

Especial

FESTA JUNINA

A data é uma oportunidade de **aumentar os lucros** com produtos típicos da época. **Veja as dicas de especialistas** para preparar o seu negócio

TURISMO

Campina Grande ou Caruaru? Na dúvida **vale a pena visitar** as duas cidades e se deslumbrar com alguns dos melhores arraiás do país

Churrasco de

PRIMEIRA

Empresário carioca driblou a crise com criatividade e qualidade em seus preparos. A aposta foi nos cortes de carne assada para atrair mais clientes para o seu buffet



TORRADAS EXPERIMENTE!





Dúvidas ou sugestões

comunicacao interna@assai.com.br



Baixe gratuitamente
o aplicativo do

ASSAÍ BONS NEGÓCIOS



f /assaiatacadistaoficial

YouTube /assaioficial

Twitter /assaioficial

in Assaí Atacadista - GPA



Mudanças

Renovar e procurar fazer melhor aquilo que já é bom é um exercício importante em todas as atividades. Para nós do Assaí é uma premissa trabalhar para alcançar sempre os melhores resultados para nossa equipe e nossos clientes. Por isso, a edição 20 da **Revista Assaí Bons Negócios** chega com algumas novidades, que podem ser percebidas logo na capa.

O logotipo da nossa revista mudou, ficando mais arrojada e moderna. Por dentro, você também notará que trazemos novidades nas cores e no visual de algumas matérias. Em relação ao conteúdo, as tendências e as informações relevantes para o seu negócio continuam seguindo a mesma linha editorial, entretanto, propomos falar de dois novos assuntos que são interessantes também para o seu bem-estar e a sua qualidade de vida.

A cada edição, vamos sugerir um roteiro de viagem por nosso país, que é tão rico culturalmente e com muitas belezas naturais. Neste número da Assaí fomos ao Nordeste para apresentar as duas festas de São João

mais famosas por lá: Caruaru (PE) e Campina Grande (PB). Já na editoria Bem-estar e Alimentação falamos sobre como os alimentos podem ajudar a manter nosso corpo em forma e mais nutrido.

Para quem busca informações sobre segmentos promissores, podemos adiantar que o mercado de refeições coletivas merece atenção. Mostramos alguns empresários que contabilizam bons resultados atuando nesse modelo de negócio.

E você já pensou em como inserir ofertas de serviços ao consumidor em seu comércio? Um especialista do Sebrae conversou conosco sobre esse assunto e passou valiosas dicas para quem quer inovar no atendimento.

Esperamos que goste das mudanças e aproveite todo o conteúdo que preparamos para você.

Boa leitura!

Belmiro Gomes
Presidente do Assaí

EXPEDIENTE

CONSELHO EDITORIAL ASSAÍ ATACADISTA Presidente do Assaí Belmiro Gomes Diretor Comercial Wlamir dos Anjos Gerente de Marketing e Sustentabilidade Marly Yamamoto Lopes **MEGAMÍDIA GROUP** Presidente Celso A. Hey Diretora de Marketing Fernanda Fadel Hey **MEGAMÍDIA EDITORA** Coordenação Geral Natu Marques MTB 8763 Coordenação Juliana Fernandes Projeto Gráfico e Design Jonny Santos Edição de arte Suellen Cristina Winter Colaboradores da edição (texto) Daniela Guiraldelli, Edileuza Soares, Fernando Torres e Leticia Murta (fotos) Leo Fontes, José Iran Santos e Tiago Jardim Revisão Rodrigo Castelo Representante Comercial Lucas Rispoli - comercialassai@megamidia.com.br Atendimento Publicitário Camila Beatriz Ferreira Projeto Editado por MegaMídia Group Dúvidas e Sugestões (41) 2106-8576 / revista@megamidia.com.br - Av. Iguaçu 2820, 14º andar - sala 1401 - Água Verde, Curitiba/PR - Tel: (41) 2106-8500 - megamidia.com.br Impressão Serzegrat - Distribuição Dirigida - Venda Proibida



NOVO ELSEVE

RAIZ OLEOSA E PONTAS DESIDRATADAS?
DESCUBRA O PODER **DETOX** HIDRATANTE



HYDRA DETOX
PURIFICAÇÃO+
48h
HIDRATAÇÃO*



L'ORÉAL
PARIS

*Teste instrumental do shampoo e condicionador versus shampoo clássico.



LANÇAMENTO

bí-O
Odorblock 2

**DUPLO BLOQUEIO
CONTRA O ODOR**

BLOQUEIA
ODOR
NA PELE



BLOQUEIA
ODOR
NA ROUPA

bí-O 48H* DE PROTEÇÃO SAUDÁVEL

*Eficácia antitranspirante, testes instrumentais, eficácia antidor testes sensoriais

10 **ASSAÍ NA INTERNET**

Confira o que foi destaque no blog do Assaí

12 **ASSAÍ MAIS**

As principais ações e projetos do Assaí em todo o país

26 **INSTITUCIONAL**

Série de reportagens registra como foi a expansão do Assaí pelo Brasil



22

 MEU NEGÓCIO, MINHA HISTÓRIA

Empresário carioca conta sua história de empreendedorismo no ramo de restaurantes



30 **ESPECIAL**

Como se preparar para as oportunidades durante o período de Festa Junina

36 **VISÃO DE MERCADO**

Como lidar com os clientes da geração millennials

40 **RUMO CERTO**

O crescente mercado de refeições coletivas

14

 CARDÁPIO ASSAÍ

Os benefícios da batata-doce

**UMA ÁGUA ALCALINA
COM BAIXÍSSIMO
TEOR DE SÓDIO.**

**É POR ISSO QUE
SEUS CLIENTES
ESCOLHEM
MINALBA.**



EdsonQueiroz

minalba
Sua melhor escolha



46 **PALAVRA DE ESPECIALISTA**

Consultor do Sebrae fala sobre a importância de oferecer serviços no comércio

50 **BEM-ESTAR E ALIMENTAÇÃO**

Como os alimentos podem influenciar nossa saúde

60 **ARTIGO**

Especialista convidado fala sobre sustentabilidade

62 **ASSAÍ ACONTECE**

Campanha de prêmios em parceria com fornecedor

54

PONTO DE VENDA

O que a escolha certa das cores pode fazer pelo seu estabelecimento

72 **LIVROS**

Dicas de leitura sobre varejo

74 **CAPACITAÇÃO**

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

76 **CLIENTE EM FOCO**

Confira fotos dos clientes que visitam o Assaí

80 **NOSSAS LOJAS**

Os endereços das unidades do Assaí em todo o país



64

TURISMO

Roteiro por algumas das melhores festas de São João do Nordeste

**QUE TAL FORTALECER SUAS
VENDAS COM A MARCA MAIS
DESEJADA DA CATEGORIA?**



NÃO CONTÉM GLÚTEN



NINHO

**MARCA CONHECIDA
POR MAIS DE 87%
DAS MÃES**

BHT IPSOS - CONHECIMENTO DE MARCA - 2015

NINHO Fases

**LIDER DA CATEGORIA NO BRASIL COM
82% DE PARTICIPAÇÃO
EM VALOR**

NIELSEN 2016, MARKET SHARE VALOR - CANAL ALIMENTAR

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



+ informação



DICAS PARA O BOM DESEMPENHO DE BARES E RESTAURANTES

Diversas questões podem influenciar no desempenho de bares e restaurantes. Algumas características importantes para o funcionamento de estabelecimentos desse ramo foram identificadas em uma pesquisa feita pelo Sebrae e podem ajudar no sucesso do seu negócio. Entre elas estão o atendimento, a gestão de compras, a forma de pagamento, a formação de preço, o conforto e a localização.



Acesse: bit.ly/dicas_para_bares



REDES SOCIAIS

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:



twitter.com/assaioficial



youtube.com/assaioficial



facebook.com/assaiaacadistaoficial

Acompanhe no Blog Assaí Bons Negócios informações sobre seu negócio. 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 março e abril.

Leia +

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

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



BOLO DE ROLO

Quem visita qualquer cidade de Pernambuco já coloca na “lista do que fazer” encontrar um bom local para comer uma fatia de bolo de rolo com café. Aprenda a fazer essa iguaria e inclua mais regionalismo no seu cardápio.



Acesse: bit.ly/bolo_de_rolo



COMO FAZER UMA PESQUISA DE MERCADO

Subestimar a importância da pesquisa de mercado é um dos principais erros que um empreendedor pode cometer. Ferramenta fundamental para orientar o futuro empresário, a pesquisa de mercado é uma importante fonte de informações e dados sobre clientes e fornecedores, o que é essencial na definição de estratégias.



Acesse: bit.ly/pesquisa_de_mercado

REVISTA DIGITAL

Com apenas um clique, é possível acessar o conteúdo da **Revista Assaí Bons Negócios** em seu tablet ou smartphone. Basta baixar o novo app do Assaí em seu aparelho. Na versão digital, você ainda confere conteúdos extras e interativos, entre vídeos, áudios e galerias de imagens. O aplicativo é gratuito e está disponível para sistemas Android e iOS.



QUEM TEM CATUABA FAZ A FESTA NAS VENDAS!

A Catuaba Selvagem foi a grande sensação neste Carnaval em todo o país. A deliciosa combinação de vinho tinto e especiarias brasileiras também é sucesso nas baladas, nos esquemas e, é claro, no ponto de venda.

ENTRE NESSA FOLIA PARA ALAVANCAR SUAS VENDAS!

É SÓ ALEGRIA.

RESULTADO *positivo*



Assaí mostra sua força no mercado com crescimento acentuado e um forte projeto de expansão, que continua em 2017

O ano de 2016 foi muito positivo para o Assaí Atacadista, que conquistou novos estados no país e pôde levar o formato de compras no atacado e no varejo para milhares de brasileiros. Ao todo, o Assaí inaugurou 13 novas lojas em 2016, fechando o ano com 106 unidades, investindo um total de R\$ 485 milhões e gerando 3.250 vagas de emprego em todo o Brasil.

Com esse forte trabalho de expansão, o Assaí mantém seus bons resultados também nas vendas. A rede fechou o ano com vendas brutas de R\$ 15,7 bilhões, expansão de 39,2%

em relação a 2015. Este ano, somente no primeiro trimestre, foi contabilizado um lucro líquido de R\$ 68 milhões, registrando crescimento de 103,3% em relação ao ano passado. A receita líquida atingiu R\$ 4 bilhões nesse mesmo período, com sólido crescimento de 28,8%. A expansão nos últimos 12 meses e as conversões de Extra Hiper para Assaí contribuíram com aproximadamente R\$ 600 milhões de vendas líquidas no período. No conceito "mesmas lojas" houve um crescimento de 12,9%, impulsionado pela continuidade do aumento de dois dígitos do fluxo de clientes, mas fortemente impactado pela inflação

de alimentos, que foi inferior em 7,9 pontos percentuais. As duas primeiras lojas convertidas de Extra Hiper para Assaí continuaram com desempenho expressivo nos primeiros três meses de 2017, atingindo um múltiplo de vendas acima de 2,5x.

Para 2017, a rede tem a expectativa de manter esse sólido crescimento, bem como continuar seu plano de expansão. Dentre as lojas previstas para serem abertas este ano estão até 20 novas unidades, entre novas lojas e potenciais conversões de lojas Extra Hipermercado em Assaí, fortalecendo a presença nos estados existentes e a entrada em novas praças. 🌅

O Assaí recebeu o certificado de conformidade PCI (Payment Card Industry – Data Security Standard), atestado mundial de aplicação dos melhores processos, práticas e controles de segurança da informação para proteção das transações de pagamentos com cartões realizados em suas lojas. O Assaí é a primeira rede de atacado de autosserviço do Brasil a receber essa certificação, confirmando a eficiência do trabalho realizado pela sua área de TI, com foco na segurança dos seus sistemas e da sua rede, bem como dos clientes que passam diariamente nas lojas. “Essa certificação atesta a maturidade dos processos e controles e contribui para o aumento do nível de confiança de nossos clientes e parceiros de negócio”, analisa André Campos, diretor de TI do Assaí Atacadista. 🌟



Scotch-Brite

PROMOÇÃO LIMPEZA PREMIADA

COMPRE, CADASTRE E CONCORRA!

PRÊMIOS INSTANTÂNEOS R\$ 400
EM VALES-COMPRAS*

+ SUPER PRÊMIOS R\$ 5 MIL*

+ 1 CASA*

**ACESSE
PROMOCAOLIMPEZAPREMIADA.COM.BR
E PARTICIPE!**

COM ESPONJA® EXTREMA, SUA CHANCE DE GANHAR DOBRA! 2X

DURA MAIS. LIMPA MELHOR.

3M

*Participação de inscrição de 01/04/17 a 30/06/17. Compra válida até 01/03/17 a 30/06/17. Participação sorteio a 20 produtos por CHF. Cada produto registrado no site: www.promocaoLimpezaPremiada.com.br. Entregue na forma de crédito com prazo em função do saque. **Prêmios entregues em certificado de 30, 40 e 50 mil reais em uma certificação de cor no valor de R\$ 100.000,00 (Cem Mil Reais) a casa é uma oportunidade única para quem deseja participar da Sorte Premiada, modalidade válida no prêmio de sorteio direto. Sorteio da Sorte Premiada, modalidade sorteio. Certificados de Autorização CAIXA nº 5.024/2017, assinado a validade 04/08/2017 (sorteio) de 04/08/2017 (assinado a validade). ATENÇÃO: guarde TODAS as notas e cupons de compra para participar na promoção.

por **Letícia Murta**



VERSÁTIL E *continental*

Versátil e cheia de benefícios para a saúde. Confira muitos motivos para você incluir a batata-doce na sua dieta.

A batata-doce é um dos vegetais mais nutritivos e versáteis que existem e pode ser encontrada facilmente durante todo o ano. Ela é rica em inúmeros nutrientes e antioxidantes e tem muitos benefícios a oferecer à nossa saúde. Índios sul-americanos já cultivavam batata-doce há pelo menos 10 mil anos. Originária dos Andes, se espalhou pelos trópicos e subtropicais de todo o mundo e serve para preparar uma variedade infinita de pratos doces e salgados.

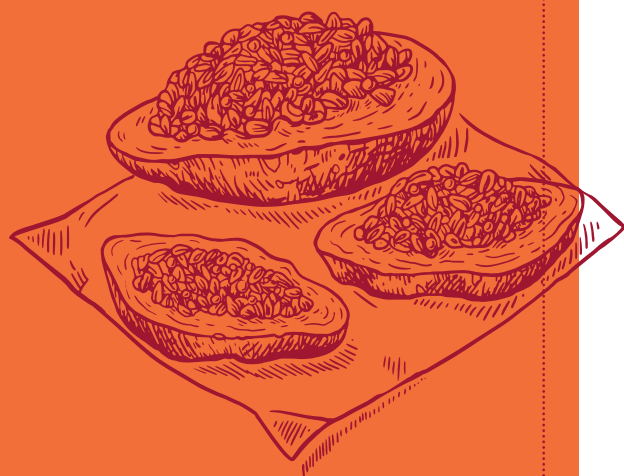
Apaixonados pelo sabor adocicado e pela textura suave, os europeus levaram a batata-doce para o Velho Continente na época da conquista das Américas no século XV e, de lá, exploradores espanhóis e portugueses a levaram para a Ásia, a África, a Índia e a Indonésia. Atualmente a batata-doce é cultivada e consumida em larga escala nos cinco continentes e estudos mostram cada vez mais seus benefícios para a boa forma e a saúde. >>





Dica prática

Raspe a polpa com uma colher e amasse até formar um purê



BATATA-DOCE *recheada*

INGREDIENTES

- ✓ 6 batatas-doces limpas
- ✓ ½ colher (sopa) de manteiga
- ✓ 2 colheres (sopa) de leite
- ✓ 2 colheres (sopa) de queijo parmesão ralado
- ✓ 150 g de presunto picado
- ✓ 1 ovo batido
- ✓ ½ xícara (chá) de grão-de-bico
- ✓ Sal a gosto

MODO DE PREPARO

Fure a casca das batatas com um garfo. Disponha-as em uma fôrma e asse em forno médio (170°C a 190°C), preaquecido, até ficarem macias. Vire-as de lado durante o tempo de cozimento. Retire do forno e corte-as ao meio. Raspe a polpa com uma colher e amasse até formar um purê. Junte a manteiga, o leite, o queijo, o presunto e o sal e misture até formar um recheio. Em seguida, coloque-o dentro das batatas. Regue com o ovo e polvilhe com o queijo e os grãos-de-bico para levar ao forno médio até gratinar.



A batata-doce possui fibras e potássio. As fibras são essenciais para ajudar a controlar o apetite, queimar gorduras, manter uma digestão saudável e reconstruir os músculos

100% NUTRITIVA

De acordo com a nutricionista Silvia Enes, a batata-doce contém Ômega 3, ácidos graxos, magnésio, fósforo, potássio, sódio, zinco e vitaminas A, B, C, K e E. É considerada uma excelente fonte de compostos naturais, conhecidos como betacaroteno e antocianina, que trazem muitos benefícios à saúde. O betacaroteno é famoso por reduzir o risco de várias doenças crônicas, incluindo câncer, doenças cardiovasculares, degeneração da retina relacionada à idade e catarata. A antocianina é um pigmento natural que fornece benefícios anti-inflamatórios para a pele. As vitaminas A, B e C têm propriedades antioxidantes que ajudam no combate aos danos causados por radicais livres.

A nutricionista afirma ainda que a batata-doce de tamanho médio contém mais do que a necessidade

diária de ingestão de vitamina A de um adulto, quase um terço da vitamina C, aproximadamente 15% de sua ingestão diária de fibras e 10% do potássio necessário. “Em virtude de sua vitamina A, batata-doce pode até proteger fumantes e aqueles que vivem com enfisema, visto que a fumaça de cigarro cria uma deficiência desta vitamina”, ressalta Silvia.

A batata-doce possui fibras e potássio. As fibras são essenciais para ajudar a controlar o apetite, queimar gorduras, manter uma digestão saudável e reconstruir os músculos. O potássio, por sua vez, é um mineral que desempenha um grande papel no controle muscular, no equilíbrio de eletrólitos e nas funções nervosas. Atletas e outras pessoas envolvidas com treinamento intenso geralmente precisam de mais potássio do que uma pessoa sedentária.

BENEFÍCIOS PARA A SAÚDE

Embora rica em amido, a batata-doce é capaz de melhorar potencialmente a regulação do açúcar no sangue, mesmo em pessoas com diabetes tipo 2. Pesquisas mostraram que o teor de fibras alimentares presentes no legume lhe dá uma vantagem em termos de regulação de açúcar no sangue, uma vez que ajudam equilibrar o ritmo da digestão.

Estudos apontam ainda novos benefícios da batata-doce que podem ser relacionados à prevenção de alguns tipos de câncer. E, entre homens jovens, dietas ricas em betacaroteno, substância concentrada na batata-doce, podem ter um papel de proteção contra o câncer de próstata.

PÃO DE *batata-doce*



INGREDIENTES

- ✓ 1 xícara (chá) de batatas-doces cozidas e amassadas
- ✓ 2 colheres (sopa) de manteiga
- ✓ 1 xícara (chá) de açúcar
- ✓ 2 ovos
- ✓ 200 ml de leite morno
- ✓ 10 g de fermento biológico seco
- ✓ 4 xícaras (chá) de farinha
- ✓ 1 gema para pincelar

MODO DE PREPARO

Cozinhe a batata até que fique macia e depois descasque e esprema. Misture o açúcar, os ovos e a manteiga. Em outro

recipiente misture o leite morno com o fermento. Depois misture a massa e vá acrescentando a farinha até a massa ficar uniforme. Dependendo da umidade da batata, pode ser preciso um pouco mais de farinha para dar o ponto. Cubra e deixe descansar até dobrar de volume. Em seguida, modele os pães e coloque em uma assadeira untada e enfarinhada. Pincele com a gema. Deixe descansar por mais 1 hora e depois leve ao forno a 180°C. Deixe descansar por mais 1 hora e depois leve ao forno a 180°C por aproximadamente 40 minutos ou até que fiquem douradas. >>



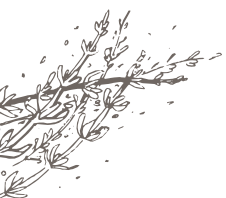
scala.com.br
laticinioscala

Um detalhe
que completa
qualquer
churrasco.



O Queijo de Coalho Scala combina qualidade com um irresistível sabor, perfeito para sua diversão.





ALIVIA O ESTRESSE

Esse é um dos benefícios desconhecidos da batata-doce, embora mais interessante. A nutricionista explica que a batata-doce é uma boa fonte de magnésio, conhecido como mineral antiestresse. “Ele promove o relaxamento, a calma e o bom humor, assim como a saúde das artérias, do sangue, dos ossos, dos músculos e dos nervos, contribuindo para o estado de bem-estar”, defende Silvia. 🍌



Pudim de BATATA-DOCE

INGREDIENTES

- ✓ 1 batata-doce grande cozida
- ✓ 1 xícara (chá) de água
- ✓ 1 e ½ xícara (chá) de açúcar
- ✓ 5 gemas peneiradas
- ✓ 1 colher (chá) de baunilha
- ✓ 1 xícara (chá) de coco ralado
- ✓ 2 colheres (sopa) de amido de milho
- ✓ ¼ xícara (chá) de leite

MODO DE PREPARO

Amasse a batata-doce com um garfo. Reserve. Leve ao fogo a água e o açúcar, mexendo sempre. Quando formar o caramelo despeje numa fôrma e reserve. Coloque numa tigela e misture bem com os ingredientes restantes, até obter uma massa homogênea. Coloque numa fôrma de pudim untada com manteiga e leve para assar em banho-maria por 50 minutos. Espere amornar e desenforme.

LAVA ROUPAS TOP LIMP
NOVA EMBALAGEM

5 LITROS

O MELHOR
CUSTO-BENEFÍCIO
DA CATEGORIA



TIRA MANCHAS
CLASS 1,5 KG



CHEGOU

NOVA LATA SLIM 310ml



SINTA O SABOR®

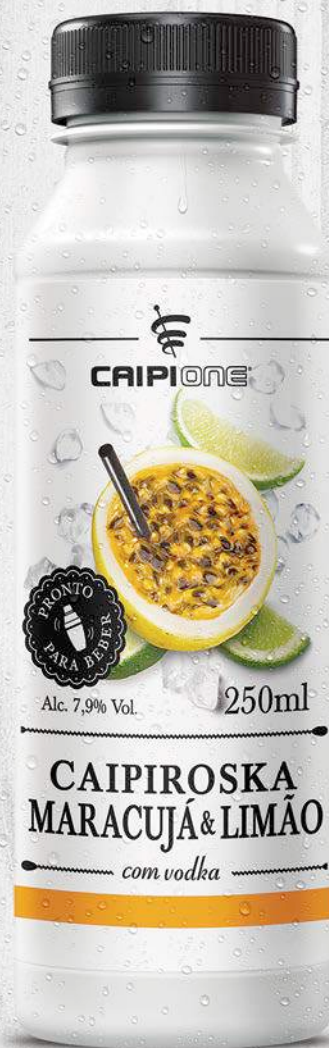


R\$
1,99
unidade
310 ml

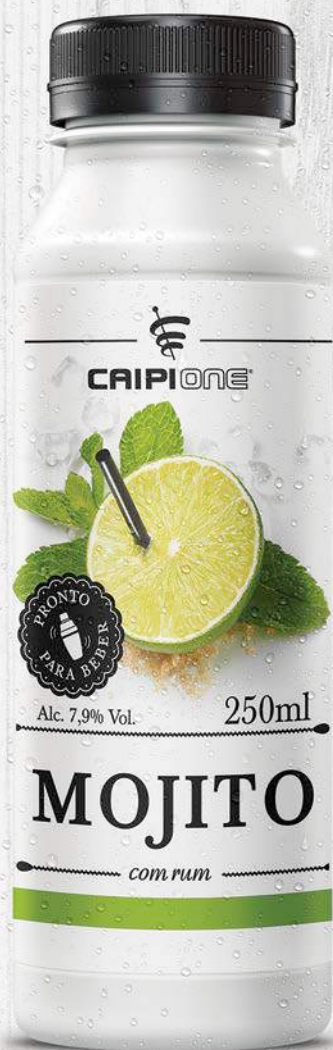
Imagem meramente ilustrativa.



CAIPIONE®



GELOU, AGI



TOU, TOMOU.

Disponíveis também em 750ml.
Uma ótima solução para os estabelecimentos comerciais oferecerem coquetéis frescos, práticos, com padrão e alta qualidade.

por *Fernando Torres*



SUCESSO *no espeto*

Com boa gestão e dedicação diária, empresário mostra que é possível ter um negócio de sucesso



Há quatro anos sob o comando do empresário carioca Maurício Massena da Costa, o Restaurante Sabor do Brasil é ponto de encontro de quem aprecia a boa comida caseira acompanhada de um bom corte de churrasco. A casa fica na Avenida Brasil, uma das mais movimentadas da capital fluminense, e se destaca pelo atendimento e pelo buffet variado com o que há de melhor na gastronomia brasileira.

Empreender e ter o próprio negócio aconteceu para Maurício depois de uma longa trajetória de carreira em uma das maiores empresas de fast food do mundo. “Comecei no ramo alimentício aos 23 anos, quando fui contratado como atendente do McDonald’s. Passei por diversos setores até me tornar gerente de loja”, lembra.

Por lá, o atual empresário permaneceu por 20 anos. Além de especializar-se no ramo, aprendeu importantes lições que hoje o ajudam na

condução do próprio negócio. “Nesse tempo que passei na empresa tive contato com diversos conhecimentos. Comparo a uma faculdade no ramo de gastronomia. Pude aprender sobre administração, contabilidade, operação, manipulação de alimentos, gestão e atendimento”, destaca.

O INÍCIO

A rica experiência profissional vivida pelo empresário foi fundamental para enfrentar o que viria pela frente. Em 2012, ao sair do McDonald’s, recebeu a proposta de um amigo, que ofereceu a ele a compra de um restaurante. Após refletir sobre a oportunidade, Maurício resolveu encarar o negócio.

Ele lembra que na ocasião o restaurante tinha apenas serviço de comida por buffet sem balança. Nesse sistema, ele manteve a operação do lugar por cerca de três anos. Mas, como os negócios iam bem, Maurício sentiu que era hora de inovar e decidiu incluir no buffet a opção de churrasco. >>



Um cardápio variado e colorido é a base do buffet servido no restaurante

A novidade deu certo e o negócio seguiu fazendo sucesso entre a clientela. Ele conta que atualmente chega a servir cerca de 200 refeições diárias. Para ajudar na tarefa, formou uma equipe de 10 pessoas: três cozinheiros, dois churrasqueiros, dois garçons e um motoboy. Sua mãe também faz parte da equipe e é quem dá o toque de comida caseira nos pratos. E o empresário completa o time, sendo uma espécie de volante (uma das posições mais versáteis no futebol). “Atuo em todas as áreas, principalmente na hora de movimento do almoço. Mas, a função principal a que me dedico é a gestão do restaurante, com especial atenção às compras”, afirma.

ESCOLHENDO OS FORNECEDORES

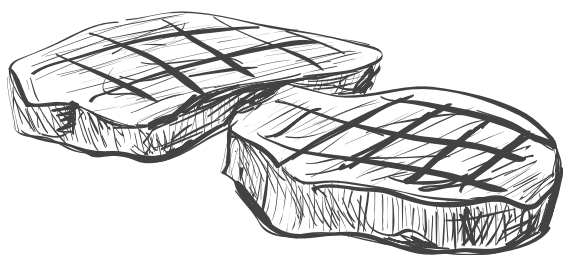
O empresário acredita que fazendo boas compras ele garante melhor rentabilidade ao seu negócio e ele próprio executa o trabalho. “Considero o setor de compras o segredo do negócio de alimentação. Nós não estocamos alimentos, por isso, saio às compras duas vezes por dia. Assim, repomos o que vai acabando e temos produtos como verduras, legumes, folhas e carnes sempre frescos para os nossos clientes”, conta.

Para as compras, Maurício conta com o Assaí e frequenta a loja Campo Grande desde a abertura da unidade. Ele destaca a variedade como principal atrativo do atacadista. “Venho aqui todos os dias e percebo que é o lugar onde encontro maior

variedade em relação ao que preciso para o meu negócio. A organização da loja também facilita a compra, pois sei onde ficam os itens da minha lista. Pego tudo com rapidez, sem perder tempo”, explica. Maurício conta que nos últimos dois anos chegou a perder cerca de 40% de seu faturamento. A situação exigiu importantes medidas de gestão. “A atual situação da economia do país nos afetou muito. Tivemos, mais do que nunca, que cuidar das compras, implantar medidas de economia e contra o desperdício, bem como cortar despesas onde foi possível”. Segundo ele, a carga tributária que os empresários enfrentam no Brasil também é um importante entrave para os negócios.

Fotos: Divulgação





VARIEDADE PARA CONQUISTAR OS CLIENTES

Um cardápio variado e colorido é a base do buffet servido no restaurante. Além do serviço de churrasco, que conta com cortes nobres, como picanha e filé mignon, o buffet ainda serve diversas opções de saladas, assados e acompanhamentos para o tradicional arroz com feijão.

No salão, o cliente se serve à vontade, mas, se preferir, pode solicitar o serviço de entrega de marmitex e receber o pedido em casa ou no trabalho. No delivery, o empresário chega a entregar cerca de 35 refeições diárias. 🍷



Saiba Mais



Restaurante Sabor do Brasil
Av. Brasil, 31.981 – Bangu
Rio de Janeiro – RJ
restaurantesabordobrasil.com.br

Formosa
LATICÍNIOS

*Minas em
cada pedaço*

SPOTS



ASSAÍ CONQUISTA O *Rio de Janeiro*



O Estado possui 14 lojas e a previsão é de novas unidades em breve

Depois de marcar presença em São Paulo, cidade berço de seu nascimento, o Assaí Atacadista hoje se destaca como uma das mais importantes redes do país. A expansão, iniciada em 2007, quando passou a integrar o GPA, levou o atacadista a mais de 100 lojas por 16 estados do Brasil, gerando mais de 20 mil empregos. Trabalhando para oferecer variedade, aliada à qualidade no atendimento e ao preço competitivo, o Assaí conquista novos clientes a cada dia. Em 2008 o atacadista chegou ao estado do Rio de Janeiro com três lojas, sendo a primeira

na Ilha do Governador. Atualmente conta com 14 unidades, das quais oito ficam na capital. As lojas do Estado têm obtido ótima aceitação e as vendas ocupam papel de destaque na rede. “Temos grande responsabilidade para compor o resultado do Assaí. O número de operações chega a aumentar 20% a cada ano. Isso mostra como temos o papel importantíssimo no abastecimento dos nossos clientes. Temos um grande compromisso de continuar fazendo um bom trabalho, alinhado com as diretrizes da companhia na busca dos resultados” disse o diretor regional do Rio de Janeiro, Moacir Sbardelotto.

ASSAÍ SEGUE CONQUISTANDO CLIENTES

O gerente acredita que o cenário atual do país fez com que o consumidor final migrasse em grande massa para o formato Atacado de Autosserviço. “Temos vários perfis de clientes. Hoje temos lojas com mais de 120 mil operações no mês, tanto em vendas de varejo como no atacado. Temos um crescimento de 20% na quantidade de clientes atendidos, sejam eles novos ou clientes que retornam várias vezes dentro do mesmo mês. Nosso papel é melhorar cada dia mais o atendimento para os nossos clientes, que são exigentes e esperam ser bem atendidos”, garante.

João Miguel Gouveia, gerente regional de operações, também acredita nos potenciais de venda e ganho de share de mercado no Estado. “O cliente vem descobrindo ainda mais o nosso segmento *cash&carry* e aproveita a oportunidade de comprar mais barato conosco”, relata.

Ele cita como exemplo a inauguração da mais nova loja do Rio de Janeiro, localizada na região de Pílares. “Essa foi a primeira transformação de loja do formato Extra para Assaí. Fica muito bem localizada, próxima ao estádio de futebol Engenhão, com acesso às principais vias urbanas. Fizemos uma loja totalmente nova, com amplo espaço de estacionamento. Para se ter >>



NOVO DESIGN
NOVA EMBALAGEM

**O PRODUTO DO
PROFISSIONAL
PARA VOCÊ**

SHAMPOO • CONDICIONADOR • MÁSCARA • CREME PARA PENTEAR

“Temos grande responsabilidade para compor o resultado do Assaí. O número de operações chega a aumentar 20%, isso mostra como temos o papel importantíssimo na qualidade do atendimento prestado aos nossos clientes”

Luciano Henrique Hilário, gerente regional de operações

ideia, a loja possui 28 check-outs e é uma das que oferece melhor atendimento de frente de caixa, pois o fluxo de operações é bastante alto, sendo, aliás, o maior número de operações de registros de compras entre as demais unidades”, considera.

João Miguel acredita que os benefícios oferecidos pelo Assaí possibilitam que o público seja diversificado e sempre crescente. “Atendemos todos os tipos de clientes, desde comerciantes varejistas, transformadores, donos de restaurantes, padarias e pizzarias ao próprio varejo em si”, conta.

A proposta de permitir que o cliente possa fazer compras com

mais frequência, evitando ter um local para estoque, foi um dos motivos que atraiu Leandro Rosa Vieira, proprietário da Big Cesta Alimentos, empresa de cestas básicas para atacado e varejo, localizada em Campo Grande (RJ). Ele conta que faz suas compras diariamente na loja Assaí Campo Grande. “Eu sou cliente praticamente desde a abertura da loja. Gosto do Assaí porque possui ótimo atendimento e muito compromisso com o cliente. Além disso, o Assaí oferece bom preço dos produtos. Com o televentas também fica bem fácil realizar as compras, já que a equipe é competente e ajuda bastante”, afirma. ▲



salon
line
PROFESSIONAL

É DE
PRODUTOS
PARA ARRASAR
QUE VOCÊ
PRECISA?!

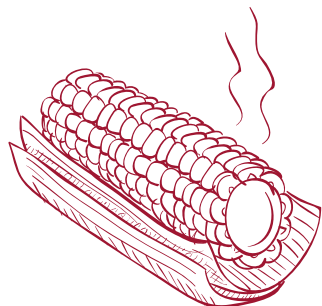
TÁ PREPARADOO?!?
TEM CERTEZA?!





PREPARE-SE para a festa!

Como uma das festas populares do Brasil, evento se destaca pela diversidade de atrações regionais e pelo vasto cardápio de comidas típicas. A data é propícia para atrair o consumidor e incrementar os negócios nessa época



Tradição no país inteiro, a Festa Junina é uma das manifestações populares mais apreciadas pelos brasileiros, sejam crianças ou adultos.

O evento é sempre comemorado no mês de junho, mas em algumas regiões a celebração pode se estender até julho e agosto, trazendo oportunidades para os varejistas, que aproveitam a época para aquecer os negócios.

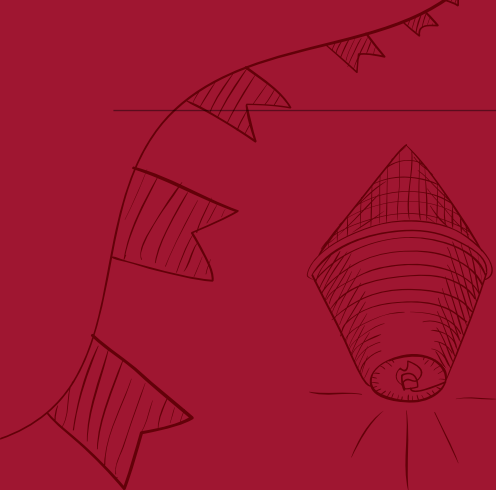
Considerada a maior manifestação folclórica do Brasil pela sua abrangência temporal e espacial, a Festa Junina se destaca pela variedade de atrações, que se espalham pelos quatro cantos do país, e movimenta o turismo no mercado doméstico.

No Nordeste, por exemplo, o evento atrai turistas brasileiros e estrangeiros com as celebrações de São João, Santo Antônio e São Pedro, aquecidas pelas fogueiras, uma tradição das festas nordestinas. Em outras regiões, o ponto forte é a dança de quadrilha, em que as pessoas se vestem de roupa

caipira para participar de coreografia embalada por músicas de forró.

Além de muitas brincadeiras, a festa chama atenção pelo extenso cardápio com comidas tipicamente brasileiras. Como o mês de junho é tempo da colheita do milho no Brasil, os pratos mais comuns durante os festejos são feitos a partir do grão: bolo de fubá, canjica, curau, pipoca, cuscuz, pamonha etc. A farta mesa conta também com sabores de diversas regiões, como é o caso do arroz doce, do amendoim, da paçoca, do pinhão, da cocada, do pé de moleque e das bebidas típicas, como quentão e vinho quente.

O preparo dessas delícias para as festas em escolas, comunidades, igrejas, empresas, hotéis e famílias aumentam o fluxo de consumidores nas lojas de varejo. As festividades, realizadas no inverno, impulsionam ainda a comercialização de outros produtos, como carnes, queijos, sopas, chocolates e bebidas em geral.



“Em maio os pontos de venda já podem se preparar para trabalhar com o tema, que segue pelos meses de junho e julho”

Camila Pacheco, sócia-diretora da consultoria Blue Numbers

ARRAIÁ NA LOJA

As festas juninas criam cenário propício para os pequenos comerciantes aumentarem vendas e ampliarem os lucros. Mas, assim como em outras datas comemorativas, seguir no embalo das celebrações e alcançar resultados satisfatórios exigem planejamento e criatividade.

"A Festa Junina tem um apelo forte de vendas. A data remete à infância e aos bons momentos vividos com a família", afirma Juliana de Magalhães Berbert, consultora do Sebrae-SP. Porém, ela ressalta a importância da elaboração de um plano, com antecedência, pelo comerciante que decide explorar a data.

A primeira lição é incluir a festividade em seu calendário anual, definir ações para atrair o consumidor e começar a colocá-las em prática logo após o Dia das Mães, comemorado no segundo domingo de maio. Juliana lembra que a Festa Junina é um evento que dura um mês ou até mais, como acontece no Nordeste, onde as celebrações são mais extensas.



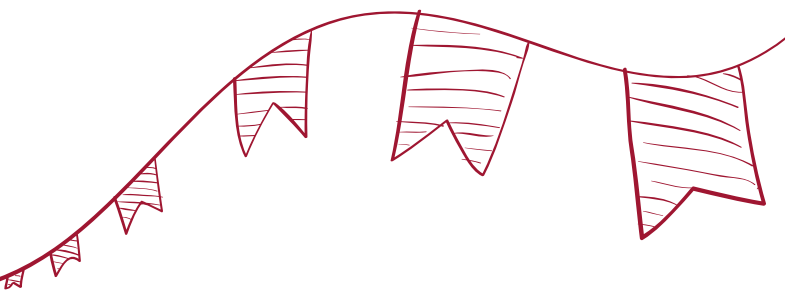
➤ Camila Pacheco, sócia-diretora da Blue Numbers

"Em maio os pontos de venda já podem se preparar para trabalhar com o tema, que segue pelos meses de junho e julho. Decoração, promotores e expositores com produtos no meio da loja são uma excelente opção para supermercados, empórios e lojas de conveniência", recomenda Camila Pacheco, sócia-diretora da Blue Numbers, consultoria especializada em pequenos e médios negócios.

Já restaurantes, lanchonetes, docerias e revendedores de comidas prontas devem preparar

cardápios especiais que destaquem os alimentos típicos destas festas, como milho, canjica e amendoim, de acordo com Camila.

Juliana, do Sebrae-SP, acrescenta que é essencial trazer para o ponto de venda o clima festivo para chamar atenção do consumidor e estimular seus órgãos do sentido. A decoração com bandeiras coloridas desperta a visão; as animadas músicas, que lembram a data, ativam a audição e os aromas de comidas típicas aguçam o olfato. >>



A decoração com bandeiras coloridas desperta a visão; as animadas músicas que lembram a data ativam a audição e os aromas de comidas típicas aguçam o olfato

"Mesmo que a pessoa não tenha interesse de comprar, ela acaba sendo envolvida pela ambientação e fica mais propensa ao consumo", afirma Juliana. Uma dica da especialista para deixar o consumidor com água na boca é colocar um carrinho de pipoca na entrada da loja. "É um investimento que vale a pena mesmo para pequenos estabelecimentos. Eles podem contratar o serviço para apenas um dia da semana como estratégia para se diferenciarem da concorrência.



Juliana de Magalhães Berbert, consultora do Sebrae-SP

AGORA VOCÊ TEM MAIS TEMPO
PARA O QUE REALMENTE INTERESSA.
SEU TOQUE DE CHEF
Experimente

AQUELA MASSA, PIZZA OU MOLHO FICAM MAIS
FÁCEIS COM O TOMATE TRITURADO EKMA.

TOMATES SELECIONADOS PRONTINHOS
PARA VOCÊ DAR SEU TOQUE FINAL.

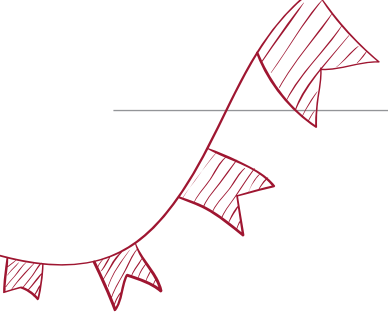


Tel: 11 3745-9094

E-mail: vendas@ekma.com.br

[/ekmaalimentos](#)
[/ekmaalimentos](#)

www.ekma.com.br



Os comerciantes devem também buscar parcerias com os fornecedores para criar campanhas de vendas durante as festas juninas. Com apoio da indústria é possível promover degustação, montar kits com descontos e pensar em outras iniciativas em que saem ganhando a indústria e o comerciante.

Para Camila, da Blue Numbers, uma estratégia interessante é criar áreas com exposição de produtos que combinam. "A canjica pode estar ao lado da canela, da manteiga, do leite condensado e do coco ralado. O milho verde pode ficar exposto perto do sal, das embalagens para pipoca ou da toalha de mesa decorada. E por aí vai. Ao criar ambientes que simulem a utilização dos produtos, você cria a situação de consumo", enfatiza a consultora.

Outra dica de Juliana Berbert é a produção de folhetos com receitas típicas em parceria com fornecedores. O mesmo vale para a publicação de sugestões sobre preparação de pratos típicos no jornal de ofertas. 🍷

Festa Junina no Assaí

De norte a sul do país, o Assaí prepara as suas lojas para atender às demandas da data festiva. Você encontrará nas mais de 100 lojas da rede produtos típicos como milho, amendoim, leite de coco, coco ralado, milho de canjica e diversos outros quitutes das melhores marcas do mercado. Para quem quer aproveitar a data para ter bons resultados no seu negócio, o Assaí também tem opções de produtos no atacado com preços competitivos e grande variedade. Acesse o site do Assaí, localize a loja mais próxima de você, confira as ofertas e boas festas: assaí.com.br/ofertas.

Pode pular de alegria

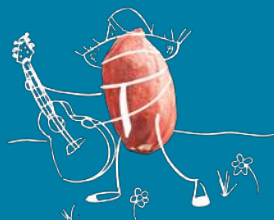
No Arraial dos Sonhos

não pode faltar

o mix de produtos Hikari.



IMKT ABBIL / HIKARI



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

[f/hikarialimentos](https://www.facebook.com/hikarialimentos)

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

[v/hikarialimentos](https://www.youtube.com/hikarialimentos)



PÃO DE QUEIJO MASSA LEVE

1 kg

Perfeito para qualquer hora do dia. Experimente o produto em dois diferentes formatos, mas com a mesma qualidade. A versão coquetel é ideal para recepções e o tamanho para lanche garante uma porção perfeita para comércios ou mesmo o café da tarde.

MAIONESE HELLMANN'S

1 kg

Possui apenas 40 calorias por colher de sopa. Segurança para utilização em seus preparos (faça e venda) e para ter em casa. Experimente também a embalagem econômica.



MONTE SUA cesta

Confira as sugestões da **Revista Assaí Bons Negócios** para a sua lista de compras



NÉCTAR SUFRESH

200 mL

Para quem busca uma combinação perfeita das melhores frutas, Sufresh tem uma linha de produtos bem completa para encher a sua vida de sabor. Com Sufresh, todos os momentos são deliciosos.

TODDY ORIGINAL

2 kg

É um produto com mais chocolate em sua formulação, o que deixa os preparos mais cremosos. No Assaí você encontra este produto em embalagem econômica para atender ao seu negócio ou mesmo para famílias grandes economizarem nas compras.



PAPINHA NESTLÉ

115 g

Conforto e praticidade para momentos de lazer. Preparo completo com legumes e nutrientes de que os bebês precisam. Possui outras opções de sabores e com frutas.

FOFURA®

EXPERIMENTE

TODOS OS SABORES:



COM FOFURA® A DIVERSÃO É GARANTIDA!!

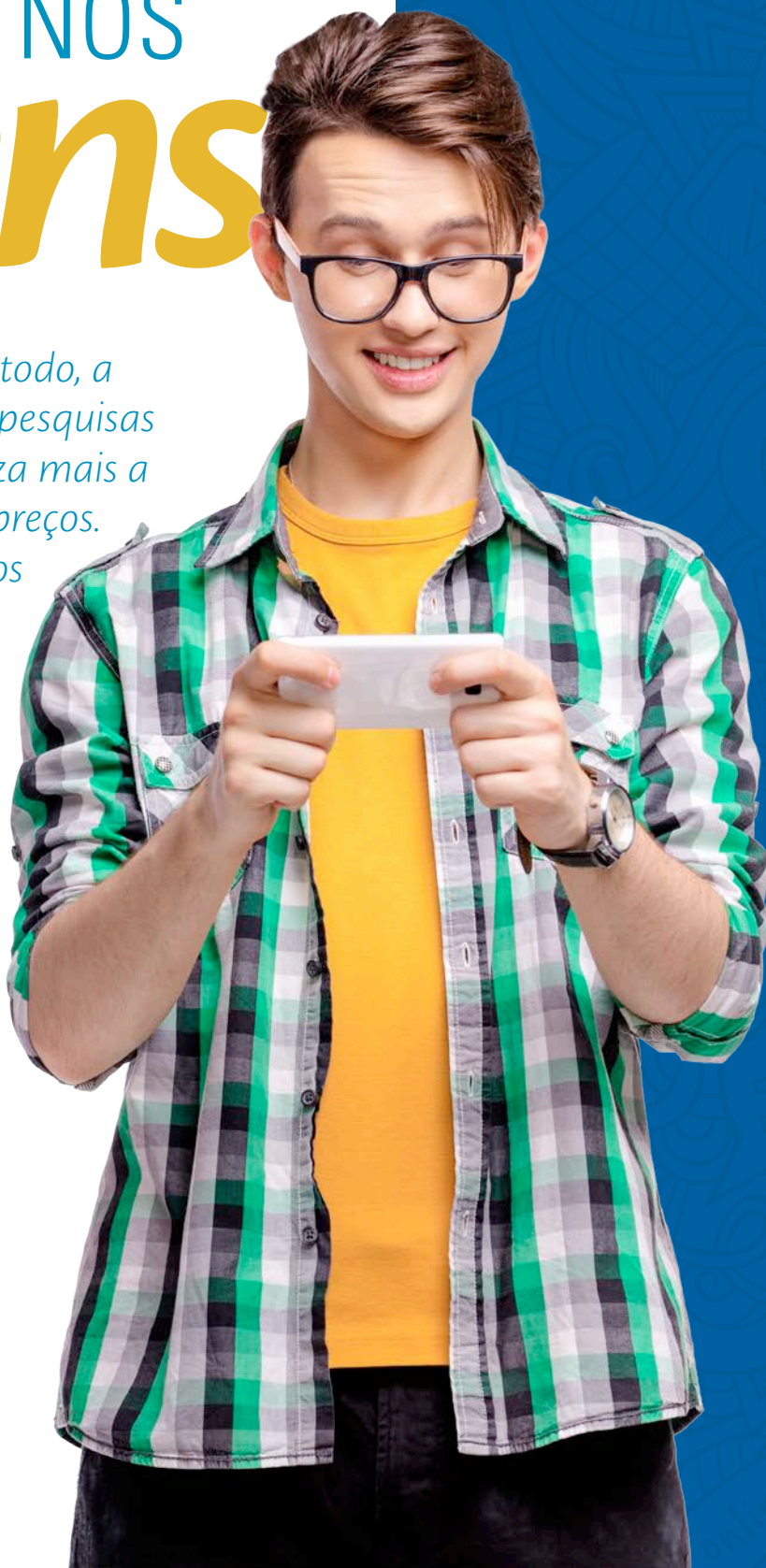
por Edileuza Soares

DE OLHO NOS *Jovens*

Conectada à internet o tempo todo, a geração do milênio faz muitas pesquisas on-line sobre produtos e valoriza mais a experiência de compra que os preços. Confira outros comportamentos dos consumidores dessa geração para conquistá-los

Grudados ao smartphone a maior parte do tempo, eles são exigentes, bem informados sobre as marcas, pesquisam produtos na internet, comparam preços on-line e valorizam um estilo de vida saudável. São apenas alguns dos traços de comportamento dos millennials, a geração do milênio. Se seu estabelecimento ainda não sabe lidar com esses consumidores, é melhor aprender, e rápido, porque essa será a sua maior clientela num futuro muito próximo.

Os millennials integram as gerações Y e Z, que incluem as pessoas nascidas após 1982, sendo que os mais velhos têm atualmente 35 anos. É a parcela da população chamada de "nascidos digitais", porque cresceram em meio às tecnologias. Por isso, esses jovens lidam melhor com inovações do mundo on-line que as gerações anteriores— a X (nascidos após 1964 até 1982) e os *baby boomers* (nascidos entre 1946 e 1964).



Uma pesquisa global da Nielsen intitulada "Estilo de Vida das Gerações", que entrevistou 30 mil pessoas em 60 países, incluindo o Brasil, estima que os millennials compõem um quarto da população do planeta, ou seja, 1,7 bilhão de pessoas. Como um grupo de consumidores, eles estão apenas começando a flexionar seu poder de compra, que vai crescer significativamente nos próximos anos, alerta a consultoria.

Luiz Muniz, fundador da Telos Resultados, observa que os millennials têm características próprias decorrentes de eventos socioeconômicos e conquistas da geração X. "O que diferencia essa geração das demais é sua capacidade de fazer várias atividades ao mesmo tempo, a superficialidade, o egocentrismo e o excesso de ansiedade",

"O cliente da geração millennials não tem como sua prioridade a busca pelo produto mais barato. Ele prioriza a experiência de compra e o serviço oferecido"

Luiz Muniz, fundador da Telos Resultados

analisa o consultor. Ao mesmo tempo, Muniz ressalta que os millennials são engajados com temas globais, como a melhoria do meio ambiente, o cuidado com a qualidade de vida e a busca por relações humanas corretas.

Analistas da Nielsen recomendam que varejistas de todos os portes adaptem seus pontos de vendas para atender os millennials, pois eles apresentam perfil de consumo muito diferente das gerações anteriores. >>

Fotos: Shutterstock / Divulgação



FARNESSE
CREME DE BANHO

SABONETE HIDRATANTE
FLORAL

Sinta o delicado toque das flores todos os dias

- Textura cremosa.
- Alto poder de hidratação,
- Fragrância irresistível,
- Fórmula com vitamina E,
- Maior durabilidade e economia,
- Sabonete 180g tamanho família.

COMO ATRAIR OS MILLENNIALS

Muniz recomenda que os varejistas voltem atenções para os millennials. Ele lembra que essa fatia da população está se tornando economicamente ativa. Em alguns casos, esses consumidores também são formadores de opinião. Como eles usam intensivamente as redes sociais, seus comentários positivos podem se multiplicar pela internet, tendo um efeito ainda mais intenso para experiências negativas, que podem se multiplicar de 3 a 5 vezes mais rápido, segundo o especialista.

O consultor diz que agradar aos millennials não é tarefa fácil. Ele dá algumas dicas para atrair esse público, como oferecer boa experiência e usar a internet para melhor engajamento, mas com cuidado. Evite explorar as redes sociais para informar apenas mensagens de vendas. “O cliente da geração millennials não tem como sua prioridade a busca pelo produto mais barato. Ele prioriza a experiência de compra e o serviço oferecido”, constata Muniz.



Bril
COSMÉTICOS

Natureza e tecnologia em
sintonia com a sua beleza.

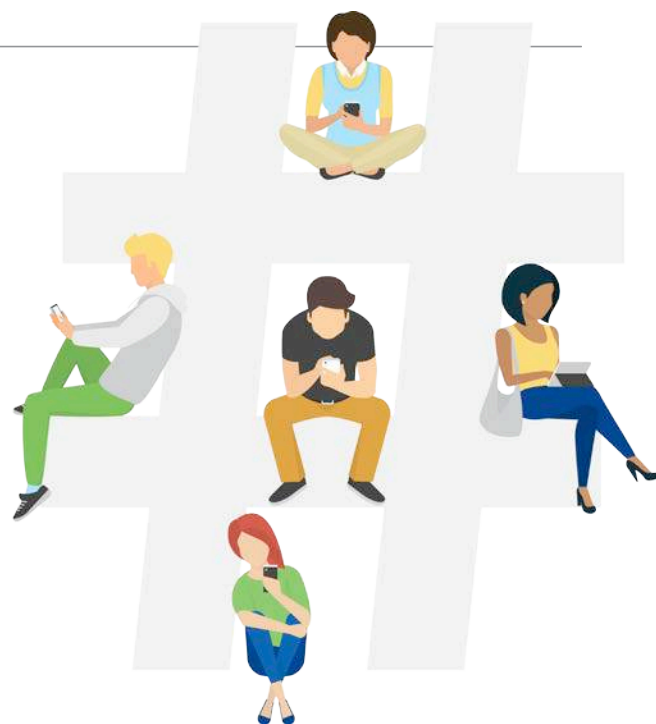


brilcosmeticos.com.br



Veja a seguir mais dicas para se aproximar dos **MILLENNIALS**

- Mantenha pelo menos um canal de comunicação baseado em redes sociais;
- Faça sua empresa cumprir requisitos legais e que respeitam o meio ambiente;
- Tenha um modelo de gestão capaz de entregar exatamente aquilo que foi pedido;
- Fique atento aos prazos de entrega para compras via e-commerce;
- Informe periodicamente sobre os impactos dos produtos vendidos na vida do consumidor (para isso é necessário criar um cadastro de seus clientes);



- Mostre as novidades de seu estabelecimento, não apenas aquelas relacionadas aos produtos, mas, principalmente, as que dizem respeito a melhores práticas, satisfação dos funcionários, sustentabilidade e ações sociais. 🌱



**Só a empresa que
inventou o requeijão
Pode ter a mais gostosa
linha de produtos pra você.**



MERCADO DE *oportunidades*

Mercado de cozinhas corporativas proporciona redução de gastos para empresários de até 20%

A atual situação econômica brasileira tem colaborado para o crescimento do setor de alimentação corporativa e os refeitórios internos ganham cada vez mais força.

A importância do setor na economia nacional pode ser mensurada com base nos números gerados pelo segmento no ano 2016. Foram 11 milhões de refeições diárias, com movimentação de quase R\$ 17 bilhões e volume diário de 5.800 toneladas de alimentos, gerando 180 mil empregos diretos. Isso representou para o governo uma receita de 2 bilhões de reais anuais entre impostos e contribuições.



◀ 11 milhões de refeições diárias, com movimentação de quase R\$ 17 bilhões e volume diário de 5.800 toneladas de alimentos, gerando 180 mil empregos diretos



MERCADO DE SUCESSO

Fornecendo em torno de 10 mil refeições diárias, o Buffet Sabor & Art atende mais de 40 clientes em 11 filiais e, para isso, conta com cerca de 100 colaboradores. O buffet atende ao mercado de gastronomia de Maringá há mais de uma década, prezando sempre a qualidade, com profissionais qualificados na área de eventos, o que confere a certeza de excelência nos serviços e a garantia de sucesso.

“Começamos em Maringá, no Paraná, em 1995. A princípio, era uma empresa familiar. Começamos com três pessoas e atendíamos os clientes ao redor de nossa casa, sendo minha mãe, dona Livradina, a principal figura. Logo começamos a produzir marmitex para o sistema de disk-marmitas, uma inovação na época, daí expandimos para

“Uma grande dica é o planejamento em todas as etapas do negócio. Nos dias de hoje é imperdoável não conhecer os mínimos detalhes da sua atividade”

Josemar Rodrigues, Sabor & Art

outros bairros da cidade, por meio de entregas feitas com moto. Desse ponto para a cozinha industrial e o buffet foi uma questão de tempo, pois o nosso grande diferencial era atender o cliente dentro da sua necessidade. >>



▲ Josemar Rodrigues Alves, diretor do buffet Sabor & Art

Fotos: Divulgação

SYLVANIA



GARANTIA
de desempenho
QUALIDADE
&
para a sua casa



- 1 A60 **LED**
6.5W / 9.5W
- 2 Eletrônica **Reta**
15W / 20W / 25W
- 3 Eletrônica **Espiral**
14W / 20W / 23W / 30W



“É preciso se preocupar com segurança alimentar, ter atenção na gestão e na administração de pessoas, além de atuar com seriedade, assiduidade e pontualidade”

Thiago Ribeiro, da Prime Sabores



Não ficamos no expediente comum de segunda a sexta, só almoço; ampliamos o leque e começamos a atender para café da manhã, almoço, jantar e ceia. Essa predisposição sempre foi o sucesso do nosso negócio”, conta Josemar Rodrigues Alves, diretor da empresa.

Atuando em Rondonópolis, no Mato Grosso, a Prime Sabores é reconhecida por suas refeições equilibradas. A empresa fornece 1.200 refeições diárias, atendendo três empresas. “Iniciamos nossas atividades em 2009, a partir de um projeto que começou dois anos antes, por um irmão dos atuais sócios”. Desde então, os irmãos Ricardo e Tiago Ribeiro começaram a modelar a empresa, que foi ganhando espaço nesse mercado concorrido, no entanto, bastante deficiente em qualidade de serviço prestado. “Nossa visão

é trazer até nossos clientes uma excelente refeição equilibrada, com um tratamento respeitoso e diferenciado, e produtos de qualidade com controle de origem”, conta o gerente administrativo, Tiago Ribeiro.

Para quem está iniciando atividades no ramo ou pensa em empreender, Tiago conta que existem pontos importantes, que são pilares de sucesso nesse mercado. “É preciso se preocupar com segurança alimentar, ter atenção na gestão e na administração de pessoas, além de atuar com seriedade, assiduidade e pontualidade”, conta.

Josemar, do Sabor & Art, acrescenta que é importante ter critério rigoroso na contratação dos funcionários e muita dedicação. “Uma grande dica é o planejamento em todas as etapas do negócio. Nos dias de hoje é imperdoável não conhecer os mínimos detalhes da sua atividade”, revela.



 Ricardo e Tiago Ribeiro, da Prime Sabores



ABASTECIMENTO

Os dois empresários também têm em comum o local onde realizam as compras para as refeições coletivas. Como parceiro para as compras de insumos, escolheram o Assaí Atacadista, onde ambos encontram boa parte de tudo de que precisam.

“Sou cliente da loja Assaí Maringá, o que, para nós, é sinônimo de agilidade, pois é a única empresa que presta um ótimo trabalho de televendas, agilizando nossa compra e também o recebimento da

mercadoria, o que ocorre quase de maneira imediata. Trabalhamos no sistema de estoque mínimo, e essa parceria é fundamental”, define o diretor da Sabor & Art.

Tiago Ribeiro, da Prime Sabores, também celebra a parceria firmada com o Assaí há um bom tempo. “É um atacadista que nos proporciona bom atendimento, ambiente limpo e armazenamento de produtos de forma segura, bons produtos de diversas marcas e preços justos comparados aos dos demais atacados”, declara. ▲

Há 90 anos PRODUZINDO QUALIDADE!





MIX DE *higiene*

Produtos de
qualidade para
você, sua família ou
seu negócio. Confira
essas sugestões que
você encontra nas
lojas Assaí



CREME PARA PENTEAR L'ORÉAL

250 mL

Indicado para o cuidado com os cabelos naturalmente lisos, proporcionando uma finalização adequada. É composto por nutrientes que deixam os cabelos lisos, uniformes, sem frizz, com brilho e vitalidade.

SABONETE LÍQUIDO INTIMUS

200 mL

Acompanha a mulher em todos os dias do mês e nos momentos mais íntimos, como no banho. Cuida da higiene respeitando o sistema natural da pele e garantindo frescor durante todo o dia. Disponível nas versões Fresh e Suave.



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



SHAMPOO E CONDICIONADOR HECLA

400 mL

A linha Multição Luxury é repleta de ativos nutritivos e tecnológicos e foi inspirada e concebida para um tratamento luxuoso. Sua formulação exclusiva e cuidadosamente testada trata e repara profundamente os fios, deixando-os macios.



CREME DENTAL ULTRA ACTION HERBAL

90 g

Preserva o esmalte dos dentes e combate as cáries. Possui extrato de Própolis e Camomila que preserva a saúde da gengiva e combate o mau hálito. Sabor refrescante de eucalipto.



COMFORT CONCENTRADO

500 mL

Com novo perfume e rendimento de até 22 lavagens. Experimente também a versão Criações com aroma de Lírios Brancos e Bergamota. Suas roupas mais macias e perfumadas por muito mais tempo.

*Consulte disponibilidade dos produtos nas lojas



CREME DE PITAYA FROOTY.
NÃO DÁ PRA EXPLICAR,
TEM QUE PROVAR.
FROOTY, SIMPLEMENTE SINTA.

por **Daniela Guiraldelli**

AO GOSTO DO *cliente*

Especialista do Sebrae de São Paulo aborda a importância para o varejo de oferecer muito mais do que produtos para cativar e fidelizar o consumidor

Em tempos de “menos dinheiro no bolso” e mais canais de vendas para que as famílias façam seu abastecimento, oferecer um “leque de serviços”, indo além das opções disponíveis no ponto de venda, pode ser o segredo para ser bem-sucedido e aumentar o faturamento. Por essa razão, oferecer serviços que facilitem a vida do cliente, que sejam específicos para determinado grupo consumidor, entre outras estratégias, pode ser a alternativa para se diferenciar no mercado. Criador e coordenador do Programa Comércio Varejista, do Sebrae de São Paulo, e de projetos como Loja Modelo Itinerante e a plataforma de consultoria on-line Inova Loja Digital, Gustavo Carrer, consultor do Sebrae São Paulo, aborda a importância de investir na prestação de serviço no varejo e no comércio. A **Revista Assaí Bons Negócios** realizou uma entrevista exclusiva com o especialista, e os melhores trechos você confere a seguir.

Qual é a importância de investir na prestação de serviço, principalmente em negócios de pequeno e médio porte?

Devido ao menor espaço e ao poder de compra reduzido, o pequeno negócio tem dificuldade na competição com as grandes redes ou marcas, principalmente nos quesitos preço e sortimento. Eles têm um poder de barganha menor, assim, não têm condições de oferecer um sortimento de produtos com preços tão baixos. Diante desse cenário, o serviço acaba sendo uma forma de proporcionar conveniência e facilidade para o cliente, e, dessa forma, atrai o consumidor para a loja. O varejo de vizinhança tem oferecido diversos tipos de soluções para se tornar um verdadeiro “hub de soluções”. O cliente vai até o local pelo serviço ou pela facilidade de estar próximo e acaba consumindo também os produtos na prateleira.

Existe algum dado que aponte quais são os serviços mais oferecidos pelos pequenos e médios comerciantes no Brasil?

Uma pesquisa do Sebrae sobre minimercados no Brasil indica que, entre os serviços oferecidos pelos estabelecimentos, a entrega em domicílio é o mais ofertado, com 59,4%, visto pelo consumidor como um diferencial no atendimento. Também foram citadas estratégias como venda por telefone (33,4%), recarga de celular (32,2%), venda de gás de cozinha (16,5%) e pagamento de contas (7,3%).

Como empregar estratégias nesse sentido pode refletir nas vendas?

O serviço contribui diretamente para o faturamento da loja. A geração de tráfego de pessoas que vão até o es-

Pesquisa do Sebrae sobre minimercados, indica que o serviço mais ofertado pelos estabelecimentos é a entrega em domicílio

tabelecimento em busca dos serviços pode refletir na venda de produtos. O aumento da rentabilidade ocorre pela venda dos serviços e pela venda dos produtos em função do tráfego. Muitas vezes, é uma empresa terceira que é responsável pelo serviço. Nesse caso, o ganho no faturamento é sentido apenas com o aumento de pessoas comprando na loja.

Quais são os tipos de serviços mais oferecidos pelos varejistas brasileiros?

Em geral, os varejistas investem em entregas e serviços que envolvem conveniência, como chaveiro, consertos em geral e na área de alimentação. Alguns estabelecimentos fazem parcerias com *food trucks* nos fins de semana ou em datas específicas, por exemplo. >>

Fotos: Shutterstock / Divulgação

ALFAPARF
COSMÉTICA DE TRATAMENTO

Alta Moda
*é... cabelos
fortes,
saúdáveis
e longos!*

alfakeratin

Tratamento de Reestruturação
da Matriz Proteica dos Fios

Arg Ke Vf

Arginina • Keratina • Vitamina F

TECNOLOGIA PROFISSIONAL



Imagens meramente ilustrativas - MARI7



 Gustavo Carrer, consultor do Sebrae São Paulo

O setor já entende qual é a importância de vender mais do que produtos ao consumidor no ponto de venda?

A maior parte dos varejistas ainda não entende que oferecer uma experiência de compra completa é uma forma definitiva de cativar o cliente. Eles ainda veem alguns casos como custo e passam a oferecer determinado serviço apenas depois que a concorrência passou a investir naquela solução.

Que ações são praticadas pelo varejo no mundo e podem servir de ideia e inspiração para o setor no Brasil?

No exterior o varejo utiliza muito o “clique e retire”, em que o consumidor compra pela internet e retira na própria loja. A Amazon, por exemplo, tem o Amazon Fresh, um serviço de entrega em domicílio de alimentos frescos no dia

seguinte ao da compra. Já o Instacart tem a proposta de entregar a mercadoria em uma hora.

E a personalização da compra? Está em alta?

A customização e a personalização de produtos também estão se consolidando como uma tendência forte. A retomada da venda a granel é um exemplo. O cliente pode comprar azeite ou cerveja artesanal na quantidade desejada. Outro exemplo é a venda de kits para finalidades específicas. O cliente pode encomendar os ingredientes para um jantar para oito pessoas e retirar na loja.

Quando se trata do pequeno supermercado, que tipo de prestação de serviço pode ser oferecido?

As grandes redes têm áreas chamadas de satélite e mais espaço para a instalação de serviços, como alimentação,

TENHA OS MELHORES PRODUTOS EM SUA COZINHA







salão de beleza, manutenção, sapataria, academias de ginástica, entre outros. Os pequenos supermercados dependem mais de parcerias. O foco, nesse caso, pode ser funcionar como um ponto de conexão, porque será difícil oferecer serviços mais diversificados, como de manutenção e conserto, dentro de uma loja pequena. Eles não têm um espaço físico como uma loja satélite. Se o mercado consegue se tornar uma referência no bairro, isso é um diferencial.

Quanto aos estabelecimentos que servem comida, quais tipos de ações são indicados?

Em geral, os estabelecimentos que servem comida investem em entregas e aceitam encomendas. O Instacart é o caso mais emblemático, um e-commerce que entrega as compras de supermercado em uma hora. É um sistema

de entregas tipo Uber, que presta serviços para o lojista. Mais que um serviço de entrega, é um e-commerce que também compara preços entre os estabelecimentos. Também tem um aplicativo brasileiro chamado GoFind, para encontrar produtos no varejo de vizinhança. A empresa se conecta ao aplicativo e, quando o consumidor faz a busca por um produto, sabe onde o encontrar. Eles começaram focados em produtos para celíacos e cresceram para outros segmentos.

Fazer você mesmo ou terceirizar serviços? Quais cuidados devem ser tomados em ambos os casos?

Caso o empresário escolha ser responsável pelo serviço, é importante fazer uma boa análise de custo, avaliar quanto podem ser o faturamento e os ganhos com o investimento. Muitas vezes, ele quer gerar receita, mas

acaba aumentando os custos e perde o foco do negócio principal. Se ele optar por terceirizar, é preciso ser muito cuidadoso com os fornecedores, para não correr o risco de ter problemas de imagem. O cliente não vai diferenciar se o serviço malfeito foi realizado por um parceiro ou pela empresa. Ele vai constatar o problema e deixar de consumir. 🌅



Para ter apoio, obter mais informações sobre o assunto ou sobre projetos focados no segmento de varejo, com ações específicas para cada área, o empresário pode procurar atendimento presencial nos escritórios regionais do Sebrae pelo país. Também pode obter informações pelo telefone **0800 570 0800** ou no site sebraesp.com.br, além de buscar consultorias à distância.



cuide do sorriso de suas crianças

enxaguatórios e creme dental com flúor* & ação anticárie

*quantidade de flúor indicado pelos dentistas



 BoniBrasil  @bonibrasil bonibrasil.com.br



Saúde

COMEÇA NA COZINHA

Você faz boas escolhas? Opta por alimentos variados e mais frescos? Responder “sim” a essas perguntas pode ser a chave para uma vida com mais saúde

Se é verdade que somos aquilo que comemos, também é verdade que nem sempre fazemos as melhores escolhas alimentares no nosso dia a dia. Ter uma alimentação equilibrada, procurando consumir produtos frescos e cada vez menos industrializados é uma das maneiras para se ter uma vida saudável. Nossa saúde também depende dessas escolhas.

Uma dieta equilibrada é aquela que contém diferentes alimentos em quantidade suficiente para o desenvolvimento e a manutenção do organismo. A alimentação influencia diretamente na saúde, no trabalho, no estudo, no lazer e no tempo de vida das pessoas. Por isso, ela deve se basear em três princípios: variedade, moderação e equilíbrio na seleção de alimentos.

São sete os nutrientes básicos para o organismo: carboidratos, gordura, proteí-

nas, vitaminas, minerais, fibras e água.

Mas, como escolher corretamente os alimentos do dia a dia para deixar as refeições mais nutritivas? “A dica é escolher comida de verdade. Vivemos em uma era em que é priorizado o consumo de produtos alimentícios, comidas de pacotinho. Devemos resgatar os princípios de comida do campo, aquela que não tem data de validade, conservantes e aditivos químicos. Devemos descascar mais e desembalar menos”, ensina a nutricionista Thalita Soares, especialista em Nutrição Clínica Funcional.

Para ela é fundamental exercitar o equilíbrio entre o que é saudável e o que se gosta de comer. “Nossa relação com a comida é muito forte, temos vontades, eventos sociais, comida de mãe, de avó, enfim... porém, alguns alimentos devem ser consumidos com menor frequência e quantidade.



“Devemos resgatar os princípios de comida do campo, aquela que não tem data de validade, conservantes e aditivos químicos. Devemos descascar mais e desembalar menos”

Thalita Soares, especialista em Nutrição Clínica Funcional

O papel do nutricionista é avaliar se o alimento de que se gosta não vai interferir nos quesitos de saúde e nos objetivos do paciente para, então, poder inseri-lo dentro da dieta habitual”, destaca.

Thalita ainda ressalta que nossa saúde está intimamente ligada às nossas escolhas alimentares. “Costumo dizer que saúde começa na cozinha. O alimento pode te nutrir ou ser ‘veículo’ para levar ao seu organismo substâncias que poderão potencializar o surgimento de doenças, aumentar o colesterol ruim, acumular gordura corporal e outros malefícios”, afirma. >>



Fotos: Shutterstock

Receita

Panqueca doce com recheio de geleia

20 min 10 porções

INGREDIENTES

MASSA

2 xícaras (chá) de leite desnatado;
1 xícara (chá) de farinha de trigo;
1 colher (sopa) rasa de

Adoçante Forno & Fogão Linea;

2 ovos;

1 colher (sobremesa) de

manteiga para untar.

Recheio

1 pote de **Geleia Linea** com o sabor de sua preferência (considere aproximadamente 1 colher de sopa para cada pancake)



PREPARO

MASSA

Bata os ingredientes da massa no liquidificador até formar uma massa homogênea.

Leve ao fogo uma frigideira antiaderente untada com manteiga.

Despeje uma concha de massa e

espalhe para formar a pancake.

Deixe por cerca de 2 minutos, vire a massa e deixe o outro lado cozinhar.

Repita esta etapa até cozinhar toda a massa.

RECHEIO

Coloque 1 colher (sopa) de **Geleia**

Linea no centro da massa.

Enrole para formar a pancake e sirva em seguida.



Com pedaços de fruta e muita polpa, nossas geleias são docinhas sem adição de açúcar.



ZERO AÇÚCAR
64% MENOS CALORIAS
Adoçado com Sucralose

LineaAlimentos

@lineaalimentos

lineaalimentos.com.br

DIETAS DEVEM SER INDIVIDUAIS

Quem busca perder peso por meio de dietas deve evitar aquelas que já vêm prontas. De acordo com Thalita cada indivíduo possui uma necessidade nutricional diferente. O ideal é sempre procurar um nutricionista. Entre os alimentos que devem ter seu consumo controlado, ela destaca os gordurosos, as frituras, os embutidos, os industrializados, aqueles ricos em sal ou açúcar, as bebidas alcoólicas e os que têm excesso de carboidratos, tais como bolachas, salgadinhos e pães.

“Importante ressaltar ainda que na Nutrição Funcional trabalhamos com individualidade, na qual consideramos que cada ser é único e precisa de alimentação e nutrição específicas. Por isso, a cada dia dietas prontas e da moda são passageiras e com resultados de curto prazo. Minha missão como nutricionista é descomplicar a nutrição. Fazer as pessoas entenderem o quanto uma alimentação saudável é prazerosa e traz diversos benefícios para a saúde, disposição, qualidade de vida”, finaliza. ▲

Alimentação saudável

Cada indivíduo possui uma necessidade nutricional diferente. O ideal é sempre procurar um nutricionista



NOVOS AZEITES LA ESPAÑOLA

BUNGE

O AZEITE
COM A
ALMA DA
ESPANHA.



DIRETO
DO PAÍS
DO AZEITE.



CONHEÇA A LINHA COMPLETA
www.laespagnola.com.br



NOVO REXONA

ANTIBACTERIAL + INVISIBLE



IMBATÍVEL CONTRA MANCHAS*
COM PROTEÇÃO ANTIBAC**

✗ NÃO AO SUOR ✗ NÃO AO ODOR ✗ NÃO ÀS MANCHAS

*TESTES TÉCNICOS COMPARATIVOS NO SEGMENTO ANTIMANCHAS. **TESTE PADRÃO IN VIVO REALIZADO COM S. EPIDERMIDIS. PRODUTO COSMÉTICO SEM AÇÃO TERAPEUTICA.

O PODER das cores

Mais do que uma etapa da decoração, usar as cores certas no PDV pode tornar a experiência de compra do cliente mais agradável e aproximá-lo do estabelecimento



E escolher os tons corretos para compor o Ponto de Venda (PDV) pode se tornar um poderoso aliado de marketing quando o assunto é vender e causar impressões “positivas” no cliente. Proporcionar uma boa experiência de compra tem se tornado um diferencial na composição dos ambientes no varejo, e, para atingir esse objetivo, uma das alternativas empregadas é promover uma experiência sensorial ao consumidor. Assim, quanto mais sentidos puderem ser explorados nessa tarefa, mais rica será a experiência.

Quanto aos sentidos, existem diversos estudos científicos que apontam que a visão é aquela que predomina nas pessoas. O mesmo

ocorre com produtos e PDVs. Isso significa que a percepção do primeiro olhar definirá as demais ações do consumidor à frente da gôndola. “As cores são formas de atrair as pessoas. Quando corretamente alinhadas com o produto e o negócio, estimulam o aumento de visitação a um comércio ou a procura por um produto. Utilizar cores incorretas pode passar impressões negativas sobre um negócio ou remeter o produto a algo velho, descartável ou de baixo valor. Já a correta utilização dos tons pode valorizar o produto, atrair a atenção de consumidores e estimular o consumo”, afirma Gabriela Moreira, arquiteta especializada em marketing e proprietária da D2C – empresa que une arquitetura com marketing. >>



▲ Lourival Mariano Filho, CEO e cofundador da Petink

tenys.pé
woman

O desodorante que mantém os pés protegidos e saudáveis todos os dias.

#comvocêadapasso
#meuspépedem

O uso certo das cores pode recriar universos e transportar o cliente somente por meio do olhar. “Alguns estudos mostram que as compras de julgamento instantâneo são influenciadas pela cor e que de 62% a 92% dos julgamentos rápidos sobre produtos são influenciados pelas cores. Cores bem usadas são poderosas e influenciam diretamente os consumidores. Outros estudos apontam que 84,7% dos consumidores acreditam que as cores de um produto são mais importantes que outros fatores; 93% das pessoas avaliam as cores de um produto na hora de comprar; e mais de 50% dos consumidores desistem de comprar um produto porque não tinha sua cor favorita”, analisa Lourival Mariano Filho, CEO e cofundador da Petink.

COM QUE COR EU VOU?

As cores trabalhadas no espaço comercial devem ser baseadas, além do público-alvo, principalmente na estratégia do negócio. Isso incluirá informações tais como o tipo de produto comercializado, como é feita a compra (se por impulso, se o produto é de necessidade básica), qual é a cultura local onde está inserido o estabelecimento, etc. Todos esses pontos, entre outros, deverão ser considerados para definir as cores ideais e que possam incentivar o ato da compra.

O público, a localização, o tipo de produto comercializado e até mesmo a cultura local influenciam essas definições. “Temos como case a loja de balas Fini, cuja decoração desen-

“Alguns estudos mostram que as compras de julgamento instantâneo são influenciadas pela cor e que de 62% a 92% dos julgamentos rápidos sobre produtos são influenciados pelas cores”

Lourival Mariano Filho, CEO e cofundador da Petink



Restaurante tailandês Khea Thai

volvemos junto com o departamento de marketing da empresa. Por seu colorido, a loja atrai muitos curiosos, que consequentemente acabam consumindo uma pequena quantia e voltam novamente com mais alguém. O colorido estimula o sentido

da visão, que, junto com o colorido das balas, aguça o paladar. Para quem acha que o maior consumo é das crianças, 60% das vendas são feitas para adultos, que podem estar acompanhados, mas não somente de crianças”, explica Gabriela.



◀ Gabriela Moreira, arquiteta especializada em marketing e proprietária da D2C

CUIDADO COM OS TONS

Algumas cores devem ser utilizadas com cuidado. Por exemplo, as cores verde e marrom tendem a ser prejudiciais se usadas em demasia e em determinados tons em áreas alimentícias, pois inconscientemente remetem a fungos. O tipo de cliente a que se quer atender também deve ser considerado com atenção. Se a maior parte dos consumidores é da terceira idade, as cores e a forma de disposição dos produtos devem atender a particularidades diferentes daquelas de clientes jovens e solteiros. “Claro que um negócio pode atender a qualquer público, mas aí está o diferencial da estratégia de posicionamento: quando um negócio prioriza uma determinada forma de atendimento, de público ou produto, ele tende a se tornar referência e atrair mais consumidores do mesmo tipo. Temos supermercados que priorizam atender a famílias e vendem pacotes em quantidades maiores, e aqueles que priorizam pessoas sozinhas e vendem quantidades individuais e menores. O comerciante deve conhecer seu público e o que ele busca e valoriza”, alerta Gabriela. >>

Plush

Cuidados com a Roupa

www.sanol.com.br

Total Química
Onde tem química, tem vida.

É importante se atentar para o fato de que é no ambiente comercial que se dá o processo de compra. Assim, trabalhar esse ambiente é um dos diferenciais no atendimento, um investimento do estabelecimento para agradar a seu cliente. O comércio de paredes e gôndolas brancas, sem identidade, deixa de explorar potenciais de divulgação. Ainda nesse ponto, a comunicação deve ser feita de forma planejada. "Poluir o ambiente com muitos pôsteres e divulgações também não o tornará movimentado e estimulante. As formas de atrair o público mudaram, e o ambiente comercial se tornou um desses atrativos", dá a dica a arquiteta.



POP!

Linha POP MOP da Santa Maria, chegou para revolucionar o conceito de limpeza. É uma tendência que cresce a cada dia. São produtos modernos com a tecnologia do tecido em microfibra. Práticos, versáteis e permitem limpeza rápida e eficiente.



406
MOP Flat Microfibr

408
MOP Flat Chenille



407
Refil MOP Flat
Microfibr



Santa Maria

Prática e eficiente como você

(16) 3830-8000 ou 3830-8001

www.stamaria.ind.br

f Indústria Santa Maria

Exclusivo cabo
Extensor.
Chega onde
for preciso.



60 ANOS



“Quando um negócio prioriza uma determinada forma de atendimento, de público ou produto, ele tende a se tornar referência e atrair mais consumidores do mesmo tipo”

Gabriela Moreira, arquiteta especializada em marketing e proprietária da D2C

NA PRÁTICA

Proporcionar uma viagem sensorial completa à Tailândia. Esse é o objetivo que consiste na principal estratégia traçada pelos proprietários do restaurante tailandês Khea Thai, cuja decoração é o ponto alto da casa. “Foram escolhidas cores e relevos que representassem elementos da natureza, como troncos de árvores cortados para pia dos banheiros; piso verde também nos banhei-

ros, representando os mares; um jardim vertical no lavabo, representando as florestas; marrom nas paredes, representando terra; e assim por diante”, afirma Malu Pontes, sócia-proprietária da casa.

Para a empresária, o investimento na decoração e, principalmente, nas cores usadas para dar personalidade ao ambiente foi fundamental para firmar a proposta do restaurante, que busca

transportar o cliente para o país asiático durante a refeição. “Os clientes ficam mais tempo aqui dentro e consomem mais do que em um local não ambientado. Não pode haver boa comida em um ambiente insosso. É preciso oferecer muito mais, uma experiência completa. Hoje em dia, o público é cada vez mais exigente e escolhe bem onde gastar seu dinheiro”, ressalta. 🍷



MAIS SABOR E LUCRATIVIDADE EM SUAS RECEITAS.

Uma linha de produtos completa feita por quem melhor entende o mercado de Food Service.



www.qualimax.com.br





O QUE O CONSUMO TEM A VER COM O *meio ambiente*

Como comemoração do Dia Mundial do Meio Ambiente, em 5 de junho, vale lembrar que, como toda a humanidade é parte da vida no planeta e, portanto, do meio ambiente, este dia celebra a harmonia da vida humana com a natureza. Nesse sentido, é interessante refletir sobre o uso de recursos naturais na produção de tudo o que se consome e os impactos causados à natureza.

Claramente, o excesso de consumo – acima do que seria suficiente para o bem-estar dos 20% da humanidade responsável por 80% do consumo no planeta – e o desperdício decorrente desse excesso têm consequências muito negativas sobre a natureza e a sociedade.

O Instituto Akatu, ONG que atua há 16 anos pelo consumo consciente, apontou em suas análises que,

dada a emergência de uma nova classe média em vários países do mundo, consumindo como os 20% atuais, em cerca de 15 anos vão ser necessários os recursos naturais de "quatro planetas Terra" para suprir toda essa demanda. Assim, é fundamental a colaboração de cidadãos, governos, pequenas e grandes empresas no sentido de aprender a usar de maneira sábia os recursos naturais, buscando eliminar o risco da situação desastrosa do ponto de vista ambiental caso isso não ocorra.

Para que todos possam contribuir com a solução de parte dos problemas ambientais, o Akatu propõe que, ao longo da Semana do Meio Ambiente, cada um pratique **sete ações**, uma por dia, que irão contribuir para reduzir os impactos negativos no meio ambiente. Possivelmente, ao experimentar as mudanças de comportamento propostas, você verá

que é fácil incorporá-las de maneira permanente em seu cotidiano, tornando contínua a sua contribuição positiva ao meio ambiente. Veja nossas sugestões:

SEGUNDA-FEIRA – 05/06

Faça uma receita que aproveite cascas e talos de frutas e vegetais.

Essas partes, que geralmente são descartadas no lixo, podem compor pratos nutritivos e deliciosos! Que tal oferecer a seus parentes, amigos ou clientes uma receita que vai despertar a curiosidade de todos e mostrar seu talento culinário? Você pode se inspirar em algumas receitas publicadas no site do Akatu e em alguns outros na internet.

TERÇA-FEIRA – 06/06

Opte por produtos mais duráveis.

Optar, sempre que possível, por algo que não precisa ser substituído

rapidamente evita o uso de recursos naturais para produzir um novo item. Mesmo que um produto durável seja, no momento da compra, mais caro que o descartável ou de obsolescência rápida, o seu maior período de uso "reembolsará" o valor mais alto gasto no primeiro momento, devido à ausência de gastos em um período longo de tempo.

QUARTA-FEIRA – 07/06

Faça a destinação correta do lixo.

Todos estão envolvidos com a destinação final dos resíduos. Atitudes simples, se adotadas no dia a dia, como adquirir o suficiente para o consumo, evitando o desperdício, colocar no prato só o que for comer, reformar, doar ou trocar objetos e roupas que não estão sendo usados, podem resultar em um impacto muito positivo ao longo do tempo. Fi-

nalmente, se o reuso ou o conserto não for possível, então o envio dos resíduos para a reciclagem é o caminho.

QUINTA-FEIRA – 08/06

Valorize as empresas que adotam uma gestão mais sustentável. Se os consumidores derem preferência a produtos ou serviços de empresas que não poluem, que oferecem produtos mais saudáveis e duráveis, que cumprem as leis trabalhistas, que tratam bem seus funcionários, que não realizam testes com animais, que se relacionam bem com a comunidade, outras empresas serão incentivadas a fazer o mesmo.

SEXTA-FEIRA – 09/06

Feche a torneira ao escovar os dentes. Quem deixa a torneira aberta durante a escovação durante 1 minuto desperdiça 14 litros de água! Se toda

a família usar o volume de um copo de água só para enxaguar a boca, em apenas um mês, a quantidade economizada será suficiente para 40 anos de escovação de dentes de uma família de três pessoas.

SÁBADO – 10/06

Reduza o tempo de banho no chuveiro elétrico. O gasto de energia elétrica de um chuveiro ligado é equivalente ao consumo de 45 TVs ligadas ao mesmo tempo.

DOMINGO – 11/06

Cultive uma horta em casa ou na sua comunidade. Procure um canto ensolarado para cultivar plantas que sirvam de tempero nas suas receitas, como salsinha, cebolinha e manjerição. Se houver mais espaço, expanda para verduras e até árvores frutíferas. 🍓

NOVIDADE!

EXPERIMENTE CHÁ LIPTON.

AQUELE MOMENTO DO DIA
QUE FAZ TODA DIFERENÇA.



DESPERTE *sentidos.*
DESCUBRA *sabores.*



PARCERIA *premiada*

Assaí e P&G lançam promoção
que sorteará mais de
R\$ 1 milhão em prêmios

Presente em 16 estados brasileiros com 106 lojas, o Assaí é um importante parceiro dos pequenos e médios comerciantes, que encontram no atacadista um mix completo de produtos, das principais marcas nacionais e também regionais, com preços competitivos e a opção de comprar no atacado e também no varejo.

Para dar ainda mais oportunidades para seus clientes e premiar essa parceria, o Assaí, junto com a P&G, realiza a promoção “Nessa Loja Dá Sorte”, que começou no dia 2 de maio e terá duração até 30 de junho.

Para participar, basta que o consumidor compre, ao menos, R\$ 40,00 (quarenta reais) em produtos P&G em um mesmo comprovante fiscal (nota ou cupom) nas lojas Assaí participantes. Os cupons devem ser cadastrados no **www.nessalojadasorte.com.br**. Depois de fazer o cadastro o sistema gera um número da sorte para concorrer aos prêmios.

Os sorteios acontecerão em seis datas diferentes ao longo da promoção (ver tabela) e os clientes concorrem a 20 carros (16 Renault Kangoo e 4 Fiat Mobi) e 250 vales-compra de R\$ 400, totalizando mais de R\$ 1 milhão em prêmios.

16 RENAULT KANGOO

4 FIAT MOBI

250 vales-compra de R\$ 400

Confira as datas de sorteio dos prêmios

Para a promoção, as lojas terão um reforço na exposição das marcas participantes (Old Spice, Pantene, Gillette, Head & Shoulders, Pampers, Oral B, Ariel, Downy e Always) com toda a comunicação desenvolvida para a ação no ponto de venda.

De acordo com Marly Yamamoto Lopes, gerente de marketing e sustentabilidade do Assaí, as promoções contribuem para a visibilidade das marcas e para impulsionar as vendas. Além disso, são também uma forma de retribuição aos clientes da rede. "O objetivo da ação é estimular o cliente, valorizando sua parceria com o Assaí e com a P&G, além de oferecer prêmios que motivem o engajamento e a participação na promoção", explica. 🍌

PERÍODO INDIVIDUAL DE PARTICIPAÇÃO	DATA DE APURAÇÃO	PRÊMIOS
02 a 19 de maio de 2017	20 de maio de 2017	60 vales-compra de R\$ 400
20 de maio a 06 de junho de 2017	03 de junho de 2017	60 vales-compra de R\$ 400
03 a 16 de junho de 2017	17 de junho de 2017	60 vales-compra de R\$ 400
17 a 30 de junho de 2017	01 de julho de 2017	70 vales-compra de R\$ 400
02 de maio a 30 de junho de 2017	05 de julho de 2017	4 Fiat Mobi
02 de maio a 30 de junho de 2017	05 de julho de 2017	16 Kangoo

Certificado de autorização Caixa: 1-0568/2017.

E-COMMERCE AGORA É TOTAL

Vem aí o **e-TOTAL**, nova solução de entrega da Total Express que cabe no orçamento do pequeno e médio e-commerce

ENTREGA EM TODO O BRASIL

COLETA **GRÁTIS**

SEGURO COM COBERTURA TOTAL EM 100% DAS ENCOMENDAS

FÁCIL CONTRATAR E SIMPLES DE USAR

EFICIÊNCIA ATESTADA PELOS MAIORES E-COMMERCE DO PAÍS

RASTREAMENTO **ONLINE** DAS ENTREGAS (LOJISTA E CLIENTE)



Acesse o site www.totalexpress.com.br e faça o pré-cadastro

Marketing Total Express | Grupo Abril

www.totalexpress.com.br
(11) 3789-1777

TOTAL
express

uma empresa
Abril



DISPUTA DE *quadrilhas*

Duas cidades nordestinas competem pelo título de melhor e maior festa junina do mundo. Na dúvida, vá às duas!



Vem de longe o embate entre o Sertão e o Agreste. Qual dos dois leva a melhor no cordel de maior festa junina do mundo? Oficialmente, Caruaru, em Pernambuco, tem mais público. Pelo menos é o que diz o registro no Guinness Book. Mas Campina Grande, na Paraíba, não deixa por menos e oficializa o título do festejo como o “Maior São João do Mundo”. Na dúvida, vale dividir o mês de junho entre as duas cidades, separadas por apenas 143 quilômetros. E, para tanta fogueira, São João não reina sozinho. Ele também chama para festejar Santo Antônio e São Pedro, com muito baião, quadrilha e xaxado. Olha, que isso aqui tá muito bom!





📍 Quadrilha em
Campina Grande (PB)

CAMPINA GRANDE

Bem antes de ganhar a fama com o "Maior São João do Mundo", Campina Grande já tinha a tradição de comemorar a festa dos santos populares no entorno da fogueira, em ritmo de forró pé de serra. Foi em 1983 que a prefeitura decidiu institucionalizar o evento no Parque do Povo, erguido justamente para este fim. Tradicionalmente, a festa tem shows de grandes atrações musicais, ilhas para dançar forró, barracas de comida regional e artesanato, danças de quadrilha junina e uma fogueira cenográfica de 20 metros de altura. Rolam até casórios coletivos em 12 de junho, véspera do Dia de Santo Antônio, o santo casamenteiro. Não aqueles caipiras, de encenação, mas sim, casamentos de verdade, com direito a terno para os homens e vestido de noiva, maquiagem e penteado para as mulheres.

Em 2017, a 34ª edição do "Maior São João do Mundo" está marcada para acontecer entre 2 de junho e 2 de julho. A maior novidade dos 31 dias de festa será a instalação da Casa de Gonzaga, em homenagem a Luiz Gonzaga, no condomínio Campos do Conde. No espaço, shows do ator Global Lucas Veloso e de grupos folclóricos, além de comidas típicas e grupos folclóricos. O passaporte ao evento inclui o consumo liberado de comidas e cervejas durante todo o período de permanência. O rei do baião também inspira o Troféu Gonzagão, que, como sugere o apelido de "Oscar da música nordestina", valoriza os novos talentos do forró, da cantoria, do repente, da poesia e do cordel. A programação de shows ainda não foi fechada, mas a lista prenuncia nomes como Bell Marques, Elba Ramalho, Wesley Safadão, Aviões do Forró e padre Fábio de Melo. >>

➤ Campina Grande (PB)

Outro ponto alto da festança é a Locomotiva Forrozeira. Em todos os fins de semana da temporada um trem parte da Estação Velha rumo ao distrito rural de Galante, percurso de 90 minutos em que todos os passageiros são convidados a dançar forró nos vagões. Antes da partida, o visitante encontra a Vila do Artesão, com 77 lojas-chalés, onde se encontram à venda chapéus de couro, botas, estandartes, toalhas em renda Renascença, xales de crochê e esculturas de barro. Já em Galante, a recepção fica por conta dos dançarinos de quadrilhas e de quituteiras com delícias típicas do Nordeste.



Tradicionalmente, a festa em Campina Grande tem shows de grandes atrações musicais, ilhas para dançar forró, barracas de comida e artesanato, danças de quadrilha junina e uma fogueira cenográfica de 20 metros de altura



RETRATOS DO PASSADO

A festa junina paraibana também olha para o passado. O Sítio São João, por exemplo, recria uma roça do século 19, com direito a engenho, casa de farinha, casa de taipa, bodega, roçado de milho e imagens do trio de santos (São João, São Pedro e Santo Antônio). Já a Vila Nova da Rainha reproduz 15 casinhas, uma igreja e um coreto dos primórdios de Campina Grande, lá nos idos do século 17. Dá para se esbaldar em compras de artesanato em madeira, couro, barro e sisal, enquanto as crianças se divertem com brincadeiras como pau de sebo, corrida de saco, adivinhações e corrida de jegue.

◀ Campina Grande (PB)



📍 Quadrilha
em Caruaru (PE)

CARUARU

Desde o século 19, o São João de Caruaru acontecia na área rural, marcado por fogueiras, balões e fogos de artifício. A tradição foi oficializada nos anos 70, quando o clã dos Pereira trouxe os costumes para a área urbana, envolvendo diversas famílias na decoração das ruas com bandeirinhas, na organização das apresentações de quadrilhas e cirandas e na produção de quitutes, como pamonha e canjica. Reza a história que até Luiz Gonzaga chegou a participar desses festejos.

Pouco a pouco, a festa junina se transformou em um dos principais eventos turísticos da cidade e foi oficializada pela prefeitura em 1993. Hoje, reúne anualmente cerca de >>

ESPECIALISTAS EM SAUDE BUCAL

www.jadefrog.com.br

Jadefrog
muito mais sorrisos

MUITO MAIS SORRISOS
JADEFROG
20 ANOS

FORNECEDOR
TOP
★★★★★
Jadefrog
muito mais sorrisos

1,5 milhão de visitantes no Pátio de Eventos Luiz Gonzaga, com apresentações de quadrilhas e forrozeiros, além de diversos shows de atrações nacionais e regionais. Para este ano, a programação ainda não foi fechada, mas já estão confirmados o feminejo de Marília Mendonça e da dupla Maiara & Maraísa, além de Aviões do Forró, Fulô de Mandacaru, Alcymar Monteiro e Mano Walter. Também costumam bater ponto por lá Alceu Valença, Dominginhos, Elba Ramalho e Gilberto Gil. O lançamento está marcado para 3 de junho.

Outro ponto alto é a festa das comidas gigantes: o São João de Caruaru tem o maior pé de moleque, a maior polenta, o maior bolo de tapioca, a maior macaxeira, o maior xerém e o maior mungunzá, que aliás, é comida que não pode faltar em Pernambuco – a iguaria colossal leva 40 quilos de milho e 50 cocos ralados!



O São João de Caruaru tem o maior pé de moleque, a maior polenta, o maior bolo de tapioca, a maior macaxeira, o maior xerém e o maior mungunzá, que aliás, é comida que não pode faltar em Pernambuco – a iguaria colossal leva 40 quilos de milho e 50 cocos ralados!



Caruaru (PE)

O Alto do Moura, berço do célebre ceramista Mestre Vitalino, também é polo dos festejos. Por lá, rolam desfiles folclóricos, festival de fogueteiros, trios de forró, bandas de pífano e bacamarteiros – dançarinos vestidos com roupas de atiradores imortalizados por Vitalino, em referência à Guerra do Paraguai, de 1865. No dia de São Pedro, o ápice: a queima de uma fogueira cujas labaredas atingem 16 metros de altura. Tudo misturado com os mais de 100 ateliês de artesanato em barro e restaurantes com a autêntica comida pernambucana, como o assado de bode regado com manteiga de garrafa.



Já a Estação Ferroviária é palco para apresentação de repentistas, declamadores, cordelistas e emboladores, concurso de quadrilhas e, conectada aos novos tempos, fusão de ritmos musicais brasileiros, do rock ao pop. A reinvenção musical também deu vez às drilhas, blocos juninos que guardam certa semelhança com os trios elétricos do Carnaval baiano. As mais famosas, ambas criadas em 1989, são a Gaydrilha, com homens em trajes femininos e masculinos, e a Sapadrilha, com mulheres vestidas de homens. >>



Assaí no Nordeste

Tanto em Caruaru como em Campina Grande existem lojas do Assaí Atacadista. Lá, os comerciantes pernambucanos e paraibanos se abastecem com tudo de que precisam para preparar os deliciosos quitutes que animam as festas juninas. Já os consumidores que não abrem mão de agradar à família com receitas regionais e bem caseiras também visitam as lojas e encontram seus produtos preferidos da época. 🍷



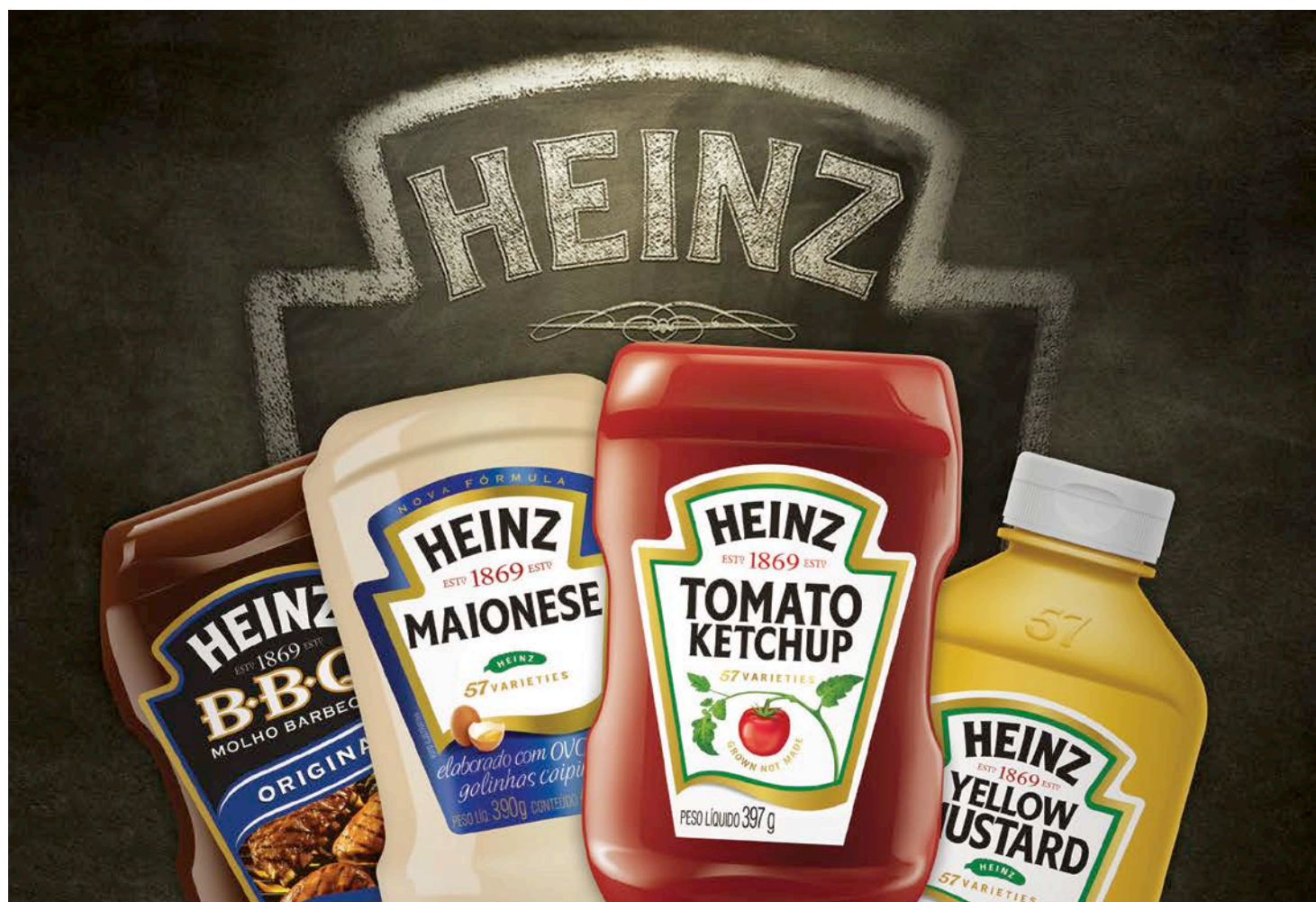
ASSAÍ CAMPINA GRANDE

Av. Assis Chateaubriand, s/nº
Liberdade, Campina Grande – PB
Telefone: (83) 3331-3507



ASSAÍ CARUARU

Avenida Cleto Campelo, 09
Nossa Senhora das Dores, Caruaru – PE
Telefone: (81) 3721-8591



PREMIAÇÃO
EXCLUSIVA



A CADA R\$ 40 EM COMPRAS DE
PRODUTOS P&G, CONCORRA
NA PROMOÇÃO QUE DÁ MAIS DE



R\$ **1 MILHÃO**
EM PRÊMIOS!



16 RENAULT
KANGOO

FIAT
4 MOBI

250 vales-compra de
R\$ 400*

SAIBA MAIS EM
WWW.NESSALOJADASORTE.COM.BR

Participação válida de 02/05 a 30/06/17 (horário oficial de Brasília) para pessoas físicas maiores de 18 anos, mediante a compra de produtos P&G nas lojas Assaí participantes indicadas no site e posterior inscrição neste. Antes de participar, leia o Regulamento no site. CERTIFICADO DE AUTORIZAÇÃO CAIXA Nº 1-0568/2017. Imagem ilustrativa dos veículos, que serão entregues na cor sólida disponível no ato da entrega. *Com a função saque bloqueada e para utilização exclusiva nas lojas Assaí.



Confira duas sugestões de leitura para
aumentar seus conhecimentos sobre o varejo



OS NOVOS RUMOS DO VAREJO

Autor: Felipe de Moraes

De acordo com o autor, o varejo como conhecemos vai mudar. Para ele, muito mais que entender o comportamento do consumidor é preciso usar isso a favor da marca. O que mais se fala hoje no mercado é o termo experiência e a experiência digital é a que mais engaja o consumidor. O autor disponibiliza um e-book gratuito em que trata dessas questões.



VAREJO PARA A BAIXA RENDA

Autores: Juracy Parente / Tania M. Vidigal Limeira / Edgard Barki

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

Fotos: Divulgação



Soffice é requeijão,
é Cream Cheese e é requeijão sabor cheddar de verdade.
Que custa menos e tem sabor demais.
Experimente e surpreenda-se com Soffice!
Soffice é demais e custa menos.



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

Sugestão de Consumo

NOVO

Experimente o **novo** Ariel com toque de Downy.

Todo o poder de limpeza de Ariel agora com
um perfume de Downy.



ARIEL

Saem as manchas fica o perfume



✓ APROVEITAMENTO INTEGRAL DOS ALIMENTOS

O Senac EAD oferece o curso de aproveitamento de alimentos, no qual apresenta seus aspectos econômico, nutricional e de sustentabilidade, bem como suas vantagens. O conteúdo é voltado a profissionais das áreas de comércio, bens, serviços e turismo, e também para pessoas interessadas em conhecer o assunto. Para fazer o curso é necessário ter concluído o ensino fundamental e 16 anos completos.



CARGA HORÁRIA: 20 HORAS

INFORMAÇÕES: bit.ly/aproveitamento_integral



⬆ ATIVIDADES ECONÔMICAS

A realidade econômica acompanha o homem desde que teve início o ciclo de desenvolvimento corporativo. Atualmente, as discussões acerca dos ciclos de atividade econômica orbitam os mais diversos ambientes. Os países estão interligados e incidentes que ocorrem do outro lado do mundo acabam por alavancar ou destruir economias aparentemente “desconectadas”. O curso on-line Economia – Meios de Pagamento, Atividade Econômica e Questões Econômicas Fundamentais aborda esses e outros temas essenciais para o estudo dessa ciência que cria modelos de desenvolvimento para empresas e países.



CARGA HORÁRIA: 30 DIAS

INFORMAÇÕES: bit.ly/2ovHwMP

Fotos: Shutterstock / Divulgação

Você merece novos Ares!

A linha de cuidados com as roupas ARES tem ativos de limpeza e perfumação de alta qualidade.

Alô Brasil Design

AMACIANTE CONCENTRADO ARES • ALTO RENDIMENTO EM MACIEZ E PERFUME
LAVA ROUPAS LÍQUIDO ARES • RENDE MAIS E TEM FÁCIL DILUIÇÃO

www.useares.com.br

👇 BALA DE COCO, COCADA E PÃO DE MEL

Balas de coco, cocadas e pães de mel são doces tradicionais e de fácil comercialização. Com apresentação impecável e recheios diferentes, encantam adultos e crianças e podem se tornar um ótimo negócio. Aprenda essas delícias com o método exclusivo da expert Luzinete Veiga, que ensina, dentre outras técnicas, a fazer bala de coco sem queimar as mãos, com variedade de sabores, recheios e decorações. O curso é oferecido na plataforma de ensino da EduK.



CARGA HORÁRIA: 9 HORAS

INFORMAÇÕES: bit.ly/bala_cocada



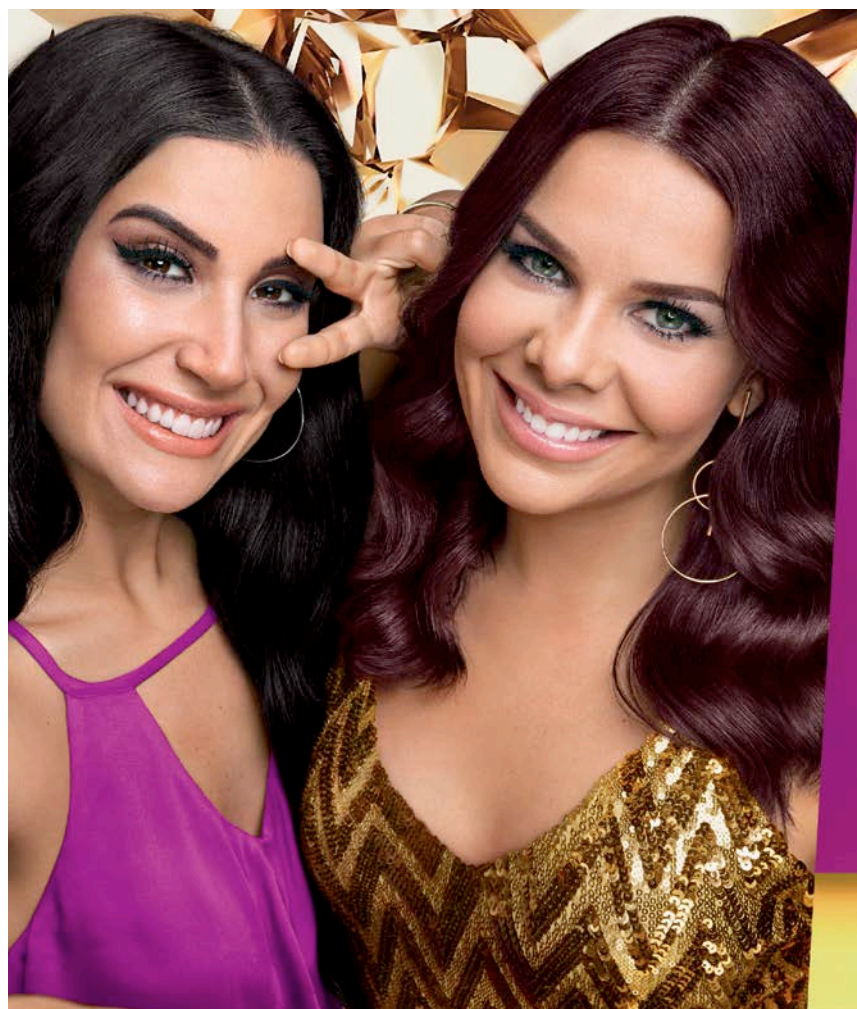
👇 ESPECIAL DELÍCIAS JUNINAS

Conhecida como "arraiá" ou quermesse, a festa junina, uma das maiores tradições do Brasil, é marcada por muitas comidas típicas. Dentre os pratos característicos, o milho, o amendoim e a canjica roubam a cena. Essas delícias, com sabores da vida no campo, também geram renda para muitas pessoas. Nesse curso será ensinada a produção de pipoca caramelada, maçã do amor, caldinhos, bolos salgados e doces, canjica, curau e bebidas típicas.



CARGA HORÁRIA: 15 HORAS

INFORMAÇÕES: bit.ly/2q4U22Y



NOVO **Nely Gold** MEGA BRILHO

BRILHAR TODO DIA
NÃO É MAIS UMA LUTA.
VAI LÁ E BRILHA.



fiquediva.com.br

ASSAÍ EM São Paulo



◀ A Eliane Felix Juncal é cliente assídua do atacadista. Ela aproveita para fazer as compras de casa e do seu restaurante. Ela vai quase todo dia ao Assaí.



◀ A Maria e o Leandro Anes contaram que frequentam o Assaí uma a duas vezes por semana. Eles vão ao atacadista para buscar produtos para abastecer a sua padaria.

Loja Assaí
Tatuapé (SP)

▶ O proprietário de padaria, Fábio Carvalho, contou que visita o Assaí 3 vezes ao dia. No carrinho dele tinha de tudo um pouco, desde frios e embutidos até embalagens.



>>

A família **Puro Malte** cresceu!

BEBE COM MODERAÇÃO
VENDA E CONSUMO PROIBIDOS PARA MENORES DE 18 ANOS



★ DRAFTZ



◀ O Manoel Raimundo é dono de cantinas em 5 escolas. No Assaí, aonde ele vai todos os dias, suas compras são variadas. Ele diz comprar no atacadista quase todos os insumos de que precisa para seus preparos.

▶ O Elenilson dos Santos Araújo tem uma cafeteria há 10 anos. Ele conta com o Assaí como parceiro e fornecedor de vários insumos. Todos os dias ele vai à loja.



Loja Assaí
Tatuapé (SP)



◀ Daniela Paes faz compras para sua casa e também para o condomínio onde mora. Ela vai ao Assaí em busca de qualidade e preço pelo menos duas vezes por semana.

Fotos: © Fernando Mojo



Líder
Nacional
em
*Azeites
Espanhóis*

Um azeite para cada ocasião
e que não pode faltar em sua loja!



Portfólio

RICO EM VARIEDADE
QUE IRÁ SURPREENDER
O SEU CONSUMIDOR

CLÁSSICO

Azeite Extra Virgem, obtido a partir de uma mescla de azeitonas da mais alta qualidade, provenientes do Mediterrâneo, e em diversos formatos, atendendo à todas as demandas.

ESPECIALIDADES

Linha que explora harmonizações, combinações de pratos e sabores. Atende as novas tendências de uso.

CONDIMENTADOS E AZEITES PREMIUM

Linha de azeites aromatizados e azeites premium de alta qualidade, para harmonização com diversos pratos.

ALAGOAS

Assaí Maceió

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

AMAZONAS

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 - São Judas Tadeu
Telefone: (73) 3526-7423 / 3526-7131

Assaí Juazeiro da Bahia

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

Assaí Lauro de Freitas

Avenida Santos Dumont, 2.239
Cep: 42700-000 - Lauro de Freitas
Telefone: (71) 3289-9500 / 3289-9501

Assaí Paulo Afonso

Avenida do Aeroporto (BA - 210),
S/N - Jardim Bahia
Cep: 48604-005 - Paulo Afonso
Telefone: (75) 3282-3900 / 3282-3901

Assaí Paripe

Avenida Afranio Peixoto, s/n
Cep: 40800-570 - Salvador
Telefone: (71) 3404-8450 / 3404-8451

Assaí Vitória da Conquista

Anel Rodoviário Jádriel Matos Leste,
s/n - Cep: 45055-000
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 Caucaia

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

Assaí Juazeiro do Norte

Avenida Padre Cícero, 4.400
CEP: 63024-015 - Juazeiro do Norte
Telefone: (88) 3571-4408 / 3571-3972

Assaí Maracanaú

Avenida Dr. Mendel Steinbruch com
Av. do Contorno
CEP: 61939-160 - Pijuçara
Telefone: (85) 3383-5900 / 3383-5901

Assaí Parangaba

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

Assaí Sobral

Rodovia BR 222, 3668
CEP: 62051-402
Cidade Gerardo Cristino de Menezes
Telefone: (88) 3614-0008 / 3614-4573

Assaí Washington Soares

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

DISTRITO FEDERAL

Assaí Brasília Sul

Sia Trecho 12, Lote 105, loja 1
Zona Industrial, s/n
CEP: 71200-110 - Brasília
Telefone: (61) 3233-1773 / 3233-2624

Assaí Ceilândia

Setor M Qnm 11 - Mezanino
CEP: 72215-110 - Brasília
Telefone: (61) 3372-8112 / 3373-6024

GOIÁS

Assaí Goiânia Buriti

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: 74665-510 - Goiânia
Telefone: (62) 3219-7850 / 3219-7855

Assaí Valparaíso

BR 040 - Km 3 - sentido Luziânia
Cep: 72870-001 - Valparaíso de Goiás
Telefone: (61) 3669-9850 / 3669-9851

MATO GROSSO

Assaí Cuiabá

Rua Fernando Corrêa da Costa, 4.875
CEP: 78080-300 - Caxipó
Telefone: (65) 3667-9287 / 3667-4850

Assaí Rondonópolis

Avenida Presidente Medici, 4.269
CEP: 78705-000 - 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 Campo Grande

Avenida Fábio Zahran, 7.919
CEP: 79080-170 - Vila Carvalho
Telefone: (67) 3342-6665 / 3342-6850

Assaí Coronel Antonino

Rua Avenida Consul Assaf Trad, s/n
CEP: 79033-005 - Campo Grande
Telefone: (67) 3354-6000

Assaí Dourados

Rua Coronel Ponciano, 785
CEP: 79840-505 - Terra Roxa
Telefone: (67) 3416-2500 / 3416-2501

PARÁ

Assaí Belém

Avenida Independência com
Rodovia Mario Covas - Coqueiro
CEP: 67120-406 - Belém
Telefone: (91) 3284-1551

PARAÍBA

Assaí Campina Grande

Av. Assis Chateaubriand, s/n
CEP: 58414-500 - Liberdade
Telefone: (83) 3331-3507 / 3331-1984

Assaí João Pessoa

Rua Motorista Aldovandro Amâncio
Pereira, 51 - Ernesto Geisel
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 Belmínio
Correia, 681
CEP: 54753-220 - Camaragibe
Telefone: (81) 3456-8950 / 3456-8951

Assaí Caruaru

Avenida Cleto Campelo, 9
CEP: 55002-410 - N. Sra. das Dores
Telefone: (81) 3721-9597 / 3721-8591

Assaí Garanhuns

Avenida Prefeito Luiz Souto
Dourado, 1102 - Severiano Moraes
Filho CEP: 55297-320 - Garanhuns
Telefone: (87) 3762-2115 / 3763-6763

Assaí Imbiribeira

Avenida Marechal Mascarenhas de
Moraes, 2180
CEP: 51150-000 - Recife
Telefone: (81) 3497-7350 / 3497-7351

Assaí Jaboatão

Avenida General Barreto de
Menezes, 434 - Prazeres
CEP: 54310-310 - Jaboatão dos
Guararapes
Telefone: (81) 3468-2765 / 3797-2400

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 / 2601-1414

Assaí Bangu

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

Assaí Cabo Frio

Avenida América Central, 900
Cep: 28909-580
Telefone: (22) 2640-6450 / 2640-6451

Assaí Campinho

Rua Domingos Lopes, 195
CEP: 21310-120 - Madureira
Telefone: (21) 2450-2329 / 2452-2686

Assaí Campo Grande

Estrada do Mendanha, 3.457
CEP: 23092-001 - Campo Grande
Telefone: (21) 3406-6968 / 3406-3811

Assaí Ceasa

Avenida Brasil, 19.001
CEP: 21530-001 - Irajá
Telefone: (21) 2471-2029 / 2471-2169

Assaí Duque de Caxias

Avenida Governador Leonel de
Moura Brizola, 2973
CEP: 25030-001 - Vila Centenário
Telefone: (21) 3780-5801 / 3780-5802

Assaí Freguesia

Estrada de Jacarepaguá, 7.753
CEP: 22755-155 - Jacarepaguá
Telefone: (21) 2447-8525 / 2447-6580

Assaí Ilha do Governador

Avenida Maestro Paulo Silva, 100
CEP: 21920-440 - Jardim Carioca
Telefone: (21) 3383-8589

Assaí Nilópolis

Avenida Getúlio de Moura, 1.983
CEP: 26525-002 - Centro
Telefone: (21) 2691-1972 / 2691-3696

Assaí Niterói

Rua Benjamin Constant, 263
CEP: 24110-002 - Largo do Barradas
Telefone: (21) 2625-6526

Assaí Nova Iguaçu

Rua Marechal Floriano Peixoto, 1.448
CEP: 26220-060 - Nova Iguaçu
Telefone: (21) 3770-9175 / 3770-9145

Assaí Pilares

Avenida Dom Hélder Câmara, 6350
Cep: 20771-005 - Pilares
Telefone: (21) 3315-7200

Assaí Tijuca

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

RIO GRANDE DO NORTE

Assaí Natal

Avenida Dão Silveira, s/n - Pitumbu
CEP: 59066-180 - Natal
Telefone: (84) 3218-9324 / 3218-5529

Assaí São Gonçalo do Amarante

Avenida Bacharel Tomaz Landim, s/n
CEP: 59290-000
São Gonçalo do Amarante
Telefone: (84) 3674-8450 / 3674-8452

SÃO PAULO

ALTO TIETÊ

Assaí Itaquaquetuba

Estrada São Paulo/Mogi, 3.810
CEP: 08577-000 - Itaquaquetuba
Telefone: (11) 4642-9611 / 4642-5681

Assaí Mogi das Cruzes

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

Assaí Suzano

Rua Prudente Moraes, 1751
CEP: 08610-005 - Suzano
Telefone: (11) 4741-1211 / 4741-1577

*Agora não tem mais desculpas
para não comer bem...*



*É a mistura perfeita entre
saúde e sabor, experimente!*

Assaí Águia de Haia

Avenida Águia de Haia, 2.636
CEP: 03694-000 - Parque das Paineiras
Telefone: (11) 2046-6220

Assaí Barra Funda

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

Assaí Casa Verde

Avenida Engenheiro Caetano
Álvares, 1.927 - Casa Verde
CEP: 02546-000 - São Paulo
Telefone: (11) 3411-5262 / 3411-5250

Assaí Cotia

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

Assaí Dutra

Rua Doutor Washington Luís, 543
Jd. Santa Francisca
CEP: 07013-020 - Guarulhos
Telefone: (11) 3411-5700 / 3411-5706

Assaí Fernão Dias

Rodovia Fernão Dias, s/n, km 86,4
CEP: 02284-000 - 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 Guaianeses

Estrada Dom João Nery, 4.031
CEP: 08452-540 - São Paulo
Telefone: (11) 3052-1349 / 3052-1347

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 Ramal 19

Assaí Jaçanã

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

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 Manilha

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

Assaí Marginal Tietê-Penha

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

Assaí Nordestina

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

Assaí Osasco

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

Assaí Pirajussara

Avenida Ibirama, s/n
CEP: 06785-300 - Taboão da Serra
Telefone: (11) 4138-1580 / 4138-1044

Assaí Ribeirão Pires

Avenida Francisco Monteiro, 1.941
CEP: 09406-300 - Ribeirão Pires
Telefone: (11) 4825-1995

Assaí Santo Amaro

Avenida das Nações Unidas, 21.883
CEP: 04795-100 - São Paulo
Telefone: (11) 3411-5408 / 3411-5405

Assaí Santo André

Rua Visconde de Taunay, 216
CEP: 09210-570 - Santo André
Telefone: (11) 3468-4702 / 3468-4700

Assaí São Bernardo do Campo

Avenida Piraporinha, 680 - Planalto
CEP: 09891-001
São Bernardo do Campo
Telefone: (11) 3411-5650 / 3411-5662

Assaí São Caetano do Sul

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

Assaí São Miguel

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

Assaí Sapopemba

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

Assaí Taboão da Serra

Avenida Felício Barutti, 3040
CEP: 06754-160 - Jardim Mirna
Telefone: (11) 4771-8547 / 4771-8711

Assaí Tatuapé

Avenida Condessa Elisabete de
Robiano, 2.176/2.186
CEP: 03074-000 - São Paulo
Telefone: (11) 3411-5450 / 3411-5460

Assaí Teotônio Vilela

Avenida Senador Teotônio
Vilela, 8765 - Jardim Casa
CEP: 04858-001 - São Paulo
Telefone: (11) 5922-9300 / 5922-9301

Assaí Vila Sônia

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

INTERIOR

Assaí Bauru

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

Assaí Campinas

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

Assaí Jundiaí

Rua Quinze de Novembro, 430
CEP: 13201-005 - Jundiaí
Telefone: (11) 2136-0406 / 2136-0405

Assaí Limeira

Rua José Bonifácio, 149
CEP: 13480-158 - Limeira
Telefone: (19) 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 - Parque Industrial Lagoinha
CEP: 14095-000 - Ribeirão Preto
Telefone: (16) 3211-5706 / 3211-5700

Assaí Ribeirão Preto Rotatória

Avenida Treze de Maio, 92
CEP: 14090-260 - Ribeirão Preto
Telefone: (16) 3624-8654 / 3624-8651

Assaí Rio Claro

Avenida Tancredo Neves, 450
CEP: 13503-183 - Rio Claro
Telefone: (19) 2111-2157 / 2111-2151

Assaí São José dos Campos

Av. Dr. Sebastião Henrique da
Cunha Pontes, 4600
Cep: 12237-823
São José dos Campos
Telefone: (12) 3570-0121 / 3570-0122

Assaí Sorocaba

Rodovia Raposo Tavares, s/n
CEP: 18052-775 - Vila Artura
Telefone: (15) 3388-3000 / 3388-3006

Assaí Sorocaba Itavuvu

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

LITORAL

Assaí Caraguatatuba

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

Assaí Praia Grande

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

Assaí Praia Grande II

Avenida Ayrton Senna da Silva, 1511
CEP: 11726-000 - Tude Bastos
Telefone: (13) 3473-6686 / 3473-7524

Assaí Praia Grande Jd Glória

Avenida Min. Marcos Freire, s/n
(entre túneis 18 e 19)
CEP: 11724-205
Telefone: (13) 3596-9501/ 3596-9502

Assaí Santos

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

Assaí São Vicente

Avenida Antonio Emmerich, 245
Próximo ao 2º BC - São Vicente
CEP: 11390-001
Telefone: (13) 3569-1920 / 3569-1921

SERGIPE

Assaí Aracaju

Rua Simeão Aguiar, 430 - José
Conrado de Araújo
Cep: 49085-410 - Aracaju
Telefone: (79) 3209-8000 / 3209-8001





HUGGIES®

HORA DA TROCA



A solução completa de cuidados para o seu bebê

CREME PREVENTIVO DE ASSADURAS



FRALDAS



TOALHAS UMEDECIDAS



Huggies, a compra inteligente na hora da troca.