

# GLOSSÁRIO

## DEFINIÇÕES E CONVENÇÕES DO SETOR DE SHOPPING CENTERS

*Neste material estão listados por ordem alfabética termos e definições mais comuns da indústria de shoppings.*

---

---

## **A**

### **ABL**

Área Bruta Locável, que corresponde ao somatório de todas as áreas disponíveis para a locação nos shopping centers, exceto merchandising.

### **Aluguel Complementar**

É a diferença (quando positiva) entre o aluguel mínimo e o aluguel com base em porcentagem de vendas paga como aluguel, conforme definida em contrato.

### **Aluguel Mínimo (ou aluguel-base)**

É o aluguel mínimo do contrato de locação de um lojista. Caso um lojista não tenha contratado um aluguel-base, o aluguel mínimo será uma porcentagem de suas vendas.

### **Aluguel Mesma Área (Na sigla em Inglês SSA)**

É a relação entre o aluguel faturado em uma mesma área no ano anterior com o ano atual incluindo somente áreas ativas.

### **Aluguel Mesmas Lojas (Na sigla em Inglês SSR)**

É a relação entre o aluguel faturado em uma mesma área no ano anterior com o ano atual incluindo somente áreas ativas.

## **B**

---

### **Brownfield**

Projetos de expansões em shopping centers existentes.

## C

---

### **Custo de Ocupação como % das Vendas**

É o custo de locação de uma loja como porcentagem das suas vendas. Ou seja, aluguel, mínimo e complementar somados a outras despesas como condomínio, fundo promocional e encargos comuns, divididos pelas vendas totais da loja.

## G

---

### **Greenfield**

Desenvolvimento de novos projetos de shopping centers.

## I

---

### **IBGE**

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

## L

---

## **Lazer**

Para atividade de shopping centers, os cinemas e teatros serão sempre considerados atividades de lazer, mesmo que atraiam um grande fluxo de consumidores e ocupe uma área locável maior que mil m<sup>2</sup> de ABL. Portanto, enquadram-se nessa categoria operações como: cinema, teatro, casa de shows, diversões (parques/videogames), boliche, bingo, museus, espaços culturais etc.

## **Lifestyle**

Shopping a céu aberto, que procura imitar o comércio de rua, com praça, jardins, luz e ventilação naturais. Voltado para a cultura, gastronomia, lazer e moda. Apresenta projetos arquitetônico e paisagístico arrojados, proporcionando ambientes agradáveis e de bom gosto.

## **Lojas Âncora**

1 - Grandes lojas conhecidas pelo público, com características estruturais e mercadológicas especiais, que funcionam como força de atração de consumidores, assegurando permanente afluência e trânsito uniforme destes em todas as áreas do shopping center. 2 - Plano de Mix Abrasce: O enquadramento de uma operação nessa categoria se deve à área locada (normalmente mais de 1.000 m<sup>2</sup>) e ao fluxo de pessoas que ela atrai para o Shopping Center. Podem ser operações varejistas dos seguintes segmentos: loja de departamentos, hipermercado, supermercado, construção e decoração, eletrodomésticos e eletroeletrônicos.

## **Lojas Satélites**

1 - Pequenas lojas, sem características estruturais e mercadológicas especiais, localizadas no entorno das Lojas Âncora e destinadas ao comércio em geral. 2 - Plano de Mix Abrasce: Engloba todas as lojas que vendem itens do vestuário, acessórios, artigos do lar, telefonia fixa e móvel, calçados, artigos esportivos, artigos diversos (Eletrônica, informática, brinquedos, artigos infantis, perfumes e cosméticos, entre outros) e alimentação (restaurantes com e sem serviços, cafeterias, self services, sorveterias, bombonnières etc...).

# **M**

---

## **Malls**

Áreas comuns dos Shoppings Centers (corredores) locadas para a colocação de stands, quiosques e similares.

## **Megalojas**

Podem ser consideradas lojas deste gênero aquelas especializadas em determinada linha de mercadoria, em grande escala, com ampla variedade de produtos, usando superfície de loja entre 500 a 999 m<sup>2</sup> de ABL.

Podem ser segmentos com os seguintes tipos de operação: Lojas que operam com moda própria exclusiva, abrangendo toda a linha masculina, feminina e infante-juvenil.

Ampliando o conceito, poderíamos classificar aqui as lojas que se dedicam ao entretenimento do lar e que, além dos eletroeletrônicos, trabalham também com discos e livros, informática, cine e foto.

Podem ser operações varejistas dos seguintes segmentos: vestuário, eletrodomésticos e eletroeletrônicos, móveis/ decoração/ cama, mesa e banho, papelaria/ informática/ material de escritório, artigos esportivos, livraria, brinquedos.

## **Merchandising**

É todo tipo de locação em um shopping não vinculada a uma área da ABL do shopping. Merchandising inclui receitas de quiosques, stands, cartazes, locação de espaços em pilares, portas e escadas rolantes, entre outros pontos de exposição em um shopping.

## **Mix de Lojas**

Plano de distribuição dos tipos e tamanhos de lojas pelo Shopping Center, de modo a gerar conveniência lucrativa para os lojistas e para os empreendedores dos Shopping Centers. Tradicionalmente, os Shopping Centers dividem suas categorias de lojas, que compõem o Mix de Lojas, em alimentação, artigos domésticos, vestuário, lazer, conveniência, serviços e miscelânea.

## **Multiplex**

Complexo de diversas salas de exibição de cinema, geralmente construídas no formato stadium, em que os assentos são dispostos em inclinações de aproximadamente 30 graus, permitindo ao público livre visualização das telas, independentemente da localização do assento.

---

## **Multiuso**

Estratégia baseada no desenvolvimento de empreendimentos residenciais e torres comerciais em áreas próximas aos shoppings.

# **O**

---

## **Outlet**

Tipo especializado de Shopping Center, com administração centralizada, com lojas locadas e, na sua maioria, operadas por fabricantes (indústria ou marcas), que vendem suas mercadorias diretamente ao público, com preços reduzidos o ano todo.

# **S**

---

## **Shopping Center**

Centro comercial formado por um grupo de estabelecimentos de comércio essencialmente varejistas, planejado e desenvolvido como uma única propriedade e gerido de forma centralizada. Possui área bruta locável (ABL) superior a 5.000 metros quadrados, pratica aluguel fixo e/ou percentual e dispõe de vagas de estacionamento compatível com sua área de vendas.

# **T**

---

## **Taxa de Administração**

Tarifa cobrada aos locatários e aos demais sócios do shopping para custear a administração do shopping.

## **Taxa de Ocupação**

ABL locada dividida pela ABL total.

### **Temático**

Shopping especializado em determinado segmento de varejo, com mix específico de lojas, tais como moda, decoração, esportes e automóveis. Em geral não possui loja âncora.

## **V**

---

### **Vacância**

Percentual não locado em relação a área total disponível para locação.

# CLASSIFICAÇÃO ABRASCE POR TIPO DE EMPREENHIMENTO

TIPO	PORTE	ABL
<b>TRADICIONAL</b>	MEGA	Acima de 60.000 m <sup>2</sup>
	REGIONAL	De 30.000 m <sup>2</sup> a 59.999 m <sup>2</sup>
	MÉDIO	De 20.000 m <sup>2</sup> a 29.999 m <sup>2</sup>
	PEQUENO	Até 19.999 m <sup>2</sup>
<b>ESPECIALIZADO</b> Outlet / Temáticos / Lifestyle	GRANDE	Acima de 20.000 m <sup>2</sup>
	MÉDIO	De 10.000 m <sup>2</sup> a 19.999 m <sup>2</sup>
	PEQUENO	Até 9.999 m <sup>2</sup>