

Com dados do IPV (Índices de Performance do Varejo), SBVC evidencia aumento no fluxo de visitas em shoppings centers nos últimos meses de 2021

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

São Paulo, Fevereiro 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 ano de 2021. 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 2020, como o comparativo com o mês anterior.

Após ter caminhado de lado desde agosto, o fluxo de visitação em lojas de shopping apresentou bom desempenho em dezembro de 2021 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% menos visitantes em 2021 do que em 2019, período pré-pandemia.

O mapeamento também apresenta recortes regionais e por segmento. Na análise regional, a circulação de pessoas em lojas físicas recuou 6,2%, apenas na região Sul o crescimento no fluxo de visitação foi positivo (4,1%), sendo, onde houve maior impulso nas lojas de shopping (68,0%). Na leitura por segmento, vestuário destacou-se de forma positiva em dezembro, com avanço na visitação a estabelecimentos de moda (25,1%) e dos calçados (9,7%), na comparação com o mesmo mês de 2021, seguidos pelo segmento de beleza (9,4%). Esses segmentos são bastante procurados no período natalino. Em 2021, ano apenas

ótica apresenta crescimento (2,0%), com destaque negativo para lojas de departamento (-25,6%).

O estudo ainda reúne informações específicas do mercado de shopping centers, como faturamento, quantidade de centros de compras e de lojas, geração de empregos, entre outros indicadores. O objetivo é, a partir do cruzamento destes dados, oferecer insights para os varejistas apoiarem suas estratégias de negócio.

“Enquanto que em 2020 observamos a retomada das compras presenciais em estabelecimentos sem aglomeração, agora, com o avanço da vacinação, o shopping ganhou força como importante opção de lazer. Sem esquecer da digitalização do consumidor, que cada vez mais cresce como forma de decisão de compra. Terão vantagem as empresas que interagirem com seus clientes usando as ferramentas do mundo digital.”, afirma Eduardo Terra, presidente da SBVC.

“Percebe-se que há uma desaceleração constante na queda enfrentada pelo índice desde junho. Ainda que haja declínio, notado principalmente em relação às lojas situadas na rua, há crescimento em vendas, o que mostra que a taxa de conversão aumenta. Isso é um sinal de que o consumidor se mostra muito mais decidido a comprar ao escolher fazer isso numa loja física. É momento então de elevar cada vez mais a experiência para trabalhar o engajamento na jornada e, logo, aumentar o ticket médio”, comenta Flávia Pini, sócia da HiPartners Capital & Work.

O estudo está disponível na íntegra para download em nosso site: <https://sbvc.com.br/estudo-mapeamento-do-fluxo-em-shopping-center-e-lojas-fisicas-no-brasil-atualizacao-fevereiro-2022-sbvc/>

Sobre a SBVC

Fundada em 29 de 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