



## **Assaí oferece cesta básica 32% mais barata**

**São Paulo, maio de 2010** – O consumidor brasileiro gasta, em média, R\$ 261,39 com a compra de produtos da cesta básica (valor pesquisado pelo Dieese em abril). Mas, segundo a pesquisa feita pelo Assaí, é possível reduzir esse valor para R\$ 180,27, uma economia de até 32%, com compras nas lojas da rede.

De olho nessa economia, cresce cada vez mais o número de consumidores que buscam as vantagens de preços nas compras de produtos em grande quantidade, oferecidas pelos atacarejos. No caso do comparativo feito pelo Assaí, a economia de R\$ 81,12, ou cerca de 15% do Salário Mínimo faz muita diferença para os consumidores e amplia o seu poder de compra para outros segmentos, como o de bens duráveis.

Da cesta básica fazem parte carne, leite, feijão, arroz, farinha, batata, tomate, pão, café, banana, açúcar, óleo e manteiga. Produtos oferecidos pelo Assaí tanto para varejo, quanto para atacado e com diversas opções de marcas e preços. O consumidor ainda pode escolher levar o produto em maior quantidade, pagando menos por isso. Como é o caso da manteiga – o pacote com 1kg sai pelo mesmo preço que o pacote de 750g vendidos em um hipermercado, R\$ 8,99 – ou do Arroz – o pacote com 5kg, sai pelo mesmo preço que o de 3kg, R\$ 8,38.

A bandeira Assaí atende um público estimado em 1,6 milhão de pessoas definidos a partir da área de influência das 42 lojas da rede e que costumam comprar no atacado ou no varejo. Para facilitar o dia-a-dia do consumidor, a rede oferece 9 mil itens entre mercearia, alimentos, perecíveis, embalagens, bazar, higiene, bebidas e limpeza, de grandes marcas nacionais, regionais e importadas. Nos produtos de marca exclusiva Assaí, que totalizam cerca de 500 itens, os consumidores ganham 5% de desconto nas compras com o cartão da rede, oferecido sem valor mínimo de compra, e até 40 dias para pagar sem juros.

### **ASSAÍ**

A rede Assaí consolida a participação do Grupo Pão de Açúcar no atacado auto-serviço. Baixo custo operacional, preços competitivos, mix e volumes de mercadorias adequados ao seu público alvo são os principais diferenciais da rede. Com forte ritmo de expansão, o Grupo investiu R\$ 100 milhões na abertura de 10 lojas no ano passado e atualmente são 42 unidades presentes nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Ceará, Pernambuco e Tocantins.