



MAPEAMENTO

Fluxo de visitas em Shopping Center e lojas físicas do Brasil

Fevereiro/ 2022

Realização:



Parceria:



HiPartners
Capital & Work

IPV o que é?

IPV - Índices de Performance do Varejo

Através dos dados originados pelas investidas da HiPartners, venture capital focado em Retail Techs, é gerado um estudo mensal que engloba a variação mensal e anual do fluxo de consumidores, vendas, faturamento e reputação do varejo brasileiro. O report tem ainda chancela da 4Intelligence e da SBVC - Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo.

Para conhecer mais, acesse www.hipartners.com.br/ipv

Importante:

No Mapeamento abordamos os dados de Fluxo de Visitas, gerados pela FX Data Intelligence, e os dados de Vendas (Quantidade de Cupons e Faturamento), gerados pela F360°, ambas investidas da HiPartners.

Para conhecer a Metodologia, acesse: <https://www.fxdata.com.br/nota-metodologica-ipv.pdf>

Metodologia

- **Amostra dados de fluxo de visitas:** Aproximadamente 3.000 pontos monitorados.
- **Amostra dados de vendas:** Aproximadamente 8.000 lojas físicas.
- **Abrangência:** Nacional.
- **Segmentos analisados:** Ótica, Moda, Beleza, Calçados, Eletroeletrônicos, Drogeria, Home Center e Departamentos.
- **Premissas:** Aplicação de premissas para análise dos dados, como estabelecer o período 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.
- **Fonte dos Dados:** IPV - Índices de Performance do Varejo
 - Índice de Fluxo: FX Data Intelligence
 - Índice de Vendas: F360°

Panorama do setor

620 SHOPPINGS NO TERRITÓRIO NACIONAL

 **R\$ 159,2 BILHÕES DE FATURAMENTO em 2021**
R\$ 128,8 BILHÕES DE FATURAMENTO (EM 2020)

 **112.738 LOJAS**

 **13 SHOPPINGS A INAUGURAR (EM 2022)**

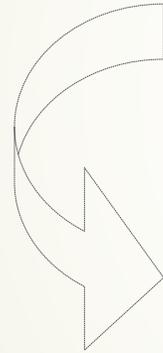
 **1,02 MILHÃO DE EMPREGOS GERADOS**

 **397 MILHÕES VISITANTES/ MÊS**

Números do setor

DEZEMBRO/2020

DEZEMBRO/2021



Número Total de Shoppings	601
A Inaugurar em 2021	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

Número Total de Shoppings	620
A Inaugurar em 2022	13
Área Bruta Locável (em milhões de m ²)	17
Vagas para Carros	1.018.210
Total de Lojas	112.738
Salas de Cinema	3.019
Empregos Gerados	1.020.000

Números regionais

REGIÃO	Nº DE SHOPPINGS	% DO TOTAL	ABL (m ²)
Norte	29	5%	871.974
Nordeste	107	17%	3.106.663
Centro-Oeste	67	11%	1.504.367
Sudeste	317	51%	9.267.162
Sul	100	16%	2.477.482



TOTAL

620

100%

17.227.648

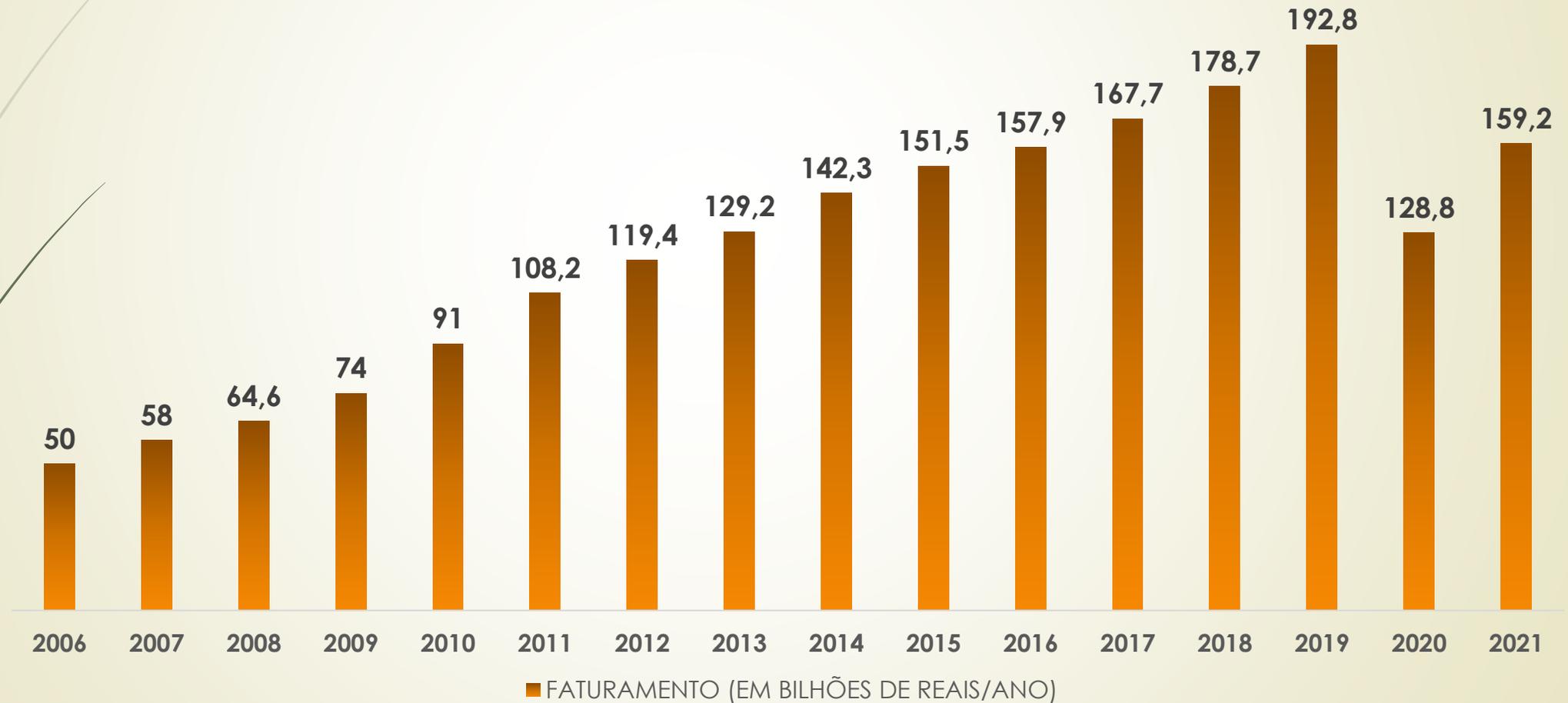
Números estaduais

ESTADOS	Nº DE SHOPPINGS	Nº DE SHOPPINGS ESTIMADO P/ O FINAL DE 2022	ABL TOTAL EM OPERAÇÃO (m²)
AC	1	1	28.576
AL	4	4	153.150
AP	2	2	50.437
AM	10	10	311.206
BA	22	22	649.659
CE	21	22	589.902
DF	20	22	465.186
ES	12	12	320.608
GO	33	33	655.449
MA	11	11	280.128
MT	8	8	225.139
MS	6	6	158.593
MG	46	47	1.233.515
PA	10	10	340.535

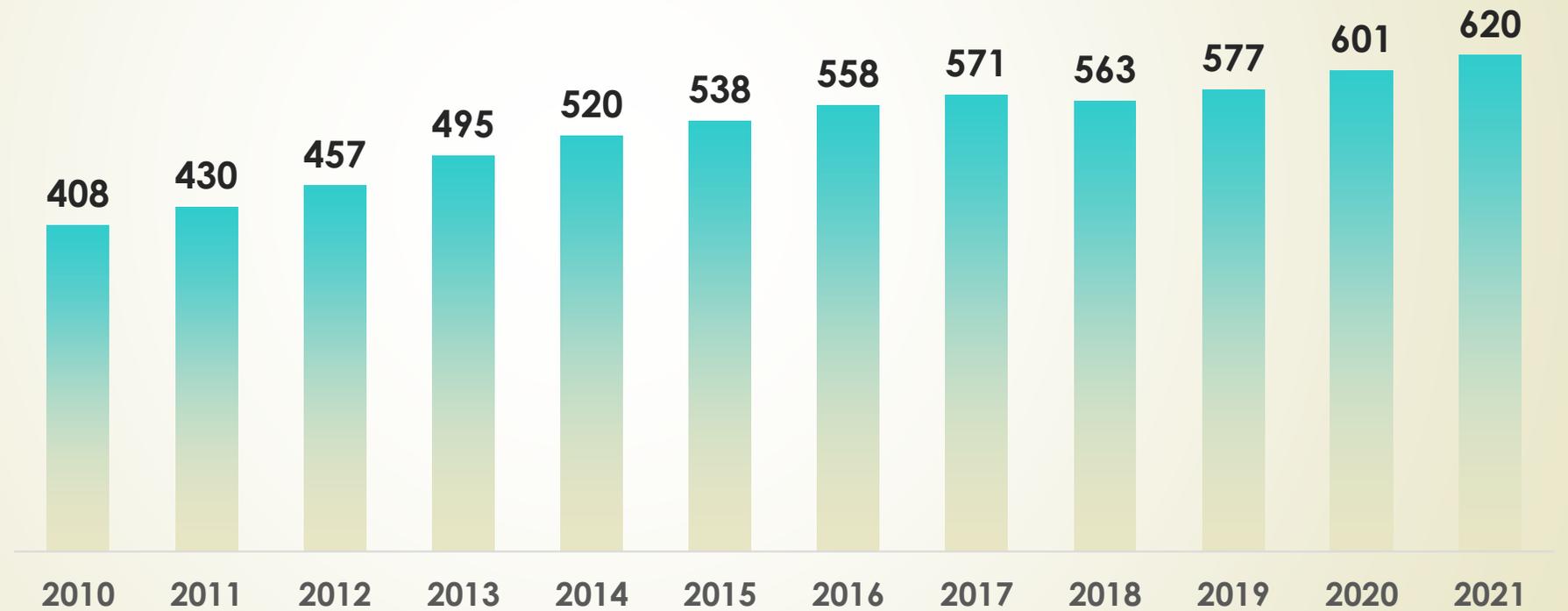
ESTADOS	Nº DE SHOPPINGS	Nº DE SHOPPINGS ESTIMADO P/ O FINAL DE 2021	ABL TOTAL EM OPERAÇÃO (m²)
PB	8	9	261.911
PR	38	40	946.414
PE	22	23	673.058
PI	6	6	147.796
RJ	69	70	1.948.106
RN	8	8	186.259
RS	37	38	892.977
RO	1	1	43.652
RR	2	2	39.517
SC	25	25	638.090
SP	190	193	5.764.933
SE	5	5	164.800
TO	3	3	58.051
Total	620	633	17.227.648

Faturamento

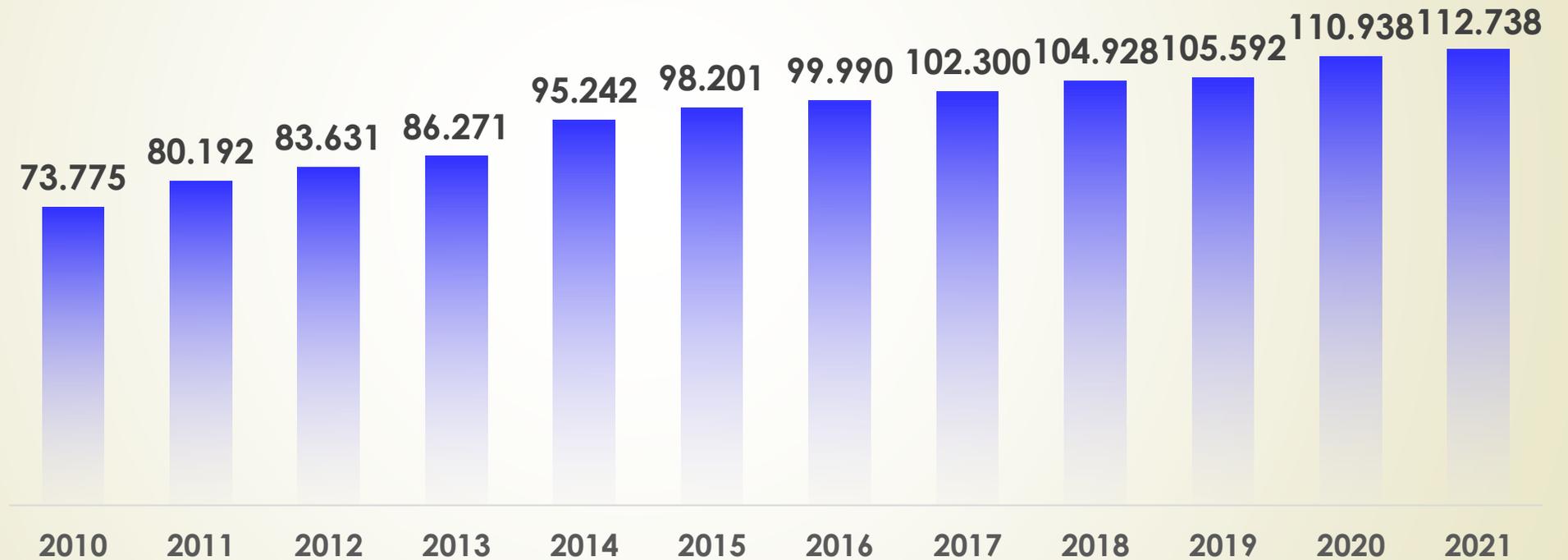
(em R\$ bilhões/ ano)



Número de shoppings

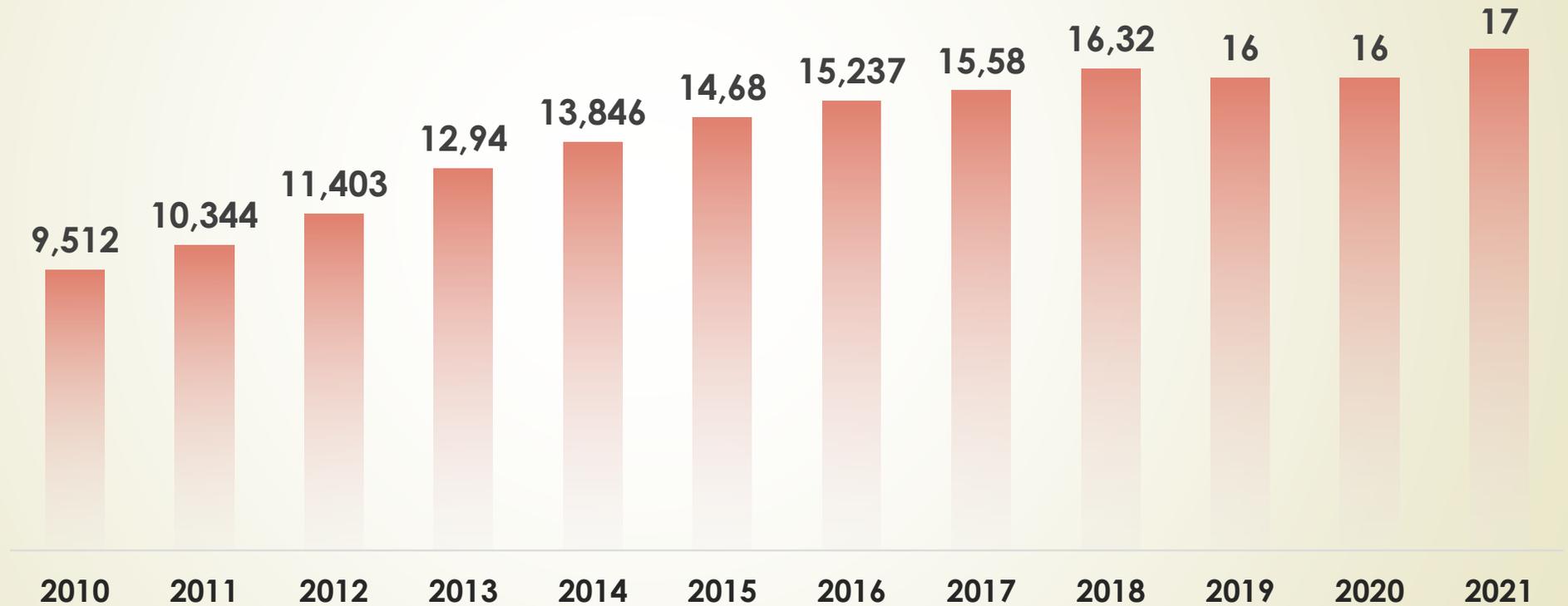


Número de lojas

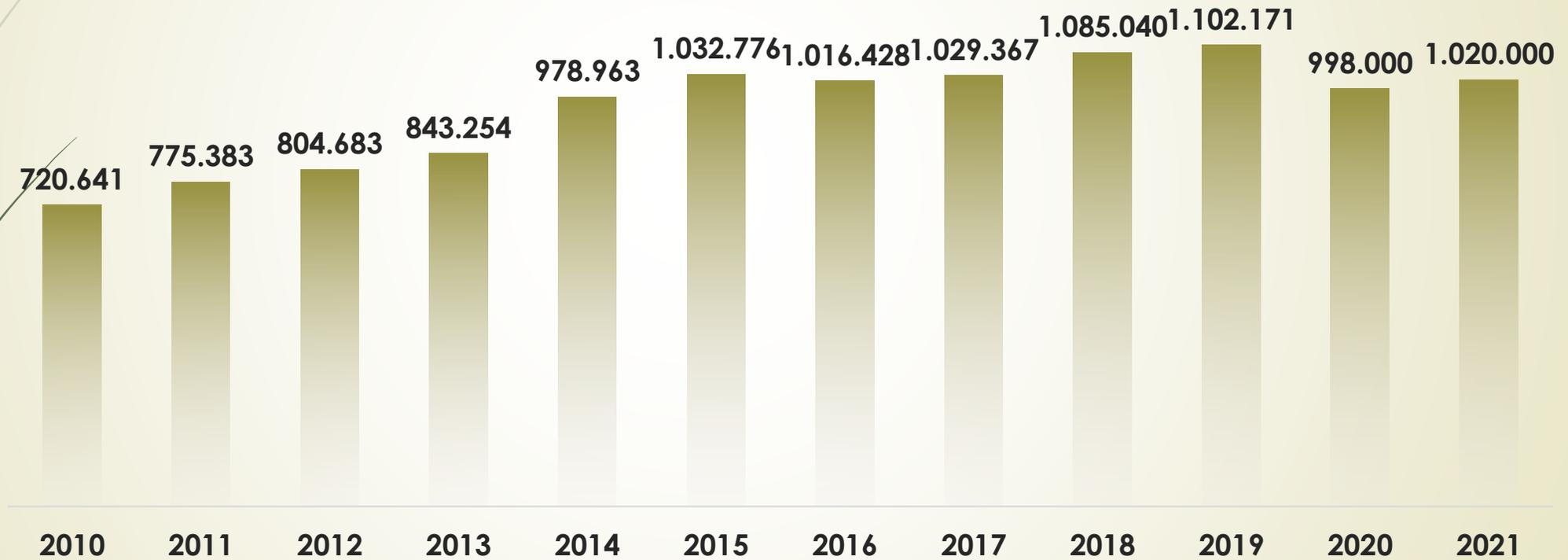


Evolução do setor

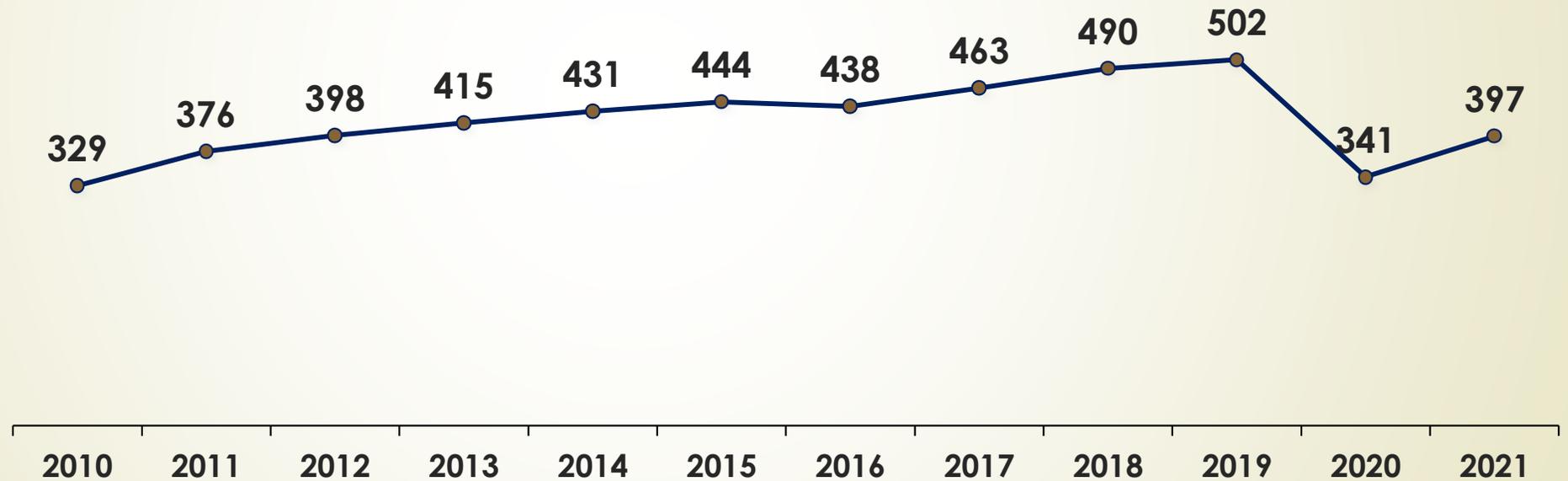
ABL (milhões m²)



Empregos diretos

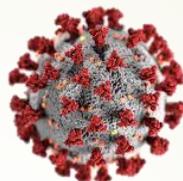


Histórico de visitas de consumidores em milhões



O varejo de shopping no Brasil

SITUAÇÃO ATUAL DO SETOR



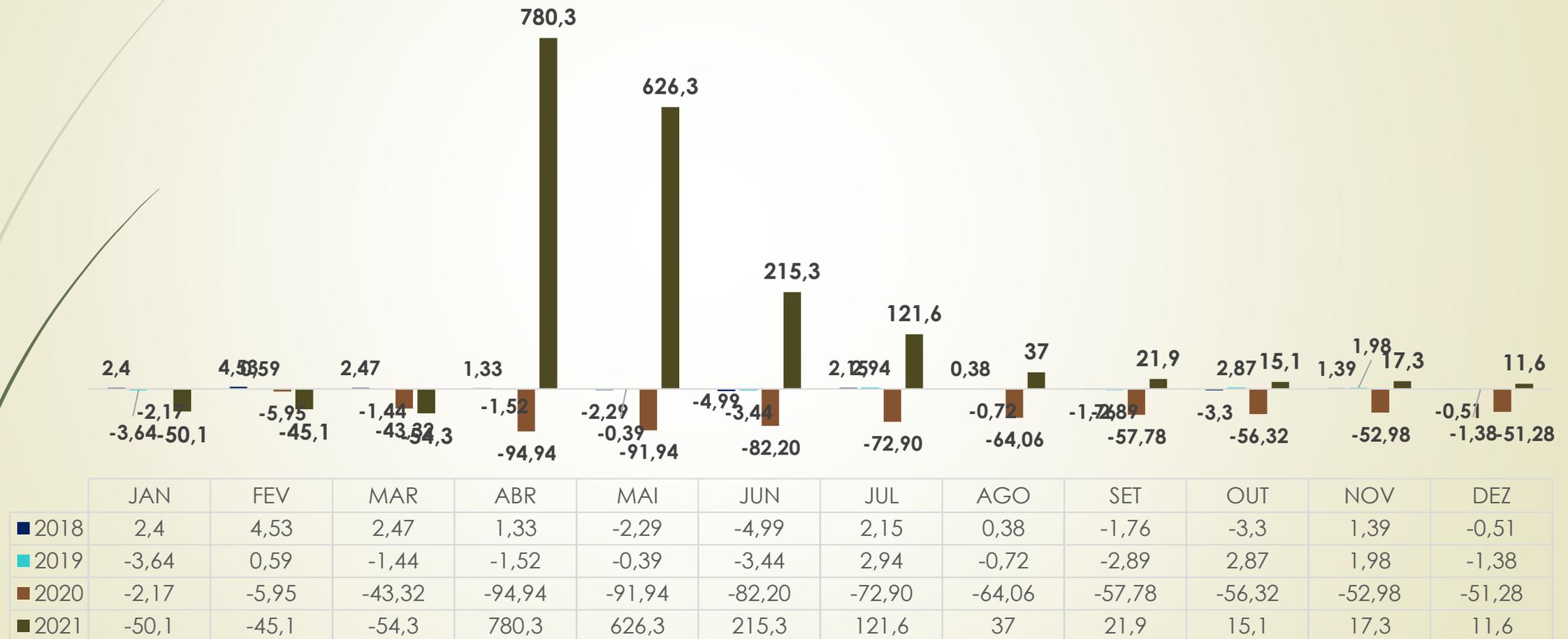
Após ter caminhado de lado desde agosto de 2021, o fluxo de visitação em lojas de shopping apresentou bom desempenho em dezembro com crescimento de 12,2% em relação ao mesmo mês do ano passado, fechando o ano com crescimento de 5,6%. Na mesma linha, o fluxo de visitantes em Shopping Centers no geral, aumentou em 12,9%, em média, em 2021 na mesma base de comparação. O fôlego no último mês do ano, no entanto, não garantiu recuperação da normalidade, o varejo em lojas de shopping ainda recebeu, em média, 40,0% menos visitantes em 2021 do que em 2019, período pré-pandemia.



Fluxo de visitas no ano de
2021 em Shopping Center e
lojas físicas
no Brasil

Varição anual do fluxo

de visitas em shopping no ano de 2021 (%)





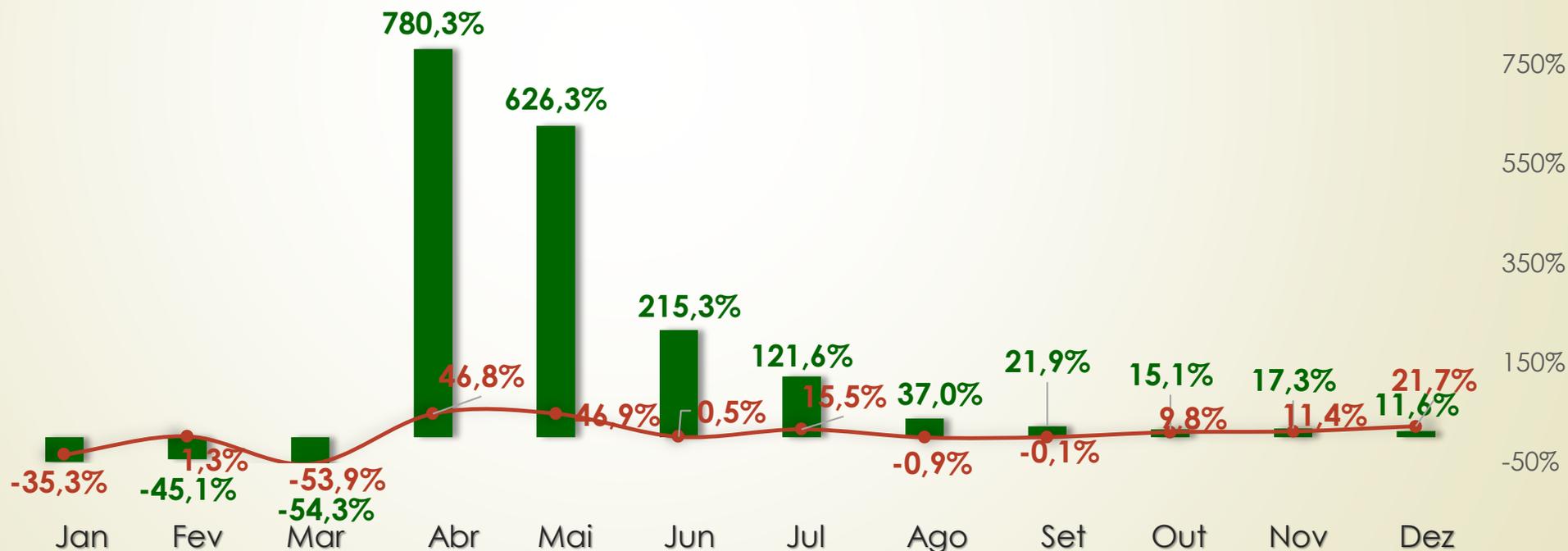
Índice de shopping

Fluxo de visitas no ano de 2021



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

Mês x Mês: Em relação ao mês anterior



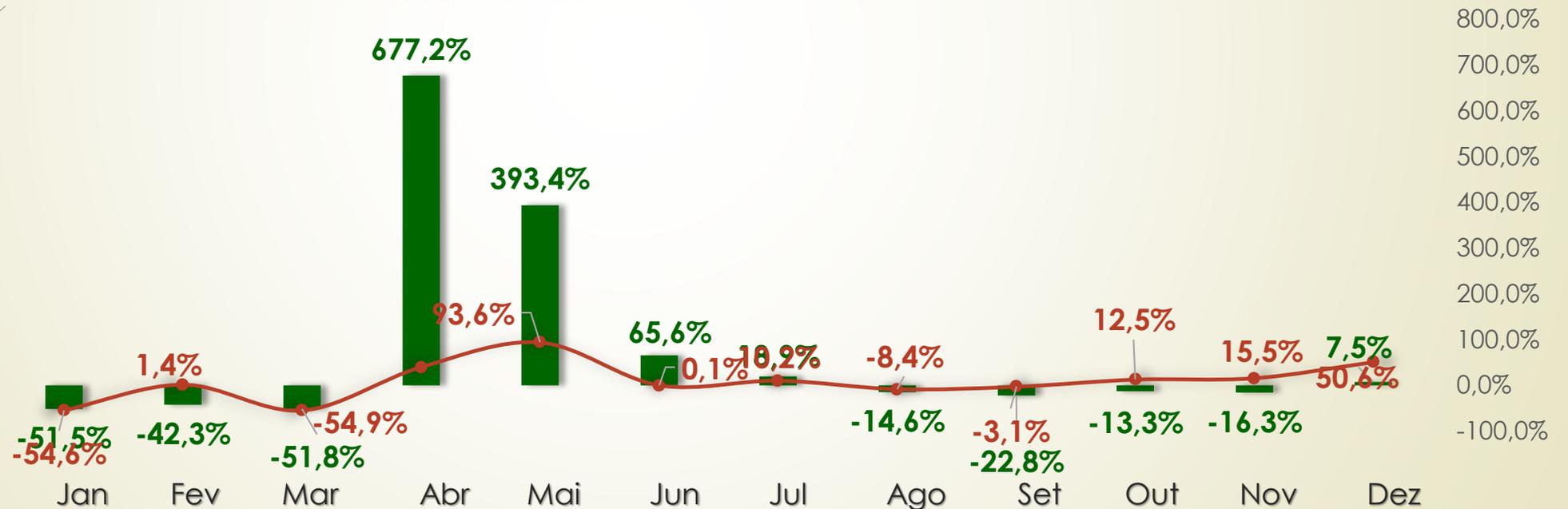


Índice de lojas físicas

Fluxo de visitas no ano de 2021



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



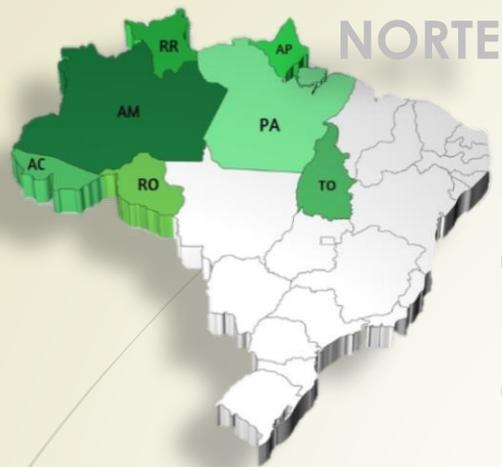


Fluxo de visitas no ano de 2021

O fluxo de consumidores de shopping centers no Brasil registrou forte crescimento nos últimos meses quando comparado com o mesmo período do ano anterior. É o que mostra o **Índice de Performance do Varejo (IPV)**, feito em conjunto pela **HiPartners**, fornecendo insights estratégicos para o varejo, a partir dos dados fornecidos por suas investidas: FX Data Intelligence - plataforma de monitoramento do comportamento do consumidor, F360° - plataforma de gestão financeira, e Harmo - plataforma de feedback intelligence. Os dados são cancelados pela **SBVC (Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo)** e pela 4Intelligence, empresa que desenvolve plataformas de inteligência para o mercado B2B, responsável também pela metodologia das análises, garantindo mais equilíbrio ao estudo e agregando outros índices para homologar a sinergia com diferentes benchmarks do mercado, como a PMC (Pesquisa Mensal de Comércio) e o Google Mobility



Fluxo de visitas no ano de 2021 em Shopping Center e lojas físicas **por região**

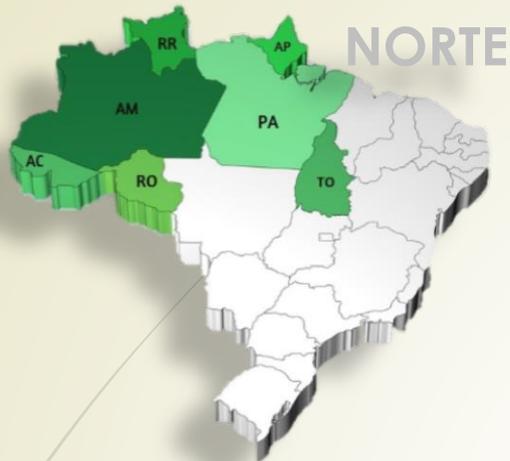


Índice de shopping

Fluxo de visitas no ano de 2021 por região



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

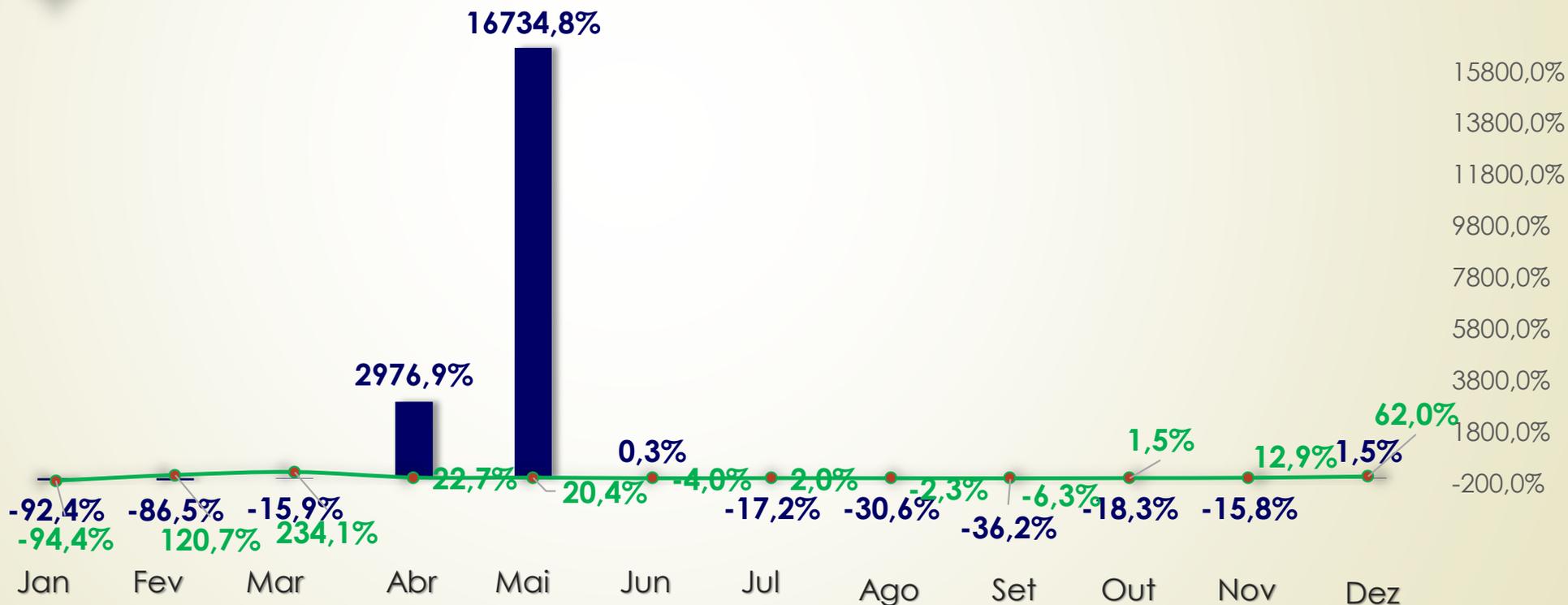


Índice de lojas físicas

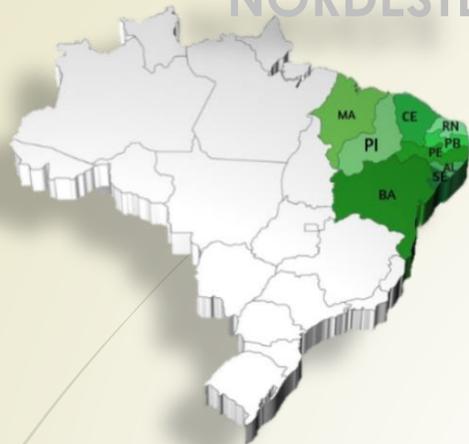


Fluxo de visitas no ano de 2021 por região

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



NORDESTE



Índice de shopping

Fluxo de visitas no ano de 2021 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 no ano de 2021 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 no ano de 2021 por região

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

Mês x Mês: Em relação ao mês anterior

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



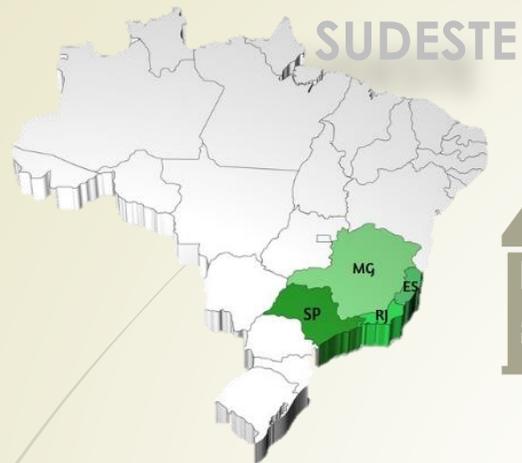
Índice de lojas físicas



Fluxo de visitas no ano de 2021 por região

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





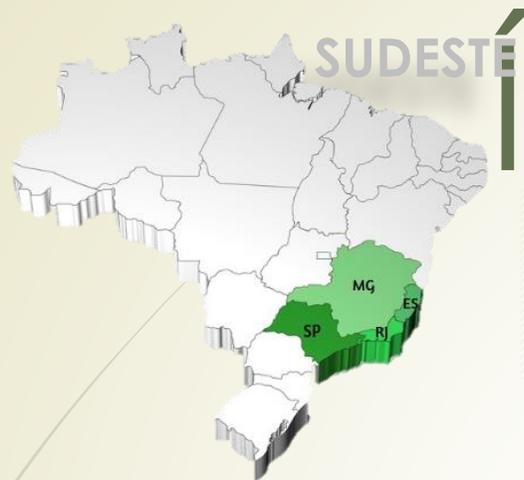
Índice de shopping

Fluxo de visitas no ano de 2021 por região

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

Mês x Mês: Em relação ao mês anterior



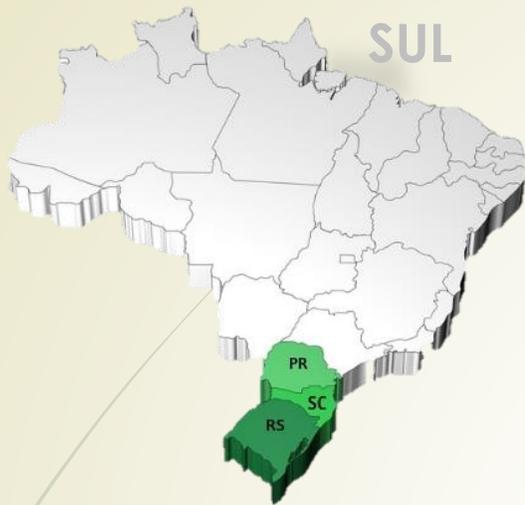


Índice de lojas físicas

Fluxo de visitas no ano de 2021 por região

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





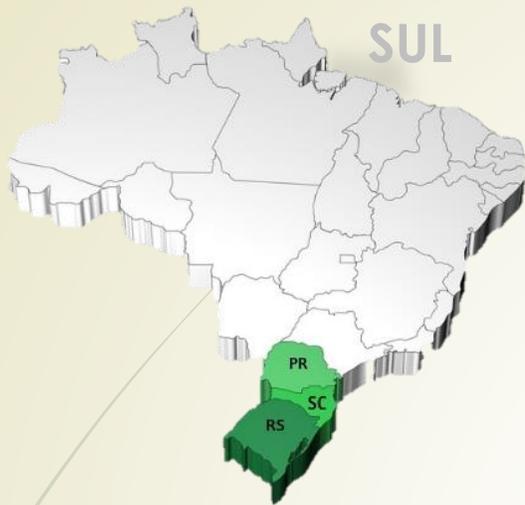
Índice de shopping

Fluxo de visitas no ano de 2021 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 no ano de 2021 por região

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

Mês x Mês: Em relação ao mês anterior





Fluxo de visitas no ano de 2021 por região

O fluxo de visitas em lojas físicas e shopping centers em todas as regiões do país apresentou crescimento em comparação ao mesmo período de referência do ano anterior, o que representa a evolução do setor de forma positiva.



Fluxo de visitas
no ano de 2021
por segmento

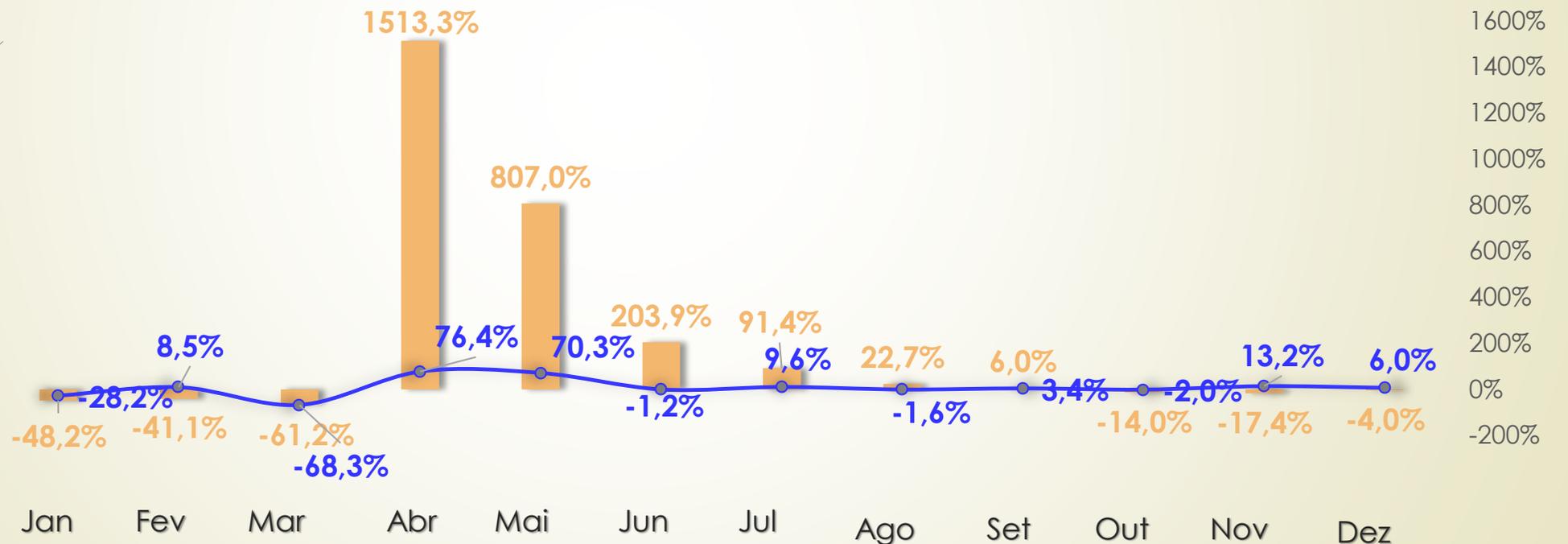


Índice de lojas físicas

Fluxo de visitas no ano de 2021 por segmento



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





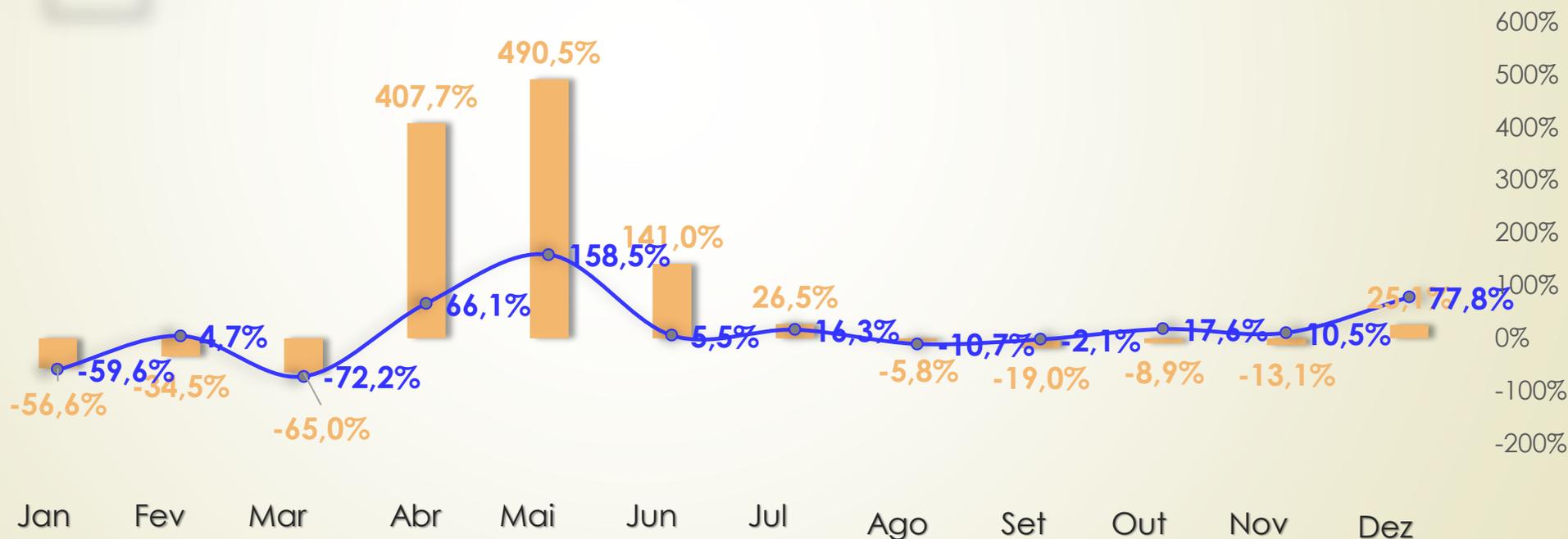
Índice de lojas físicas

Fluxo de visitas no ano de 2021 por segmento

MODA



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





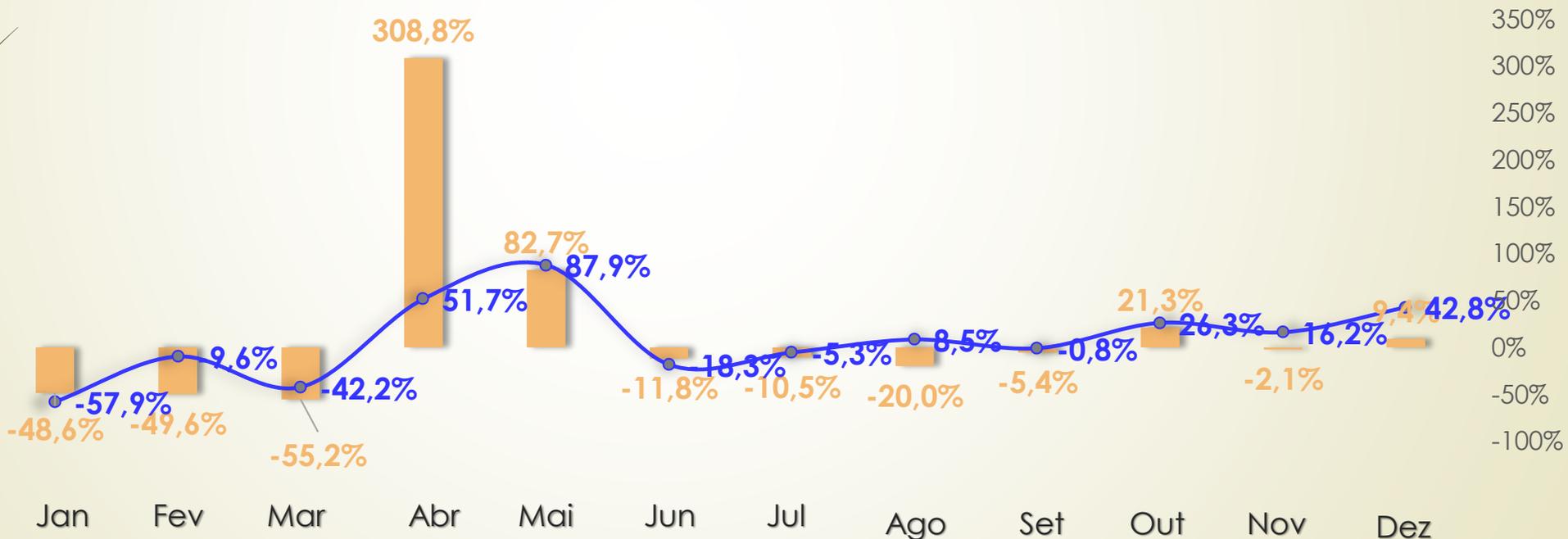
Índice de lojas físicas

Fluxo de visitas no ano de 2021 por segmento

BELEZA



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





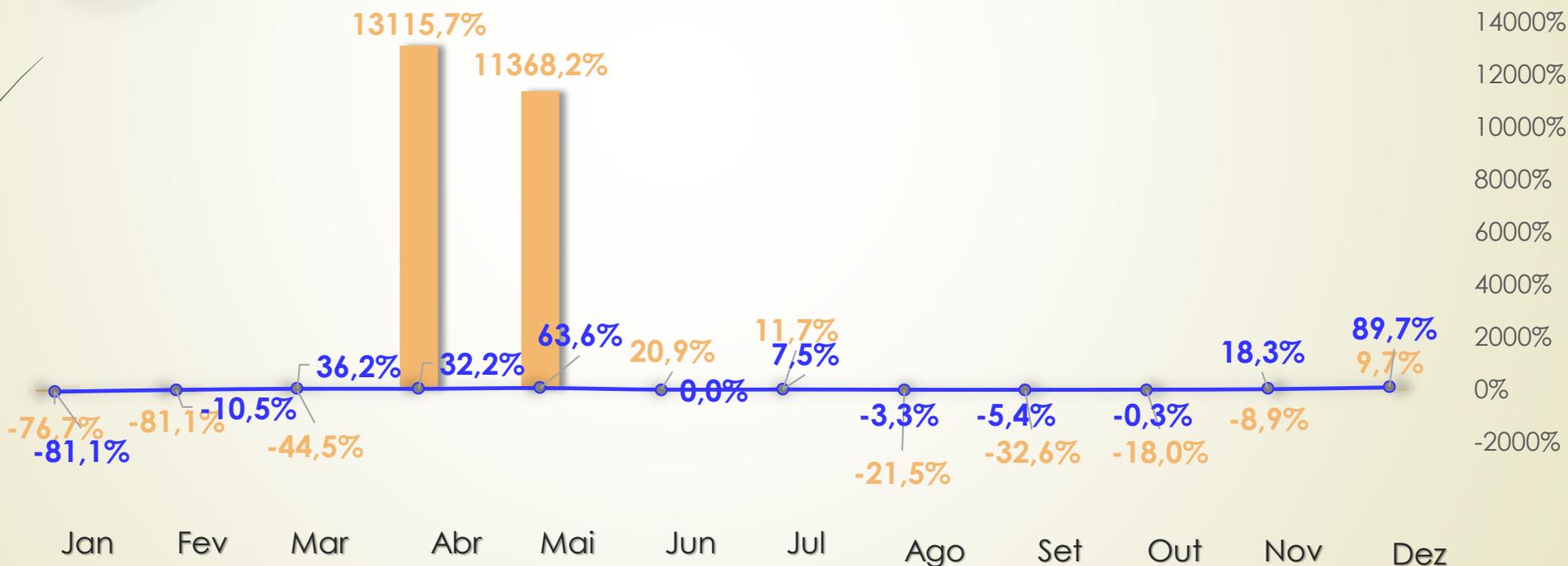
Índice de lojas físicas

Fluxo de visitas no ano de 2021 por segmento

CALÇADOS



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





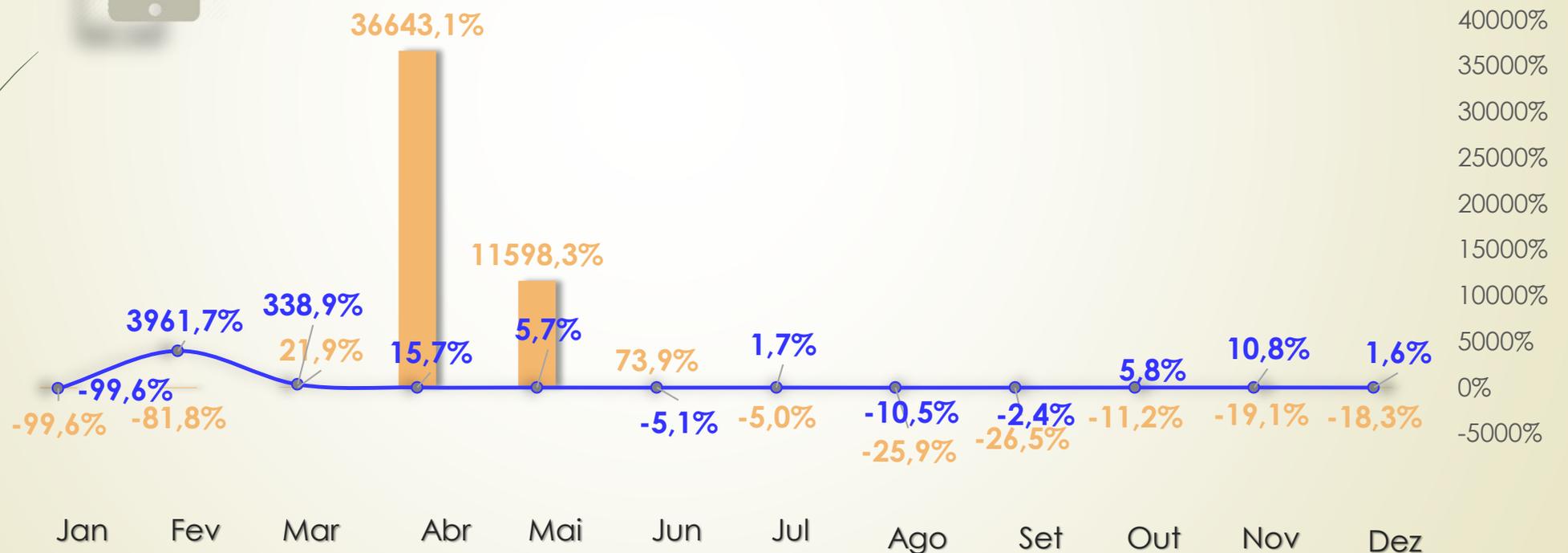
Índice de lojas físicas

Fluxo de visitas no ano de 2021 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

Fluxo de visitas no ano de 2021 por segmento

DROGARIA



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



Fonte: IPV - Índices de Performance do Varejo

*números não divulgados nos relatórios anteriores por falta de dados de amostragem.



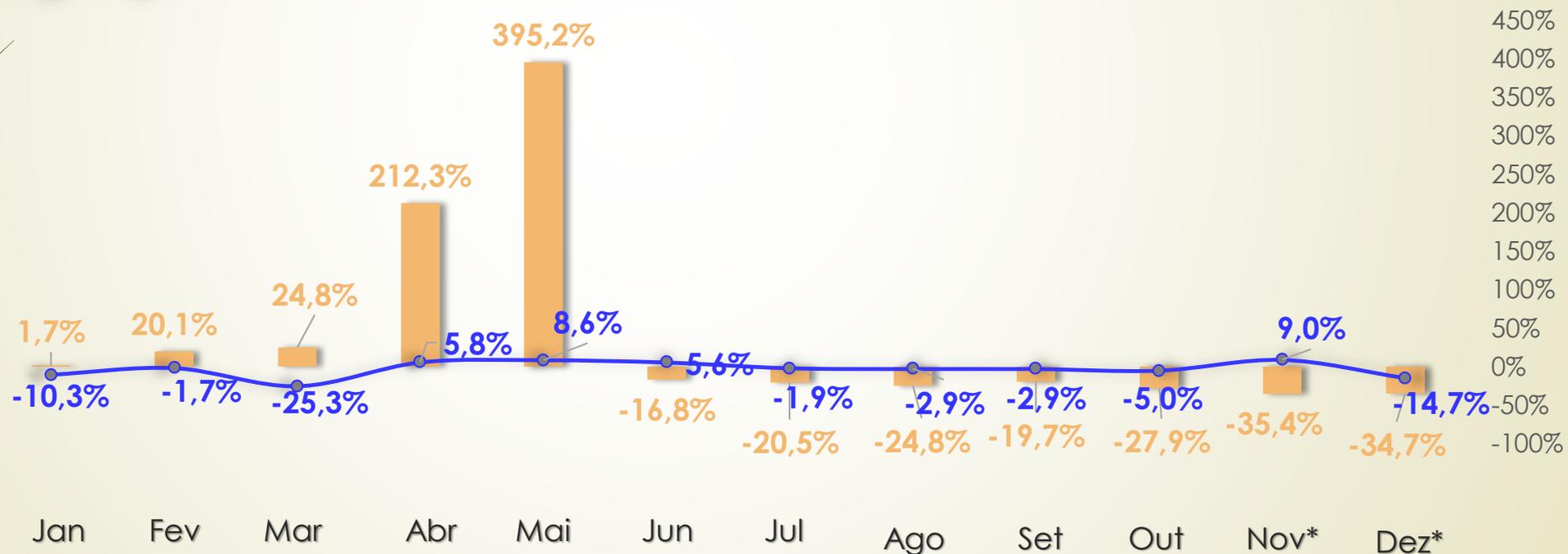
Índice de lojas físicas

HOME CENTER



Fluxo de visitas no ano de 2021 por segmento

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





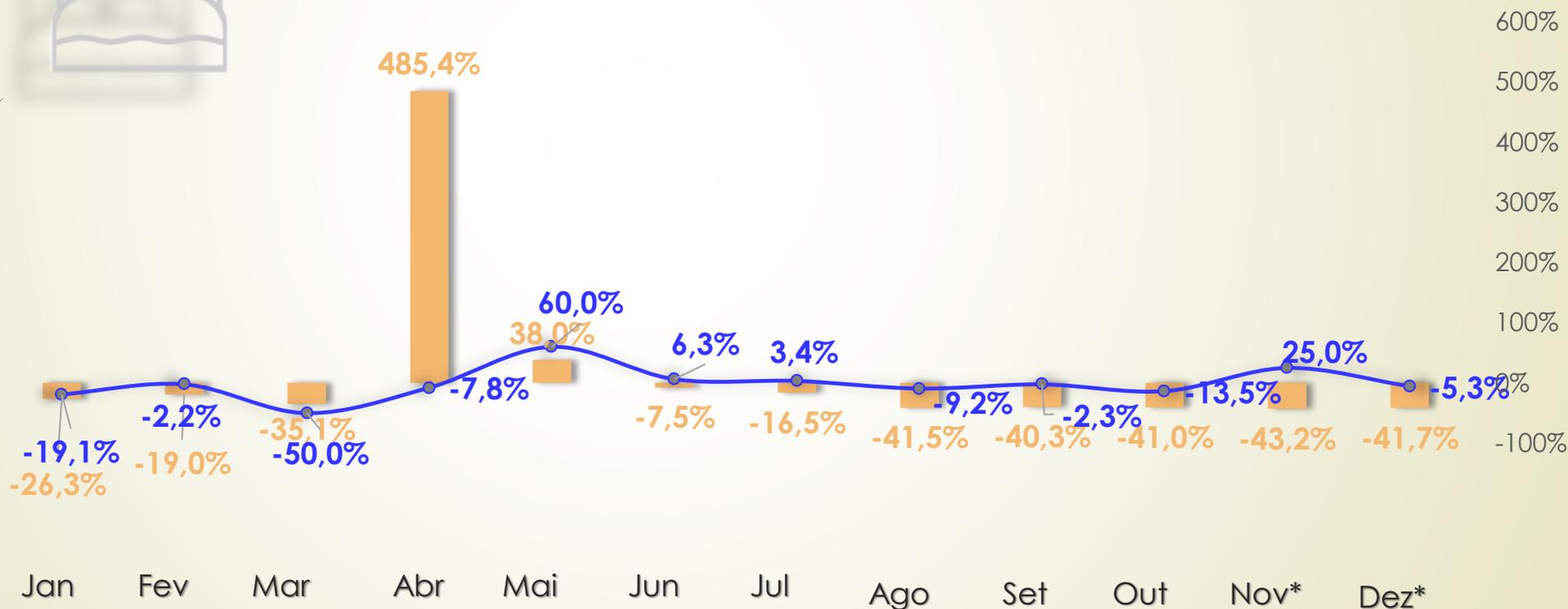
Índice de lojas físicas

Fluxo de visitas no ano de 2021 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 no ano de 2021 por segmento

O segmento de vestuário destacou-se de forma positiva em dezembro, com avanço na visitação a estabelecimentos de moda (25,1%) e de calçados (9,7%), na comparação com o mesmo mês de 2021, seguidos pelo segmento de beleza (9,4%). Esses segmentos são costumeiramente procurados no período natalino. Em 2021, no acumulado do ano, apenas ótica apresenta crescimento (2,0%), com destaque negativo para lojas de departamento (-25,6%).



Vendas nas lojas físicas **do Brasil**



Faturamento

Lojas físicas – ano de 2021 no Brasil

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



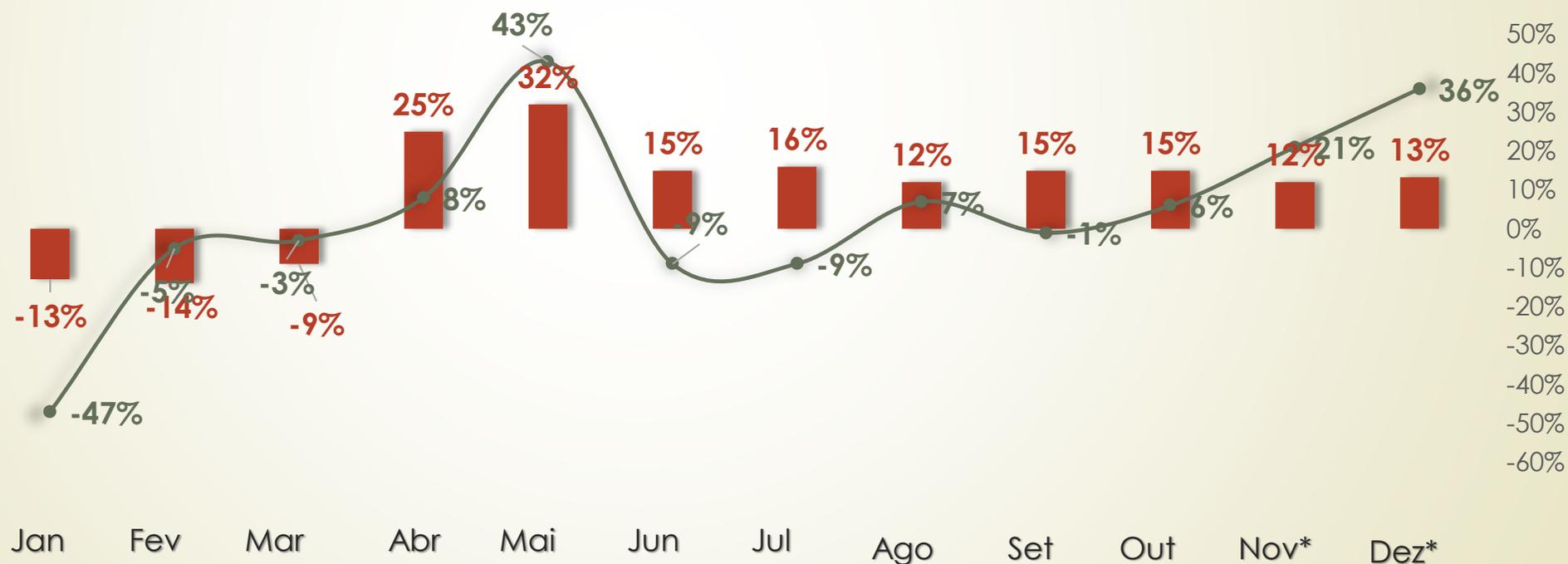


Cupons

Lojas físicas – ano de 2021 no Brasil

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

Mês x Mês: Em relação ao mês anterior

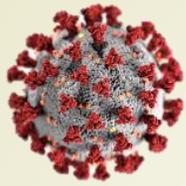




Faturamento e Cupons

Vendas ano de 2021 no Brasil

Em 2021, o faturamento nominal aumentou 10,1% em relação a 2020 considerando lojas de shopping e de rua, e o número de cupons avançou em 10,0%, mantendo o ticket médio nominal relativamente estável. Ao longo do ano, as datas comemorativas tradicionais ajudaram a aumentar a performance de vendas pontualmente. No entanto, o aumento do faturamento está também associado ao aumento geral de preços que permeou toda a economia em 2021. A inflação ao consumidor registrou 10,1%, puxada pelo aumento dos preços de transportes, habitação e alimentos e bebidas. O repasse do aumento de custos ao preço final pode explicar parte do aumento do faturamento, nesse caso, o ticket médio manteve-se estável por conta de preços mais elevados.



Shopping center e Loja física

Pós pandemia

Uma grande transformação ocorrida pós pandemia, que vem acontecendo, geram fortes consequências positivas para o futuro.

Junto a vacinação em massa da população global contra a Covid-19, as perspectivas são otimistas para o fim da pandemia. A diminuição do ritmo de contágio da doença já vem provocando boas expectativas em relação à recuperação da economia.

Através do Estudo apresentado vemos parte dessa recuperação nos shopping centers. Já lojas de rua ainda sofrem com a pandemia. Neste caso, a reinvenção e reestruturação das lojas, através de ferramentas digitais, é quase que obrigatória para atrair o público.

Ficha Técnica

Realização SBVC:

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

Fernanda Besnosoff – Coordenadora de Pesquisas e Estudos da SBVC

Diretoria SBVC:

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

Alberto Serrentino – Vice-Presidente e Conselheiro Deliberativo da SBVC e 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

PARCERIA

Flávia Pini – Flávia Pini, sócia da HiPartners Capital & Work



OBRIGADO.