

SHOPPING CENTERS

LUCIANA MOTA TOMÉ

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

Resumo: O setor de shopping centers foi fortemente afetado pelos efeitos da pandemia, pois teve suas atividades paralisadas total ou parcialmente por alguns meses e hoje ainda funciona com restrições. A partir de março de 2021, o faturamento do comércio passou a reagir, gerando perspectiva para os shoppings. Na região Nordeste, a expectativa é de inauguração de mais 3 shoppings, fechando 2021 com 103 unidades.

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

ESCRITÓRIO TÉCNICO DE ESTUDOS ECONÔMICOS DO NORDESTE - ETENE

Expediente: Banco do Nordeste: 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 Coêlho, Kamilla Ribas Soares, 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), Jaine Ferreira de Lima e Vicente Anibal da Silva Neto (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

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

1 INTRODUÇÃO

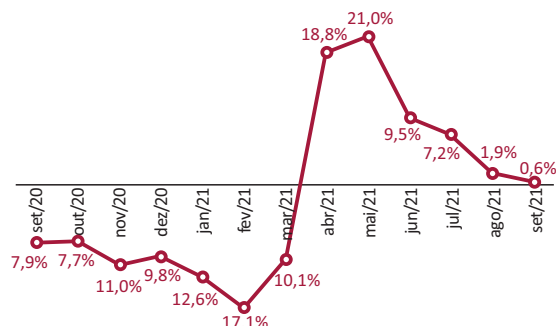
A pandemia de Coronavírus teve início em março de 2020 e ainda permanece até os dias atuais, mesmo que em proporções menores. Atingiu a maioria das atividades econômicas em intensidades diferentes. O setor de shopping centers, por exemplo, que é composto principalmente pelo comércio varejista e o segmento de serviços, foi fortemente impactado pela crise. Como consequência, muitos pontos comerciais passaram a não poder honrar com seus compromissos financeiros, atrasando os aluguéis e outros fecharam definitivamente as portas. Felizmente, com o avanço da vacinação, a quantidade de novos casos e óbitos reduziu consideravelmente, a população passou a ter confiança e o setor começa a reagir, mesmo que em um ritmo gradativo.

As estimativas da OIT (2021)¹ indicam que para cada 14 pessoas totalmente vacinadas no segundo trimestre de 2021, um emprego equivalente em tempo integral foi adicionado ao mercado de trabalho global. Isso impulsionou substancialmente a recuperação. Ainda de acordo com o relatório, os pacotes de estímulo fiscal continuaram a ser o outro fator chave nas trajetórias de recuperação. No entanto, a lacuna de estímulo fiscal permanece, em grande parte, sem solução, com cerca de 86% medidas de estímulo global concentradas em países de renda alta. As estimativas mostram que, em média, um aumento no estímulo fiscal de 1% do PIB anual elevou anualmente horas de trabalho em 0,3 p.p. em comparação ao 4º trimestre de 2019.

No Brasil, segundo o Índice Cielo de Varejo Ampliado (ICVA)², após longo período de recessão, o varejo voltou a crescer a partir de abril de 2021, mas ainda está longe de alcançar o patamar pré-crise. Em setembro de 2021, o crescimento foi de 0,6%, descontada a inflação, em comparação com o mesmo mês de 2020 (Gráfico 1). Os efeitos do abrandamento de medidas de isolamento e o aumento no índice de preços foram fatores que contribuíram positivamente para os valores observados pelo ICVA.

De acordo com o ICVA deflacionado, todas as regiões do País apresentaram alta em relação a setembro do ano passado. A região Nordeste registrou alta de 3,0%, seguida do Centro-Oeste (+2,4%), Norte (+2,4%), Sul (+0,8%) e Sudeste (+0,4%). Nesse contexto, surge esperança de recuperação do setor de shoppings, que teve uma queda de 33% em seu faturamento no ano de 2020, como vamos apresentar no próximo item. A *Black Friday* e o Natal também trazem expectativas de incremento nos números até a final do ano de 2021.

Gráfico 1 – Crescimento da Receita de Vendas (ICVA deflacionado*)



Fonte: ICVA (2021).

*Deflação pelo IPCA ajustado ao mix e pesos dos setores contidos no ICVA.

2 DESEMPENHO DO SETOR DE SHOPPING CENTERS

2.1 Desempenho 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).

1 ILO – INTERNACIONAL LABOUR ORGANIZATION. ILO Monitor: COVID-19 and the world of work. Eighth edition (27 October 2021). Updated estimates and analysis. Disponível em: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/briefingnote/wcms_824092.pdf. Acesso em 1 nov. 2021.

2 ICVA - ÍNDICE CIELO DE VAREJO AMPLIADO. Disponível em: <https://api.mziq.com/mzfilemanager/v2/d/4d1ebe73-b068-4443-992a-3d72d573238c/134a5564-caf3-adea-1781-12317c48d5ca?origin=1>. Acesso em 29/10/21.

Em 2020, a pandemia de Coronavírus impactou os mais diversos setores da economia no Brasil e no mundo, e os shoppings não ficaram isentos nesse cenário: tiveram suas portas fechadas por decretos. Aos poucos, a situação foi se regularizando, 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 reforçados. Algumas dessas recomendações devem permanecer nos estabelecimentos.

O resultado desse período foi uma queda de 33% do faturamento, redução de quase 10% na quantidade de empregos e 32% no tráfego de pessoas, no ano de 2020 quando comparado a 2019 (Quadros 1 e 2).

Quadro 1 – Evolução no setor de shopping centers (2006-2020)

Ano	Shoppings (N)	ABL (Milhões de m ²)	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
2020	601	16,981	110.592	128,80	998.000	341

Fonte: ABRASCE (2021)³.

Quadro 2 – Números do setor de shopping centers no Brasil (dezembro de 2019 e dezembro de 2020)

Variáveis	Dez/19	Dez/20	Variação absoluta	Variação (%)
Número total de shoppings	577	601	24	4,1%
Previsão de número de shoppings a inaugurar em 2020/2021	19	13	-	
Área Bruta Locável (ABL) (em milhões de m ²)	16,76	16,98	0,22	1,3%
Vagas para carros	979.397	1.102.947	123.550	12,6%
Total de lojas	105.592	110.938	5.346	0,6%
Salas de cinema	2.900	2.982	82	2,8%
Empregos gerados	1.102.171	998.000	(104.171)	-9,5%
Faturamento (em R\$ bilhões)	192,8	128,8	(64)	-33,2%
Tráfego de pessoas (milhões por mês)	502	341	(161)	-32,1%

Fonte: Adaptado de ABRASCE (2020/2021).

A infraestrutura física dos shoppings cresceu no período de pandemia, pois os investimentos já estavam previstos desde o ano de 2019. No entanto, a quantidade de empregos gerados, faturamento e movimento de pessoas decresceu e ainda está longe de atingir os patamares pré-crise.

2.2 Números Regionais e Estados do Nordeste

A região Sudeste lidera a quantidade de shoppings do País, com 52% do total, seguida pelo Nordeste com 17% (100 shoppings). O ano de 2021 prevê a inauguração de mais 3 shoppings no Nordeste, sendo 2 em Pernambuco e 1 na Paraíba (Quadros 3 e 4).

³ ABRASCE - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SHOPPING CENTERS. Disponível: <https://abrasce.com.br/>. Acesso em 21/10/21.

Quadro 3 – Quantidade de Shopping Centers e Área Bruta Locável por Região

Região	Número de Shoppings	% do Total	ABL (m²)
Norte	27	4%	854.447
Nordeste	100	17%	3.010.898
Centro-Oeste	63	11%	1.469.565
Sudeste	313	52%	9.118.566
Sul	98	16%	2.527.968
Total	601	100%	16.981.444

Fonte: ABRASCE (2021).

Quadro 4 – Quantidade de Shopping Centers e Área Bruta Locável por estados da região Nordeste

Estados	Número de Shoppings em Operação	Número de Shoppings Estimado para o Final de 2021	ABL Total – 2020 (milhões m²)
Alagoas	4	4	152.418
Bahia	22	22	648.688
Ceará	19	19	538.099
Maranhão	11	11	278.632
Paraíba	7	8	251.876
Pernambuco	20	22	670.508
Piauí	5	5	135.533
Rio Grande do Norte	7	7	169.951
Sergipe	5	5	165.193
Total	100	103	3.010.898

Fonte: ABRASCE (2021).

3 PERSPECTIVAS

Conforme apresentado, o setor de shopping centers foi altamente impactado por causa da pandemia de Coronavírus, sofrendo uma redução considerável em seus números. Com a flexibilização das medidas de isolamento, vem reagindo gradativamente, acompanhando os setores de comércio varejista e serviços, seus maiores locatários. Os shoppings já vinham se reinventando e agora devem intensificar as ações de inovação, para tentar melhorar seus fluxos de clientes e faturamento. Entre essas medidas podemos incluir:

- Em primeiro lugar, vêm as medidas protetivas para clientes e empregados, com disponibilização de álcool e intensificação de cuidados com limpeza e higiene das áreas dos shoppings, além de sinalização de distanciamento e de capacidade máxima de pessoas nos espaços comuns e nas lojas;
- 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 oferta de serviços que estão disponíveis em seu horário de funcionamento, como cabeleireiros, clínicas, *pet shops*, entre outros;
- *Life center*: experiências inovadoras de gastronomia, lazer, saúde, natureza, sustentabilidade e compras;
- Trabalho em conjunto com o *e-commerce*: 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;
- Opções de *delivery* e as vendas por meio de *drive thru* são alternativas para os clientes que ainda não sentem segurança em frequentar shoppings ou para o caso de que um novo decreto de fechamento seja necessário.

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. 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.

O ano de 2021 também começou de forma desfavorável, pois houve por uma segunda onda de Coronavírus e a partir de abril é que os números começaram a reagir, mas ainda estão longe de atingir o patamar pré-crise.

Os shopping centers e os setores a eles associados (comércio varejista e serviços) apostam nos meses de novembro e dezembro, respectivamente *Black Friday* e Natal para incrementar seus movimentos e faturamento.

TODAS AS EDIÇÕES DO CADERNO SETORIAL DISPONÍVEIS EM:

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

EDIÇÕES RECENTES

AGROPECUÁRIA

- Frango - 11/2021
- Carne bovina - 10/2021
- Cajucultura - 10/2021
- Milho - 08/2021
- Lácteos - 08/2021
- Hortaliças - 08/2021
- Suína - 07/2021
- Fruticultura - 06/2021
- Frango - 06/2021
- Recursos florestais - 05/2021
- Algodão - 05/2021
- Açúcar - 05/2021
- Carne bovina - 04/2021
- Mel natural - 03/2021
- Arroz - 03/2021
- Silvicultura - 02/2021
- Cacau - 01/2021
- Pescado - 01/2021
- Própolis - 01/2021
- Trigo - 01/2021

INDÚSTRIA

- Couro e calçados - 11/2021
- Indústria da Construção - 10/2021
- Indústria Petroquímica - 09/2021

- Indústria têxtil - 09/2021
- Biocombustíveis - 08/2021
- Indústria do vestuário - 08/2021
- Indústria Siderúrgica - 07/2021
- Indústria de Alimentos - 07/2021
- Indústria de bebidas não alcoólicas - 07/2021
- Setor moveleiro - 07/2021
- Etanol - 04/2021
- Couro e calçados - 01/2021

INFRAESTRUTURA (ENERGIA, TRANSPORTE, SANEAMENTO E TELECOMUNICAÇÕES)

- Petróleo e gás natural - 11/2021
- Energia eólica - 07/2021
- Energia solar - 07/2021
- Telecomunicações - 05/2021
- Micro e minigeração distribuída - 02/2021

• COMÉRCIO E SERVIÇOS

- Comércio eletrônico X pandemia de coronavirus - 07/2021
- Turismo - 07/2021
- Pet food - 06/2021
- Setor de eventos e a pandemia - 06/2021
- Cadeia de saúde - 04/2021
- Shopping centers - 01/2021

CONHEÇA OUTRAS PUBLICAÇÕES DO ETENE

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