



MAPEAMENTO

Fluxo de visitas em Shopping Center e lojas físicas do Brasil

Fevereiro/ 2021

Realização:



Parceria:



IPV o que é?

O IPV - Índice de Performance do Varejo, tem como objetivo apresentar dados certificados, com números oficiais para o desenvolvimento de políticas setoriais da indústria do Varejo do Brasil.

O Índice é elaborado a partir do monitoramento de fluxo e vendas de consumidores nos Shopping Centers e Lojas Físicas (lojas de rua e lojas de shopping) de todo o país indicando as variações relativas em períodos mensais, anuais e datas especiais, exibindo os resultados por região e segmento.

Análises:

Comparativo mês atual vs mês anterior;

Comparativo mês atual vs mesmo mês do ano anterior;

Comparativo anual de períodos especiais para o Varejo (Dia das Mães, Namorados, etc)

Comparativo anual do valor acumulado.

Metodologia

- **Amostra IPV:** Aproximadamente 2.000 pontos monitorados
- **Amostra dados de vendas:** Aproximadamente 5.000 lojas físicas
- **Abrangência:** Nacional
- **Segmentos analisados:** Ótica, Moda, Beleza, Calçados, Eletrônicos, Drogeria, Home Center e Departamentos.
- **Dados:** Aplicação de algumas premissas para análise dos dados, como estabelecer o período de análise e quantidade de estabelecimentos por região e por segmento.
 - **Ponderação dos dados:** foi realizada com base nos indicadores de atividade econômica, priorizando maximizar essa correlação.

Panorama do setor

601 SHOPPINGS NO TERRITÓRIO NACIONAL

 **R\$ 128,8 BILHÕES DE FATURAMENTO** (QUEDA DE 32,2%)
R\$ 192,8 BILHÕES DE FATURAMENTO (EM 2019)

 **110.938 LOJAS**

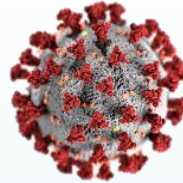
 **13 SHOPPINGS A INAUGURAR** (EM 2021)

 **998 MILHÕES DE EMPREGOS GERADOS**

 **341 MILHÕES VISITANTES/ MÊS**

O varejo de shopping no Brasil

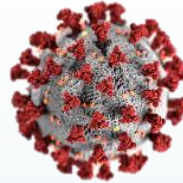
SITUAÇÃO ATUAL DO SETOR



“O faturamento dos shoppings chegou a 128,8 bilhões de reais em 2020, queda de 33,2% em relação ao ano anterior e um número próximo das vendas obtidas em 2009, de acordo com levantamento feito pela Abrasce (Associação Brasileira de Shopping Centers). Já o número de visitas chegou a 341 milhões no ano, um valor próximo ao visto em 2010. Desde 2017, o setor crescia acima do PIB e a perspectiva era de alta de 7% em 2020. Agora, para 2021, a expectativa é de alta de 9,5% nas vendas em cima de 2020. “Devemos recuperar a queda nos próximos dois a três anos se o setor crescer de 10 a 12%, como é possível”, afirma Glauco Humai, presidente da Abrasce.”

O varejo de shopping no Brasil

SITUAÇÃO ATUAL DO SETOR



“Para tentar compensar a queda nas vendas e no número de visitantes, muitos empreendimentos criaram aplicativos e plataformas de marketplace para incluir os lojistas no mundo das vendas online. No final do ano, 41% dos shoppings tinham um aplicativo próprio, ante 36% há um ano. Além disso, 29% deles têm uma plataforma de marketplace – esse número era de 11% em 2019. 59% dizem planejar criar um marketplace nos próximos dois anos.

Entregas pelo drive thru no estacionamento e parcerias com plataformas de delivery também foram estratégias usadas pelos lojistas. A Abrasce afirma não saber qual a participação das vendas online para os lojistas, mas que, mais importante que esse número é a experiência de omnicanalidade, afirma o presidente da entidade.”

Números do setor

DEZEMBRO/2019

Número Total de Shoppings	577
A Inaugurar em 2020	19
Área Bruta Locável (em milhões de m ²)	16
Vagas para Carros	979.397
Total de Lojas	105.592
Salas de Cinema	2.900
Empregos Gerados	1.102.171

DEZEMBRO/2020

Número Total de Shoppings	601
A Inaugurar em 2020	13
Área Bruta Locável (em milhões de m ²)	16
Vagas para Carros	1.002.947
Total de Lojas	110.938
Salas de Cinema	2.982
Empregos Gerados	998.000

Números regionais

REGIÃO	Nº DE SHOPPINGS	% DO TOTAL	ABL (m ²)
Norte	27	4%	854.447
Nordeste	100	17%	3.010.898
Centro-Oeste	63	11%	1.469.565
Sudeste	313	52%	9.118.566
Sul	98	17%	2.527.968



Total	601	100%	16.981.444
--------------	------------	-------------	-------------------

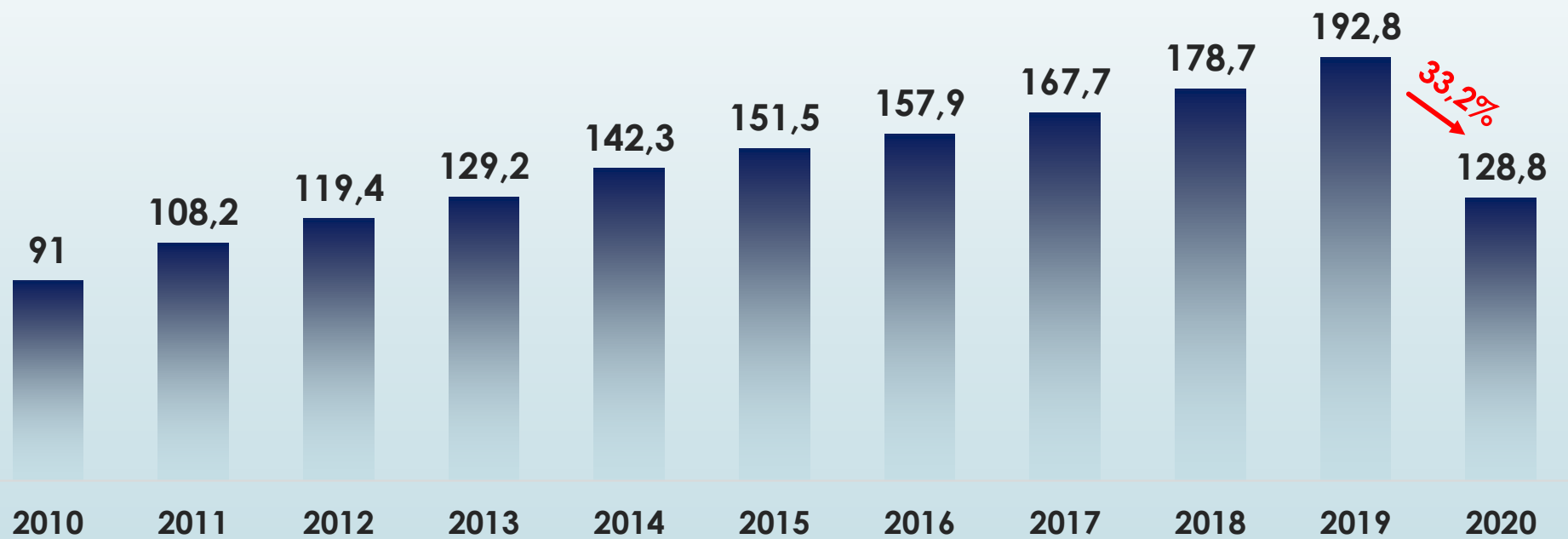
Números estaduais

ESTADOS	Nº DE SHOPPINGS	Nº DE SHOPPINGS ESTIMADO P/ O FINAL DE 2021	ABL TOTAL EM OPERAÇÃO (m ²)
SP	188	190	5.688.840
RJ	67	68	1.919.506
MG	46	46	1.192.227
RS	37	37	947.397
PR	36	40	942.481
GO	31	32	659.365
SC	25	25	638.090
BA	22	22	648.688
PE	20	22	670.508
DF	19	20	426.446
CE	19	19	538.099
ES	12	12	317.993
AM	10	10	322.291
PA	9	9	322.520

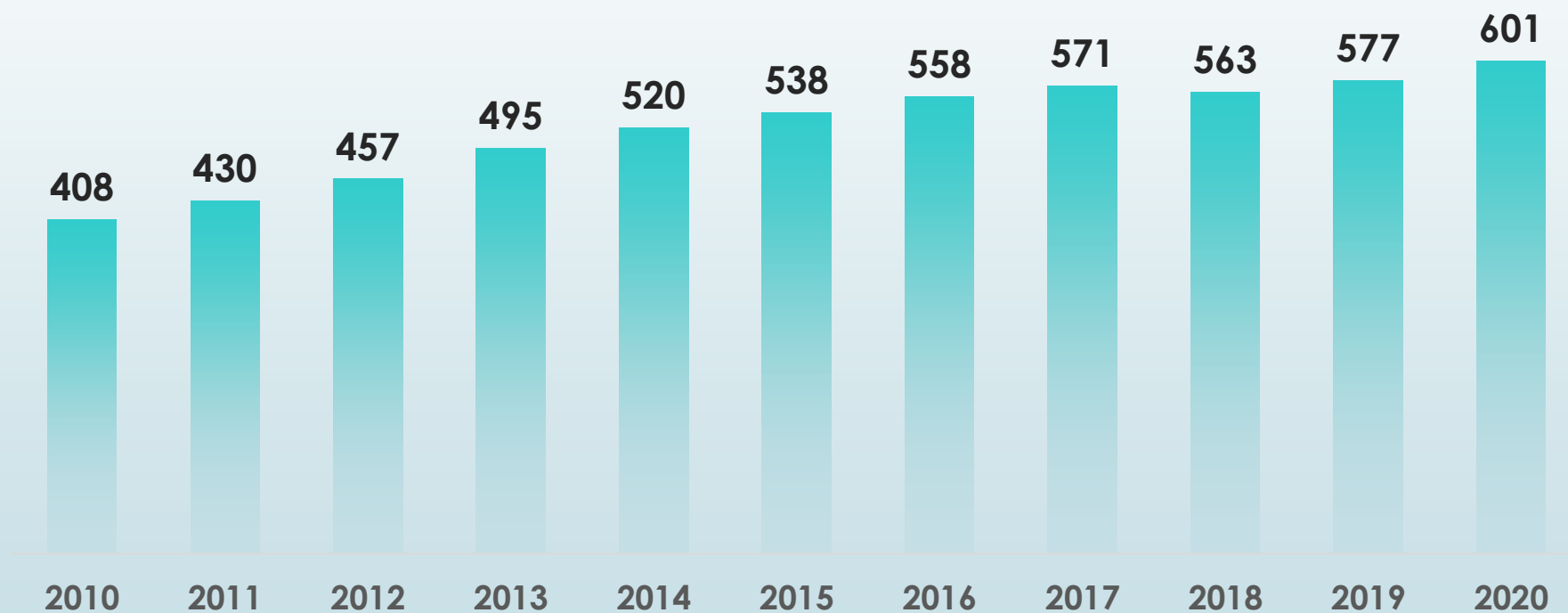
ESTADOS	Nº DE SHOPPINGS	Nº DE SHOPPINGS ESTIMADO P/ O FINAL DE 2021	ABL TOTAL EM OPERAÇÃO (m ²)
MA	11	11	278.632
RN	7	7	169.951
MT	7	8	225.139
PB	7	8	251.876
MS	6	6	158.615
AL	4	4	152.418
SE	5	5	165.193
PI	5	5	135.533
TO	2	2	48.080
RR	2	2	39.194
AP	2	2	50.133
RO	1	1	43.652
AC	1	1	28.576
Total	601	614	16.981.444

Faturamento

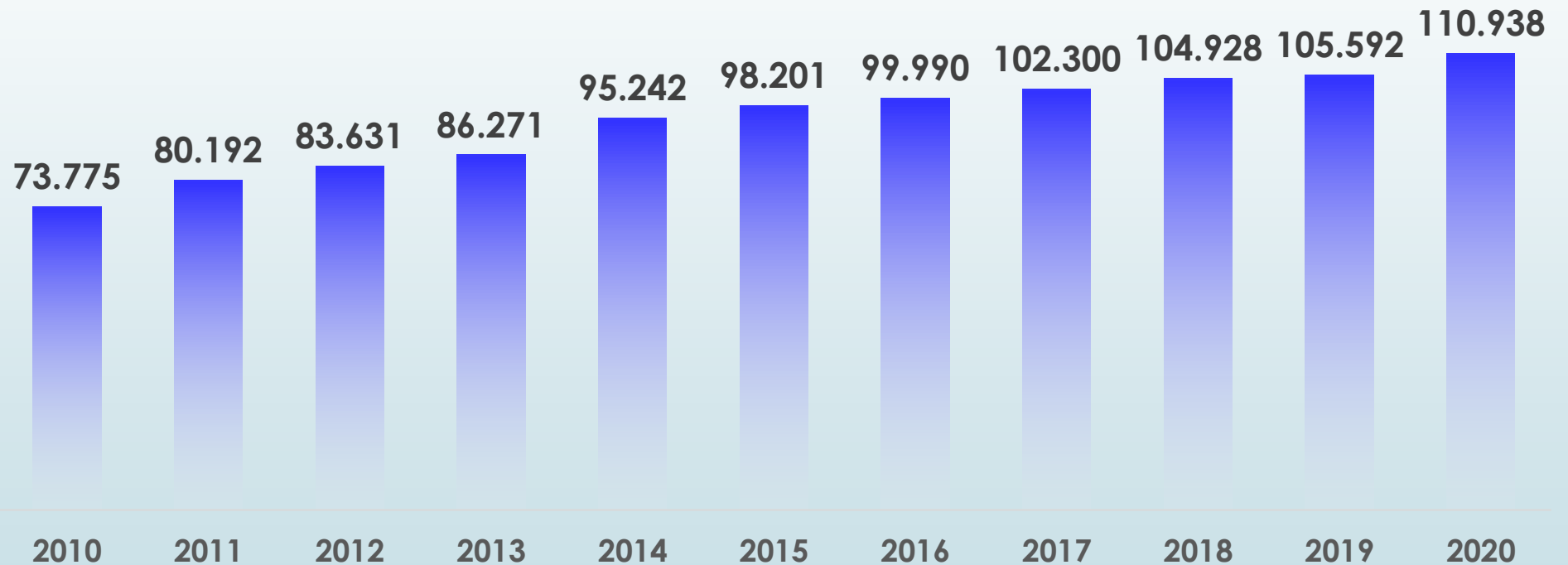
(em R\$ bilhões/ ano)



Número de shoppings



Número de lojas

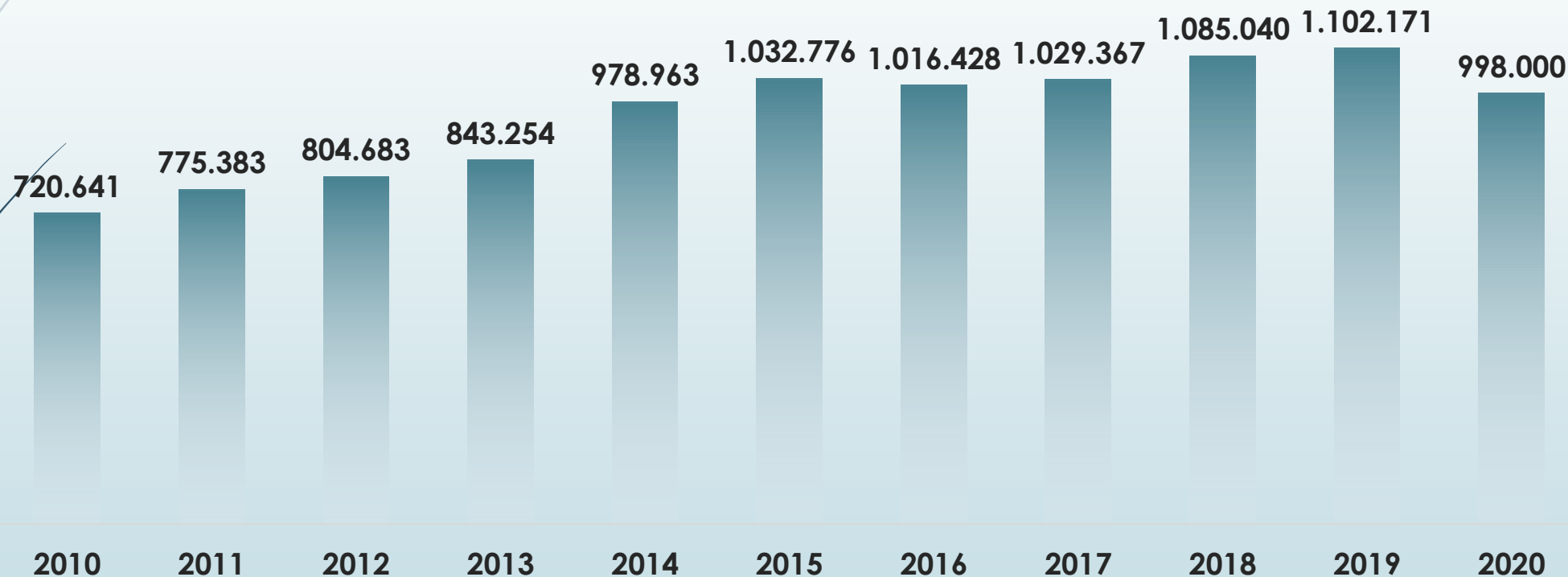


Evolução do setor

ABL (milhões m²)

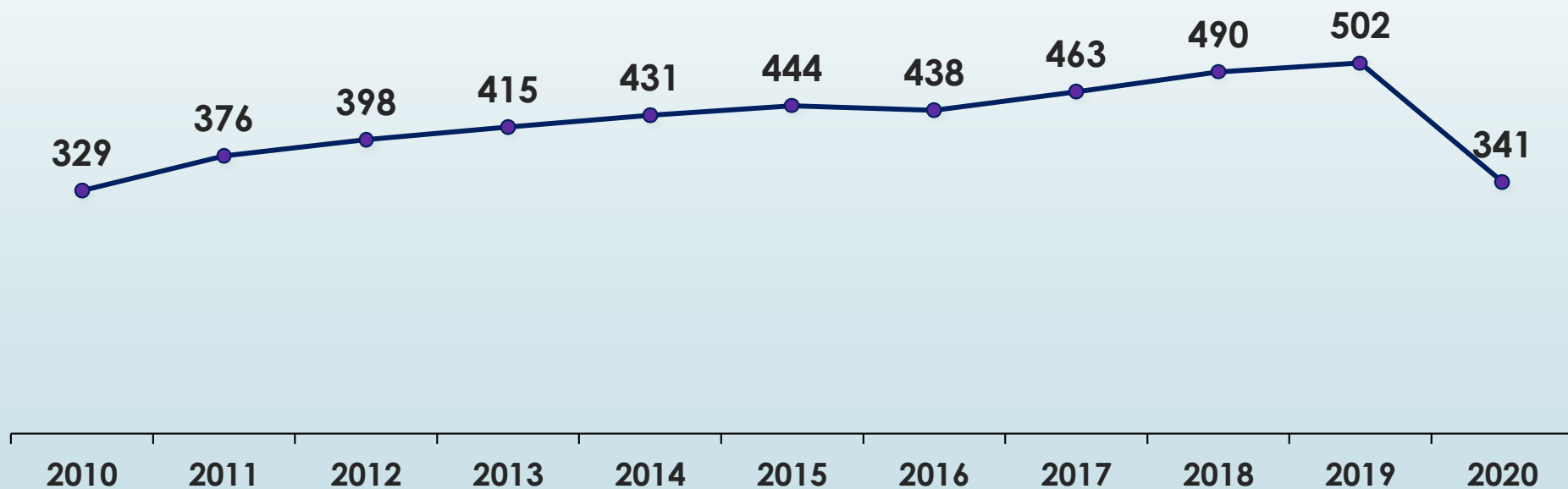


Empregos diretos



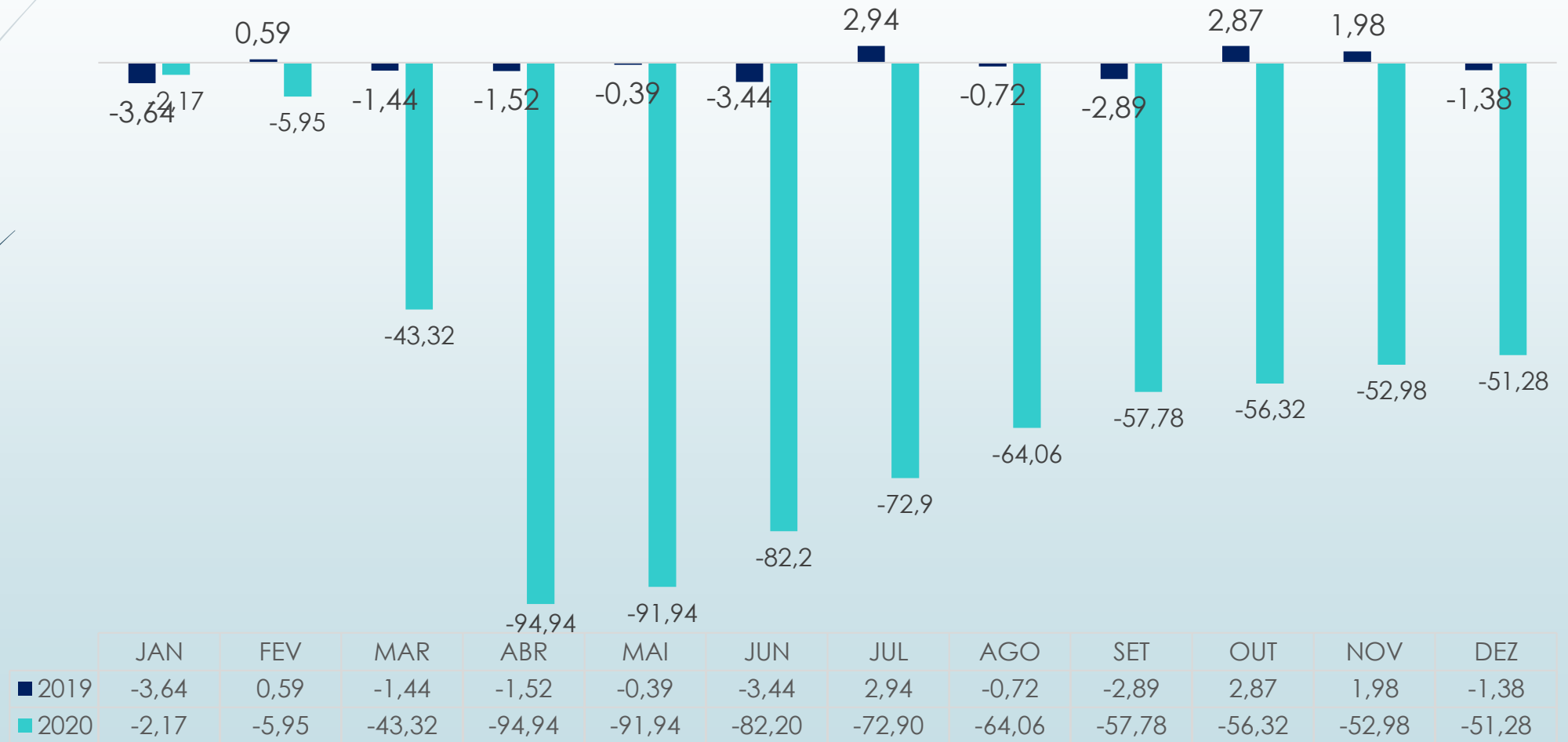
Histórico de fluxo

(Milhões visitas/ mês)



Fluxo de visitas no ano de 2020 em Shopping Center e lojas físicas **no Brasil**

Variação anual do fluxo de visitas em shopping no ano de 2020 (%)



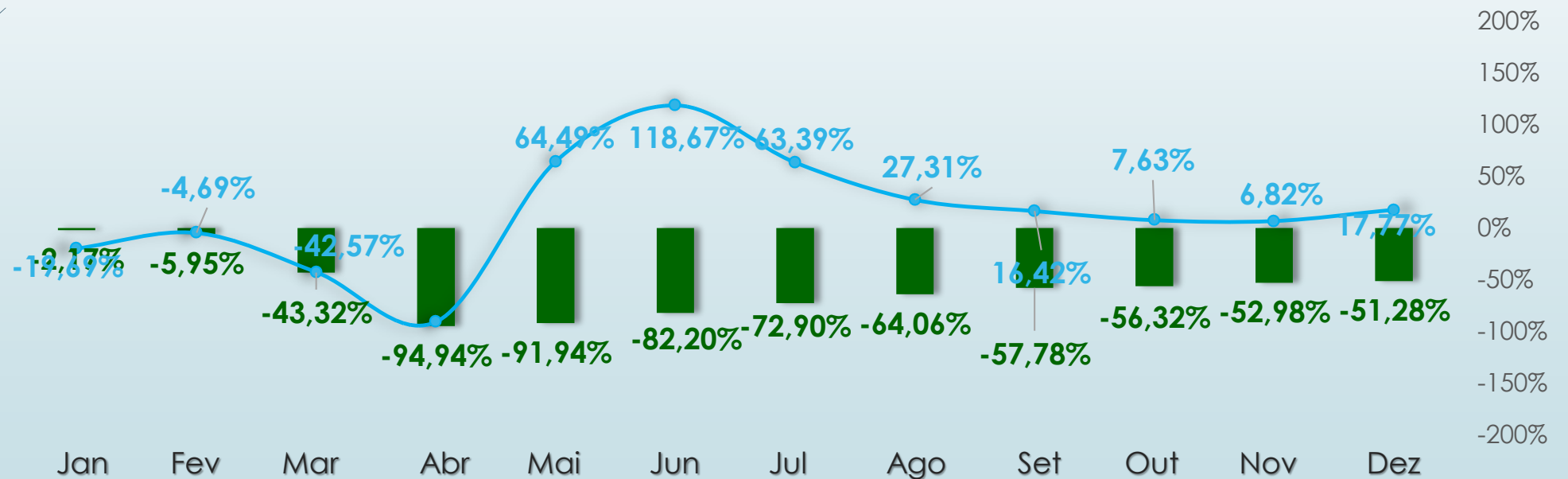


Índice de shopping

Fluxo de visitas em 2020



Ano x Ano: Em relação ao mesmo mês do ano anterior
Mês x Mês: Em relação ao mês anterior





Índice de lojas físicas

Fluxo de visitas em 2020



Ano x Ano: Em relação ao mesmo mês do ano anterior
Mês x Mês: Em relação ao mês anterior



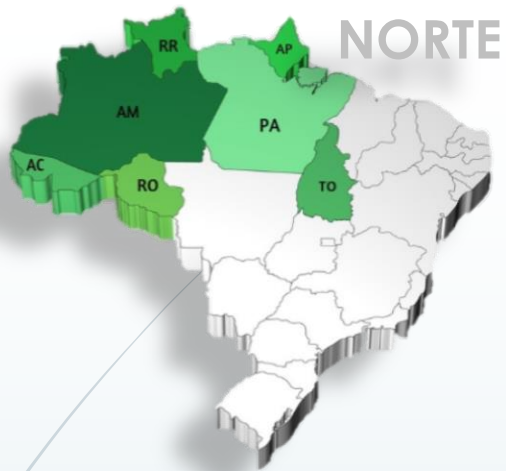


Fluxo de visitas em 2020

O fluxo de consumidores de lojas físicas e shopping centers no Brasil caiu vertiginosamente em 2020. É o que mostra o **Índice de Performance do Varejo (IPV)**, feito em conjunto pela **FX Data Intelligence**, especialista em visão computacional dirigida por IA, fornecendo insights estratégicos para o varejo, e pela **F360°**, plataforma de gestão de varejo para franquias, pequenos e médios varejistas, em parceria com a **Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC)**.

Os dados são cancelados pela **4Intelligence**, empresa que desenvolve plataformas de inteligência para o mercado B2B. Ela é a responsável pela metodologia nas análises, garantindo mais equilíbrio ao estudo e agregando outros índices para ratificar a sinergia com outros *benchmarks* do mercado, como a PMC (Pesquisa Mensal de Comércio).

Fluxo de visitas no ano de 2020 em Shopping Center e lojas físicas **por região**

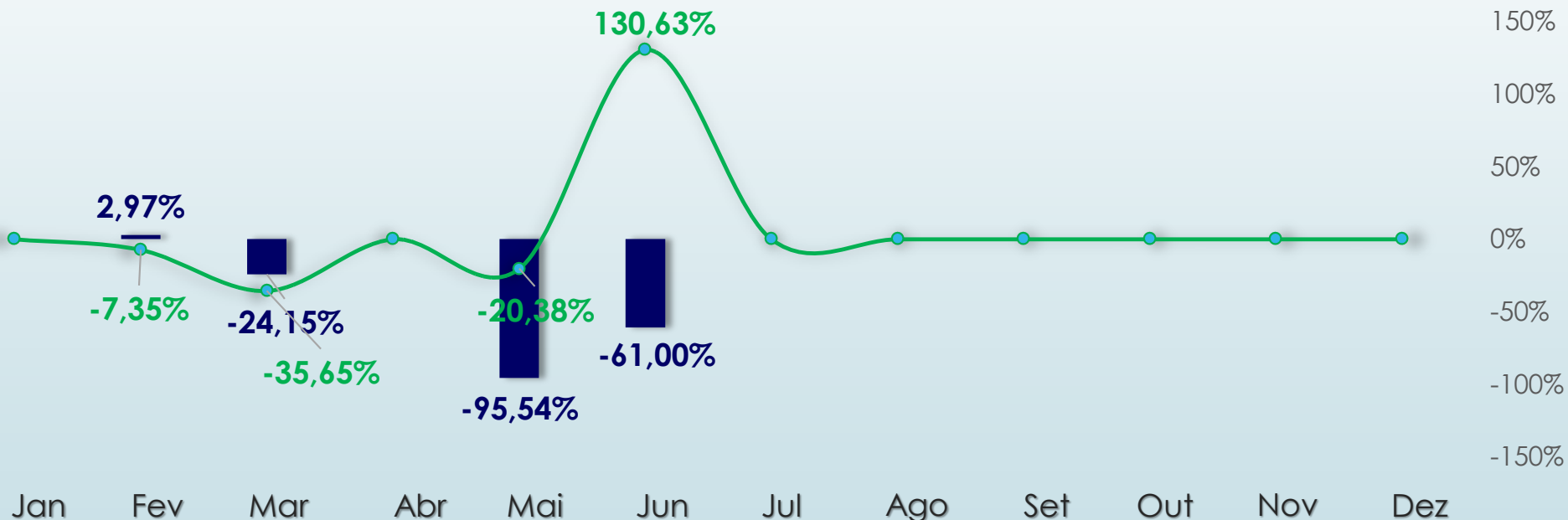


Índice de shopping

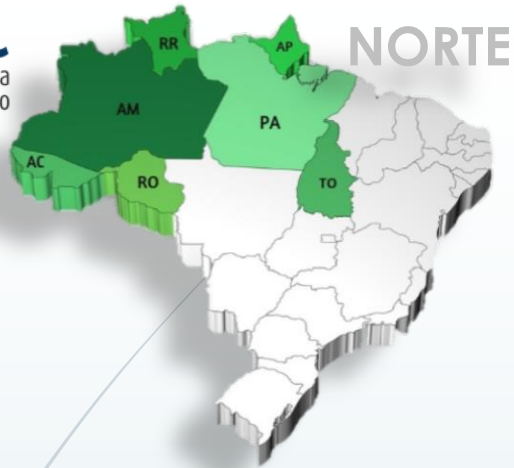
Fluxo de visitas em 2020 por região

Ano x Ano: Em relação ao mesmo mês do ano anterior

Mês x Mês: Em relação ao mês anterior



¹ Falta de dados, estabelecimentos que não obtiveram o período comparativo completo por problemas de infra, falta de internet ou algo que tenha comprometido o funcionamento do contador.



Índice de lojas físicas



Fluxo de visitas em 2020 por região

Ano x Ano: Em relação ao mesmo mês do ano anterior

Mês x Mês: Em relação ao mês anterior



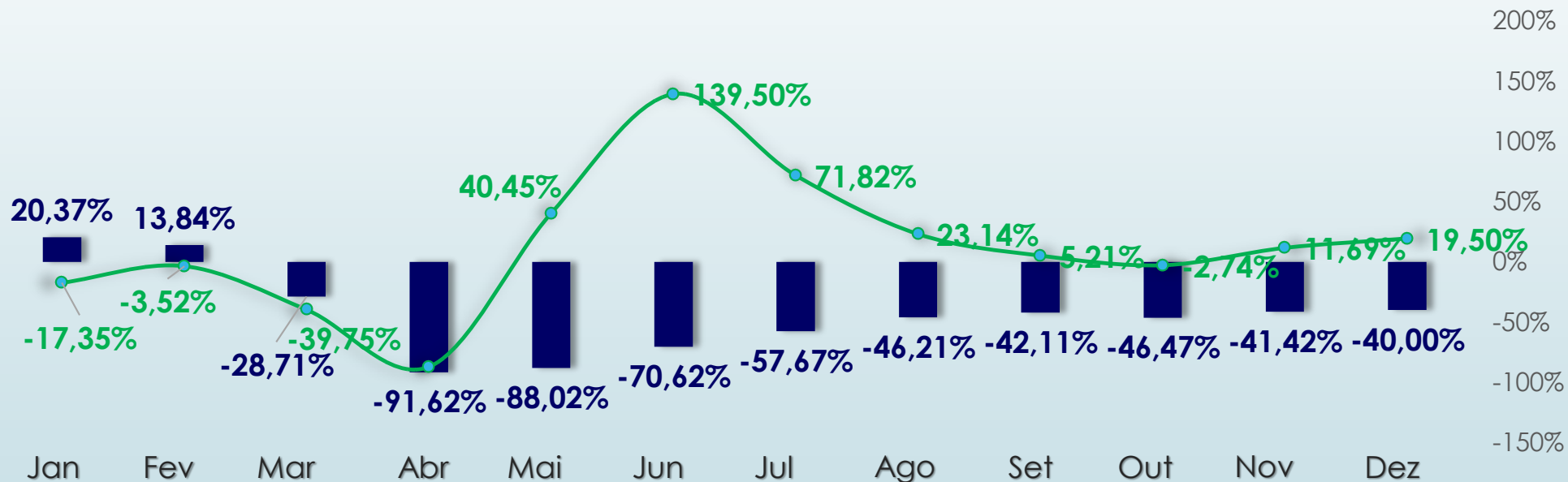


Índice de shopping

Fluxo de visitas em 2020 por região

Ano x Ano: Em relação ao mesmo mês do ano anterior

Mês x Mês: Em relação ao mês anterior



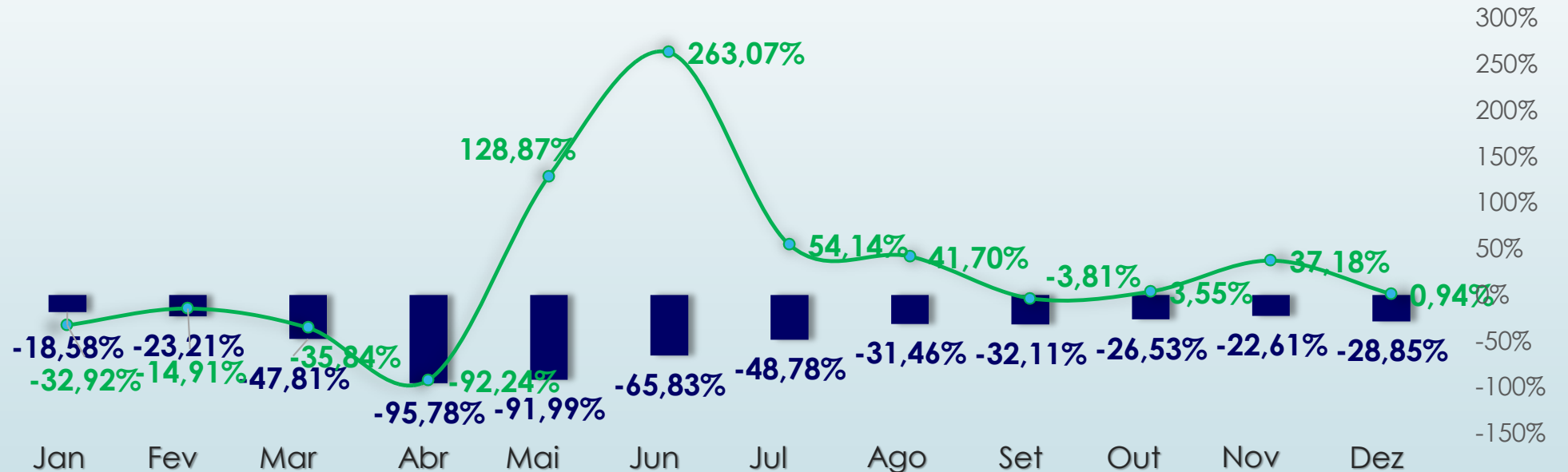


Índice de lojas físicas



Fluxo de visitas em 2020 por região

Ano x Ano: Em relação ao mesmo mês do ano anterior
Mês x Mês: Em relação ao mês anterior

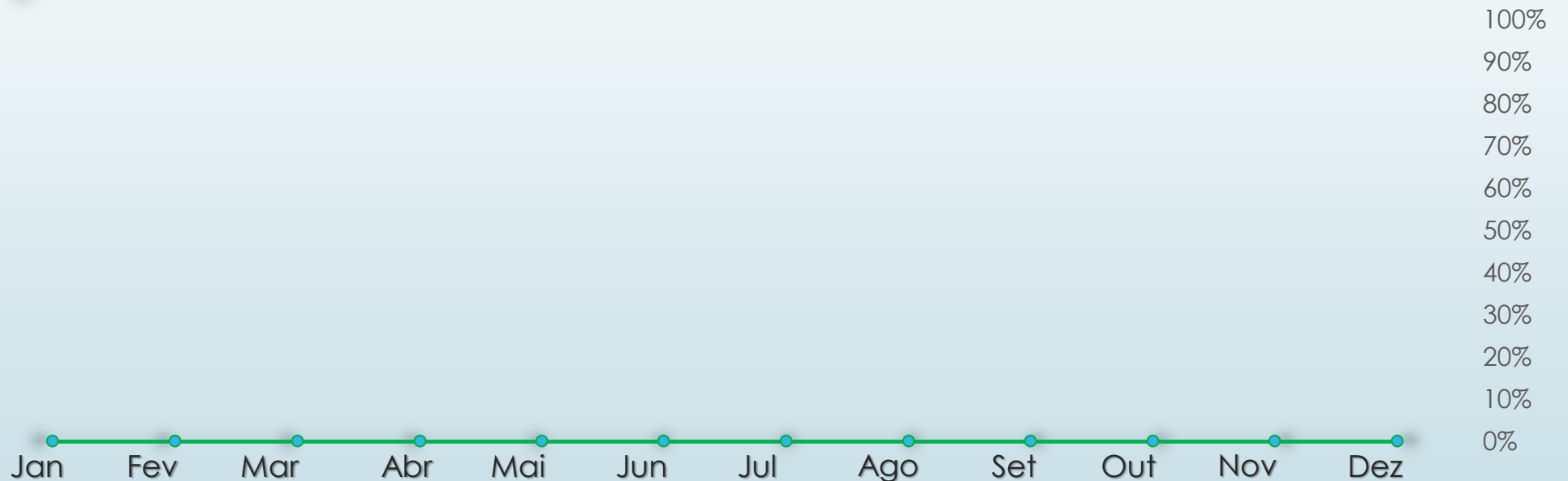




Índice de shopping

Fluxo de visitas em 2020 por região

Ano x Ano: Em relação ao mesmo mês do ano anterior
Mês x Mês: Em relação ao mês anterior



¹ Falta de dados, estabelecimentos que não obtiveram o período comparativo completo por problemas de infra, falta de internet ou algo que tenha comprometido o funcionamento do contador.

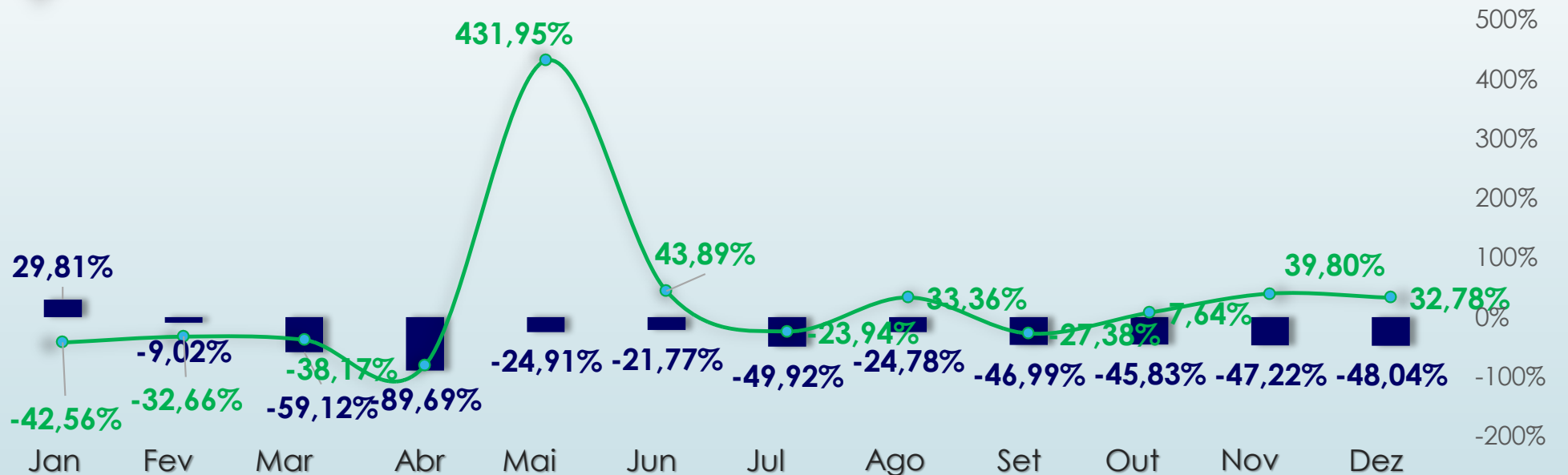


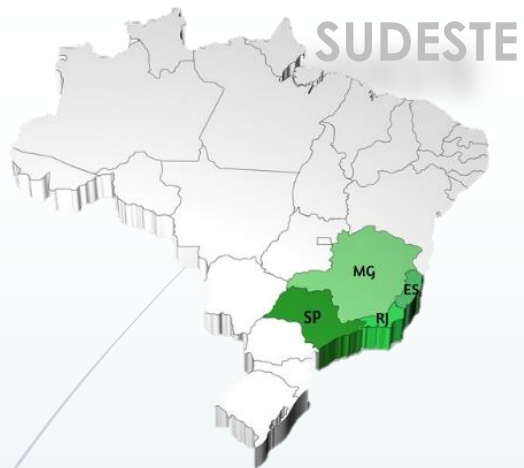
Índice de lojas físicas



Fluxo de visitas em 2020 por região

Ano x Ano: Em relação ao mesmo mês do ano anterior
Mês x Mês: Em relação ao mês anterior



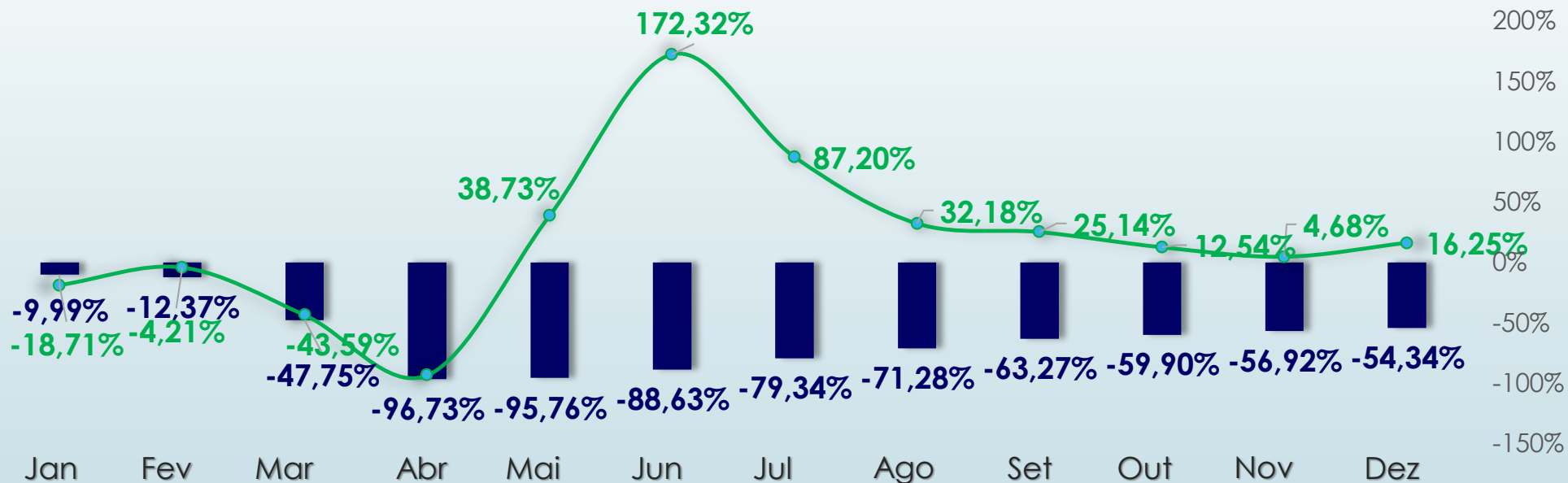


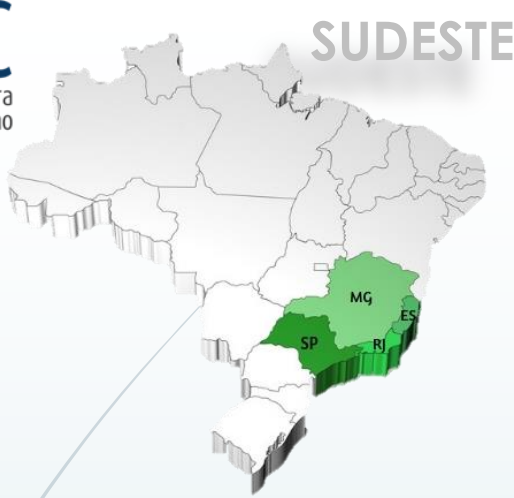
Índice de shopping

Fluxo de visitas em 2020 por região

Ano x Ano: Em relação ao mesmo mês do ano anterior

Mês x Mês: Em relação ao mês anterior

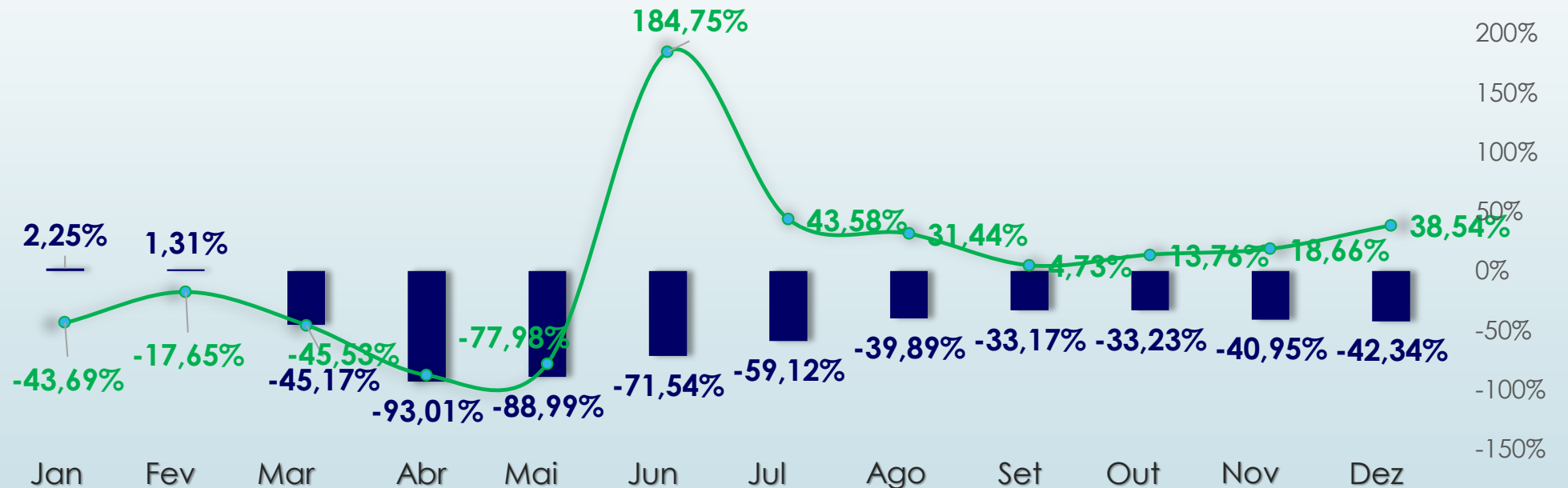


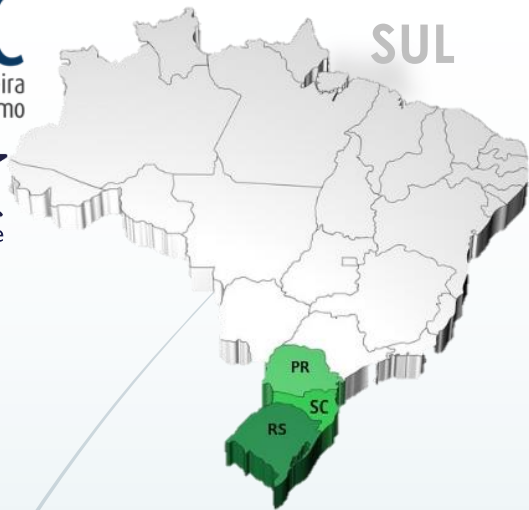


Índice de lojas físicas

Fluxo de visitas em 2020 por região

Ano x Ano: Em relação ao mesmo mês do ano anterior
Mês x Mês: Em relação ao mês anterior



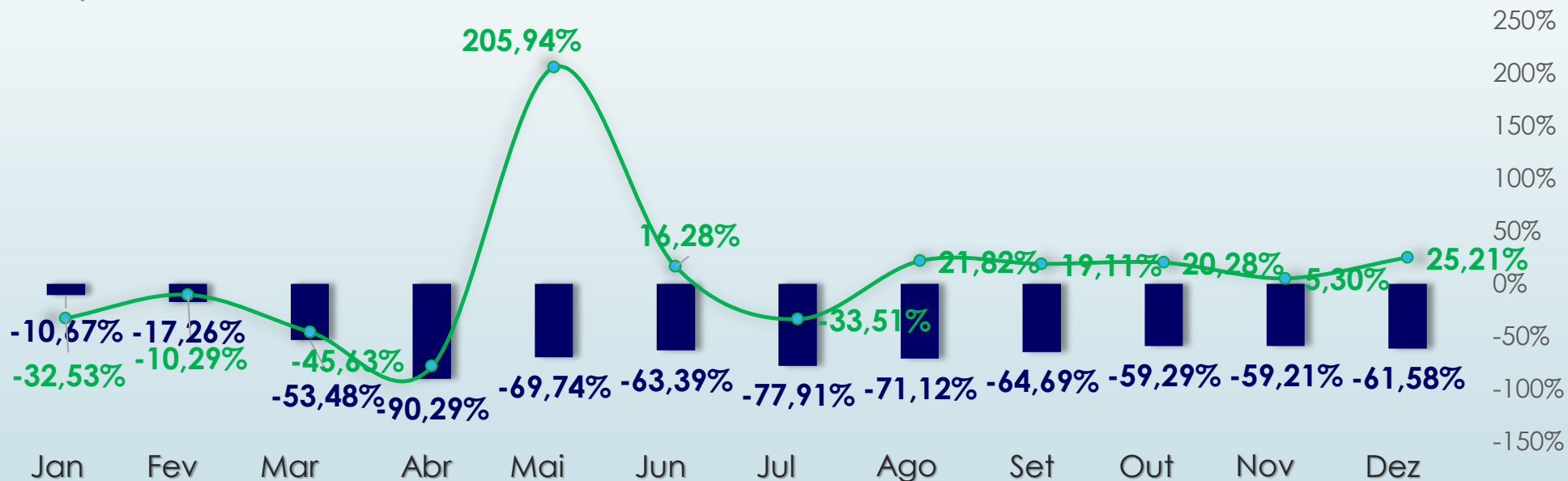


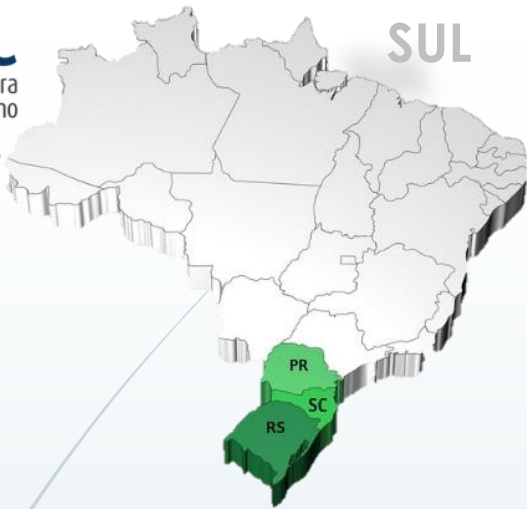
Índice de shopping

Fluxo de visitas em 2020 por região

Ano x Ano: Em relação ao mesmo mês do ano anterior

Mês x Mês: Em relação ao mês anterior



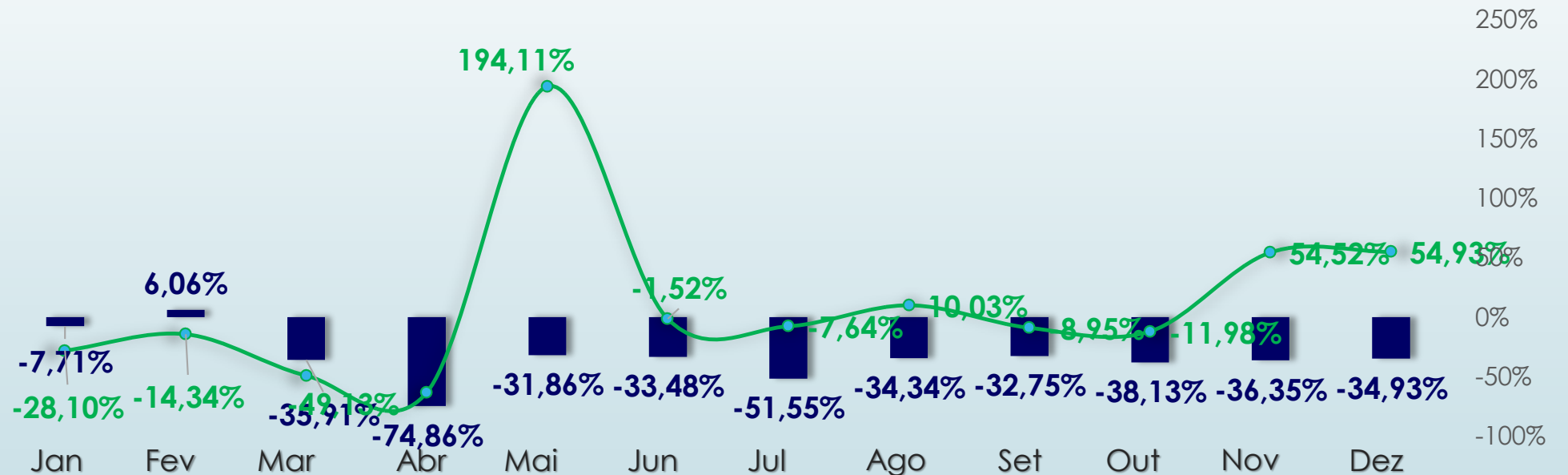


Índice de lojas físicas



Fluxo de visitas em 2020 por região

Ano x Ano: Em relação ao mesmo mês do ano anterior
Mês x Mês: Em relação ao mês anterior





Fluxo de visitas em 2020 por região

Na análise regional, em dezembro, as lojas físicas do Norte e Nordeste tiveram o menor recuo, com **-28,14%** e **-28,85%**, respectivamente. As lojas do Sul **caíram 34,93%** e as do Sudeste registraram **-42,34%**. Já as localizadas no Centro-Oeste tiveram o pior desempenho: **-48,04%**.

Entre os shopping centers, o Nordeste teve a menor queda em dezembro de 2020 na comparação com o mesmo período do ano passado: **-40%**. Os centros de compra da região Sudeste **caíram 54,34%** e os do Sul registraram **-61,58%**. Os shopping centers localizados no Centro-Oeste e no Norte não tiveram amostragem significativa no levantamento.

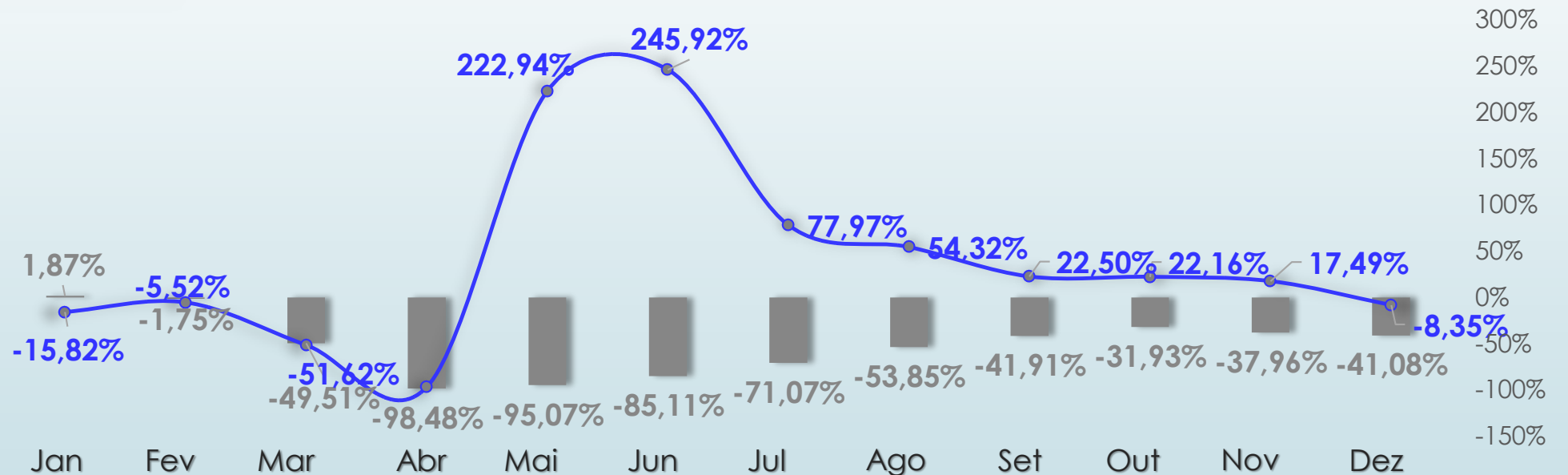
Fluxo de visitas no ano de 2020 **por segmento**



Índice de lojas físicas

Fluxo de visitas em 2020 por segmento

Ano x Ano: Em relação ao mesmo mês do ano anterior
Mês x Mês: Em relação ao mês anterior





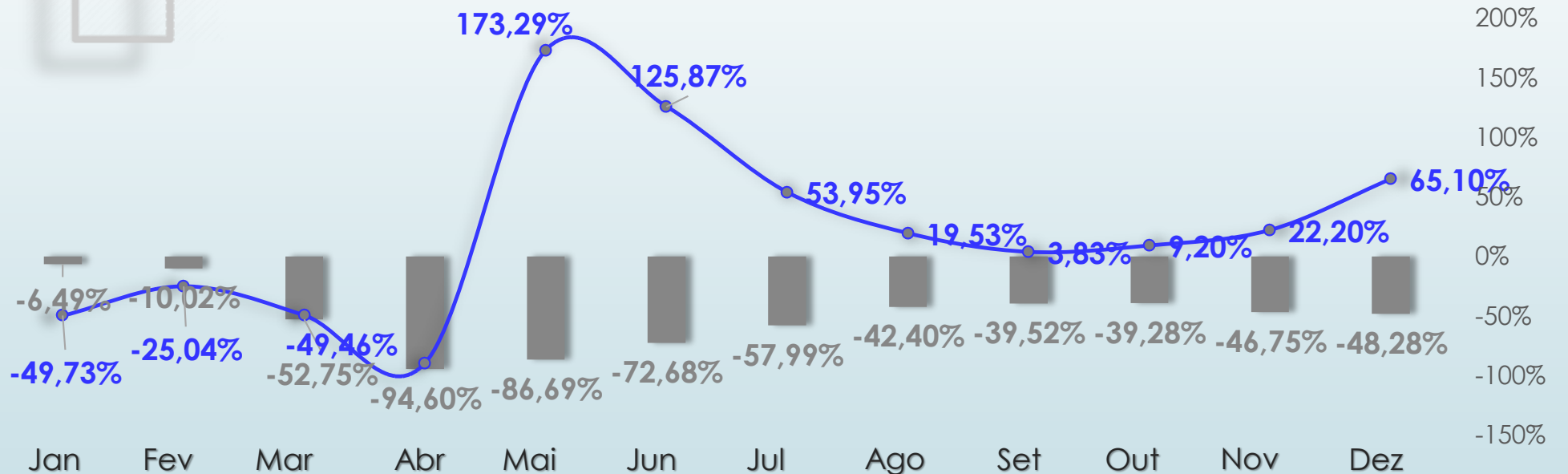
MODA



Índice de lojas físicas

Fluxo de visitas em 2020 por segmento

Ano x Ano: Em relação ao mesmo mês do ano anterior
Mês x Mês: Em relação ao mês anterior





Índice de lojas físicas

Fluxo de visitas em 2020 por segmento

BELEZA



Ano x Ano: Em relação ao mesmo mês do ano anterior
Mês x Mês: Em relação ao mês anterior



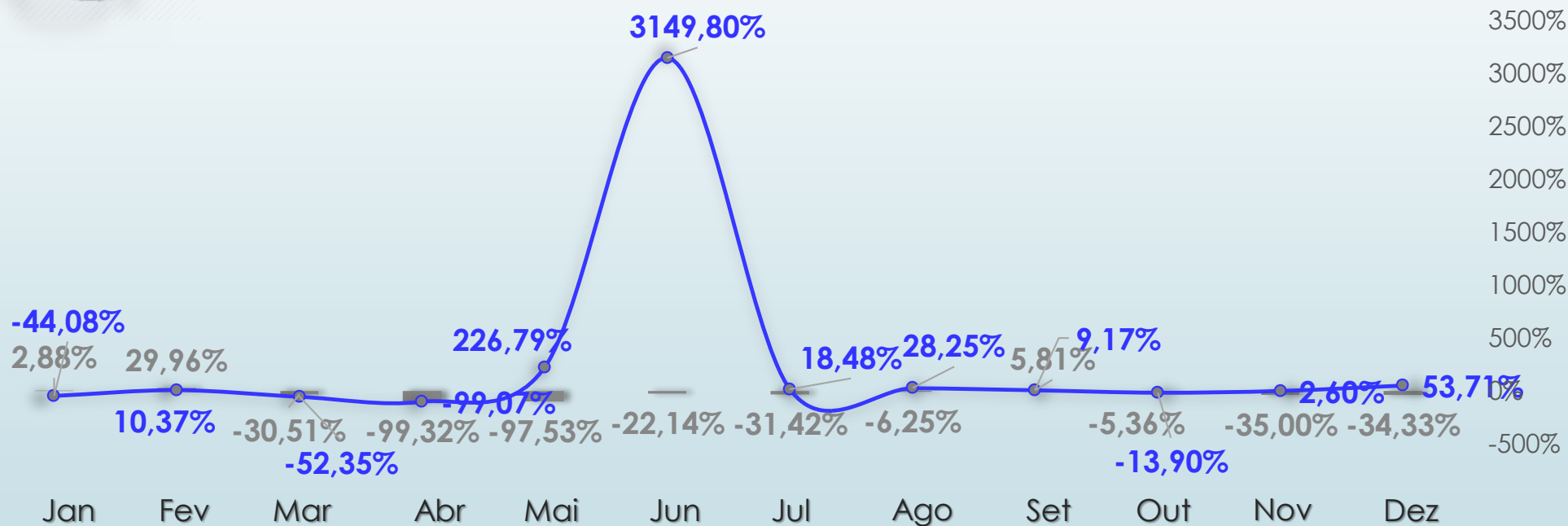


Índice de lojas físicas

CALÇADOS Fluxo de visitas em 2020 por segmento



Ano x Ano: Em relação ao mesmo mês do ano anterior
Mês x Mês: Em relação ao mês anterior





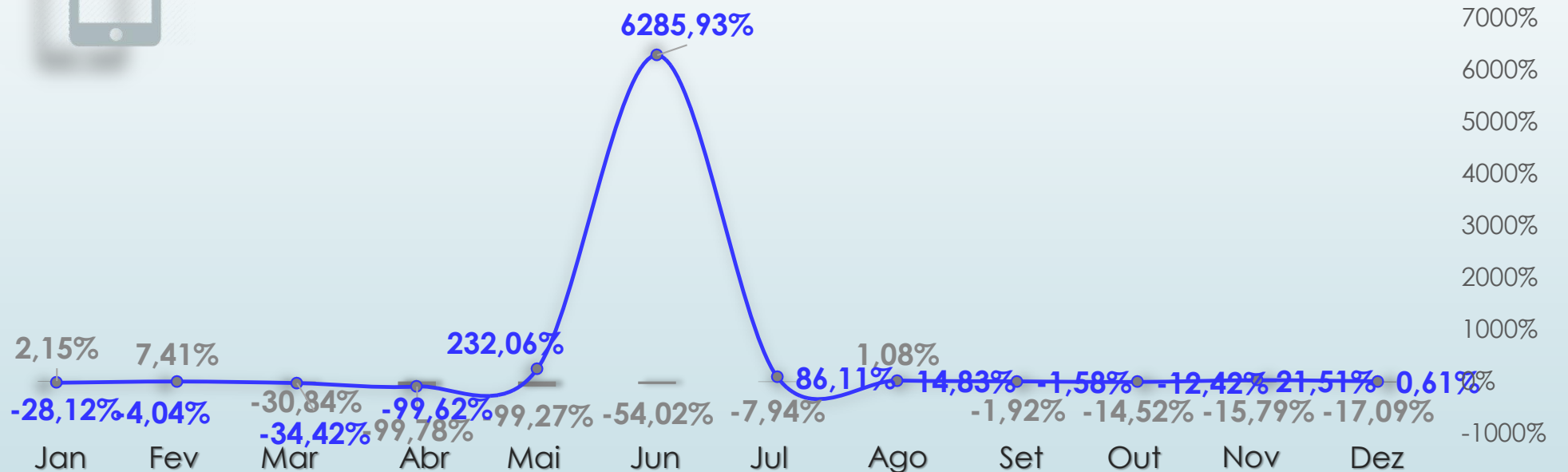
Índice de lojas físicas

Fluxo de visitas em 2020 por segmento

ELETRÔNICOS



Ano x Ano: Em relação ao mesmo mês do ano anterior
Mês x Mês: Em relação ao mês anterior





Índice de lojas físicas

DROGARIA



Fluxo de visitas em 2020 por segmento

Ano x Ano: Em relação ao mesmo mês do ano anterior
Mês x Mês: Em relação ao mês anterior





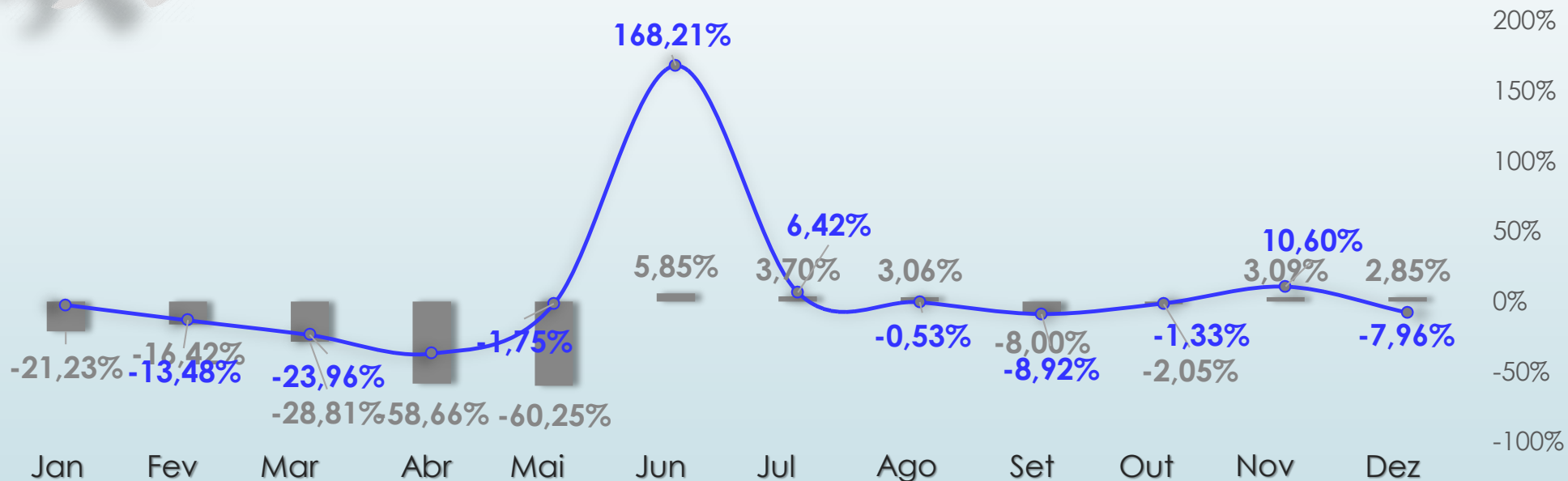
Índice de lojas físicas

HOME CENTER

Fluxo de visitas em 2020 por segmento



Ano x Ano: Em relação ao mesmo mês do ano anterior
Mês x Mês: Em relação ao mês anterior





Índice de lojas físicas

Fluxo de visitas em 2020 por segmento

DEPARTAMENTO



Ano x Ano: Em relação ao mesmo mês do ano anterior
Mês x Mês: Em relação ao mês anterior





Índice de lojas físicas

Fluxo de visitas em 2020 por segmento

Nas categorias, “**home center**” conseguiu registrar alta em dezembro na comparação com o mesmo período de 2019: **2,85%**. Foi a única que teve aumento no período e com o menor recuo no acumulado do ano (-14,17%). “**Departamento**” e “**eletroeletrônicos**” ficaram em **-11,53%** e **-17,09%**, respectivamente. “**utilidades domésticas**” (**-32,15%**), “**calçados**” (**-34,33%**), “**drogaria**” (**-36,09%**) e “**beleza**” (**-36,54%**) tiveram quedas grandes. Já “**ótica**” e “**moda**” tiveram o pior desempenho, com **-41,08%** e **-48,28%**, respectivamente.

Vendas nas lojas físicas **do Brasil**



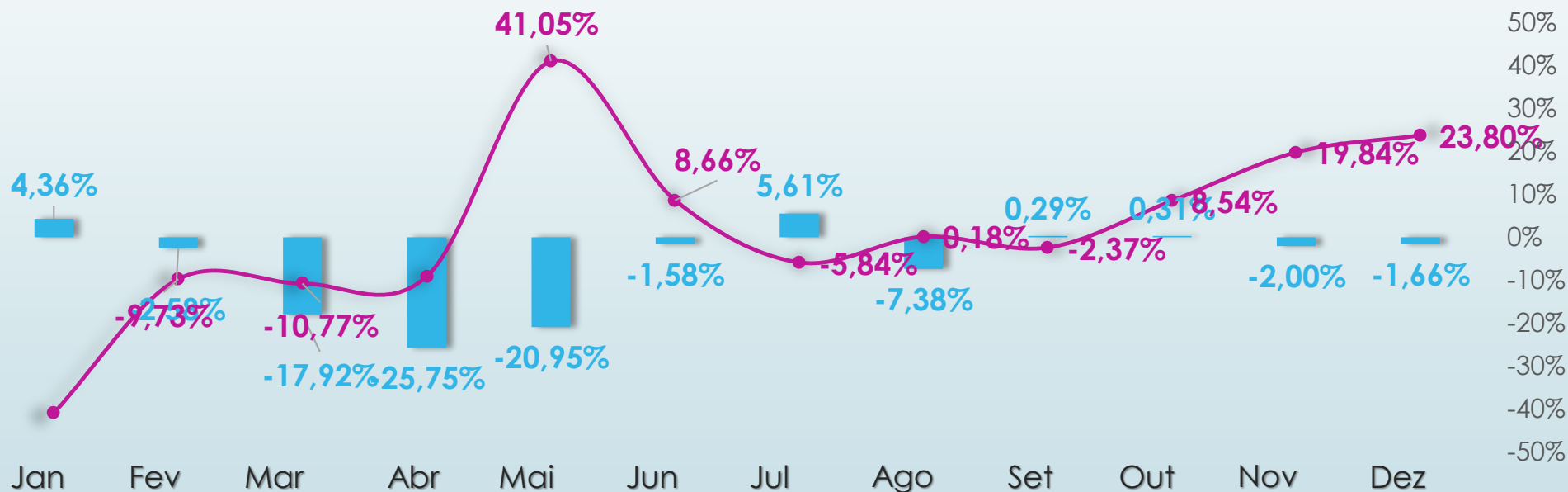
Faturamento



Vendas 2020 no Brasil

Ano x Ano: Em relação ao mesmo mês do ano anterior

Mês x Mês: Em relação ao mês anterior



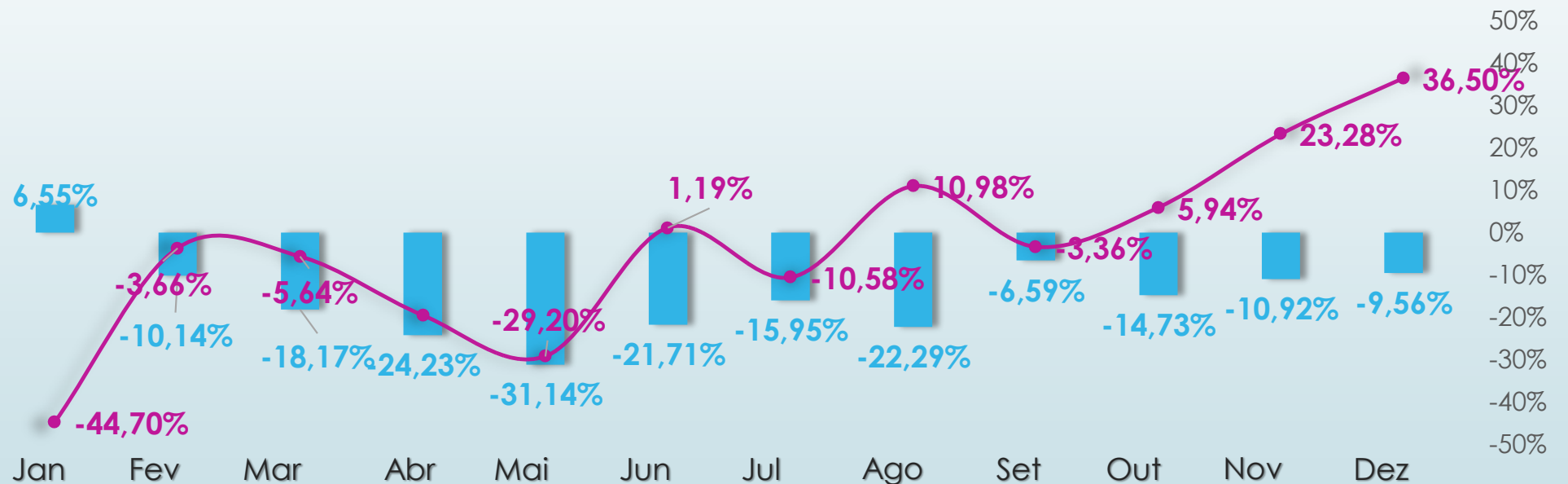


Boletos



Vendas 2020 no Brasil

Ano x Ano: Em relação ao mesmo mês do ano anterior
Mês x Mês: Em relação ao mês anterior



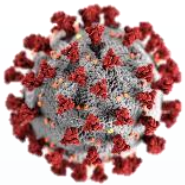


Faturamento e Boletos

Vendas 2020 no Brasil

As vendas acompanharam a movimentação dos consumidores, com queda no comparativo anual, mas alta na análise mensal tanto no volume financeiro quanto no de pedidos. Os dados são da **F360°**, plataforma de gestão financeira com conciliação automática de vendas por cartão para o pequeno e o médio varejista.

O total acumulado de transações em 2020 na comparação com o ano anterior foi **7,84% menor** nas lojas de rua e de **-35,78%** nos estabelecimentos localizados em shopping centers. Na comparação entre “dezembro 2020” e “dezembro 2019”, o recuo foi mínimo: **-3,44%** nos pontos de venda em ruas e **-22,97%** em shopping centers.



Shopping center e Loja física

Pós pandemia

A pandemia fez a digitalização do varejo avançar vários anos em questão de meses.

“A transformação digital saiu de vez da teoria e foi para a prática em empresas de todos os segmentos do varejo, até mesmo naqueles até então menos digitalizados, como materiais de construção e supermercados”, analisa Eduardo Terra.

O resultado é um crescimento da importância do e-commerce no varejo mundial. De acordo com uma análise da SBVC, no mercado brasileiro pelo menos 5% das vendas são online, excluindo os dados dos sellers dos marketplaces. Incluindo esses números, a estimativa é que até 8% das vendas do varejo já aconteçam online. *“Na China, esse número já é de 45% e no Reino Unido, 36%. São mercados que servem como inspiração e como entendimento de para onde estamos caminhando”, diz Terra.*

Uma grande transformação ocorrida em 2020, e que gera consequências fortes para o futuro, é o aumento da velocidade do varejo. *“Empresas grandes adotaram mentalidade de startup e ganharam flexibilidade para encarar o mundo pós-pandemia”, afirma.*

Eduardo Terra – Diretor-Presidente da SBVC e sócio da BTR Educação e Consultoria

Alberto Serrentino – Vice-Presidente e Conselheiro Deliberativo da SBVC, Fundador da Varese Retail

Hélio Biagi – Presidente do Conselho Deliberativo da SBVC, Sócio da BTR Educação e Consultoria e Co-Fundador do OasisLab

Ronald Nossig – Vice-Presidente e Conselheiro Deliberativo da SBVC e Co-Fundador do OasisLab

Maria Odete Alves – Gerente Executiva da SBVC

Fernanda Besnosoff – Coordenadora de Pesquisas e Estudos da SBVC

PARCERIA

Flávia Pini – CEO FX Data Intelligence



OBRIGADO.