

Estudo de Viabilidade Mercadológica Shopping



Boulevard
Alfenas

Boulevard Alfenas
Fevereiro - 2020

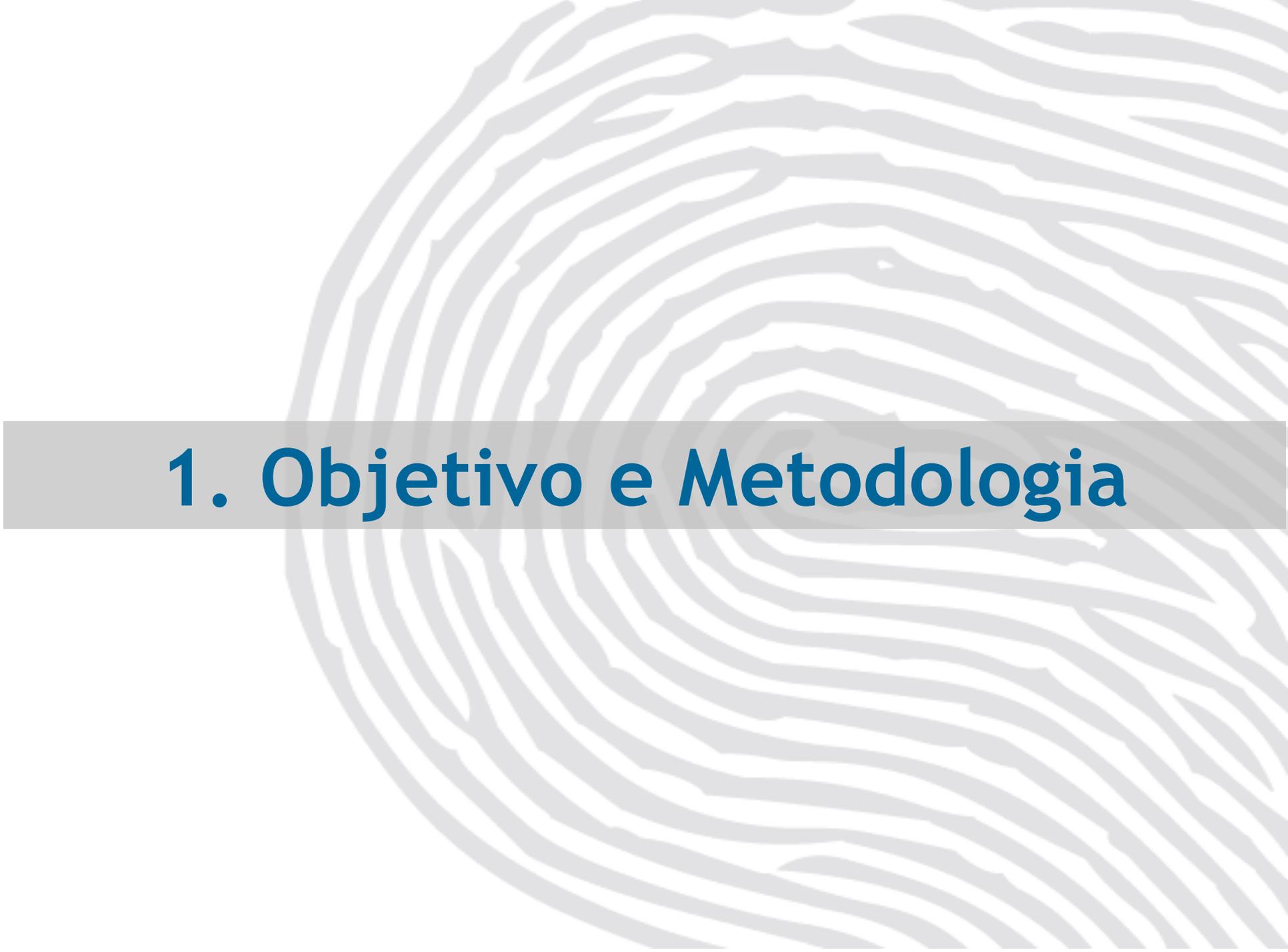


Associação Brasileira
ABEP
de Empresas de Pesquisa



Estudo de Viabilidade Mercadológica – Boulevard Alfenas- Alfenas - MG

1. Objetivo e Metodologia	3
2. Perfil Regional de Alfenas	11
3. Localização e Acessos	16
4. Área de Influência	25
5. Oferta Comercial	32
6. Potencial de Mercado	36
7. Conclusão	39
7.1 - Sugestão de Mix	41
8. Anexos	43

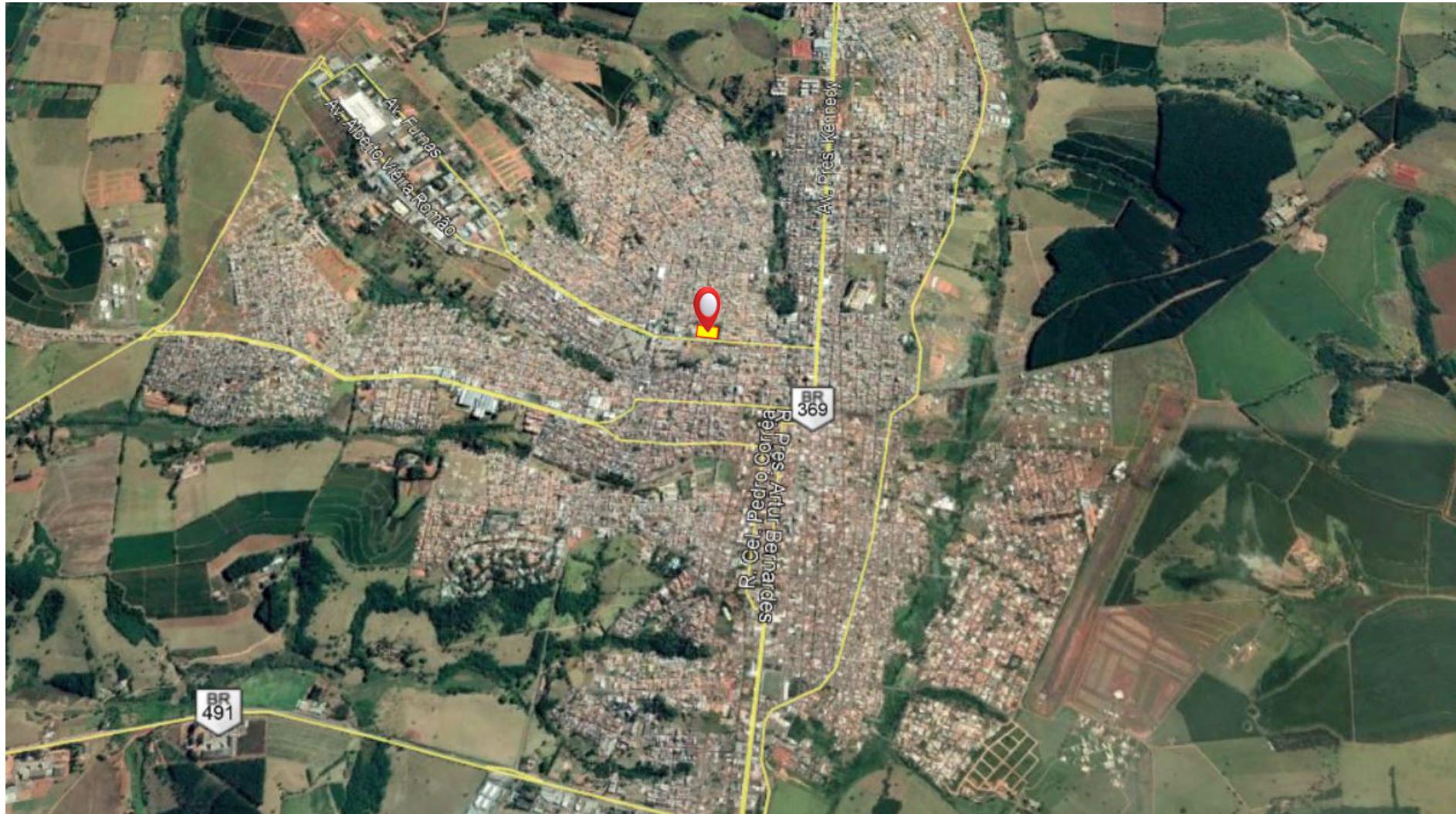
A large, light gray fingerprint pattern is centered on the page, serving as a background for the title. The ridges of the fingerprint are clearly visible and spread across the entire frame.

1. Objetivo e Metodologia

- Estudar a potencialidade mercadológica para a implantação de Shopping Center, na cidade de Alfenas MG.
- Site em Estudo: terreno com 19.600 m², posicionado na R. Gabriel Monteiro da Silva.
- Avaliação geomercadológica da localização.
- Delimitação da Área de Influência Principal e Expandida.
- Análise do composto sócio-econômico-demográfico atual e futuro.
- Identificação do potencial de consumo, por categorias de produtos.
- Avaliação da concorrência direta (Shopping Centers).
- Projeção do potencial de vendas atual e futuro.
- Recomendação para o composto varejista para o empreendimento.



Perfil Geográfico da Região em Estudo



Geomarketing

- Tratamento e mapeamento de informações mercadológicas em plataformas cartográficas digitalizadas da região em estudo, contemplando:
 - Pesquisa e organização de dados secundários oficiais.
 - Georreferenciamento da base de clientes
 - Trabalhos de campo na região de influência do shopping.
 - Cadastramento e mapeamento dos atributos geo-mercadológicos pertinentes.
 - Análise das potencialidades e diagnóstico mercadológico.
- Combinação de duas fontes de dados:
 - Dados primários - obtidos em levantamento de campo.
 - Dados secundários - obtidos em diversos órgãos e entidades geradoras de informações, tais como: IBGE, Prefeitura Municipal e banco de dados da SACS CONSULT.

Lojas Pesquisadas

Empresa	Segmento	Cargo
Chilli Beans	Acessórios	Diretor de Expansão
Inovathi		Diretor Expansão
Mc Donald's	Alimentação	Gerente de Expansão
Di Santinni	Calçados	Gerente de Expansão
Vest Casa	Cama, Mesa e Banho	Gerente de Expansão
Casas Bahia	Eletroeletrônicos	Gerente Administrativo
Planet Girls	Moda Feminina	Gerente de Expansão
Frêdy	Moda Feminina/ Moda Festa/ Moda Infantil	Sócio Proprietário
Puket	Moda Infantil	Diretor Comercial
Clube Melissa		Diretor Comercial
Lupo	Moda Íntima	Gerente de Expansão
Sawary Jeans	Moda Jovem	Gerente de Marca
Empório Alex	Moda Masculina	Diretor Administrativo
Fatto a Mano		Gerente de Expansão

Premissas

- Projeção da população na região em estudo para os anos de 2019, 2020 e 2021 fundamentada nas taxas de crescimento anuais apuradas pelos Censos de 2010 e projeção oficial 2015 (que considera as informações mais recentes sobre as componentes do crescimento demográfico: mortalidade, fecundidade e migração, bem como dos registros administrativos de nascimentos e óbitos), realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE.
- Estimativas refletem somente o crescimento preliminar projetado pelas taxas e não consideram possíveis variações anormais de população e renda, que poderão ocorrer nos intervalos de tempo futuro.
- Renda domiciliar adotada para 2019 provém de cruzamentos do rendimento dos chefes do domicílio (setores censitários do Censo IBGE - 2010), com o rendimento das famílias (Pesquisa POF/IBGE-2009).

Importante

- Resultados deste estudo têm validade desde que não haja a entrada de novos empreendimentos competidores, na Área de Influência, assim como expansões dos já existentes, além daqueles já contemplados.

Critério de Classificação Econômica

Classe Econômica	Intervalo de Renda (R\$) (1)	Renda Média Domiciliar Mensal Estado
A	acima de R\$ 28.374	43.655
B1	de R\$ 17.025 a R\$ 28.374	21.586
B2	de R\$ 11.351 a R\$ 17.024	13.916
C1	de R\$ 6.811 a R\$ 11.350	8.642
C2	de R\$ 3.406 a R\$ 6.810	4.615
C3	de R\$ 2.271 a R\$ 3.405	2.797
D/E	até R\$ 2.270	1.459

Fonte: IBGE/SACS CONSULT

(1) Censo (2010) e Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF 2009), projetados para 2019. Contempla economia subterrânea = 16% de participação

A large, light gray fingerprint pattern is centered on the page, serving as a background for the title. The fingerprint lines are concentric and flow from the center outwards.

2. Perfil Regional de Alfenas

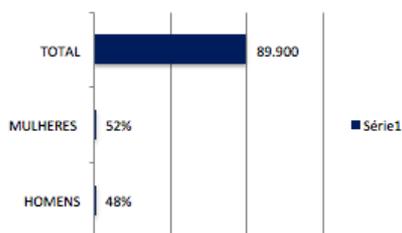
- **Alfenas** é um município da região de Minas Gerais, atualmente possui uma população de 80.719 habitantes, com mais de 28 mil residências.
- Possui 56 Bairros rurais, 850 Ruas e 20 praças.
- Atualmente possui uma frota de veículos de 46.461 mil unidades.
- Possui Aeroporto Comandante Paschoal Patrocínio Filho com pista de 1.600m com balizamento.
- Alfenas possui mais de 4.197 empresas instaladas e atividades nos segmentos de comércio, serviços, indústria, construção civil e agropecuária.
- Considerada o núcleo urbano de bastante importância na região sul-mineira.
- Tradicionalmente, agropastoril e grande centro produtor de café.
- **Instituições Financeiras:** 10 (dez).
- **Agricultura:** Desenvolve-se a cultura do arroz, alho, batata-inglesa, feijão, milho, café, cana-de-açúcar, mandioca, soja, tomate e frutas, cada uma delas com mais de 100 hectares de terra cultivada.
- **Pecuária:** Conta com rebanho de aproximadamente 41 800 cabeças, utilizados na produção de leite e em sua maioria, como gado de corte. Destaca-se a suinocultura com aproximadamente 4 770 cabeças e galináceas com 195 000 cabeças. A pecuária leiteira é bastante desenvolvida e iniciativas na agroindústria, principalmente no setor do gêneros alimentícios, sucos e laticínios.
- Na área industrial vem consolidando o município, com vocação para o setor têxtil. Possui um Distrito Industrial que é um dos maiores do Sul de Minas, administrado pela Companhia de Distritos Industriais de Minas Gerais - CDI-MG, que agrega quase todo setor industrial de Alfenas, com indústrias de grande e médio porte.

Perfil Regional da Área de Influência total

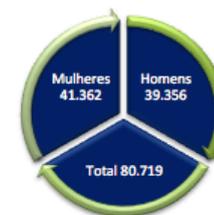
POPULAÇÃO

População 2017			População Urbana	Ranking Populacional		Taxa Média de Crescimento Anual 2010-2016 -% (1)	Habitantes por Domicílio	Área Física (km²)	Densidade Demográfica (hab / km²)
Homens	Mulheres	Total		Estado	Brasil				
39.356	41.362	80.719	75.870	46º	406º	0,90	3,2	849	95
49%	51%	100%	94,0%	-	-	-	-	-	-

Fonte: IBGE (1) % de crescimento da população entre o Censo Demográfico 2010 e a projeção oficial 2014 do IBGE, divulgada no Diário Oficial da União



População Total	80.719 habitantes
População Urbana	75.870 habitantes
Taxa de Crescimento	0,9 habitantes



Comentários:

População efetiva: 80.719 projetado para 2017 : 90.100 hab.

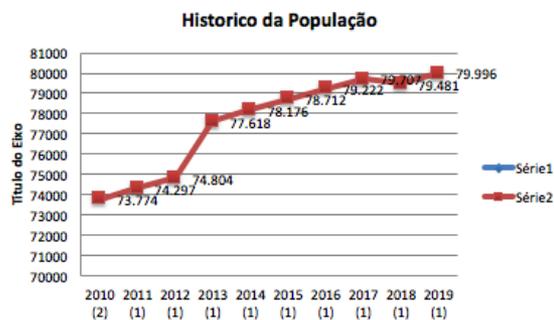
Fator preponderante : 3,2 hab. por domicílio

taxa média anual: 1,17 media do estado em geral

HISTÓRICO DE POPULAÇÃO

2010 (2)	2011 (1)	2012 (1)	2013 (1)	2014 (1)	2015 (1)	2016 (1)	2017 (1)	2018 (1)	2019 (1)
73.774	74.297	74.804	77.618	78.176	78.712	79.222	79.707	79.481	79.996

Fonte: IBGE (1) projeção oficial do IBGE, divulgada no Diário Oficial da União (2) Censo Demográfico



População 2010	73.774 habitantes
População 2017	79.707 habitantes
População 2019	79.996,0 habitantes

Comentários:

Foi considerado para a projeção baseado no índice de crescimento o levantamento realizado em 2010 - CENSO

CRESCIMENTO ANUAL

Histórico da Taxa de Crescimento Anual

2010 (1)	2011 (2)	2012 (2)	2013 (2)	2014 (2)	2015 (2)	2016 (2)	2017 (2)	2018 (2)	2019 (2)
-	0,71	0,70	1,71	1,46	1,30	1,19	1,11	0,94	0,90

Fonte: IBGE (1) % de crescimento da população em relação ao Censo Demográfico 2000 (2) % de crescimento da população em relação ao Censo Demográfico 2010



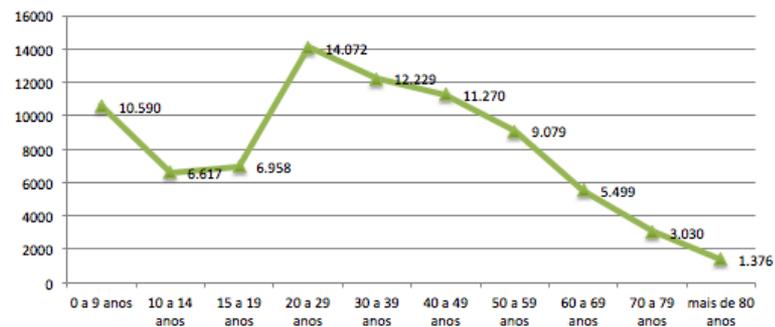
Comentários:

Taxa de crescimento considerada após 2013 (CENSO).
Taxa crescente

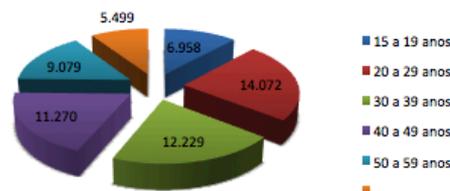
FAIXA ETÁRIA (2020)

0 a 9 anos	10 a 14 anos	15 a 19 anos	20 a 29 anos	30 a 39 anos	40 a 49 anos	50 a 59 anos	60 a 69 anos	70 a 79 anos	mais de 80 anos
10.590	6.617	6.958	14.072	12.229	11.270	9.079	5.499	3.030	1.376
13%	8%	9%	17%	15%	14%	11%	7%	4%	2%

Fonte: IBGE



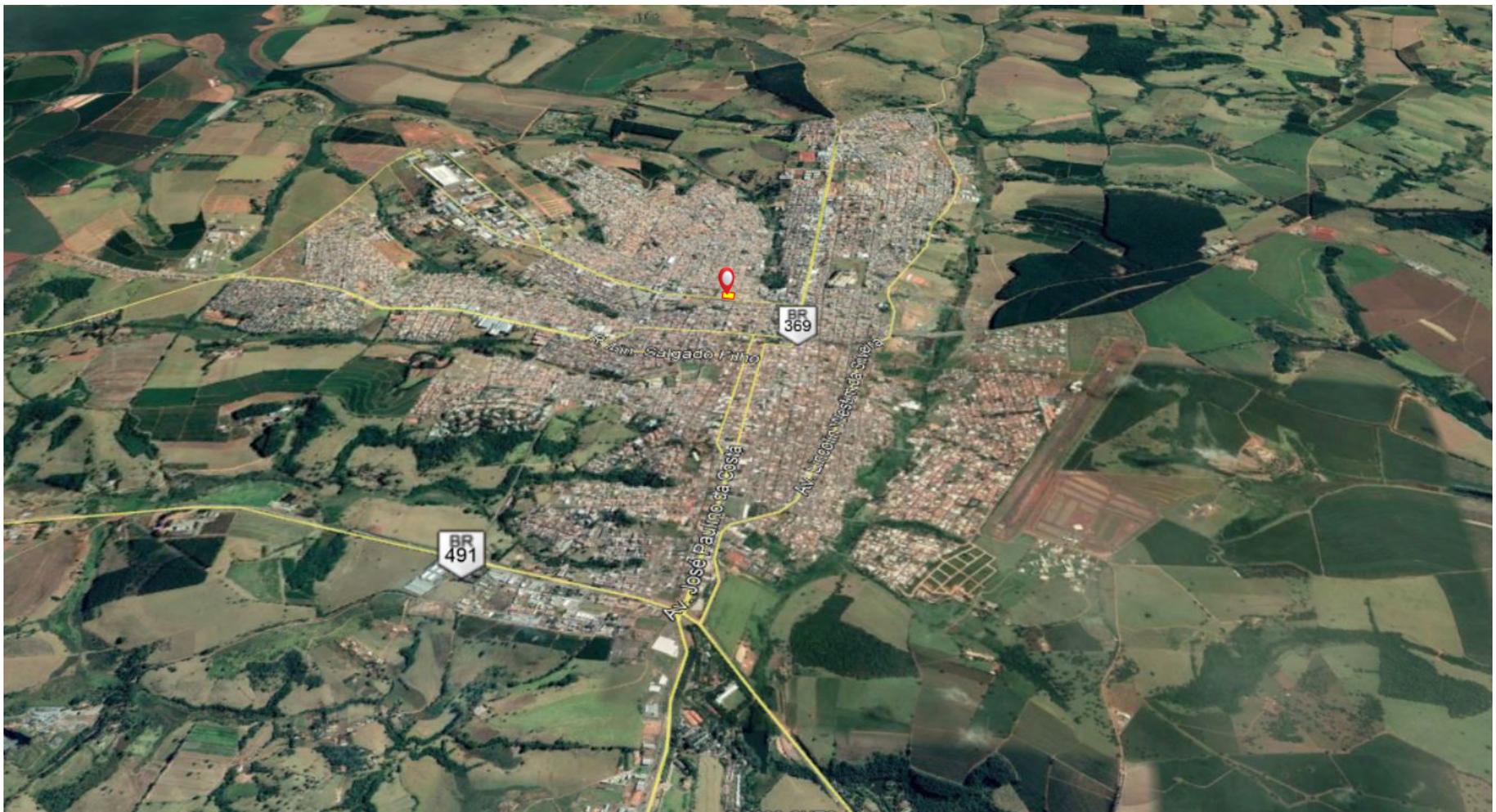
FAIXA ETÁRIA PRINCIPAL



Comentários:

A Faixa etária considerada é de 15 a 19 anos a 50 a 59 anos.
Público consumidor
TOTAL: 65.507 hab propensos consumidores

- Posicionamento Geográfico.



A large, light gray fingerprint pattern is centered on the page, serving as a background for the title. The ridges of the fingerprint are clearly visible and flow across the entire frame.

3. Localização e Acessos

R. Gabriel Monteiro da Silva / R. Antônio Carlos



R. Gabriel Monteiro da Silva



R. Antônio Carlos



Pontos Positivos

- Acesso direto ao site atualmente realizado por 2 principais vias:
 - **R. Gabriel Monteiro da Silva e R. Antônio Carlos.**
 - Via de ligação regional, de mão única, duas faixas de rolamento.
- Condições de acesso direto.
- Oferta de transporte público com 22 linhas de ônibus

Pontos de Atenção

- Ruas de acesso de mão única sem retorno local
- Cruzamentos das principais vias de acesso sem sistema de semáforos.



Pontos Positivos

- Bom posicionamento geográfico do terreno, no contexto da região metropolitana de Alfenas , situado na **R. Gabriel Monteiro da Silva**
- Apresenta relevo acentuado (horizonte aberto), proporcionando excelente visibilidade e exposição, para os veículos que trafegam pela via.
- Ponto de passagem natural para a população residente nas regiões metropolitanas.
- Proximidade à importantes locais concentradores de empregos e geradores de fluxo.
- Expressivo fluxo de automóveis.

Pontos de Atenção

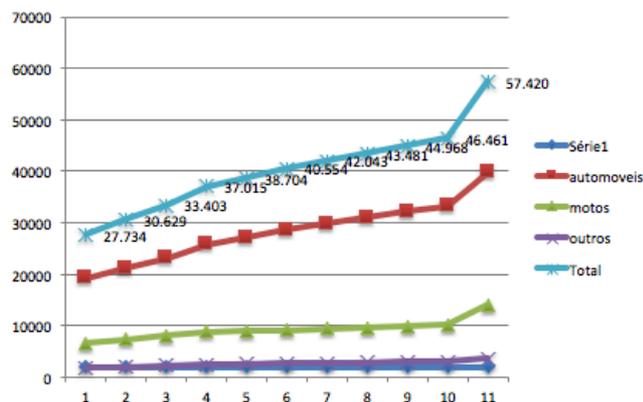
- Acessos de mão única sem retorno local.
- Ausência de sinalização semafórica e faixa de pedestres no entorno.

FROTA DE VEICULOS

Período	Automóveis	Motocicletas	Outros	Total	Participação Brasil	Classificação Estado	Classificação Brasil	Evolução para o Ano Anterior	Automóveis / 1.000 Habitantes
2010	19.171	6.664	1.899	27.734	0,04645%	40º	327º	-	376
2011	21.217	7.365	2.047	30.629	0,04697%	39º	327º	10,4%	412
2012	23.068	8.087	2.248	33.403	0,04707%	41º	330º	9,1%	447
2013	25.740	8.811	2.464	37.015	0,04727%	40º	334º	10,8%	477
2014	27.081	9.026	2.597	38.704	0,04716%	40º	337º	4,6%	495
2015	28.627	9.175	2.752	40.554	0,04657%	40º	339º	4,8%	515
2016	29.845	9.399	2.799	42.043	0,04623%	40º	344º	3,7%	531
2017	30.989	9.567	2.925	43.481	0,04621%	41º	344º	3,4%	546
2018	32.158	9.803	3.007	44.968	0,04619%	42º	348º	3,4%	568
2019	33.276	10.148	3.037	46.461	0,04598%	42º	352º	3,3%	583
2016	39.776	13.970	3.674	57.420	0,06313%	80º	253º	3,7%	654

Fonte: DENATRAN - Departamento Nacional de Trânsito

GRAFICO DE FROTA DE VEICULOS



A large, light gray fingerprint pattern is centered on the page, serving as a background for the title. The ridges of the fingerprint are clearly visible and radiate from the center.

4. Área de Influência

- A Área de Influência representa um espaço geográfico, onde parte da população (residentes e flutuantes) pode ser atraída, em diferentes proporções, por empreendimentos posicionados em seu epicentro (site em estudo).
- Para delimitar esta área, foram considerados diversos fatores na abrangência do mercado de um empreendimento com esta característica, tais como:
 - localização do empreendimento (posicionamento no contexto do mercado)
 - barreiras naturais e estruturais (rios, ferrovias, rodovias, etc.)
 - mobilidade urbana (condições e formas de acessos - vias, avenidas, transporte, etc.)
 - tempo de percurso (minutos gastos para se chegar até o empreendimento)
 - limitação de distâncias (quilometragem da origem-destino)
 - concorrência presente (oferta nas categorias em análise)
 - concorrência futura (projetos para novos empreendimentos)
 - atratividade do futuro empreendimento (conceito, tamanho, qualidade, especialização e mix)
 - polarização do local (convergência de pessoas a negócio, passeio, saúde, etc.)

DOMICÍLIOS (2020)

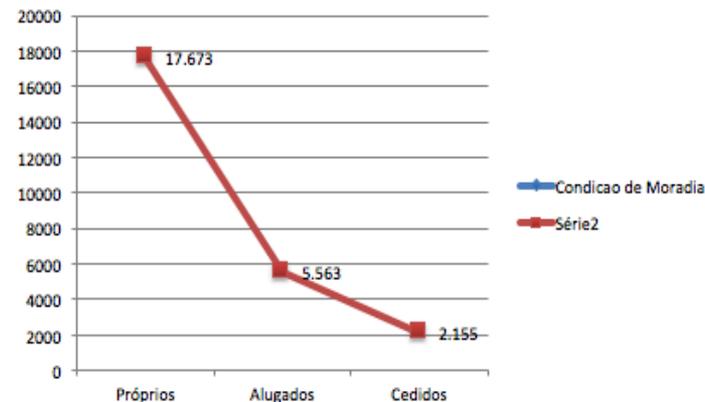
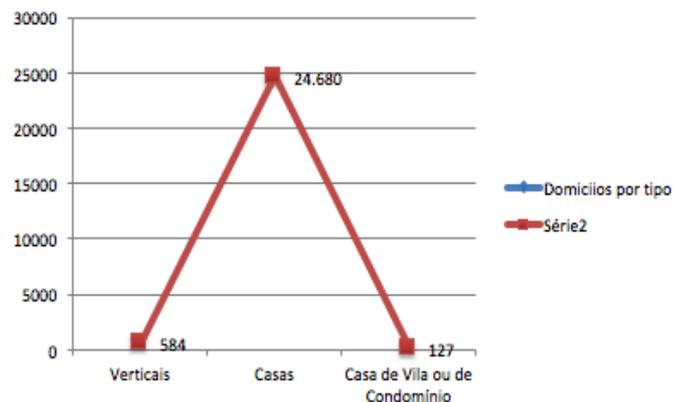
Domicílios 2017						
Total	Por Tipo			Condição de Moradia		
	Verticais	Casas	Casa de Vila ou de Condomínio	Próprios	Alugados	Cedidos
25.391	584	24.680	127	17.673	5.563	2.155
100,0%	2,3%	97,2%	0,5%	69,6%	21,9%	8,5%

Fonte: IBGE

Domicílios 2017				Domicílios de Veraneio	Favelas	
Infraestrutura (Domicílios Atendidos)					População 2020	Domicílios 2020
Abastecimento de Água	Rede de Esgoto	Coleta de Lixo	Energia Elétrica			
23.871	23.631	24.586	25.345	3.878	0	
94,0%	93,1%	96,8%	99,8%	15,3%	0,0%	

Fonte: IBGE

Fonte: IBGE



Comentários:

A cidade é predominante horizontal 24.680 (97,2%) casas contra 584 (2,3 %) tipo prédios.

Isso mostra uma tendência de qualidade vida superior (IDH)

Nota-se que na cidade não existe favelas, mais um motivo para consumidores com poder aquisitivo acima de um salário mínimo.

Nota-se também domicílios de veraneio, motivado pela presença da represa, consumidores com poder aquisitivo diferenciado.

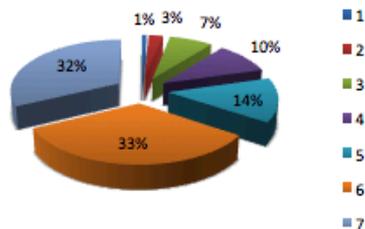
Um fator importante da infraestrutura da cidade é a quantidade de residências atendidas por água (94%) e esgoto (93,1%)

RENDA MÉDIA FAMILIAR - Mensal

Domicílios 2017 por Classe Econômica							
A	B1	B2	C1	C2	C3	DE	Total
acima de R\$ 30143	de R\$ 15072 a R\$ 30143	de R\$ 7537 a R\$ 15071	de R\$ 4522 a R\$ 7536	de R\$ 3015 a R\$ 4521	de R\$ 1508 a R\$ 3014	até R\$ 1507	
R\$ 51.709	R\$ 20.289	R\$ 10.211	R\$ 5.801	R\$ 3.762	R\$ 2.379	R\$ 1.207	
196	615	1.879	2.508	3.527	8.478	8.188	25.391
0,8%	2,4%	7,4%	9,9%	13,9%	33,4%	32,2%	100%

Fonte: IBGE

RENDA MEDIA FAMILIAR



TOTAL 25.391 RENDA

Comentários:

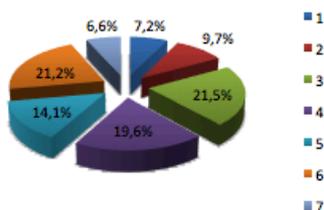
A evidência A/B/C1

RENDA TOTAL FAMILIAR - Mensal

Renda Total Familiar Mensal 20								Renda Média Familiar Mensal (R\$) 2017
A	B1	B2	C1	C2	C3	DE	Total	
acima de R\$ 22233	de R\$ 11096 a R\$ 22233	de R\$ 5605 a R\$ 11095	de R\$ 3394 a R\$ 5604	de R\$ 2255 a R\$ 3393	de R\$ 1093 a R\$ 2254	até R\$ 1092		
R\$ 35.032	R\$ 14.903	R\$ 7.523	R\$ 4.339	R\$ 2.822	R\$ 1.752	R\$ 884		
6.288.580	8.405.019	18.668.517	17.015.033	12.217.943	18.422.324	5.727.757	86.745.172	3.047
7,2%	9,7%	21,5%	19,6%	14,1%	21,2%	6,6%	100%	-

Fonte: IBGE

RENDA TOTAL FAMILIAR

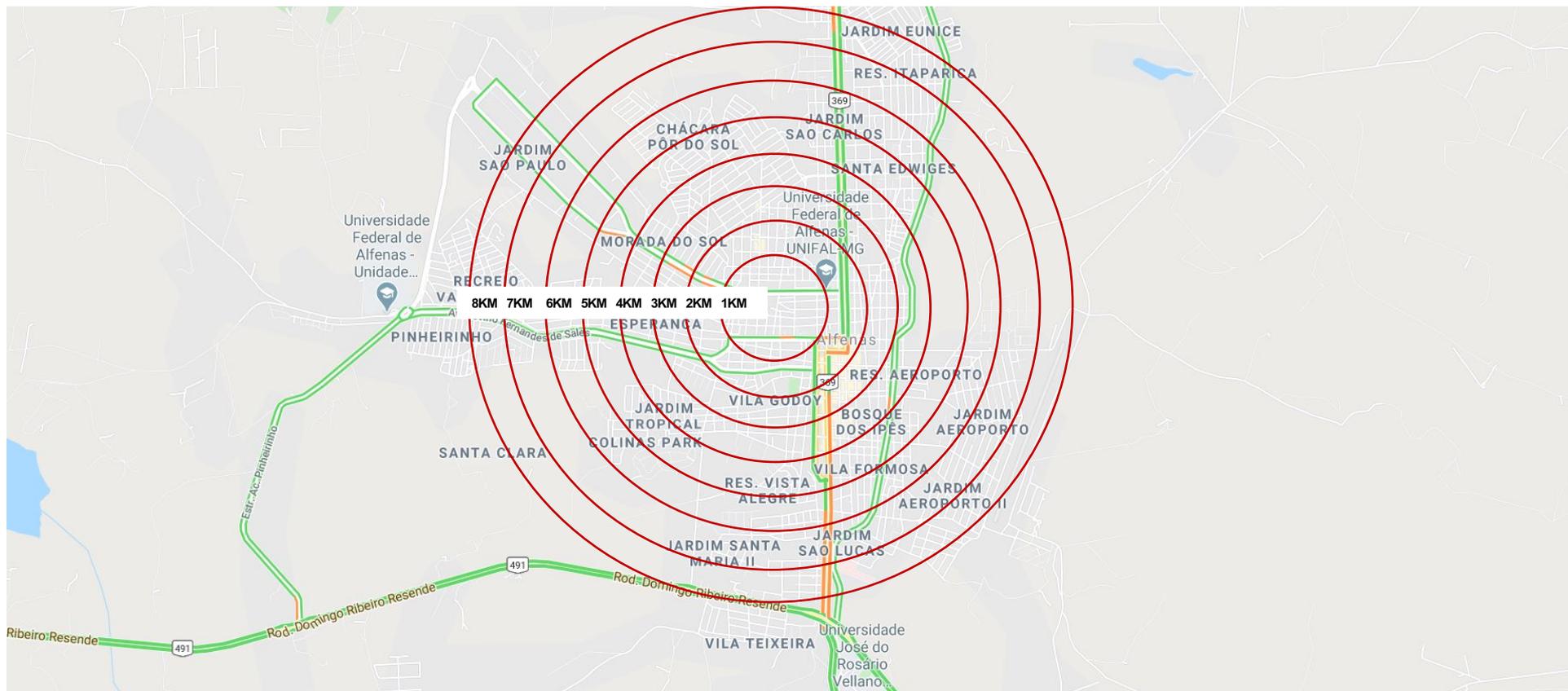


TOTAL 86.745.172 RENDA

Comentários:

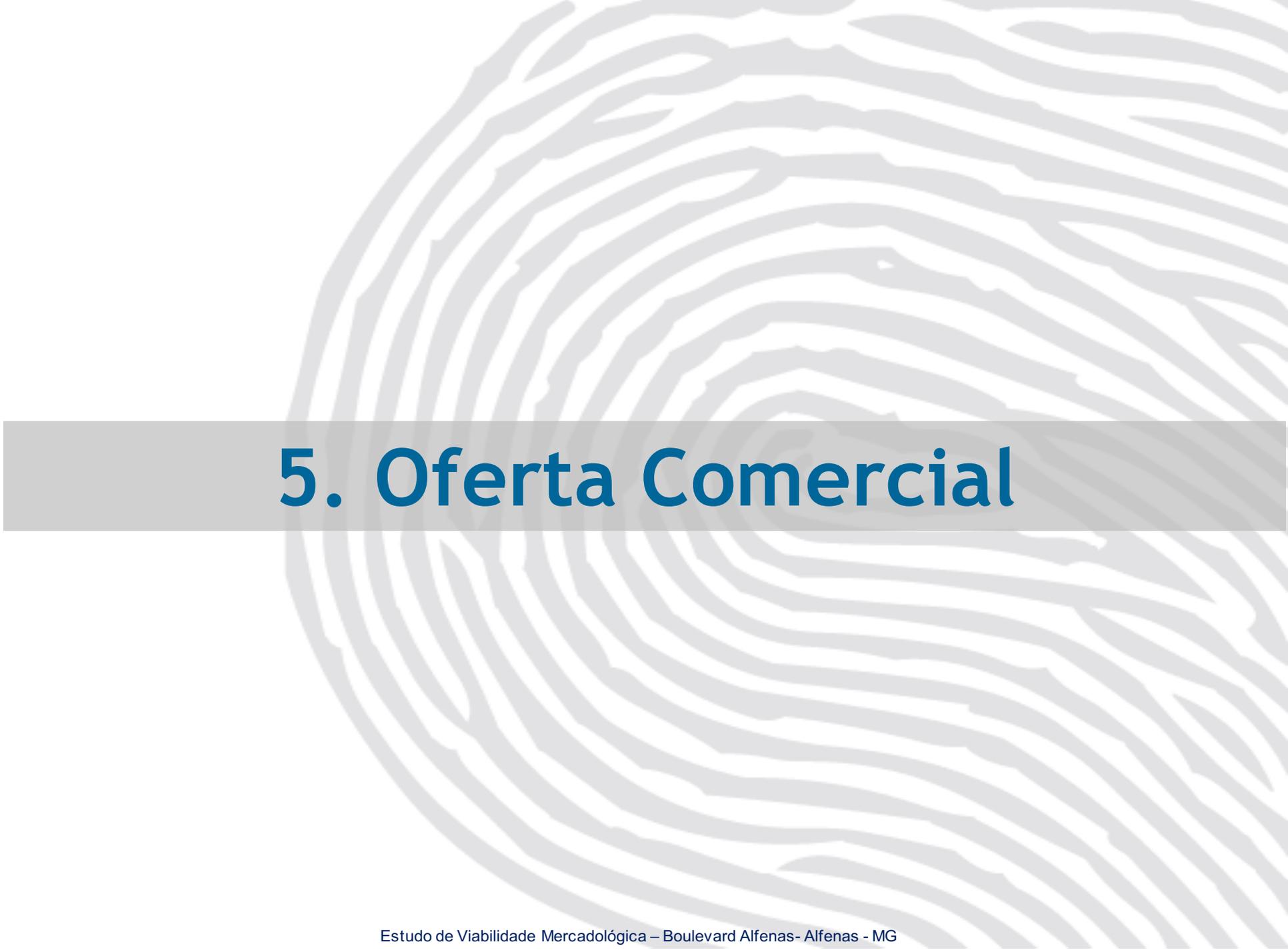
A evidência : B2/C3

Renda média familiar : R\$ 3.047,00



Principais bairros do município de Afenas - Área de influência principal e expandida.

Aparecida	Jardim América II	Jardim Tropical	Residencial Oliveira	Vila Teixeira
Campinho	Jardim América III	Jardim Vista Alegre	Residencial Vale Verde	Vista Grande
Campos Elíseos	Jardim Boa Esperança	Morada do Sol	Santa Clara	Jardim Santa Maria
Centro	Jardim Elite	Novo Horizonte	Santa Edwrigens	Jardim Santa Maria II
Chapada	Jardim Nova América	Parque das Nações	Santa Luzia	
Colinas Park	Jardim Panorama	Pinheirinho	Santa Rita	
Condomínio Jardim da Colina	Jardim Pôr do Sol II	Pôr do Sol	Santos Reis	
Gaspar Lopes	Jardim Primavera	Recreio Vale Do Sol	Vila Betânia	
Jardim Aeroporto	Jardim São Carlos	Residencial Aeroporto	Vila Formosa	
Jardim Alvorada	Jardim São Lucas	Residencial Itaparica	Vila Promessa	
Jardim América	Jardim São Paulo	Residencial Morada do sol	Vila Godoy	



5. Oferta Comercial

- O levantamento de oferta varejista consiste de uma visita de avaliação aos estabelecimentos comerciais da área de influência que comercializam os 36 grupos de produtos mais relevantes para shopping center e com significativa participação no orçamento familiar.
- Os grupos de produtos mais ofertados todos com área superior a 10 mil metros quadrados são: móveis, supermercados (alimentos e bebidas) e restaurantes. Juntos, estes grupos de produtos concentram 55% da área de vendas de oferta instalada na área de influência.
- A zona de maior concentração de oferta é o centro, responsável por 33% da área de vendas de oferta varejista instalada. Restaurantes, lanchonetes e móveis compõem majoritariamente a área de oferta desta zona.

Oferta Comercial Instalada	
Área de Influência	Área de Vendas (por m ₂)
Primária	4.995 m ₂
Secundária	14.873 m ₂
Terciária	40.991 m ₂
Quaternária	25.977 m ₂
Total	89.576 m₂

VENDAS POR SEGMENTO



Venda média por m ²	Jan/19	Fev/19	Mar/19	Abr/19	Mai/19	Jun/19	Jul/19	Ago/19	Set/19
Lojas âncoras (Acima de 1.000 m ²)	R\$ 798	R\$ 757	R\$ 768	R\$ 747	R\$ 738	R\$ 775	R\$ 741	R\$ 733	R\$ 717
Semi âncoras (500 a 999 m ²)	R\$ 1.349	R\$ 1.154	R\$ 1.178	R\$ 1.134	R\$ 1.110	R\$ 1.125	R\$ 1.023	R\$ 1.192	R\$ 1.128
Mega lojas (250 a 499 m ²)	R\$ 1.261	R\$ 1.198	R\$ 1.207	R\$ 1.191	R\$ 1.200	R\$ 1.241	R\$ 1.096	R\$ 1.251	R\$ 1.192
Lojas satélites (Até 250 m ²)	R\$ 1.774	R\$ 1.568	R\$ 1.714	R\$ 1.770	R\$ 1.957	R\$ 1.966	R\$ 1.839	R\$ 1.884	R\$ 1.805
Vestuário	R\$ 1.299	R\$ 1.122	R\$ 1.162	R\$ 1.198	R\$ 1.416	R\$ 1.524	R\$ 1.396	R\$ 1.461	R\$ 1.309
Calçados	R\$ 1.853	R\$ 1.711	R\$ 1.786	R\$ 1.765	R\$ 2.113	R\$ 2.140	R\$ 1.982	R\$ 2.003	R\$ 1.925
Artigos para o lar	R\$ 1.291	R\$ 1.259	R\$ 1.327	R\$ 1.302	R\$ 1.476	R\$ 1.484	R\$ 1.501	R\$ 1.410	R\$ 1.383
Telefonia e acessórios	R\$ 2.287	R\$ 2.220	R\$ 2.363	R\$ 2.705	R\$ 2.829	R\$ 2.667	R\$ 2.401	R\$ 2.638	R\$ 2.539
Eletroeletrônico	(ND) *	R\$ 2.383	R\$ 3.053	R\$ 2.910	R\$ 3.499	R\$ 3.052	R\$ 3.119	R\$ 3.054	R\$ 3.041
Livraria	(ND) *	R\$ 949	R\$ 999	R\$ 936	R\$ 883	R\$ 897	R\$ 923	R\$ 888	R\$ 841
Brinquedos	(ND) *	R\$ 925	R\$ 1.207	R\$ 1.071	R\$ 1.084	R\$ 1.190	R\$ 871	R\$ 1.031	R\$ 1.074
Puericultura (Artigos Infantis)	(ND) *	R\$ 1.087	R\$ 1.281	R\$ 1.281	R\$ 1.232	R\$ 1.455	R\$ 1.324	R\$ 1.164	R\$ 1.206
Acessórios e artigos para viagem	(ND) *	R\$ 1.473	R\$ 1.673	R\$ 1.596	R\$ 1.653	R\$ 1.664	R\$ 1.764	R\$ 1.660	R\$ 1.507
Óticas	R\$ 2.041	R\$ 1.957	R\$ 1.991	R\$ 2.125	R\$ 2.194	R\$ 2.110	R\$ 2.217	R\$ 2.239	R\$ 2.115
Perfumaria e outros	R\$ 2.425	R\$ 2.255	R\$ 2.402	R\$ 2.374	R\$ 2.828	R\$ 2.575	R\$ 2.216	R\$ 2.584	R\$ 2.376
Relojoaria, bijuteria e outros	R\$ 2.320	R\$ 2.103	R\$ 2.253	R\$ 2.420	R\$ 3.004	R\$ 2.968	R\$ 2.127	R\$ 2.428	R\$ 2.447
Alimentação	R\$ 2.208	R\$ 1.925	R\$ 2.252	R\$ 2.342	R\$ 2.270	R\$ 2.289	R\$ 2.349	R\$ 2.209	R\$ 2.176
Outros	(ND) *	R\$ 1.299	R\$ 1.306	R\$ 1.452	R\$ 1.536	R\$ 1.481	R\$ 1.446	R\$ 1.395	R\$ 1.400
Conveniência e serviços	R\$ 1.156	R\$ 1.356	R\$ 1.436	R\$ 1.242	R\$ 1.277	R\$ 1.212	R\$ 1.094	R\$ 1.097	R\$ 1.091
Entretenimento geral	R\$ 327	R\$ 194	R\$ 265	R\$ 283	R\$ 299	R\$ 243	R\$ 415	R\$ 241	R\$ 215
TOTAL	R\$ 1.098	R\$ 994	R\$ 1.127	R\$ 1.073	R\$ 1.090	R\$ 1.119	R\$ 1.074	R\$ 1.069	R\$ 1.019

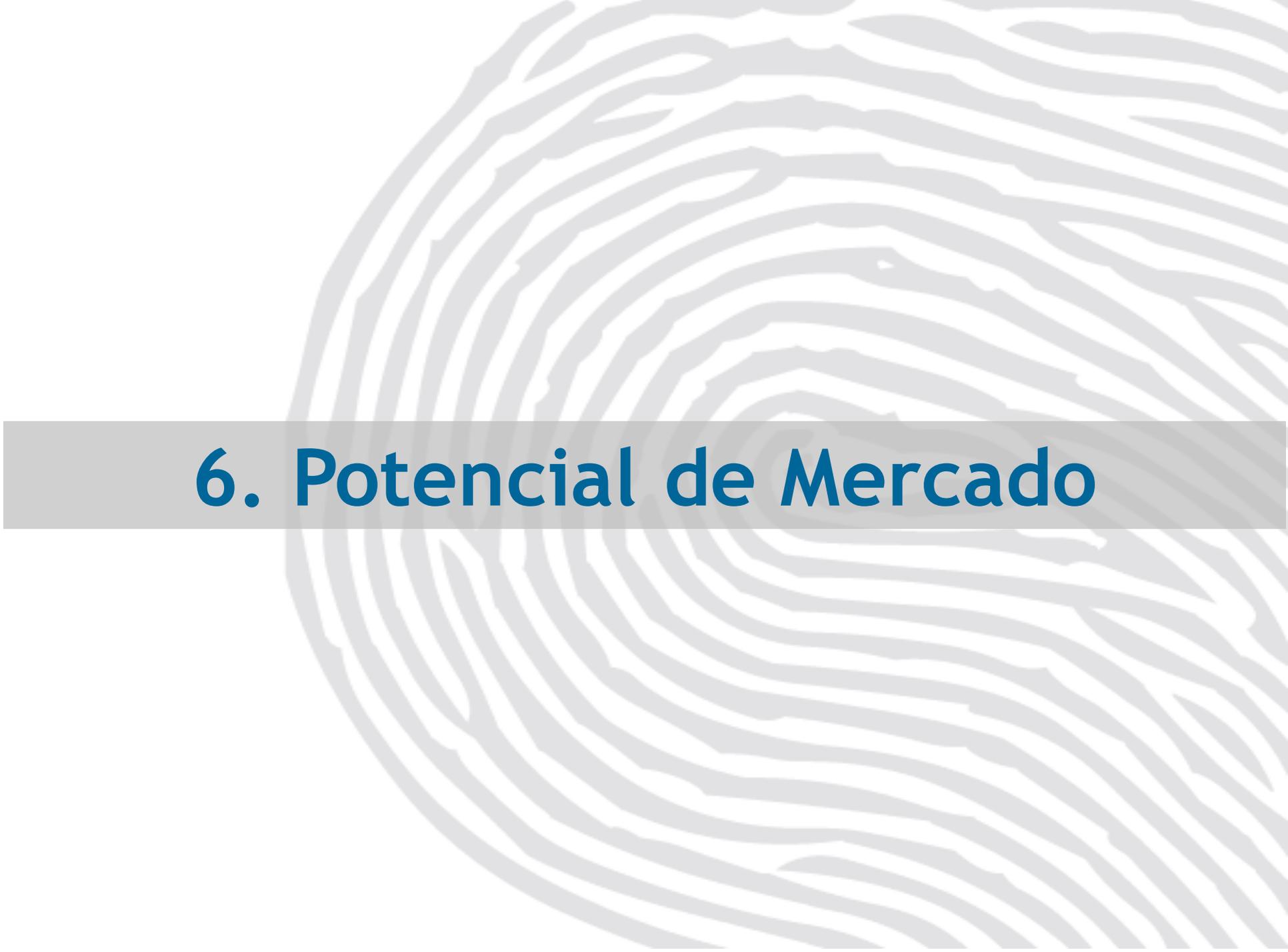
* Nota 1: (ND) dado não disponível. Na coleta de janeiro 2019 estas categorias estavam todas agrupadas em "outros". A partir do monitoramento de fevereiro elas foram desagregadas e por isso a categoria "artigos diversos" deixou de existir.

Fonte: IBOPE
RAIS

Potencial de Consumo Mensal

Categoria	Valor	Categoria	Valor
Alimentação no Domicílio	9.318.849	Vestuário	3.491.344
Alimentação Fora do Domicílio	5.648.364	Transporte Urbano	1.170.078
Aluguel	13.554.257	Combustível (Veículo Próprio)	2.883.161
Condomínio	589.183	Aquisição de Veículos	4.862.453
Energia Elétrica	2.400.560	Higiene e Cuidados Pessoais	2.710.777
Telefone Fixo	200.466	Assistência à Saúde	6.967.818
Telefone Celular	1.184.947	Educação	3.361.708
Pacote de Telefone, TV e Internet	849.117	Recreação e Cultura	1.986.951
Gás Doméstico	909.350	Celular e Acessórios	765.861
Água e Esgoto	1.083.486	Serviços Pessoais	1.052.621
Manutenção do Lar	2.230.252	Impostos	3.104.323
Artigos de Limpeza	519.207	Imóvel (Reforma)	1.794.792
Mobiliários e Artigos do Lar	1.488.584	Prestação de Imóvel	913.671
Elerodomésticos	1.270.365	Total	76.312.546

Shopping Centers por Porte	M²	Quantidade	Área Bruta Locável
Pequeno	até 19999 m ²	0	0
Médio	de 20000 a 29999 m ²	0	0
Regional	de 30000 a 59999 m ²	0	0
Mega	acima de 60000 m ²	0	0
Total		0	0

A large, stylized fingerprint pattern in light gray, centered on the page. The ridges are concentric and flow from the top left towards the bottom right.

6. Potencial de Mercado

- Considerando-se a distribuição da área de vendas de oferta instalada e o potencial de consumo da região pode-se estabelecer prioridades para os grupos de produtos, dependendo do seu potencial de geração de volume de vendas.
- Os grupos de produtos com maior potencial de vendas são os candidatos a ancoragem do shopping e devem ser privilegiados em área de vendas. Já os grupos de produtos com menor potencial de vendas devem receber áreas menores.

Potencial dos Produtos	
Maior Potencial	Menor Potencial
Cama, mesa e banho	Presentes
Eletro-pesados	Papelaria
Relojoaria e joalheria	Móveis
Moda Jovem	Higiene Pessoal
Moda masculina	Artigos Esportivos
Som , vídeo e Tv	Bomboniere
Supermercados	
<u>Privilegiar em área de vendas, ancorar</u>	<u>Destinar áreas menores</u>

- O faturamento projetado para o novo shopping (sem considerar a captação externa) representa 4,73% de participação de mercado na área de influência.
- As porcentagens de participação indicam quanto da demanda de cada zona deverá ser captada pelo novo shopping para que o prognóstico de vendas se realize. Deste modo, 17,72% de participação na área primária significa que o shopping deverá captar 17,72% da demanda disponível nesta área. Os resultados de vendas e participação de mercado consideram um shopping center com 4.500 m² podendo chegar em 5.000 m² quadrados de AB.

Área de Influência	Demanda Mensal (em milhões)	Venda Mensal (em mil)
Primária	R\$ 7,97	R\$ 658
Secundária	R\$ 6,14	R\$ 1412
Terciária	R\$ 34,4	R\$ 1025
Quaternária	R\$ 38,02	R\$ 675
Total	R\$ 80,5	R\$ 3.800

- As porcentagens de participação indicam quanto da demanda de cada zona deverá ser captada pelo novo empreendimento para que o prognóstico de vendas se realize. Deste modo, 17,72% de participação na área primária significa que o shopping deverá captar 17,72% da demanda disponível nesta área. Os resultados de vendas e participação de mercado consideram um shopping center com 4.500 m2 de ABL, podendo chegar em 5.000 m2 quadrados de ABL

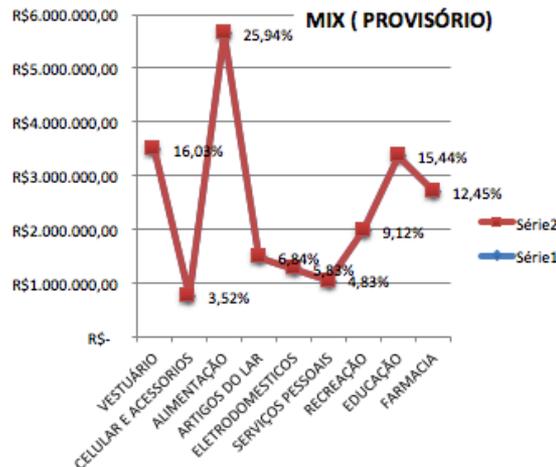
POTENCIAL DE CONSUMO

Potencial de Consumo Mensal (R\$)			
Categoria	Valor	Categoria	Valor
Alimentação no Domicílio	9.318.849	Vestuário	3.491.344
Alimentação Fora do Domicílio	5.648.364	Transporte Urbano	1.170.078
Aluguel	13.554.257	Combustível (Veículo Próprio)	2.883.161
Condomínio	589.183	Aquisição de Veículos	4.862.453
Energia Elétrica	2.400.560	Higiene e Cuidados Pessoais	2.710.777
Telefone Fixo	200.466	Assistência à Saúde	6.967.818
Telefone Celular	1.184.947	Educação	3.361.708
Pacote de Telefone, TV e Internet	849.117	Recreação e Cultura	1.986.951
Gás Doméstico	909.350	Celular e Acessórios	765.861
Água e Esgoto	1.083.486	Serviços Pessoais	1.052.621
Manutenção do Lar	2.230.252	Impostos	3.104.323
Artigos de Limpeza	519.207	Imóvel (Reforma)	1.794.792
Mobiliários e Artigos do Lar	1.488.584	Prestação de Imóvel	913.671
Eletrodomésticos	1.270.365	Total	76.312.546

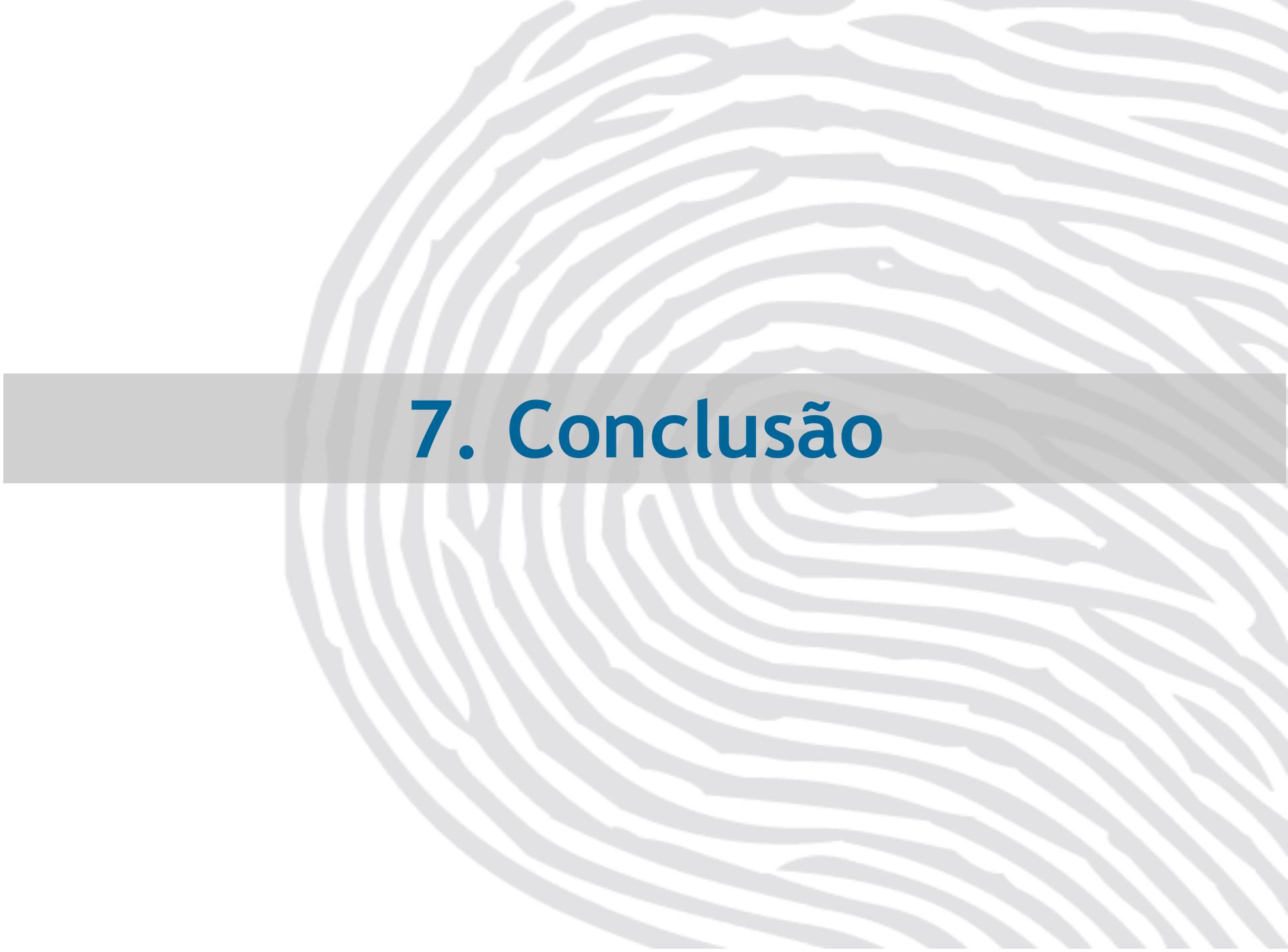
Fonte: IBGE / POF - Pesquisa de Orçamentos Familiares - 2009

TABELA DE MIX

VESTUÁRIO	R\$	3.491.344,19	16,03%
CELULAR E ACESSÓRIOS	R\$	765.861,49	3,52%
ALIMENTAÇÃO	R\$	5.648.363,89	25,94%
ARTIGOS DO LAR	R\$	1.488.584,49	6,84%
ELETRODOMESTICO	R\$	1.270.365,35	5,83%
SERVIÇOS PESSOAIS	R\$	1.052.620,96	4,83%
RECREAÇÃO	R\$	1.986.951,06	9,12%
EDUCAÇÃO	R\$	3.361.708,27	15,44%
FARMACIA	R\$	2.710.777,49	12,45%
TOTAL	R\$	21.776.577,20	100,00%



Fonte: SACS CONSL



7. Conclusão

- O estudo indica potencial mercadológico para a implantação de um empreendimento comercial no formato Shopping Center.

- A localização do site em estudo apresenta diversas características que contribuem para o modelo:
 - Ausência de concorrentes diretos.
 - Via de ligação, com alto volume de tráfego.
 - Inserido na Região Alfenas.
 - Presença de mercado potencial (consumidores das classes /B/C1/C2/C3)

- Os pontos de atenção a serem enfrentados pelo empreendimento são:
 - Resistência do varejo na expansão de operações e maior critério quando o faz.
 - Seleção do mix: o empreendimento deve buscar marcas de prestígio, contudo sem a necessidade de focar em grandes grifes de alto de alto ticket médio.
 - Operações de alta relevância e potencial de exercer ancoragem.
 - A praça de alimentação deve ser possui redes de fast food, além de restaurantes com possibilidade para redes e cozinhas tradicionais da região, que podem atribuir diferencial ao empreendimento.

8. Anexos

Categoria	Ramo de Atividade
Vestuário	bolsas e acessórios, calçados em geral, calçados esportivos, calçados femininos, calçados infantis, calçados masculinos, lingerie e meias, moda esportiva, moda feminina, moda infantil, moda jovem, moda masculina, moda praia, roupas específicas, tecidos, vestuário geral.
Artigos do Lar	cama / mesa / banho, colchões, copa / cozinha / banheiro, cozinhas planejadas, decorações, eletrodomésticos, eletroeletrônicos, eletrodomésticos, galeria de arte / antiquário, loja de departamentos, louças / cristais / pratarias, lustres, móveis, móveis planejados, produtos de limpeza, tapetes / carpetes / cortinas, utensílios domésticos, vidros e molduras.
Artigos Diversos	artesanato, artigos eletrônicos, artigos esportivos, artigos infantis, artigos para festas, artigos para viagens, bicicletas, brinquedos, cd e dvd, importados em geral, informática e suprimentos, instrumentos musicais, joias e relógios, livraria, ótica, papelaria, perfumaria e cosméticos, pet shop / animais, presentes, rações, telefones, variedades.
Alimentação	bar, café, churrascaria, fast food, lanchonete, pizzaria, restaurante, restaurante a peso, sorvetes, sucos.

Fonte: SACS CONSULT

- De acordo com o critério ABRASCE, os shoppings são classificados em:

Porte	Área Bruta Locável (m ²)
Mega	acima de 60.000 m ²
Regional	de 30.000 a 59.999 m ²
Médio	de 20.000 a 29.999 m ²
Pequeno	até 19.999 m ²

Fonte: ABRASCE

Direção Geral: Robson Ventura

Coordenação e Análise: Karen Adão



www.sacsconsult.com.br