

## SETOR DE SHOPPING CENTERS: IMPACTOS DA PANDEMIA

**LUCIANA MOTA TOMÉ**

Engenheira Civil. MBA em Gestão de Comércio Exterior e Negócios Internacionais  
Mestre em Engenharia de Transportes  
lucianatome@bnb.gov.br

**Resumo:** Com a pandemia por Covid-19, anunciada pelo diretor geral da Organização Mundial da Saúde em 11 de março de 2020, até então, não se estimava a tragédia que hoje (29 de dezembro), alastrar-se-ia em todo o planeta, contaminando mais de 81 milhões de pessoas e matando cerca de 1,8 milhão de pessoas. Não apenas a inestimável perda de vidas, mas a redução de empregos e de renda, especialmente no segmento de pequenas e médias empresas. O setor de shopping centers sofre bastante com a situação, pois teve suas atividades paralisadas total ou parcialmente por alguns meses e hoje ainda funciona com restrições.

**Palavras-chave:** Shopping Centers; Comércio; Covid-19.

### 1 INTRODUÇÃO

O comércio varejista, principal atividade desenvolvida pelas lojas de shopping centers, foi bastante afetado pela atual crise mundial, gerada pela pandemia de Coronavírus. O setor vem se recuperando gradativamente, mas ainda não alcança os patamares pré-crise.

Os meses de março e abril foram os mais críticos, porém segundo o Índice Cielo de Varejo Ampliado, desde

maio de 2020, o varejo apresenta recuperação todos os meses. Os Bens Não Duráveis e Duráveis já voltaram aos patamares pré-crise. No bloco de Bens Não Duráveis, o principal destaque é o setor de Supermercados e Hipermercados, com crescimento acima de dois dígitos durante todo o período, motivado pelas incertezas que levaram as pessoas a estocar produtos não perecíveis e passar a consumir mais produtos de higiene e limpeza.

Com relação aos bens duráveis, após o grande impacto em abril de 2020, tem apresentado forte recuperação, puxada pelos setores de Materiais de Construção e Móveis, Eletro e Lojas de Departamento. Caracteriza-se, então, que o brasileiro passou a valorizar mais o espaço de sua residência, passando a consumir em maior quantidade produtos relacionados ao setor.

Nesse contexto, os shopping centers foram bastante impactados e contavam com as datas da *Black Friday* e Natal para melhorar seus números. No entanto, o faturamento nas duas datas foi menor que no ano passado, com exceção de alguns poucos setores, como o comércio eletrônico.

#### ESCRITÓRIO TÉCNICO DE ESTUDOS ECONÔMICOS DO NORDESTE - ETENE

Expediente: Banco do Nordeste: Romildo Carneiro Rolim (Presidente). Luiz Alberto Esteves (Economista-Chefe). Escritório Técnico de Estudos Econômicos do Nordeste - ETENE: Tibério R. R. Bernardo (Gerente de Ambiente). Célula de Estudos e Pesquisas Setoriais: Luciano F. Ximenes (Gerente Executivo), Maria Simone de Castro Pereira Brainer, Maria de Fátima Vidal, Jackson Dantas Coelho, Fernando L. E. Viana, Francisco Diniz Bezerra, Luciana Mota Tomé, Biágio de Oliveira Mendes Júnior. Célula de Gestão de Informações Econômicas: Bruno Gabai (Gerente Executivo), José Wandemberg Rodrigues Almeida, Gustavo Bezerra Carvalho (Projeto Gráfico), Hermano José Pinho (Revisão Vernacular), Francisco Kaique Feitosa Araujo e Marcus Vinicius Adriano Araujo (Bolsistas de Nível Superior). O Caderno Setorial ETENE é uma publicação mensal que reúne análises de setores que perfazem a economia nordestina. O Caderno ainda traz temas transversais na sessão "Economia Regional". Sob uma redação eclética, esta publicação se adequa à rede bancária, pesquisadores de áreas afins, estudantes, e demais segmentos do setor produtivo. Contato: Escritório Técnico de Estudos Econômicos do Nordeste - ETENE. Av. Dr. Silas Munguba 5.700, Bl A2 Térreo, Passaré, 60.743-902, Fortaleza-CE. <http://www.bnb.gov.br/etene>. E-mail: [etene@bnb.gov.br](mailto:etene@bnb.gov.br)

**Aviso Legal:** O BNB/ETENE não se responsabiliza por quaisquer atos/decisões tomadas com base nas informações disponibilizadas por suas publicações e projeções. Desse modo, todas as consequências ou responsabilidades pelo uso de quaisquer dados ou análises desta publicação são assumidas exclusivamente pelo usuário, eximindo o BNB de todas as ações decorrentes do uso deste material. O acesso a essas informações implica a total aceitação deste termo de responsabilidade. É permitida a reprodução das matérias, desde que seja citada a fonte. SAC 0800 728 3030; Ouvidoria 0800 033 3030; [bancodonordeste.gov.br](http://bancodonordeste.gov.br)

## 2 DESEMPENHO DO SETOR DE SHOPPING CENTERS

### 2.1 Desempenho Recente do Setor de Shoppings no Brasil

O setor de shopping centers crescia nos últimos anos em todas as regiões do Brasil. Do ano de 2006 a 2019, a

quantidade de shoppings aumentou 64% e a quantidade de lojas 87%. Com relação à Área Bruta Locável (ABL), faturamento, empregos gerados e tráfego de visitantes, os números mais que dobraram no mesmo período. Em 2019, o faturamento foi de R\$ 192,8 bilhões, alta de 8,4% em relação ao ano anterior (Quadro 1).

**Quadro 1 – Evolução no setor de shopping centers (2006-2019)**

Ano	Shopping (N)	ABL (Milhões de m <sup>2</sup> )	Lojas	Faturamento (Bilhões R\$/ano)	Empregos	Tráfego de pessoas (Milhões de visitas/mês)
2006	351	7,492	56.487	50,00	524.090	203
2007	363	8,253	62.086	58,00	629.700	305
2008	376	8,645	65.500	64,60	700.650	325
2009	392	9,081	70.500	74,00	707.166	328
2010	408	9,512	73.775	91,00	720.641	329
2011	430	10,344	80.192	108,20	775.383	376
2012	457	11,403	83.631	119,40	804.683	398
2013	495	12,940	86.271	129,20	843.254	415
2014	520	13,846	95.242	142,30	978.963	431
2015	538	14,680	98.201	151,50	990.126	444
2016	558	15,237	99.999	157,90	1.016.428	439
2017	571	15,580	102.300	167,75	1.029.367	463
2018	563	16,320	104.928	178,70	1.085.040	490
2019	577	16,760	105.592	192,80	1.102.171	502

Fonte: ABRASCE (2020).

Segundo a Associação Brasileira de Lojistas de Shopping (ALSHOP), o Brasil possui atualmente 113,5 mil pontos de venda localizados em shoppings, que empregam, 1.381.530 profissionais. São 577 shoppings em operação, totalizando 16,76 milhões de m<sup>2</sup> de Área Bruta Locável (ABL), 105.592 lojas, 979.397 vagas para carros e 2.900 salas de cinema. Estima-se mais de 1,1 milhão de empregos gerados (Quadro 2).

**Quadro 2 – Números do setor de shopping centers no Brasil (Dezembro de 2019)**

Número total de shoppings	577
Previsão de número de shoppings a inaugurar em 2020	19
Área Bruta Locável (ABL) (em milhões de m <sup>2</sup> )	16,76
Vagas para carros	979.397
Total de lojas	105.592
Salas de cinema	2.900
Empregos gerados	1.102.171
Faturamento (em R\$ bilhões)	192,8
Tráfego de pessoas (milhões por mês)	502

Fonte: Adaptado de ABRASCE (2020).

Os shoppings adotaram, recentemente, foco no mix de lojas e serviços, como principal estratégia para atrair clientes. Os espaços proporcionam lazer, com modernas salas de cinema, teatros, shows para todas as faixas etárias, e também oferta de serviços que estão disponíveis em seu horário de funcionamento, como cabeleireiros, clínicas, *pet shops*,

entre outros. A taxa de vacância vinha caindo gradativamente nos últimos anos, principalmente nos empreendimentos mais maduros. Para 2020, esperava-se a inauguração de 19 shoppings, sendo 7 deles localizados no Nordeste.

### 2.2 A Pandemia de coronavírus e os impactos no setor de shoppings

Em meados de fevereiro de 2020, são diagnosticados os dois primeiros casos de Coronavírus no Brasil, na cidade de São Paulo, em pacientes recém-chegados de viagens internacionais. No mês de março, os casos se multiplicaram pelo território brasileiro, resultando em decretos nas principais cidades, recomendando o fechamento do comércio de bens não essenciais e serviços. Nesse momento, todos os shopping centers do Brasil tiveram suas atividades paralisadas.

Na segunda quinzena do mês de junho, algumas cidades publicaram decretos permitindo o retorno gradual das atividades de shopping centers. Algumas lojas, como as de entretenimento e alimentação, permaneceram fechadas e os horários de funcionamento eram bastante reduzidos. Aos poucos, a situação foi regularizando-se, porém com acesso limitado de frequentadores, além de diversas medidas de proteção aos clientes e funcionários, como a aferição de temperatura nas entradas de acesso, disponibilização de álcool para desinfecção das mãos, higienização e limpeza reforçadas. Após cinco meses, em 24 de agosto, todos os shoppings reabriram, mesmo que ainda com algumas restrições.

Estudo da FX Data Inteligence<sup>1</sup>, mostra que no comparativo de setembro de 2020 com agosto do mesmo ano, houve aumento de 2,3% na movimentação do comércio de lojas e de 17,8% nos shopping centers de todo o país. As lojas situadas dentro de shoppings tiveram o melhor desempenho, com aumento de 5%, enquanto as localizadas em ruas cresceram 0,3%. É o quinto aumento consecutivo na comparação mensal do indicador, acompanhando a flexibilização do comércio durante a pandemia de Covid-19. Na análise regional, as lojas de rua do Sul tiveram o maior fluxo, com 34,5%, seguidas pelos estabelecimentos do Sudeste e do Norte, com aumento de 5,2% e 1,7%, respectivamente. Já as regiões Nordeste e Centro-Oeste caíram 1,7% e 22,1%, respectivamente.

Entre os *shopping centers*, o Sul puxou o crescimento do setor em setembro, com crescimento de 26,3%. Já o Sudeste cresceu 25,1%, e a Região Nordeste teve aumento de 5,2%. O fluxo de visitantes está subindo em todo o País, mas ainda não atingiu o mesmo patamar de 2019. No comparativo com setembro do ano anterior, houve queda de 56,3% nos shopping centers e de 27,1% nas lojas físicas. As lojas nas ruas sentiram menos, com -10%, ao passo que as de centros de compras tiveram -31,6%. O pior desempenho foi da Região Sul, com -74%, seguida pelos centros do Sudeste (-58%), e do Nordeste (-42,1%). O acumulado dos nove primeiros meses do ano no país nos centros de compra é de -56,7%. O movimento dos shoppings vem aumentando gradativamente, mas ainda não alcança o patamar pré-pandemia nem muito menos do ano anterior. Parte dos frequentadores ainda não se sente segura em sair de casa, principalmente os dos grupos de risco, sobretudo para ambientes fechados e de grande circulação de pessoas.

Black Friday	<ul style="list-style-type: none"> <li>O setor de shopping center, assim como todo o comércio varejista, após longo período de isolamento social, esperava que a Black Friday, uma das datas de vultuosas vendas no varejo, conseguisse alavancar os resultados do setor. No entanto, segundo o Índice Cielo de Varejo Ampliado (ICVA), houve queda de 10% nas vendas durante a Black Friday, comparando ao mesmo período de 2019 (quinta-feira a domingo);</li> <li>Na contramão do varejo total, está o comércio eletrônico, que cresceu 31,8% nesse período. Excluindo o setor de turismo e transportes, setor mais afetado pela pandemia, o comércio eletrônico cresceu 60,4% na black Friday, quando comparado a 2019;</li> <li>O crescimento do e-commerce está relacionado com a maior familiaridade das pessoas em comprar pela internet, gerada pela necessidade de realizar compras desde o começo da pandemia e do isolamento. Os resultados da Black Friday, que normalmente já são mais fortes nesse canal, refletem isso. As vendas nas lojas físicas apresentaram retração porque a população vem retomando o isolamento e possivelmente antecipou compras ao longo do mês de novembro.</li> </ul>
--------------	---

Natal	<ul style="list-style-type: none"> <li>Assim como na Black Friday, as vendas nos shopping centers cresceram menos que o esperado no período natalino de 2020, caindo 12% em relação à data comemorativa do ano passado, segundo pesquisa da Abrace. Para a associação, apesar de negativo, o resultado mostra resiliência do setor, que aos poucos vem revertendo as perdas que chegaram a 90% por conta da pandemia de Covid-19;</li> <li>Este ano, o tíquete médio foi de R\$ 197, alta de 5,9% em relação ao registrado no mesmo período do ano passado. Aos poucos, os consumidores vêm voltando a confiar e ter os shoppings como espaço de compras, serviço e lazer seguros.</li> </ul>
-------	---

## 3 PERSPECTIVAS

- As atuais gerações nunca tinham passado por uma crise tão grande como a que assola o mundo presente. Não reflete apenas na economia das nações, mas na saúde, expectativas e hábitos de consumo de toda a população mundial. Atualmente, não é possível fazer planos para longo prazo no âmbito financeiro, nem no pessoal;
- Para o setor de shopping centers, a situação é bem complicada, em um contexto mundial de isolamento social e lockdown. Os shoppings do Brasil foram todos fechados durante o pico de contaminação no Brasil, e atualmente estão abertos com restrições. No entanto, a segunda onda da pandemia já assola diversos países no mundo. No Brasil, algumas cidades que tinham a situação bem controlada já estão apresentando aumento no número de novos casos de Coronavírus;
- Resta ao setor de shopping centers buscar alternativas para atrair os consumidores, com estratégias e inovando nos meios de venda;
- Assim, grandes players do setor estão implantando plataformas virtuais no formato *marketplace*, onde os consumidores podem adquirir os produtos das lojas do empreendimento em qualquer horário e de onde estiverem. Essa alternativa já vinha sendo inserida em alguns shoppings e ganhou força com as medidas de isolamento social impostas pela pandemia de Coronavírus. Aliar o comércio eletrônico, que tanto cresce, com as estruturas físicas e localização dos shoppings são uma excelente estratégia;
- O *delivery* e as vendas por meio de *drive thru* são outras alternativas para os clientes que não sentem segurança em frequentar shoppings ou para o caso de que um novo decreto de fechamento seja necessário;
- Medidas de segurança são necessárias, não apenas por exigência do legal, mas também para passar confiança àqueles que frequentam os shoppings. Destacam-se a obrigatoriedade do uso de máscaras por funcionários e clientes, medição de temperatura nas entradas, totens disponibilizando álcool em gel, sinalização de distanciamento e limite na quantidade de frequentadores simultâneos.

<sup>1</sup> FX - DATA INTELLIGENCE. IPV - Índice de Performance do Varejo. Disponível em: <https://www.fxdata.com.br/ipv-completo.pdf>. Acesso em 6 jan 2021.

- A Abrasce, em parceria com o hospital Sírio-Libanês, de São Paulo, elaborou um documento com mais de 20 ações que promovem segurança para lojistas, funcionários e consumidores.

## 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

- Conforme observado, o ano de 2020 foi difícil para quase todos os setores, sobretudo os que tiveram suas atividades paralisadas por algum período de tempo. Os shoppings se enquadram entre esses empreendimentos bastante comprometidos por causa da pandemia de Coronavírus e suas consequências;
- Resta de saldo negativo às administradoras de shopping centers, uma cifra da ordem de R\$ 5 bilhões em adiamento e suspensão de despesas aos lojistas considerando aluguéis, condomínios e fundos de promoção. Vale destacar também a taxa de vacância que aumentou expressivamente nos shoppings de todo o Brasil, impulsionada por grande quantidade de lojas e restaurantes que não conseguiram sobreviver ao período de crise;

- Cabe ao setor buscar um entendimento entre administradoras e lojistas, para enfrentar essa crise e sair dela da melhor forma possível;
- A economia voltará a crescer, mas a magnitude deve ser lenta e o aquecimento da demanda terá trajetórias distintas para os diversos setores. Pondera-se que o agravamento recente da pandemia, segunda onda, pode-se estimar que diante dos índices apresentados, tanto de novos caso como de mortes, impliquem em redução da mobilidade das pessoas de forma espontânea, mantendo-se mais aquecidas as vendas on line em relação às presenciais. A situação de resiliência da infecção somente será superada com a vacinação em massa da população, tendo em vista a dificuldade dos governos locais em implantarem novamente medidas mais drásticas de isolamento, como o lockdown.

“Em um ano tão difícil para todas as pontas, a sinergia entre os lojistas e empreendedores foi fundamental para seguirmos com resiliência. Temos nos ancorados em toda e qualquer oportunidade de negociação e retomada de vendas, sempre cuidando da saúde, mas muito preocupados com a manutenção dos empregos do setor”, afirma Nabil Sahyoun, presidente da Associação Brasileira de Lojistas de Shopping (Alshop).

## TODAS AS EDIÇÕES DO CADERNO SETORIAL DISPONÍVEIS EM:

<https://www.bnb.gov.br/etene/caderno-setorial>

## EDIÇÕES RECENTES

### AGROPECUÁRIA

- Pimenta-do-reino - 12/2020
- Feijão - 12/2020
- Milho - 11/2020
- Produção de café - 11/2020
- Bovinocultura leiteira - 10/2020
- Fruticultura - 10/2020
- Frango - 09/2020
- Complexo soja - 09/2020
- Cana-de-açúcar - 09/2020
- Mandioca e seus derivados - 09/2020
- Carne Suína - 08/2020
- Etanol de milho - 08/2020
- Produção e mercado de açúcar - 08/2020
- Produção e mercado de Etanol - 07/2020
- Carne bovina- 06/2020
- Cajucultura - 05/2020
- Grãos (1ª safra) - 5/2020
- Mel - 04/2020
- Comércio exterior do Nordeste - 03/2020

### INDÚSTRIA

- Couro e calçados - 12/2020
- Construção civil - 12/2020
- Setor Têxtil - 11/2020
- Indústria petroquímica - 11/2020
- Indústria siderúrgica - 09/2020
- Bebidas não Alcoólicas - 07/2020
- Vestuário - 06/2020
- Bebidas Alcoólicas 06/2020
- Indústria de Alimentos - 05/2020

### INFRAESTRUTURA E CONSTRUÇÃO CIVIL

- Petróleo e gás - 12/2020
- Logística de armazenagem - 10/2020
- Energia Solar - 03/2020

### COMÉRCIO E SERVIÇOS

- Comércio atacadista - 11/2020
- Comércio varejista - 09/2020
- Telecomunicações - 08/2020
- Turismo - 08/2020
- Comércio Varejista - 07/2020
- Comércio Varejista - 07/2020
- Shopping Centers - 02/2020

## CONHEÇA OUTRAS PUBLICAÇÕES DO ETENE

<https://www.bnb.gov.br/etene>