

Com dados do IPV (Índices de Performance do Varejo), SBVC evidencia aumento no fluxo de visitas em shoppings centers no 1º semestre de 2022

Estudo apresenta o fluxo de consumidores e as vendas nos centros de comércio do varejo brasileiro, apontando crescimento geral no país.

São Paulo, Agosto de 2022 – Levantamento apresenta números e insights sobre a presença dos consumidores e as vendas em shopping centers e lojas físicas em todo o país no 1º semestre de 2022. Não é novidade dizer que a pandemia de covid-19 impactou o varejo brasileiro, porém, saber os principais indicadores e extrair insights são os desafios do setor. Trazendo insights e informações para o setor, a Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC) apresenta o Mapeamento de Fluxo de Visitas e Vendas em Shopping Centers e Lojas Físicas do Brasil.

Os dados são oriundos da FX Data Intelligence e da F360°, investidas da HiPartners, Venture Capital focado em Retail Techs, e cancelados pela 4Intelligence e pela SBVC - Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo. O estudo apresenta tanto a variação da quantidade de visitantes e vendas em relação ao mesmo período de 2021, como o comparativo com o mês anterior.

Em junho de 2022, o fluxo de visitação, tanto em lojas de rua quanto de shopping, continua abaixo do visto no período pré-pandêmico (junho/19), com respectivas quedas de 29,2% e 26,0%. A distância em relação à pré-pandemia é a maior observada desde fevereiro para lojas de rua e desde janeiro para lojas de shopping, comparando-se ao mesmo mês de 2019, interrompendo o movimento de recuperação observado até maio deste ano. Já na comparação com o mesmo período do ano passado, houve crescimento de 16,0% para lojas de rua e 21,4% para lojas de shopping. A diferença entre as categorias é ocasionada por uma soma da diferença na base de comparação e um crescimento um pouco mais forte para os lojistas de shopping em relação aos de rua.

| 2022 vs 2019 | Lojas de rua | Lojas de shopping |
|------------------|--------------|-------------------|
| janeiro | -45,84% | -39,84% |
| fevereiro | -33,65% | -21,44% |
| março | -29,15% | -23,93% |
| abril | -24,76% | -15,33% |
| maio | -23,39% | -13,32% |
| junho | -29,20% | -26,00% |

O mapeamento também apresenta recortes regionais e por segmento. A alta no fluxo de visitação em junho/22 para lojas físicas (25,0%) contra mesmo mês de 2021, teve distribuição diferente entre as regiões. Apenas o Norte contou com contração (-17,7%). Entre as demais regiões, o Sul do país teve destaque, apresentando alta de 46,6%, seguido pelo Sudeste (25,4%), Centro-Oeste (17,3%) e Nordeste (11,3%). A diferença é atribuída a momentos diferentes em que as regiões sofreram com o auge da segunda onda da pandemia. Os segmentos de Eletroeletrônicos e Departamento apresentaram as maiores quedas no fluxo de visitação para junho de 2022 quando comparado com junho de 2021, com contração de 25,4% e 19,5%, respectivamente. O setor com a maior alta, é o de Beleza (48,9%), seguido pelo de Moda (41,1%). Isto pode ser explicado pelo efeito da pandemia de manter as pessoas mais tempo dentro de casa, fazendo com que a base de comparação esteja comprimida.

“Até o momento, vemos altas expressivas principalmente nos setores de Moda e Beleza, considerando o retorno gradual da vida social da população e a demanda mais acentuada por esses tipos de produto. Com a previsão de uma possível desaceleração da inflação neste segundo semestre e o índice de desemprego em queda, temos situações bastante favoráveis para o setor como um todo, num cenário otimista para o segundo semestre de 2022.”, afirma Eduardo Terra, presidente da SBVC.

“A queda no comparativo mensal de fluxo de visitantes freou a recuperação do varejo em relação ao nível pré-pandêmico. Apesar da distância em relação ao período anterior à pandemia ser a maior desde fevereiro para as lojas de rua e desde janeiro para as de shoppings, não parece um sinal de alerta, visto que o decréscimo é baixo na comparação com quedas bastante acentuadas vistas no passado e há sinais de um varejo bastante aquecido.”, comenta Flávia Pini, sócia da HiPartners Capital & Work.

O estudo está disponível na íntegra para download em nosso site: <https://sbvc.com.br/estudo-fluxo-de-visitas-em-shopping-center-e-lojas-fisicas-1o-semester-2022/>

Sobre a SBVC - Fundada em maio de 2014, a Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC) é uma organização sem fins lucrativos aberta, multissetorial e com atuação complementar às demais entidades de classe do varejo. Sua missão é contribuir para o aumento da competitividade do varejo, por meio de conteúdos e estudos de mercado, promovendo *networking* entre executivos do varejo de todos os segmentos. A entidade tem como objetivo defender os interesses do segmento e promover ações sociais. A SBVC é sustentada por quatro pilares fundamentais: conteúdo, relacionamento, responsabilidade social e apoio técnico. Acesse: www.sbvc.com.br

Sobre a HiPartners Capital & Work - Criada em 2012, a HiPartners Capital & Work nasceu de um projeto pessoal do empreendedor Walter Sabini Junior, responsável pela venda da Virid, plataforma de e-mail marketing adquirida em 2011 pela Serasa Experian. Hoje é reconhecida como um *venture capital* focado em *retail techs* buscando alavancar empreendedores e soluções para gerar impacto no varejo brasileiro. Para saber mais, acesse: www.hipartners.com.br

Sobre a FX Data Intelligence - A FX Data Intelligence é uma plataforma que fornece insights para o varejo por meio de visão computacional dirigida por inteligência artificial. A empresa combina as informações coletadas na loja, como dados de fluxo, jornada de compra com outros dados, como vendas, campanhas de marketing etc., oferecendo indicadores inteligentes capazes de recomendar as melhores decisões e fazer análises preditivas. Dessa forma, o varejista consegue identificar a eficiência da operação, melhorar o investimento em marketing para aquisição de novos clientes e potencializar a gestão do time de vendas. Criada em 2015, faz parte da HiPartners Capital & Work, o primeiro Venture Capital brasileiro focado em Retail Techs. Para saber mais, acesse: www.fxdata.com.br

Sobre a F360° - Fundada em 2013 por Henrique Carbonell, Fernando Carbonell e Luiz Fernando Payolli, a F360° é uma startup com a missão de transformar a gestão de varejo de franquias e do pequeno e do médio varejista, desenvolvendo a melhor ferramenta de gestão do Brasil. O objetivo é gerar eficiência operacional, evitar perdas financeiras aos seus usuários e potencializar as vendas. Desenvolvida por – e para – o varejista, a plataforma oferece, em uma ferramenta única, integração de todos os processos de gestão de uma franquia ou de pequeno e médio varejo. A empresa faz parte da HiPartners Capital & Work, o primeiro Venture Capital brasileiro focado em Retail Techs. Para saber mais, acesse <https://www.f360.com.br/>.

Informações à imprensa

NB Press Comunicação

Tel.: 55 11 3254 6464 | 55 11 99937-3715 | 55 11 94326-8746

E-mail: hipartners@nbpress.com