

ÁREA DE OPERAÇÕES INDUSTRIAIS 2 - AO2
GERÊNCIA SETORIAL DE COMÉRCIO E SERVIÇOS

Data: Maio/98

Nº 16

SHOPPING CENTERS
Evolução Recente

Este informe apresenta a evolução recente da indústria de *shopping centers* no Brasil no que se refere ao faturamento, aos indicadores físicos, a distribuição regional e ao emprego. As estatísticas utilizadas referem-se aos projetos registrados na Associação Brasileira de *Shopping Center* (Abrasce), a qual contabiliza 144 *shoppings centers* associados sendo 137 em operação e 7 em construção.

FATURAMENTO

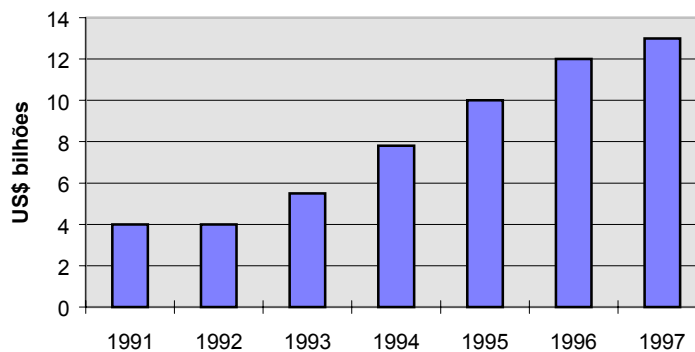
Pelos dados globais, divulgados pela Abrasce, o faturamento dos *shoppings centers* brasileiros foi de US\$ 13,0 bilhões em 1997, o que representou uma queda em relação as taxas de crescimento apresentadas nos anos anteriores mas, se comparada ao comércio como um todo, foi uma taxa de crescimento significativa.

Faturamento Anual dos Shoppings - 1991-1997

Ano	US\$ Bilhões	Crescimento (%)
1991	4,0	-
1992	4,0	-
1993	5,5	37,5
1994	7,8	41,8
1995	10,0	28,2
1996	12,0	12,0
1997	13,0	8,3

Fonte: Abrasce.

Faturamento Anual dos *Shoppings* - 1991-1997



Fonte: Abrasce.

INDICADORES FÍSICOS

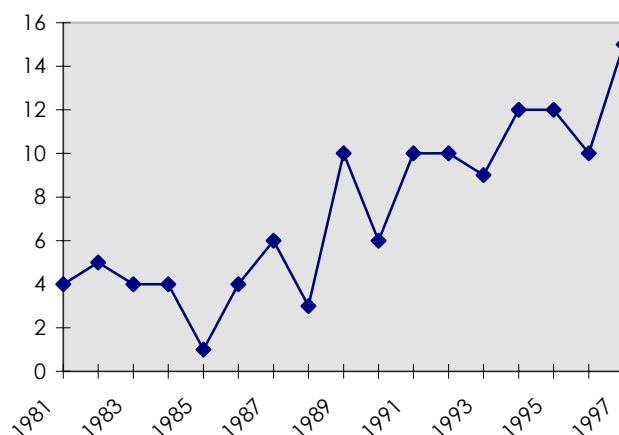
No Brasil, o primeiro *shopping center* foi inaugurado em 1966 - o Iguatemi São Paulo - em funcionamento até hoje. Na década de 70, sete novos empreendimentos foram iniciados, mas foi a partir dos anos 80 que se presenciou o grande crescimento do número de *shoppings*. Na década de 90, este crescimento continuou. Entre 1991 e 1997 houve um aumento de 99% no número de unidades construídas.

Construção anual de *Shoppings Centers* - 1991-1997

Ano	Unidades	ABL (m ²)	ABL Acumulada (m ²)
1991	10	246.302	1.949.152
1992	10	107.850	2.057.002
1993	9	218.513	2.376.644
1994	12	182.632	2.559.276
1995	12	161.429	2.720.705
1996	10	147.464	2.868.169
1997	15	248.609	3.116.778
Total	-	-	3.116.778

Fonte: Abrasce

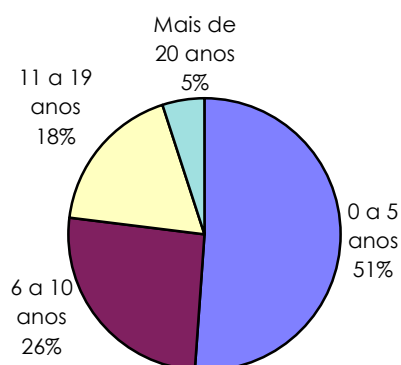
Construção anual de *Shoppings Centers* - 1981-1997



Fonte: Abrasce

No que se refere à idade de construção, a distribuição dos *shoppings centers* apresenta o seguinte quadro:

Número de *Shoppings* por idade de construção - 1997



Quanto à distribuição por tipo de *shopping*, o de maior crescimento é o comunitário, confirmando tendência já apontada em trabalhos anteriores de voltar-se o *shopping center* cada vez mais para a comunidade local, ampliando inclusive suas atividades para além do comércio através da prestação de serviços.

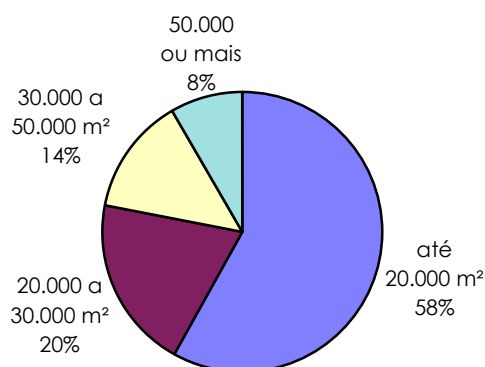
Distribuição por tipo de *Shopping* - 1996-1997

(Unidades)		
Tipo de <i>Shopping</i>	1996	1997
Vizinhança	11	7
Comunitário	25	43
Regional	75	75
Especializado	7	6
<i>Outlet Center</i>	7	10
<i>Festival Mall</i>	-	3
Total	125	144

Fonte: Abrasce

No que se refere à distribuição por ABL dos *shoppings centers*, observa-se a concentração desses empreendimentos na faixa até 20.000 m² de ABL. Esses empreendimentos são os que apresentaram maior crescimento nos últimos anos. Os *shoppings* nessa faixa predominam em todas as regiões do país à exceção da Região Norte, onde predominam empreendimentos entre 20.000 m² de ABL e 50.000 m² de ABL.

Distribuição dos *Shoppings* por ABL - 1997



Distribuição dos *Shoppings* por ABL – 1994-1997

(%)				
	1994	1995	1996	1997

até 20.000 m ²	51	54	56	58
20.000 a 30.000 m ²	21	21	21	20
30.000 a 50.000 m ²	17	16	14	14
50.000 ou mais	11	10	9	8

Fonte: Abrasce

DISTRIBUIÇÃO REGIONAL

Quanto à distribuição por região, as regiões Sul e Sudeste respondem por 77% do número de *shoppings* e 74% do total de ABL.

Os *shoppings* localizam-se sobretudo na Região Sudeste, representando 60% das unidades instaladas e 61% do total de ABL.

O Estado de São Paulo responde por 59% e 64%, em termos de número de unidades e de ABL da Região Sudeste, respectivamente. Com relação ao país, São Paulo participa com 35% e 39% do total de unidades e de ABL, respectivamente.

Comparando-se 1997 com os 2 anos anteriores, verifica-se que não houve mudança significativa quanto à sua distribuição regional permanecendo o Sudeste e o Sul como as principais regiões.

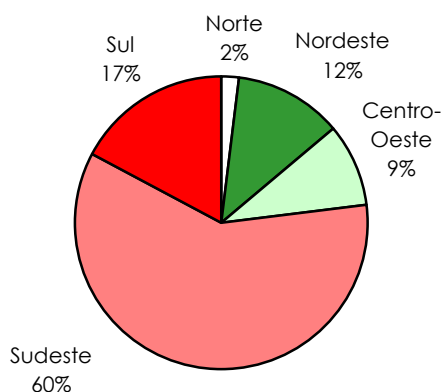
Em 1983, somente 15% dos empreendimentos estavam no interior do país. Hoje, este percentual se elevou para 42%.

Distribuição de *Shoppings* por Região - 1997

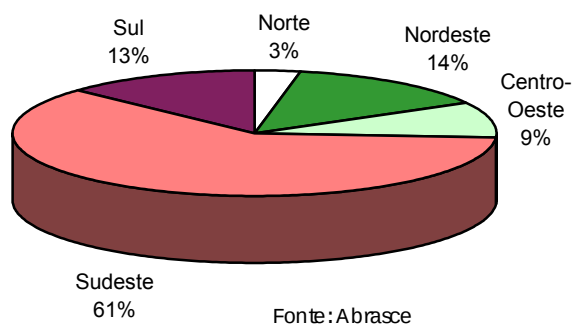
Região	Unidades	%	ABL (m ²)	%
Norte	3	2	85.514	3
Nordeste	17	12	452.163	14
Centro-Oeste	13	9	288.253	9
Sudeste	86	60	1.967.052	61
Sul	25	17	423.376	13
Total	144	100	3.345.474	100

Fonte: Abrasce

Número de *Shoppings* por Região - 1997



Participação Regional segundo a ABL - 1997



EMPREGO

Quanto ao número de empregos efetivamente gerados pelos *shopping centers*, esse é um montante de difícil ponderação uma vez que o pessoal empregado pode variar em função dos tipos de lojas e atividades existentes (por exemplo áreas de alimentação e supermercados são maiores empregadores) e também do tipo de empreendimento (os *shopping centers* populares, em geral, exigem maior número de empregados do que os de luxo, por exemplo).

Além desses fatores específicos, o emprego no setor de comércio e serviços é caracterizado por elevada rotatividade e sazonalidade em função de datas comemorativas. O setor é, ainda, altamente sensível às variações da atividade econômica e da renda de um país e o nível de empregos se expande ou se contrai em resposta às mudanças nesses fatores.

Não obstante essa difícil ponderação, percebe-se com facilidade, seu importante papel na geração de empregos. Além disso, a construção e a operacionalização de *shopping centers* envolve muitas empresas

como fornecedores e prestadores de serviços ligados às áreas de vídeo-comunicação, computação, paisagismo, decoração, equipamentos de segurança, estacionamento, lazer, etc. Nesse sentido, o *shopping center* é gerador de empregos não só para a mão-de-obra com pouca qualificação profissional como também para aquela qualificada e especializada.

O número apresentado em trabalho anteriormente realizado apontava uma relação média de que cada 10 metros quadrados de ABL geraria um emprego de loja e cada 100 metros quadrados, um emprego de administração. A partir de números obtidos através da análise de projetos efetuados pelo Banco, esses números indicam uma boa média para estimativa dos empregos gerados pelos diversos segmentos de *shopping centers*.

Segundo dados divulgados pela Associação Brasileira de *Shopping Centers* (Abrasce), o número de empregos dos *shoppings centers* filiados àquela entidade são:

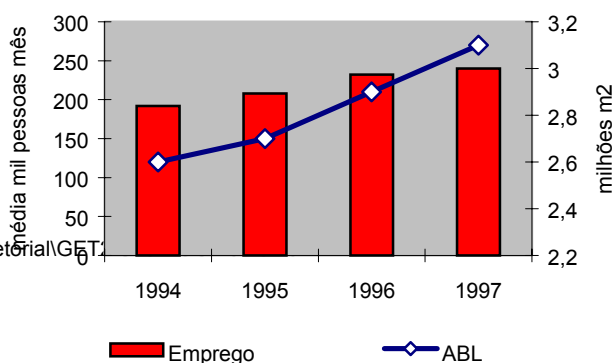
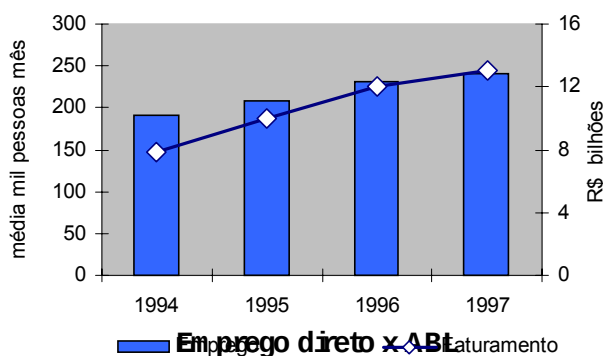
Pelos gráficos a seguir pode-se notar que o emprego direto vem crescendo em paralelo ao aumento de faturamento porém o mesmo não se verifica em relação à Área Bruta Local. Explicações para tal fato, dentre outros, seriam a redução de mão-de-obra nas lojas de departamentos e aumento de áreas dedicadas a cinemas.

Empregos Diretos – Média Mensal (1994-1997)

(mil)	
ANO	EMPREGOS
1994	192
1995	208
1996	232
1997	240

Fonte: Abrasce

Emprego direto x Faturamento



FICHA TÉCNICA:

Angela Maria M. M. Santos - gerente

Luiz Carlos P. Gimenez - Engenheiro

Carolina Barbosa Matos - Estagiária de economia