

ASSAÍ

assai.com.br

Bons Negócios

#41
2020

ESPECIAL

Retomada:
inovação é a
chave para
seu negócio
fugir da crise
e seguir
em frente



RADAR

Dark kitchens
em alta: modelo
ganha ainda mais
força durante a
quarentena

Faça uma
NOVA HISTÓRIA

ANIVERSÁRIO 46 ANOS



Mais de

R\$

6 MILHÕES

em prêmios!

No aniversário do Assaí, você pode retomar seus planos com muito mais facilidade!

VIAGEM GASTRONÔMICA: Três receitas para viajar pela gastronomia de Angola

EXPERIMENTE

GRÁTIS

MACH3®

DURA ATÉ **2x MAIS**
VS. DESCARTÁVEL LÍDER DE 3 LÂMINAS*



APARELHOS
EXPERIMENTE
GRÁTIS



REFIS
E DEPOIS SÓ
COMPRA REFIL



COMPRA
GILLETTE MACH 3 NAS LOJAS PARTICIPANTES



CADASTRE-SE EM
EXPERIMENTEGRATISGILLETTE.COM.BR



RECEBA SEU
DINHEIRO DE VOLTA**

*Vs. Prestobarba 3. **Promoção válida de 15/9 a 30/11/20 nas lojas participantes. A campanha é limitada a 25.000 (vinte e cinco mil) reembolsos. Reembolso dos produtos mediante comprovação do cupom fiscal, limitado ao valor de R\$ 25,00 (vinte e cinco reais). O cupom fiscal poderá ser inscrito somente 01 (uma) vez na campanha, respeitando o limite de 01 (um) cupom fiscal por CPF. Para mais informações, lista de lojas e condições de participação, acesse o regulamento em www.experimentegratisgillette.com.br.

Gillette®

EDITORIAL

Out/Nov 2020



Dúvidas e sugestões
clientes@assai.com.br

Com apenas um clique, é possível
acessar todo o conteúdo da
Revista Assai Bons Negócios no site:
assai.com.br/revistas



Baixe o app e fique de olho
nas ofertas para abastecer
o seu negócio



Siga o Assai Atacadista
nas redes sociais



Trabalhe Conosco
assai.gupy.io

Expediente

Conselho editorial Assai

Presidente do Assai Belmiro Gomes Diretor Comercial e de Logística Wlamir dos Anjos Diretora de Marketing e Sustentabilidade Marly Yamamoto Lopes

Revista publicada por Megamídia Group

CEO Celso A. Hey CMO Eduardo Jaime Martins Gestão de Trade Fernanda Zaruch Coordenador de Projetos e Supervisão Editorial Marcos Dias Coordenação Revista Assai Bons Negócios Gabriel Sestrem MTB/9155 Design e Edição de Arte Suellen Cristina Winter Colaboradores da Edição (texto) Isadora Rupp, Jessica Krieger, Katia Kreutz, Pricilla Back e Rafael Bruno Ilustração Victor Farat Foto capa Divulgação Assai Revisão Rodrigo Castelo Representante Comercial Elaine Nozella - elaine.nozella@megamidia.com.br Atendimento Publicitário Gisele Bezerra e Kellen Silvana Cotrin

Dúvidas e Sugestões redacao@megamidia.com.br - Av. Iguazu, 2820, 14º andar - sala 1401 - Água Verde, Curitiba/PR - Tel: (41) 2106-8500 - megamidia.com.br
Impressão Maistype - Distribuição Dirigida - Venda Proibida

Faça uma nova História



O Assai Atacadista completa seus 46 anos em meio a um cenário socioeconômico delicado para a maioria dos brasileiros. Desde que surgiram os primeiros rumores de que haveria a quarentena no Brasil, o Assai - ciente do papel que desempenha o setor de abastecimento de alimentos, sobretudo neste cenário - procurou contribuir de diferentes maneiras para que o país passasse por esse desafio único em sua história com maior segurança e menor impacto possível.

Nossas ações buscaram equilibrar cuidados essenciais com nossos colaboradores, clientes, fornecedores e a população mais vulnerável. [1] criamos inúmeras medidas de segurança para preservar a saúde de nossos colaboradores e clientes; [2] e mantivemos o ritmo de abertura de lojas promovendo empregos em um momento de grande instabilidade econômica. [3] reduzimos nossas margens em 20% em produtos essenciais para o trabalho de microempreendedores transformadores, em alguns casos significando inclusive a venda de produtos abaixo do preço de custo; [4] apoiamos financeiramente fundos emergenciais para auxiliar pequenos negócios que se viram, de uma hora para outra, sem clientes; [5] passamos a montar e vender cestas básicas, a fim de facilitar aos clientes a compra, inclusive para doações; [6] doamos mais de 700 mil itens alimentícios e produtos de limpeza e higiene para pessoas em situação de vulnerabilidade; e [7] firmamos

grandes parcerias, como com a UNICEF e o Governo da Bahia, a fim de apoiar com ações de socorro rápido às comunidades mais necessitadas;

Com essas iniciativas, buscamos contribuir com a reestruturação econômica do país. E, falando sobre essa reestruturação, os pequenos empreendedores cumprem um papel especialmente importante para que ela ocorra! Nesta edição da **Revista Assai Bons Negócios**, trazemos uma mensagem de otimismo para a retomada da economia. Passado o momento mais crítico da pandemia em nosso país, é hora de olhar para frente e lançar mão de todos os meios disponíveis para reestruturar sua operação e dar novo fôlego para o seu negócio.

Você vai conferir histórias de superação, inovação, criatividade e encontro de oportunidades por parte de empreendedores do setor de alimentação. Trazemos também tendências para o setor e conteúdos especialmente preparados para proprietários de pequenos negócios que vêm buscando os melhores caminhos para retomar seus planos.

Aproveite também para saber mais sobre a campanha de aniversário do Assai, na qual presentearíamos nossos clientes com mais de R\$ 6 milhões em prêmios para impulsionar ainda mais seus projetos nesse período de retomada.

Boa leitura!

Belmiro Gomes
Presidente do Assai



ASSAÍ
Bons Negócios



08 ASSAÍ NA INTERNET

Confira os *posts* mais acessados em nossos blogs

24 VIAGEM GASTRONÔMICA

Conexão do Brasil com a cultura angolana vai muito além da língua portuguesa e fica evidente na gastronomia

34 RADAR

Dark kitchens em alta: modelo, que já era apontado como tendência para 2020, ganha ainda mais força durante a pandemia

10 ESPECIAL

Passado o momento mais severo da quarentena, ainda é necessário fazer ajustes para melhorar o desempenho do seu negócio na retomada



42 MEU ASSAÍ

Empreendedor baiano aposta na produção de molhos de pimenta e consolida negócio com amplo crescimento

44 ASSAÍ MAIS

Mesmo com o país em crise econômica, Assaí inaugura sete lojas em menos de dois meses e gera centenas de empregos

46 PALAVRA DE ESPECIALISTA

Mente tranquila para a retomada: dicas para empreendedores manterem as emoções e a saúde mental sob controle no “novo normal”

16 MEU NEGÓCIO, MINHA HISTÓRIA

Padeira de 91 anos cria negócio de coxinhas e já soma mais de 60 mil seguidores nas redes sociais





48

ASSAÍ ACONTECE

Em seu aniversário de 46 anos, Assaí premiará clientes com 6 milhões de reais. Saiba como participar!

54 ASSAÍ RESPONDE

Resposta ao leitor: "Como a *Black Friday* pode impulsionar minhas vendas?"

56 ACADEMIA ASSAÍ BONS NEGÓCIOS

Como vender mais no período de fim de ano mesmo com impactos da quarentena ainda presentes

66

MULHER EMPREENDEDORA

Primeira empreendedora com Síndrome de Down a se formalizar no Brasil conta como realizou o sonho de abrir a própria cafeteria

60 SUSTENTABILIDADE

Nova lei facilita doação de excedentes de alimentos a pessoas em situação de vulnerabilidade social

74 CAPACITAÇÃO

Dicas de cursos rápidos para capacitação de empreendedores

75 ATUALIDADES

Livros e aplicativos para otimizar a rotina e aperfeiçoar suas competências



GRANDES BEBIDAS



GRANDES SABORES

Chegaram os deliciosos achocolatados em pó.

Imagens meramente ilustrativas. Não contém glúten.



Embalagem econômica de 1,01 kg.



Embalagem econômica de 1,01 kg.

+ informação

Confira os últimos posts com mais acessos no blog do Assaí e no portal Academia Assaí!



Blog Assaí
assaí.com.br/blog



Portal da Academia Assaí
academiaassaí.com.br

Blog Assaí

4 RECEITAS LOW CARB FÁCEIS E BARATAS

A alimentação *low carb*, baseada no consumo de alimentos com menor índice de carboidratos, já conquistou um grande número de adeptos, principalmente graças à sua contribuição para a perda de peso. Se você tem interesse em conhecer receitas fáceis e que cabem no seu bolso, acesse esse *post* do Blog Assaí e aprenda a fazer desde pão e macarrão até brigadeiro de panela *low carb*!



Confira em:
bit.ly/Receitas_LowCarb_Assai

Academia Assaí Bons Negócios ATENDENDO EM APLICATIVOS DE DELIVERY

Há diversos aplicativos de *delivery* disponíveis, mas, antes de escolher qual deles o seu negócio irá utilizar, é importante se planejar. Ter um planejamento adequado para saber como atuar nessas plataformas permite atender aos clientes com mais agilidade e qualidade, garantindo avaliações positivas. Para aprofundar seu conhecimento, acesse nosso *post* especial sobre o tema e saiba como preparar seu negócio para atender em aplicativos de *delivery*!

Confira em:
bit.ly/AppsDeEntregaComoSePreparar



LEIA MAIS Acesse o site assaí.com.br e confira outros conteúdos

Grano 20 anos



Estamos colhendo a bela história que plantamos

Em setembro comemoramos 20 anos de história! Neste tempo nosso objetivo sempre foi oferecer às pessoas uma alimentação prática, saudável e sustentável, isso é o que nos move o tempo todo. A Grano só tem a agradecer a quem é o personagem principal desta história: Você!



www.grano.com.br



@grano.congelados



@grano.congelados



granocongelados



Com a flexibilização dos decretos estaduais e municipais, negócios de alimentação retomam atividades, porém ainda com restrições

Um novo capítulo para o seu Negócio

Mesmo passado o momento mais severo da quarentena, ainda é necessário fazer ajustes para melhorar o desempenho dos pequenos negócios na retomada

“ Todo mundo precisa se alimentar”. Essa máxima costuma guiar a decisão de muitos empreendedores que decidem iniciar um negócio próprio no segmento de alimentação. Porém, o momento único vivido por causa da pandemia do novo coronavírus impôs obstáculos que impactaram o setor como um todo, desafiando até mesmo quem tem anos de experiência no ramo – tanto que, segundo dados da Associação Brasileira da Indústria de Alimentos (ABIA), 20% dos cerca de 1,3 milhão de estabelecimentos registrados no país não reabrirão as portas. Com isso, empreendedores que, desde o início da pandemia, vêm batalhando para sobreviver à crise têm buscado continuamente formas de reinventar seus negócios por meio de inovações e adaptações.

Fotos: Shutterstock / Divulgação

Envolvida na análise e na pesquisa do segmento desde o início do isolamento social no Brasil, a consultoria Galunion aponta novos hábitos e comportamentos de alimentação por parte dos consumidores brasileiros que aceleram as transformações nos negócios. Dentre eles, o de que as pessoas pretendem continuar cozinhando em casa. Um dos principais motivos é a redução de renda, diz a fundadora e CEO da Galunion, Simone Galante. A pesquisa realizada em julho deste ano, intitulada “Como a Covid-19 impacta os consumidores e os negócios em alimentação”, revela que 26% dos 1.108 entrevistados – homens e mulheres das classes A, B e C – pediriam aos donos de restaurantes que inventassem pratos mais baratos e gostosos. A porcentagem sobe para 35% quando são analisados especificamente os dados da classe C.

A renda menor das famílias não significa que o setor de alimentação

esteja em estado crítico. Apesar de o segmento projetar ainda para 2022 a volta ao tamanho que tinha antes do isolamento, conforme a avaliação da consultoria, pedir comida em casa é uma tendência consolidada durante a pandemia. E esse hábito continuará sendo fundamental na retomada: “Essa é sempre a segunda opção citada pelos entrevistados na pesquisa. Por isso, o empreendedor precisa entender bem quem é seu cliente e saber se comunicar com ele”. Isso envolve não apenas as redes sociais e os cadastros em aplicativos, mas também ações fora do ambiente digital, aponta Simone. “Algumas padarias passaram a levar pão e leite à porta do cliente, como antigamente. Outros restaurantes, que atendiam basicamente empresas do entorno, se comunicaram com elas para facilitar o pedido de marmitas para os funcionários, por exemplo”, completa a pesquisadora. Com medidas de



Simone Galante, CEO da Galunion: para a retomada, consumidores querem pratos mais gostosos e baratos

adaptação, houve empreendimentos que faturaram mais na crise: em outro levantamento da consultoria, 13% dos negócios afirmaram que estão vendendo mais agora do que antes da pandemia. >>

Higiene e segurança continuam sendo alguns dos principais fatores na retomada dos estabelecimentos de alimentação



INOVAÇÃO É A CHAVE PARA RESISTIR

O café Per Tutti, de Curitiba/PR, é o típico empreendimento que se sustenta pelo movimento do entorno: localizado no centro da cidade, atende a uma clientela que mora na região, porém, boa parte do público era formada por funcionários de empresas próximas. No começo da pandemia, o café decidiu fechar temporariamente, mas não queria perder o contato com os consumidores. Por isso, passou a engajar seus clientes ensinando receitas pelo Instagram. Enquanto isso, colocou em prática estratégias para ajudar na retomada do café, como cadastro em aplicativos de *delivery* e formação de listas no WhatsApp para envio de cardápios.

Os meses seguintes, sem o funcionamento do salão (o café retomou as atividades presenciais apenas em agosto, após decreto municipal flexi-

bilizando as atividades do comércio), foram de muito aprendizado, muita inovação, e de revisão do modelo de negócio. Como exemplo, funcionários que atendiam no salão passaram a fazer entregas nas proximidades, o que foi muito bem recebido; e o café passou a aceitar uma série de modalidades de pagamento *on-line* para facilitar as vendas sem dinheiro físico.

Comunicação intensa nas redes sociais e novidades praticamente semanais no cardápio foram outras formas usadas para inovar na crise. A empresa também começou a montar cestas para datas comemorativas – ação iniciada em maio, no Dia das Mães, que agora se tornou fixa para quem deseja presentear alguém com um belo café da manhã.

“Percebemos que, nesse período, as pessoas estão presenteando mais com comida, por ser algo afetivo. E aí

a gente consegue usar tanto os produtos frescos que produzimos como os que já temos no estoque, como os cafés em pó especiais e os chocolates, o que permite melhorar os ganhos com as vendas”, explica a sócia do Per Tutti, Bruna Carboni.

Por fim, o café criou também um sistema de rotas semanais de entrega para clientes que não querem arcar com as taxas dos aplicativos de *delivery*. A cobrança de uma taxa simbólica, bem menor do que as cobradas pelas plataformas de entrega, permitiu manter os custos do veículo que o café usa para fazer as entregas. Esse novo serviço surgiu a partir do entendimento das necessidades dos clientes. “Essa questão de ouvir o cliente é uma coisa que sempre buscamos. Por mais que a gente decida vender determinados sabores de *brownie*, por exemplo, alguém sempre vem pedir um diferente. E aí é importante analisar e prestar atenção. Com essa busca contínua, conseguimos manter os clientes atuais e angariar outros”, revela Bruna.

Segundo a empreendedora, com essas adaptações foi possível manter o negócio em pé e, além disso, reescrever uma nova história para o estabelecimento a partir da adaptação ao novo cenário e da inovação constante: “Se não fossem todas essas mudanças que fizemos desde o início da quarentena, com certeza a gente teria fechado o café”.



Bruna Carboni, sócia-proprietária do café Per Tutti: responder rapidamente às necessidades dos clientes durante a pandemia foi o que salvou o negócio de fechar as portas



Delivery, retirada no local (*take away*) e entregas nas redondezas são tendências que devem permanecer no pós-pandemia

NA PRÁTICA

Além da busca pela adaptação aos novos hábitos do consumidor e da procura contínua por oportunidades dentro do cenário, ainda, de limitações, o *chef* de cozinha e professor do curso de Gastronomia da Universidade Positivo, Renato Bedore, aponta a importância de priorizar o atendimento ao entorno do negócio e de readaptar o cardápio oferecendo comidas mais afetivas: “Atender bem a quem está no entorno dos estabelecimentos de alimentação é algo que vem sendo muito incentivado, inclusive por grandes entidades do setor. Essa proximidade com o cliente gera uma relação mais equilibrada”. Quanto às opções afetivas, o professor ressalta a importância de oferecer alimentos que tenham apelo familiar, especialmente em um período de maior sensibilidade. “Uma casa de massas,

por exemplo, pode trabalhar com *rotisserie* (de carne/frango assado no espeto) justamente pelo apelo familiar desses alimentos. Mesmo que o foco do negócio seja em pratos mais elaborados, vale a pena incluir algumas receitas desse tipo em determinados dias da semana”, explica.

Para alavancar a retomada do negócio, Bedore destaca também que deve-se facilitar ao máximo a entre-

ga dos alimentos na casa dos clientes – uma vez que aplicativos de *delivery* já somam um grande número de reclamações, principalmente quanto ao tempo de entrega maior do que o prometido – e, por fim, sentar e rever o plano de negócios do empreendimento levando em conta as principais alterações no consumo e as consequentes possibilidades de adaptação e inovação. >>



APROFUNDE-SE!

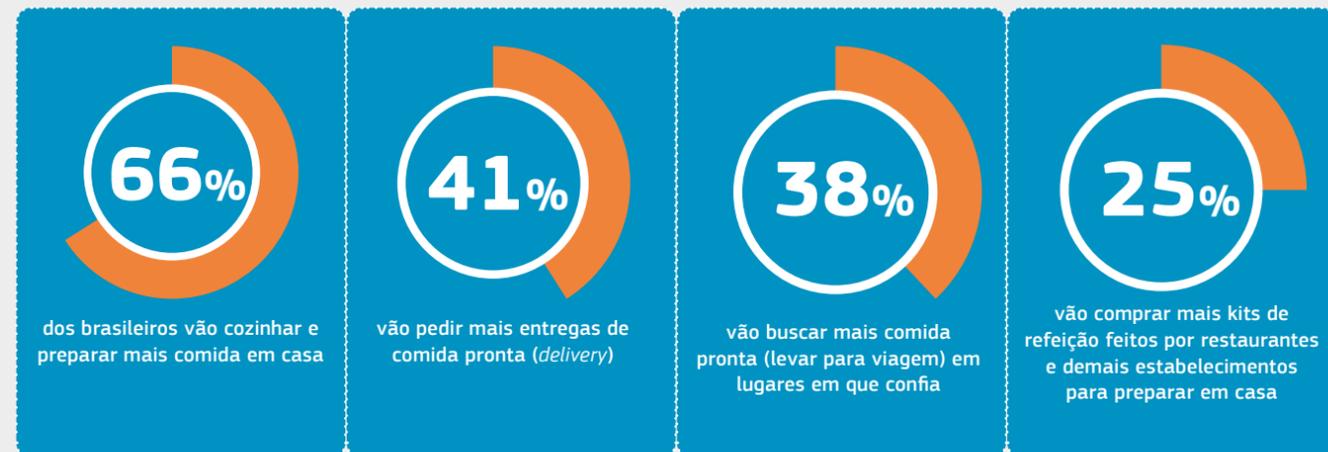
Quer saber como criar ou reestruturar seu plano de negócios para obter melhores resultados no pós-pandemia? Acesse nosso conteúdo-bônus: bit.ly/Plano_de_Negocios_Assai



ALIMENTAÇÃO

na retomada

O QUE MUDA NOS HÁBITOS ALIMENTARES?



QUAIS SÃO OS CRITÉRIOS PARA ESCOLHER ONDE CONSUMIR?



PRINCIPAIS "PEDIDOS" AOS DONOS DE NEGÓCIOS DE ALIMENTAÇÃO



Fonte: Consultoria Galunion
Pesquisa feita em julho/2020 com abrangência nacional



CAMPEÕES DE VENDAS NESTLÉ®



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

IMAGENS MERAMENTE ILUSTRATIVAS

Vovó das Coxinhas

Após problema de saúde, padeira de 91 anos cria negócio de coxinhas e já soma mais de 60 mil seguidores nas redes sociais

A história da mineira Fabíola Maia, também conhecida como “Vovó Loca” (pronuncia-se “Lóca”), é cheia de disposição, energia e muitas reviravoltas. Ao lado de suas netas, Bárbara e Brenda, ela conseguiu criar um bem-sucedido negócio de salgados por encomenda, mesmo aos 91 anos e em meio à pandemia.

O trabalho de “quitandeira”, como é chamado o ofício de dona Fabíola em sua cidade natal, Morro do Pilar/MG, teve início ainda na sua juventude. “Comecei a cozinhar desde muito nova, quando perdi minha mãe e fui morar na casa da minha madrinha”, lembra. “Aos quinze anos, passei a fazer pães, que um dos filhos da minha madrinha vendia na vizinhança. Com vinte anos, quando me casei, já era a padeira oficial da cidade”, completa Fabíola.

Os filhos foram nascendo e ela continuou vendendo seus produtos. “Não tinha um estabelecimento, vendia tudo de casa mesmo”, conta Bárbara Maia, de 32 anos, neta de Vovó Loca. “Os preparos eram feitos de maneira artesanal, simples, con-

forme as condições permitiam. Ela conta para nós que usava um cilindro de madeira e um forno a lenha. Assim, minha avó vendeu pães, salgados e bolos na cidade por mais de cinquenta anos”, revela.

VOVÓ EMPREENDEDORA

Em janeiro de 2020, ao completar 91 anos – com 14 filhos, 20 netos e uma bisneta recém-nascida –, boa parte da família acreditava que já era o momento de dona Loca parar definitivamente com a produção de pães e salgados. Porém, ficar parada não agradava Fabíola, que enxergava na atividade um grande ânimo para a vida. “Ela nunca quis saber de descanso. Até chegou a interromper temporariamente seus trabalhos como padeira na década de 90, na época em que as grandes padarias chegaram a Morro do Pilar”, diz Bárbara. “Ela percebeu não teria condições de competir, já que as empresas produziam em larga escala e com preços mais baratos do que seus pães artesanais. Mas mesmo assim ela não desistiu; apenas se adaptou”, explica a neta. >>

Fotos: © Luca Fotografias



• Aos 91 anos, padeira e salgadeira Fabíola Maia cria negócio de coxinhas por encomenda com ajuda das netas



👉 Brenda Maia, Nayara Souza, Áurea Célia Oliveira, Fabíola Maia, Erineia Costa e Bárbara Maia: equipe responsável pela Coxinha da Vovó

Na época, a solução que dona Loca encontrou foi partir para a produção de coxinhas e outros salgados, que começou a vender para festas, além de bolos de casamento para as pessoas da cidade. “Ela produzia uma diversidade de produtos. Seu gosto por fazer comida surgiu da necessidade, mas hoje ela ama ter a casa cheia e cozinhar para a família”, completa Bárbara, recordando os pratos “clássicos” feitos pela avó em ocasiões especiais, como a leitoa e a farofa de Natal. “Minha família é muito grande, então qualquer reunião se torna uma festa”, conta.

No entanto, no início de 2020, Fabíola não estava mais fazendo salgados, bolos e pães trançados para vender. Após ficar viúva, com seus filhos morando em Belo Horizonte, a família fi-

cou preocupada com a saúde e o bem-estar de dona Loca e passou a insistir para que ela também fosse morar na capital do estado. Desde então, o ritmo de produção se reduziu bastante. Fabíola, por outro lado, desejava voltar a preencher o tempo fazendo seus quitutes para venda.

Nessa época, entretanto, a saudável Vovó Loca, que raramente necessita de cuidados de saúde, precisou ser internada e passou 20 dias no hospital por causa de uma pancreatite. “Naquele momento, minhas tias questionaram o desejo dela de continuar trabalhando: ‘por que mexer com coxinhas de novo e arrumar dor de cabeça?’. Mas ela estava com essa ideia fixa e resolveu procurar as netas”, lembra Bárbara que, junto com a irmã Brenda, “abraçou” os planos

da avó. Assim que Fabíola se recuperou, começou a colocar seu objetivo em ação – objetivo esse que teria um desdobramento incrivelmente maior do que ela imaginava.

A COXINHA QUE VIRALIZOU

Quando dona Loca saiu do hospital, no final de março deste ano, a quarentena no Brasil percorria suas primeiras semanas. No entanto, mesmo isolada em casa, ela manteve os planos de voltar a cozinhar. Devido ao isolamento, Bárbara, que é fotógrafa, costumava tirar fotos da avó em seu dia a dia, para manter a família atualizada. “Um dia, minha irmã foi visitá-la e pediu a ela que a ensinasse a fazer uma rosca. Eu fotografei e postamos nas redes sociais – imediatamente, as pessoas

começaram e perguntar por que minha avó não vendia seus quitutes. Um grande número de pessoas dizia que, se ela vendesse, comprariam. Esse foi o ‘gatilho’, comenta a neta.

Em um final de semana, dona Loca foi para a casa de uma de suas filhas, fez 400 coxinhas e as congelou. Em seguida, procurou as netas para que a ajudassem a vender os salgados. O plano era aproveitar a internet, além de indicações de amigos e conhecidos, para fazer toda a divulgação. A conexão entre as gerações deu muito certo – elas venderam não só 400, mas 500 coxinhas. “Foi preciso correr para fazer mais”, recorda Fabíola.

Dando continuidade ao plano de apoiar o empreendimento da avó, Bárbara e Brenda montaram uma página no Instagram para divulgar a venda dos salgados, e passaram a postar fotos e também vídeos mostrando a padaria produzindo os quitutes, sempre cantan-



rolando, como de costume. Foi naquele momento, ainda no início da pandemia, que surgiu a Coxinha da Vovó Loca – o apelido que dá nome ao negócio veio de um diminutivo de seu nome. “Desde menina, meus irmãos me puseram o nome de Biloca e diversas pessoas >>

👉 As coxinhas congeladas da Vovó Loca se tornaram um sucesso instantâneo na capital mineira. Para fazer um pedido, o cliente precisa entrar em uma fila de espera



👉 Em poucos meses, Instagram da Vovó Loca já soma mais de 60 mil seguidores

me chamavam assim. Na minha cidade, ninguém me conhecia como Fabíola. Agora, sou a ‘Vovó Loca’”, afirma.

Mas a grande reviravolta em seu pequeno e recém-inaugurado empreendimento se deu quando outra neta, Mariana Maia, que produz conteúdo para a internet e soma milhares de seguidores em suas redes sociais, postou em seu Twitter uma foto da avó com um texto divulgando a produção.

Mariana ajudou a fazer com que o Instagram da Coxinha da Vovó Loca passasse de algumas centenas de seguidores para milhares – hoje já são mais de 60 mil! “Meu celular começou a tocar e não parava mais. Pensei: ‘Uai, o que está acontecendo?’. Foi quando vi a postagem da minha prima, que já tinha cerca de 200 curtidas e hoje está com mais de 200 mil”, destaca Bárbara. Para as netas, o sabor e a qualidade das coxinhas ajudaram muito a impulsionar as vendas, mas o carisma da experiente padeira e salgadeira foi o que fez a diferença.



Além de ser responsável pelas fotos e pela gestão das redes sociais, a neta Bárbara Maia passou a ajudar também na produção das coxinhas



Integrantes da família ajudam a dar conta do alto volume de pedidos por delivery

ORGANIZANDO O NEGÓCIO

Com a repentina e inusitada demanda pelos produtos, as netas tiveram que organizar o negócio. Elas alugaram um espaço onde poderiam fazer as coxinhas, estabeleceram um sistema de produção e logística, com a entrega das encomendas por motoboy, e criaram uma lista de espera para as centenas de pedidos semanais que têm recebido pelo Instagram.

A família também contratou uma assistente para ajudar na produção e até mesmo a neta, Bárbara, passou a “colocar a mão na massa”, sempre orientada pela avó. “Agora está uma loucura, quase não estamos dando conta”, brinca Fabíola. “A Bárbara inventou até uma fila de espera. Mas estou feliz,



Bárbara, Fabíola e Brenda: as criadoras da Coxinha da Vovó Loca

pedidos chegavam a mil unidades por dia. Hoje, o objetivo da empreendedora de 91 anos é aprender a mexer no celular para poder responder aos comentários de seus seguidores nas redes sociais. Mas o sucesso da avó não foi uma surpresa para Bárbara: “Eu sempre acreditei nela e em tudo o que ela faz; sempre soube que iria dar certo”. Com sua perseverança, dedicação e bom humor, Vovó Loca mostra que nunca é tarde para começar um novo empreendimento e acrescentar um novo capítulo a própria história. 🍷



Vovó Loca faz questão de enviar um bilhete escrito à mão com um agradecimento e instruções de preparo em cada uma das entregas

porque estou trabalhando muito e vendo resultados. O importante é não ficar parada, poder fazer as coisas e agradecer ao povo”, destaca.

Dona Loca, entretanto, é muito meticulosa em suas receitas e, quando compartilha sua experiência culinária, ela ensina a neta a fazer tudo “do seu jeito”, pois sabe que é assim que as pessoas gostam. “Quando eu era mais nova, fazia a massa das coxinhas um pouco diferente. Mas depois comecei a vender e inventei um angu sem leite, usando manteiga, que ficou melhor ainda! Fui aprimorando as receitas com o tempo”, explica. O plano é continuar vendendo seus salgados enquanto tiver disposição e interesse por parte do público. “Enquanto tiver freguês, nós vamos fazendo”, ressalta.

Além de ajudar na produção, Bárbara é responsável por fazer as fotos e cuidar das mídias sociais. Já sua irmã, a designer Brenda, cuida da parte administrativa e da logística de entregas. O “carro-chefe” do negócio é, naturalmente, a coxinha (vendida em bandejas com 25 unidades congeladas), mas o pão trançado também faz um grande sucesso. A família é cliente do Assaí – Bárbara conta que elas buscaram o melhor fornecedor para ter excelentes insumos e poder garantir produtos da melhor qualidade.

Para quem começou com a ideia de vender apenas algumas coxinhas feitas em um final de semana, Vovó Loca já chegou muito além do que havia esperado – se o primeiro desafio foi vender 400 coxinhas, em poucas semanas os

saiba mais

Coxinha da Vovó Loca

@coxinhadavovoloca

coxinhadavovoloca@gmail.com



CONTE SUA HISTÓRIA

É proprietário de um negócio e tem uma boa história de empreendedorismo para contar?

Acesse

assaí.com.br/contesuaistoria

preencha as informações e você poderá aparecer aqui na revista!



COMPRE E GANHE
TAZOS
DE PAC-MAN™



PAC-MAN™&©BNEI

FOFURA



90G

47G

CHEGOU FOFURA REQUEIJÃO!



encontre na rede ASSAÍ

Reencontrando Angola

A conexão do Brasil com a cultura angolana vai muito além da língua portuguesa e fica evidente na gastronomia

Há mais de 300 milhões de anos, quando os continentes do planeta Terra ainda não haviam se separado, Angola "fazia fronteira" com o Brasil. Apenas um rio separava a região onde hoje é o Rio de Janeiro de Luanda, a capital angolana. Agora, existe um oceano entre os dois países, e a distância aumentou para milhares de quilômetros. Mas, em relação à cultura e à gastronomia, a proximidade é consideravelmente maior.

Apesar de Angola ser o maior país

africano de idioma português, a língua é um detalhe quando se observa a conexão cultural com o Brasil – especialmente na gastronomia angolana, em que os ingredientes utilizados são semelhantes e onde também há notada influência dos colonizadores portugueses.

Por outro lado, seja na cozinha, na música, na dança, nos costumes ou na religião, as raízes culturais de Angola não foram suprimidas pelos colonizadores. Pelo contrário: seguem mais fortes do que nunca. >>

Fotos: Shutterstock / Arquivo pessoal / Divulgação



3 O mufete, um dos principais pratos da Ilha de Luanda, leva peixe na brasa e é acompanhado de feijão com óleo de palma

Prato principal

Mufete ao súmate.

feijão com óleo de palma, funge de banana e kihoio

Karina Ramos apresenta sua versão para o mufete, um verdadeiro banquete de peixe que também é típico da Ilha de Luanda. “Ir à ilha e comer um mufete faz parte do roteiro clássico de quem visita a cidade”, observa a historiadora. A receita a seguir rende de duas a três porções.

INGREDIENTES

- ✓ 2 xícaras (chá) de feijão-manteiga
- ✓ 4 xícaras (chá) de água
- ✓ 2 cebolas grandes picadas
- ✓ 1 tomate maduro picado
- ✓ 1 peça de peixe para assar (ex.: tilápia)
- ✓ 3 bananas-da-terra
- ✓ 2 xícaras (chá) de farinha de mandioca grossa e torrada
- ✓ 1 colher (sopa) de manteiga
- ✓ 1 folha de louro
- ✓ Suco de 1 limão
- ✓ Pimenta malagueta a gosto
- ✓ Sal a gosto
- ✓ Azeite doce a gosto
- ✓ Azeite de dendê a gosto

MODO DE PREPARO

Para o feijão com óleo de palma

- Lave bem os grãos de feijão e coloque-os, com a folha de louro, para cozinhar em panela de pressão com a quantidade de água indicada. Quando estiver cozido, refogue-o com 1/3 da cebola picada em azeite de dendê. Ao final, incorpore um pouco mais de azeite de dendê e sal (a gosto) para temperar.

Para o mufete ao súmate

- Asse o peixe na brasa até dourar. Faça o súmate com 1/3 da cebola, o tomate, o azeite doce, o suco do limão, a pimenta malagueta pisada com sal a gosto. Refogue o peixe assado e ainda quente.

Para o funge de banana

- Asse as bananas na brasa. Depois de assadas, amasse-as com um garfo. Em uma panela, refogue 1/3 da cebola picada com uma colher de manteiga e adicione a massa de banana. Tempere a gosto.

Para o kihoio

- Em uma panela, aqueça um pouco de azeite de dendê. Quando estiver quente, adicione a farinha de mandioca e remexa para pegar gosto. Tempere com sal. >>



NOVA LINHA KNORR ZERO SAL™

Experimente

Sabor autêntico,
sem preocupação com sal.



Imagens meramente ilustrativas.

Preparação manual da quitaba, sobremesa à base de *jinguba* (amendoim)



A historiadora e cozinheira brasileira Karina Ramos é pesquisadora da gastronomia de Angola

Sobremesa

Quitaba com batata-doce

Para encerrar o menu angolano, a sobremesa indicada traz um dos ingredientes mais marcantes da culinária local: a *jinguba*, que em quimbundo quer dizer amendoim. “Pode-se encontrar em toda esquina uma boa banana-pão assada com *jinguba* torrada, preparada especialmente pelas quitadeiras”, explica Karina Ramos. Ela sugere degustar com as mãos, fazendo pequenos montinhos de paçoca e batata em pedaços para tornar a experiência mais sensorial. A batata-doce pode ser substituída por mandioca ou banana-da-terra assada.

INGREDIENTES

- ✓ 1 batata-doce grande
- ✓ 2 xícaras (chá) de amendoim torrado e sem casca
- ✓ 2/3 xícara (chá) de açúcar a gosto
- ✓ Sal a gosto
- ✓ Pimenta malagueta (opcional)

MODO DE PREPARO

Em um processador, coloque o amendoim, o açúcar, uma pitada de sal e a pimenta já previamente amassada com uma colher. Processe até que o óleo do amendoim se solte, formando uma farofa úmida (*quitaba*). Asse as batatas em forno preaquecido a 200 °C por cerca de 40 minutos, corte-as em rodela finas e sirva com a *quitaba*. 🍴

LIGA O Som

Para entrar no clima de Angola, acesse a seleção de músicas que a **Revista Assaí Bons Negócios** preparou para você ouvir enquanto prepara seu jantar! Acesse: bit.ly/Playlist_Jantar_Angolano

UM NATURAL ONE PARA CADA MOMENTO AGORA COM NOVAS EMBALAGENS!

FORTALECE O SISTEMA IMUNOLÓGICO



- 100% NATURAL,
- SEM ADIÇÃO DE AÇÚCAR,
- SEM CONSERVANTES.

Natural one
PURA VERDADE

INOAR

INSPIRADA EM VOCÊ



COSMÉTICOS 100% BOTÂNICOS E VEGANOS, INSPIRADOS EM TODOS OS TIPOS DE CABELOS



NUNCA
testamos
em animais

inoar.com
f @ o v
inoarbrasil

A MARCA
DA BELEZA
BRASILEIRA

Cozinhas - fantasma

EM ALTA

Modelo de negócio conhecido como *dark kitchen*, que já vinha sendo apontado como tendência para 2020, ganha ainda mais força durante a pandemia

Um restaurante sem garçons, sem mesas, sem atendimento ao público – um público, aliás, que muitas vezes sequer faz ideia da localização do empreendimento. Estranho? Podia parecer há alguns anos, mas atualmente as *dark kitchens*, ou “cozinhas-fantasma”, vêm se popularizando em todo o mundo como um modelo de negócio eficiente e alinhado às atuais demandas do consumidor, especialmente em um momento em que o setor de alimentação fora do lar está cada vez mais dependente do *delivery*. O modelo, segundo o consultor de negócios e sócio-

fundador da Food Consulting, Sergio Molinari, consiste em cozinhas comerciais com produção voltada para entregas, sem atendimento direto ao consumidor. “Vai desde aquela em que o dono nem sabe o que é *dark kitchen* até uma rede de cozinhas que atende várias marcas diferentes, com diversos empreendimentos utilizando as mesmas cozinhas”, explica.

Essa maneira de operar negócios de alimentação já era apontada pela National Restaurant, no final de 2019, como uma forte tendência para o setor em 2020, muito antes de se saber que passaríamos por uma pandemia que exigiria um prolongado isolamento social e, conseqüentemente, impulsionaria ainda mais o *delivery* de alimentos. “O hábito crescente do consumidor em pedir comida para

entrega, impulsionado pela tecnologia, pela busca de conveniência, pela praticidade, pelas variedades de opções e especialidades, tudo isso forma o pano de fundo de demanda para o avanço das *dark kitchens*”, pontua Molinari.

Aqueles que ficam receosos de iniciar uma operação sem uma “porta” para receber o público, imaginando que o cliente vá desconfiar do estabelecimento, podem ficar relativamente tranquilos: um estudo global do Euromonitor publicado em junho de 2020, que mapeia as tendências de consumo, apontou que 52% dos consumidores não veem problemas em fazer pedidos de refeições de marcas sem um local de atendimento. Além disso, um dos empreendimentos a ficar mais famoso por esse

modelo no mundo – a hamburgueria It Burgers, do México, que começou em 2018 – conseguiu um alcance digital enorme justamente por causa do modelo inovador.

Fora isso, a acentuação do “*cocconing*” (do inglês: encasulamento) – termo cunhado pela consultoria de marketing Faith Popcorn, ainda nos anos 1990, para chamar a atenção para a diminuição da socialização dos indivíduos, que faz com que as pessoas fiquem mais recolhidas em casa – é outro comportamento que deve permanecer, mesmo no pós-pandemia. Logo, além da entrega de comida pronta, itens congelados, kits e pratos para serem finalizados em casa são algumas tendências de consumo; todas elas podendo ser feitas facilmente em “cozinhas-fantasma”. >>

Ilustração: Victor Farat



Dark kitchens normalmente não possuem fachada e podem abrigar mais de um empreendimento na mesma cozinha, ainda que em horários intercalados



🔗 *Coworking* de cozinhas dilui custos e permite testar o negócio antes de investir mais recursos

DO SAUDÁVEL AO ULTRACONGELADO

O Cozinha, de São Paulo, é um dos empreendimentos que apostou na força das *dark kitchen*. O negócio surgiu com o propósito de oferecer refeições de alta qualidade a preços justos. No início, o cardápio era focado em sanduíches, saladas e *bentô* (a “marmitta japonesa”) e disponibilizado em geladeiras dentro de empresas. Com a pandemia, o Cozinha mudou o foco de comida fresca para os pratos ultracongelados, com itens como picadinho de carne, estrogonofone e sopas. “Em um mês, fizemos um novo cardápio, com adaptações para que a comida ficasse gostosa

mesmo depois de aquecida (cocção menor é uma das estratégias). Nossa nutricionista também tinha experiência em ultracongelados e o fato de estarmos em uma *dark kitchen* facilitou muito essa virada”, conta Luiz Felipe Figueiredo do Couto, fundador do Cozinha.

Com um modelo enxuto e eficiente – estratégia mais do que necessária em tempos de aperto financeiro decorrente dos efeitos econômicos da pandemia –, o negócio conta com uma equipe de 20 pessoas e produz cerca de 500 refeições por dia, vendidas por meio de um site próprio. >>

CUSTOS MENORES

Os custos reduzidos, quando comparados à operação tradicional de um restaurante ou outro estabelecimento de alimentação fora do lar, são uma das principais vantagens apontadas por Sergio Molinari para quem pensa em apostar no modelo de negócio. Os custos diminuem com a ausência do atendimento no salão, e também quanto a localização, mobiliário, equipamentos e identificação visual. “Você não precisa se preocupar com localização *premium*, por exemplo. Os custos de operação também são menores porque é pos-

sível trabalhar em uma área menor, com um marketing menor e assim por diante”, destaca o consultor.

A legislação das *dark kitchens* são as mesmas de restaurantes, lembra Molinari: “Do ponto de vista de produção, processo, higiene e segurança alimentar são exatamente as mesmas regras”. Outras vantagens são a flexibilidade e a adaptabilidade, uma vez que não há ambiente físico para atendimento aos clientes. Negócios que trabalham nesse formato conseguem responder mais facilmente às mudanças e às necessidades do mercado.



🔗 Sergio Molinari, consultor de negócios e sócio-fundador da Food Consulting

Fotos: Shutterstock / Divulgação

A redução de custos, quando comparada à operação tradicional de um restaurante ou outro estabelecimento de alimentação, é uma das principais vantagens das dark kitchens



🔗 Operação de *dark kitchen* dispensa diversos gastos, como salão, mobiliário, identificação visual e localização

COWORKING DE COZINHAS

Se os populares *coworkings* – espaços de trabalho compartilhados por profissionais de diferentes empresas – por muito tempo se resumiram a escritórios e ambientes mais corporativos, com o crescimento das *dark kitchens* o compartilhamento de cozinhas já se tornou realidade em algumas cidades brasileiras, principalmente por permitir aos empreendedores custos menores para testarem seus negócios e até mesmo manterem a operação de forma compartilhada.

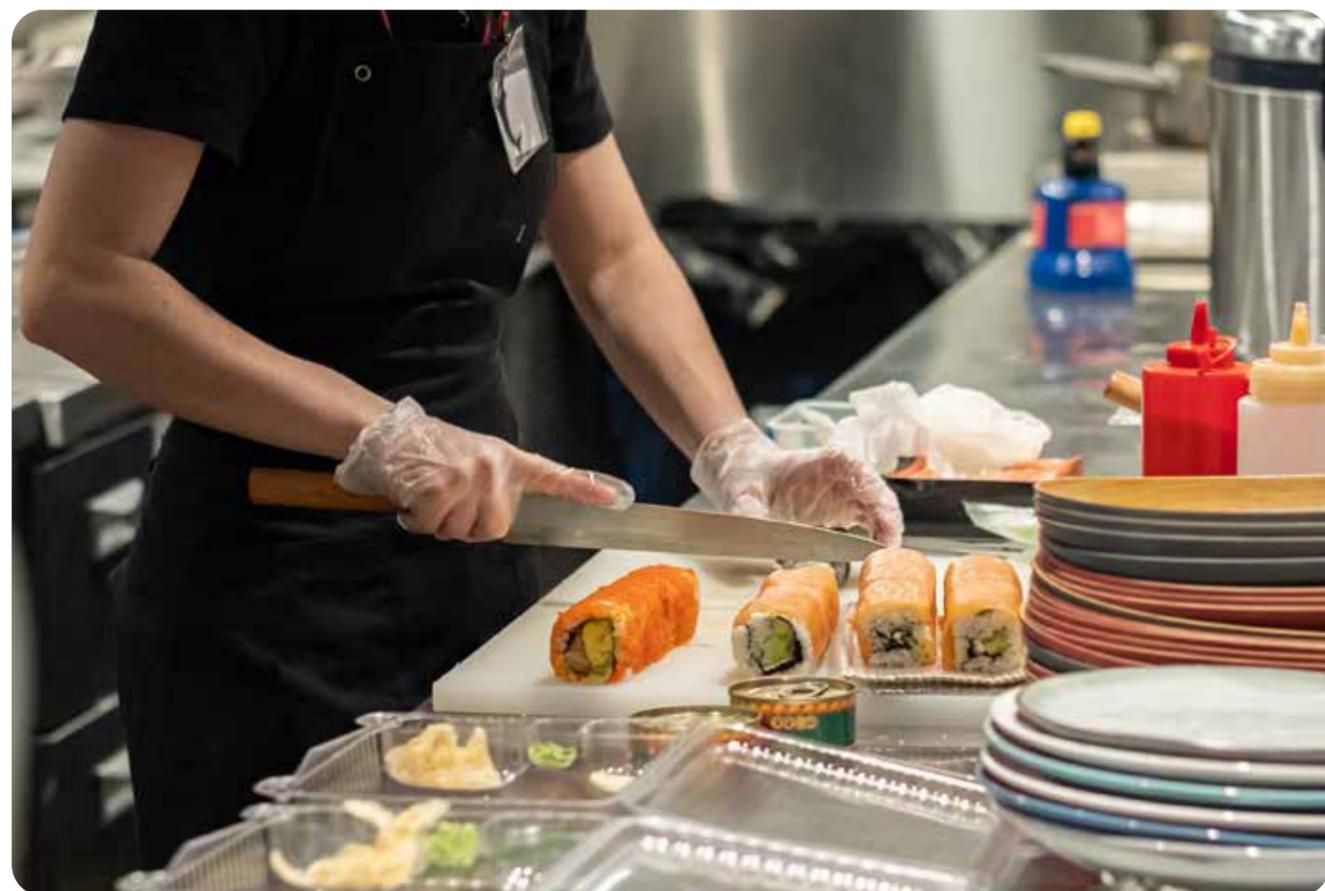
Para aquele que está dando início à sua ideia e ainda não pode ou não deseja investir em equipamentos para montar a própria cozinha, é possível fazer parte de um “*coworking* gastronômico” – em outras palavras, uma *dark kitchen* compartilhada. Na prática, o proprietário aluga a cozinha por determinados períodos para fazer a sua

produção e distribuí-la com o apoio de entregadores ou armazená-la (quando o produto é comida congelada, por exemplo). “Nesse caso, os investimentos são muito pequenos, uma vez que se pagará uma taxa para utilização da cozinha”, afirma Molinari.

A *startup* colombiana Rappi, por exemplo, oferece cozinhas compartilhadas aos seus parceiros: já são 300 unidades nesse modelo na Colômbia, no México, no Chile, na Argentina e no Brasil. Por aqui, São Paulo, Belo Horizonte e Curitiba são as capitais que abrigam os locais, que contam com cozinhas equipadas, usadas separadamente, e um espaço comum para os empreendedores – tudo mediante pagamento de aluguel e de uma taxa de condomínio que contempla limpeza, dedetização, manutenção de caixa d’água, dentre outros serviços.

TESTANDO O MODELO

Para quem pretende apostar nesse modelo de negócio, uma dica é começar numa *dark kitchen* compartilhada para construir o aprendizado antes de investir mais recursos. O empreendedor pode se unir a algum parceiro que tenha uma cozinha, mas que não esteja usando-a integralmente, ou procurar por um *coworking* de cozinhas, se houver disponibilidade em sua cidade. 🍷



▲ Crescimento do *delivery* e amadurecimento da tecnologia são alguns dos aspectos que favorecem o desenvolvimento das “cozinhas-fantasma”

**LINHA PROFISSIONAL****LINHA PROFISSIONAL EMBALIXO****NÃO VAZA****QUALIDADE E PRATICIDADE NO DESCARTE****PARA USO RESIDENCIAL E COMERCIAL****REFORÇADOS E RESISTENTES**

- CONDOMÍNIOS
- HOTÉIS
- RESTAURANTES
- LANCHONETES
- CONSTRUÇÕES
- INDÚSTRIAS E COMÉRCIOS



19. 3716 8699
comercial@embalixo.com.br
www.embalixo.com.br

Siga a EMBALIXO no Facebook e Instagram:

@embalixo



Kimberly-Clark

Essencial para uma vida melhor





Da eletrônica para a cozinha

Empreendedor baiano aposta na produção de molhos de pimenta e consolida negócio com amplo crescimento

Comecei a estudar eletrônica aos 12 anos. Conservava ferros de passar, secadores de cabelo, aparelhos de televisão, rádios e toca-fitas... Depois de algum tempo mexendo com isso, percebi que o que mais gostava de fazer era trabalhar com instalação de aparelhos de som. Fui comprando alguns equipamentos e montando minha loja. Por volta de 1995, aluguei um espaço e, aos poucos, meu empreendimento se tornou o maior comércio de som e automação da região onde moro, em Guanambi/BA.

Ao mesmo tempo em que tinha essa paixão por eletrônica, também era apaixonado por pimentas. No iní-

cio, era apenas um *hobby*. Eu fazia conservas e molhos, levava para a minha loja e dava de brinde aos clientes. Aprendi a fazer tudo por conta própria, para meu consumo. As conservas eram mais simples de preparar, mas os molhos fui aprendendo por tentativa e erro até ir melhorando as receitas. Um dos meus produtos precisou de mais de 80 testes até encontrar a fórmula certa. Por volta de 2011, adquiri um sítio e importei da China algumas sementes de espécies como Carolina Reaper, Trinidad Scorpion Moruga, Bhut Jolokia e Habaneros para fazer minhas experiências.

Em 2014, comecei a expor os molhos na vitrine da loja de som e via a

procura aumentar a cada dia. Três anos depois, esses produtos já ocupavam metade da vitrine, com uma grande variedade de sabores. Naquela época, o comércio de equipamentos de som automotivo havia diminuído bastante por causa das leis que restringiam a circulação de carros de som, o que atingiu diretamente meu negócio. Ao mesmo tempo, eu já vendia muitos produtos de pimenta e, inclusive, dividia o tempo entre os dois trabalhos.

Chegou um momento em que tive de decidir entre as duas atividades. Depois de 26 anos com a loja de som, estava um pouco cansado de trabalhar com isso. Os molhos de pimenta que eu estocava em casa também não

cabiam mais ali e eu precisava expandir. Resolvi dar uma reviravolta na minha vida e apostei no segmento de alimentação. No fim de 2017, vendi a empresa de som e comecei a montar minha pequena indústria de molhos, a Digital Pimentas. Em março de 2018, já estava trabalhando com isso em tempo integral.

Com muita dedicação e persistência, minha esposa Patrícia foi fazendo as primeiras vendas em supermercados, sacolões e restaurantes de Guanambi, introduzindo nossos produtos nesses estabelecimentos. Hoje, nossos molhos são comercializados até mesmo na loja Assaí Guanambi, onde também compro vários dos insumos usados na produção, como vinagre, azeites, açúcar, sal e condimentos.

Boa parte do processo é feito por mim mesmo. Atualmente, tenho funcionários que cuidam da recepção e da seleção das pimentas até o ponto de despolar, mas a finalização dos produtos é minha responsabilidade.

Nos cursos que fiz, de gestão, empreendedorismo e negócios, sempre batiam na tecla de montarmos um *e-commerce* para vender os produtos que o mercado não absorvia. E é isso que estou fazendo no momento, com a ajuda do meu filho. Assim, vou poder me concentrar mais na produção, que realmente é minha maior paixão.

Desenvolvi uma variedade de molhos, conservas, patês e cremes com algumas das pimentas mais fortes do mundo, apreciadas por pessoas de vários lugares do Brasil. Aos poucos, meus clientes foram levando os produtos para outros estados, como São Paulo, Minas Gerais, Pará, Piauí e Rio de Janeiro. Hoje, as pimentas mais procuradas são as de sabor mais intenso, como a bruta, a vulcão, a moruga, a baiana, a malagueta e a pequi.

Estou muito feliz com os resultados dessa mudança de profissão e acredito que investir na Digital Pimentas foi uma decisão correta, porque mesmo surgindo no interior da Bahia e com

pouco tempo de existência, o negócio avançou muito. Lembro que, no início, sonhava em produzir dez mil unidades. Este ano, começamos com trinta mil. Nosso plano é lançar ainda mais produtos novos, porque a área de alimentos não para e só tende a crescer. ▲



Adailton Nunes Bezerra
Proprietário da Digital Pimentas

Segmento: Molhos e conservas
Instagram: @digitalpimenta
WhatsApp: (77) 99913-5533

Fotos: Divulgação



VOCÊ NA REVISTA ASSAÍ

É dono de um negócio e tem uma história de sucesso no seu empreendimento? Acesse assai.com.br/contesuahistoria, preencha as informações e você poderá aparecer aqui na revista!





Conheça a seguir
as novas lojas do
Assaí!

ASSAÍ JUNDIAÍ/SP
Inauguração: 27/08
Av. União dos Ferroviários, 2.940
(Ponte de Campinas) - Jundiaí/SP
Investimento: R\$ 39 milhões
Empregos diretos e indiretos: + 610

ASSAÍ BOA VISTA/RR
Inauguração: 04/08
Av. Brasil, 616
(Pricuma) - Boa Vista/RR
Investimento: R\$ 55 milhões
Empregos diretos e indiretos: + de 568

ASSAÍ ARAÇATUBA/SP
Inauguração: 16/09
R. Waldemar Alves, 230
São Vicente - Araçatuba/SP
Investimento: R\$ 51 milhões
Empregos diretos e indiretos: + de 570

ASSAÍ IGUATU/CE
Inauguração: 14/08
Avenida Perimetral, 611
(Areias) - Iguatu/CE
Investimento: R\$ 44 milhões
Empregos diretos e indiretos: + 500

ASSAÍ HORTOLÂNDIA/SP
Inauguração: 18/09
R. Luís Camilo de Camargo, 1.015
(Bairro Remanso Campineiro)
Hortolândia/SP
Investimento: R\$ 50 milhões
Empregos diretos e indiretos: + de 578

ASSAÍ SANTA CRUZ/RJ
Inauguração: 18/08
Av. Padre Guilherme Decaminada, 2.385
(Santa Cruz) - Rio de Janeiro/RJ
Investimento: R\$ 41 milhões
Empregos diretos e indiretos: + 500

Assaí inaugura sete lojas em menos de dois meses

Rede atacadista contribui para a movimentação da economia e a geração de empregos em momento de instabilidade

Com a chegada da pandemia do novo coronavírus e a consequente necessidade de isolamento social, grande parcela da população brasileira sofreu algum tipo de impacto econômico significativo, como a diminuição da renda ou até mesmo a perda do emprego. Diante desse cenário, o Assaí decidiu manter o ritmo do seu plano de expansão abrindo novas lojas e gerando um grande número de empregos.

Desde o início da quarentena no Brasil, em março, até setembro, a rede atacadista investiu R\$ 431 milhões na abertura de nove unidades, gerando um total de 5.124 empregos diretos e indiretos. Com as novas lojas, o Assaí alcança 176 unidades em 23 estados e no Distrito Federal.

Para garantir a segurança de seus colaboradores e clientes nesse período desafiador para a saúde pública, a rede adotou mais de 270 medidas de proteção a todos os que passam por suas unidades.

“Em especial no período de isolamento, era fundamental, para nós, entregarmos mais locais de compra para garantir que milhares de moradores tivessem uma nova opção de consumo nesse período, já que o abastecimento de alimentos é uma atividade essencial. A inauguração das lojas também representa mais empregos e oportunidades de renda para muitas famílias. Isso foi decisivo para mantermos o plano de expansão para o ano”, afirma Belmiro Gomes, presidente do Assaí Atacadista. 🍌

Fotos: Divulgação

Mente tranquila para a Retomada

Diante dos desafios da retomada econômica, proprietários de pequenos negócios encaram a necessidade de manter as emoções e a saúde mental sob controle

A preocupação com as emoções e com a saúde mental tem sido um assunto bastante discutido nos últimos meses. Há, inclusive, debates mais específicos sobre o impacto emocional de todos os efeitos do isolamento social em proprietários de pequenos negócios, que foram alvo de inúmeras pressões e incertezas desde os primeiros dias da quarentena. No período de retomada, aliás, o medo e a insegurança ainda permanecem de forma acentuada para quem tem um negócio próprio.

É fundamental que empreendedores estejam emocionalmente preparados para enfrentar os próximos meses, que ainda trarão a necessidade de lidar com desafios variados e de inovar e adaptar-se constantemente.

Mas como manter a saúde mental na retomada? Para responder a essa pergunta, a **Revista Assaí Bons Negócios** conversou com Adriana Prattes, especialista em Neurociências e Processos Psicológicos.

► Principais desafios para empreendedores são manter o controle emocional e desenvolver uma mentalidade configurada para um “novo mundo”, ou um “novo normal”



Fotos: Shutterstock / Divulgação

Assaí Bons Negócios: As relações devem ganhar um novo significado no mundo pós-pandemia. Como os empreendedores podem preparar a mente para esse novo cenário?

Adriana Prattes: O empreendedor tem um papel crucial nesse mundo pós-pandêmico. Justamente por isso, ele deve se preparar mudando a sua mentalidade, ou seja, a sua forma de enxergar as coisas. Na prática, a mentalidade deve estar configurada para o novo – olhar para esse “novo mundo” ou “novo normal” e se esforçar para enxergar as oportunidades; ter em mente que as crises são momentos de crescimento e que grandes empreendedores da nossa história se tornaram gigantes em meio a dificuldades. E uma maneira de desenvolver e ampliar esse pensamento é focar na positividade. Também é um momento ainda mais adequado para se capacitar por meio de cursos e leituras e de interagir com outros empreendedores para trocar experiências.

ABN: Um dos conceitos mais falados em saúde mental é resiliência. Mas o que é ser resiliente e como isso pode ajudar na volta às atividades?

AP: A resiliência é a habilidade de manter-se firme diante de situações difíceis e ser capaz de se adaptar

rapidamente às mais diversas circunstâncias. Quando estamos diante do novo, costumamos ficar paralisados, reagir ou até fugir para evitar o enfrentamento. Muitos empreendedores se encontram em um desses três estados em relação à pandemia. A resiliência é a principal habilidade que o proprietário de um pequeno negócio precisa para enfrentar os desafios da retomada.

ABN: Além de lidar com os próprios receios e inseguranças, o proprietário de um negócio precisa também lidar com a insegurança por parte de clientes e funcionários. Como fazer isso?

AP: O isolamento gerou altos níveis de insegurança, deixando as pessoas vulneráveis, fragilizadas e ansiosas. Sabendo disso, a melhor estratégia é promover ações que transmitam segurança e gerem confiança para clientes e funcionários. E a melhor forma de fazer isso é se comunicando de forma clara sobre o assunto – é importante manter e alimentar canais de comunicação de forma constante e transparente com ambos os públicos para informar sobre a higiene e a segurança do local e dos produtos, a estabilidade e as formas de trabalho, por exemplo.

CONTROLANDO A ANSIEDADE

Uma técnica simples, que envolve o conceito de *mindfulness* (atenção plena/consciência plena) – baseado na respiração e na consciência do “aqui e agora” –, ajuda a reduzir a ansiedade. Todos os dias, antes de pegar no sono, desligue tudo e faça o exercício de respiração “7-4-7” por cerca de dois minutos: inspire por sete segundos, segure o ar durante quatro segundos e expire por mais sete segundos. Repita esse ciclo, no mínimo, três vezes.

Na medida em que você respira, concentre seu pensamento apenas no trajeto da respiração. Mesmo que seu pensamento traga outras questões, deixe ele vir, deixe ele ir e volte sua atenção para a respiração. Faça o exercício diariamente (se possível, repita-o também pela manhã). Em menos de trinta dias você comprovará uma redução significativa nos níveis de ansiedade. ▲



“A resiliência é a principal habilidade que o empreendedor precisa para enfrentar os desafios da retomada”

Adriana Prattes, especialista em Neurociências e Processos Psicológicos



É hora de retomar seus planos

Em seu aniversário de 46 anos, Assaí premiará clientes com 6 milhões de reais. Veja como participar!

O ano de 2020 tem sido bastante desafiador. A pandemia do novo coronavírus mudou os planos de praticamente todos os brasileiros, gerando os mais variados impactos. Porém, desde o início da quarentena, o Assaí decidiu contribuir ativamente para minimizar os efeitos da crise adotando várias medidas, como: criar protocolos de segurança para reduzir riscos de contaminação em suas unidades e mantê-las em condições de abastecimento adequado; apoiar financeiramente fundos emergenciais para auxiliar pequenos negócios que estavam mais fragilizados quanto ao desa-

quecimento da economia; doar mais de 700 mil itens alimentícios e produtos de limpeza e higiene para pessoas em situação de vulnerabilidade; manter o ritmo de abertura de suas lojas, aumentando a geração de empregos em um período economicamente difícil.

E, na comemoração dos seus 46 anos, a rede atacadista dá mais um grande passo para ajudar milhares de brasileiros a retomarem seus planos e escreverem uma nova história após vários meses de desafios.

Durante o período da campanha de aniversário (entre 16/09 e 31/10/2020) serão distribuídos R\$ 6 milhões em prêmios, a maior quantia em toda a

história do Assaí! Para participar, é preciso se cadastrar – pelo site da campanha, pelo aplicativo do Assaí ou nos totens das lojas físicas. Antes de passar a compra, o cliente deve informar ao(a) operador(a) de caixa seu CPF ou CNPJ. Dessa forma, a compra será computada em seu cadastro automaticamente. Depois, a cada R\$ 100 acumulados, o cliente ganhará um número da sorte para concorrer às premiações periódicas e ao prêmio final.

Caso o cliente não tenha feito o cadastro previamente, é possível fazê-lo depois, informando o CPF ou o CNPJ no ato da compra – o cupom será computado de forma automática. Também é possível inserir os dados do cupom manualmente no cadastro quando o CPF ou o CNPJ não forem informados no momento da compra.

OS R\$ 6 MILHÕES EM PRÊMIOS SERÃO DISTRIBUÍDOS DA SEGUINTE FORMA:

R\$ 1 MILHÃO
livre de impostos!

Mais de 1000 ganhadores
de 3 MESES
de compras grátis
de R\$40 por mês**

25 MIL
vales-compra de R\$ 100
na hora, direto no caixa!**

CHANCES EM DOBRO

Durante o período da promoção, comprando ao menos R\$ 20 em produtos das marcas participantes (veja quais são nas páginas a seguir ou no site da campanha) ou pagando com o cartão de crédito Passaí, o cliente receberá o dobro de números da sorte. E o melhor: as vantagens são cumulativas, isto é, comprando produtos de marcas participantes e pagando com o Passaí, ganham-se quatro números da sorte, potencializando as chances de ser sorteado. ▲

Atenção: Bebidas alcoólicas acima de 13° GL, fumo e derivados, cartões-presente (gift-cards) e compras nas cafeterias e nos postos de combustíveis Assaí não são contabilizados na promoção.

Saiba mais: www.aniversarioassai.com.br

Você também pode mudar HISTÓRIAS!

Assaí doará mais de 460 toneladas de produtos a instituições, e clientes poderão participar da votação sobre distribuição

Como parte da comemoração do aniversário de 46 anos do Assaí, a rede atacadista doará mais de 460 toneladas de produtos por meio da ação "Abraça uma Causa com a Gente". Na iniciativa, participarão 69 instituições sociais de todo o Brasil (que atuam nas temáticas Saúde, Educação e Alimentação), sendo três por estado.

Clientes do Assaí que participarem da campanha de aniversário poderão votar – no momento do cadastro, na atualização de dados cadastrais ou no momento de confirmar sua participação na campanha – em uma das insti-

tuições participantes. O cliente vota na causa de sua preferência. Ao final da Campanha, a que tiver mais votos receberá 50% das doações. A que ficar em segundo lugar receberá 30% e a causa ou tema que ficar em terceiro lugar receberá 20% da doação total, que será de R\$1,38 milhão. Apesar dos percentuais maiores para as entidades com mais votos, todas receberão doações, cuja entrega será feita por meio do Cartão Cesta Básica Assaí. ▲



Fotos: Divulgação

Na história das promoções,
esta é a que você mais esperava!



Faça uma
NOVA HISTÓRIA
ANIVERSÁRIO 46 ANOS
ASSAÍ
ATACADISTA

Mais de
R\$ 6 MILHÕES

em prêmios, para você retomar seus planos!

R\$ 1 MILHÃO
livre de impostos!*

Mais de
1000 ganhadores
de **3 MESES**
de compras grátis
de R\$460 por mês!***

25 MIL
vales-compra de R\$ 100
na hora, direto no caixa!***

E VOCÊ também pode ajudar a mudar histórias!

Abrace
uma
causa
com a gente!

460 toneladas
de produtos serão doadas
pelo Assaí para diversas
instituições pelo Brasil.
Escolha a causa e participe!

aniversarioassai.com.br

Cadastre-se uma vez
no App, Totem ou Site
e escolha uma causa
para abraçar!

Informe seu
CPF ou CNPJ
no caixa no início de
cada compra.

A cada R\$100,00
acumulados em compras
= **1 número da sorte**
para concorrer aos prêmios.

Dobre suas Chances!
Comprando R\$20 ou mais em
Marcas Participantes ou pagando
com o Cartão de Crédito Passaí.

Marcas Participantes:



Tá chegando o verão!

Os produtos perfeitos para a estação mais quente do ano você encontra no Assaí!



SUCO SUFRESH

Variados

Com frutas selecionadas cuidadosamente para garantir a máxima fidelidade no sabor e no frescor, a linha Néctar Sufresh conta com 13 sabores tradicionais (laranja, uva, manga e vários outros), além de dois (manga e uva) na categoria *light*.



CONTRAFILÉ BOVINO

Variados

Um dos cortes bovinos mais tradicionais e versáteis da cozinha brasileira, o contrafilé é uma ótima pedida para o churrasco, devido à sua camada de gordura que proporciona sabor e maciez únicos.



PROTECTOR SOLAR SUNDOWN - TRIPLA PROTEÇÃO

Variados

A linha Sundown Praia e Piscina ajuda a proteger a pele de elementos agressores como o sol, o cloro e a água salgada do mar. O protetor solar é três vezes mais resistente à água e ao suor, trazendo segurança para toda a família.

SORVETE KIBON CREMOSÍSSIMO

1 litro

Um quilo de sorvete com cremosidade sem igual para refrescar os dias de calor. Disponível em dez sabores: flocos; creme; napolitano; passas ao rum; morango com chocolate; e as deliciosas combinações "4 em 1", que são a cara do verão.



Fotos: Divulgação / Shutterstock

CERVEJA HEINEKEN LONG NECK

330 ml

Com sabor e aroma únicos, graças à utilização de ingredientes puros na fabricação, e com o charme próprio das *long necks*, esse é um ótimo rótulo para desfrutar nos dias de calor.



Linha Super Turbo VTX

O PRIMEIRO **8 PÁS** DO BRASIL



MUITO
MAIS
VENTO

NOVA EMBALAGEM

Super Turbo
VTX-40-8P



mondialescolhainteligente.com.br

/mondialbr   

Veja mais em nosso canal no YouTube

MONDIAL
ELETRODOMÉSTICOS



📍 No setor de alimentação, Black Friday pode impulsionar ainda mais iniciativas alinhadas ao ambiente digital

Como a *Black Friday* pode impulsionar as vendas?

Por: Marcos Vinício Ambrósio
(Consultor de projetos Sebrae)

Com a pandemia, muitas empresas tiveram que fechar suas portas temporariamente e encontrar meios de vender *on-line*. O comportamento do consumidor também mudou nos últimos meses: somente em abril deste ano, cerca de três milhões de pessoas no Brasil fizeram uma compra na internet pela primeira vez. Vale lembrar que, apesar de a *Black Friday* ser o dia mais importante de vendas no mercado digital, cada vez mais ela se torna uma grande oportunidade para incrementar as vendas nos estabelecimentos físicos.

Fotos: Divulgação / Shutterstock

Nessa data, os consumidores compram por oportunidade e não por planejamento. Isso significa que uma ação bem executada pode ser o primeiro ponto de contato com vários clientes. Para fugir do óbvio, é fundamental se colocar no lugar do consumidor e buscar meios para melhorar a experiência de compras dele. E isso significa trabalhar em todos os sentidos – tudo o que o cliente vê, ouve, sente ou experimenta em toda a jornada de compra.

Estamos em um momento em que as pessoas passam mais tempo em casa, com a família. Questões como “o que eu posso entregar que vai trazer entretenimento, união e conforto aos familiares, buscando um valor agregado ao produto?” devem ser levantadas no desenvolvimento das estratégias para a *Black Friday*.

Nesse cenário, investir em ações criativas é fundamental, e isso não significa gastar muito ou desembolsar grandes quantias. Apostar em embalagens diferentes, em um cartão escrito à mão agradecendo a escolha e desejando bons momentos, entregar uma sobremesa inesperada para quem comprou uma refeição ou até mesmo incluir um kit com produtos de uma receita em sua exata quantidade para preparo em casa são

exemplos simples que personalizam a experiência do cliente.

Pequenas mudanças e boas práticas podem ser suficientes para atrair e fidelizar clientes. No segmento de alimentação, ações muito vistas na *Black Friday* em anos anteriores são: ausência de custo para o *delivery*; aquele “algo a mais” que o cliente não esperava; melhores condições de pagamento; e combos especiais.

Nos últimos anos, vimos muitos casos de combos exclusivos para a campanha, como uma pizzaria que ofereceu a “moda da casa” com refrigerante e pizza doce, sendo o custo para o cliente somente o da pizza salgada. Por outro lado, uma indústria de salgados que tinha os pães de queijo como carro-chefe ofereceu todo o restante de sua linha com metade do preço para ampliar a presença de mercado. Recordo também de um restaurante que presenteava os clientes com uma bebida-surpresa que harmonizava com a escolha dos pratos.

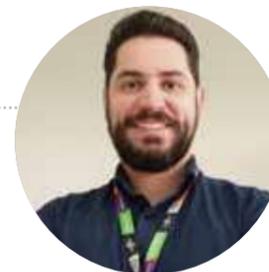
Na *Black Friday*, ações pontuais nas mídias sociais, como os sorteios, por exemplo, também foram bastante presentes, pois esse é o momento ideal para aumentar o engajamento e estreitar o relacionamento com os consumidores.

NADA DE “BLACK FRAUDE”

Não pratique a “*black fraude*”: o consumidor é cada vez mais atento, sabe o preço médio dos produtos e não vai avaliar bem seu negócio se você estiver vendendo pela “metade do dobro”. Disponibilize produtos abaixo dos preços que geralmente são aplicados. Na *Black Friday*, encontramos promoções de até 80%, então, é essencial planejar um percentual adequado para que a conta feche no fim da campanha.

E isso vale para todos os produtos. Lembre-se de que produto fora de sazonalidade não é aquele que não vende, mas sim aquele que não está em alta demanda ou ainda em baixa produtividade, como é caso de alguns alimentos. Já para produtos que estão em sua época, é um ótimo momento para ressaltar sua forma de uso na estação, e ainda buscar novas possibilidades de apresentá-los ao mercado.

O mais importante é refletir sobre o comportamento do consumo para a *Black Friday*, checar o histórico de vendas do ano passado e apostar na criatividade, se possível junto com a equipe, para traçar bons caminhos. 🍷



📍 Marcos Vinício Ambrósio

Gestor de projetos do Sebrae junto ao varejo físico e digital, *startups*, inovação e empreendedorismo



ENVIE SUA PERGUNTA

Acesse assai.com.br/perguntas e mande sua dúvida sobre empreendedorismo e negócios. Ou, se preferir, comente em nossas publicações nas redes sociais (Facebook, Instagram e Twitter) usando a *hashtag* #RevistaAssaiResponde. Se sua pergunta for selecionada, ela será respondida aqui na revista!

Fim de ano no Azul

Consultor traz dicas para vender mais no período de fim de ano mesmo com impactos da quarentena ainda presentes



✔ Criatividade e boa comunicação *on-line* são fatores-chave para contornar as dificuldades do atual cenário e ter melhores resultados em vendas

A época de fim de ano é bastante aguardada por comerciantes de diversos setores, que veem no período uma chance de alavancar seus ganhos. A combinação *festas de final de ano + injeção de recursos na economia (principalmente graças ao 13º salário) + clima mais quente + um volume maior de pessoas em férias ou recesso* gera oportunidades diversas também para o setor de alimentação.

Entretanto, neste ano, como consequência da pandemia do novo coronavírus, o período promete ser diferente dos anteriores: além dos efeitos econômicos, como desemprego e diminuição de renda em grande parte dos lares brasileiros, a necessidade de isolamento social mudará uma série de hábitos comuns. A saída para quem empreende no setor de alimentação é apostar na criatividade e na comunicação para impulsionar as vendas.

Veja a seguir orientações do consultor do Sebrae, Emerson Durso, para driblar os desafios do atual período e obter bons resultados no fim de ano.

“AUMENTE O VOLUME” DA SUA COMUNICAÇÃO

Mantenha suas redes sociais sempre atualizadas e busque aumentar a frequência de postagens. Atualize também os outros canais digitais, como site e perfil no Google Business.

Comunique com antecedência, apostando em fotos e vídeos, o que você apresentará de novidade no menu de fim de ano – tanto os pratos especiais prontos quanto os que poderão ser preparados em casa.

Facilite a vida do seu cliente para que ele não precise pensar duas vezes para fazer o pedido. Deixe claro o que está servindo e como fazer o pedido, seja qual for o canal de venda, e lembre-se de informar com quanto tempo de antecedência a encomenda precisa ser feita. >>



Fotos: Shutterstock / Divulgação

BOAS FESTAS EXIGEM PEDIDOS ENTREGUES COM **QUALIDADE!**

Confira nosso curso de **Vendas por Encomendas** e saiba como preparar o seu negócio para as festas de **fim de ano!**



APOIO:



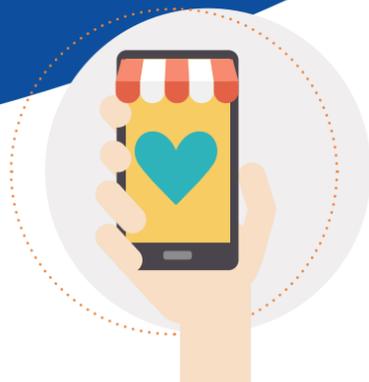
REALIZAÇÃO:





"A saída para quem empreende no setor de alimentação é apostar na criatividade e na comunicação para impulsionar as vendas"

Emerson Durso, consultor do Sebrae



MOSTRE QUE A SEGURANÇA DO SEU CLIENTE É PRIORIDADE

Mesmo com todas as precauções implementadas pelos proprietários de negócios de alimentação para assegurar a saúde dos seus clientes e colaboradores, o consumidor está receoso de expor a si e a sua família. Esse cliente, agora mais atento, quer saber como os alimentos são preparados, quantas pessoas tocaram nos talheres e quantas manipularam-nos antes de o prato chegar à mesa. Portanto, é importante deixar claro os cuidados que você está tomando.

Para isso, use as mídias sociais a seu favor, postando sobre suas iniciativas de higiene e segurança alimentar. Que tal um vídeo rápido mostrando como o alimento é preparado e embalado? 🍌

APOSTE EM AÇÕES CRIATIVAS

Não importa se você tem um bar, um restaurante, se é ambulante ou se trabalha com vendas por encomenda: fuja do óbvio e crie ações para chamar a atenção dos clientes e gerar oportunidades de vendas.

Durante a pandemia, as receitas *on-line* (desde as mais básicas até as sofisticadas) estão atingindo números de visualizações nunca vistos antes. Aproveite essa onda, grave suas receitas e utilize-as no relacionamento com seu cliente.

Aproveitando a época de fim de ano, você pode disponibilizar aos clientes um cartão-presente/vale-presente para que os clientes possam presentear familiares e pessoas queridas com os seus produtos especiais para o período.

Crie um programa de relacionamento, com um sistema em que o cliente acumula pontos a cada valor gasto até atingir um número que lhe dá direito a uma recompensa. Para os pedidos *on-line* ou para itens focados no período de fim de ano, a pontuação pode ser contabilizada em dobro. Essas ações fidelizam e aumentam a recorrência de compras. 🍌



MANTENHA O OPERACIONAL EM DIA

Apesar de as encomendas e o *delivery* terem grande potencial de saída no período de fim de ano, é preciso fazer ajustes pontuais para o atual contexto. O primeiro passo é identificar os produtos que trazem melhores margens e volume de vendas e focar neles, se necessário deixando outros itens de lado. Outra dica é encurtar a lista de compras, o que facilita o monitoramento da demanda e dos ingredientes de múltiplas utilizações e reduz o desperdício.



Chances em Dobro, comprando com Cartão Passaí.

Preço de Atacado, comprando a partir de 1 unidade.¹



O Aniversário do Assaí chegou e o Cartão Passaí é seu maior aliado nessa promoção, oferecendo chances em dobro para concorrer. Retome seus planos!

1. Nas lojas ASSAÍ, ao efetuar o pagamento de suas compras com o cartão de crédito Passaí pague o preço de atacado comprando em quantidades de Varejo. Confira as etiquetas com destaque de preço, regras de desconto e plano de pagamento nas lojas Assaí. Condições de pagamento exclusivas para cartão de crédito Passaí Promoção não cumulativa com outras promoções ou ofertas. Promoção válida de 16.09.2020 a 31.10.2020. *Prêmio entregue em Certificado de Ouro. **Vale-compras de uso exclusivo na loja Assaí. ***Prêmio entregue em cartão cesta básica Assaí. Consulte condições de participação, regulamentos e Certificados de Autorização no site www.aniversarioassaí.com.br. Imagens meramente ilustrativas.

Setor de alimentação no Combate à fome

Nova lei federal facilita doação de excedentes, por parte de pequenos negócios do ramo alimentício, a pessoas em situação de vulnerabilidade social

Doar o excedente de alimentos não comercializados a pessoas em condição de vulnerabilidade social sempre pareceu uma possibilidade para restaurantes, mercados e demais estabelecimentos. Mas nunca foi uma prática frequente. Isso porque o medo de responder por eventuais problemas causados pelo consumo desses alimentos doados, e os possíveis custos judiciais ou indenizações, desencorajava, principalmente, pequenos negócios de fazer as doações, levando-os a optar por simplesmente descartar seus excedentes.

Diante desse cenário, e com o objetivo de estimular a redução de desperdícios, foi sancionada em junho deste ano a Lei 14.016, que autoriza estabelecimentos que produzem e fornecem alimentos (incluindo os *in natura*, produtos industrializados e refeições prontas para o consumo) a doarem seus excedentes não comercializados e ainda próprios para o consumo a pessoas carentes, oferecendo maior segurança jurídica e prevendo a limitação da responsabilização dos estabelecimentos doadores.

“É importante entender o contexto histórico em que essa lei foi apro-

vada. Todos sabemos da parcela de pessoas que passam fome e o quanto as doações são importantes para famílias em situação de vulnerabilidade. Mas, quando se investigava o montante das doações, elas praticamente não existiam em mercados, hipermercados, rotisseries, hotéis, restaurantes e lanchonetes que preparavam alimentos prontos”, explica Carla Hamada, diretora tributária da rede Assaí. Segundo ela, isso acontecia porque a maior parte dos estabelecimentos desconheciam as regras da vigilância sanitária ou não possuíam suporte jurídico para arcar com os riscos de uma doação.

◀ A Lei 14.016 ajuda a evitar o desperdício, permitindo que restaurantes doem seus excedentes a pessoas carentes

Vale ressaltar que essas doações são isentas do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços - ICMS, conforme previsão do convênio ICMS 136/94. O texto normativo ainda determina que os beneficiários das doações devem ser pessoas, famílias ou grupos que se encontram em situação de vulnerabilidade ou de risco alimentar ou nutricional.

A lei trouxe formalidade e segurança ao esclarecer que as doações não geram uma relação de consumo entre doador e receptor, e prevê que apenas responderão (nas esferas civil, administrativa e penal) por danos causados pelos alimentos doados se agirem com intenção específica de causar algum mal à saúde de quem recebe. >>

NÚMEROS DA FOME no Brasil

DADOS DE 2019



Fonte: Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura

CONDIÇÕES PARA DOAR

Apesar de a nova legislação simplificar a doação de alimentos excedentes, há uma série de cuidados que proprietários de estabelecimentos de alimentação devem levar em conta para preservar a segurança e a saúde dos receptores. "Na verdade, as pessoas não deixam de ser responsáveis, pois estamos trabalhando com vidas. Nesse sentido, a lei gerou algumas discussões entre profissionais de saúde sobre os requisitos para doação", explica a nutricionista Laura Magrini Luiz Alonso.

Ela aponta que as boas práticas de manipulação dos alimentos dentro

dos estabelecimentos são a base que garante a segurança tanto dos clientes como dos beneficiários de uma eventual doação. Laura recomenda que se consulte um profissional e que seja criado um projeto, no qual estejam claros alguns pontos: o que vai ser doado; para quem; a que distância esses alimentos serão transportados; e como será garantida sua segurança.

Ela afirma que o ideal é que a pessoa, grupo ou entidade receptora esteja o mais próximo possível para reduzir os riscos com relação a tempo e temperatura: "É preciso acompanhar uma cadeia inteira de envolvidos. A

doação é interessante, mas precisa servir ao seu propósito, que é alimentar as pessoas de forma segura".

Laura conta que a maior preocupação dos profissionais de saúde com o surgimento da lei 14.016 está relacionada a alimentos prontos, como aqueles que já passaram por uma cocção e por todas as etapas do processo produtivo. "Esses alimentos têm um nível de risco maior", salienta. "Tudo deve ser controlado do ponto de vista higiênico-sanitário, observando as boas práticas de fabricação e de manipulação", completa a nutricionista. >>

"A doação é interessante, mas ela precisa servir ao seu propósito, que é alimentar as pessoas de forma segura"

Laura Magrini Luiz Alonso, nutricionista

➔ Nova Lei deixa claro que essas doações são isentas do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços - ICMS e não podem ser tratadas como uma relação de consumo entre quem doa e quem recebe

Fotos: Shutterstock / Divulgação

Gomes da Costa

Vai com gosto!



O sabor que combina com o seu prato.



#vaicomgosto

www.gomesdacosta.com.br

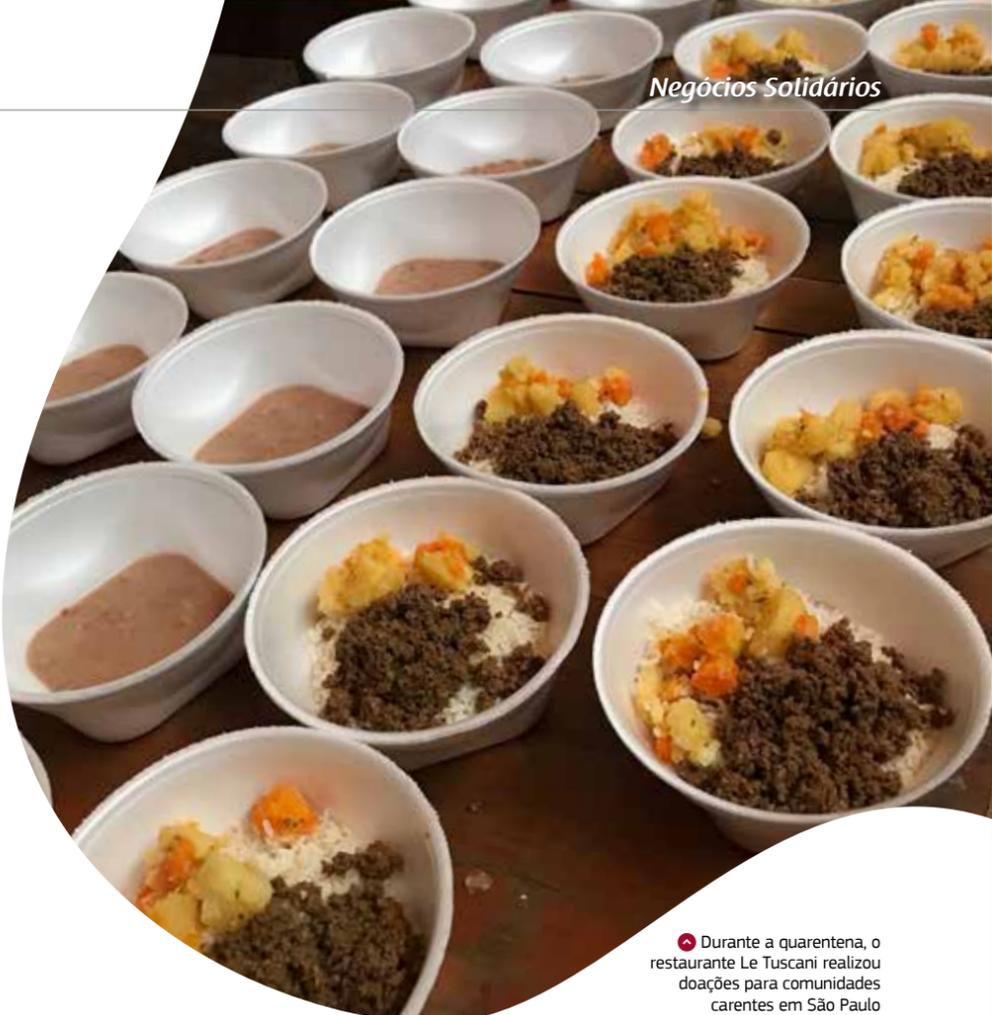
“É necessário continuar a lutar e a normatizar leis que facilitem e incentivem os empresários a fazerem a sua parte, dentro do que é possível, para ajudar no combate à fome”

Carla Hamada, diretora tributária do Assai Atacadista

SOLIDARIEDADE NA PRÁTICA

O restaurante Le Tuscani, de São Paulo, foi um dos que reforçaram suas boas práticas quanto às doações, graças à nova lei. De acordo com o proprietário, Márcio de Paula, o início da pandemia fez com que houvesse mais excedentes, que passaram a ser doados – o que se intensificou após a aprovação da lei. “Nós conseguimos uma ajuda da escola de samba Unidos de Vila Maria. Eles conversavam com os líderes das comunidades em que já prestavam atendimento e então combinávamos um dia e horário para entregar as refeições prontas – geralmente com arroz, feijão, frango, carne, legumes e farofa”, relata.

Márcio explica que o transporte dos alimentos era feito em caixas térmicas, para preservar sua qualidade. Além disso, todos os colaboradores do projeto usavam luvas e máscaras, o que já era uma prática do restaurante. “Nossa empresa segue uma série de normas bastante rígidas por trabalhar com produtos perecíveis. Todos os itens não utilizados são etiquetados com data de validade. Também fazemos o controle de temperatura e os ambientes estão



• Durante a quarentena, o restaurante Le Tuscani realizou doações para comunidades carentes em São Paulo

sempre limpos. Esses cuidados se tornaram ainda mais rigorosos após a pandemia”, ressalta o proprietário.

Segundo Márcio, a frequência de doações no período da quarentena chegou a ser de uma a duas vezes por semana. “Agora que os restaurantes estão retomando suas atividades, em ritmo de trabalho reduzido, temos menos excedentes, até porque acabamos comprando menos e precisamos utilizar melhor nossas compras. Por isso, temos doado os excedentes para a população itinerante de rua, em nossa própria região”, conta. Mesmo assim, o empresário tem planos de continuar com seu trabalho junto à comunidade: “Muitas pessoas perderam o emprego e continuarão precisando de ajuda, principalmente após esse período tão complicado. Por isso, é importante que possamos manter as doações, inclusive com a colaboração de nossos clientes, como temos feito”.

ISENÇÃO TRIBUTÁRIA

A lei 14.016 não alterou a legislação tributária federal, que estabelece limites legais para dedução, na apuração do Imposto de Renda Pessoa Jurídica, de doações a entidades civis (2% do lucro operacional).

Cabe ao doador observar se o receptor da doação se enquadra nas hipóteses incentivadas: bancos de alimentos; entidades beneficentes de assistência social certificadas; ou entidades religiosas. Além da dedução no âmbito federal, cada estado estabelece regras diversas para não incidência do imposto sobre doações. ▲

VIGOR GREGO

#esse momento é meu



Tenha o seu momento junto com Vigor Grego Experimente!

Cozinha com propósito



Jéssica Pereira juntou cursos, economias, familiares e amigos e abriu o Bellatucci Café, em São Paulo

Jéssica Pereira, a primeira empreendedora com Síndrome de Down a se formalizar no Brasil, conta como realizou o sonho de abrir uma cafeteria inclusiva em São Paulo

Eu sempre gostei de cozinhar. Desde pequena sempre ajudava a minha mãe na cozinha. Como não podia mexer no fogão, eu preparava as saladas, fazia o suco e arrumava a mesa – eram minhas tarefas nos finais de semana. Mas, antes de minha família reconhecer minhas habilidades para a gastronomia, fui incentivada a fazer diversos cursos. Era uma forma de me dar autonomia e ajudar a descobrir a minha vocação.

Antes de me tornar *chef* de cozinha, fiz aulas de fotografia, massagem, cabeleireiro e teatro. Durante o curso de cabeleireiro, cheguei a estagiar em uma grande rede de salões de beleza, mas não era isso o que eu queria fazer. Também tive uma experiência como atendente de farmácia, porém, ainda não havia me encontrado profissionalmente.

A minha paixão pela cozinha me levou a fazer diversos cursos de culinária. Dentre eles, frequentei as aulas do >>

Fotos: Arquivo Pessoal / Divulgação

Vai bem também com *café*



Assugrin

- Giro Garantido;
- Consumidores fiéis a marca e ao sabor;
- Nas Versões tradicional e com adição de Stévia.



O custo do sachê na caixa de 1000 unidades é



50% menor

@assugrin

@talequal_oficial

www.assugrin.com.br

Instituto Chefs Especiais, um projeto que ensina gastronomia para pessoas com Síndrome de Down, e conheci grandes chefs, como Henrique Fogaça e Claude Troisgros. Foi durante esse curso que eu aprendi a receita do nhoque de mandioquinha, um dos pratos mais especiais da cafeteria.

Um dia, em uma conversa com a minha família, falei do meu sonho: ter meu próprio restaurante. Mas, os custos para abrir um restaurante são muito altos, então chegamos à proposta de um café. Eu juntei todas as minhas economias e a minha irmã, Priscila, e meu cunhado, Douglas, abriram mão de comprar o apartamento deles para investir no nosso negócio: o Bellatucci Café.

Abrimos as portas em julho de 2017, e eu fiz questão de participar de cada detalhe – a decoração, por exemplo, lembra uma casa de bonecas. Fui eu que escolhi as cores das paredes e dos móveis, mas tive a ajuda de toda a família. Todos se envolveram desde o início e continuam trabalhando comigo. Além deles, trabalham na cafeteria o meu namorado e alguns amigos, todos com Síndrome de Down: são dois garçons, um salgadoiro e uma barista. Quero que todos possam realizar o sonho de trabalhar em um lugar feliz, assim como eu.

Cozinhar é a minha paixão! Então, mesmo tendo a ajuda da minha mãe, quem comanda o preparo dos pratos sou eu. No cardápio do Bellatucci, há uma variedade de cafés, bolos, waffles, saladas, quiches, panquecas, omeletes e, claro, o famoso nhoque de mandioquinha – ele é servido todo dia 29, como manda a tradição do “nhoque da fortuna”. Não dá para fazer todos os dias porque é um prato que dá muito trabalho, mas é a receita que eu mais gosto de fazer.



▶ O Bellatucci Café é um negócio inclusivo: a equipe é formada apenas por pessoas com Síndrome de Down

A rotina do trabalho não me cansa, eu amo o que faço. Antes da pandemia, ia para o café todos os dias; agora, vou três vezes por semana. Trabalho no período da manhã e estudo à tarde – estou terminando o ensino médio –, e continuo a fazer aulas de teatro. O meu sonho, agora, é cursar uma faculdade de gastronomia e expandir o negócio. A ideia é ampliar o espaço e transformá-lo em um café-bistrô.

O Bellatucci Café também tem um canal no YouTube, no qual ensino várias receitas, inclusive pratos do nosso cardápio. Aqui na cafeteria, tudo é feito com muito amor. Mas não pode ter pressa porque respeitamos o tempo de cada um, e aqui somos todos aprendizes. Queremos mostrar que as pessoas com Síndrome de Down têm talento de sobra. Elas precisam apenas de oportunidades.

Além de cuidar das receitas, faço questão de atender aos clientes. Gosto de agradecer pela visita e saber se gostaram da minha comida. Muitas pessoas vêm até aqui para falar comigo, me conhecer, tirar fotos.

Famílias que têm uma pessoa com Síndrome de Down também fazem questão de conhecer a cafeteria porque, de certa forma, elas me veem como inspiração. Sou muito feliz por mostrar para todo mundo que sou uma empreendedora e realizei o sonho de ter meu próprio café. 🍷



▶ Jéssica Pereira
Proprietária do Bellatucci Café

saiba mais

bellatuccicafe



/nutellabrasil

@nutellabr

Boas Festas

As festas de fim de ano ficam muito mais saborosas quando contam com produtos especiais!



COBERTURA HARALD CONFEITEIRO

Variados
Cobertura fracionada versátil, perfeita para as sobremesas das noites de Natal e ano-novo. Disponível nas opções *ao leite*, *meio amargo*, *blend* e *chocolate branco*.



PERU TEMPERADO PERDIGÃO

4 kg (aprox.)
Tradicionalíssimo na mesa de Natal, o peru Perdigão tem sempre lugar de destaque na ceia, muitas vezes como prato principal. Ele já vem temperado e pronto para assar!

LENTILHA YOKI

500 g
Ingrediente extremamente versátil, a lentilha Yoki é perfeita para sopas, saladas, bolinhos e uma variedade de outras receitas, além de ser uma pedida infalível para festejar a chegada do ano novo.



ESPUMANTE AURORA MOSCATEL

750 ml
Fino e saboroso, esse vinho espumante é produzido com as uvas Moscato Bianco e Moscato Giallo. Delicada e com grande equilíbrio entre doçura e acidez, a bebida trará um sabor especial para a noite de Réveillon.



PERNIL TEMPERADO SEARA

Variados
O pernil temperado com osso da Seara é um dos pratos mais tradicionais das festas de fim de ano. Ele é macio, tenro e vem pronto para receber seu toque especial e ir para a mesa.

Fotos: Divulgação / Shutterstock



SÃO ESCOLHAS COMO ESTA QUE TORNAM A VIDA MAIS SABOROSA.



3 MALTES IMPORTADOS



[f](#) [i](#) /cervejaimperio www.cervejaimperio.com.br

SE BEBER, NÃO DIRIJA.

VENDA E CONSUMO PROIBIDOS PARA MENORES DE 18 ANOS.

NESCAFÉ®

O CAFÉ SOLÚVEL
MAIS AMADO
DO BRASIL

 @nescafebr

www.nescafe.com.br





INTELIGÊNCIA EMOCIONAL PARA SUPERAR DESAFIOS

Para lidar melhor com todos os aspectos do período pós-quarentena, em que pequenos negócios precisarão, mais do que nunca, se reinventarem para se manterem competitivos e lucrativos, é essencial ter o emocional sob controle. Nesse curso, você aprenderá a lidar melhor com as emoções em períodos de incertezas, a aumentar sua resiliência, a manter a motivação em alta e a superar os desafios diários no período de retomada econômica.

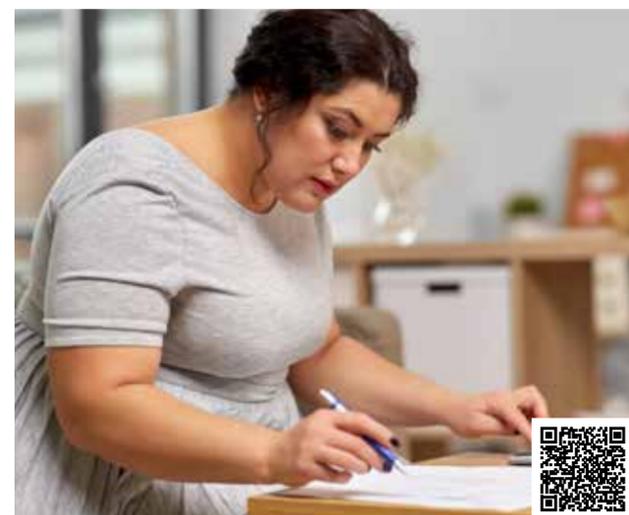
CARGA HORÁRIA: 4 h
VALOR: R\$ 29,90
INFORMAÇÕES:
bit.ly/Inteligencia_Emocional_Udemy



COMBATENDO O CORONAVÍRUS EM NEGÓCIOS DE ALIMENTAÇÃO

Se você pretende se aprofundar na higienização e na segurança alimentar do seu negócio e torná-lo muito mais seguro quanto ao coronavírus e a demais contaminações, esse curso *on-line* da Abrasel, em parceria com o Sebrae, é uma ótima pedida. São quatro módulos disponíveis: higienização do ambiente; armazenamento de mercadorias; pré-preparo e preparo de alimentos; distribuição e transporte de alimentos; além de um *e-book* com normas preventivas a contaminações.

CARGA HORÁRIA: 1 h
VALOR: gratuito
INFORMAÇÕES:
bit.ly/Higienizacao_Coronavirus_Abrasel



FINANÇAS BÁSICAS PARA EMPREENDEDORES

Direcionado tanto a empreendedores que estão tendo seu primeiro contato com as finanças quanto àqueles que se veem perdidos na organização financeira do seu negócio, esse curso *on-line* da Endeavor traz preciosos ensinamentos para desenvolver um bom controle das finanças de um pequeno empreendimento. Ao final, você será capaz de controlar adequadamente as entradas e as saídas do caixa, identificar se a operação está gerando lucro e fazer projeções financeiras, favorecendo um desenvolvimento muito mais saudável para o negócio.

CARGA HORÁRIA: 4 h
VALOR: gratuito
INFORMAÇÕES:
bit.ly/Financas_Empreendedores_Endavor



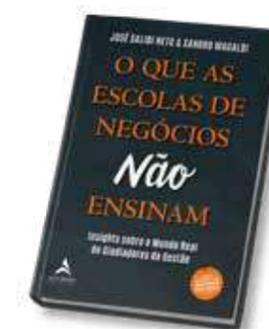
LEITURA



EMPREENDEDORES INTELIGENTES ENRIQUECEM MAIS

Autor: Gustavo Cerbasi

Em épocas de crise econômica e desemprego em alta, cresce o número de pessoas que decidem apostar em um negócio próprio. Em geral, esses empreendedores concentram todos os esforços no desenvolvimento de produtos ou serviços, mas não se preocupam muito com um plano de negócios ou com a parte financeira. Nesse livro, o guru da educação financeira explica detalhadamente a parte menos “glamorosa” (porém mais do que essencial) do empreendedorismo, que é a gestão das finanças.



O QUE AS ESCOLAS DE NEGÓCIOS NÃO ENSINAM

Autores: José Salibi Neto e Sandro Magaldi

Com a proposta de compilar “dez livros de gestão de negócios em um”, os autores – com ampla vivência à frente de empresas – buscam conectar princípios clássicos e essenciais da gestão de um empreendimento às demandas mais recentes, apresentando a parte teórica “sem enrolação”, com enfoque central no aspecto prático. Você irá conferir diversos casos reais para ilustrar os conteúdos, e terá acesso a uma série de sugestões práticas para inspirar a tomada de decisão nas diversas áreas do seu negócio.

APLICATIVOS



CÍNGULO

Disponível para Android e iOS

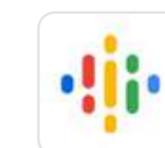


Um dos principais aplicativos de crescimento pessoal, o Cingulo, resultado de mais de 15 anos de pesquisa científica e conhecimento clínico sobre a mente humana, é uma espécie de “terapia guiada”. Com ele, você terá acesso a uma série de sessões que o ajudarão a lidar com ansiedade, estresse, baixa autoestima, insegurança, depressão e outras dificuldades, além de sessões guiadas de meditação.



GOOGLE PODCASTS

Disponível para Android e iOS



Que tal ter à disposição milhares de *podcasts* de diferentes assuntos, gratuitamente, para ouvir em qualquer lugar? Com esse aplicativo, você terá em mãos um leque enorme de conteúdos em áudio sobre tecnologia, ciência, música, notícias, saúde, esportes e muito mais. Para quem empreende, há também a categoria de negócios, com um arsenal de conteúdos para inspirar e trazer mais conhecimento.

NOVO OMO PERFECT WHITE

DESCUBRA
O VERDADEIRO SIGNIFICADO
DE ROUPAS BRANCAS



Elimina o amarelamento
de até **540kg**
de roupas brancas

NOSSAS LOJAS

ALAGOAS

Assaí Arapiraca
Rua Maria Genusir Soares, 308
(Rod. AL 220) - Planalto
Tel.: (82) 3522-8600 / 3522-8602

Assaí Maceió

Av. Menino Marcelo, s/n - Maceió
Tel.: (82) 3334-4269 / 3334-3949

AMAPÁ

Assaí Macapá
Rod. Juscelino Kubitschek, Lote 03 - Macapá
Tel.: (96) 3203-0400 / 3203-0401

AMAZONAS

Assaí Manaus
Av. Autaz Mirim, 8.755 - Mutirão
(Grande Circular)
Tel.: (92) 3247-2250 / 3247-2251

Assaí Manaus II

Av. Efigênio Salles, 2.045 - Aleixo
Tel.: (92) 3643-0600 / 3643-0602

BAHIA

Assaí Calçada
Rua Luiz Maria, s/n (Calçada) - Salvador
Tel.: (71) 3316-8750 / 3316-8751

Assaí Camaçari Jorge Amado

Av. Jorge Amado, s/n - Jardim Limoeiro
Tel.: (71) 3454-0250 / 3454-0251

Assaí Feira de Santana

Av. Eduardo Fróes da Mota, s/n
Feira de Santana
Tel.: (75) 3626-3556 / 3624-1432

Assaí Guanambi

BR 030, km 06 (próximo ao aeroporto),
Bairro São Sebastião
Tel.: (77) 3452-4450/3452-4451

Assaí Ilhéus

Estrada Una-Ilheus, 222
(São Francisco) - Ilhéus/BA
Tel.: (73) 3657-6650 / 3657-6651

Assaí Itapetinga

Rodovia BA 263 - Recanto da Colina
(Em frente à UESB) - Itapetinga
Tel.: (77) 3262-3500 / 3262-3501

Assaí Jequié

Av. Cesar Borges, s/n - São Judas Tadeu
Tel.: (73) 3526-7423/ 3526-7131

Assaí Juazeiro da Bahia

Av. São João, s/n - Juazeiro
Tel.: (74) 3614-2490 / 3614-2274

Assaí Lauro de Freitas

Av. Santos Dumont, 2.239 - Lauro de Freitas
Tel.: (71) 3289-9500/ 3289-9501

Assaí Paulo Afonso

Av. do Aeroporto (BA - 210),
S/N - Jardim Bahia - Paulo Afonso
Tel.: (75) 3282-3900/ 3282-3901

Assaí Paripe

Av. Afranio Peixoto, s/n - Salvador
Tel.: (71) 3404-8450/ 3404-8451

Assaí Salvador Golf Club

Av. Aliomar Baleeiro, s/n
Bairro Pau da Lima (antigo Golf Club)
Tel.: (71) 3282 - 0400 / 3282 - 0401

Assaí Senhor Do Bonfim

BR 407 - Sentido Capim Grosso (próx. à entrada
de Umburanas) - Senhor do Bonfim
Tel.: (74) 3542-4900 / 3542-4901

Assaí Serrinha

Av. Lomanto Junior - BR 116, s/n (Cidade Nova)
Serrinha
Tel.: (75) 3261-8550 / 3261-8551

Assaí Vitória da Conquista

Anel Rodoviário Jádriel Matos Leste, s/n
Tel.: (77) 3425-0072 / 3425-0347

CEARÁ

Assaí Bezerra de Menezes
Av. Bezerra de Menezes, 571 - Fortaleza
Tel.: (85) 3533-4499 / 3533-4476

Assaí Caucaia

Rodovia BR. 222, 6.970, Bloco A - Caucaia
Tel.: (85) 3285-3739 / 3285-2966

Assaí Fortaleza BR116 - Messejana

BR 116, km 04, próx. à Av. Oliveira Paiva
Cidade dos Funcionários - Fortaleza
Tel.: (85) 3251-4700 / 3251-4701

NOVA LOJA

Assaí Iguatu
Avenida Perimetral, 611 (Areias) - Iguatu
Tel.: (88) 3566-7900 / 3566-7901

Assaí Juazeiro do Norte

Av. Padre Cícero, 4.400 - Juazeiro do Norte
Tel.: (88) 3571-4408 / 3571-3972

Assaí Maracanaú

Av. Dr. Mendel Steinbruch com
Av. do Contorno - Pajuçara
Tel.: (85) 3383-5900 / 3383-5901

Assaí Parangaba

Av. Godofredo Maciel, 86 - Fortaleza
Tel.: (85) 3292-6416 / 3292-6422

Assaí Sobral

Rodovia BR 222, 3.668
Cidade Gerardo Cristino de Menezes
Tel.: (88) 3614-0008 / 3614-4573

Assaí Washington Soares

Av. Washington Soares, 5.657 - Fortaleza
Tel.: (85) 3533-8200

DISTRITO FEDERAL

Assaí Brasília Sul
Sia Trecho 12, Lote 105, loja 1
Zona Industrial, s/n - Brasília
Tel.: (61) 3233-1773 / 3233-2624

Assaí Ceilândia

Setor M Qnm 11 - Mezanino - Brasília
Tel.: (61) 3372-8112 / 3373-6024

Assaí Taguatinga

QS 9 - Rua 100, Lote 04 (Areal - Pistão Sul EPNB)
Brasília
Tel.: (61) 3456-9150 / 3456-9151

GOIÁS

Assaí Anápolis
Av. Universitária, 765 - Anápolis
Tel.: (062) 3310-8700 / 3310-8701

Assaí Goiânia Buriti

Av. Padre Orlando Morais, s/n - Goiânia
Tel.: (62) 3280-7205 / 3280-7156

Assaí Goiânia Independência

Av. Independência, s/n (ao lado do Parque
Mutirama) - Goiânia - Setor Central
Tel.: (62) 3243-5801 / 3243-5802

Assaí Goiânia Perimetral

Av. Perimetral Norte, 2.609
Setor Vila João Vaz - Goiânia
Tel.: (62) 3219-7850 / 3219-7855

Assaí Goiânia Av. T9

Av. T-9, s/n - Jardim Europa
(próximo ao Terminal Bandeira) - Goiânia
Tel.: (62) 3219-8700

Assaí Rio Verde

Rua João Moreira
(Rodovia BR 60 - Vila Mariana)
S/N Lote A - Rio Verde
Tel.: (64) 3901-3150 / 3901-3151

Assaí Valparaíso

BR 040 - Km 3 - sentido Luziânia
Valparaíso de Goiás
Tel.: (61) 3669-9850/ 3669-9851

MARANHÃO

Assaí São Luís Guajajaras
Av. Guajajaras, 06 (São Bernardo) - São Luís
Tel.: (98) 3133-6566 / 3133-6567

MATO GROSSO

Assaí Cuiabá
Rua Fernando Corrêa da Costa, 4.875 - Coxipó
Tel.: (65) 3667-9287 / 3667-4850

Assaí Rondonópolis

Av. Presidente Médici, 4.269 - Rondonópolis
Tel.: (66) 3425-2167 / 3425-2171

Assaí Várzea Grande

Av. Dom Orlando Chaves, s/n
Tel.: (65) 3685-4737 / 3685-4739

MATO GROSSO DO SUL

Assaí Campo Grande
Av. Fábio Zahran, 7.919 - Vila Carvalho
Tel.: (67) 3342-6665 / 3342-6850

Assaí Campo Grande Aeroporto

Av. Duque de Caxias, 3.200 - Campo Grande
Tel.: (67) 3368-1650 / 3368-1651

Assaí Coronel Antonino

Rua Av. Consul Assaf Trad, s/n - Campo Grande
Tel.: (67) 3354-6000

Assaí Dourados

Rua Coronel Ponciano, 785 - Terra Roxa
Tel.: (67) 3416-2500 / 3416-2501

NOVA LOJA

Assaí São Luís Turu
Av. São Luís Rei de França, S/N (Turu) - São Luís
Tel.: (098) 3131-3650 / 3131-3651

MINAS GERAIS

Assaí Contagem
Av. João César de Oliveira 4.321
Tel.: (31) 3198-3100 / 3198-3101

Assaí Uberlândia

Av. Rondon Pacheco, 755 - Tabajaras
Tel.: (34) 3299-4600/ 3299-4601

PARÁ

Assaí Ananindeua
Rodovia BR 316, KM 9 - Próximo ao posto
da Polícia Federal - Ananindeua
Tel.: (91) 3262-8350/3262-8351

Assaí Belém

Av. Independência com Rodovia Mário Covas
Coqueiro - Belém
Tel.: (91) 3284-1551

Assaí Castanhal

(BR 316) Av. Pres. Getúlio Vargas, 5.600
Tel.: (91) 3412-4650 / 3412-4651

Assaí Parauapebas

Rodovia PA 275, S/N (Bairro Gleba Carajás III)
Parauapebas
Tel.: (94) 3352-5250 / 3352-5251

Assaí Santarém

Av. Engenheiro Fernando Guilhon, S/N
(Santarenzinho) - Santarém
Tel.: (93) 3524-7900 / 3524-7901

PARAÍBA

Assaí Campina Grande
Av. Assis Chateaubriand, s/n - Liberdade
Tel.: (83) 3331-3507 / 3331-1984

Assaí João Pessoa

Rua Motorista Aldovandro Amâncio
Pereira, 51 - Ernesto Geisel - João Pessoa
Tel.: (83) 3231-4722 / 3231-4392

Protex[®]

Elimina **99,9%** das bactérias
e o vírus da **COVID-19***



Garanta essa
proteção na sua loja!

*Lavando as mãos com sabonete por 40 segundos

NOSSAS LOJAS

PARANÁ

Assaí Curitiba
Linha Verde - BR-116 - ao lado do Terminal Pinheirinho - Pinheirinho
Tel.: (41) 3567-5350 / 3567-5351

Assaí Curitiba JK
Av. Juscelino Kubitschek de Oliveira, 2.511 (CIC) - Curitiba
Tel.: (41) 3279-6100 / 3279-6101

Assaí Londrina
Av. Tiradentes, 4.650 - Londrina
Tel.: (43) 3357-9026 / 3357-9131

Assaí Londrina II
Av. Saul Elkind, 2.211
Conjunto Vivi Xavier - Londrina
Tel.: (43) 3294 -4101 / 3294 -4102

Assaí Maringá
Rua Rubens Sebastião Marin, 1.820
Tel.: (44) 3472-3600 / 3472-3604

PERNAMBUCO

Assaí Camaragibe
Av. Doutor Belmino Correia, 681
Tel.: (81) 3456-8950 / 3456-8951

Assaí Caruaru
Av. Cleto Campelo, 9 - N. Sra. das Dores
Tel.: (81) 3721-9597 / 3721-8591

Assaí Caruaru II
Av. João de Barros, s/n (Quadra 13) - Caruaru
Tel.: (81) 3725-6850 / 3725-6851

Assaí Garanhuns
Av. Prefeito Luiz Souto Dourado, 1.102
Severiano Moraes Filho - Garanhuns
Tel.: (87) 3762-2115 / 3763-6763

Assaí Imbiribeira
Av. Marechal Mascarenhas de Moraes, 2.180 - Recife
Tel.: (81) 3497-7350 / 3497-7351

Assaí Jaboatão
Av. General Barreto de Menezes, 434
Prazeres - Jaboatão dos Guararapes
Tel.: (81) 3468-2765 / 3797-2400

Assaí Paulista
BR 101, 5800 - Paulista
Tel.: (81) 3437-8701 / 3437-8702

Assaí Serra Talhada
Av. Waldemar Ignácio de Oliveira, S/N
Tel.: (87) 3929-2850 / 3929-2851

PIAUI

Assaí Parnaíba
Rodovia BR 343, 3.775 - Parnaíba
Tel.: (86) 3315-7100 / 3315-7101

Assaí Picos
Rodovia BR 316, S/N (Belo Norte) - Picos
Tel.: (89) 3415-0600 / 3415-0601

Assaí Teresina
Av. José Francisco de Almeida Neto, 1.000
(Av. Principal do Dirceu) - Teresina
Tel.: (86) 3194-1250 / 3194-1251

RIO DE JANEIRO

Assaí Alcântara
Rua Dr. Alfredo Becker, 605 - São Gonçalo
Tel.: (21) 3706-0343 / 2601-1414

Assaí Ayrton Senna
Av. Ayrton Senna 6.000 - Jacarepaguá
Tel.: (21) 2110-7850 / 2110-7852

Assaí Bangu
Rua Francisco Real, 2.050 - Rio de Janeiro
Tel.: (21) 2401-9576 / 2401-6224

Assaí Cabo Frio
Av. América Central, 900
Tel.: (22) 2640-6450 / 2640-6451

Assaí Campinho
Rua Domingos Lopes, 195 - Madureira
Tel.: (21) 2450-2329 / 2452-2686

Assaí Campos dos Goytacazes
Av. Arthur Bernardes - Trevo do Índio (Acesso à Rod. Mário Covas) - Campos dos Goytacazes
Tel.: (22) 2739-7500 / 2739-7501

Assaí Campo Grande
Estrada do Mendanha, 3.457
Tel.: (21) 3406-6968 / 3406-3811

Assaí Ceasa
Av. Brasil, 19.001 - Irajá
Tel.: (21) 2471-2029 / 2471-2169

Assaí Duque de Caxias
Av. Governador Leonel de Moura Brizola, 2.973 - Vila Centenário
Tel.: (21) 3780-5801 / 3780-5802

Assaí Freguesia
Estrada de Jacarepaguá, 7.753 - Jacarepaguá
Tel.: (21) 2447-8525 / 2447-6580

Assaí Ilha do Governador
Av. Maestro Paulo Silva, 100 - Jardim Carioca
Tel.: (21) 3383-8589

Assaí Méier
R. Dias da Cruz, 371 (Méier) - Rio de Janeiro
Tel.: (21) 3296 -5050 / 3296 -5051

Assaí Nilópolis
Av. Getúlio de Moura, 1.983 - Centro
Tel.: (21) 2691-1972 / 2691-3696

Assaí Niterói
Rua Benjamin Constant, 263 - Largo do Barradas
Tel.: (21) 2625-6526

Assaí Nova Iguaçu
Rua Marechal Floriano Peixoto, 1.448
Nova Iguaçu
Tel.: (21) 3770-9175 / 3770-9145

Assaí Pilares
Av. Dom Hélder Câmara, 6.350 - Pilares
Tel.: (21) 3315-7200

Assaí Rio Dutra
Rodovia Presidente Dutra, 10.521
(Bairro Industrial) - Mesquita/RJ
Tel.: (21) 2797-1550 / 2797-1551

Assaí Sabão Português
Av. Brasil, 2.251, bairro São Cristóvão
Tel.: (21) 3295-2150 / 3295-2151

NOVA LOJA

Assaí Santa Cruz
Av. Padre Guilherme Decaminada, 2.385 (Santa Cruz) - Rio de Janeiro
Tel.: (21) 3198-1950 / (21) 3198-1951

Assaí Tijuca
Rua Uruguai, 329 - Rio de Janeiro
Tel.: (21) 2238-1323

RIO GRANDE DO NORTE

Assaí Natal
Av. Dão Silveira, s/n - Pitimbu - Natal
Tel.: (84) 3218-9324 / 3218-5529

Assaí São Gonçalo do Amarante
Av. Bacharel Tomaz Landim, s/n
São Gonçalo do Amarante
Tel.: (84) 3674-8450 / 3674-8452

RONDÔNIA

Assaí Porto Velho
Rua da Beira, 6.881 - Lagoa - Porto Velho
Tel.: (69) 3216-2300 / 3216-2301

RORAIMA

NOVA LOJA
Assaí Boa Vista
Av. Brasil, 616 (BR-174) - Boa Vista
Tel.: (95) 3194-1400 / 3194-1401

SÃO PAULO

ALTO TIETÉ
Assaí Brás Cubas
Av. Henrique Peres, 1.330 - Mogi das Cruzes
Tel.: (11) 4738-7300 / 4738-7301

Assaí Itaquaquetuba
Estrada São Paulo - Mogi, 3.810
Tel.: (11) 4642-9611 / 4642-5681

Assaí Mogi das Cruzes
Rua José Meloni, 998 - Mogi das Cruzes
Tel.: (11) 4790-6092 / 4790-610

Assaí Suzano
Rua Prudente Moraes, 1.751 - Suzano
Tel.: (11) 4741-1211 / 4741-1577

GRANDE SÃO PAULO

Assaí Águia de Haia
Av. Águia de Haia, 2.636 - Parque das Paineiras
Tel.: (11) 2046-6220

Assaí Aricanduva
Av. Aricanduva, 5.555 - Aricanduva
Tel.: (11) 2723-2350 / 2723-2351

Assaí Barra Funda
Av. Marquês de São Vicente, 1.354
Barra Funda - São Paulo
Tel.: (11) 3611-1658

Assaí Carapicuíba
Av. Desembargador Dr. Eduardo Cunha de Abreu, 1.455 - Vila Municipal - Carapicuíba
Tel.: (11) 4189-9601 / 4189-9602

Assaí Casa Verde
Av. Engenheiro Caetano Álvares, 1.927
Casa Verde - São Paulo
Tel.: (11) 3411-5262 / 3411-5250

Assaí Cidade Dutra
Av. Senador Teotônio Vilela, 2.926
Jardim Iporanga - Cidade Dutra
Tel.: (11) 5970-5901

Assaí Cotia
Estrada do Embú, 162 - Jardim Torino - Cotia
Tel.: (11) 2159-4650 / 2159-4655

Assaí Diadema
Av. Piraporinha, 1.144 - Vila Nogueira
Tel.: (11) 4070-8701 / 4070-8702

Assaí Guarulhos Dutra
Av. Aniello Pratici, 494
Jd. Santa Francisca - Guarulhos
Tel.: (11) 3411-5700 / 3411-5706

Assaí Guarulhos Jamil João Zarif
Av. Jamil João Zarif, 689 - Jardim Santa Vicência
Tel.: (11) 2402-8950 / 2402-8951

Assaí Embu das Artes
Av. Elias Yazbek, 1.183 - Centro
Tel.: (11) 4778-9600 / 4778-9601

Assaí Fernão Dias
Rodovia Fernão Dias, s/n, km 86,4 - São Paulo
Tel.: (11) 2242-4668 / 2242-4123

Assaí Freguesia do Ó
Av. Santa Marina, 2.100 - São Paulo
Tel.: (11) 3932-3415 / 3932-2609

Assaí Giovanni Pirelli
Rua Giovanni Battista Pirelli, 1.221 - Santo André
Tel.: (11) 4458-0904 / 4458-2828

Assaí Guaianases
Estrada Dom João Nery, 4.031 - São Paulo
Tel.: (11) 3052-1349 / 3052-1347

Assaí Jandira
Av. Alziro Soares, 20
(próximo à estação Jardim Silveira)
Tel.: (11) 4772-1400 / 4772-1401

GIOVANNA BABY

GIOVANNA BABY
blue
PROTEÇÃO E CUIDADO
com agente hidratante

GIOVANNA BABY
classic
PROTEÇÃO E CUIDADO
com agente hidratante

GIOVANNA BABY
Sweet
COLLECTION
cherry
PROTEÇÃO E CUIDADO
com agente hidratante

GIOVANNA BABY
Sweet
COLLECTION
vanilla
PROTEÇÃO E CUIDADO
com agente hidratante

GIOVANNA BABY
blue
PROTEÇÃO E CUIDADO
com agente hidratante

GIOVANNA BABY
blue
PROTEÇÃO E CUIDADO
com agente hidratante

QR Code

giovannababyoficial
giovannababy.com.br

NOSSAS LOJAS

Assaí Itaquera
Av. Sylvio Torres, 190 - São Paulo
Tel.: (11) 3544-6482 / 3544-6450

Assaí Jabaquara
Rua Taquaruçu, 79 - São Paulo
Tel.: (11) 5011-5673 Ramal 19

Assaí Jaçanã
Av. Luís Stamatís, 35 - São Paulo
Tel.: (11) 3544-6550

Assaí Jacu Pêssego
Av. Jacu Pêssego, 750 - São Paulo
Tel.: (11) 2523-9360 / 2523-9361

Assaí Jaguaré
Av. Jaguaré, 925 - São Paulo
Tel.: (11) 3714-6815 / 3714-1357

Assaí Jaraguá/Taipas
Av. Raimundo Pereira de Magalhães, 10.535
Tel.: (11) 3944-6801 / 3944-6802

Assaí João Dias
Av. Guido Caloi, 25 - São Paulo
Tel.: (11) 2755-7555 / 2755-7556

Assaí Manilha
Rua Manilha, 42 - São Paulo
Tel.: (11) 3411-5155 / 2295-8847

Assaí Marginal Tietê-Penha
Av. Condessa Elisabete de Robiano, 5.500
São Paulo
Tel.: (11) 2641-0947 / 2641-2266

Assaí Mauá
Av. Antônia Rosa Fioravante, 3.270 - São Paulo
Tel.: (11) 4544-0900 / 4544-0901

Assaí Nordestina
Av. Nordestina, 3.077 - São Paulo
Tel.: (11) 2928-4651 / 2928-4650

Assaí Osasco
Av. dos Autonomistas, 1.687 - Vila Yara
Tel.: (11) 3411-5600 / 3411 5611

Assaí Pirajussara
Av. Ibirama, s/n - Taboão da Serra
Tel.: (11) 4138-1580 / 4138-1044

Assaí Ribeirão Pires
Av. Francisco Monteiro, 1.941 - Ribeirão Pires
Tel.: (11) 4825-1995

Assaí Santa Catarina
Av. Santa Catarina, 1.672
Vila Santa Catarina - São Paulo
Tel.: (11) 5671-8501 / 5671-8502

Assaí Santo Amaro
Av. das Nações Unidas, 21.883 - São Paulo
Tel.: (11) 3411-5408 / 3411-5405

Assaí Santo André
Rua Visconde de Taunay, 216 - Santo André
Tel.: (11) 3468-4702 / 3468-4700

Assaí Santo André Bala Juquinha
Av. dos Estados, 1.155 - Parque Central
Tel.: (11) 4976-9800 / 4976-9801

Assaí São Bernardo do Campo
Av. Piraporinha, 680 - Planalto
Tel.: (11) 3411-5650 / 3411-5662

Assaí São Caetano do Sul
Rua Senador Vergueiro, 428
Tel.: (11) 4224-2853 / 4224-2150

Assaí São Mateus
Av. Ragueb Chohfi, 58 - São Paulo
Tel.: (11) 2010-1200 / 2010-1201

Assaí São Miguel
Av. Marechal Tito, 1.300 - São Paulo
Tel.: (11) 3411-5300 / 3411-5311

Assaí São Miguel II
Av. São Miguel, 6.818 - Vila Norma - São Paulo
Tel.: (11) 2030-2351 / (11) 2030-2352

Assaí Sapopemba
Av. Sapopemba, 9.250 - São Paulo
Tel.: (11) 2197-1500

Assaí Sezefredo Fagundes
Av. Coronel Sezefredo Fagundes, 535 - Tucuçuvi
Tel.: (11) 2262-9830 / 2262-9831

Assaí Taboão da Serra
Av. Felício Barutti, 3.040 - Jardim Mirna
Tel.: (11) 4771-8547 / 4771-8711

Assaí Tatuapé
Av. Condessa Elisabete de Robiano, 2.176/2.186
São Paulo
Tel.: (11) 3411-5450 / 3411-5460

Assaí Teotônio Vilela
Av. Senador Teotônio Vilela, 8.765
Jardim Casa - São Paulo
Tel.: (11) 5922-9300 / 5922-9301

Assaí Vila Luzita
Av. Capitão Mário Toledo de Camargo, s/n
(em frente à Igreja Batista do Calvário)
Vila Luzita - Santo André
Tel.: (11) 4452-7901 / 4452-7902

Assaí Vila Sônia
Av. Professor Francisco Morato, 4.367 -
Vila Sônia - São Paulo
Tel.: (11) 3411-5550 / 3411-5556

INTERIOR

NOVA LOJA
Assaí Araçatuba
Rua: Waldemar Alves, 230 - São Vicente
Tel.: (18) 3636-4270 / 3636-4271

Assaí Bauri
Av. Nações Unidas, s/n - Quadra 06
Centro - Bauri
Tel.: (14) 3222-4152 / 3212-4605

Assaí Campinas
Av. Ruy Rodrigues, 1.400 - Amoreiras
Tel.: (19) 3223-2877

Assaí Campinas Centro
Av. Senador Saraiva, 835 - Centro - Campinas
Tel.: (19) 3274-3100 / 3274-3101

NOVA LOJA
Assaí Hortolândia
Rua Luiz Camilo de Camargo, 1.015
Bairro Remanso Campineiro
Tel.: (19) 3809-9200 / 3809-9201

Assaí Indaiatuba
Av. Francisco de Paula Leite, 2242 - Indaiatuba
Tel.: (19) 3816-9800 / 3816-9801

Assaí Jundiá
Rua Quinze de Novembro, 430 - Jundiá
Tel.: (11) 2136-0406 / 2136-0405

NOVA LOJA
Assaí Jundiá Ferroviários
Av. União dos Ferroviários, 2.940 - Jundiá
Tel.: (011) 4527-6500 / 4527 - 6501

Assaí Limeira
Rua José Bonifácio, 149 - Limeira
Tel.: (19) 2114-9850

Assaí Paulínia
Av. José Paulino, 2.600 - Jardim América
Tel.: (19) 3833-0760 / 3833-0761

Assaí Piracicaba
Rua Regente Feijó, 823 - Centro
Tel.: (19) 3436-6400 / 3436-6401

Assaí Presidente Prudente
Av. Joaquim Constantino, 3.025
Tel.: (18) 3908-4449 / 3908-4417

Assaí Ribeirão Preto
Av. Presidente Castelo Branco, 2.395
Parque Industrial Lagoinha - Ribeirão Preto
Tel.: (16) 3211-5706 / 3211-5700

Assaí Ribeirão Preto Rotatória
Av. Treze de Maio, 92 - Ribeirão Preto
Tel.: (16) 3624-8654 / 3624-8651

Assaí Rio Claro
Av. Tancredo Neves, 450 - Rio Claro
Tel.: (19) 2111-2157 / 2111-2151

Assaí São José dos Campos
Av. Dr. Sebastião Henrique da Cunha
Pontes, 4.600 - São José dos Campos
Tel.: (12) 3570-0121 / 3570-0122

Assaí Sorocaba
Rodovia Raposo Tavares, s/n - Vila Artura
Tel.: (15) 3388-3000 / 3388-3006

Assaí Sorocaba Itavuvu
Av. Itavuvu, 1.766 - Sorocaba
Tel.: (11) 3239-3204

Assaí Taubaté
Av. Dom Pedro I, 630 E (Terra Nova) - Taubaté/SP
Tel.: (12) 3625-3550 / 3625-3551

LITORAL

Assaí Caraguatatuba
Av. Prisciliana de Castilho, 840 - Caputera
Tel.: (12) 3897-5614 / 3897-5600

Assaí Praia Grande
Av. Presidente Kennedy, 100 - Emboacu
Tel.: (13) 3471-8475 / 3494-7792

Assaí Praia Grande II
Av. Ayrton Senna da Silva, 1.511 - Tude Bastos
Tel.: (13) 3473-6686 / 3473-7524

Assaí Praia Grande Jd Glória
Av. Min. Marcos Freire, s/n
(entre túneis 18 e 19)
Tel.: (13) 3596-9501 / 3596-9502

Assaí Santos
Av. Nossa Senhora de Fátima, 50 - Saboá
Tel.: (13) 3296-2100

Assaí São Vicente
Av. Antonio Emmerich, 245
Próximo ao 2º BC - São Vicente
Tel.: (13) 3569-1920 / 3569-1921

SERGIPE

Assaí Aracaju
Rua Simeão Aguiar, 430 - José
Conrado de Araújo - Aracaju
Tel.: (79) 3209-8000 / 3209-8001

Assaí Aracaju II
Av. Melício Machado, 240
(Zona de Expansão) - Aracaju
Tel.: (79) 3249-8500 / 3249-8501

Assaí Itabaiana
Av. Eduardo Paixão Rocha, 1.667
Porto - Itabaiana
Tel.: (79) 3432-9250 / 3432-9252

TOCANTINS

Assaí Palmas
Av. Joaquim Teotônio Segurado, S/N
(Plano Diretor Expansão Sul) - Palmas
Tel.: (63) 3228-2900 / 3228-2901



Confira a lista completa
de lojas também no site
assaí.com.br/nossaslojas

Difícil escolher entre
12 deliciosos sabores?

#*Leve todos!*



O SABOR DA FRUTA

RICO EM VITAMINA C

SEM CONSERVADORES



COCA-COLA BRASIL

**VÁRIOS SABORES
À SUA ESCOLHA**

