



**ABRASCE**

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SHOPPING CENTERS

# PLANO DE MIX

100

95

75

25

5

0

Associação Brasileira de Shopping Centers  
Rua Samuel Morse, 74 – 6º. Andar  
São Paulo – SP  
Tel: 11 3506-8300  
[www.portaldoshopping.com.br](http://www.portaldoshopping.com.br)



100

95

75

25

5

0

## INTRODUÇÃO

A publicação do PLANO DE MIX é um trabalho que a Abrasce vem realizando desde 1986. Ela contém a classificação dos diversos ramos de varejo em Shopping Centers, sugerida pela Abrasce, resultado de pesquisas e trabalhos realizados com diversos profissionais do setor. Sua aplicação é recomendada a todos os Shoppings, como instrumento de aferição, estatística e apoio gerencial.

Nossos agradecimentos a todos os profissionais que nos apoiaram na atualização desse trabalho.

Para esclarecimentos, contactar a área de Pesquisas,  
Tel: (11) 3506-8311 ou email: [pesquisas@abrasce.com.br](mailto:pesquisas@abrasce.com.br)

100

95

75

25

5

0

# PLANO DE MIX



100

95

75

25

5

0

# 1 Lojas Âncora

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:

- 1.1 - Loja de Departamentos
- 1.2 - Hipermercado
- 1.3 - Supermercado
- 1.4 - Construção e Decoração (Novo)
- 1.5 - Eletrodomésticos e Eletroeletrônicos (Novo)
- 1.6 - Outros

## 1.1 - LOJAS DE DEPARTAMENTOS

São lojas que operam diversas linhas, tanto de semi-duráveis (vestuário e acessórios, cama, mesa e banho, etc), como duráveis (eletroeletrônicos, decoração, brinquedos, móveis, CDs, perfumes, etc). Possuem normalmente área bruta locável superior a 1.000 m<sup>2</sup>. Alguns típicos operadores desse ramo são Renner, Riachuelo, C&A, Lojas Americanas, Lojas Pernambucanas, Marisa e Besni.

## 1.2 - HIPERMERCADO

São lojas que agregam uma extensa operação varejista de produtos alimentícios e de limpeza, com grande variedade em todas as linhas, além de eletrodomésticos, produtos de cama, mesa e banho, etc. Normalmente, possuem área bruta locável acima de 8.000 m<sup>2</sup> e exigem grandes áreas de estacionamento. Típicos operadores são: Carrefour, BIG, Extra e Bompreço.

100

95

75

25

5

0

### **I.3 - SUPERMERCADO**

São lojas de auto-serviço de produtos alimentícios e de limpeza, com “check-outs” na saída. Possuem área bruta locável acima de 1.000 m<sup>2</sup>. Alguns típicos operadores são: Pão de Açúcar, Zaffari, Bon Marché e diversos outros regionais.

### **I.4 - CONSTRUÇÃO E DECORAÇÃO**

Operações varejistas com características de grandes mercados e hipermercados de materiais de construção e decoração. Exemplo: Dico, Castorama, C&C, Telhanorte, Tok & Stok, Leroy Merlin, Etna e outras.

### **I.5 – ELETRODOMÉSTICOS E ELETROELETRÔNICOS**

Operações que tem como atividade principal a comercialização de eletrodomésticos. Ex: Ponto Frio, Casas Bahia, Novo Mundo e Ricardo Eletro.

### **I.6 - OUTROS**

Operações acima de 1.000 m<sup>2</sup>. Podem ser: Concessionária de Veículos, Artigos Esportivos, Academias e Pet Centers.

100

95

75

25

5

0

## 2 Megalojas

- 2.1 - Vestuário
- 2.2 - Eletrodomésticos e Eletroeletrônicos
- 2.3 - Móveis/ Decoração/ Cama, Mesa e Banho
- 2.4 - Papelaria/ Informática/ Material de Escritório
- 2.5 - Artigos Esportivos
- 2.6 - Livraria
- 2.7 - Brinquedos
- 2.8 - Outros

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>. Podem ser segmentos com os seguintes tipos de operação:

### 2.1 - VESTUÁRIO

Lojas que operam com uma moda própria exclusiva, abrangendo toda a linha masculina, feminina e infanto-juvenil. Podemos citar a Zara, Siberian, Luigi Bertolli e outras.

### 2.2 - ELETRODOMÉSTICOS E ELETROELETRÔNICOS

Alguns exemplos são a Fast Shop, Ponto Frio, FNAC e Ricardo Eletro. 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, etc.

### 2.3 - MÓVEIS/DECORAÇÃO/CAMA, MESA E BANHO

São grandes lojas com toda linha de móveis, acessórios e artigos de decoração para casa ou escritório, cama e mesa, utensílios domésticos, copa e cozinha, etc. A Tok & Stok, Etna, Camicado, Preçolândia e Zelo seriam os melhores exemplos, se estiverem entre 500 e 999 m<sup>2</sup>.

### 2.4 - PAPELARIA/ INFORMÁTICA/ MATERIAL DE ESCRITÓRIO

Esgotam toda linha deste segmento de mercado, normalmente comercializando, além de artigos de papelaria e de escritório, toda a linha de informática tal como computadores, softwares e acessórios. Um exemplo de operador é a Kalunga.

### 2.5 - ARTIGOS ESPORTIVOS

Lojas que desenvolvem toda a linha esportiva, incluindo artigos utilizados no esporte (Uniformes, bolas, raquetes, tacos, etc), roupas esportivas e tênis. Como exemplos, as lojas Centauro, Decathlon e Procópio Sports.

### 2.6 - LIVRARIA

Inauguradas recentemente, como a Saraiva, Livraria Cultura e Nobel, que passaram a incluir também CDs, DVDs e artigos de informática em sua linha de mercadorias, pela sinergia que possuem estes produtos.

### 2.7 - BRINQUEDOS

São as grandes lojas de brinquedos. Ri Happy e PB Kids são os melhores exemplos.

### 2.8 - OUTROS

Outras operações entre 500 e 1.000 m<sup>2</sup>, que podem surgir, serão aqui classificadas.



# 3 Lojas Satélite

## 3.1 VESTUÁRIO

Engloba todas as lojas que vendem itens do vestuário e acessórios.

- 3.1.1 - Vestuário Geral
- 3.1.2 - Moda Jovem (Unisex)
- 3.1.3 - Vestuário Masculino
- 3.1.4 - Vestuário Feminino
- 3.1.5 - Vestuário Infantil
- 3.1.6 - Moda Praia e Fitness (Biquinis, Maiôs, Sungas, Roupas para ginástica)
- 3.1.7 - Surfwear (Novo)
- 3.1.8 - Moda Íntima (Lingerie e Meias)
- 3.1.9 - Acessórios para Vestuário (Bolsas, Cintos e outros quando forem vendidos junto com vestuário)
- 3.1.10 - Outros (Gestantes, Noivas, Tecidos, Moda Étnica, Exótica e Regional, além de Roupas Profissionais, etc).

## 3.2 CALÇADOS (NOVO)

Engloba todas as lojas que vendem calçados de marca própria ou não.

- 3.2.1 - Calçados Geral
- 3.2.2 - Calçados Masculinos
- 3.2.3 - Calçados Femininos
- 3.2.4 - Calçados Esportivos (Tênis)
- 3.2.5 - Calçados Infantis
- 3.2.6 - Calçados Ortopédicos

### 3.3 ARTIGOS DO LAR

3.3.1 - Eletrodomésticos

3.3.2 - Móveis

3.3.3 - Cama/Mesa/Banho

3.3.4 - Colchões (Novo)

3.3.5 - Acessórios para Decoração

3.3.6 - Outros

Engloba lojas menores que 500 m<sup>2</sup>, enquadradas nos segmentos acima e que vendem produtos relacionados com a montagem e decoração da casa.

3.3.5 - Acessórios para decoração

São lojas que vendem pequenos itens de decoração, como porta retratos, jogos de mesa, cinzeiros, abajours e luminárias, objetos de acrílico, etc. São também conhecidas como lojas de design.

3.3.6 - Outros

São lojas que vendem Tapetes, Utensílios para Copa, Cozinha e Banheiro, Iluminação, Galeria de Arte/Antiquário, Vidros, Molduras, etc.

### 3.4 TELEFONIA E ACESSÓRIOS (NOVO)

3.4.1 - Telefonia Fixa

3.4.2 - Telefonia Celular

3.4.3 - Antenas de Operadoras

100

95

75

25

5

0

### 3.5 ARTIGOS DIVERSOS

3.5.1 - Artigos Eletrônicos

3.5.2 - Informática

3.5.3 - Artigos Esportivos

3.5.4 - Papelaria

3.5.5 - Livraria

3.5.6 - Brinquedos

3.5.7 - Artigos Infantis

3.5.8 - Acessórios e Artigos para Viagens

3.5.9 - Outros (Souvenirs, Artigos Exóticos, Étnicos, Instrumentos Musicais, Artesanato, Artigos para Festas, etc).

São lojas que vendem artigos dos mais variados ramos, que se caracterizam precisamente por não se enquadrarem em nenhum dos outros grupos.

3.5.1 - Artigos Eletrônicos

São lojas especializadas na venda de aparelhos eletroeletrônicos. Podem ser aparelhos de som, máquinas fotográficas, televisores, videogames, etc.

3.5.2 - Informática

São lojas que vendem computadores e periféricos bem como uma gama de softwares de todos os tipos.

3.5.3 - Artigos Esportivos

São lojas especializadas na comercialização de artigos para ginástica e prática de esportes em geral.

100

95

75

25

5

0

### 3.5.7 - Artigos Infantis

São lojas que vendem artigos para bebês e crianças, que podem ser carrinhos de bebê, “moisés”, fraldas, mamadeiras, chupetas, brinquedos educativos, etc.

### 3.5.8 – Acessórios e Artigos para Viagens

Inclui malas, mochilas, bolsas e artigos de couro.

Ex: Le Postiche.

### 3.5.9 - Outros (Souvenirs, Artigos Exóticos, Étnicos, Instrumentos Musicais, Artesanato, Artigos para Festas, etc)

São lojas que vendem pequenos objetos das mais diversas utilidades.

## 3.6 – ÓTICAS (NOVO)

3.6.1 - Óculos de grau

3.6.2 - Óculos esportivos

## 3.7 - PERFUMARIA E COSMÉTICOS (NOVO)

3.7.1 - Marca Própria

3.7.2 - Multimarcas

3.7.3 - Cosméticos

3.7.4 - Maquiagem

## 3.8 JOIAS, RELÓGIOS E BIJOUTERIAS (NOVO)

3.8.1 - Joalherias

3.8.2 - Relógios

3.8.3 - Bijouterias

100

95

75

25

5

0

### 3.9 ALIMENTAÇÃO

3.9.1 - Restaurante com Serviços

3.9.2 - Restaurante Fast-Food (Sem Serviços)

3.9.3 - Fast-Food

3.9.4 - Cafeterias (Novo)

3.9.5 - Self Service (Novo)

3.9.6 - Outros (Sorvete, Bombonière, Doceria, etc).

Engloba as lojas de alimentação para consumo imediato no local, como restaurantes, fast-food, sorvetes e café.

#### 3.9.1 - RESTAURANTE COM SERVIÇOS

São restaurantes com mesas dentro da sua área locada que oferecem serviço à la carte com garçom, toalha de mesa, além de louças e talheres não descartáveis. O pagamento é feito ao final da refeição.

#### 3.9.2 - RESTAURANTES FAST-FOOD (SEM SERVIÇOS)

São restaurantes com mesas dentro de sua área locada, em que a escolha da refeição é feita no balcão, servida sobre uma bandeja com pratos, talheres e guardanapos descartáveis e com pagamento antecipado. As operações mais comuns desse tipo de restaurante são lanchonetes como Mc Donald's e Burger King, pizzarias como Pizza Hut, comidas típicas e outros.

#### 3.9.3 - FAST-FOOD

São operações típicas de pequenas lojas em que os consumidores se servem num balcão como nos restaurantes "fast food", porém sentam-se em mesas de

100

95

75

25

5

0

uso comum a todos os operadores da Praça de Alimentação. São normalmente especializados em um tipo de segmento, como batatas, sanduíches naturais, doces e salgados, comida árabe, comida oriental, crepes, pizzas, etc. Possuem normalmente área total entre 30 e 60m<sup>2</sup>.

#### 3.9.4 - CAFETERIAS

Foram separadas de outros a categoria de Cafeterias, pois vêm se tornando bastante expressivas ao longo dos anos.

#### 3.9.5 - SELF SERVICE

São Operações, onde os serviços não são prestados por empregados, mas sim efetuados - em partes ou completo - pelos próprios clientes. Ex: Restaurantes por Quilo, Buffet. Independente da área locada por esses operadores, essas lojas devem ser enquadradas em alimentação.

100

95

75

25

5

0

## 4 Conveniência/ Serviços

- 4.1 - Vinhos
- 4.2 - Delicatessen (Queijos/Frios/ Laticínios/Bebidas)
- 4.3 - Alimentos Especiais (Congelados/ Dietéticos/ Naturais)
- 4.4 - Farmácia/ Drograria/ Farmácias Especiais  
(Homeopatia/Manipulação/Vitaminas)
- 4.5 - Armazinho
- 4.6 - Tabacaria
- 4.7 - Jornaleiro
- 4.8 - Florista
- 4.9 - Bazar
- 4.10 - Serviços Financeiros (Banco/Financeira)
- 4.11 - Correio
- 4.12 - Cabeleireiro, Clínicas de Estética e Podologia
- 4.13 - Foto Revelação
- 4.14 - Universidades, Educação/Ensino
- 4.15 - Serviços Médicos (Clínicas/Laboratórios)
- 4.16 - Lotérica
- 4.17 - Agência de Viagens
- 4.18 - Lavanderia
- 4.19 - Chaveiro
- 4.20 - Consertos
- 4.21 - Massagem Express
- 4.22 - Centro de Convenções/Salas de convenções
- 4.23 - Hotel
- 4.24 - Lan Houses
- 4.25 - Serviços Públicos/Políciais
- 4.26 - Postos de Combustíveis
- 4.27 - Tatuagem/Piercing
- 4.28 - Pet Shop
- 4.29 - Outros Serviços

Como Serviços enquadram-se as lojas prestadoras de serviços, sem que haja venda de mercadorias propriamente ditas.

#### **4.14 – UNIVERSIDADES, EDUCAÇÃO / ENSINO**

Inclui Universidades, Faculdades e/ou qualquer outra instituição de ensino ou cursos (Línguas, Informática, etc).

#### **4.29 - OUTROS SERVIÇOS**

Podem ser incluídos aqui a Venda de Ingressos (serviço de bilheteria para shows, eventos e teatros), Monitoria Infantil, imobiliárias, etc.

Para a atividade de Shopping Center, os Hotéis, Universidades, Farmácias, Laboratórios e Serviços Públicos, são considerados sempre Serviços e Conveniência independente de sua área locada.



## 5 Lazer

5.1 - Cinemas

5.2 - Teatro

5.3 - Casa de Shows

5.4 - Diversões (Parques/ Videogames)

5.5 - Boliche

5.6 - Bingo

5.7 - Outros (Museu, Espaço Cultural, etc).

Para atividade de Shopping Centers, os Cinemas e Teatros serão sempre considerados Atividades de Lazer, mesmo que atraia um grande fluxo de consumidores e ocupe área locável maior que 1.000 m<sup>2</sup>.

Lazer

100

95

75

25

5

0

## SOBRE A ABRASCE

A ABRASCE - Associação Brasileira de Shopping é a entidade que representa oficialmente o setor no País. Com 33 anos de atuação, reúne entre seus associados empreendedores, administradores, prestadores de serviços, entre outros colaboradores.

A ABRASCE é a referência para o desenvolvimento e fortalecimento da indústria de shopping centers no Brasil. Atua na defesa dos interesses da indústria de shoppings, assegurando a sua sustentabilidade; identifica e certifica shoppings centers de acordo com padrões internacionais, valorizando o empreendimento. Difunde informações, conhecimento e melhores práticas, premiando e reconhecendo a excelência de seus associados. Além disso, promove a integração dos associados, tornando a experiência associativa enriquecedora gerando uma rede de relacionamentos para o desenvolvimento de novos negócios.



100

95

75

25

5

0

# TERCEIRA EDIÇÃO

ABRASCE  
Rua Samuel Morse, 74 – 6º. Andar  
Brooklin Novo - CEP 04576-060  
São Paulo – SP  
[www.portaldoshopping.com.br](http://www.portaldoshopping.com.br)



100

95

75

25

5

0