



MAPEAMENTO

Fluxo de visitas em Shopping Center e lojas físicas do Brasil

Agosto/ 2021

Realização:



Parceria:



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 apenas os números Fluxo de Visitas gerado pela FX Data Intelligence.

Para conhecer a Metodologia, acesse:

<https://www.fxdata.com.br/nota-metodologica-ipv.pdf>

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 em 2020**
R\$ 192,8 BILHÕES DE FATURAMENTO (EM 2019) **(QUEDA DE 32,2%)**

 **110.938 LOJAS**

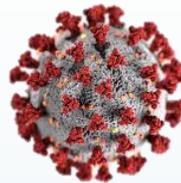
 **13 SHOPPINGS A INAUGURAR (EM 2021)**

 **998 MILHÕES DE EMPREGOS GERADOS**

 **341 MILHÕES VISITANTES/ MÊS**

O varejo de shopping no Brasil

SITUAÇÃO ATUAL DO SETOR

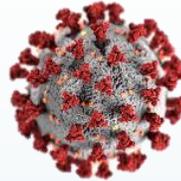


Forbes Money - 11/07/2021
Solange Guimarães

*Para preencher os vazios, o setor está se adaptando aos **novos hábitos de consumo** que ganharam força ao longo da pandemia e acelerando o debate sobre **inovação** e **transformação digital** dos shoppings. É certo, por exemplo, que o e-commerce ganhou espaço e, para muitos produtos, a compra presencial deixou de fazer sentido. Nesse caso, a estratégia é oferecer soluções omnichannel, em que o shopping atua como mall as a hub, integrando o varejo físico e o digital, conectando lojistas e disponibilizando espaços para estoques, centros de distribuição, cross docking e outras ferramentas de logística; dark stores (lojas fechadas que só vendem pela internet) e marketplaces. Até as **garagens**, que representam algo em torno de 20% do faturamento dos shoppings, estão sendo repensadas.*

O varejo de shopping no Brasil

SITUAÇÃO ATUAL DO SETOR



Forbes Money - 11/07/2021
Solange Guimarães

*As garagens também estão aproximando o shopping do **delivery**. O espaço tem sido aproveitado para **dark kitchen** e **dark stores**, dois modelos de negócios que cresceram com a pandemia. São cozinhas industriais e lojas que só vendem pela internet e optam por esses espaços pela proximidade com o cliente, o que reduz o custo e o tempo de entrega e pela facilidade de acesso para os entregadores. O atendimento a portas fechadas tem atraído tanto empreendedores novos, surgidos com a crise de emprego, como comerciantes estabelecidos que precisaram cortar custos com a crise, principalmente restaurantes que trocaram as salas de jantar que acomodavam os clientes por um sistema mais robusto de produção e distribuição de alimentos, com foco em **escalabilidade** e **frequência**.*

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

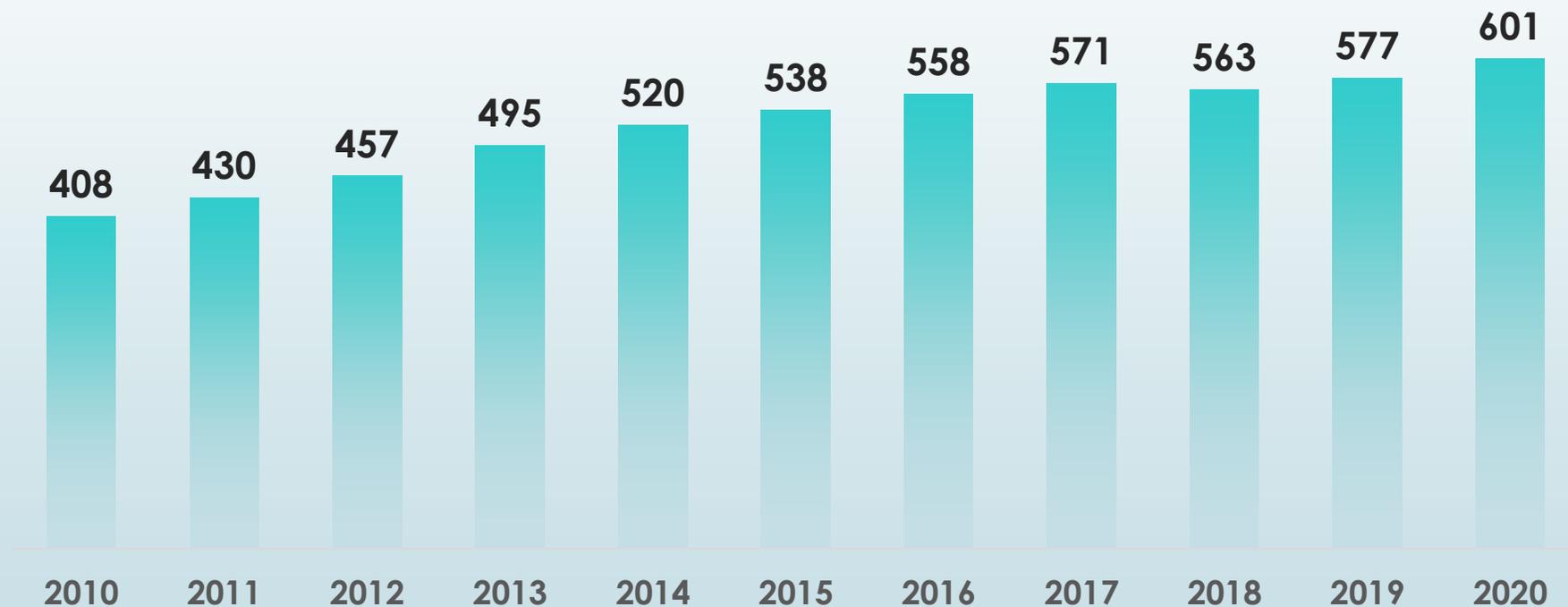
ESTADOS	Nº DE SHOPPINGS	Nº DE SHOPPINGS ESTIMADO P/ O FINAL DE 2021	ABL TOTAL EM OPERAÇÃO (m ²)
MA	11	11	278.632
RN	7	7	169.951
MT	7	8	225.139
PB	7	8	251.876
MS	6	6	158.615
AL	4	4	152.418
SE	5	5	165.193
PI	5	5	135.533
TO	2	2	48.080
RR	2	2	39.194
AP	2	2	50.133
RO	1	1	43.652
AC	1	1	28.576
Total	601	614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

Faturamento

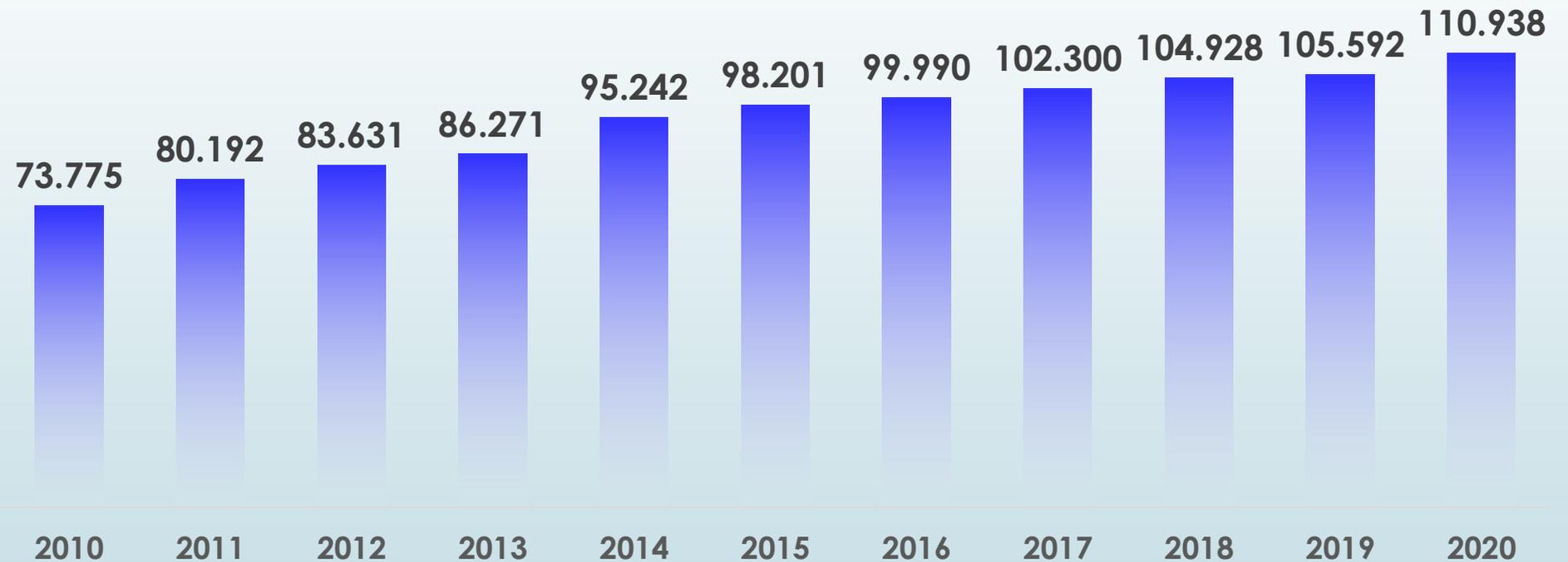
(em R\$ bilhões/ ano)



Número de shoppings



Número de lojas



Evolução do setor

ABL (milhões m²)



Empregos diretos



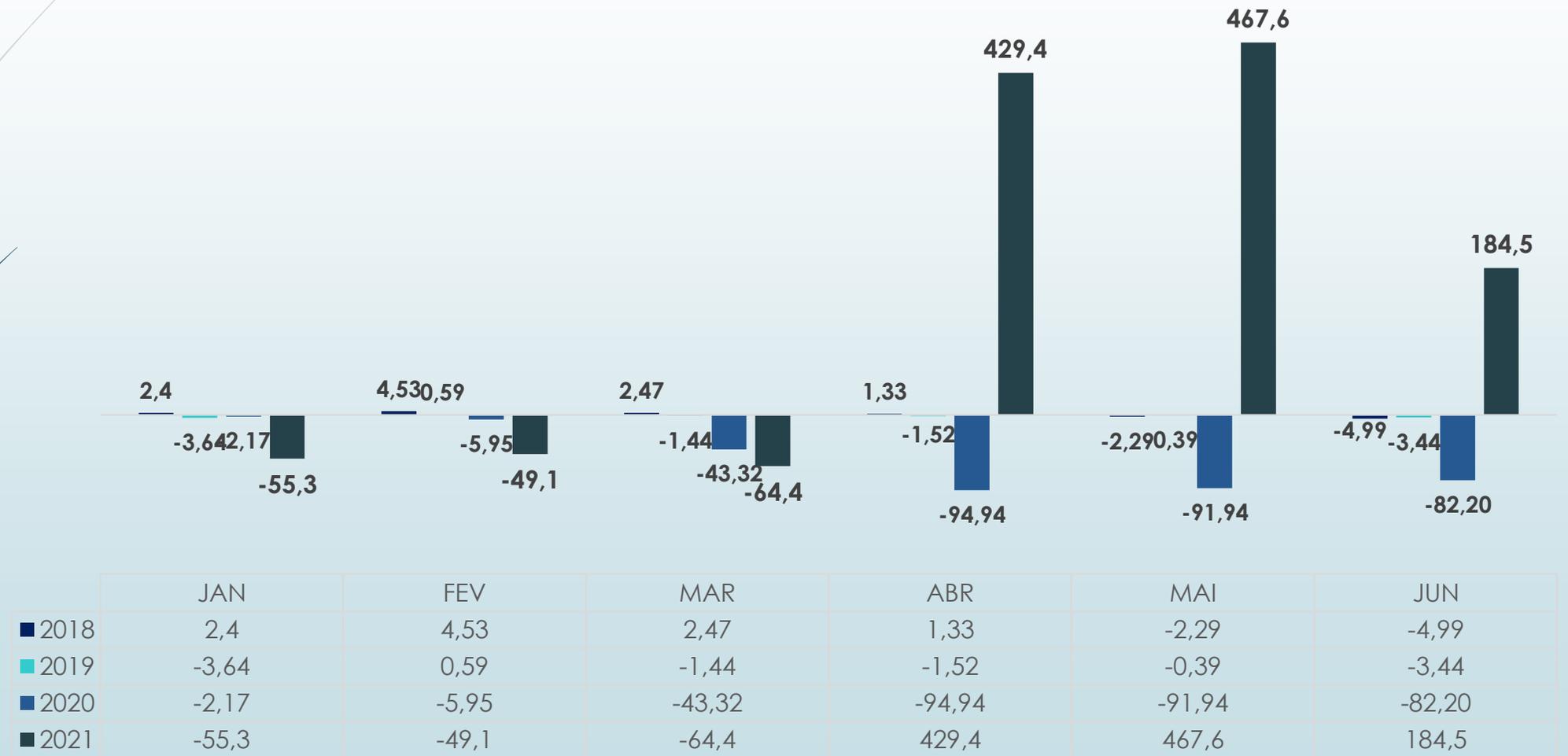
Histórico de visitas de consumidores em milhões



Fluxo de visitas no 1º semestre de 2021 em Shopping Center e lojas físicas **no Brasil**

Variação anual do fluxo

de visitas em shopping no 1º semestre de 2021 (%)



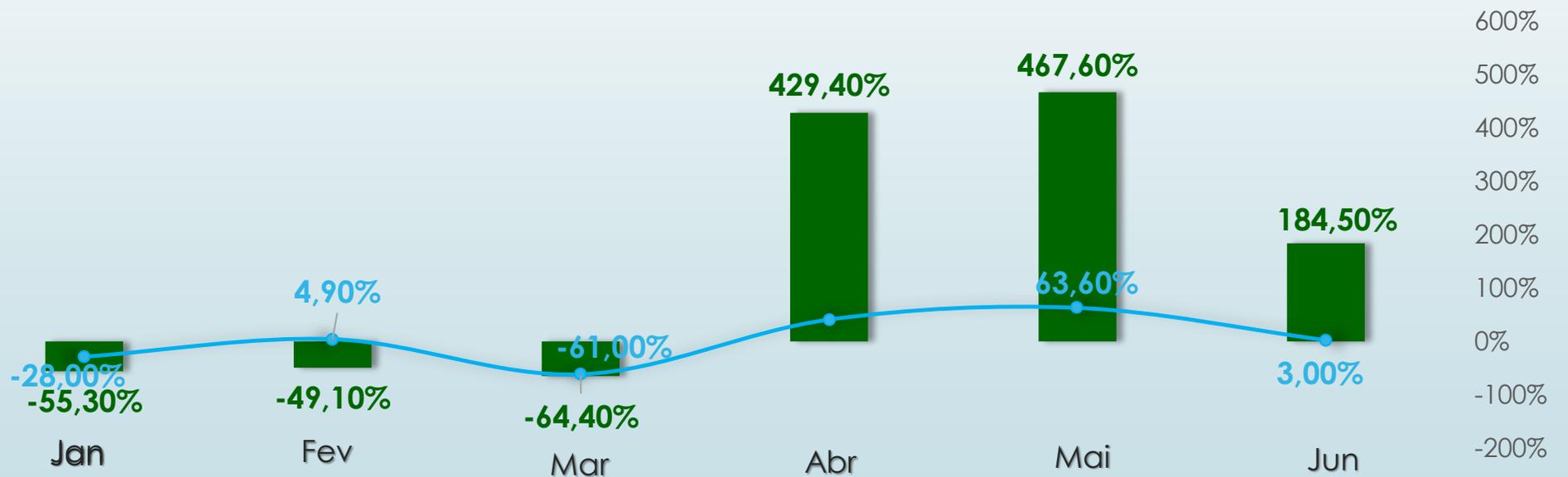


Índice de shopping

Fluxo de visitas no 1º semestre de 2021



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



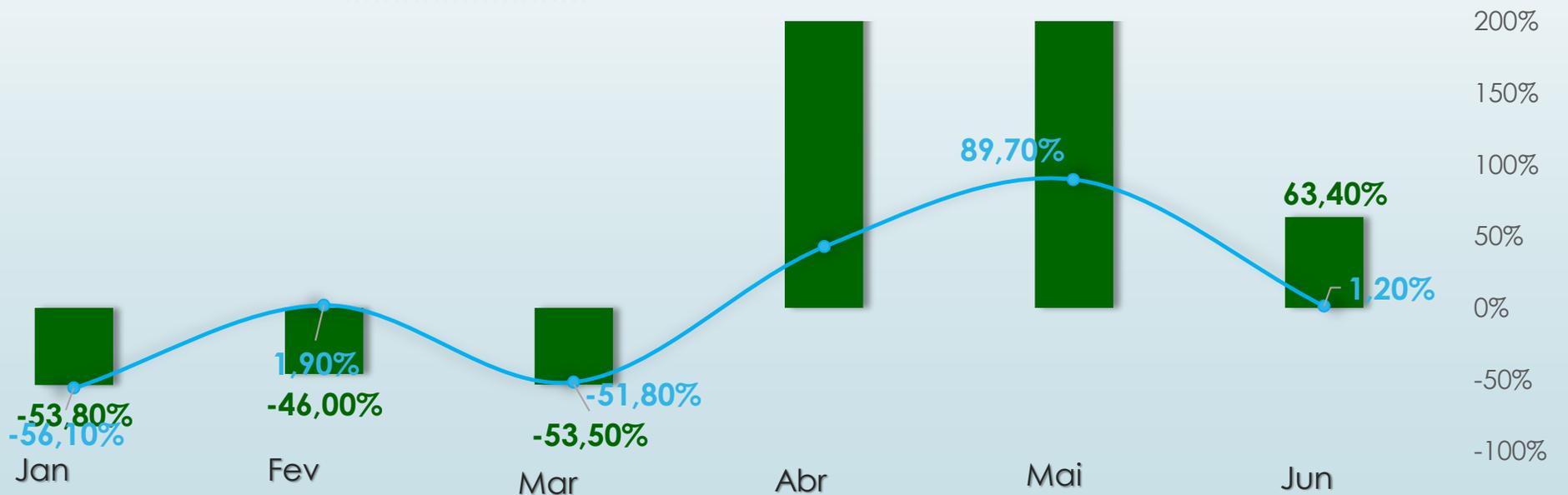


Índice de lojas físicas

Fluxo de visitas no 1º semestre 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 1º semestre de 2021

O fluxo de consumidores de lojas físicas e shopping centers no Brasil registrou forte crescimento nos últimos três 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 **FX Data Intelligence**, especialista em visão computacional dirigida por IA, fornecendo insights estratégicos para o varejo, e pela **F360º**, 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 1º semestre de 2021 em Shopping Center e lojas físicas **por região**



Índice de shopping

Fluxo de visitas no 1º semestre 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 1º semestre de 2021 por região

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

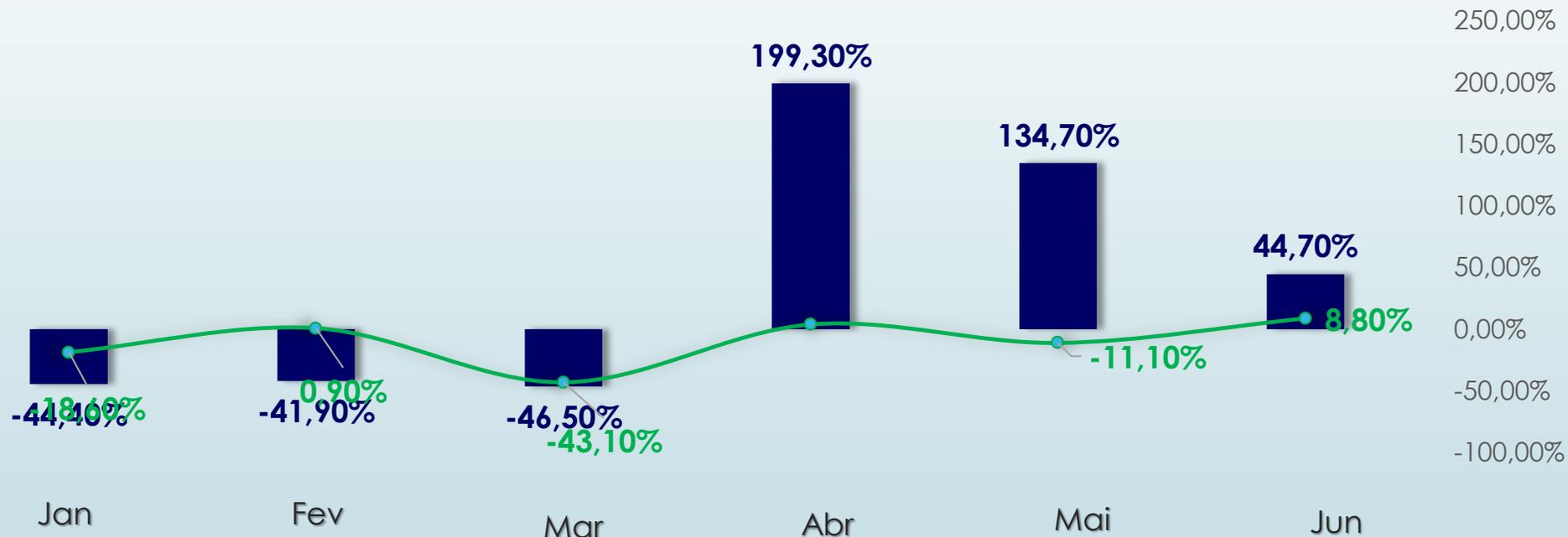




Índice de shopping

Fluxo de visitas no 1º semestre de 2021 por região

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



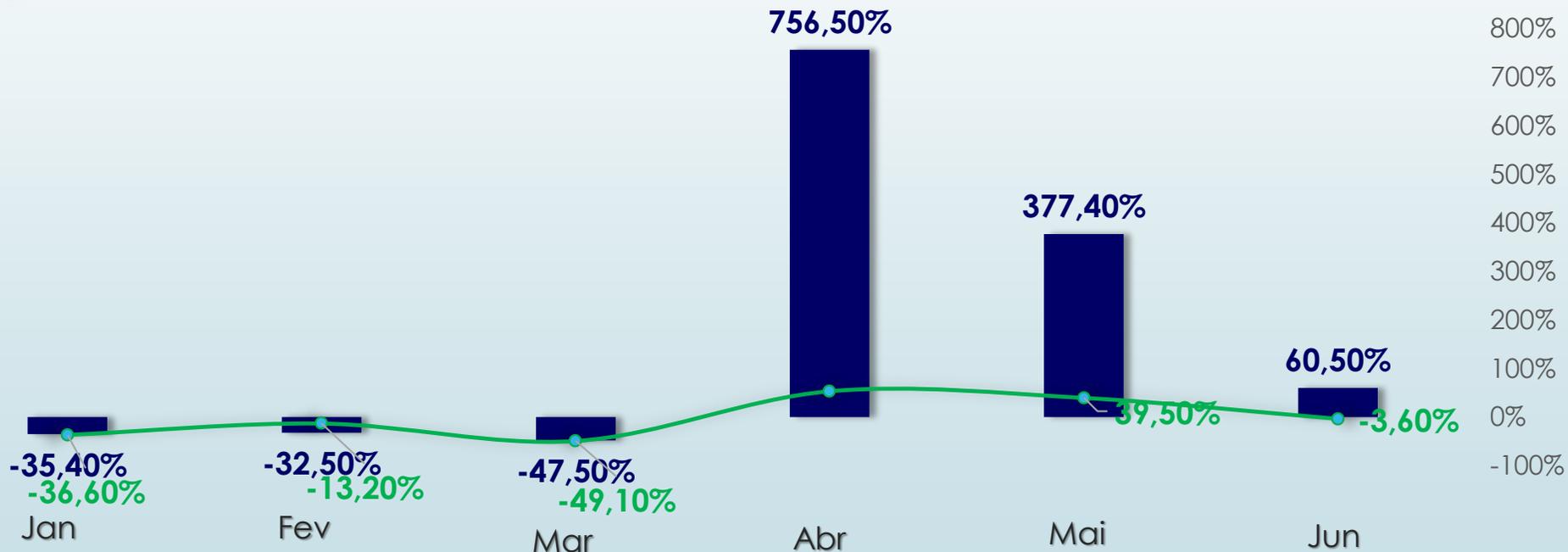


Índice de lojas físicas



Fluxo de visitas no 1º semestre 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 1º semestre 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.

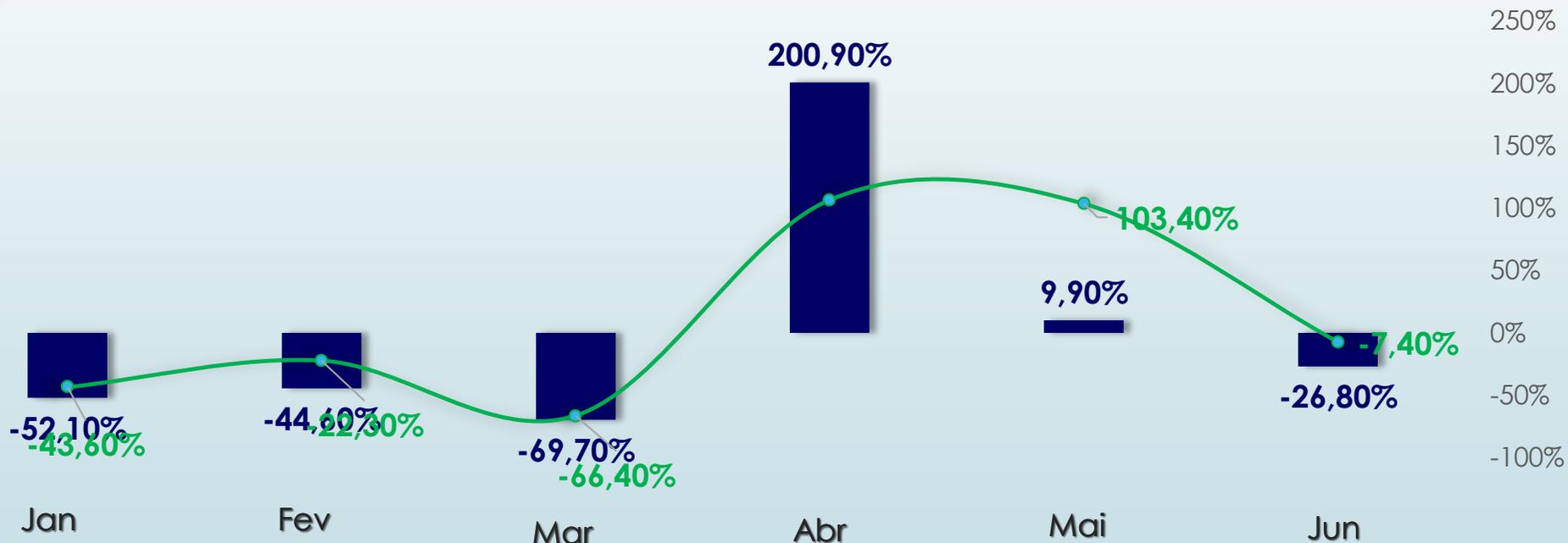


Índice de lojas físicas



Fluxo de visitas no 1º semestre de 2021 por região

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

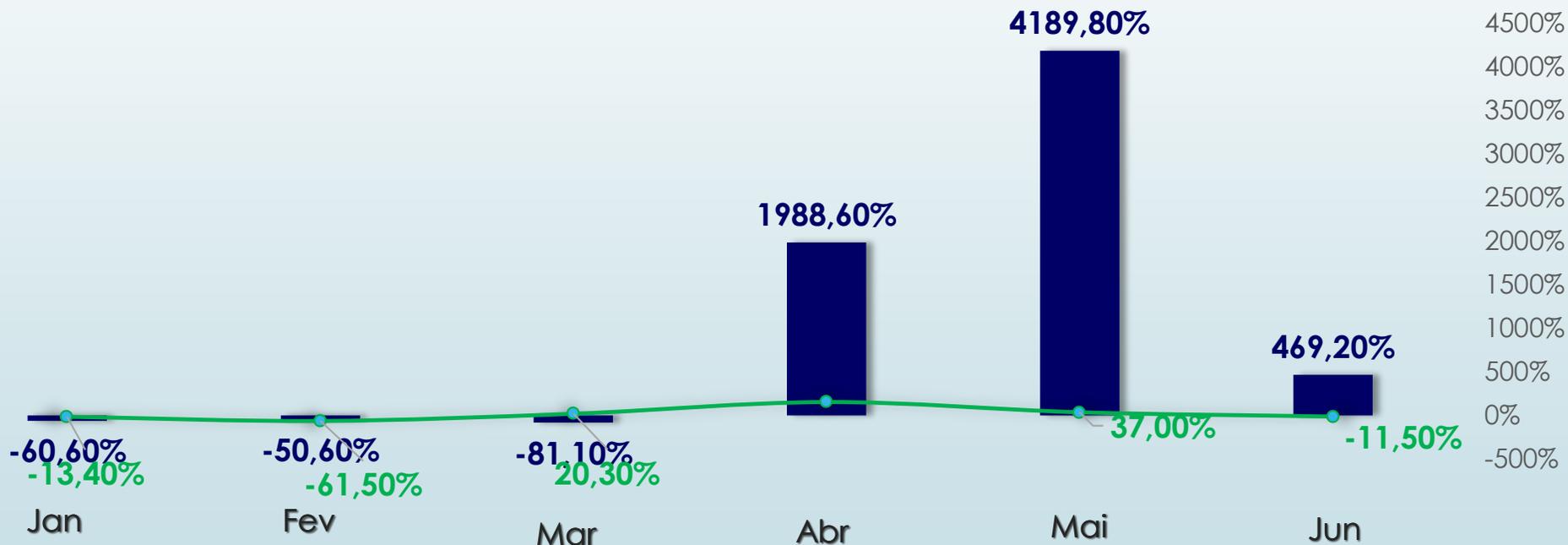




Índice de shopping

Fluxo de visitas no 1º semestre de 2021 por região

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



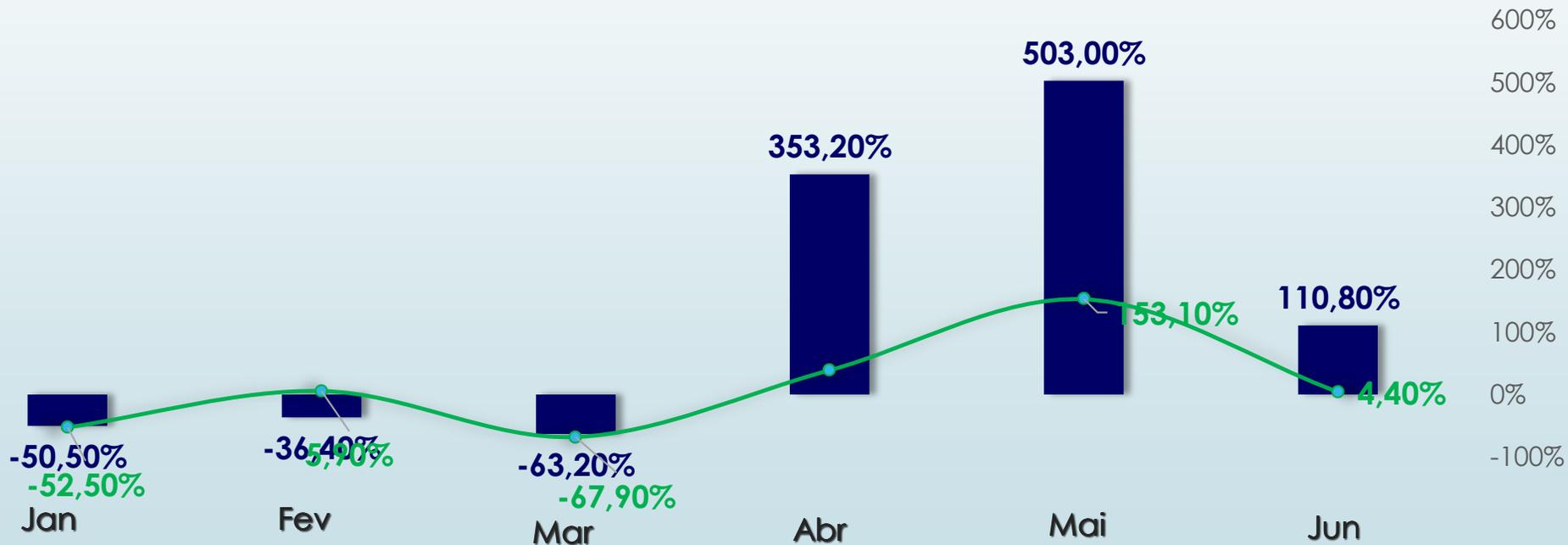


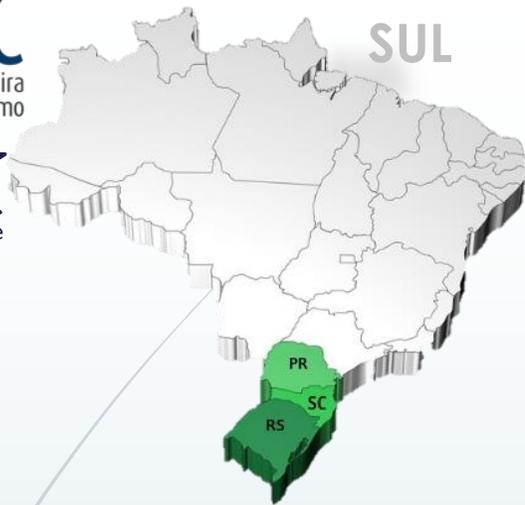
Índice de lojas físicas



Fluxo de visitas no 1º semestre de 2021 por região

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

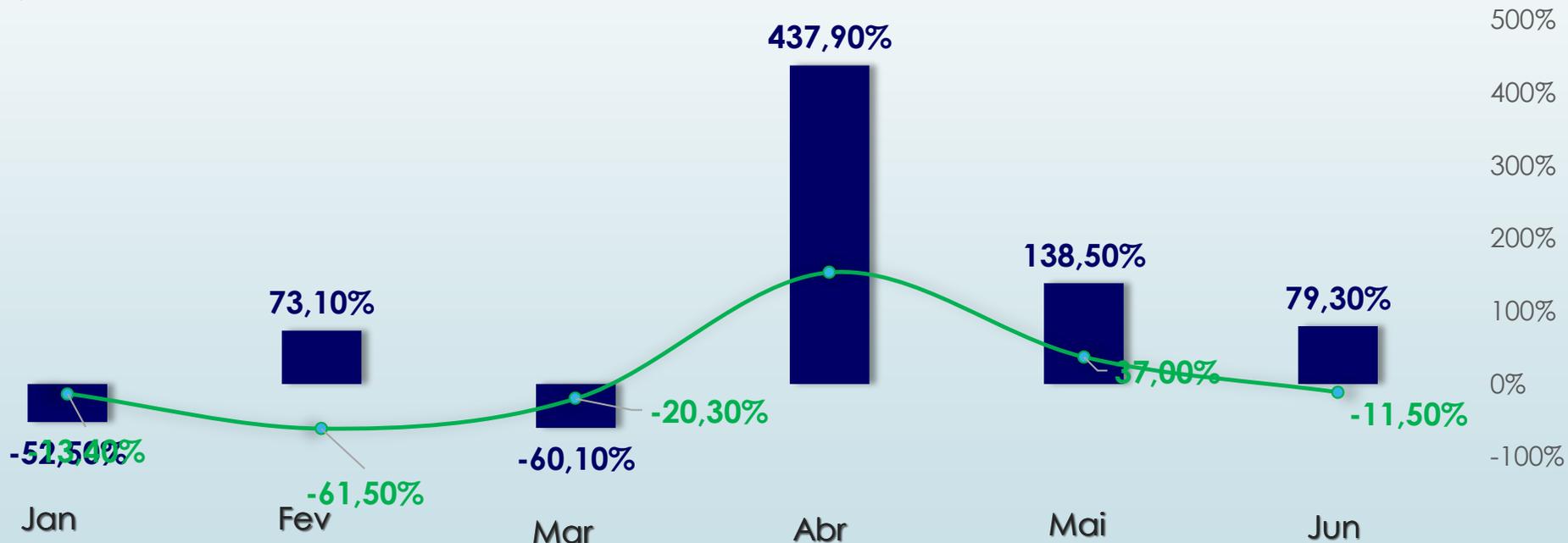




Índice de shopping

Fluxo de visitas no 1º semestre de 2021 por região

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



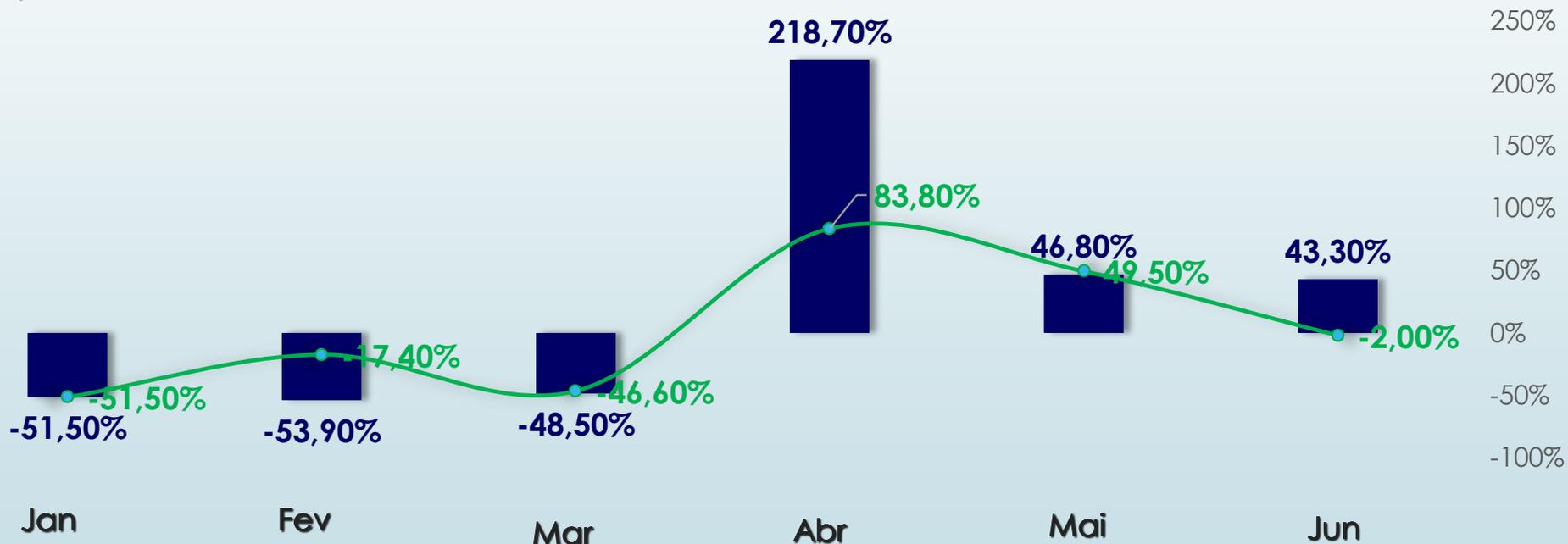


Índice de lojas físicas



Fluxo de visitas no 1º semestre 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 1º semestre 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.

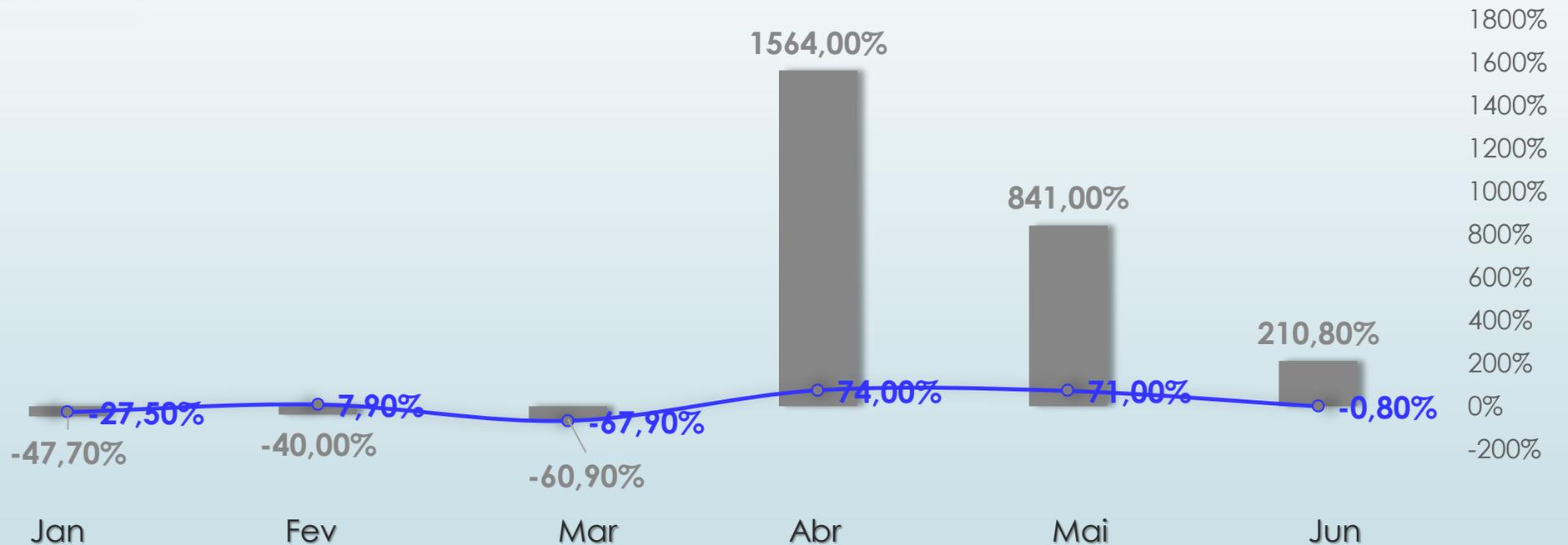
Fluxo de visitas no 1º semestre de 2021 **por segmento**



Índice de lojas físicas

Fluxo de visitas no 1º semestre 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 1º semestre de 2021 por segmento

MODA



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





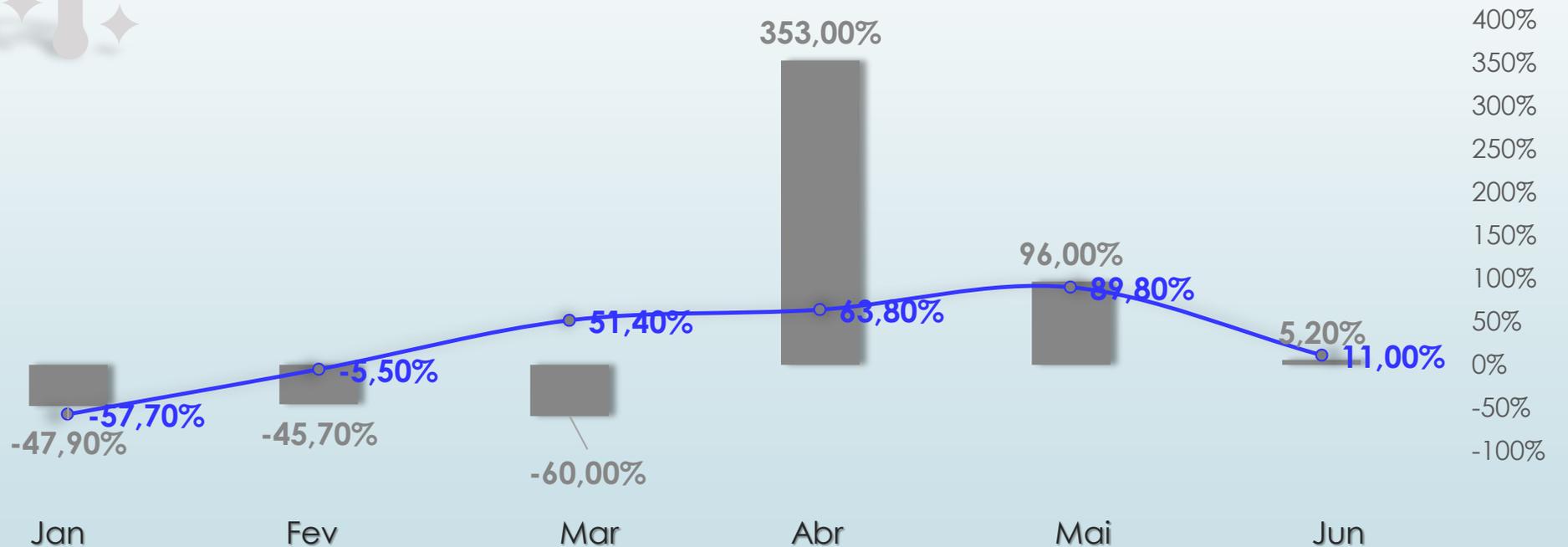
Índice de lojas físicas

Fluxo de visitas no 1º semestre de 2021 por segmento

BELEZA



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





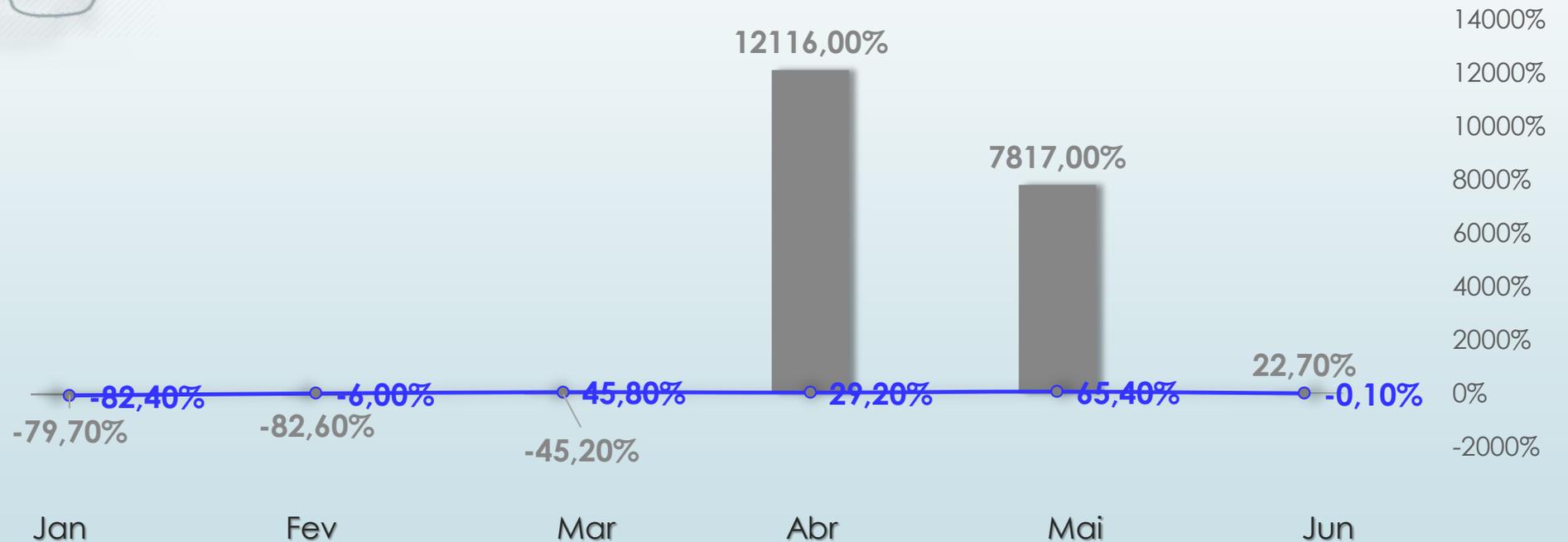
Índice de lojas físicas

Fluxo de visitas no 1º semestre de 2021 por segmento

CALÇADOS



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





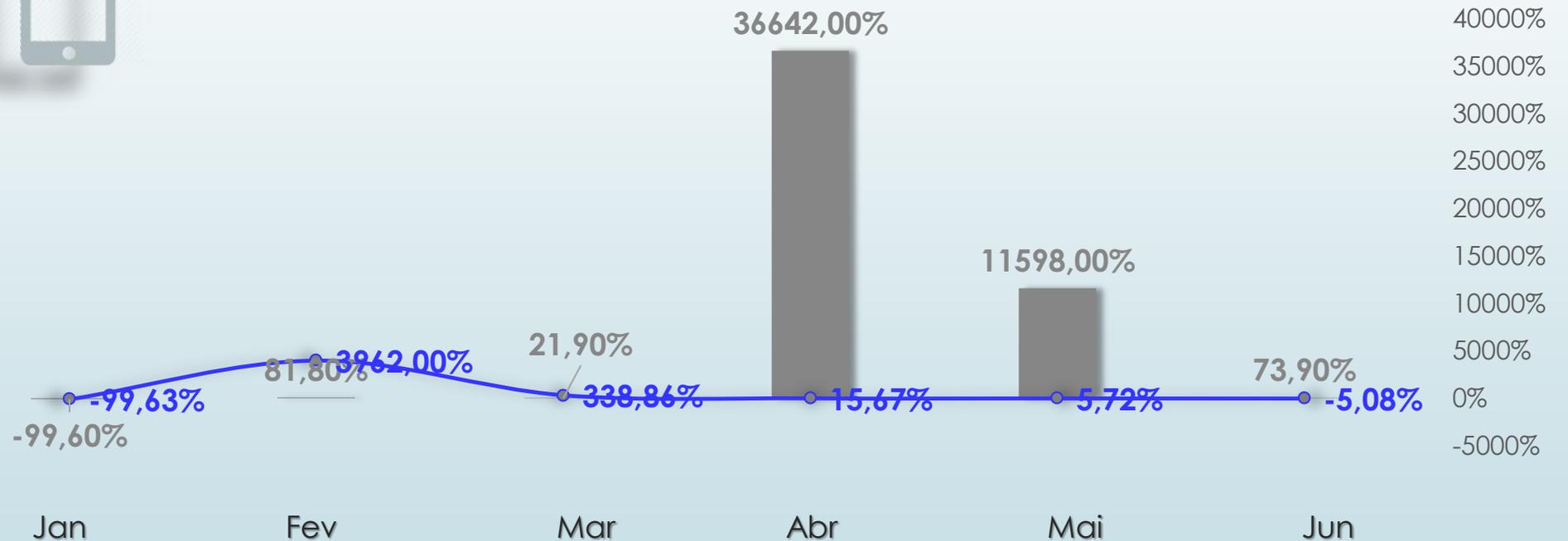
Índice de lojas físicas

Fluxo de visitas no 1º semestre 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 1º semestre de 2021 por segmento

DROGARIA



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



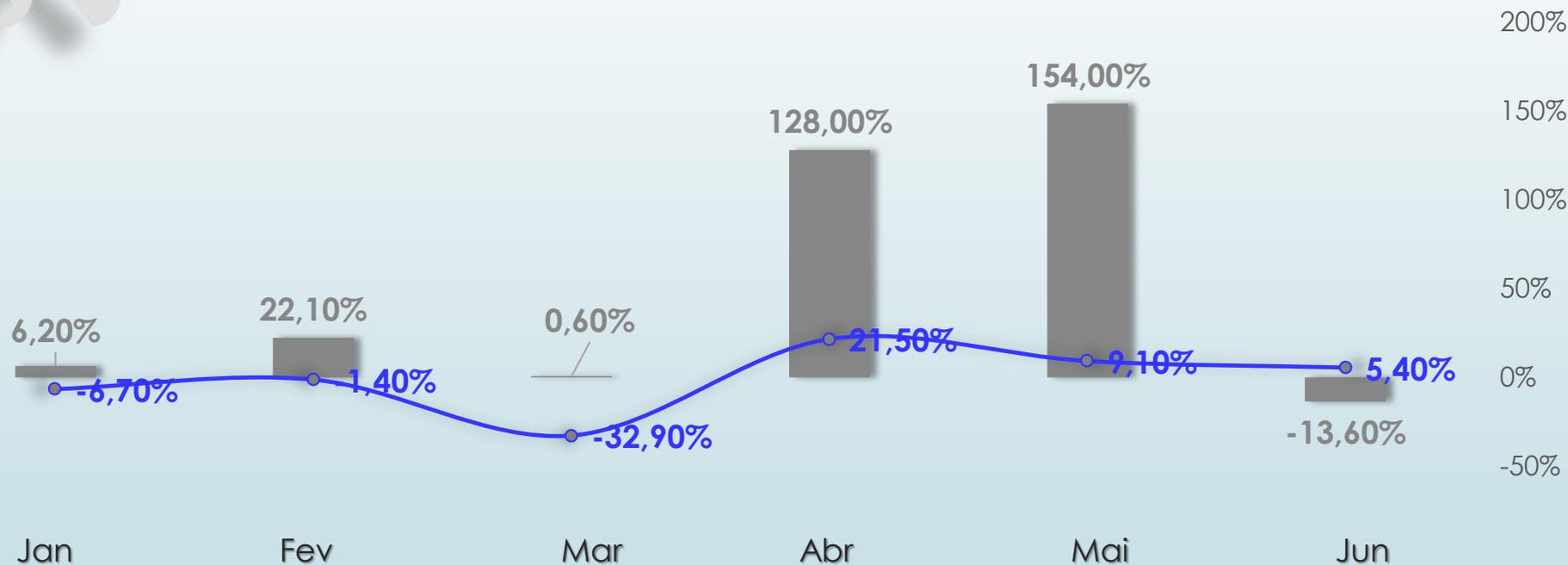


Índice de lojas físicas

HOME CENTER

Fluxo de visitas no 1º semestre de 2021 por segmento

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





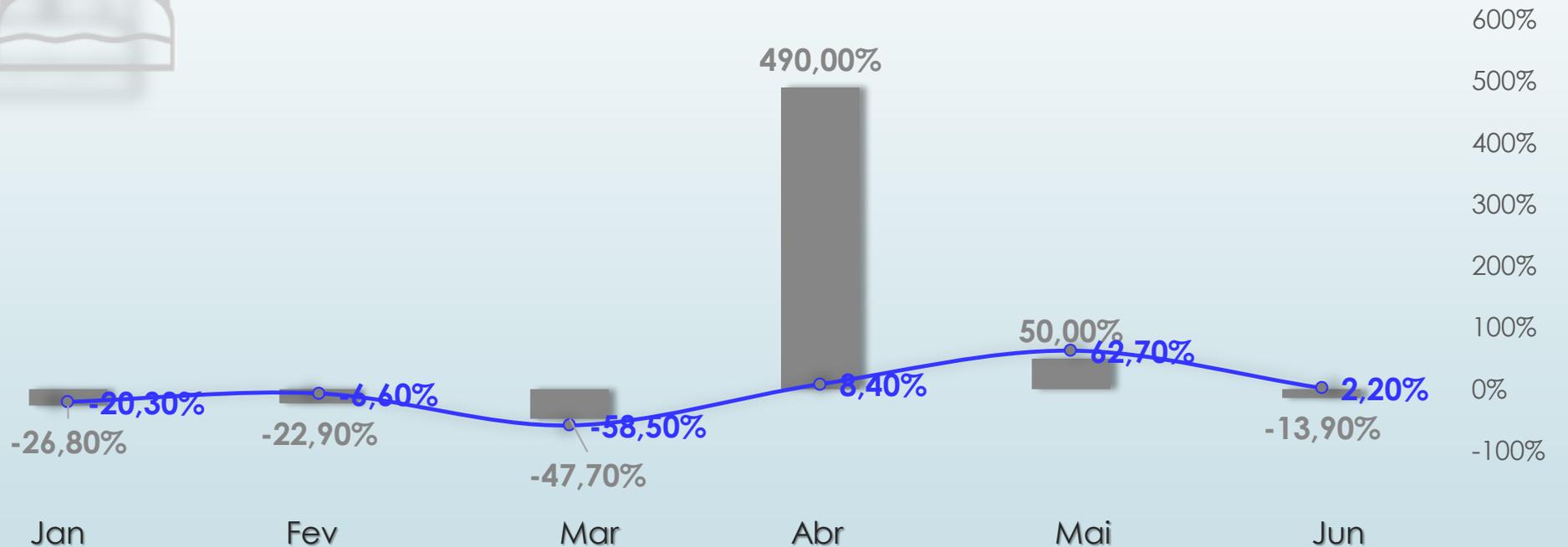
Índice de lojas físicas

Fluxo de visitas no 1º semestre 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 1º semestre de 2021 por segmento

Destacam-se novamente o setor de Tecidos, Vestuário e Calçados, que registrou forte crescimento de 165,3% frente a maio de 2020 e de 16,8% frente a abril de 2021, com ajuste sazonal. O ramo têxtil, bastante afetado pelos efeitos econômicos da pandemia, vem se recuperando, porém o volume de vendas continua 3,1% abaixo do patamar pré-pandemia de fevereiro de 2020.

No mesmo período, os índices de performance de vendas do IPV apontaram aumento de 23,8% na quantidade de boletos gerados (vendas) e de 33,8% no faturamento, com forte expansão do fluxo de visitação a lojas físicas e shopping centers.

Vendas nas lojas físicas **do Brasil**



Faturamento

Lojas físicas - 1º semestre de 2021 no Brasil

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

Mês x Mês: Em relação ao mês anterior

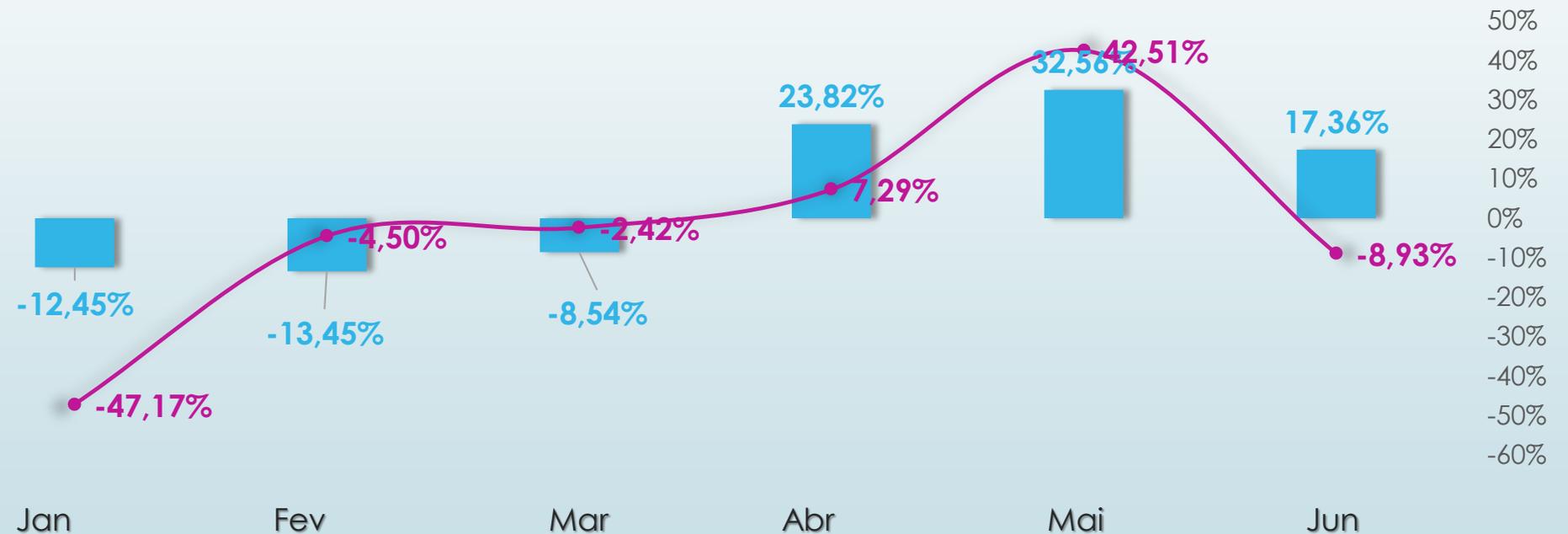




Vendas

Lojas físicas - 1º semestre de 2021 no Brasil

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



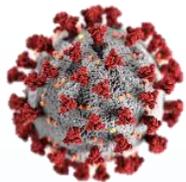


Faturamento e Boletos

Vendas 1º semestre de 2021 no Brasil

O IPV de junho de 2021 indica melhora na performance de vendas do Varejo em relação a junho de 2020. No período, houve aumento de 17,4% na quantidade de boletos gerados (vendas) e de 8,2% no faturamento nominal, com maior contribuição das regiões Sul e Sudeste, conforme apresentado na tabela ao lado.

Destacam-se também as lojas em shopping centers que apresentaram variação anual positiva no volume de vendas (83,9%) e faturamento (84,6%), enquanto as lojas de rua registraram avanço de 6,75% na quantidade de boletos (vendas) frente a junho de 2020 e relativa estabilidade (-0,5%) no faturamento nominal na mesma base de comparação.



Shopping center e Loja física

Pós pandemia

Uma grande transformação ocorrida em 2020 e que vem acontecendo, geram consequências fortes para o futuro, é o aumento da velocidade do varejo.

“Aquele modelo de loja que abria de manhã e fechava a noite esperando o cliente chegar para comprar morreu. A loja física continua existindo, mas não pode mais ser passiva. As lojas precisam interagir com seus clientes usando as ferramentas do mundo digital, para levar os clientes à loja física. A loja precisa ser repensada e ressignificada.”, analisa Eduardo Terra.

“Os números no comparativo anual indicam que o Varejo está retornando ao cenário pré-pandemia. Em junho de 2020, o Varejo já estava em operação em grande parte do país e, mesmo assim, este ano mostra uma curva de crescimento.” comenta Flávia Pini, sócia da HiPartners Capital & Work.

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.