



INDICADOR DE VACÂNCIA SHOPPING CENTER EM MINAS GERAIS/ 2017


Elaborado: Associação dos Lojistas de Shopping Centers de Minas Gerais - Aloshopping




-  A ALOSHOPPING apresenta o “Indicador de Vacância em Shopping Center” que tem como objetivo elucidar ao mercado e ao setor, a evolução de lojas fechadas e o impacto que pode causar nos negócios dos lojistas e administradores de Shopping Centers.
-  Esta ferramenta serve para avaliar se o Shopping Center é um centro de compras atraente, interessante, funcional e moderno; oferecendo ao consumidor maior variedade de ofertas, que encante o consumidor, que disponibilize muito mais do que apenas experiência de compra, mas também serviços, entretenimento e um espaço agradável para que os consumidores aproveitem das instalações do Shopping Center e, conseqüentemente o lojista venda mais com custos adequados, obtendo resultados positivos e duradouros.



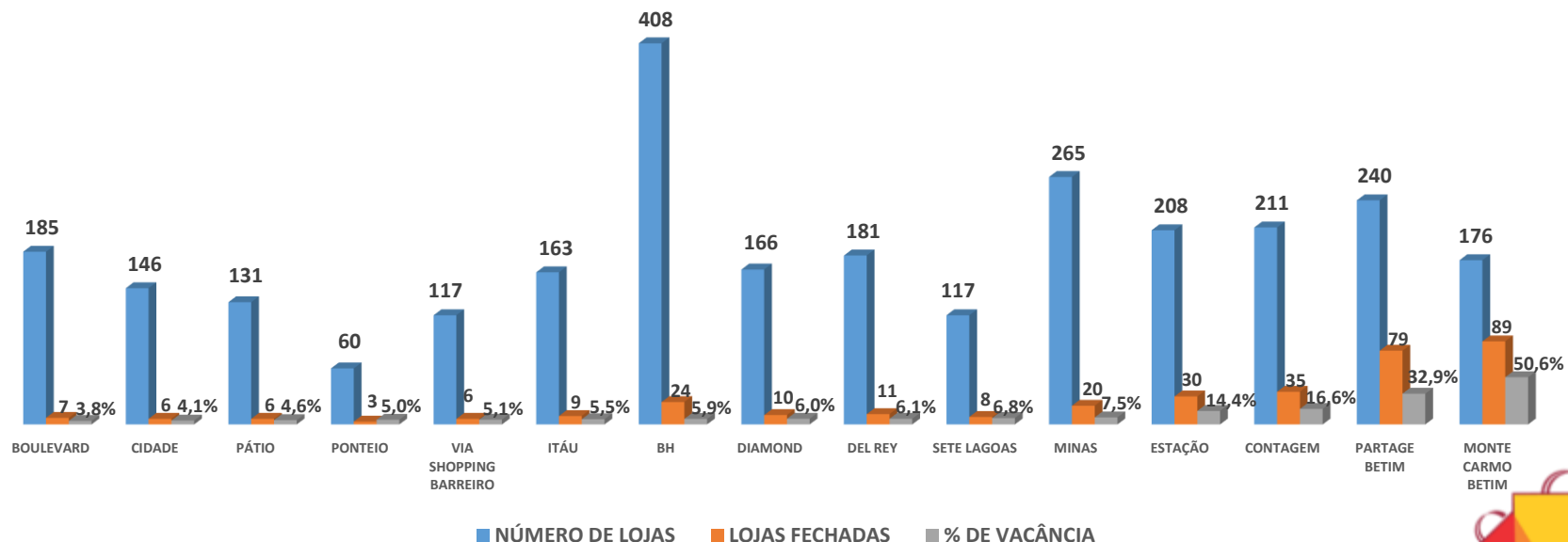
Indicador de vacância em Shopping Center

 A metodologia utilizada foi uma pesquisa Quantitativa, realizada do dia 1º ao dia 10 de fevereiro/2017, no qual foi observado o número de lojas fechadas de cada shopping avaliado, sem levar em consideração a metragem por m² de cada loja em vacância.




 A coleta de dados foi realizada parte em pesquisa bibliográficas e pesquisa de campo (direta extensiva) em 15 shoppings da região metropolitana de Belo Horizonte.

Indicador de vacância em Shopping Center

SHOPPING	NÚMERO DE LOJAS	LOJAS FECHADAS	% DE VACÂNCIA
BOULEVARD SHOPPING	185	7	3,8
SHOPPING CIDADE	146	6	4,1
PÁTIO SAVASSI	131	6	4,6
PONTEIO LAR SHOPPING	60	3	5,0
VIA SHOPPING BARREIRO	117	6	5,1
ITÁU POWER SHOPPING	163	9	5,5
BH SHOPPING	408	24	5,9
DIAMOND MALL	166	10	6,0
SHOPPING DEL REY	181	11	6,1
SHOPPING SETE LAGOAS	117	8	6,8
MINAS SHOPPING	265	20	7,5
SHOPPING ESTAÇÃO	208	30	14,4
SHOPPING CONTAGEM	211	35	16,6
PARTAGE BETIM	240	79	32,9
MONTE CARMO BETIM	176	89	50,6
MÉDIA TOTAL	2774	343	12,4



Indicador de vacância em Shopping Center

-  Fica demonstrado que shoppings com a maior vacância são os inaugurados após 2013 (Shopping Contagem, Partage e Monte Carmo Betim), que são considerados shoppings ainda não consolidados.
-  A média de vacância de todos os shoppings pesquisados, foi de **12,4%**.
-  Os demais shoppings já consolidados, estão com índice de vacância bem acima da média do setor, que era **1% a 3%** nos anos anteriores.



Indicador de vacância em Shopping Center

🌈 Como toda crise gera oportunidades, o lojista de shopping que queira e tenha condições de ampliar ou adequar o tamanho, o custo e a oferta de uma loja, irá encontrar um mercado muito atraente, com bons espaços comerciais em vários shoppings, com bastante flexibilidade na negociação dos valores de locação, inclusive com o incentivo na forma de outros benefícios, como na montagem da loja, gerando uma oportunidade valiosa para as empresas que pretendam desenvolver seus negócios.

🌈 Diante disso, o ponto de atenção reside na análise que se torna necessária, face quando a oferta está maior que a procura, as oportunidades ficam ainda melhores, e, portanto, apesar de mais de 02 anos de recessão que passa o País, o Brasil ainda tem um potencial muito grande, seja porque a demanda está reprimida, seja também, porque os investimentos no Brasil devem seguir uma agenda positiva de médio e longo prazo, e assim, devem atender à um **planejamento realista e consciente**, que faz dos desafios uma ótima razão para crescer com sustentabilidade daqui pra frente.