



**ICV-30**  
**Abril de 2015**

## Base de Calculo

### **Característica:**

Base analisada levou em consideração evolução média de fluxo diário, de lojas que possuíram contagem de fluxo entre janeiro/2014 a abril/2015, não considerando a divisão por segmentação, com variação percentual mês contra mês anterior e Base Inicial = 100 em janeiro/2014.

## Base Fluxo VG

### Característica:

Base consta com mais de 1200 pontos de medições (lojas), adota da Classificação Nacional de Atividades Econômicas - CNAE, na sua versão mais atual 2.0, ponto de referencia Base 100 = Janeiro de cada ano para comparativos anuais, e Base = 100 primeiro mês analisado no comparativo mês a mês.

### Ajuste de Sazonalidade:

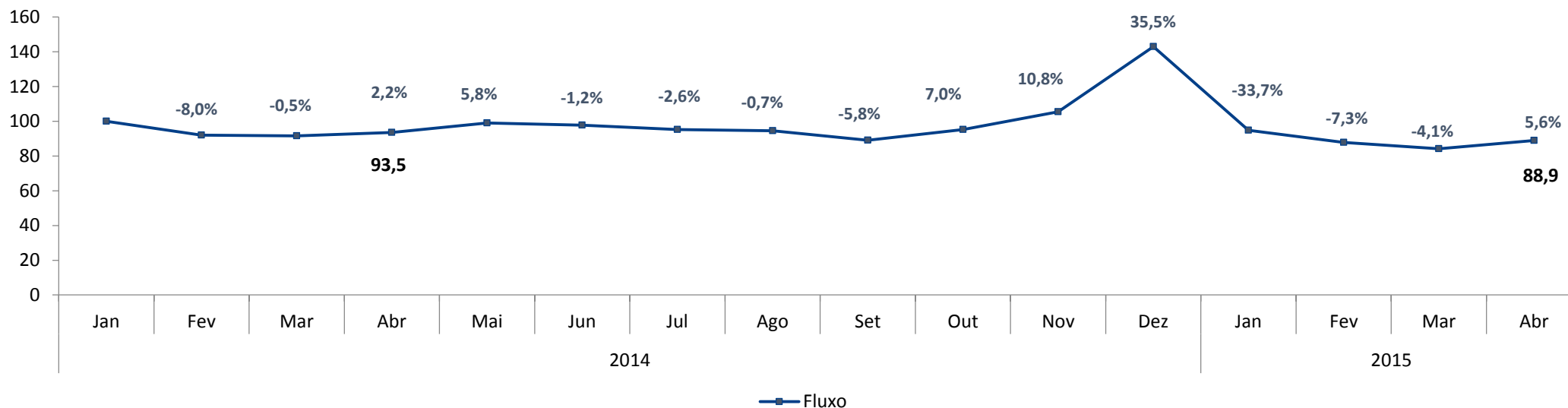
Não há ajuste de sazonalidade sobre fluxo analisado;

### Calculo utilizado:

Variação percentual do fluxo médio diário de cada mês das lojas comparáveis, sobre Base Inicial = 100.

# ICV

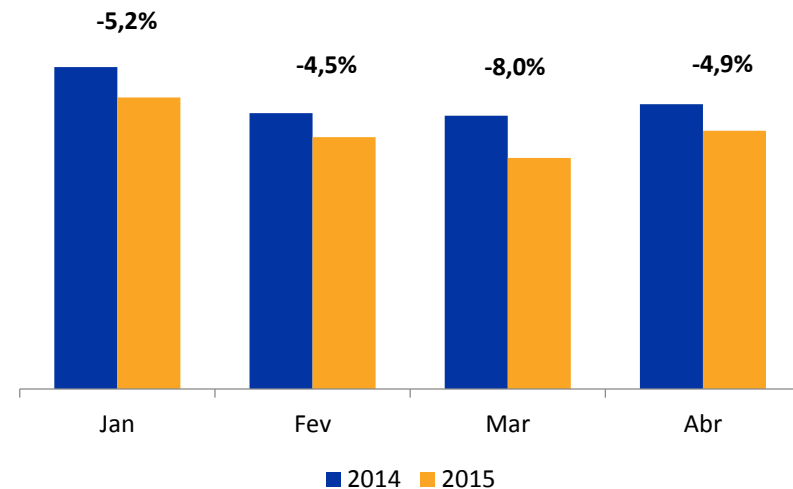
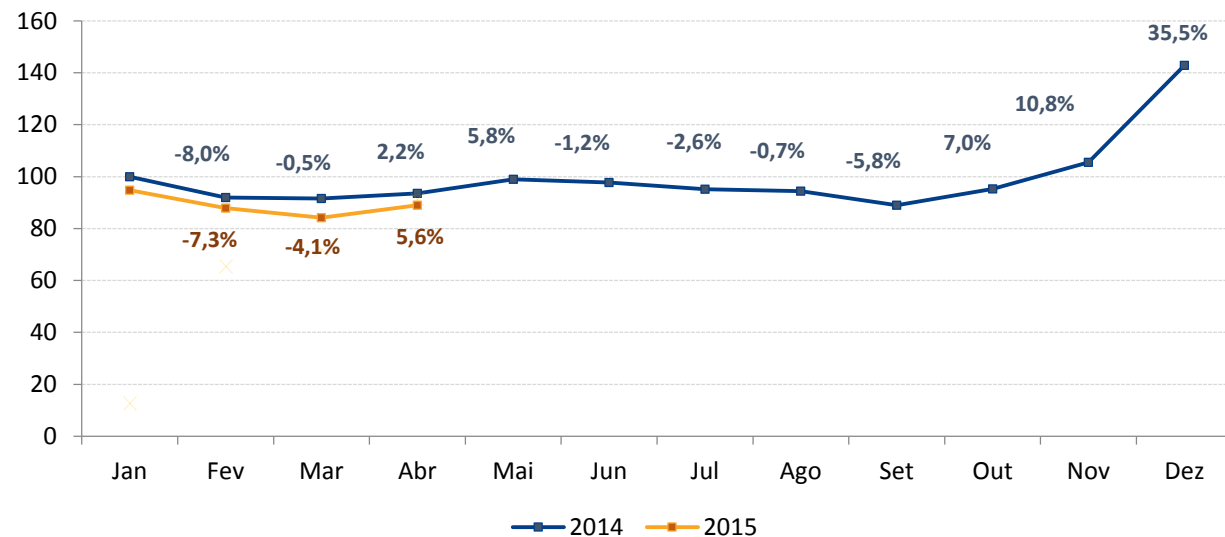
(Variação percentual referente mês anterior)



- Abril 2015 foi o primeiro mês do ano a registrar crescimento sobre mês anterior (5,6% sobre março), demonstrando curva similar ao registrado em abril/2014, entretanto, com percentual de alta maior.

# ICV

(Variação percentual referente mês anterior)



- Evolução mensal de fluxo permanece similar entre 2014 e 2015, e mesmo com a alta de abril/2015 em relação ao mês anterior, ele registrou redução de 4,9% na comparação com abril/2014;
- Abril registrou o segundo maior fluxo de 2015, ficando atrás de janeiro.

## Conclusão

- Abril registra crescimento em relação a março, permanecendo com a mesma curva do ano anterior;
- Alta de abril foi de 5,6% em relação ao mês anterior;
- Abril/2015 registrou redução de 4,9% sobre o fluxo médio registrado em abril/2014.



### **Sobre o SBVC:**

Fundada em 29 de maio de 2014, A Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC) é uma organização sem fins lucrativos, aberta, multissetorial e com atuação complementar às demais entidades de classe do varejo.

Sua missão será contribuir para o aumento da competitividade do varejo, apresentando conteúdos e estudos de mercado, promovendo networking entre executivos do varejo de todos os segmentos, levantando e defendendo os interesses políticos do segmento e promovendo ações sociais. A SBVC nasce sustentada por quatro pilares fundamentais: Conteúdo, Político, Ações Sociais e Relacionamento.



### **Sobre a Virtual Gate:**

Fundada em 2002, a Virtual Gate, fornece soluções para o aumento de faturamento dos varejistas através de tecnologia que permitem a gestão do fluxo do consumidor e da taxa de conversão.

A Virtual Gate atende alguma das maiores empresas do País e grandes redes varejistas, além de oferecer soluções de grande valor agregando para médias e pequenas empresas de todo o Brasil, com clientes em todas as regiões.

