

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: O Censo Brasileiro de Shopping Centers 2024-2025 da Abrasce apontou que o setor continua em expansão, com faturamento de R\$ 198,4 bilhões ao final de 2024. O recorde de vendas, com alta de 1,9%, foi influenciado pelo aumento da renda e pelo grande dinamismo do mercado de trabalho que beneficiaram o consumo. O Censo indicou a existência de 648 shoppings no País e a inauguração de nove espaços no ano passado. Este ano já foram inaugurados 2 empreendimentos nas regiões Centro-Oeste e Norte, respectivamente. O número de lojas também cresceu, são 123.266 unidades, alta de 1,86% e expansão de 2,25% em área bruta locável, com 18,2 milhões de metros quadrados. Entre 2023 e 2024, houve alta de quase 1% na quantidade de empregos gerados, registrando mais de 1 milhão de pessoas empregadas em 2024. Com 95% de ocupação e a menor taxa de inadimplência da história (abaixo de 2%), os shoppings seguiram resilientes em 2024, atraindo investimentos. A perspectiva é de aquecimento do setor, com estimativa de faturamento para 2025 de R\$ 201,6 bilhões, alta de 1,6% em relação a 2024.

Palavras-chave: Centros Comerciais; Comércio; Locação, Shopping; Varejo.

1 Setor de shopping centers no Brasil

1.1 Panorama do setor de shopping centers no Brasil

De acordo com o Censo Brasileiro de Shopping Centers 2024-2025 da Abrasce, o setor de Shopping Centers continua em expansão, com um faturamento de R\$ 198,4 bilhões no final de 2024. O recorde de vendas com alta de 1,9%, do ponto de vista macroeconômico, foi influenciado pelo aumento da renda e pelo grande dinamismo do mercado de trabalho, que beneficiaram o consumo. O Censo apontou ainda a existência de 648 shoppings no País, bem como a inauguração de nove espaços no ano passado.

ESCRITÓRIO TÉCNICO DE ESTUDOS ECONÔMICOS DO NORDESTE - ETENE

Expediente: Escritório Técnico de Estudos Econômicos do Nordeste - ETENE: Rogerio Sobreira Bezerra (Economista-Chefe) Allison David de Oliveira Martins (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), Rhian Erik Magalhães Barboza, Samuel Alesxandro Apolinario Xavier 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

nas regiões Sudeste (05), Sul (03) e Norte (01). Este ano já foram inaugurados 02 centros comerciais nas regiões Centro-Oeste e Norte, respectivamente. O número de lojas também cresceu, chegando a 123.266 unidades, alta de 1,86%. Esse resultado implica uma expansão de 2,25% em área bruta locável, com 18,2 milhões de metros quadrados, ante 17,8 milhões apontados em 2023 (ABRASCE, 2025).

Entre 2023 e 2024, o desempenho tem evoluído satisfatoriamente, registrando um aumento de quase 1% na quantidade de empregos gerados. Em 2024 o setor empregou mais de 1 milhão de pessoas (Tabela 1).

Tabela 1 – Evolução no setor de shopping centers

Ano	2011	2021	2022	2023	2024	2023-2024 (%)
Nº de Shoppings	430	620	628	639	648	1,41
ABL (milhões/m²)	10,34	17,00	17,50	17,80	18,20	2,25
Lojas	80.192	112.738	115.817	121.010	123.266	1,86
Faturamento (em bilhões de R\$/ano)	108,20	159,20	191,80	194,70	198,40	1,90
Empregos (milhões)	775.380	1,02	1,04	1,06	1,07	0,94
Tráfego de pessoas (milhões visitantes/mês)	376	397	443	462	476	3,03

Fonte: Abrasce (2025).

Segundo o presidente da Abrasce, Glauco Humai, o recorde no faturamento dos shoppings em 2024, de R\$ 198,4 bilhões, contou com uma aceleração nas vendas no quarto trimestre, impulsionada principalmente pelas datas comemorativas com destaque para a Black Friday (+11,4%) e o Natal (+5,5%), apesar do impacto da inflação que ficou acima da meta (4,83%) e a inflação de itens essenciais que encerrou o ano em 5,8% (1 p.p. acima do IPCA geral), que limitou o consumo de bens menos essenciais (BASSANEZE, 2025).

De acordo com a Pesquisa Mensal de Comércio (PMC) (IBGE, 2025) de fevereiro, divulgada em abril de 2025, entre os meses de janeiro e fevereiro deste ano, na série com ajuste sazonal, a taxa média nacional de vendas do comércio varejista foi de 0,5% com resultados positivos em 21 das 27 Unidades da Federação, destacando-se: Rondônia (5,2%), Sergipe (3,7%) e Amazonas (3,4%). Por outro lado, 6 apresentaram resultados negativos entre janeiro e fevereiro, com destaque para: Tocantins (-3,7%), Paraíba (-1,5%) e Rio Grande do Norte (-1,5%). Já no comércio varejista ampliado houve predominância de resultados positivos em 15 das 27 Unidades Federativas, com destaque para: Rondônia (4,5%), Amazonas (2,5%) e Ceará (1,8%). Por outro lado, pressionando negativamente, figuram 12 Unidades da Federação, com destaque para Amapá (-3,0%), Rio Grande do Norte (-2,4%) e Rio de Janeiro (-2,1%). Em síntese, o comércio varejista, na passagem de janeiro para fevereiro de 2025, na série com ajuste sazonal, cresceu 0,5%, interrompendo uma série de quatro meses de variações muito próximas de zero, consideradas como estabilidade. Com isso, a série histórica do índice da base fixa do indicador de volume da margem atinge o máximo da série histórica, superando em 0,3% o nível recorde anterior (outubro de 2024). Tal comportamento foi influenciado pelo crescimento dos segmentos de Hiper e Supermercados, Produtos Alimentícios, Bebidas e Fumo (1,1%) e de Móveis e Eletrodomésticos (0,9%).

Segundo edição 257 da Revista Shopping Centers, o estudo realizado pela Abrasce apontou que existe uma procura cada vez maior por gastronomia, entretenimento, eventos culturais e lazer nos shoppings e há um aumento da permanência dos clientes nesses equipamentos. Em 2024, houve um acréscimo de 3,03% no fluxo de visitantes em relação a 2023, de acordo com o Censo Brasileiro de Shopping Centers 2024-2025. Foram 476 milhões de pessoas que visitaram os shoppings mensalmente, o que equivale a mais de duas vezes o total da população brasileira, que segundo o IBGE é de 212,6 milhões de habitantes (Tabela 2). Esse incremento no fluxo de visitantes, de acordo com o presidente da Abrasce, além das datas comemorativas mencionadas, foi influenciado pelos lançamentos de filmes nos cinemas. Essa performance demonstra a relevância do setor nas cidades em que está inserido. A tendência na motivação dos visitantes na procura por lazer e entretenimento, consolida os shoppings como espaços de convivência e experiências interativas. São 249 municípios com shoppings, do total de 5.565 existentes no País (BASSANEZE, 2025).

Tabela 2 – Números do setor no Brasil (2024)

Total de shoppings	648
Quantidade de shoppings a inaugurar em 2025	17
Total de lojas	123.266
Área Bruta Locável (milhões/m²)	18,20
Faturamento (em bilhões de R\$/ano)	198,40
Empregos gerados (milhões)	1,07
Visitantes por mês (milhões)	476
Salas de cinema	3.073
Vagas para carros (milhões)	1,07

Fonte: Abrasce (2025).

Atualmente, 86,2% dos shoppings pertencem à categoria de tradicionais e 13,8% são especializados (*lifestyle*, *outlets* e temáticos). A tendência de interiorização do setor continua, uma vez que, 57,6% dos shoppings tradicionais e 47,8% dos especializados estão localizados fora das capitais. Estão previstas inaugurações de mais 17 shoppings em 2025, sendo que sete dos quais serão os primeiros em suas respectivas cidades e dois já foram inaugurados este ano (BASSANEZE, 2025).

O aumento de 1,9% no número de lojas do setor em 2024 em comparação com 2023, em função da readequação de mix, expansões e inaugurações, contribuiu para encerrar 2024 com 123.266 pontos de venda, com as lojas satélites sendo a maioria, totalizando 56,7% desse total. Outros segmentos apresentaram crescimento, com destaque para alimentação, conveniência e serviços, além de lazer e entretenimento. Os segmentos de vestuário (39,9%), calçados (13,7%) e perfumaria e cosméticos (7,8%) são os que predominam nas lojas satélites. Em relação a lazer e entretenimento, essas operações correspondem a 2,4% do mix dos shopping centers, tendo um importante papel na atração de clientes e geração de fluxo para o setor. Destaca-se que 92,7% dos shoppings contam com cinemas, totalizando ao final do ano passado, 3.102 salas, o equivalente a 88,4% do total de salas em funcionamento no País. Esses equipamentos contaram com a presença de 125 milhões de pessoas e geraram uma renda de R\$ 2,5 bilhões em 2024 (BASSANEZE, 2025).

1.2 Setor de shopping centers na região Nordeste

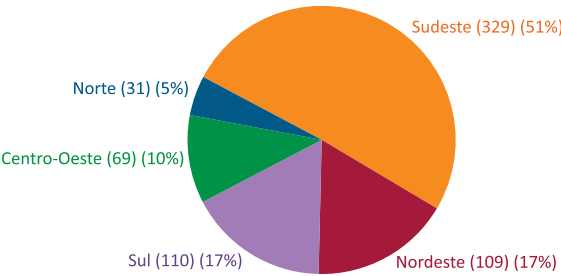
O Nordeste consolidou sua posição no mercado de shopping centers alcançando, em 2024, a marca de 109 centros comerciais em operação e área bruta locável (ABL) de 3.252.557m², ocupando o terceiro e o segundo lugar nestes dois quesitos, respectivamente. Na liderança do ranking, a região Sudeste, com 329 empreendimentos, dos quais 56 estão instalados em São Paulo, maior cidade do País (Tabela 3; Gráfico 1).

Tabela 3 – Número de shopping centers no Brasil por Região (2024)

Região	Número de Shoppings	% do total	Área Bruta Locável (m²)	% do total
Sudeste	329	50,77	9.658.339	53,21
Nordeste	109	16,82	3.252.557	17,92
Sul	110	16,98	2.666.589	14,69
Centro-Oeste	69	10,65	1.609.992	8,87
Norte	31	4,78	963.738	5,31
Total	648	100	18.151.215	100,00

Fonte: Abrasce (2025).

Gráfico 1 – Número de shopping centers no Brasil por Região (2024)



Fonte: Abrasce (2025).

O Nordeste abriga grandes centros comerciais no setor, classificados entre os maiores do País. Destacam-se os Shoppings Riomar Recife (ABL 103.000 m²) com mais de 380 lojas; Riomar Fortaleza (ABL 93.000 m²) com aproximadamente 385 lojas; Iguatemi Bosque Fortaleza (ABL 93.000 m²) com mais de 450 pontos de venda; Salvador Shopping (ABL 89.954 m²) com mais de 400 lojas; Manaíra Shopping João Pessoa (ABL 87.000 m²) com mais de 260 lojas e o Shopping Recife (ABL 75.481 m²) com mais de 450 lojas. Bahia, Ceará e Pernambuco são os Estados do Nordeste com maior número de shoppings, equivalente a 60,55% do total de empreendimentos da Região (Tabela 4) (ZAP IMÓVEIS, 2024; ABRASCE, 2025).

Tabela 4 – Números da Região Nordeste, Minas Gerais e Espírito Santo (2024)

Estados	Número de Shoppings em Operação	NE (%)	Área Bruta Locável (m²)	NE (%)
Alagoas	5	4,59	175.532	5,40
Bahia	23	21,10	677.707	20,84
Ceará	22	20,18	598.658	18,41
Maranhão	11	10,09	288.158	8,86
Paraíba	10	9,17	279.020	8,58
Pernambuco	21	19,27	695.397	21,38
Piauí	4	3,67	129.549	3,98
Rio Grande do Norte	8	7,34	187.407	5,76
Sergipe	5	4,59	221.130	6,80
Subtotal Nordeste	109	100	3.252.558	100
Espírito Santo	12	-	361.694	-
Minas Gerais	48	-	1.274.465	-
Total	169	-	4.888.717	-

Fonte: Elaborado por BNB/ETENE/CEPS com base em Abrasce (2025).

Estão previstas inaugurações até o final de 2025 de 6 shopping centers na área de atuação do Banco do Nordeste, composta pelos nove estados do Nordeste e parte dos estados de Minas Gerais e do Espírito Santo. Esses novos equipamentos serão instalados 1 no Espírito Santo, 3 em Minas Gerais e 2 em Sergipe (ABRASCE, 2025).

1.3 Maiores shopping centers do Brasil

De acordo com Zap Imóveis, em publicação de 06 de agosto de 2024, o Brasil possui alguns dos maiores e mais impressionantes centros comerciais da América Latina, oferecendo uma variedade de lojas, restaurantes, cinemas e atrações para todos os gostos e públicos. Esses shoppings são verdadeiros complexos que atraem milhares de visitantes diariamente. A Tabela 5 apresenta os 15 maiores shoppings do País, segundo o critério de classificação por Área Bruta Locável (ABL), ou seja, a área interna destinada à locação de salas e quiosques.

Tabela 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	Manaíra Shopping	João Pessoa - PB	1989	87.000
12º	Catuai Shopping Londrina	Londrina - PR	1990	81.700

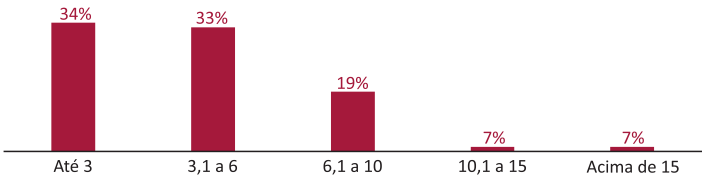
Classificação	Shopping Center	Cidade	Ano de Inauguração	ABL (m²)
13ª	Barra Shopping	Rio de Janeiro - RJ	1981	77.677
14ª	Shopping Recife	Recife - PE	1980	75.481
15ª	Passeio das Águas Shopping	Goiânia - GO	2013	74.462

Fonte: Elaborado por BNB/ETENE/CEPS. Compilado de: (ZAP IMÓVEIS, 2024; ABRASCE, 2025a).

1.4 Perfil dos consumidores de shopping centers no Brasil

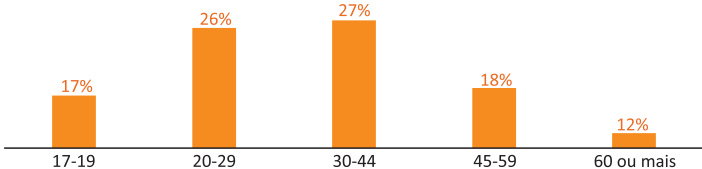
A pesquisa “O comportamento dos Frequentadores de Shopping Centers”, elaborada pela Abrasce (Associação Brasileira de Shopping Centers), analisou o perfil do novo consumidor de shopping centers no Brasil, por meio de um painel online, que entrevistou 4.300 frequentadores de shopping centers com idade acima de 17 anos, dos 26 estados brasileiros e do Distrito Federal, em cidades com pelo menos um shopping, entre os meses de fevereiro e março de 2023, indicou que 53% dos frequentadores 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; em salários-mínimos (Gráfico 2), à faixa etária, à escolaridade e à motivação para ir aos shoppings (ABRASCE, 2023). O Gráfico 3 apresenta a classificação dos frequentadores de shopping centers por faixa etária, que evidencia uma concentração maior dos consumidores com idade entre 20 e 44 anos (53%) dos entrevistados. O menor percentual ficou para o público de 60 anos ou mais (12%). A pesquisa apontou ainda que em relação à motivação dos visitantes de shopping centers, as compras lideram o ranking entre os incentivos para ir aos shoppings, respondendo por 43% de participação, seguido por Lazer (31%), Alimentação (21%) e Serviços (5%) (Gráfico 5).

Gráfico 2 – Renda mensal, em salários-mínimos, dos frequentadores de shopping centers (%)



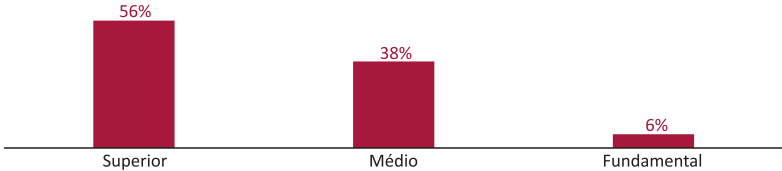
Fonte: Abrasce (2023).

Gráfico 3 – Faixa etária dos frequentadores de shopping centers (%)



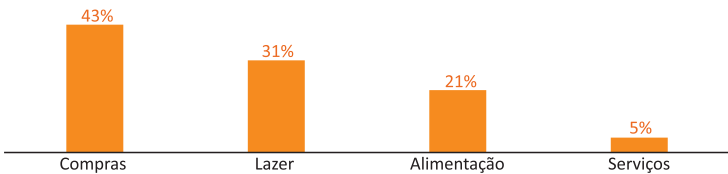
Fonte: Abrasce (2023).

Gráfico 4 – Escolaridade dos frequentadores de shopping centers (%)



Fonte: Abrasce (2023).

Gráfico 5 – Motivação dos frequentadores de shopping centers (%)



Fonte: Abrasce (2023).

No que concerne aos hábitos e comportamentos, o levantamento pontua fatores importantes na preferência dos clientes na hora de escolher a que shopping visitar, sinalizando que 24% do público prioriza a localização como fator mais importante, enquanto 22% optam pelo empreendimento considerando o mix de lojas. A pesquisa indicou ainda que 75% dos frequentadores costumam pesquisar preço online antes de ir a uma loja e que 65% dos clientes vão ao shopping com veículo próprio e permanecem no local por 80 minutos, em média (ABRASCE, 2023).

2 Resultados financeiros das empresas do setor por estado

Tabela 6 – Resultados financeiros auditados das empresas do setor em 2024 por estado

Estado	Participação no Mercado (%)	ROA operacional (%)	Retorno sobre Patrimônio Líquido Anualizado (%)	Margem do Lucro Operacional (%)	Índice de lucro sobre as vendas (%)
Bahia	1,08	5,98	16,34	15,79	15,99
Espírito Santo	0,01	11,30	-9,80	16,22	-4,04
Minas Gerais	6,89	-0,93	-3,47	113,43	75,69
Paraná	0,02	27,35	31,20	25,28	15,87
Pernambuco	0,07	14,32	14,19	68,38	66,73
Rio de Janeiro	3,67	9,49	14,75	60,11	41,17
Rio Grande do Sul	0,73	9,56	18,36	8,69	10,69
São Paulo	9,06	8,86	117,98	-70,09	-851,77
Total Geral	21,54	9,28	69,55	-22,61	-502,28

Fonte: CVM - Commercial, Industrial and Service Companies Financial Statements, Statements Central, Diário Comercial - FS Load, EMIS Financials (EMIS, 2025).
Notas: elaborada pela autora considerando a atividade principal/CNAE "Gestão e Administração da Propriedade Imobiliária (6822-6/00)". Amostra composta de um total de 1.038 empresas.

3 Carteira de crédito e inadimplência do setor de shopping centers, exceto fundos constitucionais (fne, fno e fco) (tabelas 7 e 8)

Tabela 7 – Contratações (carteira ativa) do Setor por Estado (Região Nordeste, Minas Gerais e Espírito Santo), exceto Fundos Constitucionais (FNE, FNO, FCO).

Estado	Valores contratados (carteira ativa) em R\$			2022-2024 (%)
	2022	2023	2024	
Alagoas	20.726.709,95	21.765.538,53	19.203.196,87	-7,35
Bahia	61.295.388,04	51.474.241,83	79.793.644,52	30,18
Ceará	66.577.222,87	49.930.975,46	85.438.323,55	28,33
Espírito Santo	29.118.720,19	34.482.921,42	36.463.457,14	25,22
Maranhão	11.940.902,25	8.938.925,99	8.966.521,29	-24,91
Minas Gerais	109.775.260,22	143.431.395,44	163.661.164,64	49,09
Paraíba	249.934.260,72	246.599.789,12	242.906.198,31	-2,81
Pernambuco	32.661.317,23	40.433.269,56	42.298.120,60	29,51
Piauí	35.613.303,53	31.758.850,93	44.835.385,59	25,90
Rio Grande do Norte	8.794.017,05	7.140.325,81	6.157.023,57	-29,99
Sergipe	13.934.021,05	13.957.581,15	37.360.703,47	168,13
Total	640.371.123,10	649.913.815,24	767.083.739,55	19,79

Fonte: BCB - Banco Central do Brasil/SCR - Sistema de Informações de Crédito. Elaboração: BNB/ETENE.
Notas: 1) Registros de crédito de cliente com risco direto na instituição financeira igual ou superior a R\$ 200,00.
2) CNAE Subclasse 6822-6/00.
3) FNE – Fundo Constitucional de Financiamento do Nordeste; FNO – Fundo Constitucional de Financiamento do Norte; FCO – Fundo Constitucional de Financiamento do Centro-Oeste.

Tabela 8 – Inadimplência (carteira inadimplida) do Setor por Estado (Região Nordeste, Minas Gerais e Espírito Santo), exceto Fundos Constitucionais (FNE, FNO, FCO).

Estado	Inadimplência (carteira inadimplida) em R\$			2022-2024 (%)
	2022	2023	2024	
Alagoas	847.604,52	1.645.419,36	614.870,37	-27,46
Bahia	5.612.090,63	2.444.494,16	1.049.440,49	-81,30
Ceará	962.806,79	4.301.855,08	587.978,56	-38,93
Espírito Santo	74.614,23	3.200.867,17	8.676.708,15	11528,76
Maranhão	934.674,62	1.733.350,84	1.721.283,36	84,16
Minas Gerais	2.892.658,87	2.405.427,75	3.060.190,65	5,79
Paraíba	263.098,41	40.310,81	244.005,24	-7,26
Pernambuco	2.527.471,06	488.471,96	3.024.445,69	19,66
Piauí	274.248,13	232.024,57	425.439,18	55,13
Rio Grande do Norte	40.854,87	471.232,81	725.894,58	1676,76
Sergipe	550.817,08	1.078.909,87	1.125.581,53	104,35
Total	14.980.939,21	18.042.364,38	21.255.837,80	41,89

Fonte: BCB - Banco Central do Brasil/SCR - Sistema de Informações de Crédito. Elaboração: BNB/ETENE.

Notas: 1) Registros de crédito de cliente com risco direto na instituição financeira igual ou superior a R\$ 200,00.

2) CNAE Subclasse 6822-6/00.

3) FNE – Fundo Constitucional de Financiamento do Nordeste; FNO – Fundo Constitucional de Financiamento do Norte; FCO – Fundo Constitucional de Financiamento do Centro-Oeste.

3.1 Valores Contratados no Setor de Shopping Centers pelo Banco do Nordeste 2022 a 2024

No período de 2022 a 2024, o Banco do Nordeste destinou ao setor de Shopping Centers (CNAE 6822-6/00) o total de R\$ 1.302.227,06 em financiamentos nos estados que integram sua área de atuação (BNB/Base do Ativo).

4 Tendências

De acordo com o presidente da ABRASCE, Glauco Humai, uma das grandes tendências do setor, atualmente, é a interiorização dos shoppings. Já são 36 shoppings em cidades com até 100 mil habitantes. Essa migração se deve à melhoria da logística e ao aumento da renda da população fora das capitais. No campo dos investimentos, o setor viveu o ano de 2024 marcado por grandes fusões e aquisições, com fundos comprando participações e redes ajustando seus portfólios. Segundo ele, a perspectiva é de que esse movimento continue, mas em menor intensidade (BRANDÃO, 2025).

Segundo Brain Inteligência Estratégica (2025), após a pandemia o setor teve que se reinventar para se adaptar às mudanças de comportamento de consumo e interação do cliente com esses espaços. O cenário atual é de recuperação, com desafios e oportunidades e as estratégias utilizadas pelos shoppings nessa trajetória são a diversificação de suas operações, mudanças no mix de lojas, vendas online, criação de experiências com o consumidor, dentre outras opções para atrair visitantes, ressaltando a importância das áreas de alimentação, entretenimento e lazer nesse processo.

O setor de varejo está passando por mudanças relevantes nas últimas décadas, haja vista os avanços tecnológicos e mudanças de comportamento do consumidor. Os shopping centers têm sido um dos principais pontos de encontro e consumo, contudo novas tendências vêm surgindo, contribuindo para redefinir a experiência dos clientes e o papel dos shoppings no dia a dia das pessoas, levando esse segmento a ter que perseguir evolução contínua e adaptar-se para oferecer as melhores experiências e se manter relevante no cenário competitivo de 2025. Os Shopping Centers terão que se reinventar, integrando a conveniência do digital com a interação física, criando ambientes imersivos que atendam não só às necessidades de consumo, mas também as de lazer, bem-estar e socialização. O quadro 1 sintetiza as principais tendências que podem transformar os shopping centers nos próximos anos, desde o uso da tecnologia até novas formas de interação com os clientes, e como essas mudanças vão impactar tanto os consumidores quanto os lojistas (PARTNERS, 2025).

Quadro 1 – Principais tendências do setor de shopping centers

1. Experiência do consumidor	- Os shoppings de 2025 serão mais do que simples centros comerciais. Eles se transformarão em verdadeiros destinos de experiências imersivas, onde os clientes poderão vivenciar atividades interativas, culturais e de entretenimento; - Integrar ainda mais as tecnologias de realidade aumentada (AR) e realidade virtual (VR), de maneira que os consumidores não só interajam com os produtos de maneira mais envolvente, mas também vivam experiências imersivas, como simulações de viagens, eventos interativos e até shows virtuais; - Aumento da presença de consumidores nesses equipamentos com o intuito de fazer compras e vivenciar momentos únicos e personalizados.
2. Integração do comércio digital e físico	- Desaparecimento das fronteiras entre o online e o offline. As lojas físicas integrarão de forma mais fluida o mundo digital, criando uma experiência <i>omnichannel</i> sem fricções; - O cliente terá acesso a mais informações sobre os produtos, opções de pagamento e até mesmo a possibilidade de fazer compras instantâneas que podem ser entregues em casa; - A personalização como uma porta para o sucesso nesse novo modelo de shopping, com sistemas baseados em dados que proporcionarão uma experiência de compra mais exclusiva e adaptada às preferências de cada consumidor. Além disso, os <i>“click-and-collect”</i>, onde o cliente compra online e retira na loja física, serão cada vez mais comuns, dando ao cliente a conveniência do digital e a agilidade do físico.
3. Espaços para socialização e bem-estar	- Os centros comerciais se tornarão espaços de convivência mais dinâmicos, em sintonia com a busca por um estilo de vida equilibrado e a necessidade de experiências de qualidade. Áreas de lazer, praças de alimentação gourmet, academias e estúdios de bem-estar (como yoga, pilates e meditação) se tornarão mais comuns; - Opções de espaços para eventos culturais, como exposições de arte, música ao vivo e performances teatrais, criando um ambiente onde as pessoas se sintam convidadas a passar mais tempo, seja para socializar ou para relaxar.
4. Sustentabilidade	- Os shoppings devem investir fortemente em práticas sustentáveis, desde a construção até as operações diárias, criando ambientes mais ecológicos e responsáveis; - O uso da energia solar, de materiais recicláveis e a gestão de resíduos serão normais em novos empreendimentos. Além disso, muitos shoppings estarão envolvidos em iniciativas para reduzir sua pegada de carbono e oferecer produtos e serviços que promovam um consumo mais consciente; - Venda de produtos sustentáveis nas lojas até a implementação de sistemas de transporte ecoeficientes, como bicicletas compartilhadas ou veículos elétricos para o transporte de clientes; - Os consumidores, especialmente as gerações mais jovens, estão cada vez mais exigentes quanto à responsabilidade ambiental das empresas, e os shoppings que não se adaptarem a essa tendência correm o risco de perder clientes.
5. Inteligência Artificial, Big Data e Automação	- Integrar de forma ainda mais avançada soluções de Inteligência Artificial (IA) e Big Data para personalizar a experiência do cliente e otimizar operações; - Uso da IA para recomendar produtos com base no comportamento de compra do cliente, enquanto os sistemas de Big Data ajudarão a prever padrões de demanda e melhorar a gestão de estoques, o que resultará em uma experiência mais eficiente tanto para os consumidores quanto para os lojistas; - Automação e inovação com sistemas de check-out automáticos, atendentes virtuais em lojas e até robôs para delivery dentro do shopping.
6. Lojas Pop-Up e Showrooms	- Maior presença de lojas pop-up e showrooms, onde as marcas poderão criar experiências temporárias e interativas para os consumidores; - Essas lojas serão menores, focadas em promover lançamentos, coleções limitadas ou produtos exclusivos; - Atrair consumidores em busca de novidades e produtos exclusivos. Além disso, as marcas poderão testar novos mercados e testar seu produto com menor risco; - Equipamentos mais dinâmicos, tecnológicos e focados na experiência do cliente. Eles deixarão de ser apenas espaços de compras e se transformarão em hubs de experiências, bem-estar, sustentabilidade e inovação; - Conexão de forma mais profunda com o cliente.

Fonte: Elaborado por BNB/ETENE/CEPS. Compilado de (PARTNERS, 2025).

5 Sumário executivo setorial

Meio ambiente - O efeito das mudanças climáticas	- Os consumidores, especialmente as gerações mais jovens, estão cada vez mais exigentes quanto à responsabilidade ambiental das empresas (PARTNERS, 2025); - 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); - 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:      
Nível de organização do setor (existência de instituições de pesquisas específicas para setor, existência de associações etc.)	- O Setor de Shopping Centers possui um bom nível de organização, sendo a ABRASCE a instituição que congrega informações setoriais atualizadas por meio de pesquisas e mapeamento de indicadores, além de interação com as empresas associadas e com o mercado. - Associação Brasileira de Shopping Centers (ABRASCE); - Associação Brasileira de Lojistas de Shopping (ALSHOP); - SIS – International Research & Strategy; - Banco do Nordeste; BNDES; IBGE, dentre outras.
Resultados das empresas que atuam no setor	Empresas com atuação no setor, com dados financeiros auditados em 2024, obtiveram média de Retorno sobre Patrimônio Líquido Anualizado de 69,55%. Cabe destacar que o estado de Pernambuco, apesar de uma pequena participação no mercado de shopping centers (0,07%), apresentou a média de Índice de Lucro sobre as Vendas de 66,73%, conforme EMIS (2025) (Tabela 6).
Impactos Econômicos, sociais e ambientais	- O setor abriu mais de 10 mil novas vagas de emprego, gerando 1,07 milhão de postos de trabalho diretos, alta de quase 1% (BASSANEZE, 2025); - Contribuir para a distribuição geográfica da renda com a interiorização dos shoppings (BASSANEZE, 2025); - Implementação de práticas sustentáveis como: uso de energias renováveis (eólica e solar), de materiais recicláveis e gestão de resíduos; - Iniciativas para reduzir a pegada de carbono e oferecer produtos e serviços que promovam um consumo mais consciente (PARTNERS, 2025). - Inclusão do público neuro diverso, por meio de campanhas de conscientização e sensibilização, criação de salas do afeto - espaços adaptados para acolhimento de crianças com Transtorno do Espectro Autista (TEA), disponibilização de abafadores de ruídos e cordão de identificação de deficiências ocultas, sessão azul de cinema, mesas preferenciais nas praças de alimentação, vagas especiais de estacionamento, filas preferenciais em eventos (BASSANEZE, 2025a). - 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; - Proporcionar às pessoas oportunidades de acesso a lazer, cultura, entretenimento, equipamentos de saúde e bem-estar, aliados à conveniência do mix de lojas, da segurança e do estacionamento; - 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)

- Segundo o Censo da Abrasce 2024-2025, 23% das empresas entrevistadas afirmam que pretendem investir em projetos de expansão nos próximos anos (BASSANEZE, 2025).
- O Censo prevê ainda a inauguração de mais 17 shoppings para 2025, sendo que sete deles serão os primeiros das respectivas cidades (ABRASCE, 2025).
- Com 95% de ocupação e a menor taxa de inadimplência da história, abaixo de 2%, os shoppings seguiram resilientes em 2024 e atraindo investimentos. Nos grandes grupos, a inadimplência chega até a ser negativa, mostrando a confiança dos lojistas no modelo de negócios (BRANDÃO, 2025).
- A perspectiva é de crescimento do setor, com estimativa de faturamento para 2025 de R\$ 201,6 bilhões, alta de 1,6% em relação a 2024 (BASSANEZE, 2025).
- Segundo o presidente da ABRASCE, a expectativa é de desaceleração do crescimento anual do mercado de trabalho, embora o nível deva se manter elevado e o crescimento real da renda deve limitar maiores perdas de consumo, porém existem alguns pontos de atenção a serem observados que podem limitar o crescimento, tais como: os efeitos da elevação da taxa Selic sobre o crédito, impactando o consumo das pessoas, especialmente de bens duráveis; os preços de bens devem aumentar e a inflação de itens essenciais deve pressionar o orçamento, limitando o consumo das famílias (BASSANEZE, 2025).

Referências

ABRASCE – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SHOPPING CENTERS. **Números do setor**. 2025. Disponível em: <https://abrasce.com.br/numeros/setor/>. Acesso em: 28 mar. 2025.

_____. **Guia de Shopping**. 2025a. Disponível em: <https://abrasce.com.br/guia-de-shoppings/?state=&city=&letter=>. Acesso em: 09 abr. 2025.

_____. **O comportamento dos Frequentadores de Shopping Centers**. 2023. Disponível em: https://abrasce.com.br/wp-content/uploads/2024/02/AMOSTRA_OComportamentodosFrequentadores_2023.pdf. Acesso em: 09 abr. 2025.

BASSANEZE, S. Setor fatura R\$ 198,4 bilhões em 2024, novo recorde de vendas. **REVISTA SHOPPING CENTERS**, edição 257, Ano 38, 2025. Disponível em: <https://revistashoppingcenters.com.br/capa/setor-fatura-r-1984-bilhoes-em-2024-novo-recorde-de-vendas/>. Acesso em: 31 mar. 2025.

_____. Shopping Centers desenvolvem cada vez mais iniciativas voltadas a pessoas com transtorno do espectro autista. **REVISTA SHOPPING CENTERS**, edição 257, Ano 38, 2025. 2025a. Disponível em: <https://revistashoppingcenters.com.br/esg/familias-azuis/>. Acesso em: 09 abr. 2025.

BCB - BANCO CENTRAL DO BRASIL. **SCR - Sistema de Informações de Crédito**. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/estabilidadefinanceira/scrdata>. Acesso em: 11 abr. 2025.

BRAIN INTELIGÊNCIA ESTRATÉGICA. **As mudanças do setor de shopping centers cinco anos após a pandemia**. 2025. Disponível em: https://brain.srv.br/conteudos/post/as-mudancas-do-setor-de-shopping-center-cinco-anos-apos-a-pandemia?utm_campaign=02_-_lançamento_documentario&utm_medium=email&utm_source=RD+Station. Acesso em: 07 abr. 2025.

BRANDÃO, R. NA SUA CESTA: Nos shopping centers, o futuro vai além das compras. **REVISTA EXAME**. 2025. Disponível em: <https://exame.com/insight/na-sua-cesta-nos-shopping-centers-o-futuro-vai-alem-das-compras/p>. Acesso em: 07 abr. 2025.

EMIS NEXT. **Visualizador de Empresas (Company Screener)**. São Paulo: ISI Markets Company. Disponível em: <https://www.emis.com/v2/home>. Acesso em: 16 abr. 2025.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Indicadores IBGE**. Pesquisa Mensal do Comércio. 2025. 60p. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/230/pmc_2025_fev.pdf. Acesso em: 11 abr. 2025.

PARTNERS PERFORMANCE EM SHOPPING CENTERS. **Tendências nos Shopping Centers: O Que Esperar em 2025.** 2025. Disponível em: <https://www.partnersshoppingcenters.com.br/blog/tendencias-nos-shoppings-centers-o-que-esperar-em-2025/>. Acesso em: 07 abr. 2025.

ZAP IMÓVEIS. **Conheça os 15 maiores shoppings do Brasil.** 2024. Disponível em: <https://www.zapimoveis.com.br/blog/guia-de-cidades/maiores-shoppings-do-brasil/>. Acesso em: 09 abr. 2025.

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>