

Com dados do IPV (Índices de Performance do Varejo), SBVC evidencia leve aumento no fluxo de visitas nas lojas físicas e em shoppings centers no 1º semestre de 2023

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

São Paulo, Julho de 2023 – 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 2023. A **Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo (SBVC)** apresenta o Mapeamento de Fluxo de Visitas 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 chancelados 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 2022, como o comparativo com o mês anterior.

Em junho de 2023 o fluxo de visitas cresceu 3% nas lojas físicas em relação ao mesmo período do ano passado. Os lojistas de rua contaram com crescimento de 11%, enquanto os de shopping tiveram resultado mais tímido, com alta de 2%. Na margem, o descolamento no fluxo de visitação entre os tipos de loja se mantém, assim como também visto no relatório do mês passado, explicando a diferença no crescimento anual.

O mapeamento também apresenta recortes regionais e por segmento. A alta no fluxo de visitação em junho de 2023 em lojas físicas (3%), contra mesmo mês de 2022, foi heterogênea entre as regiões. Enquanto Norte (-4%) e Nordeste (-0,5%) observaram queda, as demais regiões tiveram crescimento, com destaque para Centro-Oeste (10%), seguido por Sudeste (4%); enquanto a região Sul aproximou-se da estabilidade (0,1%). Em relação ao volume de vendas, o movimento de alta (9%) para o Brasil foi generalizado territorialmente. O destaque positivo foi o Nordeste (13%), seguido pelo Sul (8%) e Norte (8%). Sobre o faturamento nominal, a maior alta também foi no Nordeste (20%), seguido pelo Sul (16%).

O fluxo de visitação contou com queda em 1 dos 5 setores com dados para este mês. O destaque negativo foi o setor "Livros, jornais, revistas e papelaria", com queda de 30%. A maior alta foi "Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de

perfumaria e cosméticos", com crescimento de 26%. O destaque negativo para volume de vendas fica para "Outros artigos de uso pessoal e doméstico" (-5%). Já o destaque positivo foi o setor de "Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos", com alta de 15%. No faturamento nominal, os setores de destaque, tanto positiva quanto negativamente, repetem-se, com alta de 23% para "Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de perfumaria e cosméticos", e queda de 3% para "Outros artigos de uso pessoal e doméstico".

“Houve uma melhora no cenário de consumo das famílias, com destaque para a renda, que se beneficiou do dinamismo do mercado de trabalho, da recomposição do salário mínimo e da ampliação do Bolsa Família. Outro vetor importante deste comportamento é a dinâmica benigna que se instalou no mercado de alimentos devido ao arrefecimento da inflação desta categoria. Mas, se por um lado os consumidores se beneficiam de um choque de oferta que acarretou a queda dos preços de alimentos e outros insumos no atacado, por outro, um cenário de crédito mais restrito, além de um alto grau de endividamento familiar, desestimulam o crescimento da demanda por bens duráveis, o que pode ser um sinal de alerta.” afirma Eduardo Terra, Presidente da SBVC.

“Sabemos que o varejo enfrenta um momento desafiador frente ao cenário macroeconômico nacional e global. Mesmo com os índices em alta, a aprovação da reforma tributária, por exemplo, pode trazer diversos impactos, já que setor é bastante exposto a benefícios fiscais, principalmente atrelados ao ICMS, como também à Lei do Bem, Lei da Moda e à Sudene, que poderiam ser reduzidos com a implementação de um imposto único. Por isso a importância de permanecer com modelos de eficiência para preservar margens e trabalhar as bases que já estão dentro de casa.” 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-visitantes-em-shopping-center-e-lojas-fisicas-no-brasil-1o-semester-de-2023/>

Sobre a SBVC - Fundada em 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