

# PLANO DE MIX

ABRASCE 2022/2023





## SOBRE ABRASCE

Fundada em 1976, a Abrasce (Associação Brasileira de Shopping Centers) atua para o fortalecimento e desenvolvimento do setor e na defesa dos interesses dos Shopping Centers, sendo hoje uma referência no setor varejista brasileiro.

Com aproximadamente 400 associados, a Abrasce tem três pilares de atuação: Defesa do Setor, Inteligência de Mercado e ser Provedora de Soluções. Esses pilares de complementam e se direcionam ao objetivo de fomentar e impulsionar o crescimento de todo o setor.

Mais do que um negócio imobiliário e um formato de varejo, o Shopping Center desempenha no Brasil um papel fundamental para o desenvolvimento econômico e crescimento das comunidades. Os empreendimentos geram empregos, contribuem para o progresso e valorização do entorno, movimentam a economia e trazem arrecadação às três esferas do Poder Público.

Para representar um setor com tamanha importância, a Abrasce trabalha constantemente para oferecer a seus associados um amplo acesso à benefícios, como consultoria jurídica, cursos de capacitação, eventos e pesquisas e materiais de consulta. Dessa forma, contribuimos para o crescimento não apenas dos associados, mas de todo o setor de Shopping Centers no país.

## PALAVRAS DO PRESIDENTE

A primeira versão do Plano de Mix foi publicada em 1986, com uma sugestão de classificação dos diversos ramos de varejo em Shopping Centers, resultado de pesquisas e trabalhos realizados com diversos profissionais do setor.

Desde seu lançamento, muita coisa mudou no setor de Shopping Centers. A vocação dos empreendimentos para serem locais de convivência e conveniência foi confirmado. Além das opções de lojas e alimentação, os shoppings passaram a contar com serviços públicos, de saúde, lazer e muito mais.

Com o passar dos anos, também pudemos verificar que os espaços dos empreendimentos estão sendo aproveitados de formas diferentes, trazendo opções mais diversificadas para os lojistas, uma melhor experiência para o cliente e mais renda para os shoppings.

Para acompanhar essa evolução do setor, a Abrasce atualiza regularmente o Plano de Mix. Nessa edição, trouxemos novas categorias de lojas e de serviços, categorias específicas em formatos de lojas, entre outras novidades.

Sua aplicação é recomendada a todos os shoppings tradicionais como instrumento de aferição, estatística e apoio gerencial.

Nosso especial agradecimento aos profissionais do Grupo de Trabalho que nos apoiaram na atualização desse trabalho.

Glauco Humai  
Presidente da Abrasce

## OBSERVAÇÕES:

A discussão do plano de mix no shopping é muitas vezes subjetiva e pode ser vista sob distintos pontos de vistas:

1. Diretório - Visão do cliente, onde os segmentos são classificados sobre a ótica do tipo de produto que o consumidor está buscando. Normalmente as lojas são listadas no site ou letreiros do shopping, seguindo essa classificação.
2. Abordagem comercial - Se dá ao analisar a distribuição dos segmentos de acordo com o tipo de lojas.
3. Visão financeiro - Onde dentro de cada grupo busca-se aglomerar lojas que possuam as mesmas características quanto a custos de ocupação, aluguel, área, e segmento de atuação.

Este material foi estruturado de acordo com a segunda abordagem, "Comercial".

Importante lembrar que existem sempre muitas dúvidas na classificação de determinadas lojas, se por área ou por segmento de atuação. Há dúvidas mesmo no enquadramento de categorias. O importante é que cada empreendimento classifique de acordo com o que fizer mais sentido para o seu caso específico, sempre considerando o "core business" ou atividade principal da loja.

# SUMÁRIO

PLANO DE MIX ABRASCE 2022/2023 ..... 3

**I. LOJAS ÂNCORA** ..... 12

    1.1. MODA ..... 12

    1.2. HIPERMERCADO / SUPERMERCADO / ATACAREJO (Novo) ..... 12

    1.3. ARTIGOS ESPORTIVOS ..... 12

    1.4. CONSTRUÇÃO E DECORAÇÃO ..... 12

    1.5. ELETRODOMÉSTICOS E ELETROELETRÔNICOS (Novo) ..... 12

    1.6. MAGAZINES E/OU UTENSÍLIOS PARA O LAR E CONVENIÊNCIA (Novo) ..... 12

    1.7. MATERIAL DE ESCRITÓRIO / PAPELARIA / INFORMÁTICA ..... 12

    1.8. BRINQUEDOS ..... 12

    1.9. PUERICULTURA (Novo) ..... 13

    1.10. ARTIGOS PARA FESTAS (Novo) ..... 13

    1.11. LIVRARIAS ..... 13

    1.12. PET CENTERS ..... 13

    1.13. ACADEMIAS (Novo) ..... 13

    1.14. CENTROS MÉDICOS (Novo) ..... 13

    1.15. CENTROS EDUCACIONAIS / ESCOLAS /  
         FACULDADES / UNIVERSIDADES (Novo) ..... 13

    1.16. SERVIÇOS ..... 13

    1.17. ALIMENTAÇÃO E BEBIDAS (Novo) ..... 13

    1.18. OUTROS ..... 13

**2. SEMI-ÂNCORA** ..... 13

    2.1. MODA ..... 13

    2.2. HIPERMERCADO / SUPERMERCADO / ATACAREJO (Novo) ..... 13

    2.3. ARTIGOS ESPORTIVOS ..... 14

    2.4. CONSTRUÇÃO E DECORAÇÃO ..... 14

    2.5. ELETRODOMÉSTICOS E ELETROELETRÔNICOS (Novo) ..... 14

    2.6. MAGAZINES E/OU UTENSÍLIOS PARA O LAR E CONVENIÊNCIA (Novo) ..... 14

    2.7. MATERIAL DE ESCRITÓRIO / PAPELARIA / INFORMÁTICA ..... 14

    2.8. BRINQUEDOS ..... 14

    2.9. PUERICULTURA (Novo) ..... 14

    2.10. ARTIGOS PARA FESTAS (Novo) ..... 14

    2.11. LIVRARIAS ..... 14

    2.12. PET CENTERS ..... 14

2.13. GEEK (Novo)	14
2.14. ACADEMIAS (Novo)	15
2.15. CENTROS MÉDICOS (Novo)	15
2.16. CENTROS EDUCACIONAIS / ESCOLAS / FACULDADES / UNIVERSIDADES (Novo)	15
2.17. SERVIÇOS	15
2.18. ALIMENTAÇÃO E BEBIDAS (Novo)	15
2.19. OUTROS	15
<b>3. MEGALOJAS</b>	<b>15</b>
3.1. MODA	15
3.2. HIPERMERCADO / SUPERMERCADO/ ATACAREJO (Novo)	15
3.3. ARTIGOS ESPORTIVOS	15
3.4. CONSTRUÇÃO E DECORAÇÃO	16
3.5. ELETRODOMÉSTICOS E ELETROELETRÔNICOS (Novo)	16
3.6. MAGAZINES E/OU UTENSÍLIOS PARA O LAR E CONVENIÊNCIA (Novo)	16
3.7. MATERIAL DE ESCRITÓRIO / PAPELARIA / INFORMÁTICA	16
3.8. BRINQUEDOS	16
3.9. PUERICULTURA (Novo)	16
3.10. ARTIGOS PARA FESTAS (Novo)	16
3.11. LIVRARIAS	16
3.12. PET CENTERS	16
3.13. GEEK (Novo)	16
3.14. ACADEMIAS (Novo)	16
3.15. CENTROS MÉDICOS (Novo)	17
3.16. CENTROS EDUCACIONAIS / ESCOLAS FACULDADES / UNIVERSIDADES (Novo)	17
3.17. SERVIÇOS	17
3.18. ALIMENTAÇÃO E BEBIDAS (Novo)	17
3.19. OUTROS	17
<b>4. LOJAS SATÉLITE</b>	<b>17</b>
4.1. VESTUÁRIO	17
4.1.1. MODA GERAL	17
4.1.2. MODA UNISSEX	17
4.1.3. MODA FEMININA	17
4.1.4. MODA MASCULINA	17
4.1.5. MODA INFANTIL	17
4.1.6. MODA PRAIA	17

4.1.7. MODA ESPORTIVA . . . . .	17
4.1.8. SURFWEAR / STREETWEAR . . . . .	17
4.1.9. MODA ÍNTIMA E ROUPAS PARA DORMIR . . . . .	17
4.1.10. BRECHÓ E MODA CIRCULAR (Novo) . . . . .	17
4.1.11. ACESSÓRIOS . . . . .	18
4.1.12. OUTROS . . . . .	18
<b>4.2. CALÇADOS . . . . .</b>	<b>18</b>
4.2.1. CALÇADOS GERAL . . . . .	18
4.2.2. CALÇADOS FEMININOS . . . . .	18
4.2.3. CALÇADOS MASCULINOS . . . . .	18
4.2.4. CALÇADOS INFANTIS . . . . .	18
4.2.5. CALÇADOS ESPORTIVOS (TÊNIS) . . . . .	18
4.2.6. CALÇADOS ESPECIALIZADOS . . . . .	18
<b>4.3. ARTIGOS PARA O LAR . . . . .</b>	<b>18</b>
4.3.1. ELETRODOMÉSTICOS E ELETRÔNICOS . . . . .	18
4.3.2. MÓVEIS . . . . .	18
4.3.3. CAMA / MESA / BANHO . . . . .	18
4.3.4. COLCHÕES . . . . .	18
4.3.5. UTENSÍLIOS PARA O LAR, ACESSÓRIOS PARA DECORAÇÃO E PRESENTES . . . . .	18
4.3.6. OUTROS . . . . .	18
<b>4.4. TELEFONIA E ACESSÓRIOS . . . . .</b>	<b>18</b>
4.4.1. TELEFONIA GERAL . . . . .	18
<b>4.5. ARTIGOS DIVERSOS . . . . .</b>	<b>19</b>
4.5.1. ARTIGOS ELETRÔNICOS / TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO (TI) . . . . .	19
4.5.2. LIVRARIA . . . . .	19
4.5.3. BRINQUEDOS . . . . .	19
4.5.4. PUERICULTURA . . . . .	19
4.5.5. ARTIGOS PARA FESTAS (Novo) . . . . .	19
4.5.6. ACESSÓRIOS E ARTIGOS PARA VIAGENS . . . . .	19
4.5.7. OUTROS . . . . .	19
<b>4.6. ÓTICAS . . . . .</b>	<b>19</b>
<b>4.7. PERFUMARIA, MAQUIAGEM E COSMÉTICOS . . . . .</b>	<b>19</b>
<b>4.8. RELOJOARIAS E JOALHERIAS . . . . .</b>	<b>19</b>
<b>4.9. ALIMENTAÇÃO E BEBIDAS . . . . .</b>	<b>19</b>
4.9.1. RESTAURANTE COM SERVIÇOS . . . . .	19
4.9.2. RESTAURANTE SEM SERVIÇOS . . . . .	20
4.9.3. FAST-FOOD . . . . .	20



4.9.4. CAFÉS E CHÁS .....	20
4.9.5. DOCERIAS .....	20
4.9.6. OUTROS .....	20
<b>5. CONVENIÊNCIA / SERVIÇOS .....</b>	<b>20</b>
5.1. EMPÓRIOS .....	20
5.2. ALIMENTOS ESPECIAIS .....	20
5.3. FARMÁCIAS E DROGARIAS .....	20
5.4. FLORICULTURA .....	20
5.5. BAZAR .....	20
5.6. SERVIÇOS FINANCEIROS .....	20
5.7. CORREIO .....	20
5.8. SERVIÇOS ESTÉTICOS .....	20
5.9. FOTO REVELAÇÃO .....	21
5.10. EDUCAÇÃO / ENSINO .....	21
5.11. SERVIÇOS MÉDICOS (CLÍNICAS / LABORATÓRIOS) .....	21
5.12. LOTÉRIA .....	21
5.13. AGÊNCIA DE VIAGENS .....	21
5.14. LAVANDERIA .....	21
5.15. CHAVEIRO .....	21
5.16. CONCERTOS .....	21
5.17. MASSAGEM / SPA .....	21
5.18. POSTOS DE COMBUSTÍVEIS .....	21
5.19. TATUAGEM / PIERCING .....	21
5.20. PET .....	21
5.21. SERVIÇOS AUTOMOTIVOS .....	21
5.22. SERVIÇO GRÁFICOS .....	21
5.23. SERVIÇOS PÚBLICOS (Novo) .....	21
5.24. VENDA E LOCAÇÃO DE VEÍCULOS (Novo) .....	21
5.25. SERVIÇOS OMNICHANNEL E LOGÍSTICA (Novo) .....	21
5.26. OUTROS SERVIÇOS .....	21
<b>6. ENTRETENIMENTO .....</b>	<b>22</b>
6.1. CINEMAS .....	22
6.2. TEATRO .....	22
6.3. CASA DE SHOWS / ESPAÇO PARA EVENTOS (Novo) .....	22
6.4. PARQUES E GAMES .....	22
6.5. BOLICHE .....	22

6.6. BINGO .....	22
6.7. ARENA GAMER (Novo) .....	22
6.8. OUTROS (MUSEU, ESPAÇO CULTURAL, ETC) .....	22
<b>7. MALL E MERCHANDISING (NOVO) .....</b>	<b>22</b>
7.1. QUIOSQUES (Novo) .....	22
7.1.1. VESTUÁRIO .....	22
7.1.2. CALÇADOS .....	22
7.1.3. ACESSÓRIOS .....	22
7.1.4. ARTIGOS PARA O LAR .....	22
7.1.5. ARTIGOS ESPORTIVOS .....	22
7.1.6. BRINQUEDOS .....	22
7.1.7. GEEK .....	22
7.1.8. ELETRÔNICOS .....	22
7.1.9. LIVRARIA .....	22
7.1.10. PAPELARIA .....	22
7.1.11. ÓTICAS .....	22
7.1.12. PERFUMARIA, MAQUIAGEM E COSMÉTICOS .....	22
7.1.13. RELOJOARIAS E JOALHERIAS .....	22
7.1.14. TELEFONIA E ACESSÓRIOS .....	23
7.1.15. OUTROS .....	23
7.1.16. ALIMENTAÇÃO E BEBIDAS .....	23
7.1.17. CONVENIÊNCIA/SERVIÇOS .....	23
7.2. VENDING MACHINES (Novo) .....	23
7.3. EVENTOS (Novo) .....	23
7.4. MÍDIA (Novo) .....	23
7.5. EVENTOS (Novo) .....	23
7.6. ANTENAS DE OPERADORAS (Novo) .....	23

# PLANO DE MIX

ABRASCE 2022/2023



## I. LOJAS ÂNCORA

O enquadramento de uma operação nessa categoria se deve à área locada (normalmente mais de 1.000 m, podendo variar de acordo com o perfil do empreendimento) e à relevância ou ao fluxo de pessoas que ela atrai para o Shopping Center. Podem ser operações varejistas dos seguintes segmentos:

### I.1. MODA

Normalmente possuem em sua linha de produtos calçados e vestuário feminino, masculino e infantil. Também, de forma complementar, podem apresentar acessórios de moda como óculos de sol, bolsas, relógios, bijuterias e cosméticos.

### I.2. HIPERMERCADO / SUPERMERCADO / ATACAREJO (Novo)

Estrutura de varejista multiformato que agregam uma extensa variedade de produtos alimentícios e de limpeza de acordo com as diversas necessidades de seus clientes. Podem incluir produtos de cama, mesa e banho, eletrônicos, eletrodomésticos, utensílios do lar, jardinagem, papelaria e etc.

### I.3. ARTIGOS ESPORTIVOS/PRAIA

Lojas que apresentam uma ampla variedade de produtos voltados para praia ou para prática de modalidades esportivas diversas, incluindo artigos utilizados no esporte como uniformes, bolas, raquetes, tacos, roupas esportivas, tênis e etc.

### I.4. CONSTRUÇÃO E DECORAÇÃO

Operações varejistas com características de grandes lojas de materiais de construção, decoração e móveis.

### I.5. ELETRODOMÉSTICOS E ELETROELETRÔNICOS (Novo)

Lojas dedicadas a eletrodomésticos e eletroeletrônicos e/ou voltados para o entretenimento do lar, como televisores, itens de informática, fotografia, som e eletrônicos.

### I.6. MAGAZINES E/OU UTENSÍLIOS PARA O LAR E CONVENIÊNCIA (Novo)

Lojas que ofereçam em um mesmo espaço utensílios domésticos, itens de vestuário, cama, mesa e banho, alimentícios e etc.

### I.7. MATERIAL DE ESCRITÓRIO / PAPELARIA / INFORMÁTICA

Lojas que oferecem uma grande diversidade de artigos para escritório material de papelaria e itens de informática, incluindo computadores, impressoras, softwares e periféricos.

### I.8. BRINQUEDOS

Lojas voltadas para venda de brinquedos e produtos para o entretenimento infantil, que podem ou não incluir outros artigos infantis.

### **1.9. PUERICULTURA (NOVO)**

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

### **1.10. ARTIGOS PARA FESTAS (NOVO)**

Lojas que vendem artigos de decoração e utensílios gerais para realização de festas.

### **1.11 LIVRARIAS**

São grandes lojas que oferecem uma ampla variedade de livros e revistas. Também podem incluir artigos de informática em sua linha de produtos.

### **1.12. PET CENTERS**

Operações que incluam a comercialização de produtos para animais e podem incluir clínica veterinária e serviços como banho e tosa.

### **1.13. ACADEMIAS (NOVO)**

Local onde há aulas de musculação, de ginástica, entre outras modalidades esportivas praticadas.

### **1.14. CENTROS MÉDICOS (NOVO)**

Local que integra diversos serviços médicos como consultas e exames em uma mesma estrutura.

### **1.15. CENTROS EDUCACIONAIS / ESCOLAS / FACULDADES / UNIVERSIDADES (NOVO)**

local que fornece serviços de ensino, com o objetivo de formar e desenvolver.

### **1.16. SERVIÇOS**

Enquadram-se nesta categoria outras grandes operações prestadoras de serviços.

### **1.17. ALIMENTAÇÃO E BEBIDAS (NOVO)**

São restaurantes e bares 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.

### **1.18. OUTROS**

Outras operações normalmente com área bruta locável superior a 1.000 m<sup>2</sup>.

## **2.SEMI-ÂNCORA**

Lojas entre 500 e 999 metros quadrados de área de vendas.

### **2.1. MODA**

Normalmente possuem em sua linha de produtos calçados e vestuário feminino, masculino e infantil. também, de forma complementar, podem apresentar acessórios de moda como óculos de sol, bolsas, relógios, bijuterias e cosméticos.

### **2.2 HIPERMERCADO / SUPERMERCADO / ATACAREJO (NOVO)**

Estrutura de varejista multiformato que agregam uma extensa variedade de produtos

alimentícios e de limpeza de acordo com as diversas necessidades de seus clientes. podem incluir, produtos de cama, mesa e banho, eletrônicos, eletrodomésticos, utensílios do lar, jardinagem, papelaria e etc.

### **2.3. ARTIGOS ESPORTIVOS / PRAIA**

Lojas que apresentam uma ampla variedade de produtos voltados para praia ou para prática de modalidades esportivas diversas, incluindo artigos utilizados no esporte como uniformes, bolas, raquetes, tacos, roupas esportivas, tênis e etc.

### **2.4. CONSTRUÇÃO E DECORAÇÃO**

Operações varejistas com características de grandes lojas de materiais de construção, decoração e móveis.

### **2.5. ELETRODOMÉSTICOS E ELETROELETRÔNICOS (NOVO)**

Lojas dedicadas a eletrodomésticos e eletroeletrônicos e/ou voltados para o entretenimento do lar, como televisores, itens de informática, fotografia, som e eletrônicos.

### **2.6. MAGAZINES, UTENSÍLIOS PARA O LAR E CONVENIÊNCIA (NOVO)**

Lojas que ofereçam em um mesmo espaço utensílios domésticos, itens de vestuário, cama, mesa e banho, alimentícios e etc.

### **2.7. MATERIAL DE ESCRITÓRIO / PAPELARIA / INFORMÁTICA**

Lojas que oferecem uma grande diversidade de artigos para escritório material de papelaria e itens de informática, incluindo computadores, impressoras, softwares e periféricos.

### **2.8. BRINQUEDOS**

Lojas voltadas para venda de brinquedos e produtos para o entretenimento infantil, que podem ou não incluir outros artigos infantis.

### **2.9. PUERICULTURA (NOVO)**

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

### **2.10. ARTIGOS PARA FESTAS (NOVO)**

Lojas que vendem artigos de decoração e utensílios gerais para realização de festas.

### **2.11. LIVRARIAS**

São grandes lojas que oferecem uma ampla variedade de livros e revistas. Também podem incluir artigos de informática em sua linha de produtos.

### **2.12. PET CENTERS**

Operações que incluam a comercialização de produtos para animais e podem incluir clínica veterinária e serviços como banho e tosa.

### **2.13. GEEK (NOVO)**

Voltada para o referido público com venda de roupas temáticas, brinquedos, itens co-

lecionáveis. Além da venda de produtos, também promovem eventos, arenas e feiras que geram fluxo e entretenimento;

#### **2.14. ACADEMIAS (NOVO)**

Local onde há aulas de musculação, de ginástica, entre outras modalidades esportivas praticadas.

#### **2.15. CENTROS MÉDICOS (NOVO)**

Local que integra diversos serviços médicos como consultas e exames em uma mesma estrutura.

#### **2.16. CENTROS EDUCACIONAIS / ESCOLAS / FACULDADES / UNIVERSIDADES (NOVO)**

Local que fornece serviços de ensino, com o objetivo de formar e desenvolver.

#### **2.17. SERVIÇOS**

Enquadram-se nesta categoria outras grandes operações prestadoras de serviços.

#### **2.18. ALIMENTAÇÃO E BEBIDAS (NOVO)**

São restaurantes e bares 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.

#### **2.19. OUTROS**

Outras operações normalmente área bruta locável entre 500 e 999 m<sup>2</sup> de superfície de loja.

### **3. 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 250 e 499 m<sup>2</sup>.

#### **3.1. MODA**

Normalmente possuem em sua linha de produtos calçados e vestuário feminino, masculino e infantil. Também, de forma complementar, podem apresentar acessórios de moda como óculos de sol, bolsas, relógios, bijuterias e cosméticos.

#### **3.2. HIPERMERCADO / SUPERMERCADO / ATACAREJO (NOVO)**

Estrutura de varejista multiformato que agregam uma extensa variedade de produtos alimentícios e de limpeza de acordo com as diversas necessidades de seus clientes. Podem incluir, produtos de cama, mesa e banho, eletrônicos, eletrodomésticos, utensílios do lar, jardinagem, papelaria e etc.

#### **3.3. ARTIGOS ESPORTIVOS / PRAIA**

Lojas que apresentam uma ampla variedade de produtos voltados para praia ou para prática de modalidades esportivas diversas, incluindo artigos utilizados no esporte

como uniformes, bolas, raquetes, tacos, roupas esportivas, tênis e etc.

### **3.4. CONSTRUÇÃO E DECORAÇÃO**

Operações varejistas com características de grandes lojas de materiais de construção, decoração e móveis.

### **3.5. ELETRODOMÉSTICOS E ELETROELETRÔNICOS (Novo)**

Lojas dedicadas a eletrodomésticos e eletroeletrônicos e/ou voltados para o entretenimento do lar, como televisores, itens de informática, fotografia, som e eletrônicos.

### **3.6. MAGAZINES, UTENSÍLIOS PARA O LAR E CONVENIÊNCIA (Novo)**

Lojas que ofereçam em um mesmo espaço utensílios domésticos, itens de vestuário, cama, mesa e banho, alimentícios e etc.

### **3.7. MATERIAL DE ESCRITÓRIO / PAPELARIA / INFORMÁTICA**

Lojas que oferecem uma grande diversidade de artigos para escritório material de papelaria e itens de informática, incluindo computadores, impressoras, softwares e periféricos.

### **3.8. BRINQUEDOS**

Lojas voltadas para venda de brinquedos e produtos para o entretenimento infantil, que podem ou não incluir outros artigos infantis.

### **3.9. PUERICULTURA (Novo)**

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

### **3.10. ARTIGOS PARA FESTAS (Novo)**

Lojas que vendem artigos de decoração e utensílios gerais para realização de festas.

### **3.11. LIVRARIAS**

São grandes lojas que oferecem uma ampla variedade de livros e revistas. Também podem incluir DVDs e artigos de informática em sua linha de produtos.

### **3.12. PET CENTERS**

Operações que incluam a comercialização de produtos para animais e podem incluir clínica veterinária e serviços como banho e tosa.

### **3.13. GEEK (Novo)**

Voltada para o referido público com venda de roupas temáticas, brinquedos, itens colecionáveis. Além da venda de produtos, também promovem eventos e feiras que geram fluxo e entretenimento;

### **3.14. ACADEMIAS (Novo)**

Local onde há aulas de musculação, de ginástica, entre outras modalidades esportivas praticadas.



### **3.15. CENTROS MÉDICOS (Novo)**

Local que integra diversos serviços médicos como consultas e exames em uma mesma estrutura.

### **3.16. CENTROS EDUCACIONAIS / ESCOLAS / FACULDADES / UNIVERSIDADES (Novo)**

Local que fornece serviços de ensino, com o objetivo de formar e desenvolver.

### **3.17. SERVIÇOS**

Enquadram-se nesta categoria outras grandes operações prestadoras de serviços.

### **3.18. ALIMENTAÇÃO E BEBIDAS (Novo)**

São restaurantes e bares 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.

### **3.19. OUTROS**

Outras operações entre 250 e 499m<sup>2</sup>.

## **4. LOJAS SATÉLITE**

Lojas menores que 250 m<sup>2</sup> destinadas ao comércio em geral.

### **4.1. VESTUÁRIO**

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

#### **4.1.1. MODA GERAL**

#### **4.1.2. MODA UNISSEX**

#### **4.1.3. MODA FEMININA**

#### **4.1.4. MODA MASCULINA**

#### **4.1.5. MODA INFANTIL**

#### **4.1.6. MODA PRAIA**

Biquínis, maiôs, sungas.

#### **4.1.7. MODA ESPORTIVA**

Roupas para ginástica, uniformes de times e etc.

#### **4.1.8. SURFWEAR / STREETWEAR**

#### **4.1.9. MODA ÍNTIMA E ROUPAS PARA DORMIR**

Roupa íntima masculina e feminina, pijamas, camisolas, meias e lingerie.

#### **4.1.10. BRECHÓS / MODA CIRCULAR (Novo)**

Loja especializada em compra e venda de roupas usadas.

#### 4.1.11. ACESSÓRIOS

Bonés, acessórios para cabelo (tiara, laços, lenços e entre outros), óculos de sol, bolsas, cintos, chapéus, semi jóias, bijuterias e outros.

#### 4.1.12. OUTROS

Lojas especializadas em vestuário para gestantes, noivas, tecidos, moda étnica, exótica e regional, além de roupas profissionais, etc.

### 4.2. CALÇADOS

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

#### 4.2.1. CALÇADOS GERAL

Lojas de calçados que oferecem a linha completa deste produto ou que não tenham se enquadrado em nenhuma das categorias anteriores. (Chinelos, sandálias e etc.)

#### 4.2.2. CALÇADOS FEMININOS

#### 4.2.3. CALÇADOS MASCULINOS

#### 4.2.4. CALÇADOS INFANTIS

#### 4.2.5. CALÇADOS ESPORTIVOS (TÊNIS)

#### 4.2.6. CALÇADOS ESPECIALIZADOS

Calçados ortopédicos, sapatilhas de dança e outros.

### 4.3. ARTIGOS PARA O LAR

Engloba todas as lojas que vendem produtos relacionados com a montagem e decoração da casa.

#### 4.3.1. ELETRODOMÉSTICOS E ELETRÔNICOS

#### 4.3.2. MÓVEIS

#### 4.3.3. CAMA / MESA / BANHO

#### 4.3.4. COLCHÕES

#### 4.3.5. UTENSÍLIOS PARA O LAR, ACESSÓRIOS PARA DECORAÇÃO E PRESENTES

São lojas que vendem pequenos itens de decoração, como porta-retratos, jogos de mesa, cinzeiros, abajures e luminárias, objetos de acrílico, quadros, molduras, almofadas e etc.

#### 4.3.6. OUTROS

### 4.4. TELEFONIA E ACESSÓRIOS

Smartphones e acessórios como capas, películas e entre outros.

#### 4.4.1. TELEFONIA GERAL

Telefonia móvel ou fixa, acessórios e serviços de telefonia.

---

## **4.5. ARTIGOS DIVERSOS**

### **4.5.1. ARTIGOS ELETRÔNICOS / TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO (TI)**

São lojas especializadas na venda de aparelhos eletroeletrônicos como máquinas fotográficas equipamentos de som, televisores, videogames, computadores, periféricos, softwares etc.

### **4.5.2. LIVRARIA**

### **4.5.3. BRINQUEDOS**

Lojas voltadas para venda de brinquedos e produtos para o entretenimento infantil, que podem ou não incluir outros artigos infantis.

### **4.5.4. PUERICULTURA**

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

### **4.5.5. ARTIGOS PARA FESTAS (NOVO)**

Lojas que vendem artigos de decoração e utensílios gerais para realização de festas.

### **4.5.6. ACESSÓRIOS E ARTIGOS PARA VIAGENS**

Inclui malas, mochilas, bolsas e artigos de couro.

### **4.5.7. OUTROS**

São lojas que vendem artigos dos mais variados ramos, que se caracterizam precisamente por não se enquadrarem em nenhum dos outros grupos, como: souvenirs, artigos místicos e religiosos, exóticos, étnicos, sex shop, papelaria, instrumentos musicais, artesanato, automotivos e artigos para festas e etc.

## **4.6. ÓTICAS**

Lojas voltadas ao comércio de óculos de grau e/ou sol.

## **4.7. PERFUMARIA, MAQUIAGEM E COSMÉTICOS**

## **4.8. RELOJOARIAS E JOALHERIAS**

## **4.9. ALIMENTAÇÃO E BEBIDAS**

Engloba as lojas de alimentação para consumo imediato no local, como bares, restaurantes, fast-food, sorvetes e café independente da área que ocupam.

### **4.9.1. RESTAURANTE COM SERVIÇOS**

São restaurantes e bares 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.

#### 4.9.2. RESTAURANTE SEM SERVIÇOS

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.

#### 4.9.3. 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 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.

#### 4.9.4. CAFÉS E CHÁS

#### 4.9.5. DOCERIAS

Bombonière, bolos, brigaderias, biscoitos, cookies e etc.

#### 4.9.6. OUTROS

Sorvete, açai, padarias e etc.

## 5. CONVENIÊNCIA / SERVIÇOS

As categorias abaixo serão sempre classificadas como “serviços”, independente da área que ocupem, a menos que indicado de forma diferente no descritivo do item.

### 5.1. EMPÓRIOS

Lojas de vinhos, queijos, frios e o outros laticínios e bebidas.

### 5.2. ALIMENTOS ESPECIAIS

Lojas de congelados, alimentos dietéticos, naturais, orgânicos, veganos ou suplementos alimentares.

### 5.3. FARMÁCIAS E DROGARIAS

Engloba farmácias tradicionais, homeopáticas e de manipulação ou vitaminas.

### 5.4. FLORICULTURA

### 5.5. BAZAR

### 5.6. SERVIÇOS FINANCEIROS

Banco, financeira, casa de câmbio.

### 5.7. CORREIO

### 5.8. SERVIÇOS ESTÉTICOS

Cabeleireiro, clínicas de estética, podologia, manicure, design de sobrancelhas, barbearia, depilação.

---

### 5.9. FOTO REVELAÇÃO

### 5.10. EDUCAÇÃO / ENSINO

Instituição de ensino que ofereçam cursos ou treinamentos, como escolas de línguas ou informática, que ocupem área inferior a 250m<sup>2</sup>.

### 5.11. SERVIÇOS MÉDICOS (CLÍNICAS / LABORATÓRIOS)

### 5.12. LOTÉRICAS

### 5.13. AGÊNCIA DE VIAGENS

### 5.14. LAVANDERIA

### 5.15. CHAVEIRO

### 5.16. CONCERTOS

### 5.17. MASSAGEM / SPA

### 5.18. POSTOS DE COMBUSTÍVEIS

### 5.19. TATUAGEM / PIERCING

### 5.20. PET

Lojas prestadoras de serviços para pets ou que comercializem itens voltados ao segmento, que ocupem área inferior a 250m<sup>2</sup>.

### 5.21. SERVIÇOS AUTOMOTIVOS

Incluem lava-rápido, polimento e outros serviços de manutenção automotiva.

### 5.22. SERVIÇO GRÁFICOS

### 5.23. SERVIÇOS PÚBLICOS (Novo)

Operações como emissão de passaporte, poupatempo, vapt vupt e entre outros.

### 5.24. VENDA E LOCAÇÃO DE VEÍCULOS (Novo)

Voltada para venda ou locação de veículos diária ou mensal, pessoal física ou jurídica.

### 5.25. SERVIÇOS OMNICHANNEL E LOGÍSTICA (Novo)

Dark store, self storage, logistic center e entre outros

### 5.26. OUTROS SERVIÇOS

Podem ser incluídos aqui a venda de ingressos, serviço de bilheteria para shows, eventos e teatros, imobiliárias, jornais e revistas, tabacaria e lan house, etc.

## 6. ENTRETENIMENTO

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>.

### 6.1. CINEMAS

### 6.2. TEATRO

### 6.3. CASA DE SHOWS / ESPAÇO PARA EVENTOS (Novo)

### 6.4. PARQUES E GAMES

### 6.5. BOLICHE

### 6.6. BINGO

### 6.7. ARENA GAMER (Novo)

### 6.7. OUTROS (MUSEU, ESPAÇO CULTURAL, ETC).

Monitoria infantil, serviços infantis.

## 7. MALL & MERCHADISING (Novo)

### 7.1 QUIOSQUES (Novo)

Operações de mall.

#### 7.1.1 VESTUÁRIO

#### 7.1.2 CALÇADOS

#### 7.1.3 ACESSÓRIOS

#### 7.1.4 ARTIGOS PARA O LAR

#### 7.1.5 ARTIGOS ESPORTIVOS

#### 7.1.6 BRINQUEDOS

#### 7.1.7 GEEK

#### 7.1.8 ELETRÔNICOS

#### 7.1.9 LIVRARIA

#### 7.1.10 PAPELARIA

#### 7.1.11 ÓTICAS

#### 7.1.12 PERFUMARIA, MAQUIAGEM E COSMÉTICOS

#### 7.1.13 RELOJOARIAS E JOALHERIAS

---

7.1.14 TELEFONIA E ACESSÓRIOS

7.1.15 OUTROS

7.1.16. ALIMENTAÇÃO E BEBIDAS

Cafés, chás, bares, açaí, sorvetes, doces, salgados e entre outros.

7.1.17. CONVENIÊNCIA / SERVIÇOS

Agência de viagens, floricultura, pet, venda e locação de veículos, serviços estéticos, serviços financeiros, spa e massagens e entre outros.

**7.2. VENDING MACHINES (Novo)**

Máquinas de venda automática que comercializam itens em geral.

**7.3 MÍDIA (Novo)**

Espaços internos e externos disponíveis para locação de merchandising.

**7.5 EVENTOS (Novo)**

Feiras, festivais gastronômicos, exposições, campeonatos e entre outros.

**7.6 ANTENAS DE OPERADORAS (Novo)**

*Person's shopping*  
person  
**ABRASCE**

Tel: 11 3506-8300  
[www.abrasce.com.br](http://www.abrasce.com.br)



**ABRASCE**  
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA  
DE SHOPPING CENTERS







# PLANO DE MIX

ABRASCE 2022/2023



[www.abrasce.com.br](http://www.abrasce.com.br)