

Efeitos do Shopping RioMar Recife sobre a Dinâmica do Entorno

Denis F. Alves¹, André Chagas², Roberta Rocha³, Raul Silveira Neto⁴ e Romário da Silva⁵

Área 10 - Economia Regional e Urbana

Resumo

O estudo tem como objetivo principal analisar o impacto da inauguração do Shopping RioMar na atração de novas empresas e na geração de emprego e renda no bairro do Pina e regiões próximas. Para isso, são avaliadas características das firmas instaladas após o empreendimento, como porte, setor de atividade, salários médios e composição do quadro de trabalhadores por gênero e raça/cor. Também são investigadas externalidades relacionadas à infraestrutura urbana e à dinâmica econômica local, com o intuito de subsidiar o planejamento urbano e políticas públicas que maximizem os efeitos positivos e minimizem impactos negativos de grandes intervenções urbanas. A metodologia utilizada é o método de Diferenças em Diferenças (DiD), que estima o impacto do shopping sobre emprego e salários em três zonas de distância: até 500 metros, entre 500 metros e 1 km, e entre 1 km e 2 km, comparadas a um grupo controle situado a 8 km ou mais do empreendimento. Os dados são provenientes da RAIS, abrangendo os períodos pré-inauguração (2005-2006) e pós-inauguração (2015-2016). Essa abordagem permite controlar variações temporais e espaciais, isolando os efeitos causados pela presença do shopping. Os resultados indicam que o Shopping RioMar provocou um aumento significativo e positivo no emprego formal (até 9,1%) e nos salários médios (49,7%) para empresas localizadas até 500 metros do empreendimento, após controle por características observáveis. Os efeitos diminuem conforme a distância, mas permanecem estatisticamente significativos até 2 km, evidenciando externalidades espaciais decrescentes. As empresas beneficiadas tendem a ser maiores e a contratar mais homens e trabalhadores brancos, revelando desigualdades na distribuição dos empregos. A intervenção gerou ganhos expressivos para cargos de alto nível, microempresas e firmas médias/grandes no entorno imediato, com destaque para aumentos robustos em salários e empregos. Por outro lado, pequenas empresas foram sistematicamente prejudicadas, com queda de desempenho em todas as distâncias analisadas. Setorialmente, a indústria foi o principal setor beneficiado nas áreas próximas, com aumentos salariais superiores a 300%, enquanto comércio, serviços e construção apresentaram padrões mistos, incluindo quedas salariais relevantes entre 500m e 1km. Os efeitos positivos foram espacialmente concentrados e favoreceram empresas mais adaptáveis e setores com maior qualificação, indicando que o shopping atuou como um vetor de reestruturação urbano-econômica, com efeitos assimétricos sobre o mercado de trabalho formal local.

Palavras-chave: Shopping Center, Emprego formal, Diferenças em Diferenças, Externalidades espaciais, Economia Urbana.

Códigos JEL: R11, R12 e J21.

Effects of RioMar Recife Shopping Mall on the Surrounding Dynamics

Abstract

The main objective of this study is to analyze the impact of the opening of the RioMar Shopping Center on the attraction of new businesses and the generation of employment and income in the Pina neighborhood and surrounding areas. To this end, the analysis focuses on characteristics of firms established after the shopping center's inauguration, such as size, sector of activity, average wages, and the composition of their workforce by gender and race/color. The study also investigates externalities related to urban infrastructure and local economic dynamics, aiming to inform urban planning and public policies that can maximize positive effects and mitigate negative impacts of large-scale urban interventions. The methodology employed is the Differences-in-Differences (DiD) approach, which estimates the shopping center's impact on employment and wages across three distance zones: within 500 meters, between 500 meters and 1 kilometer, and between 1 and 2 kilometers, compared to a control group located 8 kilometers or more away from the site. The analysis uses RAIS data (Brazilian Annual Social Information Report), covering both the pre-opening period (2005–2006) and post-opening period (2015–2016). This approach enables control for temporal and spatial variations, helping to isolate the causal effects of the shopping center's presence.

¹ Doutor em Economia. Professor de Economia do PPGECON/UFPE e Pós-Doutorando em Economia na FEA/USP. E-mail: denis.fernandes@ufpe.br

² Doutor em Economia. Professor de Economia na FEA/USP. E-mail: achagas@usp.br

³ Doutora em Economia. Professora de Economia no PPGECON/UFPE. E-mail: roberta.mrocha@ufpe.br

⁴ Doutor em Economia. Professor de Economia no PIMES/UFPE. E-mail: rau.silveira@uol.com.br

⁵ Doutorando em Economia pelo PIMES/UFPE. Mestre em Economia pelo PPGECON/UFPE. E-mail: romario.fsilva@ufpe.br

The results indicate that RioMar Shopping had a significant and positive impact on formal employment (up to 9.1%) and average wages (49.7%) for firms located within 500 meters of the development, after controlling for observable characteristics. Although the effects decline with distance, they remain statistically significant up to 2 kilometers, revealing spatially decaying externalities. Beneficiary firms tend to be larger and more likely to hire men and white workers, highlighting inequalities in job distribution. The intervention also produced notable gains for high-level positions, microenterprises, and medium/large firms in the immediate vicinity, with substantial increases in both wages and employment. In contrast, small businesses were consistently negatively affected, showing performance declines across all distance bands. Sectorally, the industrial sector was the main beneficiary in nearby areas, with wage increases exceeding 300%, while commerce, services, and construction exhibited mixed patterns, including significant wage reductions between 500 meters and 1 kilometer. The positive effects were spatially concentrated and favored more adaptable firms and higher-skilled sectors, indicating that the shopping center acted as a catalyst for urban-economic restructuring, with asymmetric impacts on the local formal labor market.

Keywords: Shopping Mall, Formal Employment, Difference-in-Differences, Spatial Externalities, Urban Economics
JEL: R11, R12 e J21.

1. Introdução

O comércio moderno, em especial os shopping centers, tornou-se um elemento inseparável das aglomerações urbanas contemporâneas. Eles têm origem na tradição dos antigos mercados urbanos, em torno dos quais o comércio e a qualidade de vida da comunidade local aumentavam. Assim como os mercados antigos, os shoppings modernos estão se transformando em importantes centros de vida social, atendendo a propósitos comerciais, de entretenimento, recreação, cultura, educação, integração e socialização. Essa transformação consiste principalmente em mudanças relacionadas às esferas social, econômica e espacial. Trata-se de uma característica muito comum na estrutura urbana de países em desenvolvimento, como o Brasil, por exemplo, onde os shopping centers ainda exercem forte influência sobre a dinâmica econômica, a valorização imobiliária e a organização dos fluxos de pessoas e atividades, funcionando como verdadeiros polos de centralidade nas cidades.

Sob a perspectiva econômica, os shopping centers são concebidos como soluções urbanas em resposta ao aumento dos custos de mobilidade decorrentes da expansão das cidades. Simultaneamente, configuram-se como estratégias capazes de gerar externalidades positivas tanto para as firmas, ao ampliarem seu mercado consumidor, quanto para os consumidores, ao reduzirem incertezas e custos de busca (Robertson & Fennell, 2007; Carter, 2009). Contudo, os impactos dos shopping centers na vida urbana podem ir além dos ganhos produtivos advindos da centralização do comércio e dos serviços. De fato, ao menos para experiência americana, tais centros urbanos de compras têm sido responsáveis pela suburbanização do emprego, pelo impulso econômico a comunidades e, mais recentemente, com o advento do e-commerce, pela perda de dinamismo das mesmas (Steinnes, 1982; Musil, 2011; Yan, 2018).

Parte importante destes efeitos são verificados para demais países desenvolvidos e também para países em desenvolvimento. Nessa linha de investigação, identificam-se, na literatura internacional, estudos que analisam os impactos sociais e econômicos de organizações comerciais, como os shopping centers. Ferreira e Paiva (2017), por exemplo, analisam o impacto tanto da abertura quanto da perda de importância desses centros de compras na cidade de Lisboa, destacando, entre os fatores de declínio, o crescimento do comércio do e-commerce. Por sua vez, Ediful (2021) investiga os impactos locais da instalação de shopping centers em Accra, capital de Gana, e seus resultados indicam que esses empreendimentos contribuíram para a redução da pobreza, embora tenham demonstrado baixa efetividade na geração de renda nas comunidades locais. E, Simone e Pazo (2021), ao estudarem os impactos dos shopping centers sobre as condições ambientais em Santiago, no Chile, constaram que prevaleceu impactos negativos para esta dimensão de análise.

No Brasil, com a perspectiva de análise econômica, ainda são relativamente escassas as evidências sobre as externalidades geradas pelos shopping centers — seja em decorrência de seus impactos econômicos, ou sobre a infraestrutura urbana e o meio ambiente. Porém, entre os estudos disponíveis, destacam-se Maraschin (2008) e Maraschin e Avazonbi (2020), as quais investigaram o impacto da instalação de shopping centers na cidade de Porto Alegre, mas obtêm apenas efeitos limitados sobre a

população, os domicílios e a renda locais. Numa perspectiva mais abrangente, Bandeira e Kneib (2017) estudaram o impacto da instalação de um shopping center na cidade de Goiânia, em Goiás. As autoras apresentaram evidências de que o empreendimento gerou impactos positivos sobre a renda, o emprego e o valor dos imóveis locais, mas também implicou em efeitos negativos, principalmente relacionados à ausência de áreas verdes e à falta de melhorias na infraestrutura do entorno.

Ao considerar o Nordeste, pode-se dizer que não há estudos que mensurem de forma consistente os impactos econômicos e sociais de empreendimentos como os shopping centers. Por exemplo, não há na literatura estudos que se propuseram a estimar esses impactos, com rigor científico, para o Shopping RioMar da cidade do Recife, em Pernambuco. Esse Shopping está situado no bairro do Pina e foi inaugurado em 2012. Atualmente, o complexo do shopping center RioMar tem 101 mil m² de área locável e quase 300 mil m² de área construída, sendo o maior shopping center do Norte/Nordeste do Brasil e o quinto maior do país⁶. Por outro lado, o shopping foi construído em uma parte de área de manguezal e de preservação ambiental, o que exigia um planejamento estratégico para monitorar seus efeitos na estrutura urbana da cidade. Porém, sem dúvidas, esses impactos ambientais devem ser contrabalanceados com os seus benefícios para o comércio da cidade, uma vez que empreendimento desse porte deve atuar estimulando e reforçando a vocação histórica do Recife como polo nacional de comércio e serviços. Apesar da relevância desse tipo de intervenção urbana, a qual pode alterar padrões de emprego, remuneração e perfil empresarial, ainda se conhece pouco sobre seus impactos econômicos, urbanos e sociais nas áreas de seu entorno na zona sul da cidade do Recife.

Diante da escassez de estudos sobre o tema e da relevância da questão, essa pesquisa busca realizar uma análise mais precisa e aprofundada sobre os impactos econômicos do Shopping RioMar Recife. A presente investigação considera, portanto, aspectos fundamentais para compreender a real magnitude desses efeitos, como: (i) quantificar o impacto do empreendimento sobre o emprego formal e os salários na região do entorno; (ii) identificar as características das firmas atraídas, incluindo porte e setor de atividade; e (iii) analisar a composição demográfica da força de trabalho, especialmente no que se refere a sexo, cor/raça e escolaridade. No Brasil, os shopping centers vão muito além de simples espaços de consumo. Eles movimentam a economia local, geram empregos, atraem novos negócios e transformam bairros inteiros. Em diversas cidades do país, ainda cumprem um papel social importante, oferecendo lazer, segurança e serviços públicos em áreas que carecem de infraestrutura. Em contrapartida, em países desenvolvidos, os shoppings impactam de maneira menos sugestiva, quando comparados a centros comerciais mais desenvolvidos e estruturados e o avanço do comércio online.

O objetivo principal deste estudo é analisar o impacto da inauguração do Shopping RioMar na atração de novas empresas e na geração de emprego e renda tanto no bairro do Pina, onde está instalado, quanto nas regiões vizinhas. Para isso, são examinadas as características das firmas que se instalaram após a inauguração, incluindo seu porte, setor de atividade, salários médios pagos, e composição do quadro de trabalhadores segundo cargos de alta hierarquia, sexo, raça/cor e escolaridade dos trabalhadores empregados. Além disso, o trabalho investiga possíveis externalidades associadas à infraestrutura urbana e à dinâmica econômica local.

A estratégia empírica utiliza o método de Diferenças em Diferenças (DiD) com pareamento das firmas via Propensity Score Matching (PSM) para estimar o impacto da inauguração do Shopping RioMar sobre emprego e salários em três faixas de distância utilizando buffer (anéis): até 500 metros, entre 500 metros e 1 km, e entre 1 km e 2 km do empreendimento, comparando essas áreas com um grupo controle situado a distância de 8 km. Assim como estratégias de outros estudos como Rosiers et al. (1996) e Zhu et al (2016). Os dados são provenientes da RAIS, abrangendo os períodos pré-intervenção (2005-2006) e pós-intervenção (2015-2016), levando em conta que a inauguração do shopping ocorreu em 2012. A escolha dessas janelas temporais considera a possibilidade de efeitos antecipatórios antes da abertura e permite captar, com maior robustez, os impactos consolidados da intervenção urbana sobre a dinâmica econômica local, além de controlar efeitos temporais e espaciais, isolando os impactos atribuíveis à presença do shopping na dinâmica econômica local em diferentes níveis de proximidade.

⁶ Vale destacar que os quatro primeiros estão localizados no Estado de São Paulo.

Os principais resultados do estudo indicaram que o Shopping RioMar apresentou um impacto significativo e positivo sobre o emprego e os salários nas firmas localizadas até 500 metros do empreendimento, com aumento de até 9,1% no emprego formal e 49,7% nos salários médios, após controle por características observáveis. Observou-se, também, que esses efeitos reduzem progressivamente com a distância, mas continuam estatisticamente relevantes até 2 km do shopping, corroborando o conceito de externalidades espaciais decrescentes (Glaeser, 2010) e a existência de economias de aglomeração (Rosenthal e Strange, 2004), quando a distância importa para explicar as escolhas locais dos empreendedores.

Além da introdução, na segunda seção seguinte apresenta uma revisão de literatura sobre shoppings centers e uma breve apresentação do shopping Rio Mar. Na terceira seção descreve-se a estratégia empírica e os dados. Nas seções seguintes são apresentados e discutidos os principais resultados, com destaque para as heterogeneidades observadas. E, por fim, são apresentadas as considerações finais.

2. Shoppings Centers, transformações na estrutura urbana e o Shopping RioMar em Recife

Os shopping centers reúnem diversos tipos de lojistas, incluindo cadeias nacionais, locais e lojas âncora que atraem compradores. Em grandes cidades, consideráveis recursos financeiros e físicos foram investidos na construção desses centros (Ardestani et al., 2023). A literatura sobre seu impacto na economia varejista relacionou a atração comercial entre cidades à sua população e distância, influenciando significativamente a análise espacial do varejo e estratégias empresariais. As ferramentas derivadas da Lei de Reilly possibilitaram avanços em estimativas de área comercial, emprego, participação de mercado, impacto em shopping centers, previsão de vendas e seleção de locais (Goldstucker et al., 1978; Fotheringham, 1988; Wade, 1983; Ghosh; McLafferty, 1987; Rogers, 1984; Davies, 2012). Esses estudos revelam os impactos econômicos dos shopping centers no comércio e na estrutura urbana, incluindo atração de empresas e mudanças na paisagem urbana, os quais precisam ser avaliados pelos governos para verificar a existência de externalidades relevantes (Ushchev; Sloev; Thisse, 2015).

Modelos que avaliam o impacto da implantação de novos centros comerciais consideram variáveis como atratividade (tamanho), localização (distância) e presença de concorrentes. Conforme Portugal e Goldner (2003), uma abordagem consolidada vê o shopping como polo gerador de tráfego, focando em efeitos sobre sistema viário, transportes, ruído, vibrações e poluição do ar, utilizando modelos de alocação e simulação, prática comum nos Estados Unidos e incorporada à legislação e consultorias brasileiras. No entanto, outros impactos urbanos ainda carecem de maior desenvolvimento e pesquisa.

No Brasil, existem estudos que abordam o shopping center como empreendimento imobiliário, analisando questões relacionadas ao planejamento e aos riscos de investimento (Monetti, 1996). A importância da localização para o sucesso do shopping varia conforme a estratégia de ancoragem adotada pelo empreendimento. No caso dos shopping centers regionais, a capacidade de vendas está diretamente ligada à atração e, mais ainda, à criação de um hábito de compra entre os consumidores. Além dos atributos próprios da edificação e da composição mercadológica, a localização é um fator fundamental a ser considerado (Petrola e Monetti, 2004).

No âmbito mais amplo do impacto dos shopping centers no espaço urbano, observa-se que o desenvolvimento das regiões ao redor desses empreendimentos, especialmente em São Paulo, tem induzido adaptações nos próprios shoppings, como a quantidade de lojas, ampliação de estacionamentos, dos shoppings e diversificação das opções de lazer, entre outros aspectos (Gregório; Silva, 2006). Esse fenômeno indica um movimento de ajuste dos atributos de qualidade dos shopping centers à dinâmica do ambiente urbano, considerando mudanças no perfil dos consumidores e no contexto urbano local.

Segundo Moacyr (1997), o processo de desenvolvimento urbano brasileiro foi marcado por deficiências em infraestrutura e segurança nas cidades, fatores que influenciaram a crescente frequência da população aos shoppings centers, os quais, por sua vez, cresceram significativamente em número. Oliveira e Domingues (2016) destacam que os impactos do Shopping Campo Grande geraram investimentos e especulação imobiliária no seu entorno, valorizando as áreas próximas e reforçando o alto padrão dos bairros vizinhos. Já Sarapka et al. (2008), ao analisarem três shopping centers em Campinas e São Paulo, defendem que a avaliação dos impactos deve considerar três dimensões principais: territoriais (mudanças

na infraestrutura e no uso do solo), sociais (papel dos shoppings como espaços públicos e sua contribuição para o emprego), ambientais (qualidade do ar, gestão de resíduos e poluição sonora) e espaciais (localização).

O fator espacial dos impactos, segundo Rosenthal e Strange (2004), que os benefícios econômicos dos grandes empreendimentos tendem a se concentrar no entorno imediato, diminuindo à medida que a distância aumenta. Estudos brasileiros, como o de Almeida et al. (2020), enfatizam a importância de considerar as características específicas das firmas e dos trabalhadores, especialmente em intervenções urbanas que alteram a dinâmica econômica local. Contudo, a dimensão urbana dos impactos não se limita apenas ao crescimento econômico e geração de empregos, mas também envolve transformações na infraestrutura, uso do solo e qualidade de vida local, como destacado por Ushchev, Sloev e Thisse (2015) e Portugal e Goldner (2003).

Os impactos ambientais, sociais e territoriais atuam como complementares às externalidades econômicas geradas pelos shopping centers. Estudos sobre valorização imobiliária e especulação, como os de Moacyr (1997) e Gregório e Silva (2006), reforçam a importância de avaliar essas externalidades, tanto positivas quanto negativas, considerando diferentes escalas espaciais e sociais. No aspecto social, estudos recentes de Almeida et al. (2024) destacam a importância de analisar detalhadamente as características das empresas e dos trabalhadores em intervenções urbanas, evidenciando como esses fatores influenciam a distribuição espacial dos impactos econômicos decorrentes da implantação de grandes empreendimentos comerciais, bem como os critérios para a mitigação das aglomerações.

Apesar da relevância desses estudos, ainda há lacunas significativas na literatura quanto à aplicação de rigor quantitativo e à análise detalhada dos tipos de empreendimentos gerados pela instalação dos shoppings, bem como das características dos trabalhadores envolvidos. Assim, este estudo visa preencher tais lacunas, fornecendo dados precisos sobre os efeitos econômicos decorrentes da implantação de um shopping center em uma cidade, permitindo que governos e comunidades locais se planejem melhor e tomem decisões informadas sobre futuros empreendimentos e as transformações na estrutura urbana.

O objeto de análise, o Shopping RioMar, inaugurado em 2012 no bairro do Pina na Cidade do Recife, destaca-se como o maior shopping center do Norte/Nordeste do Brasil. Com uma área total de 101 mil m² quadrados e uma área construída total de quase 300 mil m², o empreendimento ocupa a quinta posição entre os maiores shoppings do país, sendo os quatro primeiros localizados no Estado de São Paulo. Essa dimensão expressiva reforça a importância estratégica do RioMar no cenário varejista nacional e regional, posicionando Recife como um polo de comércio e serviços de grande relevância.

A construção do RioMar ocorreu em uma área originalmente composta por manguezais, o que exigiu um planejamento cuidadoso para minimizar os impactos ambientais e integrar o empreendimento à dinâmica urbana da cidade. Esse processo de implantação teve consequências significativas para a estrutura urbana do Recife, alterando a configuração do bairro do Pina e influenciando a mobilidade, o uso do solo e a atratividade econômica da região. O shopping passou a ser um ponto de referência para moradores e visitantes, intensificando o fluxo de pessoas e a circulação de bens e serviços.

Apesar da importância econômica e urbana do Shopping RioMar, os efeitos de sua inauguração sobre o entorno imediato ainda são pouco estudados, especialmente no que diz respeito às transformações na economia local, geração de emprego, evolução salarial e perfil dos trabalhadores. Há uma lacuna significativa na literatura sobre os impactos sociais e econômicos decorrentes desse tipo de grande empreendimento no Nordeste brasileiro, o que torna essencial uma análise detalhada que possa subsidiar políticas públicas e estratégias de desenvolvimento regional. Além disso, é fundamental considerar que o papel desempenhado pelos shopping centers no Brasil difere substancialmente daquele observado em países desenvolvidos. Enquanto, em economias mais avançadas, os centros comerciais tendem a competir com plataformas de *e-commerce* e coexistem com uma infraestrutura urbana consolidada, no Brasil, especialmente em regiões como o Nordeste, os shoppings ainda representam equipamentos estratégicos de dinamização urbana e inclusão social.

3. Métodos e Dados

A estratégia empírica adotada para avaliar o impacto da instalação do shopping RioMar sobre o emprego e salário médio foi o modelo de *Diff-in-Diff* (DID) tradicional:

$$Y_{itd} = \alpha + \beta \cdot Treat_{id} + \delta \cdot Post_t + \gamma \cdot (Treat_{id} \times Post_t) + \varepsilon_{itd} \quad (1)$$

Onde Y_{it} refere-se aos *outcomes* de emprego e salário médio, $Treat_{id}$ são as firmas i tratadas a determinadas distâncias d do RioMar Recife, aqui, considera-se até 500 metros, de 500 metros a 1 km e de 1 km a 2 km de distância do estabelecimento em forma de anéis, conforme Figura 1(A, B e C: Grupo de tratamento). A variável $Post_t$ refere-se ao período pós-intervenção urbana, considerando os anos de 2015-2016 como pós-tratamento e 2005-2006 como período pré-tratamento, com a inauguração do RioMar ocorrendo em 2012. Como grupo de controle, foram selecionadas firmas localizadas a 8 km do shopping (Figura 1), garantindo afastamento suficiente para evitar efeitos indiretos (*spillovers*) e *local confudiers*. O coeficiente de interesse γ capta o efeito causal da intervenção sobre as variáveis analisadas. Vale ressaltar que o método de escolha de anéis é comum na literatura urbana, alguns autores usam esse método, por exemplo: Rosiers et al. (1996) utilizaram anéis de até 500 metros para medir o impacto de shoppings em Quebec, observando efeitos mais fortes até 300 metros. Zhang et al. (2019), por sua vez, adotaram faixas de 1.000 e 2.000 metros na Holanda, notando que os efeitos positivos se reduzem com o aumento da distância.)

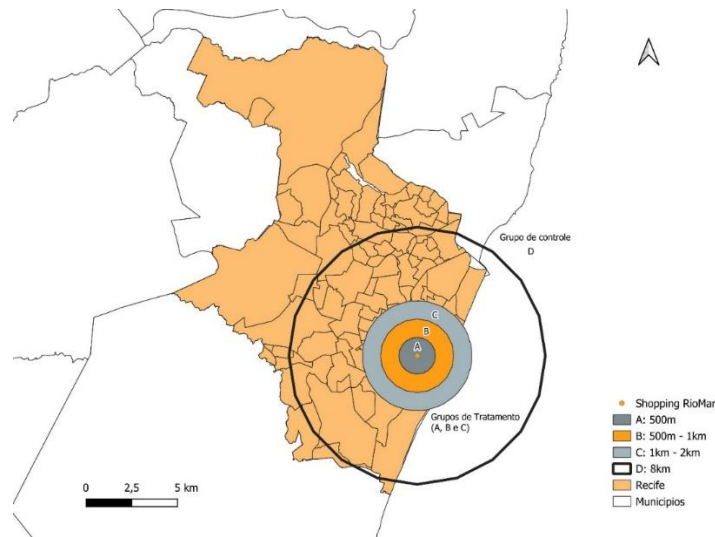
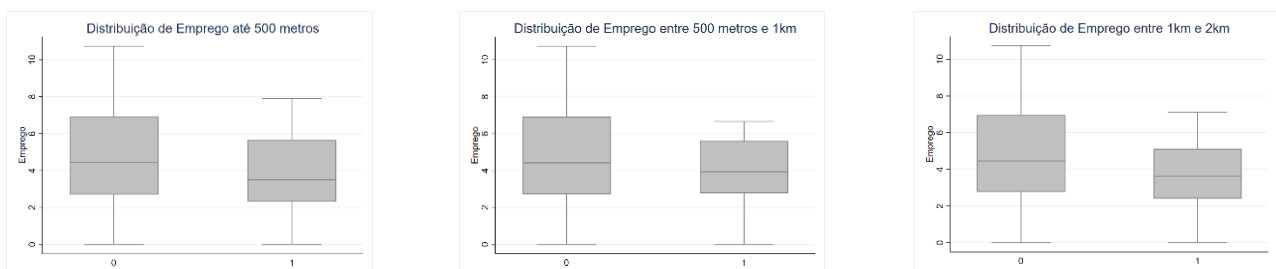


Figura 1: localização do shopping RioMar e os grupos de tratamento e controle
Fonte: Elaboração própria.

Para garantir que foi comparado adequadamente grupo de controle com o grupo de tratamento utilizou-se o *propensity score matching* (PSM) com característica de firmas semelhantes entre tratado e controle. A Figura 2 apresenta a distribuição de emprego (linha superior) e salário (linha inferior) em três faixas de distância em relação ao shopping RioMar (até 500 metros, entre 500 metros e 1 km, e entre 1 km e 2 km), comparando firmas tratadas (1) e não tratadas (0). Observa-se que, na faixa mais próxima (até 500 metros), as firmas tratadas apresentam maior mediana de emprego e salário, sugerindo um efeito positivo do empreendimento nessas variáveis. Entre 500 metros e 1 km, os salários seguem superiores entre as tratadas, embora o emprego seja mais similar entre os grupos. Já na faixa de 1 a 2 km, as diferenças são menos pronunciadas, indicando que os efeitos positivos do shopping sobre emprego e remuneração se concentram espacialmente nas imediações mais próximas. Considerando o período de estudo analisado.



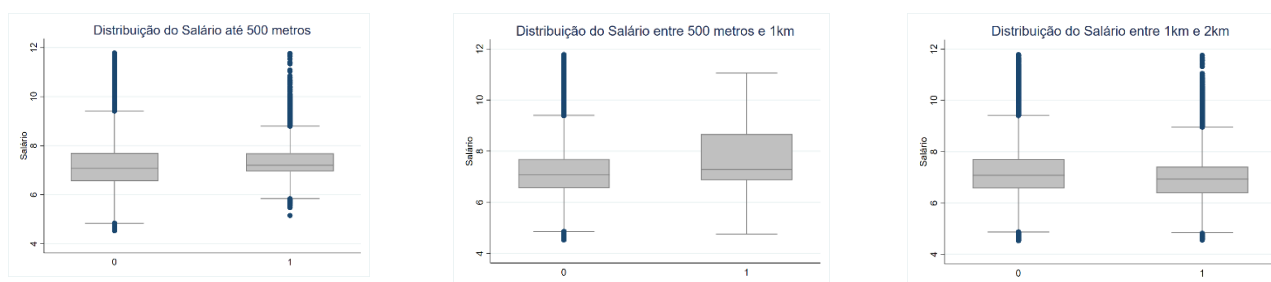


Figura 2: Distribuição de emprego e salário com base nos tratados e não tratados por faixa de distância.
Fonte: Elaboração própria.

O banco de controle incorpora informações detalhadas sobre características socioeconômicas, das firmas, dos setores de atividade e das ocupações dos trabalhadores, incluindo variáveis como sexo, raça/cor, escolaridade e faixa etária. Esses dados foram obtidos a partir dos microdados da RAIS, disponibilizados pelo Ministério do Trabalho e Emprego (MTE). Os dados das firmas foram georreferenciados, incluindo os estabelecimentos pertencentes aos anéis de distancia considerados no modelo empírico do Shopping RioMar. Além disso, foram considerados como variáveis controles características dos trabalhadores empregados e características setoriais, sociais, porte e econômicas destas, que seguem descritos nas Tabelas 1 e 2.

Foram utilizadas todas as firmas formais localizadas no município do Recife (com o georreferenciamento de todo o universo formal de empresas) ao longo do período analisado, totalizando 3.211.930 observações firma-ano. Em termos de número distinto de firmas, foram consideradas 115.636 empresas, distribuídas entre os períodos pré e pós-intervenção. Especificamente, o período pré-intervenção incluiu 23.940 firmas em 2005 e 24.831 em 2006, enquanto o período pós-intervenção contou com 33.594 firmas em 2015 e 33.271 em 2016. Optou-se por um intervalo de 10 anos entre os períodos para evitar efeitos antecipatórios e minimizar possíveis problemas de endogeneidade. Dentro de um raio de até 500 metros da área de intervenção, foram registradas 1.270 observações no período pré e 29.116 no pós-intervenção. Na faixa entre 500 metros e 1 km, houve 4.912 observações pré e 16.623 pós-intervenção, totalizando 48.506 no primeiro período e 114.767 no segundo. Por fim, o grupo de controle apresentou 25.469 observações firma-ano no período pré-intervenção e 137.490 no período pós. Observou-se um crescimento expressivo no número de registros especialmente nas áreas próximas (até 1 km) à intervenção.

A análise das estatísticas descritivas das firmas e trabalhadores nas diferentes faixas de distância em relação ao Shopping RioMar Recife, nos períodos de 2005-2006 (pré-intervenção) e 2015-2016 (pós-intervenção), revela mudanças relevantes tanto no perfil das empresas quanto na composição da força de trabalho⁷. No período anterior à instalação do shopping (2005-2006), as firmas localizadas a menos de 500 metros apresentavam menor número de trabalhadores e estavam concentradas nos setores industrial e de comércio, com predominância de empresas de micro e pequeno porte. A média salarial era ligeiramente superior à do grupo de controle, mas com um perfil etário mais envelhecido e proporção levemente maior de trabalhadores brancos. Já o grupo de controle, distante mais de 8 km do RioMar Recife, apresentava maior diversidade de setores e maior presença de firmas de grande porte, além de força de trabalho mais experiente e com nível de escolaridade um pouco mais elevado⁸.

Tabela 1: Estatística descritiva - 2005 e 2006

Variáveis		Grupo de Tratamento						Grupo de Controle	
		<500m		500m-1km		1-2km		>8km	
		Média	SD	Média	SD	Média	SD	Média	SD
<i>Características das firmas</i>									
Inemprego	Total de trabalhadores (em log)	6,268	1,615	5,608	1,824	5,431	1,955	7,227	2,926
Insalario	Salário médio pago (em log)	6,890	0,841	7,040	1,179	6,616	0,859	6,481	6,890
Setores									
Agropecuária	% de firmas no setor de agropecuária	0,006	0,079	0,011	0,104	0,006	0,077	0,005	0,074
Indústria	% de firmas no setor industrial	0,576	0,494	0,152	0,360	0,103	0,304	0,065	0,246
Construção	% de firmas no setor de construção civil	0,000	0,000	0,153	0,360	0,097	0,296	0,074	0,263

⁷ Embora os valores médios entre grupos de tratamento e controle sejam distintos, as diferenças de médias formais podem ser solicitadas aos autores por e-mail.

⁸ Vale considerar que as duas universidades federais de Recife estão localizadas nos subúrbios da capital pernambucana, a UFPE e a UFRPE.

Serviços	% de firmas no setor de serviços	0,232	0,422	0,194	0,396	0,371	0,483	0,449	0,497
Comercio	% de firmas no setor de comércio	0,185	0,388	0,239	0,427	0,330	0,470	0,195	0,396
Porte									
Micro	% de porte micro	0,738	0,440	0,508	0,500	0,660	0,474	0,509	0,500
Pequeno	% de pequeno porte	0,262	0,440	0,226	0,418	0,222	0,416	0,146	0,353
Médio	% de médio porte	0,000	0,000	0,266	0,442	0,118	0,322	0,123	0,328
Grande	% de grande porte	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,222	0,415
<i>Características dos trabalhadores</i>									
Idade	Idade dos trabalhadores	51,7	9,690	52,9	10,593	52,2	10,285	54,0	11,063
Homem	Sexo	0,550	0,498	0,762	0,426	0,707	0,455	0,590	0,492
CBO									
Gerente	Ocupações em cargos de gerente	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Diretor	Ocupações em cargos de diretor	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Raça									
Branca	% de trabalhador na raça/cor branca	0,466	0,499	0,348	0,476	0,472	0,499	0,443	0,497
Não Branca	% de trabalhador na raça/cor não branca	0,509	0,500	0,329	0,470	0,390	0,488	0,339	0,473
Escolari.									
Fund.	% Fund. completo	0,384	1,899	0,749	4,191	0,828	4,062	0,518	3,228
Médio	% Médio completo	0,624	3,567	1,059	3,666	1,483	5,644	0,915	4,571
Superior	% Sup completo	0,185	2,963	0,133	1,514	0,269	2,498	0,150	1,824
<i>Total de firma</i>		-	1.270	-	4.912	-	48.506	-	25.469

Fonte: elaboração própria.

Após a intervenção urbana (2015-2016), nota-se uma mudança importante na estrutura das firmas próximas ao shopping. Nas faixas de até dois quilômetros, há maior presença de empresas nos setores de comércio e serviços, com crescimento do porte médio das firmas, especialmente a menos de 500 metros. Esse padrão sugere um possível efeito de aglomeração e reestruturação econômica induzido pelo empreendimento.

Observa-se também um rejuvenescimento do perfil dos trabalhadores nas zonas mais próximas, com destaque para a faixa inferior a 500 metros, onde a idade média caiu significativamente em relação ao período anterior.

Tabela 2: Estatística descritiva – 2015 e 2016

Variáveis		Grupo de Tratamento						Grupo de Controle	
		<500m		500m-1km		1-2km		8-9km	
		Média	SD	Média	SD	Média	SD	Média	SD
<i>Características das firmas</i>									
Inemprego	Total de trabalhadores (em log)	5,674	2,005	5,851	1,696	5,633	1,882	7,054	2,854
Insalario	Salário médio pago (em log)	7,390	0,642	7,910	1,090	7,341	0,668	7,254	7,390
Setores									
Agropecuária	% de firmas no setor de agropecuária	0,000	0,000	0,000	0,000	0,001	0,023	0,004	0,062
Indústria	% de firmas no setor industrial	0,070	0,255	0,029	0,169	0,094	0,292	0,047	0,212
Construção	% de firmas no setor de construção civil	0,179	0,383	0,076	0,266	0,139	0,346	0,082	0,274
Serviços	% de firmas no setor de serviços	0,312	0,463	0,435	0,496	0,552	0,497	0,477	0,499
Comercio	% de firmas no setor de comércio	0,438	0,496	0,269	0,443	0,176	0,381	0,183	0,387
Porte									
Micro	% de porte micro	0,434	0,496	0,293	0,455	0,392	0,488	0,371	0,483
Pequeno	% de pequeno porte	0,267	0,443	0,366	0,482	0,250	0,433	0,217	0,412
Médio	% de médio porte	0,154	0,361	0,246	0,431	0,243	0,429	0,142	0,349
Grande	% de grande porte	0,144	0,351	0,094	0,292	0,115	0,318	0,270	0,444
<i>Características dos trabalhadores</i>									
Idade	Idade dos trabalhadores	31,3	9,38	36,6	11,3	36,3	11,1	37,5	11,7
Homem	Sexo	0,499	0,500	0,583	0,493	0,670	0,470	0,565	0,496
CBO									
Gerente	Ocupações em cargos de gerente	0,052	0,223	0,039	0,192	0,032	0,176	0,025	0,157
Diretor	Ocupações em cargos de diretor	0,000	0,029	0,004	0,061	0,002	0,049	0,002	0,042
Raça									
Branca	% de trabalhador na raça/cor branca	0,247	0,431	0,276	0,447	0,243	0,429	0,241	0,427
Não branco	% de trabalhador na raça/cor não branca	0,643	0,479	0,401	0,490	0,576	0,494	0,457	0,498
Escolari.									
Fund.	% Fund. completo	0,087	1,026	0,219	2,072	0,329	2,451	0,242	2,385
Médio	% Médio completo	1,457	4,597	0,920	4,288	1,575	5,899	1,159	5,147
Superior	% Sup completo	0,330	3,082	0,422	2,647	0,317	2,758	0,248	2,183
<i>Total de observações firma</i>		-	29,116	-	16,623	-	114,767	-	137,490

Fonte: elaboração própria.

Outro ponto relevante é a mudança no perfil ocupacional e educacional dos trabalhadores. Houve aumento da presença de ocupações gerenciais nas áreas tratadas, bem como crescimento da proporção de trabalhadores com ensino superior completo. Esse dado pode estar relacionado à atração de atividades de maior valor agregado, possivelmente associadas ao entorno do shopping. A proporção de trabalhadores não brancos também aumentou nas zonas tratadas, indicando mudanças demográficas consistentes com os padrões de mobilidade e reconfiguração urbana.

4. Resultados e Discussão

4.1 Shopping RioMar e a atividade no seu entorno

Esta subseção explora os resultados da estimação do modelo de Diferenças em Diferenças sem o pareamento via PSM. A Tabela 3 apresenta as estimativas obtidas para medir o impacto da inauguração do shopping Riomar sobre emprego e salários das firmas localizadas até 2 km. Para as firmas situadas até 500 metros, observa-se um efeito positivo e estatisticamente significativo sobre o emprego e os salários, sugerindo um crescimento aproximado de 9,1% no número de empregados e 49,7% na remuneração média real, após o controle por características observáveis. No modelo sem controles, o efeito bruto era de 36,5% no emprego e 57,6% nos salários, reforçando a ideia de que o shopping atuou como um vetor de dinamização econômica local, gerando incentivos para expansão de negócios e contratação de mão de obra no entorno imediato. O aumento salarial pode estar associado à valorização do capital humano nas atividades comerciais e de serviços que tendem a se instalar próximas a grandes centros de consumo, como destacado por Puga (2010).

No intervalo de 500 metros a 1 km, os resultados mostram um padrão mais heterogêneo. O emprego apresenta um crescimento inicial de 37,9%, porém, após controle por variáveis de firmas, trabalhadores e setor, esse impacto se reduz para 6,6%, ainda estatisticamente significativo, mas indicando que parte do crescimento pode estar relacionada a características estruturais das firmas que se instalaram ou permaneceram nessa faixa de distância. Já o efeito sobre salários, mesmo após todos os controles, se mantém elevado, com um crescimento de 42,9%, o que corrobora a ideia de decréscimo espacial dos impactos urbanos, conforme argumentado por Rosenthal e Strange (2004), uma vez que os ganhos se concentram no entorno imediato do empreendimento e diminuem conforme aumenta a distância. A literatura nacional, como Almeida et al. (2020), sugere que transformações urbanas dessa natureza têm efeitos concentrados espacialmente e tendem a beneficiar mais fortemente os segmentos empresariais localizados em zonas de contato direto com os novos polos de consumo e circulação de pessoas.

Tabela 3: Estimações dos impactos via modelo Diff-in-Diff

	Emprego (log.)			Salário (log.)		
Até 500m	0,365** (0,015)	0,576*** (0,016)	0,091*** (0,006)	0,566*** (0,007)	0,524*** (0,008)	0,497*** (0,008)
R2 (ajust)	0,0374	0,2694	0,8877	0,1211	0,2127	0,2315
Teste F	1.321,97***	2.052,78***	27.875,98***	6.994,32	1.084,19	725,73
Obs, tratados	29.116	29.116	29.116	29.116	29.116	29.116
Total obs.	67.367	67.367	63.546	50.773	48.122	48.122
500m-1km	0,379*** (0,018)	0,246** (0,019)	0,066*** (0,008)	0,525*** (0,010)	0,466*** (0,010)	0,429*** (0,011)
R2 (ajust)	0,0074	0,2855	0,8546	0,1837	0,1817	0,2200
Teste F	421,54	1.651,62	15.687,62	10.004,20	721,30	550,08
Obs, tratados	16.623	16.623	16.623	16.623	16.623	16.623
Total obs.	56.184	49.565	49.565	44.448	38.926	38.926
1km-2 km	0,491*** (0,009)	0,396*** (0,010)	0,026*** (0,004)	0,424*** (0,005)	0,435*** (0,005)	0,413*** (0,005)
R2 (ajust)	0,0186	0,2503	0,8651	0,1369	0,2241	0,3423
Teste F	2.747,28	3.664,82	42.213,64	17.281,41	2.365,76	2.556,74
Obs, tratados	114.767	114.767	114.767	114.767	114.767	114.767
Total obs.	245.248	231.666	231.666	208.944	208.944	208.944
<i>Controles</i>	<i>Não</i>	<i>Sim</i>	<i>Sim</i>	<i>Não</i>	<i>Sim</i>	<i>Sim</i>
<i>Trabalhadores</i>	<i>Não</i>	<i>Sim</i>	<i>Sim</i>	<i>Não</i>	<i>Sim</i>	<i>Sim</i>
<i>Cargos</i>	<i>Não</i>	<i>Sim</i>	<i>Sim</i>	<i>Não</i>	<i>Sim</i>	<i>Sim</i>
<i>Firmas</i>	<i>Não</i>	<i>Não</i>	<i>Sim</i>	<i>Não</i>	<i>Não</i>	<i>Sim</i>
<i>Setor</i>	<i>Não</i>	<i>Não</i>	<i>Sim</i>	<i>Não</i>	<i>Não</i>	<i>Sim</i>

Notas: Erros padrão entre parênteses. Nível de significância: (*) equivalente a 1%, (**) equivalente a 5% e (***) equivalente a 10%.

Já no raio entre 1 km e 2 km, os efeitos continuam estatisticamente significativos. O emprego apresenta um crescimento mais modesto, de 2,6% após controle total, mas ainda assim relevante. O efeito sobre os salários permanece robusto, com um aumento de 41,3%, sugerindo que, embora os efeitos de dinamização econômica se atenuem com a distância, ainda são detectáveis em regiões mais amplas ao redor do empreendimento. O bairro do Pina é uma das regiões que liga zona norte a zona sul de Recife, nesse raio de distância, boa parte dos empreendimentos em boa viagem estão inseridos⁹. Esses achados confirmam que o shopping Riomar gerou efeitos significativos e positivos no mercado de trabalho formal do seu entorno, especialmente no raio mais próximo, reforçando seu papel como motor de transformação econômica local.

Apesar dos resultados significativos obtidos com o modelo de Diferenças em Diferenças tradicional, a ausência de pareamento pode introduzir viés de seleção, uma vez que firmas tratadas e de controle podem diferir estruturalmente em variáveis não observadas. O uso do *Propensity Score Matching* (PSM) contribui para aumentar a comparabilidade entre os grupos, controlando por características observáveis que poderiam enviesar os resultados. Assim, o pareamento é fundamental para reforçar a validade causal das estimativas. Desse modo, a subseção seguinte explora essas questões com a aplicação conjunta de PSM e DiD, aprofundando a análise dos efeitos do empreendimento com base em métodos econométricos mais robustos.

4.2 Estimações das regressões utilizando o pareamento (PSM)

Os resultados da Tabela 4 mostram que, após a inauguração do shopping Riomar em 2012, houve impactos positivos significativos sobre o emprego e os salários nas firmas localizadas até 500 metros do empreendimento. A interação do tratamento com o tempo (Diff-in-Diff tradicional, com pareamento por PSM) revela que há um crescimento aproximado de 15,2% no emprego e 52,0% nos salários reais nas firmas tratadas próximas ao shopping. Esses achados sugerem que a presença do shopping gerou externalidades econômicas positivas locais, fortalecendo a atividade empresarial no entorno imediato. Esse efeito é coerente com os argumentos de Glaeser et al. (2010) e Moretti (2010) sobre como grandes empreendimentos urbanos atuam como centros de dinamismo econômico, gerando empregos e valorizando o capital humano nas áreas ao redor.

Nas firmas localizadas entre 500 metros e 1 km, os efeitos também são positivos. O emprego cresceu 10,3% e os salários aumentaram 51,9%, ambos estatisticamente significativos. Entretanto, ao introduzir os controles por características observáveis das firmas, cargos e trabalhadores, o coeficiente de emprego apresenta uma redução significativa em magnitude, um indicativo de que parte do efeito pode estar relacionada a mudanças estruturais nas características das firmas. Ainda assim, os efeitos sobre salários permanecem robustos, sugerindo que a valorização da mão de obra nas proximidades do shopping reflete mudanças duradouras nos padrões de remuneração. Deve-se considerar também a possibilidade de que parte desse impacto decorra da reconfiguração espacial das firmas, que podem ter se deslocado ou expandido para áreas mais próximas ao empreendimento, aproveitando os novos fluxos de consumidores. A literatura brasileira sobre desenvolvimento urbano reforça esse ponto, como em Almeida et al. (2020), que mostram que intervenções urbanas de grande porte frequentemente geram efeitos de atração de capital e reestruturação espacial de empresas, particularmente nos setores de comércio e serviços.

Tabela 4: Estimações PSM com diff-in-diff

	Emprego (log.)			Salário (log.)		
	Tratado	Controles	Diferença	Tratado	Controles	Diferença
Até 500m	0,237*** (0,016)	0,399*** (0,018)	0,152*** (0,007)	0,523*** (0,007)	0,526*** (0,008)	0,520*** (0,008)
Unmatched ATT	3,949 3,421	3,601 3,849	0,348 -0,429	7,363 7,329	6,822 6,464	0,541 0,865
R2 (ajust)	0,0041	0,2527	0,8876	0,1170	0,2155	0,2299
Teste F	219,48***	521,39***	27.256,65***	4.869,78***	628,42***	478,87***
Obs, tratados	29.116	29.116	29.116	29.116	29.116	29.116

⁹ A robustez dos modelos, com valores elevados de R² ajustado e testes F significativos, reforça a confiabilidade das estimativas, mesmo sem pareamento por PSM.

Total obs,	67.367	63.546	63.546	50.773	48.122	48.122
500m-1km	0,505*** (0,059)	0,246*** (0,036)	0,103*** (0,016)	0,479*** (0,030)	0,469*** (0,021)	0,519*** (0,012)
	Tratado	Controles	Diferença	Tratado	Controles	Diferença
Unmatched	4,012	3,601	0,412	7,637	6,822	0,815
ATT	3,764	3,148	0,615	7,393	7,367	0,025
R2 (ajust)	0,0178	0,3903	0,8675	0,1031	0,3330	0,4280
Teste F	73,49***	171,03***	19.317,02***	515,56***	315,69***	381,81***
Obs, tratados	16.623	16.623	16.623	16.623	16.623	16.623
Total obs,	56.184	49.565	49.565	44.448	38.926	38.926
1km-2km	0,674*** (0,019)	0,529*** (0,015)	0,070*** (0,005)	0,441*** (0,012)	0,450*** (0,012)	0,490*** (0,006)
	Tratado	Controles	Diferença	Tratado	Controles	Diferença
Unmatched	3,701	3,601	0,100	7,017	6,822	0,195
ATT	3,654	3,176	0,478	7,001	6,624	0,377
R2 (ajust)	0,0186	0,2503	0,8651	0,0827	0,2103	0,3411
Teste F	2.747,28***	3.664,82***	42.213,64***	1.678,18***	1.080,23***	1.468,31***
Obs, tratados	114.767	114.767	114.767	114.767	114.767	114.767
Total obs,	145.248	131.666	131.666	108.944	98.230	98.230
Controles	Não	Sim	Sim	Não	Sim	Sim
Trabalhadores	Não	Sim	Sim	Não	Sim	Sim
Cargos	Não	Sim	Sim	Não	Sim	Sim
Firmas	Não	Não	Sim	Não	Não	Sim
Setor	Não	Não	Sim	Não	Não	Sim

Notas: Erros padrão entre parênteses. Nível de significância: (*) equivalente a 1%, (**) equivalente a 5% e (***) equivalente a 10%.

No raio entre 1 km e 2 km, os efeitos continuam estatisticamente significativos, mas com um padrão distinto em relação ao emprego. Embora o salário continue crescendo fortemente, com aumento de 49,0%, o efeito sobre o emprego é mais modesto, cerca de 7,0%, indicando que os impactos diretos do shopping sobre a geração de empregos vão se dissipando à medida que aumenta a distância. Essa dinâmica espacial dos impactos está em linha com Rosenthal e Strange (2004), que argumentam que externalidades urbanas positivas são fortemente decrescentes com a distância, concentrando os maiores benefícios nos espaços mais próximos ao centro da intervenção urbana¹⁰.

Por fim, o uso do pareamento por *Propensity Score Matching* (PSM) combinado com Diferenças em Diferenças (DiD) fortalece a identificação causal do impacto do shopping Riomar. Ao parear as firmas com base em características observáveis (setor, porte, tipo de trabalhadores e cargos), e ao comparar grupos antes e depois da inauguração, a análise minimiza vieses de seleção e isola o efeito da intervenção urbana. Esse método segue boas práticas empíricas discutidas por Heckman et al. (1997) e é amplamente adotado na literatura sobre avaliação de políticas públicas e intervenções territoriais. Os resultados do estudo mostram evidências robustas de que o shopping Riomar gerou um impacto significativo e positivo sobre a dinâmica de empregos e salários no seu entorno imediato. Assim, para além desses resultados baseline, foram testadas com essa combinação de metodologias e o devido rigor nos controles, alguns resultados adicionais com foco em questões relevantes de natureza econômica e social na seção 5, com o objetivo de entender o comportamento do emprego quando há controle por múltiplas variáveis.

5. Heterogeneidades

A presente seção investiga como os efeitos da implantação do shopping RioMar Recife variam entre diferentes grupos populacionais e características das firmas, evidenciando as heterogeneidades observadas a partir da intervenção urbana. Especificamente, são analisados os impactos diferenciados por sexo e raça/cor, com destaque para os efeitos sobre trabalhadores homens e não brancos; os efeitos sobre o nível de escolaridade, considerando ensino superior por quartis; as ocupações de maior hierarquia, como cargos de direção e gerência; além das diferenças conforme o porte das firmas (micro, pequeno, médio e grande)

¹⁰ Além disso, a qualidade dos modelos ajustados (R² crescente e robustos testes F) reforça a solidez estatística dos resultados encontrados com controles progressivos.

e os distintos setores econômicos, como comércio, serviços, indústria e construção civil. Essas análises adicionais visam reforçar e destacar algumas características a mais do impacto do shopping caracterizando a natureza heterogeneia desse grande complexo nos entornos de sua instalação.

5.1. Efeito do tratamento diferenciado pelas características dos trabalhadores

A Tabela 5 evidencia que, para as firmas localizadas até 500 metros do shopping Riomar, houve impacto positivo sobre o emprego e os salários de homens e brancos, ainda que de forma desigual. O grupo masculino apresentou um crescimento de 11,96% no emprego e 52,5% nos salários, indicando forte valorização desse perfil com a instalação do shopping. Já os trabalhadores brancos tiveram um aumento de 5% no emprego e 19% nos salários, também beneficiados, mas em menor grau. Esses efeitos sugerem que os ganhos gerados pelo novo polo comercial não foram distribuídos de forma homogênea entre os grupos sociais. Esse padrão é coerente com os achados de Ramos e Ferreira (2005) e Barros et al. (2010), que apontam a persistência de desigualdades raciais e de gênero no mercado de trabalho brasileiro, mesmo em períodos de crescimento econômico ou transformação urbana.

Tabela 5: Efeitos da Proximidade ao Shopping Riomar sobre Emprego e Salário, por sexo e raça/Cor

Até 500m	Emprego (log.)		Salário (log.)	
	Coef.	%	Coef	%
1#homem	0,113*** (0,012)	11,96	0,422*** (0,013)	52,48
1#branco	0,049*** (0,012)	5,03	0,174*** (0,015)	18,99
Controles	Sim	Sim	Sim	Sim
Obs, tratados	29.116	29.116	29.116	29.116
Total obs,	67.367	63.546	63.546	50.773
De 500m a 1km				
1#homem	-0,148*** (0,023)	-13,79	-0,055** (0,023)	-5,39
1#branco	0,321*** (0,033)	37,90	0,152*** (0,030)	16,39
Controles	Sim	Sim	Sim	Sim
Obs, tratados	16.623	16.623	16.623	16.623
Total obs,	56.184	49.565	49.565	44.448
De 1km a 2km				
1#homem	-0,005 (0,010)	-0,481	0,028** (0,012)	2,86
1#branco	0,133*** (0,015)	14,17	0,008 (0,014)	0,82
Controles	Sim	Sim	Sim	Sim
Obs, tratados	114.767	114.767	114.767	114.767
Total obs,	245.248	231.666	231.666	208.944

Notas: Erros padrão entre parênteses. Nível de significância: (*) equivalente a 1%, (**) equivalente a 5% e (***) equivalente a 10%.
Fonte: Elaboração própria.

Nos raios entre 500m e 1km, os efeitos passam a ser mais contrastantes. O emprego e os salários dos homens caem significativamente, o que pode refletir deslocamento territorial ou reorganização interna das firmas. Em contrapartida, os trabalhadores brancos registram forte crescimento no emprego em 37,9% e aumento de 16,4% nos salários, sugerindo que a valorização racial se manteve mesmo fora da área mais próxima ao shopping. Já entre 1km e 2km, os efeitos são menos expressivos: homens não apresentam variações significativas no emprego e apenas um leve aumento salarial, enquanto brancos continuam com crescimento no emprego, mas sem ganhos salariais relevantes. Esses achados dialogam com Arbach e Corseuil (2004), que argumentam que mudanças estruturais no espaço urbano, como grandes investimentos em consumo e serviços, tendem a reforçar desigualdades preexistentes, beneficiando grupos historicamente mais inseridos em posições de vantagem no mercado de trabalho.

5.2. Efeito do tratamento sobre o nível de escolaridade: ensino superior

Os resultados da Tabela 6 revelam que o impacto do shopping Riomar sobre emprego e salários é mais pronunciado em firmas com maior proporção de trabalhadores com ensino superior, sobretudo em áreas muito próximas ao empreendimento (até 500 metros). No quartil mais alto do *share* de trabalhadores com ensino superior (Q4), o emprego aumentou 21,3% e os salários cresceram expressivamente, em 160,3%, indicando uma valorização clara da mão de obra qualificada. Já no quartil mais baixo (Q1), também há efeitos positivos: aumento de 11,6% no emprego e 40,9% nos salários, mas em menor magnitude. Esses resultados estão em linha com Almeida et al. (2020), que mostram que áreas urbanas que passam por revitalizações econômicas tendem a atrair e valorizar profissionais mais qualificados. Internacionalmente, Moretti (2004) demonstra que choques positivos de demanda por bens e serviços mais sofisticados elevam o retorno à qualificação, reforçando desigualdades salariais entre trabalhadores com e sem ensino superior.

Tabela 6: Efeitos da Proximidade ao Shopping Riomar sobre Emprego e Salário por Nível de Escolaridade dos Trabalhadores (Quartis do Share de trabalhadores com Ensino Superior)

	Emprego (log.)		Salário (log.)	
	Coef.	%	Coef.	%
Até 500m				
1#Q1 (0-25%)	0,109*** (0,007)	11,55	0,343*** (0,008)	40,87
1#Q4 (75-100%)	0,193*** (0,013)	21,25	0,957*** (0,019)	160,32
Controles	Sim	Sim	Sim	Sim
Obs, Tratados	29.116	29.116	29.116	29.116
Total obs,	67.367	63.546	63.546	50.773
De 500m a 1km				
1#Q1 (0-25%)	0,061*** (0,010)	6,26	-0,045*** (0,009)	-4,36
1#Q4 (75-100%)	-0,024** (0,027)	-2,43	0,672*** (0,026)	95,85
Controles	Sim	Sim	Sim	Sim
Obs, Tratados	16.623	16.623	16.623	16.623
Total obs,	56.184	49.565	49.565	44.448
De 1km a 2km				
1#Q1 (0-25%)	0,043*** (0,005)	4,34	-0,079*** (0,006)	-7,56
1#Q4 (75-100%)	0,108*** (0,010)	11,28	0,650*** (0,017)	91,50
Controles	Sim	Sim	Sim	Sim
Obs, Tratados	114.767	114.767	114.767	114.767
Total obs,	245.248	231.666	231.666	208.944

Notas: Erros padrão entre parênteses. Nível de significância: (*) equivalente a 1%, (**) equivalente a 5% e (***) equivalente a 10%.

Em distâncias maiores, o padrão se mantém, mas os efeitos são menos intensos. Entre 500m e 1km, firmas com mais trabalhadores qualificados (Q4) não registraram crescimento no emprego, mas apresentaram forte aumento salarial, sugerindo reestruturações internas e possível concentração de tarefas mais complexas. Por outro lado, firmas com menor qualificação (Q1) tiveram aumento modesto no emprego e leve queda salarial, indicando maior vulnerabilidade dessas firmas à concorrência ou à pressão de custos. Entre 1km e 2km, os resultados se atenuam ainda mais: Q4 mantém efeitos positivos, enquanto Q1 apresenta crescimento leve no emprego, mas com queda salarial. Esses achados reforçam a ideia de que shoppings atuam como polos de dinamismo econômico, elevando a demanda por capital humano nas redondezas, o que amplia retornos à escolaridade, conforme também argumentado por Glaeser e Resseger (2010) ao analisarem a relação entre urbanização, qualificação e desigualdade.

5.3. Cargo de altos níveis: diretor e gerente

A escolha de diretores e gerentes como representantes de cargos de alto nível é especialmente relevante em contextos de mudanças estruturais locais, como a implantação de shoppings centers, que alteram significativamente o ambiente competitivo e organizacional. Em situações como essa, firmas situadas próximas a novos polos de consumo tendem a passar por processos de adaptação gerencial e estratégica, exigindo maior qualificação e presença de lideranças capazes de tomar decisões complexas e

rápidas. Lazear e Oyer (2013) destacam que gerentes e diretores ocupam posições de comando que são cruciais em contextos de reestruturação, enquanto Bloom e Van Reenen (2007) mostram que a qualidade da gestão, diretamente associada a esses cargos, é determinante para que empresas consigam se beneficiar de novas oportunidades criadas por grandes empreendimentos, como shoppings. Dessa forma, a análise do impacto sobre esses profissionais permite captar mudanças qualitativas no perfil da força de trabalho e na organização interna das firmas.

Os resultados da Tabela 7 indicam que, até 500 metros do shopping Riomar, houve um impacto positivo sobre cargos de altos níveis hierárquicos, especialmente no que se refere aos salários. Para gerentes, houve um aumento de 26,5% no emprego e 46,2% nos salários, ambos estatisticamente significativos, sugerindo valorização desse cargo em áreas próximas ao shopping. Já para diretores, embora o efeito sobre o emprego não seja estatisticamente significativo, os salários aumentaram de forma expressiva (159,7%), o que pode indicar que, mesmo sem aumento no número de postos para diretores, a remuneração foi reajustada para atrair ou reter profissionais qualificados em um ambiente de negócios mais dinâmico. Esses efeitos estão de acordo com Glaeser et al. (2010), que destacam que novos polos comerciais podem aumentar a complexidade organizacional das firmas, exigindo mais qualificação gerencial e, conseqüentemente, salários mais altos. Além disso, conforme Porter (1998), a maior competição e sofisticação do mercado pode estimular a demanda por lideranças mais eficientes.

Tabela 7: Efeitos da Proximidade ao Shopping Riomar sobre Emprego e Salário em Cargos de Alta Hierarquia (Diretores e Gerentes)

	Emprego (log.)		Salário (log.)	
	Coef.	%	Coef.	%
Até 500m				
1#diretor	0,139 (0,179)	14,92	0,954** (0,385)	159,72
1#gerente	0,235*** (0,029)	26,48	0,380*** (0,046)	46,24
<i>Controles</i>	<i>Sim</i>	<i>Sim</i>	<i>Sim</i>	<i>Sim</i>
<i>Obs, tratados</i>	29.116	29.116	29.116	29.116
<i>Total obs,</i>	67.367	63.546	63.546	50.773
De 500m a 1km				
1#diretor	-0,193** (0,092)	-17,57	-0,264 (0,219)	-23,21
1#gerente	-0,362*** (0,087)	-30,35	0,146 (0,193)	15,71
<i>Controles</i>	<i>Sim</i>	<i>Sim</i>	<i>Sim</i>	<i>Sim</i>
<i>Obs, tratados</i>	16.623	16.623	16.623	16.623
<i>Total obs,</i>	56.184	49.565	49.565	44.448
De 1km a 2km				
1#diretor	-0,113 (0,091)	-10,68	0,262 (0,201)	29,97
1#gerente	-0,023 (0,045)	-2,26	,058 (0,122)	5,94
<i>Controles</i>	<i>Sim</i>	<i>Sim</i>	<i>Sim</i>	<i>Sim</i>
<i>Obs, tratados</i>	114.767	114.767	114.767	114.767
<i>Total obs,</i>	245.248	231.666	231.666	208.944

Notas: Erros padrão entre parênteses. Nível de significância: (*) equivalente a 1%, (**) equivalente a 5% e (***) equivalente a 10%.

Por outro lado, nos raios de 500m a 1km e 1km a 2km, os impactos se tornam negativos ou estatisticamente não significativos. Para gerentes, o emprego caiu 30,3% na faixa entre 500m e 1km, sem efeito salarial significativo, enquanto para diretores houve queda de 17,6% no emprego e também sem impacto robusto nos salários. A partir de 1km, os efeitos são ainda menores e não significativos, indicando que os benefícios para cargos de liderança são concentrados em uma área muito próxima ao shopping. Isso pode refletir uma reorganização espacial das atividades mais estratégicas e de comando para áreas imediatamente ao redor do novo centro econômico, como descrito por Rosenthal e Strange (2004), que mostram que a densidade econômica e o acesso a recursos intensivos em conhecimento tendem a se concentrar em núcleos geográficos específicos. Assim, o shopping Riomar parece ter elevado a demanda por capital humano qualificado em seu entorno mais próximo, sem efeitos prolongados a distâncias maiores.

5.4. Tamanho das firmas

A Tabela 8 apresenta os resultados sobre os efeitos do shopping considerando o porte das firmas tratadas instaladas dentro das três faixas de distâncias analisadas. Os resultados em grande medida evidenciam efeitos heterogêneos da implantação do complexo do RioMar, considerando grandes empreendimentos comerciais sobre firmas locais, conforme o porte. O impacto negativo sobre firmas pequenas, com redução de empregos e salários, é consistente com estudos como o de Basker (2005), que mostram o deslocamento de pequenos negócios diante da concorrência de grandes centros varejistas. O fator competitividade pode estar associado. Por outro lado, os ganhos expressivos observados em microempresas e firmas médias/grandes refletem possíveis efeitos de aglomeração e aumento de demanda local, conforme discutido por Glaeser et al. (2010) e Porter (1998), indicando que empresas com maior capacidade de adaptação ou escala conseguem se beneficiar da nova dinâmica econômica gerada pela presença do shopping. Assim, o shopping Riomar parece ter funcionado como um catalisador de reestruturação econômica local, favorecendo negócios mais dinâmicos e penalizando os menos competitivos.

Tabela 8: Efeitos do Shopping Riomar sobre Emprego e Salário por Porte de Firma

	Emprego (log.)		Salário (log.)	
	Coef.	%	Coef.	%
Até 500m				
l#pequeno	-0,316*** (0,021)	-27,10	-0,230*** (0,033)	-20,52
l#micro	0,596*** (0,020)	81,43	0,591*** (0,028)	80,55
l#mediagrande	0,383*** (0,019)	46,72	0,772*** (0,031)	116,42
<i>Controles</i>	<i>Sim</i>	<i>Sim</i>	<i>Sim</i>	<i>Sim</i>
<i>Obs, tratados</i>	29.116	29.116	29.116	29.116
<i>Total obs,</i>	67.367	63.546	50.773	48.122
De 500m a 1km				
l#pequeno	-0,509*** (0,120)	-39,90	-0,417** (0,204)	-34,11
l#micro	0,363*** (0,121)	43,71	0,585*** (0,201)	79,50
l# mediagrande	0,615*** (0,116)	85,05	0,468** (0,202)	59,71
<i>Controles</i>	<i>Sim</i>	<i>Sim</i>	<i>Sim</i>	<i>Sim</i>
<i>Obs, tratados</i>	16.623	16.623	16.623	16.623
<i>Total obs,</i>	56.184	49.565	49.565	44.448
De 1km a 2km				
l#pequeno	-0,231*** (0,014)	-20,58	-0,131*** (0,030)	-12,28
l#micro	0,239*** (0,012)	26,98	0,500*** (0,024)	64,83
l# mediagrande	0,232*** (0,011)	26,15	0,080 (0,027)	8,38
<i>Controles</i>	<i>Sim</i>	<i>Sim</i>	<i>Sim</i>	<i>Sim</i>
<i>Obs, tratados</i>	114.767	114.767	114.767	114.767
<i>Total obs,</i>	245.248	231.666	231.666	208.944

Notas: Erros padrão entre parênteses. Nível de significância: (*) equivalente a 1%, (**) equivalente a 5% e (***) equivalente a 10%.

Fonte: Elaboração própria.

À medida que aumentamos a distância do shopping Riomar, os efeitos sobre emprego e salários nas firmas tratadas continuam heterogêneos por porte, mas com intensidade decrescente, isso evidencia que as externalidades positivas da aglomeração no mercado de trabalho podem desaparecer com a distância geográfica, especialmente no Brasil (Almeida, Silva e Silveira Neto, 2024). Entre 500m e 1km, firmas pequenas sofrem quedas ainda mais acentuadas: -39,9% no emprego e -34,1% no salário, indicando forte pressão competitiva. Esse resultado está alinhado com Basker (2005), que mostra como grandes empreendimentos podem deslocar pequenos negócios locais menos competitivos. Por outro lado, microempresas continuam a se beneficiar, com crescimento de 43,7% no emprego e 79,5% nos salários, o que pode refletir ganhos oriundos de externalidades locais e aumento de demanda, conforme argumentam Glaeser et al. (2010) e Almeida, Silva e Silveira Neto (2024) sobre os efeitos de aglomeração urbana. Firmas

médias e grandes também têm ganhos significativos (85% em emprego e 59,7% em salários), sugerindo que empresas com maior escala são capazes de capturar melhor as oportunidades comerciais e logísticas criadas pela presença do shopping, como discutido por Porter (1998) no contexto de clusters competitivos.

Na faixa entre 1km e 2km, os efeitos positivos e negativos se tornam mais moderados. Pequenas empresas ainda perdem (-20,6% no emprego e -12,3% no salário), mas em menor magnitude, sugerindo que a concorrência direta é mais forte nas proximidades imediatas do empreendimento. Já microempresas seguem em expansão, reafirmando sua capacidade de adaptação rápida ao novo ambiente econômico, como também apontado por Glaeser et al. (2010). Firms médias/grandes mantêm ganhos modestos em emprego, embora com impacto salarial estatisticamente não significativo, o que pode indicar que os benefícios se dissipam com a distância.

Assim, os resultados sugerem que os efeitos do shopping sobre o mercado de trabalho local são espacialmente concentrados e variam conforme a capacidade das firmas de se adaptar à nova dinâmica econômica.

5.6 Setores econômicos

Os resultados apontados na Tabela 9 indicam que o impacto do shopping RioMar na criação de empregos e nos salários é setorialmente desigual, o que dialoga com a literatura internacional sobre externalidades espaciais de grandes empreendimentos urbanos. A valorização do setor industrial nas proximidades imediatas do shopping está alinhada com estudos como o de Rosenthal e Strange (2003), que mostram que aglomerações urbanas podem gerar ganhos de produtividade e salários mais altos em setores industriais, via *spillovers* de conhecimento e infraestrutura. No raio de até 500 metros, a indústria apresentou crescimento expressivo no emprego e um aumento ainda mais acentuado nos salários, sugerindo que firmas industriais mais produtivas permaneceram ou se instalaram na área, beneficiando-se da nova infraestrutura urbana e do aumento do fluxo econômico local.

Por outro lado, os setores de comércio, serviços e construção apresentam efeitos mais variados. O comércio registrou aumento modesto no emprego (15,0% quando ajustado), e elevação salarial de 32,5%, enquanto o setor de serviços teve um crescimento muito baixo no emprego (8,3%) e virtual estagnação salarial (3,5%, sem significância estatística). A construção, por sua vez, apresentou crescimento de 33,7% no emprego e 52,8% nos salários. Esses resultados mistos podem refletir efeitos de competição local e substituição espacial, como discutido por Glaeser et al. (2001), que sugerem que o crescimento de grandes centros comerciais pode deslocar firmas menores, especialmente em setores mais vulneráveis à concorrência direta.

Na faixa de 500 metros a 1 km, observa-se uma expansão expressiva do emprego nos setores de comércio (109,9%), serviços (70,1%) e construção (77,8%). No entanto, essas expansões vêm acompanhadas de quedas salariais relevantes: no comércio, a redução foi de -27,1%, e na construção, de -21,5%. Esse padrão sugere que a instalação do shopping estimulou a entrada de novas firmas com alta demanda por mão de obra, porém com menor qualificação ou remuneração média. Em áreas como Brasília Teimosa, que englobam regiões com alta densidade populacional e menor renda, isso pode ter gerado reconfigurações urbanas significativas, ligadas à informalidade ou a setores de baixa produtividade. A exceção nesse raio é a indústria, que sofreu uma forte redução de emprego (66,5%), mesmo com um expressivo aumento salarial (72,7%), possivelmente indicando fechamento de plantas menos produtivas e valorização de nichos industriais qualificados.

Tabela 9: Efeitos do Shopping RioMar sobre Emprego e Salário, por Setor de Atividade

Até 500m	Emprego (log.)		Salário (log.)	
	Coef.	%	Coef.	%
l#industria	0,628*** (0,060)	87,29	1,400*** (0,061)	305,43
l#construção	0,411*** (0,043)	33,67	0,751*** (0,039)	52,80
l#comercio	0,163*** (0,026)	15,05	0,392*** (0,028)	32,46
l#servicos	0,087*** (0,025)	8,29	0,035 (0,031)	3,46

<i>Controles</i>	<i>Sim</i>	<i>Sim</i>	<i>Sim</i>	<i>Sim</i>
<i>Obs, tratados</i>	29.116	29.116	29.116	29.116
<i>Total obs,</i>	67.367	63.546	63.546	50.773
De 500m a 1km				
l#industria	-1,093*** (0,128)	-66,49	0,547** (0,222)	72,73
l#construção	0,576*** (0,090)	77,84	-0,242* (0,143)	-21,50
l#comercio	0,742*** (0,075)	109,93	-0,316** (0,136)	-27,08
l#servicos	0,531*** (0,050)	70,14	0,051 (0,086)	4,98
<i>Controles</i>	<i>Sim</i>	<i>Sim</i>	<i>Sim</i>	<i>Sim</i>
<i>Obs, tratados</i>	16.623	16.623	16.623	16.623
<i>Total obs,</i>	56.184	49.565	49.565	44.448
De 1km a 2km				
l#industria	0,177*** (0,019)	19,30	0,130*** (0,021)	13,91
l#construção	0,169*** (0,016)	18,39	-0,112*** (0,014)	-10,61
l#comercio	0,285*** (0,014)	24,76	0,016*** (0,015)	1,65
l#servicos	0,222*** (0,012)	34,32	0,065*** (0,013)	6,72
<i>Controles</i>	<i>Sim</i>	<i>Sim</i>	<i>Sim</i>	<i>Sim</i>
<i>Obs, tratados</i>	114.767	114.767	114.767	114.767
<i>Total obs,</i>	245.248	231.666	231.666	208.944

Notas: Erros padrão entre parênteses. Nível de significância: (*) equivalente a 1%, (**) equivalente a 5% e (***) equivalente a 10%.

Na faixa de 500 metros a 1 km, observa-se uma expansão expressiva do emprego nos setores de construção, comércio e serviços, apesar de quedas salariais relevantes nesses mesmos setores, especialmente no comércio e construção. Esse padrão sugere que a instalação do shopping pode ter estimulado a entrada de novas firmas com maior demanda por mão de obra, mas com menor qualificação ou remuneração média. Por englobar regiões com alta densidade populacional e menor renda como Brasília Teimosa, por exemplo, isso pode afetar diretamente a reconfiguração urbana nas proximidades de Boa Viagem. A exceção é a indústria, que registrou uma forte redução de emprego, mas com aumento significativo nos salários, o que pode indicar retração de plantas menos produtivas ou valorização de nichos industriais com maior qualificação.

Na faixa entre 1 km e 2 km, os impactos são mais dispersos e, em alguns casos, negativos. O setor industrial continua apresentando crescimento leve no emprego, quanto nos salários, sugerindo ganhos indiretos, possivelmente por melhorias na infraestrutura urbana ou logística do Pina. O setor da construção também teve aumento no emprego, mas com queda salarial significativa, o que pode indicar expansão baseada em mão de obra menos qualificada. Já os setores de comércio e serviços sofreram fortes reduções de emprego, ao mesmo tempo em que registraram pequenos aumentos salariais, sugerindo que firmas menos produtivas foram deslocadas, permanecendo apenas aquelas com maior eficiência. Com isso, a análise reforça que os efeitos do shopping no Pina não se distribuem de forma homogênea no espaço urbano nem entre os setores, o que está em linha com a literatura sobre externalidades de grandes empreendimentos (Glaeser et al., 2001; Rosenthal e Strange, 2003), que destaca a concentração dos benefícios em áreas imediatas e os possíveis efeitos negativos em zonas periféricas.

Esse padrão indica que os efeitos positivos do shopping se concentram nas áreas mais próximas, enquanto as zonas mais distantes podem ter experimentado substituição de atividade econômica ou perda de competitividade.

6. Conclusões

Este estudo teve como objetivo principal deste estudo é analisar o impacto da inauguração do Shopping RioMar na atração de novas empresas e na geração de emprego e renda tanto no bairro do Pina quanto nas regiões vizinhas. Para isso, foram examinadas as características das firmas que se instalaram após a inauguração, incluindo seu porte, setor de atividade, salários médios pagos, e composição do quadro

de trabalhadores segundo gênero e raça/cor. Além disso, o trabalho investiga possíveis externalidades associadas à infraestrutura urbana e à dinâmica econômica local. O estudo utiliza o método de Diferenças em Diferenças (DiD) para estimar o impacto da inauguração do Shopping RioMar sobre emprego e salários em três faixas de distância.

Os resultados obtidos indicam que a inauguração do Shopping RioMar Recife gerou efeitos significativos e espacialmente concentrados no mercado de trabalho formal. O impacto positivo foi mais expressivo em firmas localizadas até 500 metros do empreendimento, com aumento de até 9,1% no emprego formal e 49,7% nos salários médios, após controle por características observáveis. Esses efeitos se dissipam com a distância, mas permanecem estatisticamente relevantes até 2 km, corroborando a existência de externalidades espaciais decrescentes.

A análise também revelou uma distribuição desigual dos benefícios: os ganhos foram maiores entre trabalhadores homens e brancos, e concentrados em cargos gerenciais e de direção no entorno imediato do shopping, indicando valorização de qualificações e maior complexidade organizacional. Em termos de porte, micro e grandes empresas próximas foram as principais beneficiadas, enquanto pequenas firmas apresentaram perdas consistentes de emprego, o que evidencia assimetrias na capacidade de adaptação ao novo ambiente competitivo gerado pela intervenção urbana.

Setorialmente, os impactos variaram, com valorização industrial no entorno imediato e efeitos ambíguos ou negativos sobre os setores de comércio, serviços e construção em diferentes distâncias. Portanto, o papel do shopping se mostra como grande impulsionador de transformações econômicas e urbanas, mas também evidenciam a necessidade de políticas públicas que mitiguem desigualdades em empregos gerados e salários na realidade social onde o empreendimento foi instalado e promovam um desenvolvimento mais inclusivo. Para estudos futuros sugere-se a aplicação de modelos que estruturam o elemento espacial visando identificar os efeitos gerados sobre o mercado de trabalho em bairros adjacentes ao Pina.

Referências

- ABADIE, A.; DIAMOND, A.; HAINMUELLER, J. Synthetic Control Methods for Comparative Case Studies: Estimating the Effect of California Tobacco Control Program. *Journal of the American Statistical Association*, v. 105, n. 490, p. 493-505, 2010.
- ABADIE, A.; GARDEAZABAL, J. The Economic Costs of Conflict: A Case Study of the Basque Country. *American Economic Review*, v. 93, n. 1, p. 113-132, 2003.
- ALMEIDA, E. T.; SILVA, D. L. G.; SILVEIRA, R. M. Atenuação das economias de aglomeração no Brasil. *Estudos Econômicos (São Paulo)*, v. 54, n. 4, p. e53575445, 2024.
- ALMEIDA, R.; ARBACHE, J.; VASCONCELLOS, L. Educação, Qualificação e Mercado de Trabalho nas Cidades Brasileiras. *IPEA Texto para Discussão*, n. 2605, 2020.
- ALMEIDA, R. M.; SILVA, T. A.; SOUZA, M. C. Efeitos territoriais das intervenções urbanas: o caso dos shopping centers no Brasil. *Revista Brasileira de Economia Urbana*, v. 18, n. 1, p. 45-67, 2020.
- BANDEIRA, A. C.; KNEIB, E. C. Polos geradores de viagens e seus impactos na paisagem urbana: um estudo sobre o impacto de um Shopping Center em Goiânia - GO (Brasil). *Cuadernos de Geografía*, v. 26, n. 1, p. 121-135, 2017.
- BASKER, E. Job Creation or Destruction? Labor-Market Effects of Wal-Mart Expansion. *The Review of Economics and Statistics*, v. 87, n. 1, p. 174-183, 2005.
- BLOOM, N.; VAN REENEN, J. Measuring and Explaining Management Practices Across Firms and Countries. *Quarterly Journal of Economics*, v. 122, n. 4, p. 1351-1408, 2007.
- CARTER, C. Review articles: What we know about shopping centers. *Journal of Real Estate Literature*, v. 17, n. 2, p. 163-180, 2009.
- DAVIES, R. *Retail and Commercial Planning (RLE Retailing and Distribution)*. Routledge, 2012.
- EDUFUL, A. K. Economic impacts of shopping malls: The Accra (Ghana) case study. *Cities*, v. 119, 2021.
- FERREIRA, D.; PAIVA, D. The death and life of shopping malls: an empirical investigation on the dead malls in Greater Lisbon. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, v. 27, n. 4, p. 317-333, 2017.

- FOTHERINGHAM, A. S. Spatial Interaction Models. In: HARRIS, B. (Ed.). *Geographical Analysis and Retail Trade*. London: Wiley, 1988. p. 91-120.
- GHOSH, A.; MCLAFFERTY, S. L. *Location strategies for retail and service firms*. Lexington: Lexington Books, 1987.
- GILDSTUCKER, J. L.; LEWIS, P. M.; BROWN, L. A. Estimating Retail Trade Areas. *Journal of Marketing*, v. 42, n. 4, p. 66-70, 1978.
- GLAESER, E. L.; KOLKO, J.; SAIZ, A. Consumer City. *Journal of Economic Geography*, v. 1, n. 1, p. 27-50, 2010.
- GLAESER, E. L.; RESSEGER, M. G. The Complementarity Between Cities and Skills. *Journal of Regional Science*, v. 50, n. 1, p. 221-244, 2010.
- GREGÓRIO, J. F.; SILVA, R. D. O impacto dos shopping centers na valorização imobiliária: um estudo em São Paulo. *Revista de Geografia*, v. 25, n. 1, p. 58-75, 2006.
- HECKMAN, J.; ICHIMURA, H.; TODD, P. Matching As An Econometric Evaluation Estimator: Evidence from Evaluating a Job Training Program. *Review of Economic Studies*, v. 64, n. 4, p. 605-654, 1997.
- Lazear, E. P.; Oyer, P. Personnel Economics. In: Gibbons, R.; Roberts, J. (Eds.). *The Handbook of Organizational Economics*. Princeton University Press, 2013. p. 479-519.
- MARASCHIN, C. Shopping Centers e estrutura espacial urbana. *Anais do VIII Seminário Internacional da Lares Shopping Iguatemi, Porto Alegre*, 2008.
- MARASCHIN, C.; AVOZANI, W. A. Dinâmica do Perfil Populacional no Entorno de Shopping Centers. *Anais do VII CINCCI, Fortaleza*, 2020.
- MOACYR, J. A expansão dos shopping centers e o desenvolvimento urbano brasileiro. *Cadernos Metr pole*, v. 5, n. 7, p. 145-168, 1997.
- MONETTI, E. *Análise de riscos do investimento em shopping centers*. São Paulo, 1996.
- MORETTI, E. Local Multipliers. *American Economic Review*, v. 100, n. 2, p. 373-377, 2010.
- MORETTI, E. Workers' Education, Spillovers, and Productivity: Evidence from Plant-Level Production Functions. *American Economic Review*, v. 94, n. 3, p. 656-690, 2004.
- MUSIL, T. A. Evaluating development and community benefits of shopping malls: A case study using input/output analysis. *Journal of Financial Management of Property and Construction*, v. 16, n. 2, p. 126-142, 2011.
- OLIVEIRA, L. M.; DOMINGUES, E. M. Impactos socioeconômicos de shopping centers no Brasil: um estudo de caso. *Cadernos Metr pole*, v. 18, n. 37, p. 111-136, 2016.
- PETROLA, R.; MONETTI, M. A. A importância da localiza o para o desempenho de shopping centers. *Revista de Administra o Contemporânea*, v. 8, n. 2, p. 121-135, 2004.
- PORTUGAL, L. C.; GOLDNER, L. A. Impactos ambientais e urbanos da instala o de shopping centers: uma análise para o Brasil. *Revista Ambiente & Sociedade*, v. 6, n. 1, p. 101-119, 2003.
- PORTER, M. E. Clusters and the New Economics of Competition. *Harvard Business Review*, v. 76, n. 6, p. 77-90, 1998.
- ROBERTSON, J.; FENNELL, J. The economic effects of regional shopping centers. *Journal of Retail and Leisure Property*, v. 6, p. 149-170, 2007.
- ROCHA LIMA Jr., R. Planejamento e gestão de shopping centers. *Revista Brasileira de Administra o Pública*, v. 30, n. 2, p. 211-227, 1996.
- ROGERS, D. S. Modern methods of sales forecasting. In: *STORE LOCATION AND STORE ASSESSMENT RESEARCH*. Wiley, Chichester, UK, 1984. p. 319-331.
- ROSENTHAL, S. S.; STRANGE, W. C. Evidence on the Nature and Sources of Agglomeration. In: *Handbook of Regional and Urban Economics*, v. 4, p. 2119-2171, 2004.
- ROSENTHAL, S. S.; STRANGE, W. C. The Determinants of Agglomeration. *Journal of Urban Economics*, v. 56, n. 1, p. 389-411, 2004.
- ROSIERS, F. D., LAGANA, A., TH ERIAULT, M., & BEAUDOIN, M. (1996). Shopping centres and house values: An empirical investigation. *Journal of Property Valuation and Investment*, 14(4), 41-62.
- SARAPKA, E. M.; MUNARETTO, S.; MOTA, C. Análise dos impactos territoriais, sociais e ambientais de shopping centers. *Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais*, v. 10, n. 2, p. 139-159, 2008.

SIMONE, L. D.; PAZOA, M. Urban Shopping Malls and Sustainability Approaches in Chilean Cities: Relations between Environmental Impacts of Buildings and Greenwashing Branding Discourses. *Sustainability*, v. 13, n. 13, 2021.

STEINNES, D. S. Suburbanization and the "Malling of America": A Time-Series Approach. *Urban Affairs Quarterly*, v. 17, n. 4, p. 401-418, 1982.

USHCHEV, P.; SLOEV, A.; THISSE, J.-F. Urban retail externalities and shopping centers: A spatial equilibrium analysis. *Journal of Urban Economics*, v. 86, p. 1-15, 2015.

VESPUCCI, K. M. Impacto dos shopping centers sobre os padrões individuais de atividades e viagens. 2014. 289 f. Tese (Doutorado em Engenharia) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014.

WADE, B. Superstore appeals: alternative impact assessment methods. Reading: Unit for Retail Planning Information, U25, 1983.

YAN, X. Impact of Online Shopping on shopping malls. *Applied Economics Theses*, n. 29, 2018.

ZHANG, S., van DUIJN, M., & van der VLIST, A. J. (2020). The external effects of inner-city shopping centers: Evidence from the Netherlands. *Journal of Regional Science*, 60(4), 583-611.

ZHU, Hongjia et al. Fear of nuclear power? Evidence from Fukushima nuclear accident and land markets in China. *Regional Science and Urban Economics*, v. 60, p. 139-154, 2016.