADO APETITOSO

As tendências sinalizam que há apetite para crescimento desse mercado no Brasil. Atualmente, os consumidores estão mais conscientes sobre os cuidados com a saúde do corpo para prevenção de doenças. Muitos estão incluindo em sua agenda visitas às academias para malhação ou buscando alguma atividade física para reduzir o estresse e melhorar a qualidade de vida.

A mudança de comportamento está gerando bons negócios para empreendedores criativos. O estudo “Seis Tendências de Varejo na América Latina”, realizado pela Nielsen, revelou que os gastos dos brasileiros com alimentos saudáveis subiram 22% no terceiro trimestre de 2014. Uma das principais razões para o aumento da procura por esses produtos, segundo o relatório, é o sobrepeso dos consumidores.

A pesquisa Vigitel 2014 (Vigilância de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico), realizada pelo Ministério da Saúde, constatou que mais da metade dos brasileiros (52,5%) está acima do peso. Entre os entrevistados, 17,9% estão obesos, o que faz engordar no país a venda de alimentos saudáveis.

CABOCLO

Leve o sabor do campo para sua casa



Consultores do Sebrae constataam que o *delivery* de comida saudável congelada é um negócio lucrativo. Porém, recomendam que o empreendedor interessado em participar das oportunidades dessa área de negócios faça, em primeiro lugar, um bom plano de negócios. É aconselhável também parcerias com profissionais especializados, como nutricionistas, que entendem sobre a composição de ingredientes demandados pelo segmento *fitness*, como os de baixa caloria.

O empreendedor deve analisar a clientela a ser atendida, como frequentadores de academia, mercado corporativo, hotéis, para montagem do cardápio e do formato de venda. Alguns empresários estão explorando esse nicho com lojas na internet, como é o caso da GoFit Alimentos, Pronto Light. Outros como Sob Medida Alimentação, recebem pedidos por telefone. Ambos os formatos exigem um bom esquema logístico de entrega para a área coberta pelo *delivery*.

Os consultores observam que o setor de alimentos está sujeito a uma intensa regulamentação e fiscalização pela Agência de

Vigilância Sanitária. As empresas devem detalhar em seus produtos informações nutricionais, calorias e validade. Eles lembram que os consumidores de alimentos congelados são muito exigentes e que os empreendedores devem ser criteriosos com a qualidade e a higiene e criativos na escolha do cardápio. >>



Pode inventar, mas coloca Catupiry!

DESDE 1911

CATUPIRY

O 1º REQUEIJÃO DO BRASIL

Profissional

[/CatupiryOficial](#)
www.catupiry.com.br

PIONEIRISMO

Uma das primeiras empresas a explorar esse mercado foi a ProDieta, fundada em 1989, pela nutricionista Sylvia Lobo Barros Bezerra, com operação na cidade do Recife (PE). A empresa comercializa 80 pratos balanceados, de baixa caloria e baixo teor de gordura para atender os que estão em dieta ou que querem ter uma vida saudável com sabor. Todos são congelados e comercializados pelas unidades da ProDieta distribuídas pela capital pernambucana.



“A ProDieta nasceu para atender a uma demanda dos meus pacientes. Quando vinham ao consultório eu recomendava uma dieta alimentar que eles tinham dificuldade em seguir por falta de tempo para preparar a alimentação. Fomos pioneiros nesse mercado”, conta a nutricionista Sylvia. Hoje, a empresa, com 26 anos de atuação, comercializa uma média de 4 mil caixas de alimentos por mês, além de oferecer orientação nutricional e pró-estética aos clientes.

Além dos três pontos de vendas, a ProDieta conta com dois restaurantes no Recife, que vendem alimentação convencional e comida *light* para quem está de dieta. A empresa tem ainda parceria com o Summerville Beach Resort, onde participa a cada dois meses do Spa no Hotel, juntamente com outros parceiros, oferecendo uma programação de emagrecimento com reeducação alimentar e comida *light*.

“A ProDieta leva às pessoas saúde e boa forma através de um acompanhamento profissional particularizado e um cardápio diversificado, capaz de agradar aos mais variados paladares”,



logurte
Grego e
Sorvete

Fizemos o
casamento perfeito
E sem quebrar
nenhum prato

Agora na versão
pote 2 litros!

Jundia
sorvetes

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

KLICKOMK

diz Sylvia, que tem uma clientela bem diversificada, incluindo esportistas, pessoas que precisam emagrecer ou ganhar peso, além de hipertensos e diabéticos, entre outros.

A nutricionista afirma que seu cardápio é todo montado com alimentos naturais. “Nosso objetivo é mostrar às pessoas que é possível emagrecer com alimentação equilibrada, sem sofrimento e uso de medicamentos”, garante Sylvia, que é cliente do Assaí Atacadista há cerca de quatro anos, com compras realizadas nas lojas Assaí Imbiribeira, no Recife, e Assaí Jaboatão, em Jaboatão dos Guararapes (PE).

O negócio da ProDieta está dando tão certo que Sylvia está se planejando para abrir uma rede de franquias. A empresária lembra que quando iniciou, há mais de duas décadas, era mais difícil vender seus produtos. Ela percebe que hoje a onda do fitness e o movimento da geração saúde facilitam as vendas e trazem bons lucros.  por Edileuza Soares



SAIBA MAIS:

PRODIETA: VENDA DE ALIMENTOS SAUDÁVEIS

Av. 17 de Agosto, 1657 - Casa Forte - Recife - PE

Telefone: (81) 3269-1409

Av. Cons. Aguiar, 4599 / Sala 5 - Galeria Mix Place - Boa Viagem - Recife - PE

Telefone: (81) 3463-4183

Rua Regueira Costa, 81 - Rosarinho - Recife-PE

Telefone: (81) 3241-5961

prodieta.com.br



The advertisement features a central image of four containers of Delícia Supreme margarine: a green one labeled 'Refoga Fácil', a red one labeled 'MARGARINA', a blue one labeled 'light', and a red box labeled 'MARGARINA CULINÁRIO'. Above them is a chalkboard-style background with the text 'DELÍCIA SUPREME' and 'UMA LINHA COMPLETA DE SABORES SUPREMOS'. The BUNGE logo is in the top right corner. Below the products are four black boxes with white text: '✓ INOVAÇÃO NA CATEGORIA', '✓ ALTA RENTABILIDADE', '✓ AUMENTO DO TICKET MÉDIO DA LOJA', and '✓ PRATICIDADE E PERFORMANCE GARANTIDA'. At the bottom, there are two sections. The left section has a circular icon with silhouettes of people and the text '80% DAS CONSUMIDORAS GOSTAM DE COZINHAR E DECLARAM PREPARAR COMIDA PELO MENOS 1X AO DIA. (Provokers, 2015)'. The right section has a bar chart icon and the text 'CATEGORIAS QUE SÃO UTILIZADAS PARA O PREPARO CULINÁRIO E LIGHTS TÊM CRESCIDO: 2X MAIS EM VOLUME QUE AS DEMAIS. (Nilsen 2015)'.

Mercado MUSCULOSO

Impulsionado por novos modelos e pela maior preocupação com estética e bem-estar, o ramo de academias se mostra atrativo para as Pequenas e Médias Empresas

Os negócios *fitness* no Brasil ganham músculos cada vez mais rígidos, dobrando de tamanho no decorrer da atual década. Só em 2015, o setor movimentou 2,4 bilhões de dólares, segundo dados da Associação Brasileira de Academias (Acad Brasil), posicionando o país em décimo lugar no ranking mundial de faturamento. Sem modéstia, o nicho também ganha destaque no que diz respeito ao número de unidades: 31 mil academias em todo o território, perdendo apenas para os Estados Unidos. >>



FOTOS: SHUTTERSTOCK / DIVULGAÇÃO



Os irmãos Nelson e Diego Contesini, proprietários da academia T4Fit, em Santos



“Nos últimos anos, recebemos novos modelos de negócio, desde estúdios especializados em uma atividade, como pilates, até as academias *low cost*, que oferecem preços mais baixos para os clientes”, analisa o diretor da Acad Brasil, Ricardo Abreu. Outros fatores que explicam a hipertrofia do mercado são a maior divulgação da importância da atividade física para a saúde e o bem-estar, bem como a profissionalização do segmento, com a chegada de grandes marcas e redes internacionais. “Porém, esse é um ramo com espaço para empresas de todos os tamanhos, até porque mais de 90% das academias são comandadas por pequenos e médios empreendedores”, frisa ele.

O fato é que ainda há muita massa para ganhar. Menos de 5% da população frequentam a academia regularmente – 7,9 milhões de pessoas, para ser exato, 15% desse total concentrados nas capitais. São números que tornam o setor bastante promissor, tendo em conta o nicho de 140 milhões de potenciais consumidores entre as classes A e C. “A tendência que se espera dos novos espaços é que sejam cada vez mais especializados em única atividade, como os estúdios de *bike* que já estão na moda em São Paulo. Mas sempre haverá cliente para uma academia tradicional, que oferece mix de atividades”, aponta Abreu. >>

Vindos de uma família do ramo de restaurantes de Santos, no litoral paulista, os irmãos Nelson e Diego Contesini decidiram variar e investir também no segmento *fitness*. Em janeiro de 2015, abriram a academia T4Fit no bairro Pompéia, em Santos, equipada apenas com aparelhos de musculação e aeróbicos e planos entre 45 a 90 reais mensais. “Optamos por esse sistema pelo baixo custo de manutenção dos aparelhos, de forma que a mensalidade possa ser mais em conta. Além disso, confio na eficiência e nos resultados da musculação”, diz Diego.

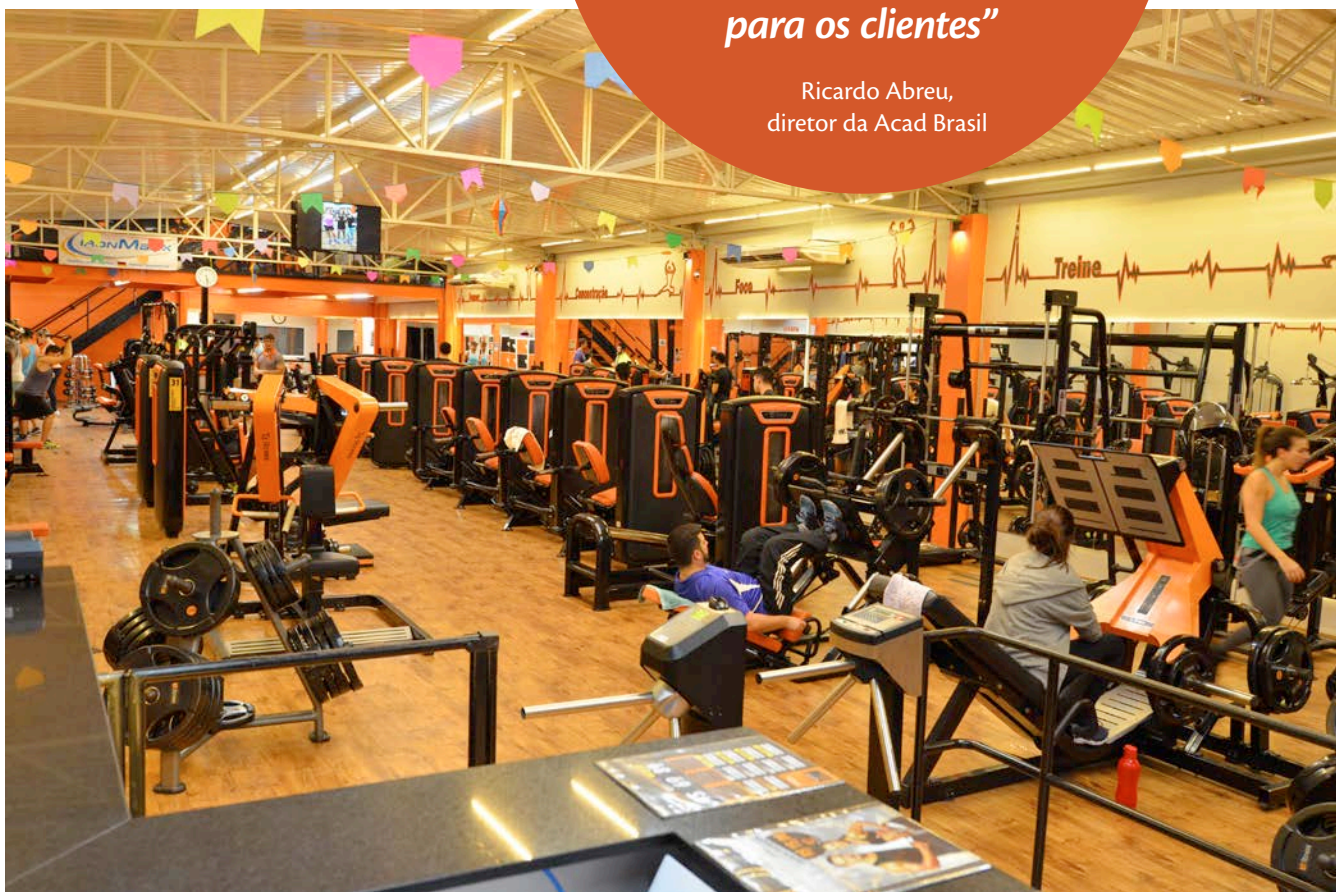
Embora seja considerado um negócio de baixo custo, a academia exigiu um bom capital. Em 18 meses, Diego calcula ter gasto em torno de 1,5 milhão de reais. Primeiro, na infraestrutura inicial, depois na reforma que incrementou o espaço de 600 metros quadrados com mais um andar e novos equipamentos – e, consequentemente, mais

alunos. A carteira hoje conta com 1,5 mil clientes, o que, em uma conta rápida, gera faturamento mensal bruto de aproximadamente 100 mil reais.

“Ainda não conseguimos recuperar totalmente o investimento, mas já dá para dizer que o negócio deu certo. O número de inscrições só aumenta e pretendemos lançar a segunda unidade em 2017”, garante o empresário.

“Nos últimos anos, recebemos novos modelos de negócio, desde estúdios especializados em uma atividade, como pilates, até as academias low cost, que oferecem preços mais baixos para os clientes”

Ricardo Abreu,
diretor da Acad Brasil





Outro gerador de receita é a miniloja equipada com suplementos, iogurtes, chás, barras de cereais e castanhas, lanches naturais, ovos pasteurizados e energéticos. “Fazemos compras de uma a duas vezes por semana na loja Assaí Santos. O preço dos laticínios compensa bastante, além de encontrarmos sempre produtos em promoção”, relata Diego.

O retorno do investimento de uma academia varia muito de acordo com o plano de negócios. Franquias de baixo custo ou academias de bairro podem custar a partir de 200 mil reais, dado o alto preço dos equipamentos, enquanto a cifra do capital dos grandes estúdios beira o infinito. “O sucesso depende muito de investir no treinamento da equipe e no atendimento, bem como a localização. A promessa de retorno é de dois anos aproximadamente”, afirma Ricardo Abreu. >>

Seu empanado num passe de mágica!

1 *Prática*

2 *Rápido*

3 *Crocante*

~~❌~~ Não precisa de Ovo.

~~❌~~ Não precisa Temperar.

www.hikari.com.br | Tel.: 11. 4674.6000 | 11. 2684.7661

/hikarialimentos @hikari_Brasil



*“Sempre
tive o sonho de
abrir uma academia.
Começamos pequenos,
investindo apenas em
musculação, ergometria e
aeróbica. Mas, mais pra frente,
o objetivo é implantar aulas
coletivas, como zumba”*

Marco Antonio de Souza

Dono da academia Athletic Life, em Itaboraí (RJ), o educador físico e fisiculturista Marcos Antonio de Souza calcula recuperar o capital investido até 2017. Ele inaugurou o espaço de 280 m² em janeiro de 2015, contando com a estratégia de captar a clientela de sua loja de suplementos, em funcionamento há 10 anos no distrito de Manilha. Funcionou. Hoje, Marcos calcula ter entre oitocentos a mil clientes ativos. “Sempre tive o sonho de abrir uma academia. Começamos pequenos, investindo apenas em musculação, ergometria e aeróbica. Mas, mais pra frente, o objetivo é implantar aulas coletivas, como zumba”, planeja.

tres por 



SEMPRE UM SABOR
QUE **COMBINA.**



Filtrado
CLÁSSICO



Espresso
PLENO



Espresso
SUPREMO



Espresso
VIBRANTE



Café com Leite



Chocolatto



Chocolatto
CARAMELLO



Cappuccino
CLASSIC



Campeão de diversos campeonatos estaduais de fisiculturismo, Marcos tem no corpo mais que estética, um estilo de vida. Por isso precisa comer muito e bem. “O forte da minha dieta é tilápia, ovos e brócolis”, conta. Ele vai às compras duas vezes ao mês no Assaí Alcântara, em São Gonçalo. Por visita, leva para casa 20 quilos de peixe. “No Assaí consigo comprar a tilápia cerca de 30% a menos que em outras lojas . É uma ótima economia”, calcula. 🍌 por *Fernando Torres*



SAIBA MAIS:

ACADEMIA T4FIT

Avenida Francisco Glicério, 401
Pompéia, Canal 2 – Santos–SP
Telefone: (13) 3323-322

ACADEMIA ATHLETIC LIFE

R. Francisco Rafael de Barros, 182
Centro (Manilha), Itaboraí–RJ
Telefone: (21) 2635-0326



Creme de abóbora,
cenoura e curry

QUE TAL PREPARAR
UM **DELICIOSO CREME**
NESTE INVERNO?



Uma linha completa com a **qualidade Knorr** que você já conhece

Acesse UFS.com e veja mais receitas



MONTE SEU *cardápio*

Produtos com
qualidade para
seu negócio

Linguiça Calabresa
Defumada
Aurora



Pão de Queijo
Estrela Mineira

FOTOS: DIVULGAÇÃO

NOVA!

Capricho

garfield
b.a.b.y™



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



Achocolatado em pó
zero açúcar
Linea

Caldo de Carne ou
Galinha
Arisco



Catchup Sachê
Cepêra



Bebida energética
Full Power



*Consulte disponibilidade dos produtos nas lojas



NOVO AÇAÍ FROOTY COM
PROTEÍNAS,
ASSINADO POR UM DOS
MAIORES ATLETAS
DO BRASIL.

**LEVE ESTE CAMPEÃO DE VENDAS
PARA A SUA LOJA.**

**AÇAÍ
FROOTY**
Guga Kuerten

Parte do valor da venda deste produto será revertida para o Instituto Guga Kuerten e ajudará a formar novos campeões da vida por meio da educação e do esporte. Saiba mais sobre o Instituto Guga Kuerten visitando www.igk.org.br



Planejando o SUCESSO

O consultor do Sebrae, Emerson Cechin, explica porque o plano de negócios é uma ferramenta indispensável para o planejamento das empresas



A RECOMENDAÇÃO JÁ É UMA VELHA CONHECIDA DOS EMPRESÁRIOS: ANTES DE COMEÇAR UM NEGÓCIO É FUNDAMENTAL SE PLANEJAR. ENTRETANTO, PARA QUE O PLANEJAMENTO SEJA EFICAZ E CONSIGA DE FATO ANTECIPAR INFORMAÇÕES IMPORTANTES DO NEGÓCIO, HÁ UM INSTRUMENTO INDISPENSÁVEL CHAMADO PLANO DE NEGÓCIOS.

Com ele é possível compreender os processos da gestão do empreendimento, conhecer o público-alvo, estimar o volume de vendas necessário para atingir lucratividade e saber como o negócio vai se posicionar frente à concorrência.

Para entender melhor esta ferramenta de gestão, a **Revista Assaí Bons Negócios** conversou com o consultor do Sebrae do Paraná, Emerson Cechin. Especialista em gestão e empreendedorismo, ele destaca que o plano de negócios auxilia o empresário a identificar informações estratégicas.

Assaí Bons Negócios: O que é, afinal, um plano de negócios?

Emerson Cechin: É um instrumento para que o empresário possa planejar a sua atividade de forma prática. É um roteiro orientativo que aborda pontos-chaves do processo de planejamento. Ele faz com que seja possível prever um pouco do que pode acontecer com a futura empresa e encontrar informações que possam levar o empreendedor a entender se a forma como planejou sua estratégia vai levar a um resultado e em quanto tempo isso vai acontecer.

Ele dá essa visão inicial, mas vamos lembrar que é um planejamento, e, sendo um planejamento, ele vai depender da veracidade das informações que o empreendedor colocar nesse plano. Então, é fundamental que seja realista, que seja baseado em informações reais do mercado e também em informações de custos que esta empresa terá.

ABN: Onde o empresário pode buscar essas informações?

EC: Depende muito do conhecimento do empreendedor. Existem várias instituições que podem dar este apoio, como, por exemplo, o próprio Sebrae. Também entra um pouco do conhecimento de mercado, e aí a especificidade de cada segmento é importante. Saber

quem é o público-alvo, qual sua faixa etária, a faixa de renda. Essas informações dão os primeiros insights sobre o tamanho do mercado. No varejo, especificamente, a delimitação está muito ligada à área geográfica de atuação, que é uma cidade, ou um bairro, considerando grandes metrópoles. Se a pessoa tiver esta condição analítica, ótimo; se não, é recomendável que ela busque ajuda para fazer esta análise.

ABN: Em que momento o plano de negócios deve ser feito?

EC: Para quem está começando, o ideal é que faça o plano antes mesmo de abrir, porque já começa com algumas informações importantes que dão uma melhor condição decisória. Quem já tem um ne-

gócio também pode fazer o plano, porque ele é um instrumento que objetiva um melhor planejamento. Para quem já tem um negócio em andamento há também outras ferramentas que podem ser utilizadas. Eu recomendo, além do plano, dependendo do modelo de negócio, que o empresário use o Canvas - ferramenta de gerenciamento estratégico, que permite desenvolver e esboçar modelos de negócios - como um instrumento de preparação e de uma melhor compreensão da proposta de valor que você pode fazer para o seu cliente. São dois instrumentos complementares. Enquanto o plano de negócios dá uma visão mais operacional, o Canvas permite um modelo analítico com base no tipo de valor com o qual você quer impactar o seu cliente. >>



“O plano de negócios faz o empreendedor levantar uma série de informações que lhe dão uma condição de analítica diferente”

Emerson Cechin. Especialista em gestão e empreendedorismo e consultor do Sebrae do Paraná



ABN: Quais são as principais informações que o plano vai dar ao empresário?

EC: Um dos principais indicadores do plano de negócios é o ponto de equilíbrio operacional, por exemplo. Ele determina em valores financeiros o montante de faturamento que se fará necessário para atingir o equilíbrio da operação do negócio, que é o volume de vendas mínimo para não haver prejuízo. Esta é uma informação estratégica. Dificilmente você começa uma operação com o seu ponto de equilíbrio atingido. Isso leva um tempo até prospectar um número de clientes necessário para gerar o volume de vendas e alcançar o ponto de equilíbrio.

ABN: O plano aumenta as chances de sucesso de um negócio?

EC: O plano obriga o empreendedor a

levantar uma série de informações que darão uma condição analítica diferente a ele, como, por exemplo, comparar preços com a concorrência. Informações fundamentais para compreender se o que está sendo proposto é adequado ao que o mercado está pagando. Por outro lado, ele também possibilita que seja feita toda uma composição de custos da estrutura do negócio, e isso leva a saber se é possível oferecer os produtos a um preço competitivo no mercado. Estas são informações estratégicas que contribuem para o êxito do negócio, mas não são determinantes. O empresário pode prever isso tudo e depois tomar decisões que comprometam a credibilidade frente ao cliente. Então, o empreendimento, para ter êxito, tem que ser planejado e gerido de forma adequada.



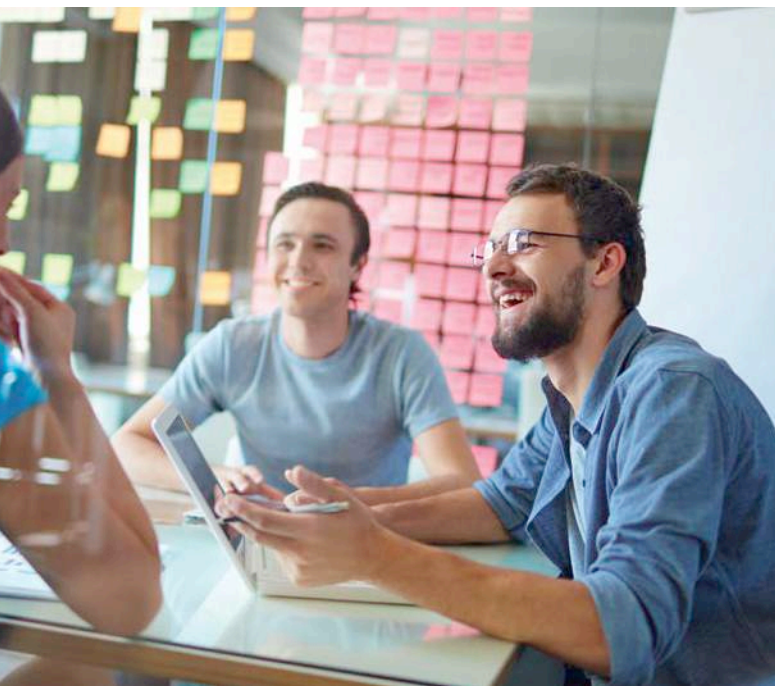
AJINOMOTO
Alimente-se Bem, Viva Bem.

O BOM É DIVIDIR CADA MOMENTO

E para acompanhar momentos especiais, que tal preparar um dos deliciosos sabores de MID®?

MID®

www.midrefresco.com.br www.facebook.com/midrefresco



ABN: Quais são as especificidades para os planos nos pequenos negócios do ramo de alimentação?

EC: O plano de negócios é um instrumento que se aplica a qualquer segmento. Existem especificidades da atuação deste tipo de varejo, assim como alguns cuidados importantes em cada modelo de negócio. No varejo de alimentação, por exemplo, quanto mais o empresário puder comprovar a qualidade do seu produto por meio de um plano de alimentos seguros, que garanta qualidade no processo produtivo, maior a confiança do seu cliente. Quanto mais abertura tiver no relacionamento com o consumidor, recebendo *feedbacks* sobre a qualidade do produto, melhor. Outra coisa importante é buscar conhecer o que é feito fora do próprio negócio. Periodicamente o empresário deve frequentar outros restaurantes, outros pontos de alimentação, para tentar entender o que é oferecido. É importante buscar o que o cliente traz como referência para pensar em estratégias de melhoria do produto, do negócio e da entrega de valor para ele. Os modelos de negócio que não evoluem periodicamente serão substituídos logo ali na frente. 🍌 por João Guilherme Frey

O PRODUTO DO PROFISSIONAL PARA VOCÊ



HELCLA
BRANDS

Formalize sua EMPRESA

Formalizar um ponto comercial exige uma série de documentos para obtenção de licenças e alvarás. Veja um passo a passo para vencer cada etapa



FOTOS: SHUTTERSTOCK

MUITOS EMPRESÁRIOS COM HABILIDADE NA COZINHA SONHAM EM APROVEITAR ESSE TALENTO PARA COMEÇAR UM NEGÓCIO PRÓPRIO, COM A ABERTURA DE UM PEQUENO RESTAURANTE, POR EXEMPLO, ONDE POSSAM FAZER O QUE GOSTAM E, DE QUEBRA, GANHAR DINHEIRO.

O mercado de alimentação fora do lar oferece muitas oportunidades para empreendedores inovadores e com pulso para gestão. Para que sua ideia saia do papel e se torne realidade, preparamos uma lista de dicas para formalização de uma empresa.

Segundo os especialistas, o setor de alimentação fora do lar é um ramo ainda crescente no Brasil. Apesar da desaceleração da economia, que faz com que o consumidor pesquise mais na hora de buscar um lugar para fazer suas refeições, os que souberem transformar crise em oportunidade tendem a se dar bem.

De acordo com o Sebrae, os negócios de bares e restaurantes registram anualmente expansão em torno de 10%. Entretanto, a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel) alerta que não basta apenas saber cozinhar para ter sucesso nesse mercado. Dados da entidade revelam que 35% dos empreendimentos fecham nos dois primeiros anos de vida. Isso acontece porque esse setor é versátil, exige mudanças constantes para adaptação às novidades e as ofertas são maiores que as demandas do consumidor, constata pesquisas da Abrasel.

Consultores do Sebrae aconselham os novos empreendedores a se informarem bastante sobre esse mercado e suas tendências antes do processo de abertura oficial da empresa. As primeiras lições de casa precisam ser feitas para que o negócio comece certo.

ESCOLHA O TIPO DE NEGÓCIO

Para montar um negócio você precisará escolher o nicho que pretende explorar, ou seja, que tipo de produtos e serviços deseja oferecer e decidir o sistema de funcionamento do seu ponto.

Depois elabore seu plano de negócios, que é uma espécie de mapa com detalhamento sobre a viabilidade da ideia. No caso de um restaurante, por exemplo, você pode

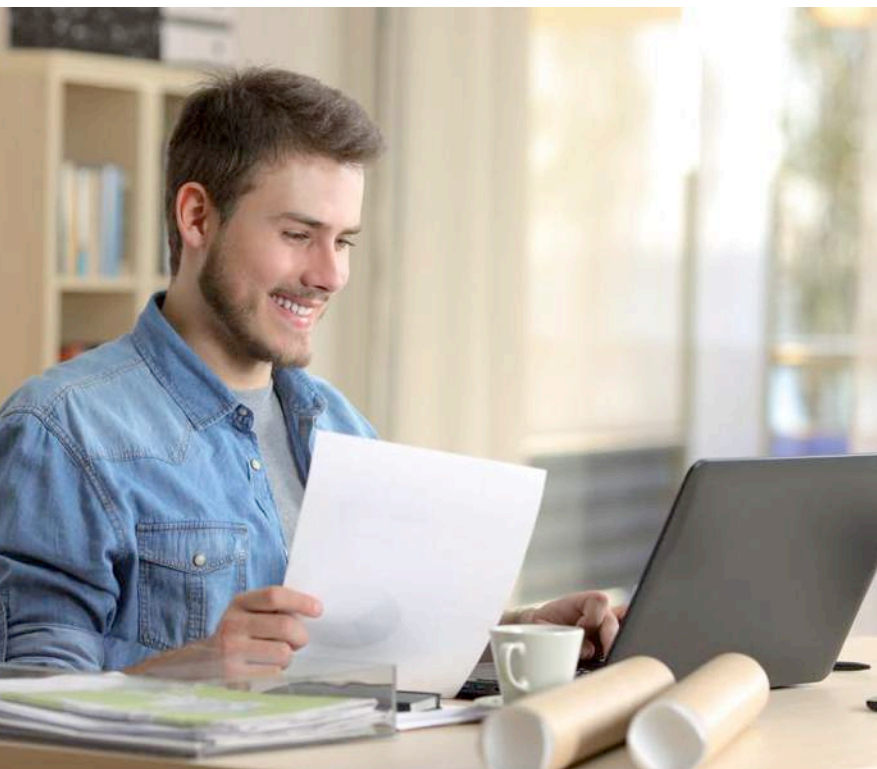
não apenas oferecer refeições, mas um conjunto de serviços que contribuirá para levar o consumidor até o estabelecimento. A localização e o ambiente têm que ser agradáveis, oferecer boa experiência, alimentação de qualidade, atendimento primoroso, conforto e bem-estar para que o cliente volte sempre.

LOCAL CERTO

Definir a localização e escolher o imóvel para a instalação de um restaurante é uma das decisões mais importantes. Segundo o Sebrae, esse item representa mais de 50% para o sucesso do empreendimento. A escolha deve considerar os seguintes fatores: o objetivo do negócio; público; população dos arredores; concorrência existente ou potencial nas redondezas; condições do imóvel; vias de acesso. >>

Sebrae recomenda que os novos empreendedores busquem ajuda de um contador de confiança, para cuidar da parte burocrática da papelada junto aos diversos órgãos de governo





ATENDIMENTO ÀS EXIGÊNCIAS LEGAIS

A legalização de uma empresa passa por várias etapas e necessita de aprovação de documentos em órgãos dos governos federal, estadual e municipal. Esse processo começa com a definição do regime de tributação de impostos. O enquadramento é de acordo com o tamanho da empresa e seu faturamento anual. Para pequenos negócios existem dois modelos. Identifique qual atende a sua operação.

MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI)

É voltado para pessoa física que trabalha por conta própria e não há necessidade de sócio. O MEI pode faturar até R\$ 60 mil por ano e está isento da cobrança de impostos. Assim, pagará apenas o valor fixo mensal de R\$ 50,00 (comércio e serviços), que será destinado à Previdência Social e ao ISS (Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza). Essas quantias serão atualizadas anualmente, de acordo com o salário mínimo.

VEJA A SEGUIR A LISTA DE DOCUMENTOS NECESSÁRIOS PARA FORMALIZAR SUA EMPRESA:

REGISTRO – Toda empresa nasce com registro na Junta Comercial do Estado ou no Cartório de Registro de Pessoa Jurídica. Esse processo exige a apresentação de uma série de documentos e formulários, entre os quais estão o contrato social e os documentos pessoais de cada sócio, caso haja.

Na Junta Comercial ou no Cartório será feita uma pesquisa para verificar se não há outra empresa com o nome escolhido. Por isso, procure ter pelo menos duas ou três sugestões de nome. Assim o processo anda mais rápido. Se o processo for aprovado, será entregue ao empreendedor o NIRE (Número de Identificação do Registro de Empresa), que é uma etiqueta ou um carimbo da Junta Comercial ou do Cartório.

CNPJ – Com a liberação do NIRE, o próximo passo é fazer o Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) de contribuinte na Receita Federal.

ALVARÁS OBRIGATÓRIOS – Além da autorização de funcionamento da prefeitura local, a abertura de um restaurante exige as seguintes licenças: vistorias e observância às normas de segurança - Corpo de Bombeiros; Licença Ambiental

- Órgãos municipais ou estaduais de meio ambiente; Licença Sanitária - Órgãos municipais, estaduais e federal ligados à Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa).

AUTORIZAÇÃO DE FUNCIONAMENTO – Emitido o CNPJ, a fase seguinte é entrar em contato com a prefeitura do município para obter o alvará que autoriza o funcionamento da empresa.

CADASTRO NA PREVIDÊNCIA SOCIAL – Independentemente de ter ou não funcionários contratados, sua empresa precisará fazer o cadastro na Previdência Social. A legislação brasileira está sujeita a alterações constantes. Como é impossível gerenciar o negócio e acompanhar todas mudanças das leis, o empresário pode deixar essa tarefa nas mãos do contador.

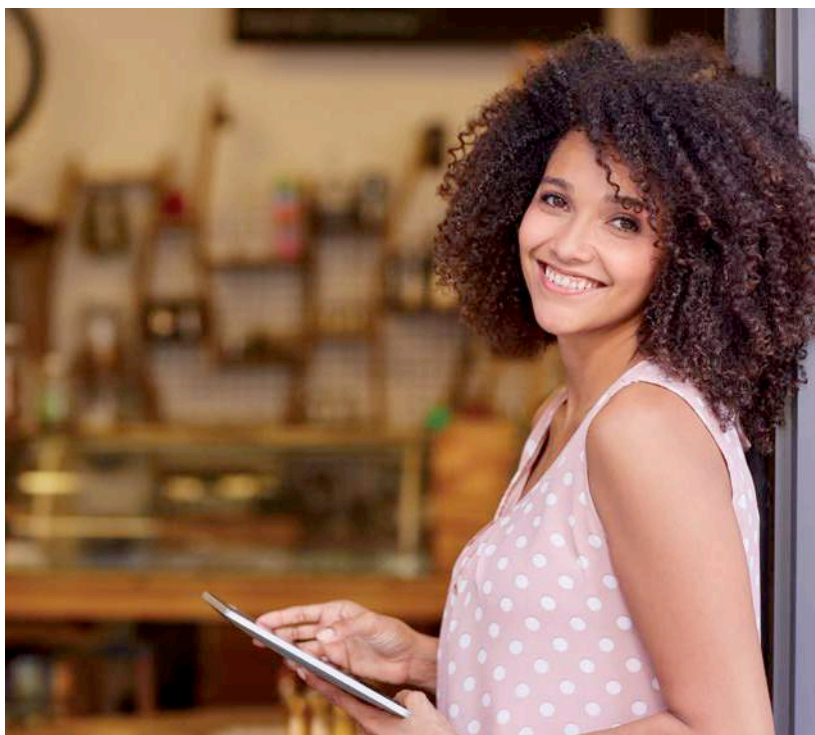
O que é importante o empreendedor saber é que atualmente os órgãos de fiscalização e cobrança de impostos estão automatizados e acompanhando as empresas praticamente em tempo real. Desta forma, débitos com tributos e sonegação são identificados muito rapidamente.

SOCIEDADE SIMPLES

Destina-se a negócios formados por profissionais liberais, como administradores de empresa, médicos, nutricionistas, advogados etc. É um regime tributário facilitado e simplificado para micro e pequenas empresas. Permite o recolhimento de todos os tributos federais, estaduais e municipais em apenas uma guia. A alíquota é diferenciada conforme o faturamento, separado em faixas com receita bruta anual de até R\$ 3,6 milhões.

O Sebrae recomenda que o empreendedor recorra a um contador de sua confiança, para ajudar na preparação dos documentos a serem entregues aos órgãos de governo para obtenção das licenças e alvarás de funcionamento.

Com ajuda do contador será feito o Contrato Social, que é o documento que detalha de forma objetiva a proposta do negócio, o aspecto societário e o valor de faturamento, entre outras informações. É com esse documento que será feito o registro da empresa.  por Edileuza Soares



SURPREENDA-SE
COM TANTA QUALIDADE E ECONOMIA

Pizza de frango com Soffice!



Soffice
Requeijão Cremoso
Especial
para Pizzas, molhos, rechãos e...
Uma nova opção para quem quer um Requeijão Premium sem pagar mais por isso.

400g

1,535kg

Soffice
Requeijão Cremoso

A Griffe pizza.com Requeijão

De norte a SUL DO PAÍS



Com a chegada a Manaus, o Assaí marca presença nas cinco regiões brasileiras e segue com planos de crescimento orgânico em outras cidades do país

ASSAÍ MANAUS

A cidade de Manaus, capital do Estado do Amazonas e principal centro econômico e financeiro da região Norte do Brasil, recebeu no dia 30 de junho a primeira loja Assaí Atacadista. Com essa inauguração, a rede alcança a única região brasileira onde ainda não estava presente.

A chegada a Manaus reafirma a posição do Assaí de investir e estar presente nos grandes centros brasileiros, fomentan-

do a economia local por meio da geração de empregos – foram criadas mais de 600 vagas diretas e indiretas com a abertura da nova unidade – e oferecendo mais uma alternativa econômica para os clientes realizarem suas compras. “O Assaí sempre busca aumentar a sua presença em cidades e estados nos quais há uma crescente demanda de comerciantes e consumidores. A escolha pela capital amazonense se dá pela sua importância, já que é o principal polo econômico da região Norte do

Brasil”, explica Belmiro Gomes, presidente do Assaí Atacadista.

O presidente destaca ainda que a abertura de lojas é o principal pilar que sustenta o crescimento do Assaí. Por isso, a inauguração da unidade manauara é muito importante para que a rede continue a sua expansão orgânica e esteja, finalmente, presente em todas as regiões do Brasil. Além disso, a localização da loja atenderá à demanda dos pequenos e médios comerciantes e empreendedores locais, bem como dos consumidores finais que buscam a economia do formato de atacado.

ESTRUTURA E CONFORTO NAS COMPRAS

A loja de Manaus tem aproximadamente 15,5 mil m² de área construída, sendo cerca de 5,7 mil m² de área de vendas, 412 vagas de estacionamento e 30 check-outs. Seu modelo segue o conceito mais moderno de loja do Assaí, com aumento da

área de estocagem, elevação do pé-direito e da metragem das unidades, fazendo com que os produtos possam ser armazenados no ponto de venda, ao mesmo tempo em que facilita a operação de reposição e giro dos estoques.

De acordo com o gerente regional do Assaí no Norte, Luis Costa, em pouco tempo de funcionamento, a loja Assaí Manaus já mostra o potencial da região. “Fomos muito bem recebidos pela cidade e somente no mês de abertura já superamos todas as expectativas”, ressalta.

A loja Assaí Manaus fica na Avenida Autaz Mirim, 8755, na Grande Circular (próximo à Bola do Produtor) e funciona de segunda à sexta-feira, das 7h às 22h; e aos domingos e feriados, das 7h às 18h.

SUSTENTABILIDADE

Uma das propostas do Assaí Atacadista é ser um agente transformador da cadeia >>

“O Assaí sempre busca aumentar a sua presença em cidades e estados nos quais há uma crescente demanda de comerciantes e consumidores”

Belmiro Gomes,
presidente do Assaí



de valor de pequenos e médios comerciantes, por meio da conscientização e da contribuição para as práticas sustentáveis. Por isso, a loja de Manaus conta com tecnologias e padrão de construção que buscam a melhor utilização dos recursos naturais, como redução do consumo de energia elétrica e melhor aproveitamento da água.

As ilhas refrigeradas, por exemplo, possuem fechamento e evaporação da água residual da condensação, eliminando a necessidade de drenos e promovendo um maior aproveitamento do equipamento, o que reduz o consumo de energia. A iluminação tem cobertura com zenitais e a fachada é de vidro, para proporcionar maior iluminação natural durante o dia, diminuindo a utilização das lâmpadas.

Uma das propostas do Assaí Atacadista é ser um agente transformador da cadeia de valor de pequenos e médios comerciantes, por meio da conscientização e da contribuição para as práticas sustentáveis



**PREÇO
JUSTO**

SEMPRE



SITE: WWW.ULTRAClass.IND.BR

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



Além disso, a nova unidade possui coleta de pilhas e baterias, dando a correta destinação para este tipo de resíduo. As unidades Assaí dão a correta destinação para esse tipo de resíduo. Todas as lojas possuem coletores específicos, nos quais os clientes podem fazer o descarte dos materiais.

Em sua política de consumo consciente, o Assaí oferece duas alternativas para o transporte de mercadorias: sacolas retornáveis (*ecobags*) e caixas de papelão, distribuídas gratuitamente. No entanto, para o cliente que ainda quiser utilizar as sacolas plásticas, essas são vendidas a R\$ 0,20 e toda a receita líquida obtida com a sua comercialização será revertida para a APAE Manaus. 🌞

SAIBA MAIS:

ASSAÍ MANAUS

Avenida Autaz Mirim, 8755

Manaus – AM

Telefone: (92) 3247-2250

scala.com.br
laticinioscala

**NOVIDADE
ZERO LACTOSE**

**O requeijão que é 100% leite,
agora para todas as pessoas.**

O Requeijão Cremoso Scala agora tem uma novidade para aumentar as suas vendas e fazer seus clientes se deliciarem ainda mais: a versão **Zero Lactose**.

Verde também NAS CONTAS

Ser sustentável tem a ver com manter a empresa economicamente viável. Conheça o conceito e como controlar as finanças de sua empresa



COM A IMPLANTAÇÃO DA LEI GERAL DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS, EM 2008, UM GRANDE PASSO FOI DADO PARA RECONHECER A FIGURA DO MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL COMO UMA GRANDE FORÇA DA ECONOMIA BRASILEIRA. CERCA DE QUATRO MILHÕES DE TRABALHADORES FORMALIZADOS ESTÃO INSCRITOS COMO MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI). COM A FORMALIZAÇÃO, TORNOU-SE IMPORTANTE GERIR OS NEGÓCIOS DE MANEIRA SUSTENTÁVEL PARA PERMANECER ATIVO NA ECONOMIA.

Conforme explica a analista da Unidade de Inovação e Sustentabilidade do Sebrae Minas, Júlia Padovezi, alguns empreendedores pensam que, por serem pequenos, não precisam adotar controles, organizar sua produção ou gerenciar suas atividades poluidoras, acreditando que esse tipo de atividade destina-se apenas para empresas grandes. “Isso não é verdade. A questão ambiental já faz parte de qualquer tipo de negócio”, explica.

De acordo com ela, a sustentabilidade empresarial é um processo permanente de aperfeiçoamento das práticas de negócio. “Os negócios sustentáveis fazem parte de um novo modelo empresarial, em que produtos e serviços baseiam-se na incorporação, de forma integrada, dos aspectos sociais, econômicos e ambientais. Os pequenos negócios estão percebendo que os atuais padrões de produção e de consumo são insustentáveis. Ao mesmo tempo entendem que, para se manterem funcionando, terão que integrar, cada vez mais, componentes ambientais às suas estratégias comerciais e ao seu planejamento de longo prazo”, garante.

EMPRESA ECONOMICAMENTE VIÁVEL

Para que uma empresa se sustente no mercado, ela deve ser economicamente viável. Ou seja, é preciso que haja equilíbrio entre gastos e receitas, garantindo a sustentabilidade financeira do negócio. Para isso, é preciso ter em mãos informações organizadas e atualizadas.

“Se a empresa não consegue gerir as suas finanças ela não é sustentável, ou seja, economicamente viável. Ser sustentável não é só pensar no impacto ambiental, mas é necessária a viabilidade econômica para ser ambientalmente correto e socialmente justo”, exemplifica Júlia.

A analista garante que quanto mais práticas sustentáveis são adotadas, maior é a redução de custo e o ganho de competitividade dentro da empresa. “E, consequentemente há o aumento do lucro desse empreendimento. Mas, para que esse lucro seja visível e bem utilizado, é importante que o empresário tenha um controle do seu fluxo de caixa, sem endividamentos e problemas trabalhistas”, disse. >>



“A questão ambiental já faz parte de qualquer tipo de negócio”

Júlia Padovezi, analista da Unidade de Inovação e Sustentabilidade do Sebrae Minas

AVANT
SEU MELHOR PARCEIRO EM ILUMINAÇÃO

avantlux.com.br

**ECONOMIA e
DURABILIDADE**
em um só produto



Mude drasticamente o seu ambiente, escolhendo **LED AVANT**



LÂMPADAS AVANT COM TECNOLOGIA LED



A sustentabilidade empresarial é muito importante para o sucesso das empresas em longo prazo. Ao mesmo tempo em que deixa as contas no verde, também usa de maneira mais eficiente os recursos (como água e energia), elimina desperdícios, promove o bem-estar das pessoas e cria relacionamentos mais éticos e justos com os fornecedores e o mercado.

Para a consultora do Sebrae, o primeiro passo para estar no controle das finanças é conhecer a situação atual. "Anote todas as despesas e gastos, seja em planilha eletrônica, caderno, aplicativos para celular ou programas na internet. Escolha o meio que for mais fácil e confortável para você. Além de controlar, é importante monitorar as informações coletadas mensalmente. Assim, é possível realizar um melhor planejamento da empresa".

FOTO: SHUTTERSTOCK

LINEA

Stevia 100%

Naturalmente doce

Conta para a gente qual o seu jeito de se cuidar:
f /LineaAlimentos
i @lineaalimentos
www.lineaalimentos.com.br

A **Stevia** é uma planta docinha que ganhou a atenção do mundo por sua capacidade de adoçar 300 vezes mais que o açúcar, com quase nada de calorias. **Naturalmente doce**, ela nos inspirou a desenvolver mais essa opção que auxilia para uma dieta saudável com sabor.

Para quem busca uma opção saudável e natural, **Linea Stevia 100%** é um dos substitutos ideais para o açúcar.

Nosso adoçante é 100%:

🌿 **Natural**

🌿 **Stevia: sem adição de qualquer outro adoçante.**

“A cartilha desenvolvida pelo Sebrae fala sobre sustentabilidade aplicada às questões práticas dos pequenos negócios”

Júlia Padovezi



Essas ferramentas possibilitam lucrar ao mesmo tempo em que consideram os cuidados com o meio ambiente e o bem-estar das pessoas. “Ela amplia a visão para além das paredes da empresa, fazendo com que sua atuação seja: economicamente viável, ou seja, equilibrada e lucrativa ao longo do tempo; ambientalmente correta, gerando o mínimo de impactos no meio ambiente e socialmente justa, permitindo que todas as pessoas tenham as mesmas oportunidades”, finaliza Júlia.  por **Leticia Murta**

massa leve

NÚMERO 1 EM MASSAS FRESCAS NO BRASIL

Há 8 anos a Massa Leve é a mais vendida no segmento* de massas frescas e uma marca não é líder durante anos por acaso.

CONHEÇA OS NOSSOS PRODUTOS: RESFRIADOS E CONGELADOS!

Qualidade, variedade e o melhor sabor para você oferecer ao seu cliente.

* Dados Nielsen Retail Index.





GESTÃO FINANCEIRA NA PRÁTICA, DE ACORDO COM O SEBRAE

1. *Separe as contas da empresa das contas pessoais. Isso facilita a organização e o equilíbrio também das suas finanças particulares.*

2. *Classifique cada tipo de gasto. Por exemplo, matéria-prima, equipamentos, salários, impostos. Ao final, você saberá quanto cada parte consome do seu orçamento.*

3. *Se a atividade realizada pela sua empresa é sazonal, ou seja, sofre variações ao longo dos meses, é preciso fazer uma reserva para garantir a operação nos períodos de menor venda.*

4. *Realize vistorias semanais ou mensais em seu estoque para avaliar se há excesso de mercadorias, desperdícios ou extravios.*

5. *Mantenha uma relação de parceria com fornecedores. O menor preço nem sempre é aquele que oferece um comércio mais justo para todos.*

6. *Caso tenha dívidas anteriores, procure a instituição e solicite uma posição atual, como valor total a pagar, taxa de juros efetiva e saldo para quitação. Negocie prazos de pagamento e parcelas que caibam no seu bolso.*

7. *É fundamental manter uma conta jurídica separada da conta pessoal. Assim, você tem mais controle do fluxo de caixa da empresa e, com isso, mais facilidade de acesso a crédito e financiamento bancários.*

8. *Faça uma reserva para imprevistos, assim você evita empréstimos e pagamento de juros.*

RENTABILIDADE, GIRO E VARIEDADE.
LEVE ESSA RECEITA CASEIRA
PARA SUA PRATELEIRA.

TRAGA UMA
NOVA OPÇÃO
DE MAIONESE
PARA SUA
GÔNDOLA.

A ÚNICA
QUE TRAZ
DE VOLTA
O SABOR
DA MAIONESE
FEITA EM CASA.

A MAIONESE
MAIS
PROCURADA
PELOS
CONSUMIDORES.

OPÇÃO PREMIUM NA SUA
GÔNDOLA COM PREÇO ATRATIVO.

A ÚNICA COM
ÔMEGA 3.



PESQUISA SOBRE DELIVERY

Um levantamento sobre os hábitos de consumo via *delivery* mostrou que mais da metade dos usuários deste tipo de serviço, cerca de 56%, fazem pedidos semanais. Destes, 14% realizam pedidos mais de duas vezes por semana; 18%, duas vezes; e os outros 24% realizam um pedido semanalmente. Os dados obtidos pelo Broadcast fazem parte de uma pesquisa conduzida pela plataforma de *delivery* iFood juntamente com o Ibope. Através da plataforma Conectaí, foram entrevistadas 1.800 pessoas de diversas cidades. A análise também revelou que os homens são os que mais solicitam (54%) e que a classe B é a que mais consome comida via *delivery* (69%), seguida da C (17%) e da classe A (14%). A região Sudeste é a que mais pede (49%), seguida por Nordeste (22%), Centro Oeste/Norte (15%) e Sul (14%). E ao contrário do que parece ser o senso comum, o

levantamento indicou que aqueles que moram sozinhos não são os que mais consomem via *delivery*. Esse perfil se encaixa em somente 8% dos consumidores, ficando na quarta posição, atrás daqueles que possuem a companhia de cônjuge e filhos (41%), dos que moram com amigos ou outros parentes (29%) e aqueles que moram somente com algum companheiro (18%). O estudo apontou ainda um crescimento do uso da tecnologia no momento das solicitações. Atualmente, aplicativos para smartphones e a internet já representam 38% dos pedidos, enquanto o telefone, meio mais antigo e tradicional, representa 62%. Dentre os que realizam por meios digitais, os principais motivos para utilizar são: a facilidade de fazer o pedido (64%), acesso ágil ao cardápio (55%) e não precisar falar com o atendente (51%). *Fonte: FoodServiceNews*



NORMAS NA PANIFICAÇÃO

O setor de panificação brasileiro ganhou duas normas técnicas para garantir desempenho mais seguro e eficiente de máquinas e equipamentos do setor de

panificação. As normas foram lançadas pelo Sebrae, a Associação Brasileira das Indústrias de Equipamentos, Ingredientes e Acessórios para Alimentos (Abiepan) e a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT). As normas - ABNT NBR 15735 e 15853 - estabelecem requisitos para segurança, padrão, qualidade e higiene de batedeiras planetárias, com capacidade maior do que cinco litros e menor do que 500 litros, e para modeladoras de massas para pães. De acordo com a diretora-técnica do Sebrae, Heloisa Menezes, as normas modernizam a produção do setor. Ao final do convênio, em 2017, o setor passará a contar com 12 normas técnicas publicadas ou em via de publicação. A adesão às normas técnicas é voluntária, mas é uma estratégia empresarial recomendada pelo Sebrae. Para a entidade, adotar essas normas é um caminho para melhorar a produtividade e a competitividade das pequenas empresas. *Fonte: Agência Sebrae de Notícias*



FEIRAS & EVENTOS

OUTUBRO/NOVEMBRO

SIRHA-RIO: evento internacional para profissionais da indústria de hotelaria e serviços de alimentação no Brasil

Data: 04 a 06 de outubro

Local: Riocentro

Promotor: Fagga | GL events Exhibitions

Mais informações

sirha-rio.com

13ª FISPAL NORDESTE

Data: 08 a 11 de novembro

Local: Centro de Convenções de Pernambuco – Recife (PE)

Promotor: BTS

Mais informações

fispalfoodservicenordeste.com.br



MAIS QUE CASEIRO. BRASILEIRO.

edição especial Food Truck

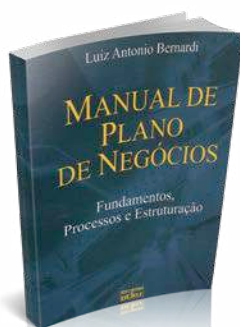
*A linha de condimentos Food Truck da Cepêra,
foi desenvolvida com receitas especiais para atender
à paladares exigentes.*



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

Livros INDISPENSÁVEIS

Informações
estratégicas para
o seu negócio



► MANUAL DE PLANO DE NEGÓCIOS: FUNDAMENTOS, PROCESSOS E ESTRUTURAÇÃO

Autor: Luiz Antônio Bernardi

Esse livro tem como principal objetivo o desenvolvimento, a estruturação e a apresentação de um plano de negócios de forma prática, consistente, viável e tornando-o atrativo. Serve também como um guia referencial aos interessados para a avaliação de um projeto, dividido em dois momentos. No primeiro, aborda a reflexão, o levantamento de dados e as avaliações específicas para a construção de uma visão geral do empreendimento. Já na segunda parte são tratadas, de maneira prática, a metodologia para estruturação, análises e conclusões com a formatação efetiva do plano de negócios.

► MARKETING NA ERA DIGITAL

Autora: Martha Gabriel

Esse livro aborda, em linguagem simples e objetiva, a importância estratégica do marketing no contexto que engloba o digital e a plataforma participativa da Web 2.0 como elementos essenciais para ações de sucesso. De forma inovadora, o livro integra informações digitais online. Por meio de um dispositivo móvel conectado à internet (celular, smartphones, PDAs), o leitor tem acesso a cases, exemplos e vídeos digitais online disponíveis a qualquer instante nos QR codes presentes ao longo dos capítulos.



FOTOS: DIVULGAÇÃO

Bril
COSMÉTICOS

Natureza e tecnologia em
sintonia com a sua beleza.



brilcosmeticos.com.br

Esfre Bom



**- DR. BACTÉRIA
recomenda**

Nova linha EsfreBom.
A única no mercado com
íons de prata.

Tecnologia Protech

elimina
99,9%
das bactérias
presentes na esponja

**dura
mais**

BETTANIN

uma empresa
InBetta

Capacitação - Cursos

Bolo no POTE

Esse curso é indicado para quem quer inovar os serviços prestados em festas e eventos. O bolo, antes um doce bastante comum, revelou-se um grande meio de conquistar paladares pela personalização, decoração impecável e sabor inesquecível. Neste curso, oferecido pela eduK, a profissional Margareth Coledan mergulha no incrível e saboroso mundo dos bolos ensinando o preparo do pão de ló básico, da massa de baunilha e de chocolate, vários tipos de recheios, caldas, montagens, técnicas de comercialização, validade, congelamento, conservação, além de decorações diferenciadas.

CARGA HORÁRIA: 8 horas

INFORMAÇÕES: bit.ly/curso_bolo_no_pote



SUSTENTABILIDADE APLICADA NOS NEGÓCIOS



A página de cursos online da Fundação Getúlio Vargas (FGV) oferece **gratuitamente** o curso Sustentabilidade aplicada aos negócios: orientações para gestores, com conteúdo que aborda os principais fatos e conceitos relativos à sustentabilidade. O objetivo é provocar a reflexão nos participantes do curso sobre seus hábitos e atitudes em relação à sustentabilidade, além de fazer com que você conheça as possibilidades de mudança na gestão empresarial.

CARGA HORÁRIA: 10 horas

INFORMAÇÕES: bit.ly/29STIOs

FOTOS: SHUTTERSTOCK/ DIVULGAÇÃO



VOCÊ NUNCA SENTIU NADA IGUAL!

A sensação de pele hidratada e perfumada é indescritível!

A EMBALAGEM É NOVA, MAS A QUALIDADE É A DE SEMPRE!



SABONETES FARNESE

O Sabonete da Família Brasileira
Feito com Carinho para você!

Experimente!

- Perfuma e hidrata do início ao fim,
- As melhores fragrâncias do mercado,
- Maior durabilidade e economia,
- Sabonetes 180g tamanho família,
- Dermatologicamente testado.

WWW.SABONETESFARNESE.COM.BR

 [sabonetesfarnese](https://www.facebook.com/sabonetesfarnese) Curta nossa Fanpage e concorra a um kit exclusivo!

Boas PRÁTICAS



O Senac EAD, plataforma digital de cursos da instituição, oferece o curso 'Boas Práticas e Controles Operacionais Essenciais para Serviços de Alimentação (NBR 15.635)'. A norma ABNT NBR 15.635 foi elaborada para atender empresas de serviços de alimentação que querem tornar notória sua preocupação com a segurança dos alimentos que produzem. A interpretação dessa norma é o primeiro passo para a certificação e, consequentemente, para ser destaque de qualidade no mercado. Com este conhecimento, você poderá implantar a norma na empresa do ramo alimentício em que atua.

CARGA HORÁRIA: 30 horas
INFORMAÇÕES: bit.ly/292JrvX

Marketing DIGITAL

O Google é atualmente o maior site de buscas e o principal gerador de tráfego para os sites. Isso sem considerar o Gmail e o YouTube. Ele disponibiliza diversas ferramentas que, quando bem utilizadas, podem fazer com que uma empresa multiplique o número de clientes sem grandes investimentos. E o melhor é que quase todas as ferramentas do Google são gratuitas. Com o curso de Google Marketing da ComSchool você vai ficar familiarizado com os conceitos e as técnicas modernas de marketing em buscadores, e vai aprender a identificar as melhores práticas adotadas pelas empresas de sucesso.

CARGA HORÁRIA: 52 horas
INFORMAÇÕES: bit.ly/29fEC8j



LANÇAMENTO

RAIZ OLEOSA E PONTAS DESIDRATADAS? DESCUBRA O PODER DETOX HIDRATANTE



L'ORÉAL
PARIS



Pausa para A FOTO



A Michele de Souza Gomes e a Raísa Moreno dos Santos vão ao Assaí três vezes por semana em busca de produtos para sua lanchonete. Segundo elas, lá encontram tudo de que precisam.



A Antonia Maria é dona de restaurante e vai ao Assaí toda semana para buscar ingredientes com bom preço para seus pratos.

Loja Assaí
Tijuca (RJ)

Joel Gremião dos Santos, proprietário da lanchonete Gremião, foi ao Assaí em busca de ofertas de verduras e bebidas. Ele vai à loja toda semana.



FOTOS: © GUILHERME TAMBURUS



FIM DE SEMANA COMBINA COM LANCHE

Ingredientes

- ✦ 60 gramas de queijo mussarela em fatias
- ✦ Azeite de oliva para untar
- ✦ Queijo parmesão ralado para polvilhar
- ✦ 1 colher de sopa de azeite de oliva
- ✦ 1 dente de alho amassado
- ✦ 350 gramas de carne moída
- ✦ 1 colher de chá de sal
- ✦ 1 colher de sopa de salsinha picada
- ✦ 1 xícara de maionese Hellmann's
- ✦ 12 fatias de pão de forma sem casca
- ✦ 1 tomate grande cortado em rodellas

Modo de Preparo

- ✓ 1. Unte um refratário médio.
- ✓ 2. Preaqueça o forno (180° C).
- ✓ 3. Aqueça o azeite em fogo médio e doure o alho. Frite a carne até perder a cor avermelhada. Junte o sal e a salsinha.
- ✓ 4. Retire do fogo e acrescente 1 xícara (chá) de maionese Hellmann's.
- ✓ 5. Coloque 6 fatias de pão no fundo do refratário, espalhe a carne, o tomate e a mussarela e cubra com a maionese e mais fatias de pão.
- ✓ 6. Polvilhe o queijo ralado e leve ao forno até gratinar.
- ✓ 7. Para deixar seu lanche ainda melhor, acrescente Ketchup e Mostarda Hellmann's.



Imagem meramente ilustrativa



TEMPO
NA COZINHA
TEMPO COM
QUEM VOCÊ AMA.



A Gilmara é sócia de uma lanchonete e no Assaí abastece seu negócio. Ela compra de tudo, desde bebidas a salgadinhos, frutas, verduras e legumes.

Proprietário de uma fábrica de salgados, José Adriano Araújo conta com o Assaí para economizar e rentabilizar sua operação. Todos os dias ele vai ao Atacadista realizar suas compras.



Loja Assaí
Tijuca (RJ)



A Janaina Alves e o marido José Alves são donos de bar e veem o Assaí como um grande parceiro nas compras. Eles foram em busca de bebidas, biscoitos, carne, bala e muito mais.

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

AMAZONAS NOVA LOJA

Assaí Manaus

Avenida Autaz Mirim, 8.755
(Grande Circular) Mutirão
Cep: 69099-045
Telefone: (92) 3247-2250 / 3247-2251

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

Assaí Maracanaú

Avenid 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 Buritis

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) 3231-4722 / 3231-4392

PARANÁ

Assaí Londrina

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

Assaí Maringá

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

PERNAMBUCO

Assaí Camaragibe

Avenida Doutor Belminio 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

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

Assaí Mogi das Cruzes

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

**DIVERSÃO COM
A GALERA?**



SIMPLIFICA.

PEDE

REFRI.



Assaí Suzano

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

GRANDE SÃO PAULO

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

Assaí Barra Funda

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

Assaí Casa Verde

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

Assaí Cotia

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

Assaí Dutra

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

Assaí Fernão Dias

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

Assaí Freguesia do Ó

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

Assaí Giovanni Pirelli

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

Assaí Guaianases

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

Assaí Guarulhos

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

Assaí Itaim Paulista

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

Assaí Itaquera

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

Assaí Jabaquara

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

Assaí Jaconã

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

Assaí Jacu Pêssego

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

Assaí Jaguaré

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

Assaí João Dias

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

Assaí Vila Carrão

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

Assaí Marginal Tietê-Penha

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

Assaí Nordeste

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

Assaí Osasco

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

Assaí Pirajussara

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

Assaí Ribeirão Pires

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

Assaí Santo Amaro

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

Assaí Santo André

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

Assaí São Bernardo do Campo

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

Assaí São Caetano do Sul

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

Assaí São José dos Campos

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

Assaí São Miguel

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

Assaí Sapopemba

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

Assaí Taboão da Serra

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

Assaí Tatuapé

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

Assaí Teotônio Vilela

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

Assaí Vila Sônia

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

INTERIOR

Assaí Bauru

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

Assaí Amoreiras

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

Assaí Jundiá

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

Assaí Limeira

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

Assaí Presidente Prudente

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

Assaí Ribeirão Preto

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

Assaí Ribeirão Preto Rotatória Meira Junior

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

Assaí Rio Claro

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

Assaí Sorocaba

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

Assaí Sorocaba Itavuvu

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

LITORAL

Assaí Caraguatatuba

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

Assaí Praia Grande

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

Assaí PG Litoral Plaza

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

Assaí Santos

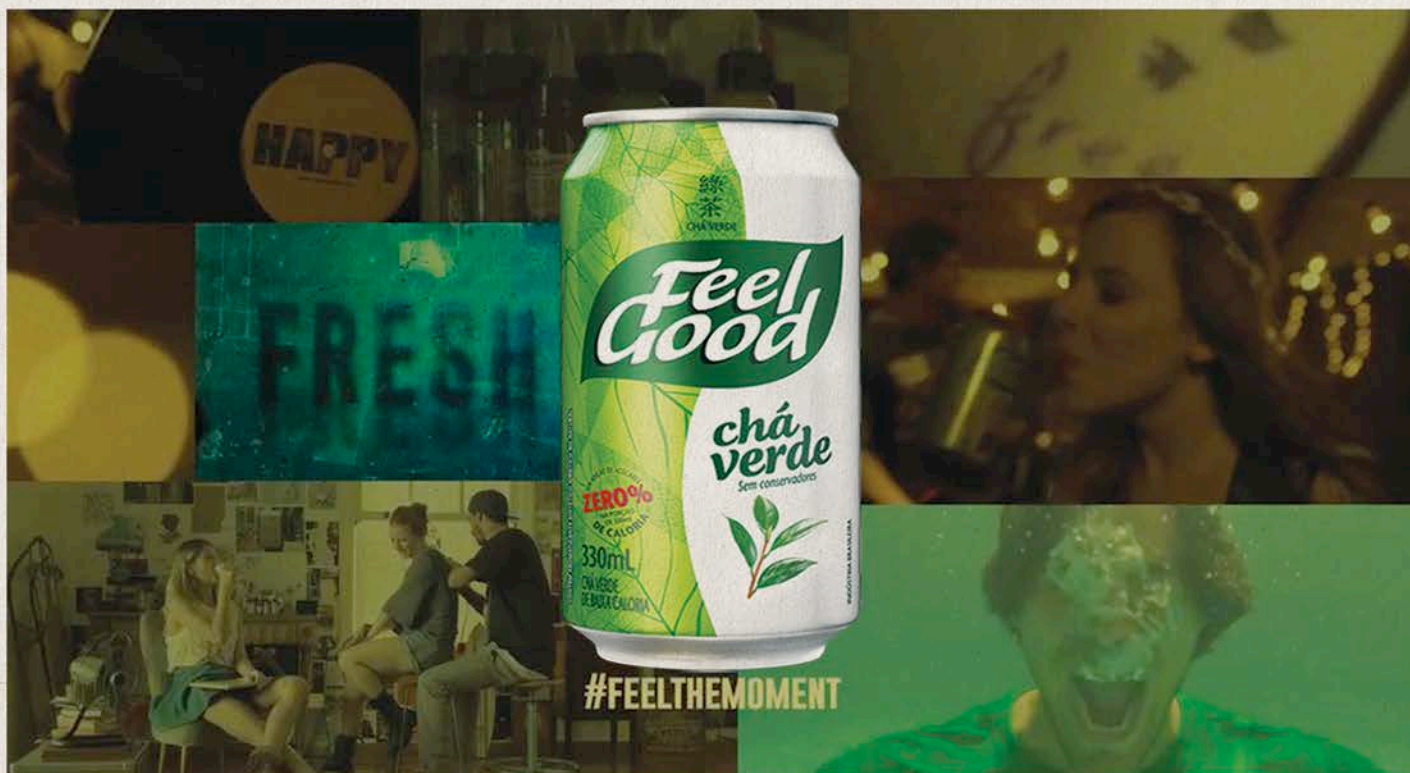
Avenida Nossa Senhora de Fátima, 50
CEP: 11085-200 - Santos
Telefone: (13) 3296-2100



Feel Good

innova

www.chafeelgood.com.br



Feel Good conquista milhares de pessoas com seus sabores exclusivos.

**Todo mundo adora,
todo mundo pede.
Inclua no seu menu.**

GOURMET



Para acompanhar uma saladinha, um hambúrguer ou massa, Feel Good é sempre a melhor opção.

SAÚDE



É saudável, refrescante, sem adição de açúcar, para tomar em qualquer momento sem culpa.



O CHÁ VERDE MAIS QUERIDO DO BRASIL EM SEIS DELICIOSOS SABORES. PROVA DO LÍDER QUE VOCÊ NÃO VAI SE ARREPENDER.



www.wownutrition.com.br

HUGGIES®

TURMA DA
mônica®

A 1ª Fralda Roupinha do mercado!

Experimente!

**Veste como
roupinha**



**Protege como
fraldinha!**



Kimberly-Clark
Essencial para uma vida melhor