

Shopping Centers

Marta Maria Aguiar Sisnando Silva

Gerente de Produtos e Serviços do Banco do Nordeste
Doutora em Desenvolvimento e Meio Ambiente
Química Industrial. Especialista em Comércio Exterior
martamass@bnb.gov.br

Resumo: Segundo o Censo Brasileiro de Shopping Centers 2023-2024 da Abrasce, o setor de Shopping Centers encerrou o ano de 2023 com um faturamento de R\$ 194,7 bilhões. O recorde de vendas com alta de 1,51% superou os R\$ 192,8 bilhões de 2019 e reafirma a importância e o potencial desse segmento na economia. O Censo apontou ainda a existência de 639 shoppings no País, bem como a inauguração de cinco espaços no ano passado nas regiões Sudeste, Sul, Centro-Oeste e Nordeste. O número de lojas também cresceu, chegando a 121.010 unidades, alta de 4,48%. Esse resultado implica uma expansão de 1,71% em área bruta locável, com 17,8 milhões de metros quadrados, ante 17,5 milhões apontados em 2022. O setor cresceu nos últimos dez anos, e entre 2022 e 2023, mesmo com a lenta recuperação da economia, o desempenho tem evoluído satisfatoriamente, registrando um aumento de 1,92% na quantidade de empregos gerados. Em 2023, os shoppings empregaram mais de 1 milhão de pessoas. Ademais, entre as empresas entrevistadas, quando da realização do censo acima referido, 25% afirmaram ter planos de expansão para 2025.

Palavras-chave: Centros Comerciais; Comércio; Varejo; locação.

1 Setor de Shopping Centers no Brasil

1.1 Crescimento da indústria de shopping centers no Brasil

De acordo com o presidente da Abrasce, Glauco Humai, os shoppings são um importante motor da economia, não só por sua capacidade de gerar empregos, renda e arrecadação de tributos, mas por movimentar toda uma cadeia de parceiros e fornecedores em diversos segmentos. E acrescenta que com os novos shoppings e diversos projetos de expansão, o setor teve papel decisivo para contribuir com a recuperação do nível de atividade do comércio em todo o país, em 2023 (BASSANEZE, 2024a).

ESCRITÓRIO TÉCNICO DE ESTUDOS ECONÔMICOS DO NORDESTE - ETENE

Expediente: 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), Biagio de Oliveira Mendes Junior, Fernando L. E. Viana, Francisco Diniz Bezerra, Jackson Dantas Coêlho, Kamilla Ribas Soares, Maria de Fátima Vidal, Marta Maria Aguiar Sisnando Silva. Célula de Gestão de Informações Econômicas: Marcos Falcão Gonçalves (Gerente Executivo), Carlos Henrique Alves de Sousa, Márcia Melo de Matos, Gustavo Bezerra Carvalho (Projeto Gráfico), Hermano José Pinho (Revisão Vernacular), Breno Pereira Aragão, Rhian Erik Magalhães Barboza, Rodrigo Donato Paes e Tamires Pimentel Torres (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

Segundo o Censo Brasileiro de Shopping Centers 2023-2024 da Abrasce (ABRASCE, 2024), o setor de Shopping Centers encerrou o ano de 2023 com um faturamento de R\$ 194,7 bilhões. O recorde de vendas com alta de 1,51% superou os R\$ 192,8 bilhões de 2019 e reafirma a importância e o potencial desse segmento na economia. O Censo apontou ainda a existência de 639 shoppings no País, bem como a inauguração de cinco espaços no ano passado nas regiões Sudeste, Sul, Centro-Oeste e Nordeste. O número de lojas também cresceu, chegando a 121.010 unidades, alta de 4,48%. Esse resultado implica uma expansão de 1,71% em área bruta locável, com 17,8 milhões de metros quadrados, ante 17,5 milhões apontados em 2022. O setor cresceu nos últimos dez anos, e entre 2022 e 2023, mesmo com a lenta recuperação da economia, o desempenho tem evoluído satisfatoriamente, registrando um aumento de 1,92% na quantidade de empregos gerados. Em 2023, os shoppings empregaram mais de 1 milhão de pessoas (**Quadro 1**).

Quadro 1 – Evolução no setor de shopping centers

Ano	2011	2021	2022	2023	2022-2023 (%)
Nº de Shoppings	430	620	628	639	1,75
ABL (Milhões de m ²)	10,34	17,00	17,50	17,8	1,71
Lojas	80.192	112.738	115.817	121.010	4,48
Faturamento (em bilhões de R\$/ano)	108,20	159,2	191,8	194,7	1,51
Empregos	775.380	1,02 milhão	1,04 milhão	1,06 milhão	1,92
Tráfego de pessoas (milhões visitantes/mês)	376	397	443	462	4,28

Fonte: Abrasce (2024).

Importante também destacar, que segundo a edição 251 da Revista Shoppingcenters (BASSANEZE, 2024a), o estudo realizado pela Abrasce, apontou que existe uma procura cada vez maior por gastronomia e lazer nos shoppings e há um aumento da permanência dos clientes nesses equipamentos. Em 2023, houve acréscimo de 4,3% no fluxo de visitantes em relação a 2022, de acordo com o Censo Brasileiro de Shopping Centers 2023-2024. Foram 462 milhões de pessoas que visitaram os shoppings mensalmente, o que equivale a mais de duas vezes o total da população brasileira. Ou seja, é um número muito significativo, que demonstra a relevância que o setor tem nas cidades em que está inserido. São 245 municípios com shoppings, do total de 5.565 existentes no País.

De acordo com a Pesquisa Mensal de Comércio – PMC (IBGE, 2024) de outubro, divulgada em novembro/2024, o resultado de 0,4% de outubro frente a setembro de 2024 para o comércio varejista apontou que 19 das 27 Unidades da Federação apresentaram variação positiva entre setembro e outubro de 2024 no comércio varejista, com destaque para: Roraima (4,3%), Espírito Santo (3,1%) e Mato Grosso (2,1%). Para a mesma comparação, no comércio varejista ampliado, a variação entre setembro e outubro de 2024 foi de 0,9% com resultados positivos em 22 das 27 Unidades da Federação, com destaque para: Tocantins (4,6%), Roraima (4,4%) e Rondônia (3,6%). Em síntese, a variação de 0,4%, na margem, do mês de outubro, volta a representar estabilidade após crescimento de 0,6% em setembro de 2024. Importante ressaltar que, dos dez meses de 2024, apenas junho teve queda (-0,9%). Ademais, a entrada do mês de outubro eleva o patamar recorde da série histórico para o último ponto. Esse recorde vem se renovando ao longo de 2024. Em termos setoriais, houve predominância de atividades com desempenho positivo em outubro com relação a setembro, com destaque para móveis e eletrodomésticos, equipamentos e materiais para escritório, informática e comunicação.

Quadro 2 – Números do setor no Brasil em 2023

Total de shoppings	639
Quantidade de shoppings a inaugurar em 2024	18
Total de lojas	121.010
Área Bruta Locável (milhões m ²)	17.8
Faturamento	194,7 bilhões
Empregos gerados	1,06 milhão
Visitantes por mês	462 milhões
Salas de cinema	3.073
Vagas para carros	1.056.633

Fonte: Abrasce (2024).

Dos 18 shoppings previstos para inaugurar em 2024, nove já foram inaugurados em todo o país. A presença do setor se mantém com 43% nas capitais e 57% em outras cidades. 38% dos shoppings ficam em municípios com mais de 100 mil até 500 mil habitantes e 31% em cidades com população entre mais de 1 milhão até 10 milhões. O ano de 2024 encerra com nove greenfields inaugurados no país, demonstrando que há espaço para o crescimento deste setor resiliente e promissor. Juntos somam mais de 172 mil m² de ABL. É o ano com maior número de inaugurações desde a pandemia. Em alguns casos, atraiu novos investidores, que analisaram no mercado uma grande oportunidade de negócio. Do total, dois são outlets, que incrementam ainda mais esse segmento no país. Alguns são os primeiros dos municípios onde estão instalados (ABRASCE, 2024; (BASSANEZE,2024b).

1.2 Setor de shopping centers na região Nordeste

O Nordeste possui 109 shopping centers em operação e Área Bruta Locável (ABL) de 3.219104 m², ocupando o segundo lugar nestes quesitos (Quadro 3).

Quadro 3 – Número de shopping centers no Brasil por Região

Região	Número de Shoppings	% do total	Área Bruta Locável (m ²)	% do total
Sudeste	324	53%	9.508.409	53,31
Nordeste	109	18%	3.219.104	18,05
Sul	107	15%	2.577.266	14,45
Centro-Oeste	69	9%	1.564.869	8,77
Norte	30	5%	967.649	5,42
Total	639	100,00	17.837.297	100,00

Fonte: Abrasce (2024).

A Região conta com a presença de grandes empreendimentos no setor, classificados entre os maiores do País. Destacam-se os Shoppings Riomar Recife (ABL 103.000 m²), Riomar Fortaleza (ABL 93.000 m²), Iguatemi Bosque Fortaleza (ABL 93.000 m²), Salvador Shopping (ABL 89.954 m²), Manaíra Shopping João Pessoa (ABL 87.000 m²) e Shopping Recife (ABL 75.481 m²). Na classificação pela quantidade de lojas, tem-se o Shopping da Bahia, com mais de 500 lojas; Iguatemi Bosque Fortaleza, com 480 lojas, Salvador Shopping, 464 lojas e Shopping Recife, 450 lojas. Bahia, Ceará e Pernambuco são os Estados do Nordeste com maior número de shoppings, totalizando 60,5% da quantidade da Região (Quadro 4).

Quadro 4 – Números da região Nordeste, Minas Gerais e Espírito Santo

Estados	Número de Shoppings em Operação	NE (%)	Área Bruta Locável (m ²)	NE (%)
Alagoas	5	4,59	175.591	5,45
Bahia	23	21,10	677.625	21,05
Ceará	22	20,18	599.858	18,63
Maranhão	11	10,09	284.665	8,84
Paraíba	9	8,26	278.741	8,66
Pernambuco	21	19,27	657.444	20,42
Piauí	5	4,59	136.570	4,24
Rio Grande do Norte	8	7,34	187.402	5,82
Sergipe	5	4,59	221.210	6,87
Subtotal Nordeste	109	100,00	3.219.106	100,00
Espírito Santo	12	-	345.365	-
Minas Gerais	48	-	1.254.911	-
Total	169	-	4.819.382	-

Fonte: Abrasce (2024).

Estão previstas inaugurações até o final de 2024 de 4 shopping centers na área de atuação do Banco do Nordeste, sendo 1 no Espírito Santo, 1 em Minas Gerais e 2 em Sergipe (ABRASCE, 2024).

1.3 Maiores shopping centers do Brasil

De acordo com a Revista Exame em publicação de 18 de outubro de 2024, o Brasil possui alguns dos maiores centros comerciais da América Latina, oferecendo diversas opções de compras, lazer e entretenimento para todos os gostos. Esses shoppings são verdadeiros complexos que atraem milhares de visitantes diariamente. O Quadro 5 apresenta os 15 maiores shoppings do país, segundo o critério de classificação por Área Bruta Locável, ou seja, a área interna destinada à locação de salas e quiosques.

Quadro 5 – Maiores shopping centers do Brasil segundo ABL

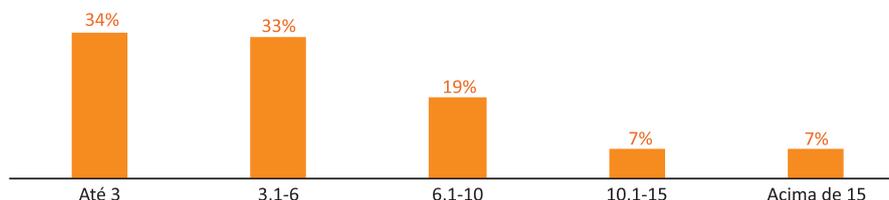
Classificação	Shopping Center	Cidade	Ano de Inauguração	ABL (m²)
1º	Shopping Aricanduva	São Paulo - SP	1991	263.271
2º	Shopping Interlagos	São Paulo - SP	1988	145.000
3º	Parque Dom Pedro Shopping	Campinas - SP	2002	126.500
4º	Novo Shopping Center Ribeirão Preto	Ribeirão Preto - SP	1999	126.489
5º	Norte Shopping	Rio de Janeiro - RJ	1986	106.315
6º	RioMar Shopping	Recife - PE	2012	103.000
7º	Shopping União	Osasco - SP	2009	97.000
8º	RioMar Shopping	Fortaleza - CE	2014	93.000
9º	Iguatemi Bosque	Fortaleza - CE	1982	93.000
10º	Salvador Shopping	Salvador - BA	2007	89.954
11º	Manaira Shopping	João Pessoa - PB	1989	87.000
12º	Catuai Shopping Londrina	Londrina - PR	1990	81.700
13º	Barra Shopping	Rio de Janeiro - RJ	1981	77.677
14º	Shopping Recife	Recife - PE	1980	75.481
15º	Passeio das Águas Shopping	Goiânia - GO	2013	74.462

Fonte: Compilado de Exame, 2024. Elaborado por BNB/ETENE/CEPS.

1.4 Perfil dos consumidores de shopping centers no Brasil

De acordo com a pesquisa “O comportamento dos Frequentadores de Shopping Centers”, elaborada pela Abrasce (Associação Brasileira de Shopping Centers) e Fronte Pesquisa (DARIELLA, 2024), que traz um novo panorama sobre o perfil do novo consumidor de shopping centers no Brasil, cujo levantamento foi realizado por meio de um painel online com 4.300 frequentadores de shopping centers com idade acima de 17 anos, 53% dos respondentes pertencem ao gênero feminino e 47% ao masculino. Quanto à escolaridade, 56% responderam que cursaram o ensino superior, 38% o ensino médio e 6% o fundamental. Os gráficos a seguir apresentam o perfil desses consumidores em relação à renda mensal, faixa etária e à motivação dos frequentadores (Fashion Net Work, 2023).

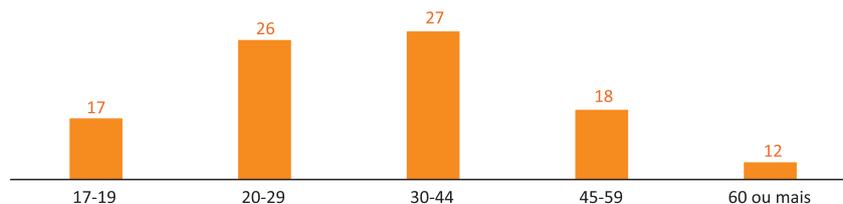
Gráfico 1 – Renda mensal, em salários-mínimos, dos frequentadores de shopping centers (%)



Fonte: Abrasce e Fronte Pesquisa (2023) apud Dariella (2024).

O **Gráfico 2** apresenta a classificação dos frequentadores de shopping centers por faixa etária, no qual pode-se perceber uma concentração maior pelos consumidores com idade entre 20 e 44 anos (53%) dos entrevistados. O menor percentual ficou para o público de 60 anos ou mais (12%).

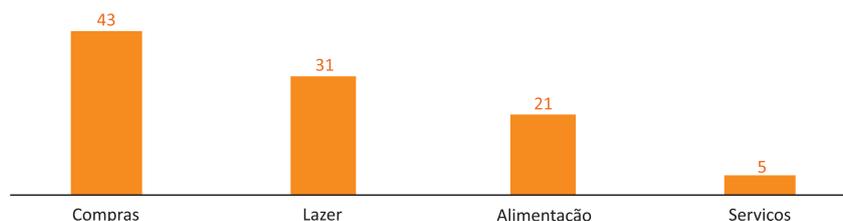
Gráfico 2 – Faixa etária dos frequentadores de shopping centers (%)



Fonte: Abrasce e Fronte Pesquisa (2023) apud Dariella (2024).

Em relação à motivação dos frequentadores, as compras vêm em primeiro lugar entre os incentivos para ir aos shoppings, respondendo por 43% de participação, seguido por Lazer (31%), Alimentação (21%) e Serviços (5%) (Gráfico 3).

Gráfico 3 – Motivação dos frequentadores de shopping centers (%)



Fonte: Abrasce e Fronte Pesquisa (2023) apud Dariella (2024).

2 Resultados Financeiros das Empresas do Setor por Estado

A Tabela 1 apresenta os resultados financeiros auditados das empresas do setor em 2023.

Tabela 1 – Resultados financeiros auditados das empresas do setor em 2023 por estado.

Estado	Participação no Mercado (%)	Média de ROA Operacional (%)	Média de Retorno sobre Patrimônio Líquido Anualizado (%)	Média de Margem do Lucro Operacional (%)	Média de Índice de lucro sobre as vendas (%)
Bahia	0,89	6,17	12,80	11,18	10,80
Ceará	0,54	5,94	7,28	43,64	41,79
Distrito Federal	0,47	9,35	11,26	803,64	803,89
Espírito Santo	0,22	12,60	21,04	20,52	25,17
Goiás	0,37	35,49	65,12	49,81	50,03
Maranhão	0,06	24,80	-33,79	382,14	107,67
Mato Grosso do Sul	0,00	-22,01	73,23	-59,38	-62,80
Minas Gerais	8,93	1,74	3,81	45,81	59,51
Paraná	0,82	18,31	27,61	75,85	54,67
Pernambuco	0,99	5,70	14,04	10,85	5,46
Rio de Janeiro	4,48	5,54	16,99	28,78	16,18
Rio Grande do Norte	0,02	8,75	7,06	57,18	13,11
Rio Grande do Sul	1,06	7,02	5,09	143,26	135,34
Santa Catarina	2,07	6,56	6,61	22,47	5,86
São Paulo	32,04	8,02	-12,62	-131,30	51,53
Total Geral	52,97	7,62	1,46	-25,72	54,24

Fonte: EMIS, 2024.

3 Tendências

A performance do setor de Shopping Centers tem sinalizado perspectivas positivas para os próximos meses. A geração de empregos e a abertura de lojas contribuirão para aumentar o otimismo das administradoras de shopping centers. Tal desempenho será beneficiado pelo crescimento do fluxo de visitantes em shopping centers em todo o Brasil, ainda que as elevadas taxas de juros para combater a

inflação venham comprometendo a capacidade dos consumidores de expandir seus gastos com bens de maior valor agregado e não essenciais, bem como gastos com lazer e entretenimento. Entretanto, apesar dos desafios, o desempenho do setor em 2023 foi muito positivo. A Associação Brasileira de Shopping Centers (Abrasce) aponta o recorde de faturamento, atingindo R\$ 194,7 bilhões, como reflexo da recuperação das vendas, o maior valor já registrado pelo setor (LAFIS, 2024).

Segundo Daniel Moraes, economista da Revista Valor Econômico, o setor se posiciona na ponta da cadeia de consumo e seus indicadores são bons indicativos da tendência de comportamento macroeconômico, uma vez que, mesmo que o poder de compra das famílias tenha recuado, o número de visitantes a shoppings segue aumentado, o que sugere resiliência do setor, que está contribuindo para o aumento do número de postos de trabalho, geração de renda e consumo e distribuição geográfica da renda, que auxilia, de forma macroeconômica, na criação de novos canais logísticos, aumento sustentado da demanda e abertura de novas oportunidades de investimento.

A nova dinâmica de espaços diversificados que vai de clínicas de spa a serviços de conveniência é uma tendência que se destaca. O consumidor não visita um shopping apenas para fazer compras, uma vez que existem diversas opções que o atraem: laboratórios de análises clínicas, clínicas de especialidades médicas, pet shops, oferta de serviços públicos, bancos, opções culturais, de lazer e entretenimento, oficinas mecânicas, dentre outras, gerando novas oportunidades de gerar outros tipos de receitas e adaptar-se às novas expectativas dos consumidores (LAFIS, 2024).

Com a crescente preocupação com a sustentabilidade, a busca por inovação, o uso da inteligência artificial, a diversificação e ampliação das receitas com a dinamização dos espaços, é fundamental que os empreendedores estejam atentos às tendências para shopping centers a fim de se manterem competitivos. Destacam-se:

1. Sustentabilidade	<ul style="list-style-type: none"> • A sustentabilidade é um pilar crucial na indústria de shopping centers, assim como para os próprios lojistas, que desejam se manter relevantes para a geração Z e demonstrar compromisso com questões ambientais e sociais; • A agenda ESG (Ambiental, Social e Governança) deve continuar norteando a tomada de decisões, gerando benefícios financeiros a longo prazo, redução de custos operacionais e valorização do empreendimento; • Atualmente, a maior procura por sustentabilidade se dá pelo custo-benefício, o que leva as administradoras a investirem em energia solar, eficiência do ar-condicionado, uso de água tratada, a fim de reduzir custos e diminuir despesas gerais, embora possa elevar um pouco o valor do condomínio; • Essa tendência ESG nos shoppings ainda é incipiente no Brasil, mas a expectativa é de que todos se alinhem a essa demanda global.
2. Diversificação e ampliação de receitas	<ul style="list-style-type: none"> • As pop-up stores, lojas temporárias que possibilitam às marcas testarem novos produtos, interagir com clientes, gerar tráfego e apresentar novidades de forma ágil. Elas podem durar um dia, um período de dias ou uma estação; • O fator surpresa e o senso de urgência provocados no consumidor são um grande atrativo; • É um modelo interessante para o e-commerce pela oportunidade de aproximação com os consumidores, que podem conhecer os produtos pessoalmente, e para a expansão de redes, como um termômetro para testar novos mercados; • A oferta de experiências gastronômicas e mercados gourmet também tem crescido, seja pela reformulação das praças de alimentação e/ou pela instalação de restaurantes fora dela; • Segundo o Censo de Shopping Centers 2023-2024 da Abrasce, a alimentação representa, em média, 17,5% do mix de lojas dos shopping centers, sendo que, do total, 54% estão nas praças e 46% em outras áreas. Em 2018, os restaurantes fora das praças de alimentação eram 27% do total. Assim, a área bruta locável (ABL) destinada a esse segmento deve seguir em expansão; • Os espaços de eventos também têm sido um diferencial, oferecendo cultura e entretenimento para os seus consumidores, como exposições, palestras, feiras, congressos, atrações para crianças, desfiles de moda, festas, shows e espetáculos; • Os quiosques, merchandising e estacionamento constituem-se outras fontes crescentes de receita nos Shopping Centers.

<p>3. Outlets</p>	<p>Existem 18 outlets em funcionamento no País, sete deles no estado de São Paulo, onde há outros dois em construção. O modelo tradicional de outlet é um open mall bem ambientado, projetado para oferecer uma experiência de compra com preços mais acessíveis para os consumidores; Em geral, estão fora das grandes cidades, para evitar a concorrência com os shopping centers, mas a uma distância que permita uma viagem de bate e volta em um dia, a partir de regiões com maior potencial de consumo; Nos outlets, os custos de desenvolvimento e condomínio são inferiores aos dos shopping centers, pois a construção, horizontal e aberta, não possui escadas rolantes, elevadores e ar-condicionado nas áreas comuns.</p>
<p>4. Strip malls</p>	<p>Strip malls ou strip centers são centros de conveniência onde o consumidor encontra diversos produtos e serviços em um só lugar. São localizados geralmente no coração de bairros populosos, em locais com boa visibilidade e grande fluxo de pessoas, como nas principais vias de acesso ao bairro ou na proximidade dos maiores condomínios, escolas, hospitais e pontos turísticos; Construídos, geralmente, em um bloco linear de lojas, em formato de “U” ou “L”, com estacionamento em frente para maior comodidade dos consumidores, que vão para resolver necessidades imediatas. Por isso, funciona bem com academia, mercado, farmácia, pet shop, café e restaurantes, inclusive com drive-thru; O mix comercial evita a concorrência direta entre lojistas, com foco em variedade de produtos e serviços. O custo de ocupação é mais barato do que em um shopping center, devido ao modelo operacional mais simples e à estrutura física enxuta. Uma proposta de fachada ativa.</p>
<p>5. Fundos de Investimentos Imobiliários (FIIs)</p>	<p>De janeiro de 2023 a março de 2024, as captações dos Fundos de Investimentos Imobiliários (FIIs) voltados para shopping centers alcançaram um montante de R\$ 6,1 bilhões; Mesmo em um cenário de taxas de juros elevadas, com a Selic em torno de 13% em 2023 e acima de 12% em 2024. Isso mostra que os investidores continuam interessados nessa classe de ativos; A expectativa é que essa tendência de captação de recursos pelos FIIs de Shopping Center se mantenha, especialmente considerando as captações significativas nos primeiros três meses de 2024, no montante de R\$ 2,5 bilhões.</p>
<p>6. Big Data</p>	<p>A análise de big data no varejo tem se tornado uma prática essencial para shopping centers. Em conjunto com a inteligência artificial (IA) e a partir de dados coletados de diversas fontes (como transações de compras, programas de relacionamento, movimentação no espaço físico do shopping center, comportamento online dos usuários e interações nas redes sociais), os operadores podem antecipar demandas, otimizar a gestão de estoque e prever a disposição ideal das lojas no espaço físico; A análise preditiva permite prever o comportamento do consumidor, possibilitando campanhas de marketing mais eficazes e a oferta de produtos alinhados às expectativas do público, de acordo com padrões de compras e tendências do mercado; A IA deve possibilitar uma maior personalização da experiência do cliente, com recomendações de produtos e ofertas direcionadas. O foco passou a ser o consumidor, e não mais as marcas; A análise dos dados ajuda a ver o que não está indo bem, e assim, fazer uma remodelação mais rapidamente.</p>

Fonte: Adaptado de JLL: Consultoria Imobiliária Comercial (2024).

4 Sumário Executivo Setorial

Meio ambiente
- O efeito das mudanças climáticas

- Os aspectos ESG (Ambiental, Social e Governança) influenciam cada vez mais as decisões de consumo, levando os shopping centers a conectar a natureza aos seus negócios e investir em projetos de eficiência energética, gestão sustentável da água (tecnologias de redução de consumo de água e reuso de água);
- Utilização em sua arquitetura de materiais naturais como madeira, pedras e plantas;
- Coleta seletiva de resíduos sólidos e circularidade;
- Descarbonização da matriz energética com uso de energia renovável (solar, eólica, dentre outras);
- Respeito e valorização da diversidade.
- O desenvolvimento do setor de Shopping Centers de forma responsável e sustentável poderá contribuir para o cumprimento das metas dos seguintes Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030 do Pacto Global da ONU:

1 ERRADICAÇÃO DA POBREZA

8 TRABALHO DECENTE E CRESCIMENTO ECONÔMICO

9 INDÚSTRIA, INOVAÇÃO E INFRAESTRUTURA

10 REDUÇÃO DAS DESIGUALDADES

11 CIDADES E COMUNIDADES SUSTENTÁVEIS

13 AÇÃO CONTRA A MUDANÇA GLOBAL DO CLIMA

Nível de organização do setor (existência de instituições de pesquisas específicas para setor, existência de associações etc.)	<ul style="list-style-type: none"> • Associação Brasileira de Shopping Centers (ABRASCE); • Associação Brasileira de Lojistas de Shopping (ALSHOP); • SIS – International Research & Strategy
Resultados das empresas que atuam no setor	<ul style="list-style-type: none"> • Empresas com atuação no setor, com dados financeiros auditados em 2023, obtiveram média de Retorno sobre Patrimônio Líquido Anualizado de 1,46%. Cabe destacar que o estado do Ceará, apesar de uma pequena participação no mercado de shopping centers (0,54%), apresentou a média de Índice de Lucro sobre as Vendas de 41,79%, conforme EMIS (2024).
Impactos Econômicos, sociais e ambientais	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento do número de postos de trabalho, geração de renda e consumo; • Contribuir para a distribuição geográfica da renda; • Auxiliar de forma macroeconômica na geração de novos canais logísticos, aumento sustentado da demanda e abertura de novas oportunidades de investimento; • Arrecadação de tributos; • Movimentar toda uma cadeia de parceiros e fornecedores em diversos segmentos; • Contribuir com a recuperação do nível de atividade do comércio em todo o País, em 2023 (BASSANEZE, 2024a). • A agenda ESG (Ambiental, Social e Governança) deve continuar norteando a tomada de decisões, gerando benefícios financeiros a longo prazo, redução de custos operacionais e valorização do empreendimento; • Respeito e valorização da diversidade.
Perspectivas para o setor (expansão, estável ou declínio e perspectiva de se manter assim no curto, médio ou longo prazo)	<ul style="list-style-type: none"> • Segundo o Censo da Abrasce 2023-2024, 25% das empresas entrevistadas têm planos de expansão para 2025 (VALOR ECONÔMICO, 2024); • A perspectiva é de expansão e otimismo pelas empresas do setor (Abrasce, 2024); • O segmento precisará continuar se apoiando na redefinição da experiência de compras para combater o aumento da digitalização e o comportamento <i>omnichannel</i> de seus consumidores (VALOR ECONÔMICO, 2024).

Referências

ABRASCE – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SHOPPING CENTERS. **Números do setor**. 2024. Disponível em: <https://abrasce.com.br/numeros/setor/>. Acesso em: 18 dez. 2024.

ANVERSA, L. Os 15 maiores shoppings do Brasil. **Revista Exame**: Mercado Imobiliário. 2024. Disponível em: <https://exame.com/mercado-imobiliario/os-15-maiores-shoppings-do-brasil/>. Acesso em: 19 dez. 2024.

BASSANEZE, S. Censo Brasileiro de Shopping Centers traz o panorama do setor em 2023. **Revista Shopping Centers**, edição 251, Ano 37, 2024a. Disponível em: <https://revistashoppingcenters.com.br/capa/censo-brasileiro-de-shopping-centers/>. Acesso em: 19 dez. 2024.

_____. Conheça os 9 novos empreendimentos de 2024 - Sete shoppings e dois outlets passam a fomentar o desenvolvimento local e facilitam o dia a dia da população. 2024b. **Revista Shopping Centers**, edição 256, Ano 37, 2024. Disponível em: <https://revistashoppingcenters.com.br/capa/novos-empreendimentos-de-2024/>. Acesso em: 23 dez. 2024.

DARIELLA, N. Pesquisa da Abrasce mapeia novo comportamento dos frequentadores de shopping centers. **Revista Fashion Net Work**, 2023. Disponível em: <https://br.fashionnetwork.com/news/Pesquisa-da-abrasce-mapeia-novo-comportamento-dos-frequentadores-de-shopping-centers,1545979.html>. Acesso em: 26 dez. 2024.

EMIS NEXT. **Visualizador de Empresas (Company Screener)**. São Paulo: ISI Markets Company. Disponível em: <https://www.emis.com/v2/home>. Acesso em: 27 dez. 2024.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Indicadores IBGE**. Pesquisa Mensal do Comércio. 2024. 61p. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/230/pmc_2024_out.pdf. Acesso em: 18 dez. 2024.

JLL - JONES LANG LASALLE INCORPORATED. **Seis tendências para acompanhar no mercado de shopping centers**. 2024. Disponível em: <https://www.jll.com.br/pt/tendencias-insights/investidor/seis-tendencias-acompanhar-shopping-centers>. Acesso em: 24 dez. 2024.

LAFIS. 2024. **Shopping centers**. Disponível em: <https://www.lafis.com.br/blog/shopping-centers>. Acesso em: 23 dez. 2024.

VALOR ECONÔMICO. **Com foco em serviços, shoppings projetam alta para 2025**. 2024. Disponível em: <https://valor.globo.com/patrocinado/dino/noticia/2024/10/17/com-foco-em-servicos-shoppings-projetam-alta-para-2025.ghtml>. Acesso em: 24 dez. 2024.

Todas as edições do caderno setorial disponíveis em:

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

Conheça outras publicações do ETENE

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