

# MAPEAMENTO



## Fluxo de visitas em **Shopping Center e lojas físicas do Brasil**

1º semestre de 2023

Julho/ 2023

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](http://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. (Shoppings<sup>1</sup>: Nordeste, Sudeste)
- **Segmentos analisados<sup>2</sup>:** 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°

**Complemento da metodologia: ver parte final deste Estudo**

<sup>1</sup>Ainda não estamos considerando as regiões Norte, Centro-Oeste e Sul, por enquanto.

<sup>2</sup> Os índices não contemplam Supermercados.

# SHOPPING CENTER



Panorama do setor  
com dados atualizados  
do ano de 2022

# Panorama do setor

## 628 SHOPPINGS NO TERRITÓRIO NACIONAL

 **R\$ 191,8 BILHÕES DE FATURAMENTO em 2022**  
R\$ 159,2 BILHÕES DE FATURAMENTO (EM 2020)

 **115.817 LOJAS**

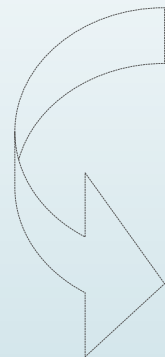
 **15 SHOPPINGS A INAUGURAR (EM 2023)**

 **1,04 MILHÃO DE EMPREGOS GERADOS**

 **443 MILHÕES VISITANTES/ MÊS**

# Números do setor

DEZEMBRO/2021



DEZEMBRO/2022

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

<b>Número Total de Shoppings</b>	<b>628</b>
A Inaugurar em 2023	15
Área Bruta Locável (em milhões de m <sup>2</sup> )	17,3
Vagas para Carros	1.037.369
Total de Lojas	115.817
Salas de Cinema	3.051
Empregos Gerados	1.040.000

# Números regionais

REGIÃO	Nº DE SHOPPINGS	% DO TOTAL	ABL (m <sup>2</sup> )
Norte	29	5%	900.521
Nordeste	107	17%	3.142.797
Centro-Oeste	66	10%	1.552.619
Sudeste	322	51%	9.426.786
Sul	104	17%	2.486.738



**TOTAL**

**628**

**100%**

**17.509.461**

# Números estaduais

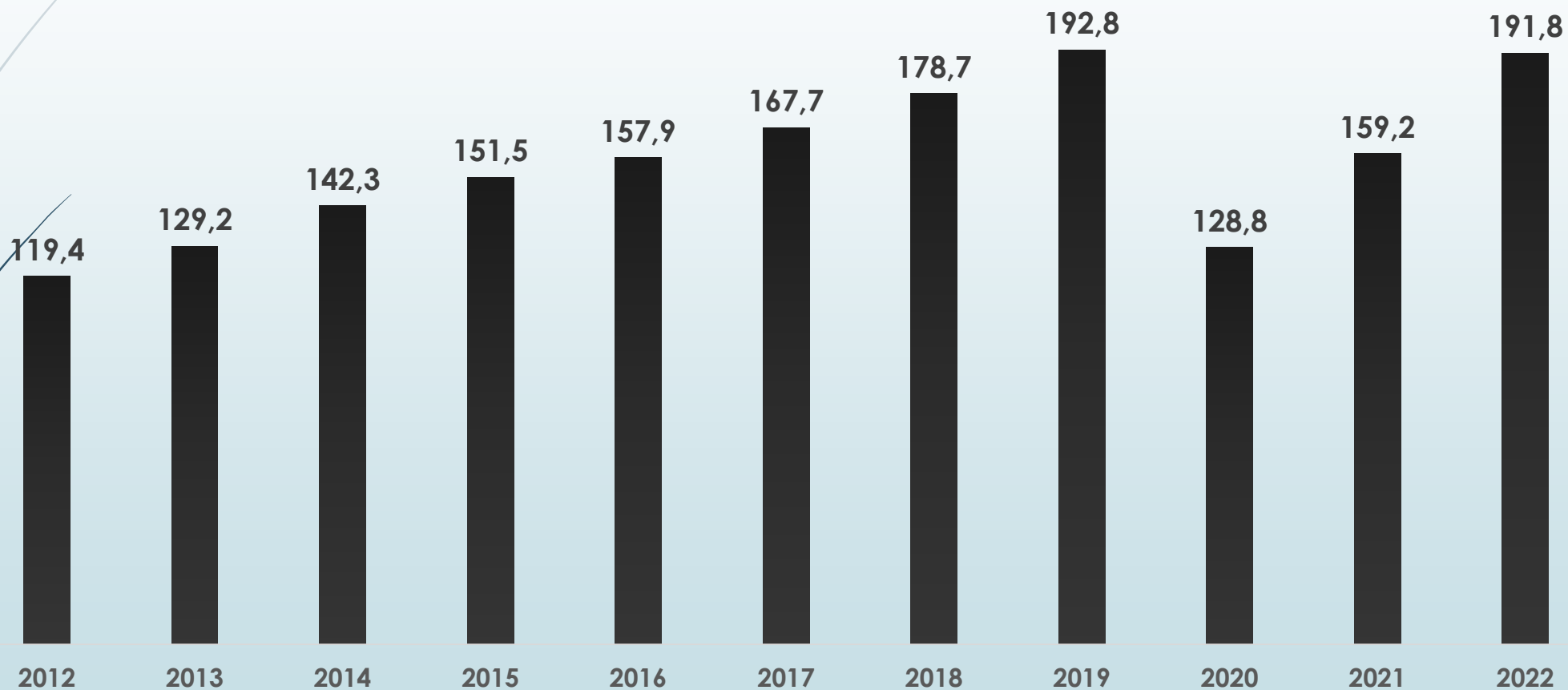
ESTADOS	Nº DE SHOPPINGS	Nº DE SHOPPINGS ESTIMADO P/ O FINAL DE 2022	ABL TOTAL EM OPERAÇÃO (m <sup>2</sup> )
AC	1	0	28.564
AL	5	0	174.804
AM	10	0	310.333
AP	2	0	50.437
BA	22	0	643.920
CE	21	1	596.508
DF	20	1	494.058
ES	12	0	323.812
GO	32	0	673.486
MA	11	0	284.499
MG	48	1	1.306.590
MS	6	0	156.122
MT	8	0	228.953
PA	10	0	340.999

ESTADOS	Nº DE SHOPPINGS	Nº DE SHOPPINGS ESTIMADO P/ O FINAL DE 2021	ABL TOTAL EM OPERAÇÃO (m <sup>2</sup> )
PB	9	1	276.911
PE	21	0	654.161
PI	5	0	137.000
PR	40	1	940.103
RJ	72	1	1.998.013
RN	8	0	188.391
RO	1	0	43.652
RR	2	0	39.517
RS	39	1	905.941
SC	25	0	640.694
SE	5	1	186.603
SP	190	6	5.798.371
TO	3	1	87.019
<b>Total</b>	<b>628</b>	<b>15</b>	<b>17.509.461</b>



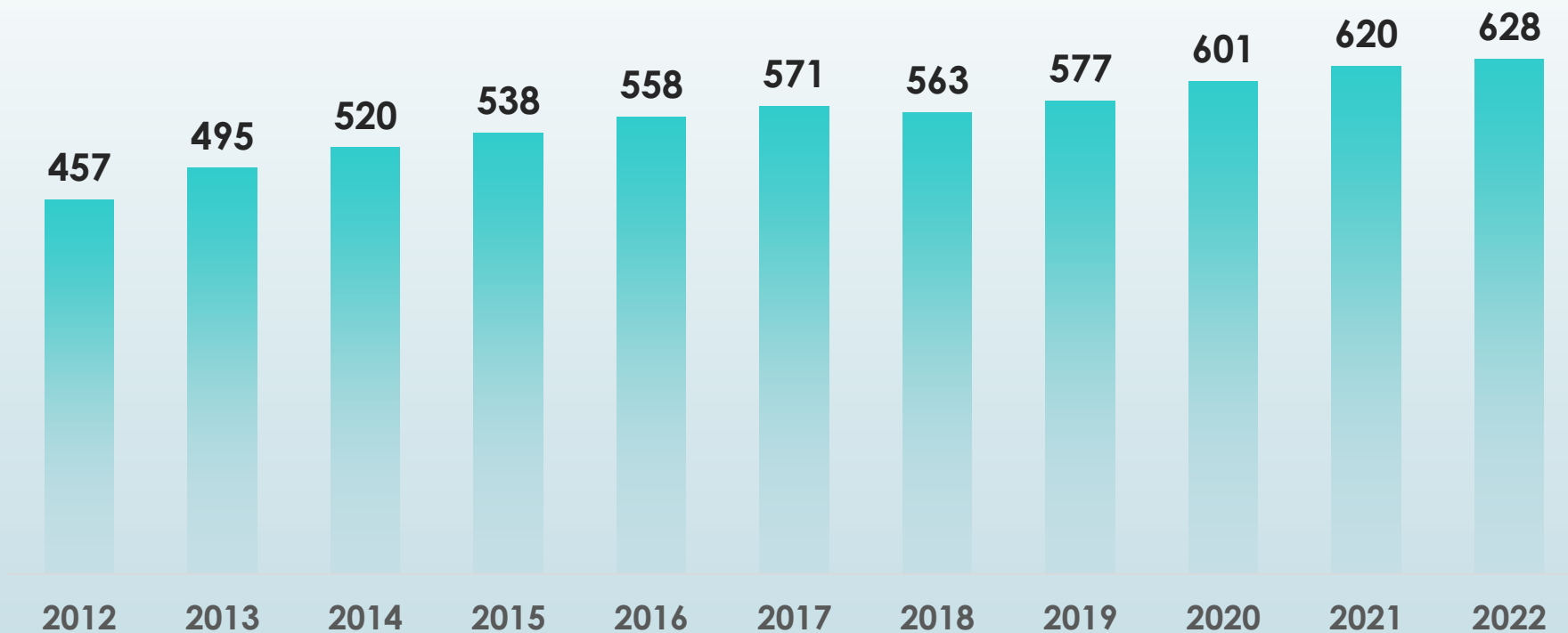
# Faturamento

(em R\$ bilhões/ ano)



■ FATURAMENTO (EM BILHÕES DE REAIS/ANO)

# Número de shoppings





# Número de lojas



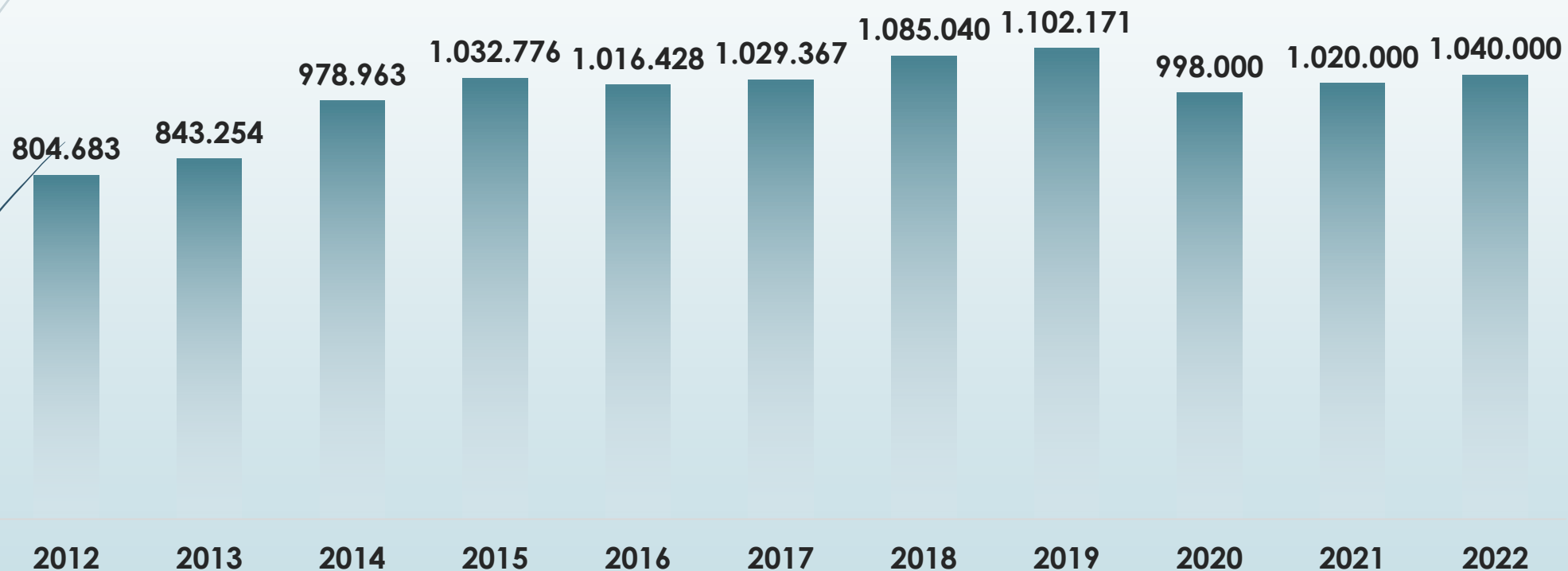


# Evolução do setor

## ABL (milhões m<sup>2</sup>)



# Empregos diretos



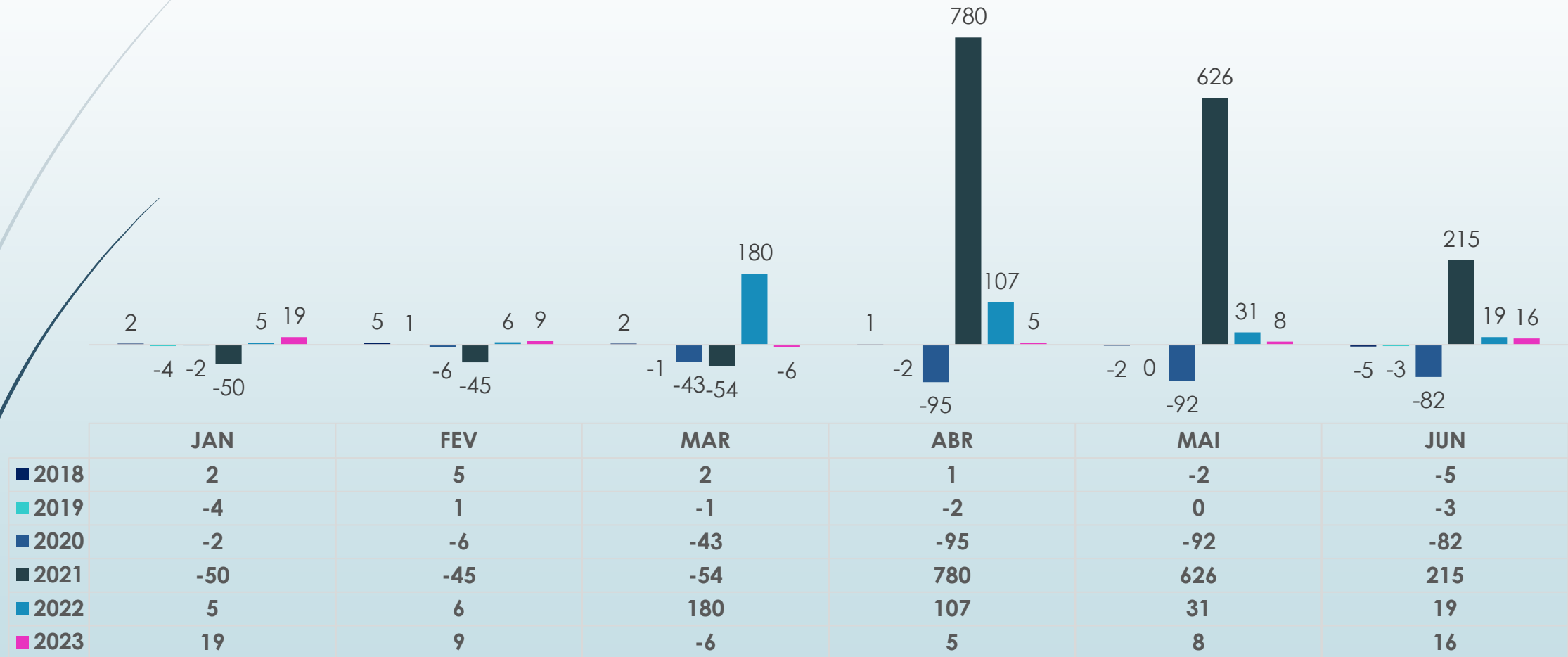


Fluxo de visitas no  
1º semestre de 2023 em  
Shopping Center e  
lojas físicas  
**no Brasil**

**DADOS DO LEVANTAMENTO A SEGUIR:**

# Variação anual do fluxo

de visitas em shopping no 1º semestre de 2023(%)



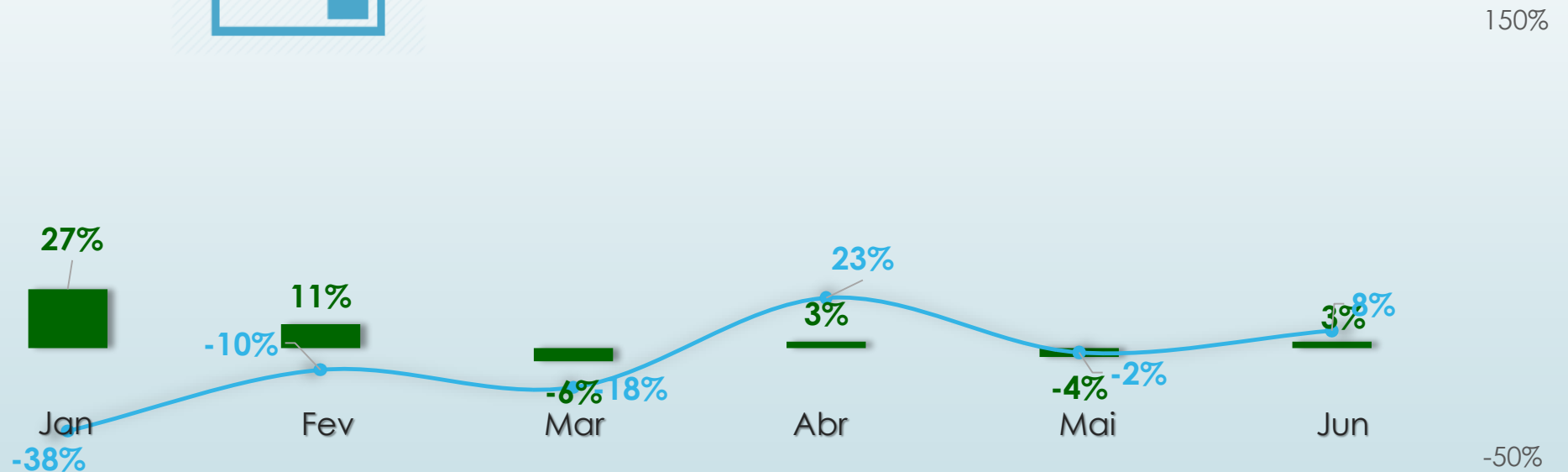


# Índice de lojas físicas

## de visitas em lojas físicas no 1º semestre de 2023(%)



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





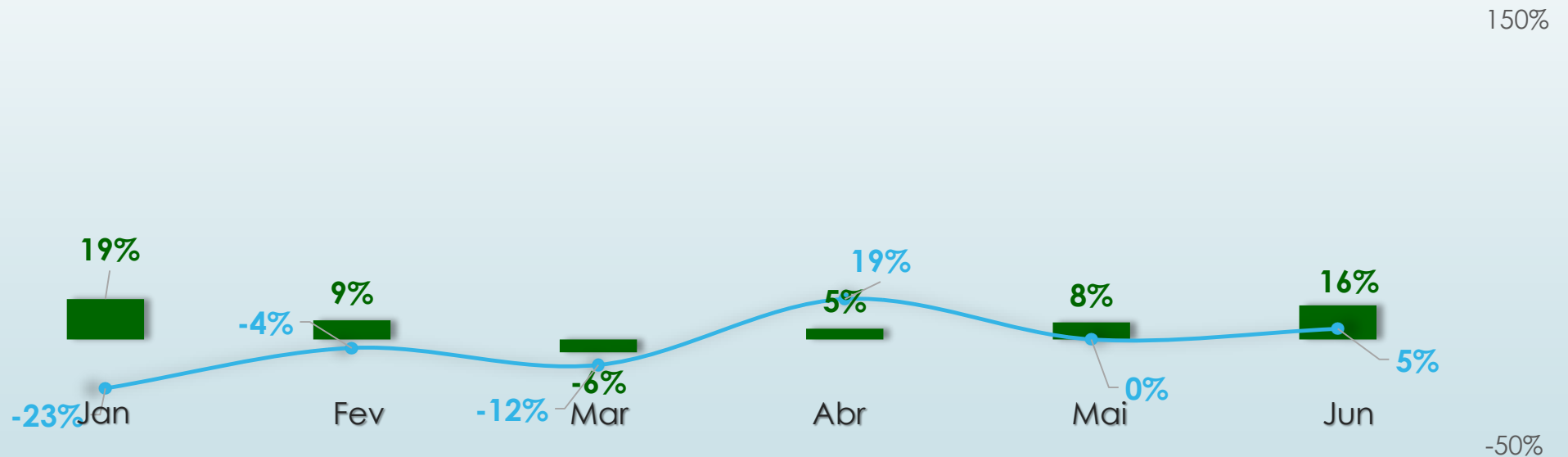


# Índice de shopping

no 1º semestre de 2023(%)



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





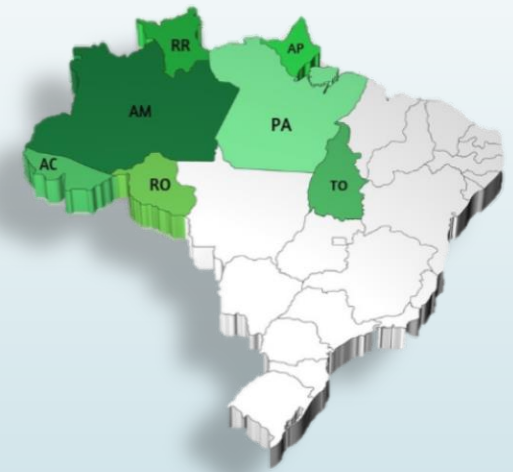
# Fluxo de visitas no 1º semestre de 2023

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%.

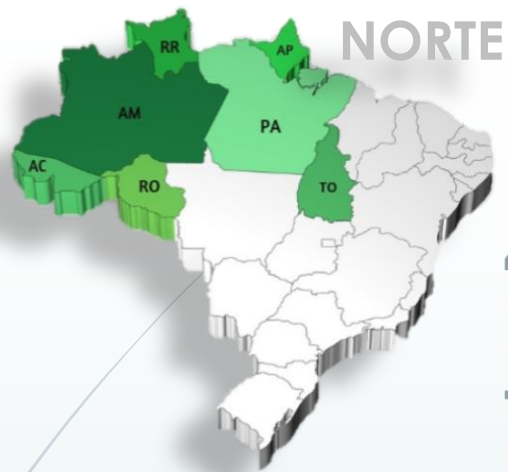
Na margem, o descolamento no fluxo de visitação entre os tipos de loja se mantém, assim como também visto no relatório do mês passado, explicando a diferença no crescimento anual.



Fluxo de visitas no 1<sup>o</sup> semestre de  
2023 em Shopping Center e  
lojas físicas  
**por região**



Região: **NORTE**

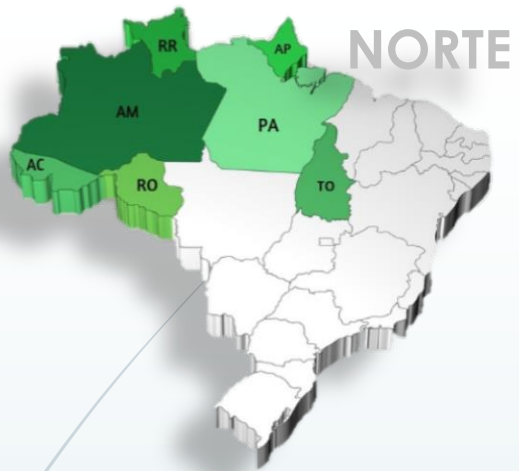


# Índice de shopping



Fluxo de visitas no 1º semestre de 2023 por região

**Esta região não tem dados agrupados por falta de informação de dados, pelos seguintes motivos: problemas de infraestrutura, falta de internet ou algo que tenha comprometido o funcionamento do sistema.**

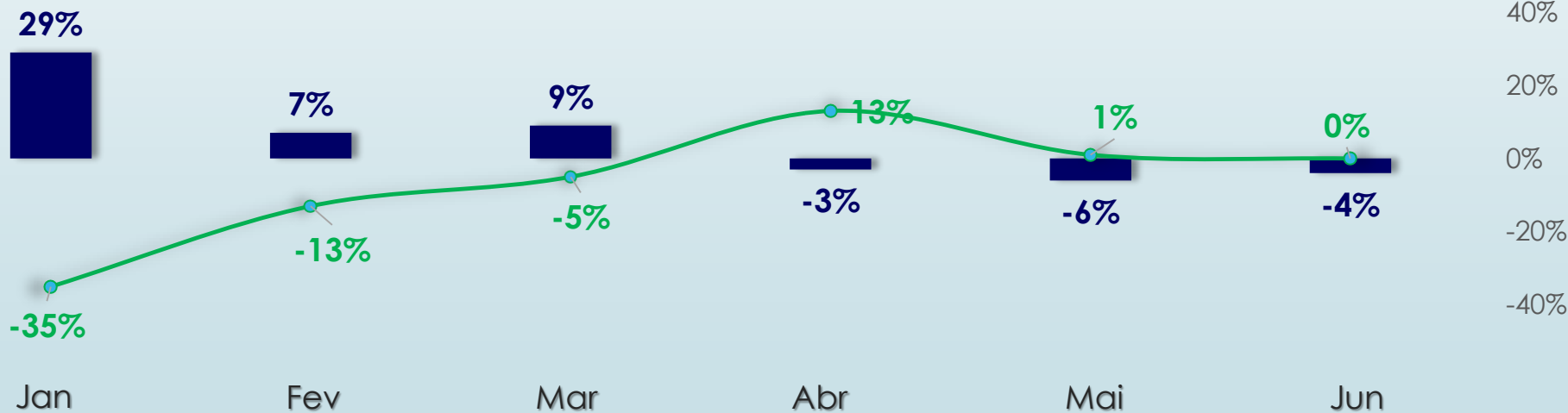


# Índice de lojas físicas



Fluxo de visitas no 1º semestre de 2023 por região

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





Região: **NORDESTE**

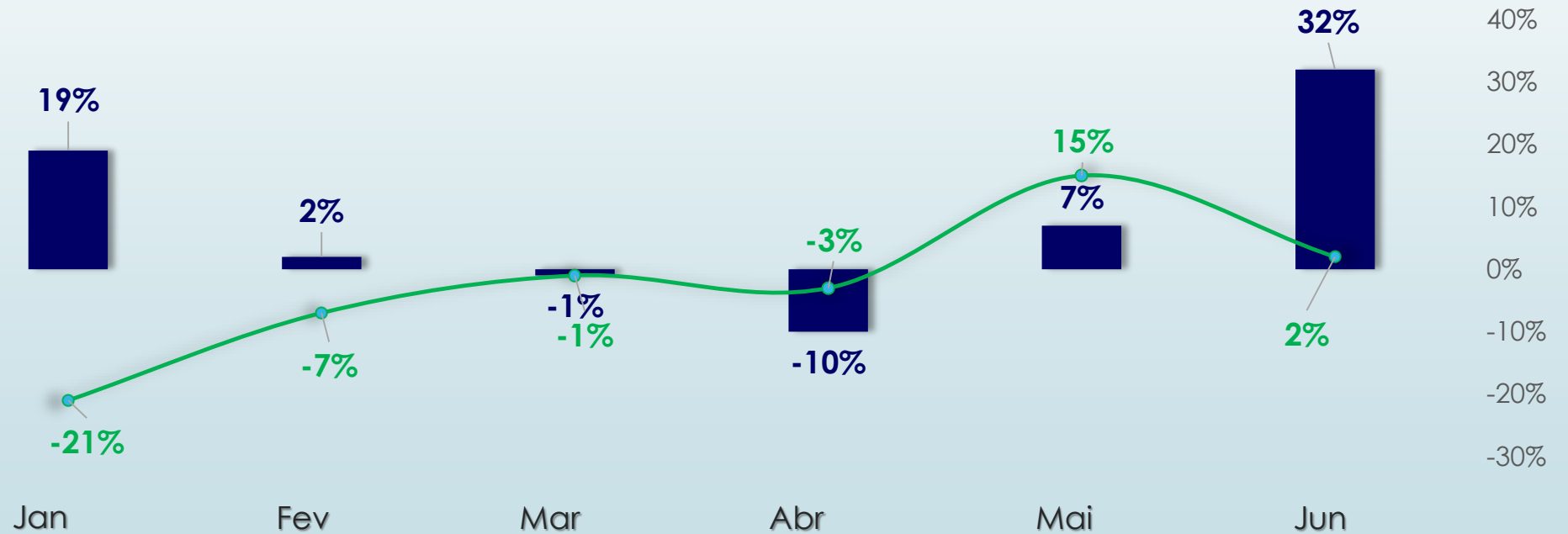
NORDESTE



# Índice de shopping

Fluxo de visitas no 1º semestre de 2023 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 2023 por região

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

**Mês x Mês:** Em relação ao mês anterior





Região: **CENTRO OESTE**



# Índice de shopping



Fluxo de visitas no 1º semestre de 2023 por região

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

**Esta região não tem dados agrupados por falta de informação de dados, pelos seguintes motivos: problemas de infraestrutura, falta de internet ou algo que tenha comprometido o funcionamento do sistema.**

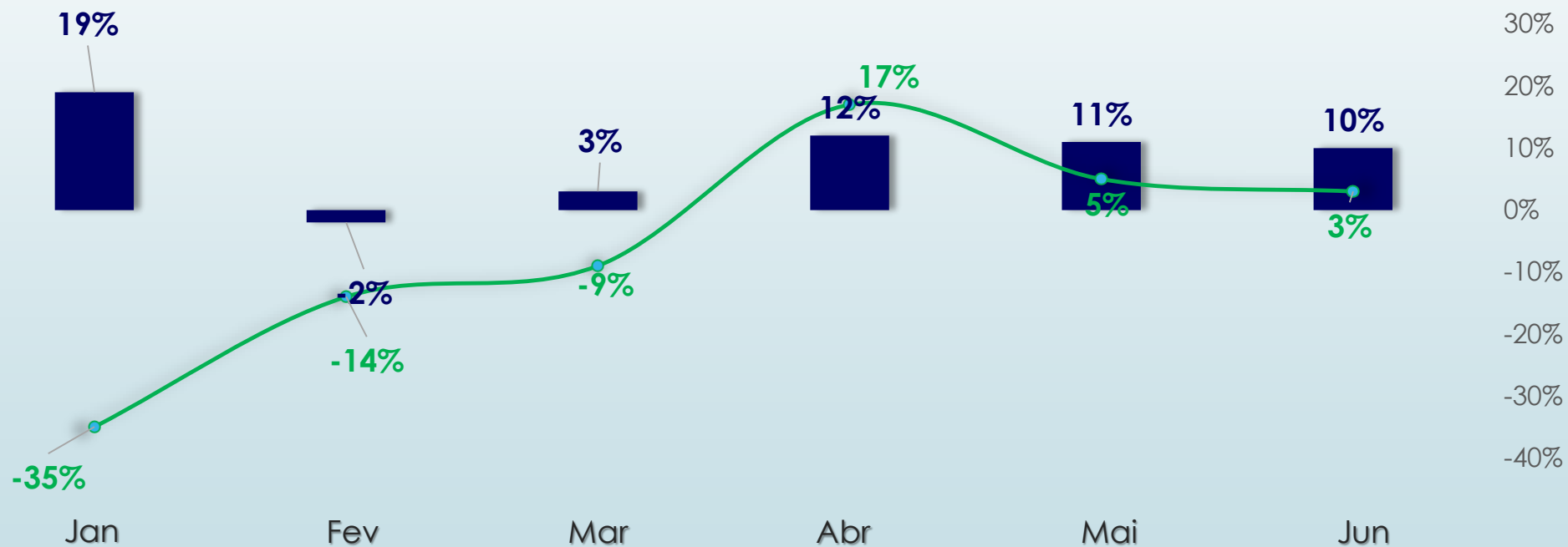


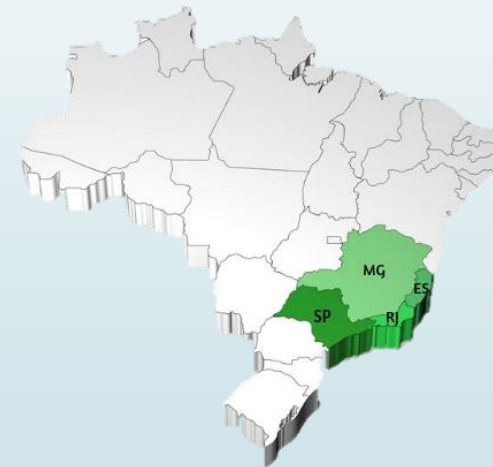
# Índice de lojas físicas



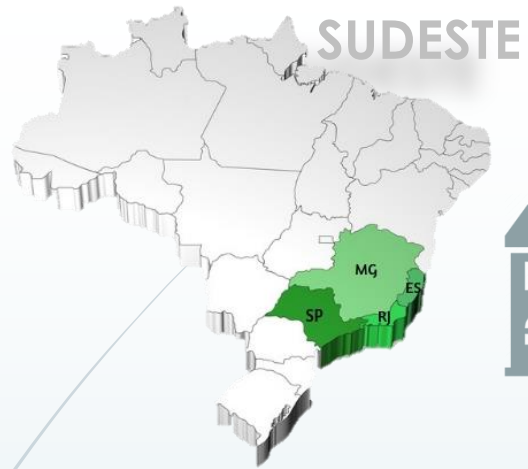
Fluxo de visitas no 1º semestre de 2023 por região

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





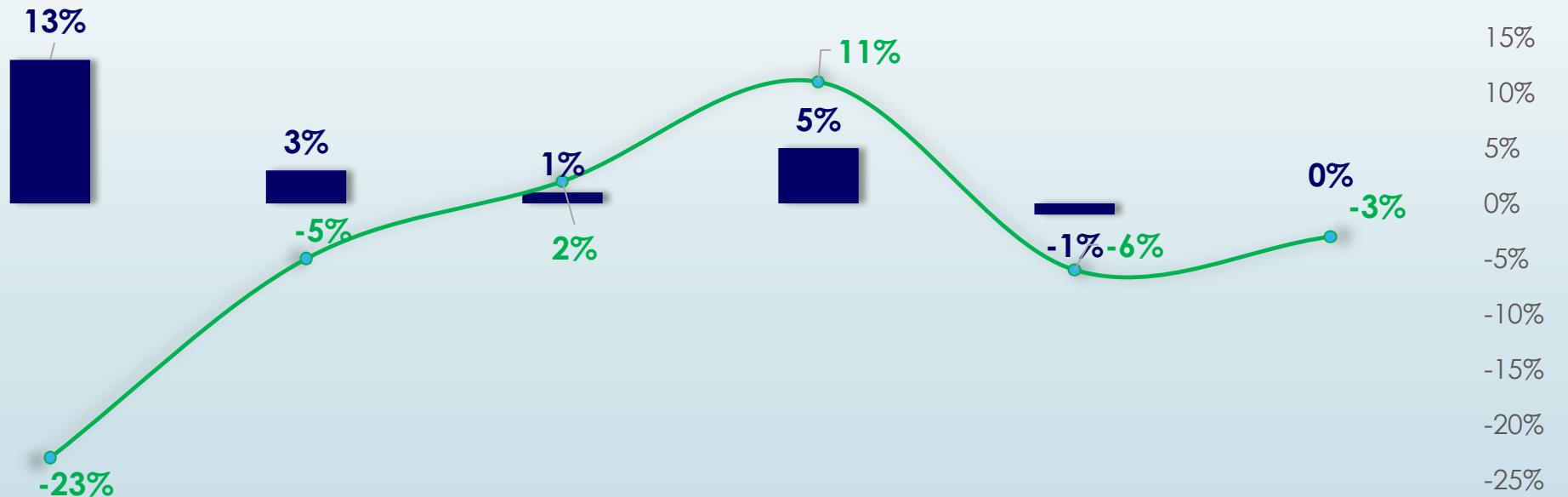
Região: **SUDESTE**

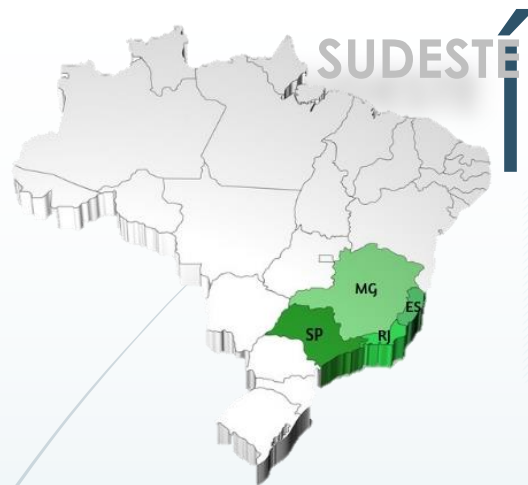


# Índice de shopping

Fluxo de visitas no 1º semestre de 2023 por região

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





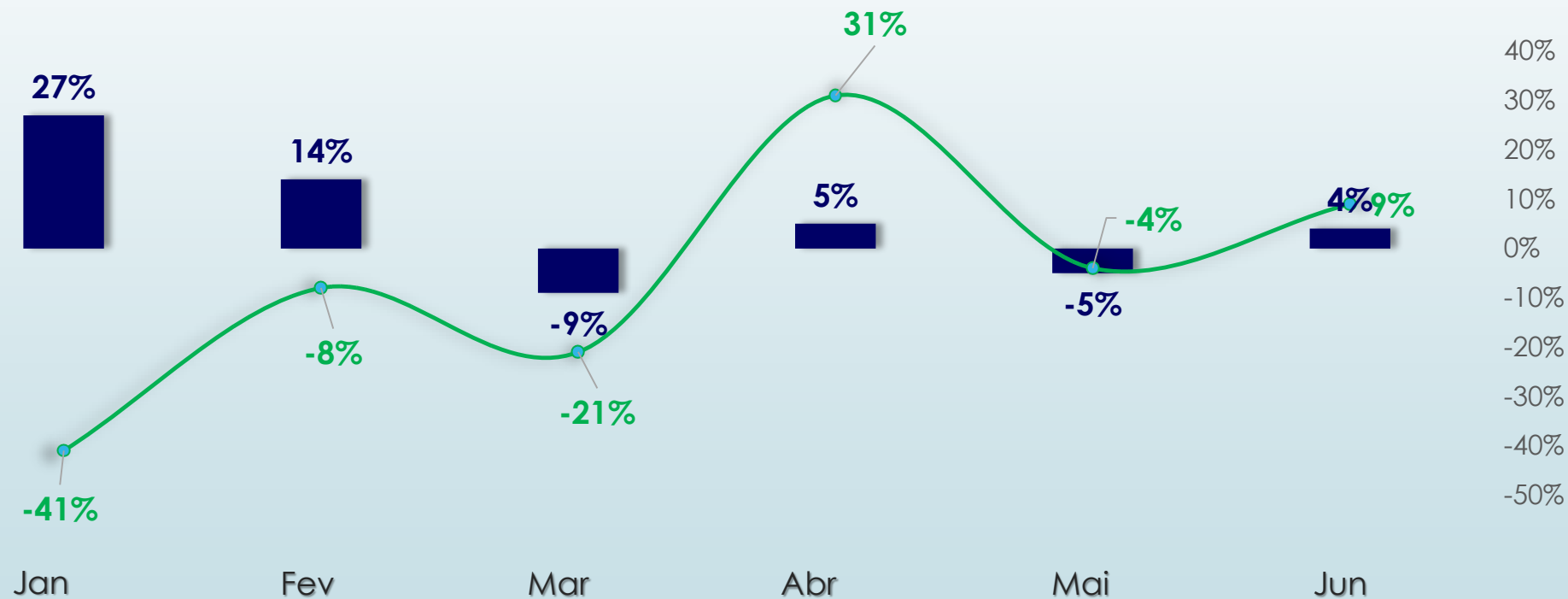
# Índice de lojas físicas

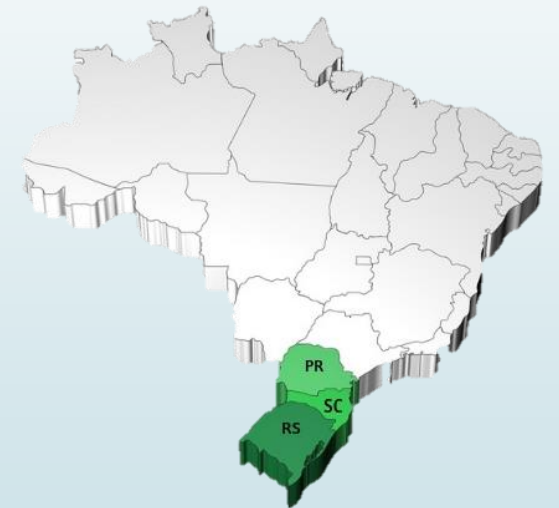


Fluxo de visitas no 1º semestre de 2023 por região

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

**Mês x Mês: Em relação ao mês anterior**





Região: **SUL**





# Índice de shopping

Fluxo de visitas no 1º semestre de 2023 por região

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

**Mês x Mês: Em relação ao mês anterior**

**Esta região não tem dados agrupados por falta de informação de dados, pelos seguintes motivos: problemas de infraestrutura, falta de internet ou algo que tenha comprometido o funcionamento do sistema.**

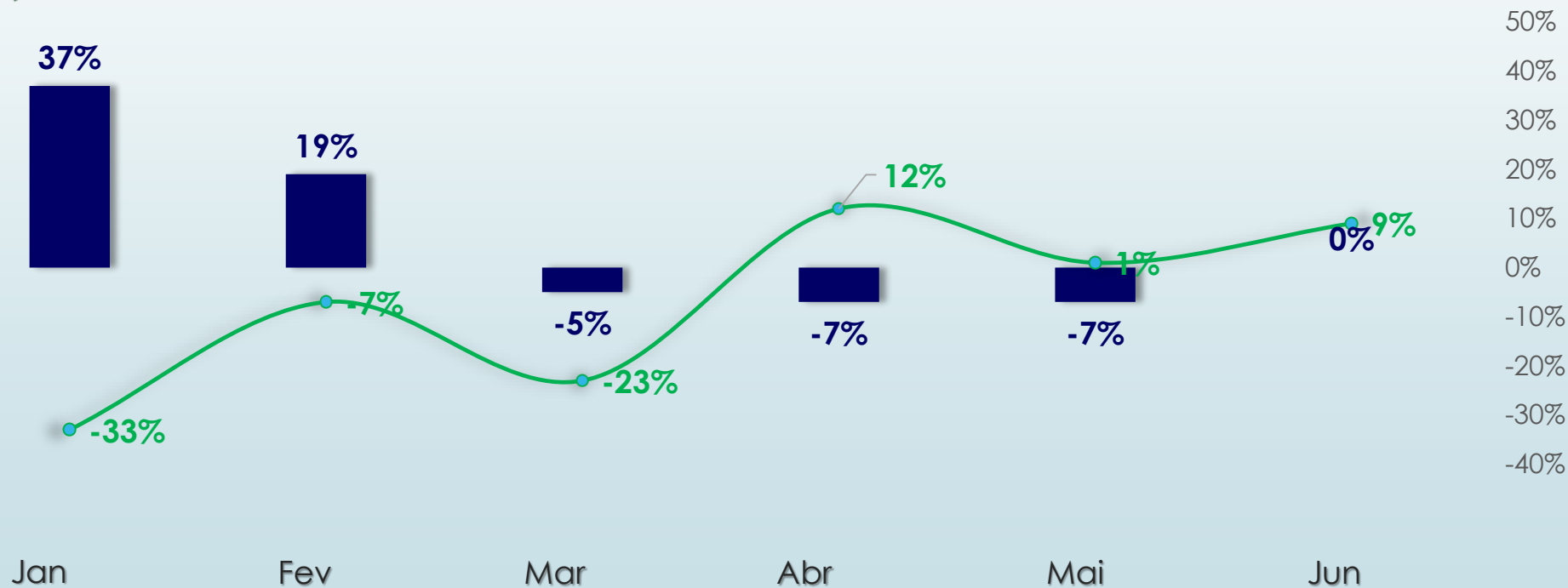


# Índice de lojas físicas



Fluxo de visitas no 1º semestre de 2023 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 2023 por região

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%).



Fluxo de visitas  
no 1º semestre de 2023  
**por segmento**



# Segmento: **MODA**

Tecidos, vestuário e calçados



# Índice de lojas físicas

Fluxo de visitas no 1º semestre de 2023 por segmento

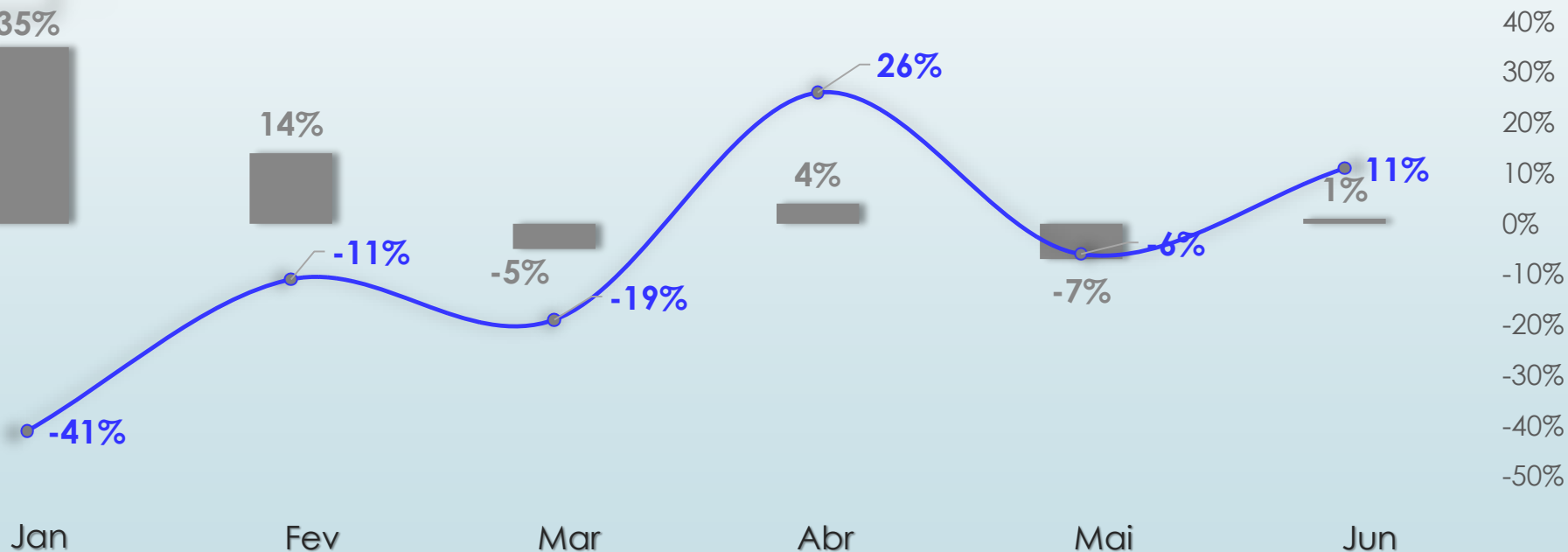
MODA



35%



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





# Segmento: MÓVEIS E ELETRODOMÉSTICOS

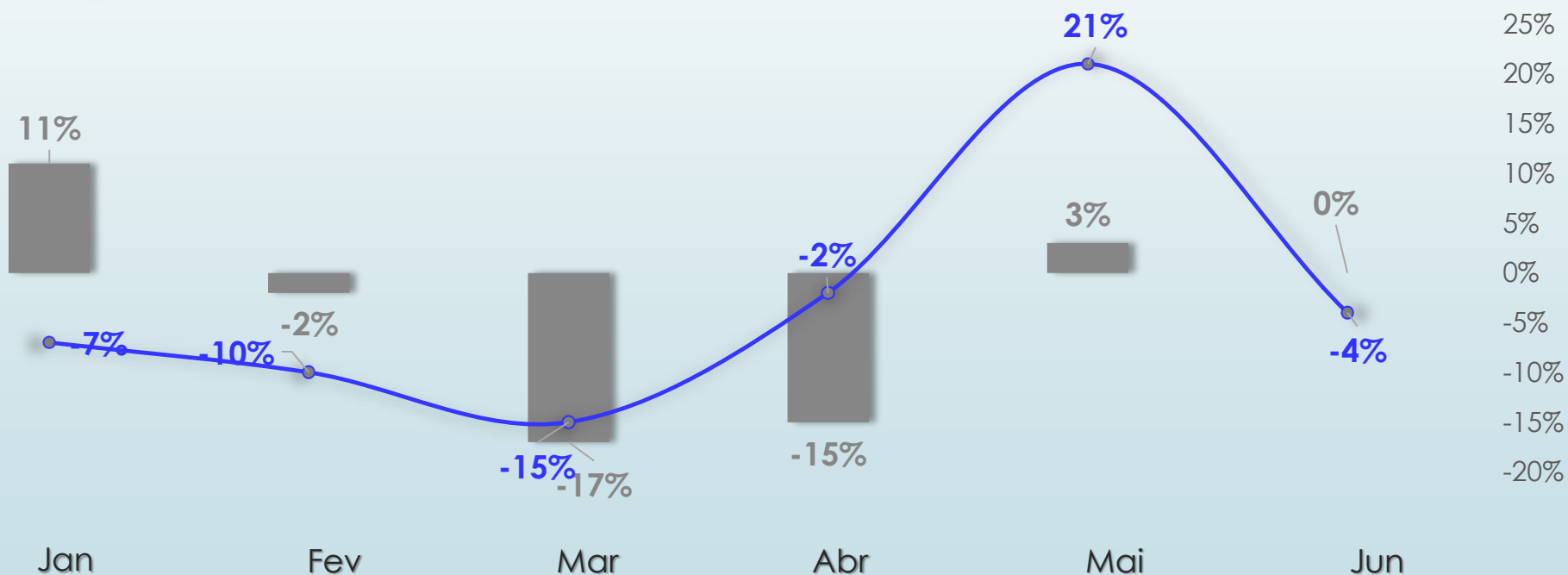


# Índice de lojas físicas

ELETRDOMÉSTICOS Fluxo de visitas no 1º semestre de 2023 por segmento



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







# Segmento: DROGARIA E PERFUMARIA

Artigos farmacêuticos, médicos, ortopédicos, de Perfumaria e cosméticos



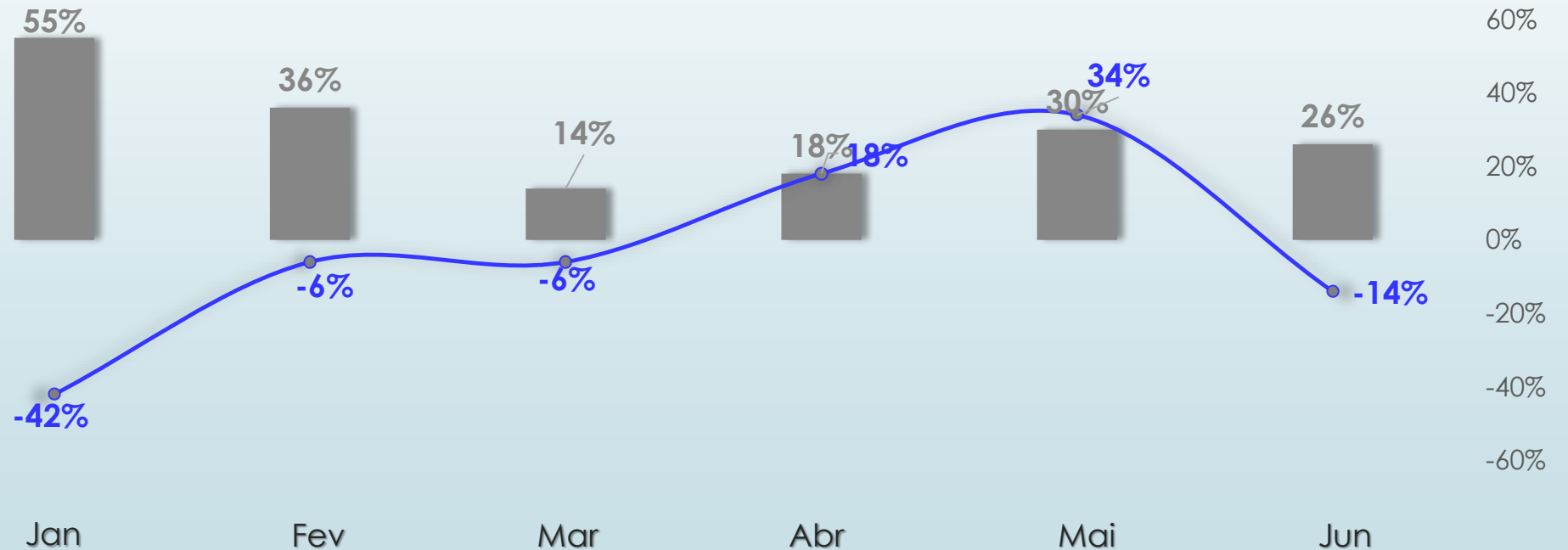
# Índice de lojas físicas

Fluxo de visitas no 1º semestre de 2023 por segmento

DROGARIA



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





# Segmento: ARTIGOS DE USO PESSOAL



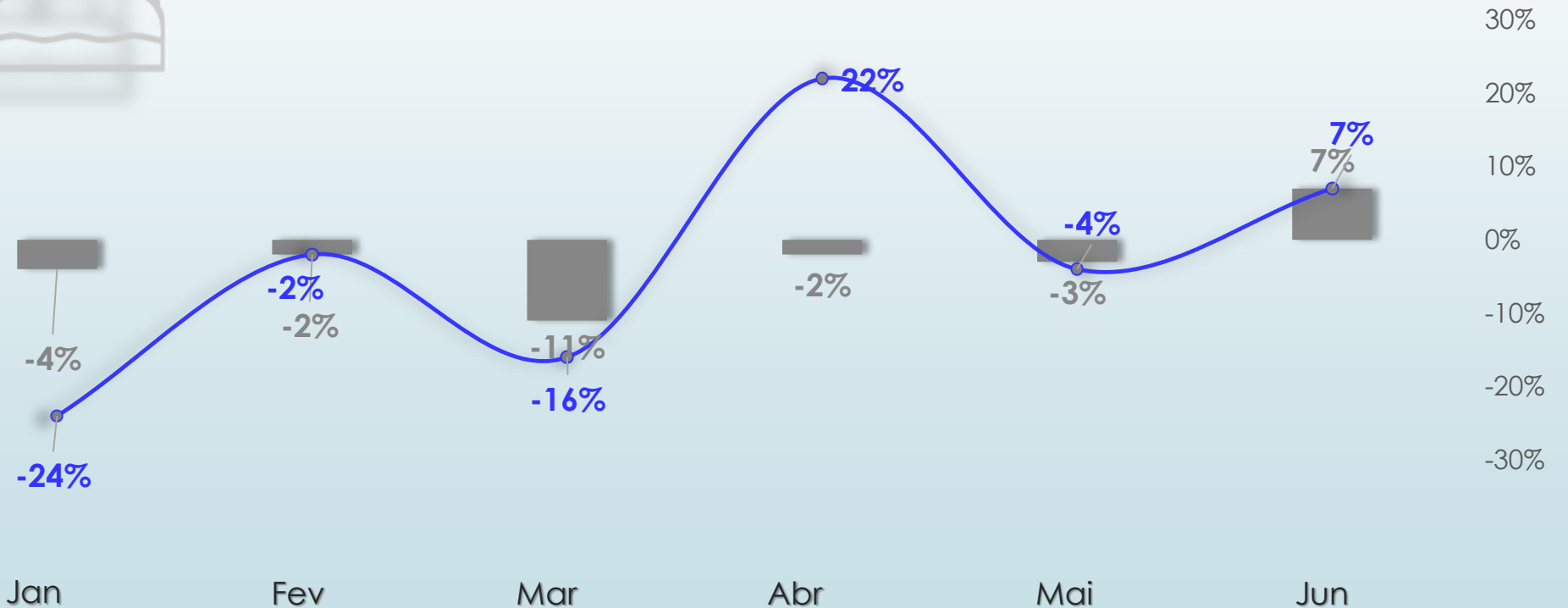
# Índice de lojas físicas

Fluxo de visitas no 1º semestre de 2023 por segmento

USO PESSOAL



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





# Segmento: **LIVRARIA E PAPELARIA**

Livros, jornais, revistas e papelaria



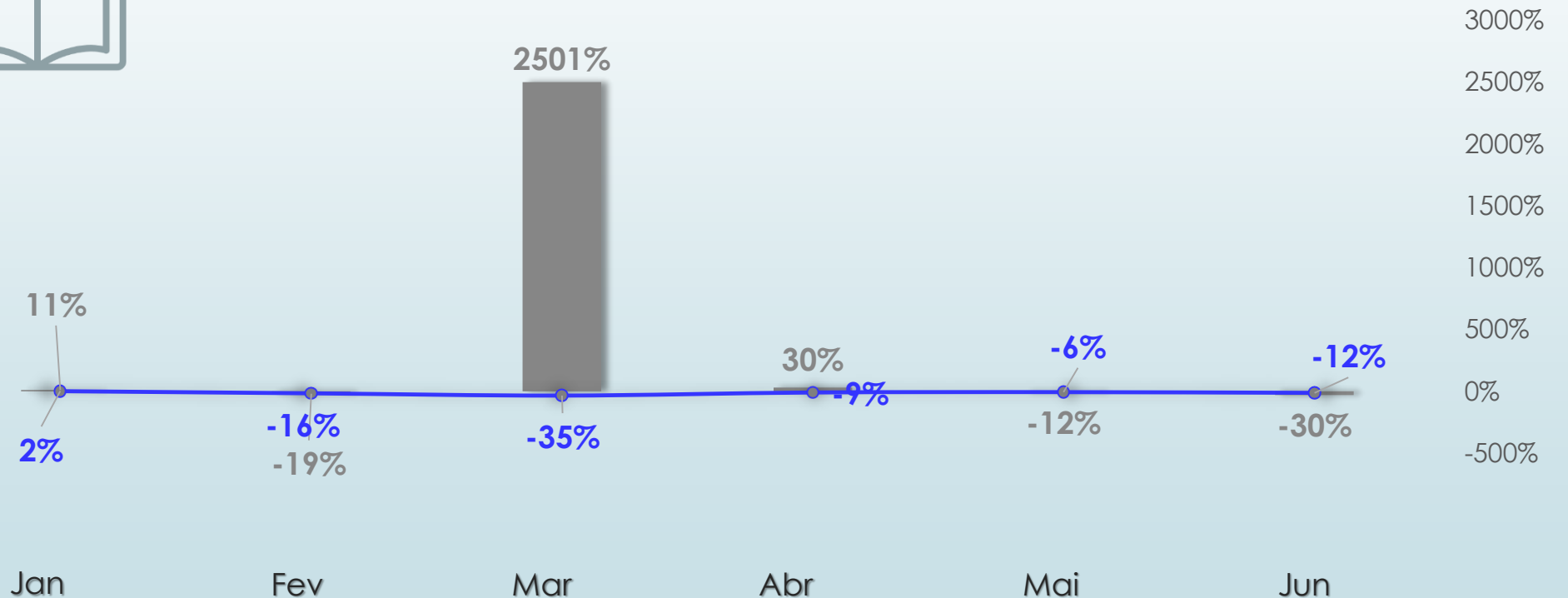
# Índice de lojas físicas

Fluxo de visitas no 1º semestre de 2023 por segmento

## LIVRARIA E PAPELARIA



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 2023 por segmento

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".



# Vendas nas lojas físicas **do Brasil**



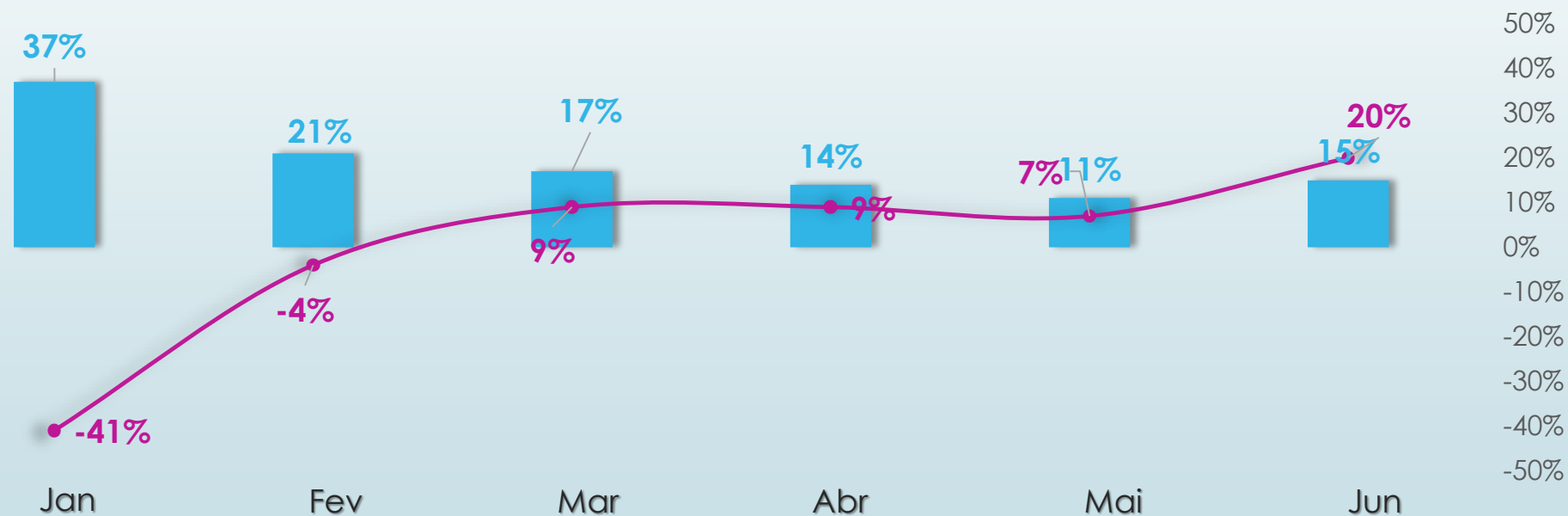


# Faturamento

## Lojas físicas – 1º semestre de 2023 no Brasil

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

Mês x Mês: Em relação ao mês anterior

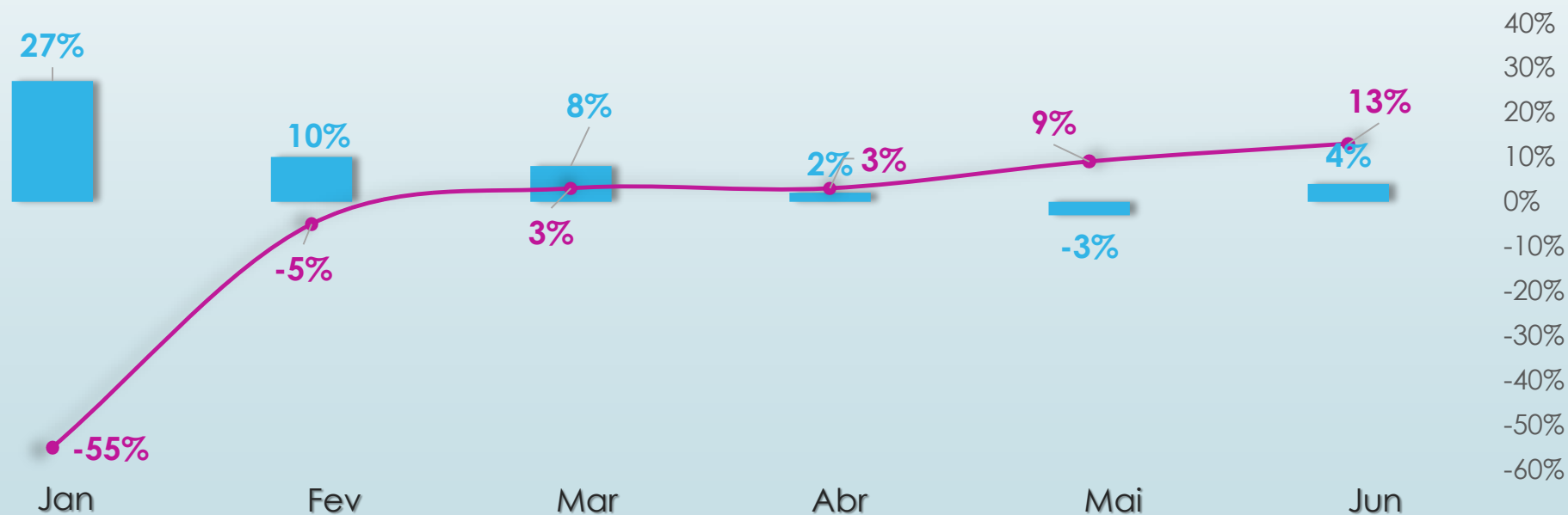




# Faturamento

## Lojas físicas de shopping centers – 1º semestre de 2023 no Brasil

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

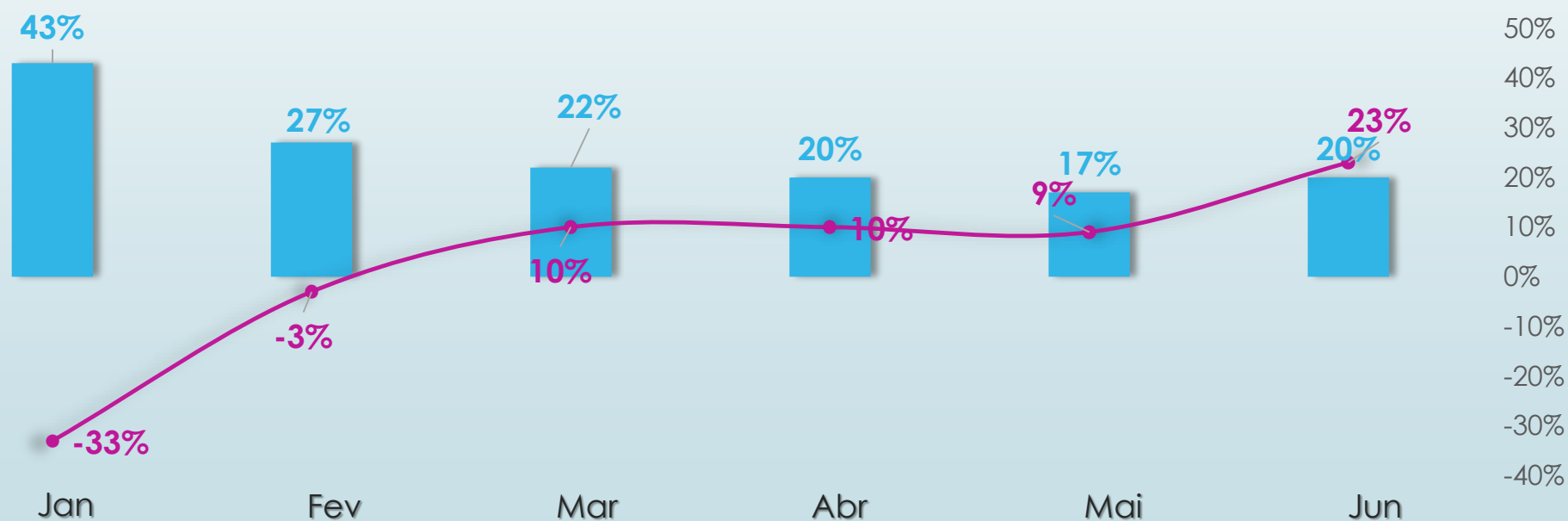




# Faturamento

## Lojas físicas de rua – 1º semestre de 2023 no Brasil

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



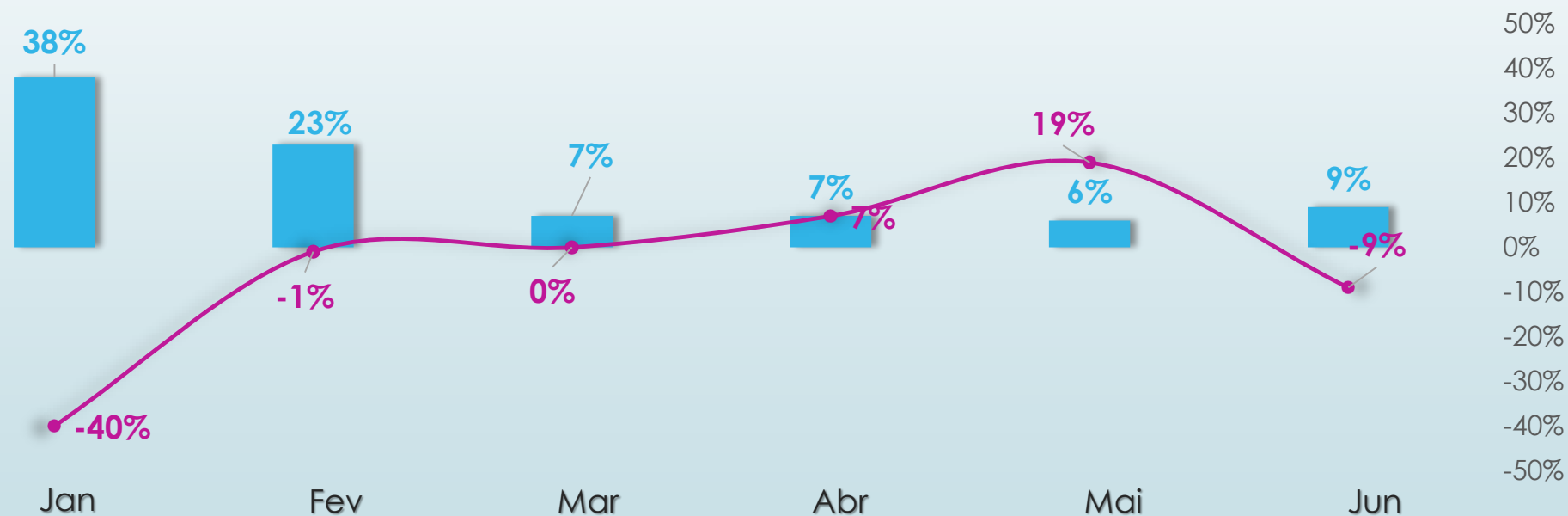


# Cupons

## Lojas físicas – 1º semestre de 2023 no Brasil

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

Mês x Mês: Em relação ao mês anterior

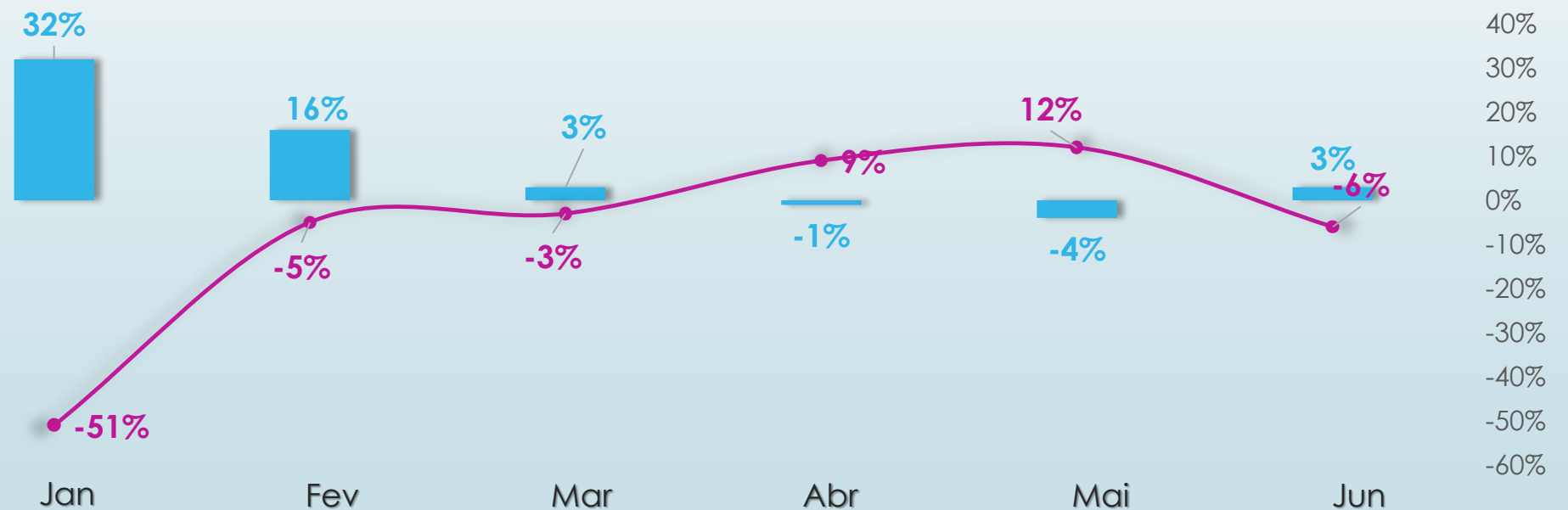




# Cupons

## Lojas físicas de shopping centers – 1º semestre de 2023 no Brasil

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

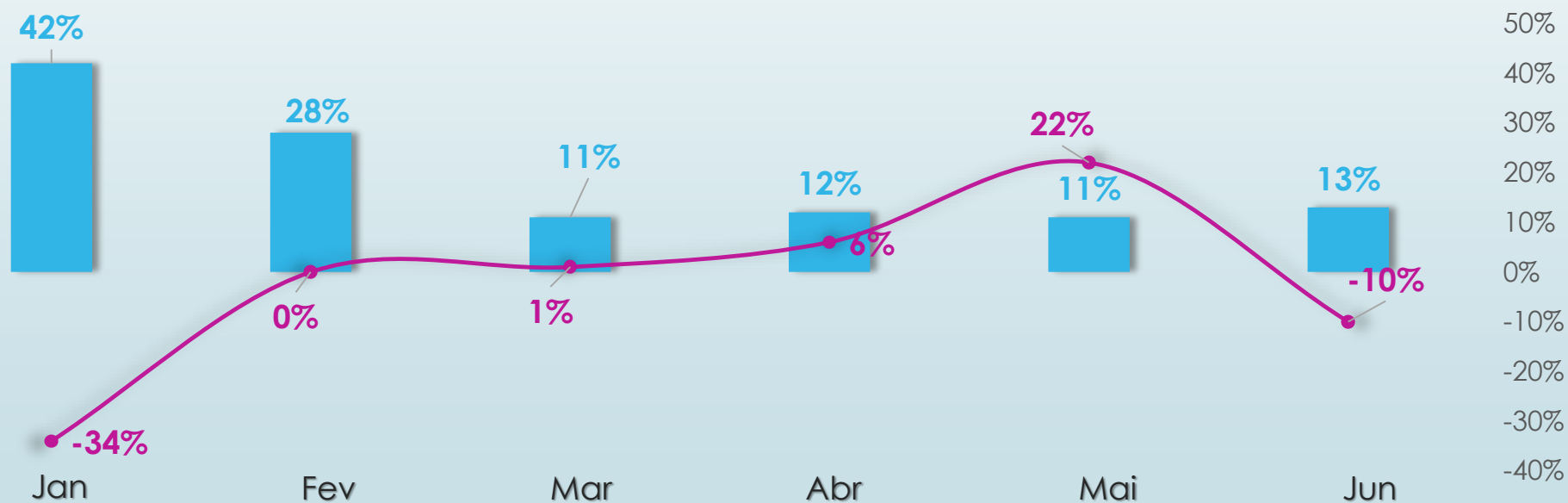




# Cupons

## Lojas físicas de rua – 1º semestre de 2023 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 no 1º semestre de 2023 no Brasil

A quantidade de boletos (vendas) teve alta de 9% nas lojas físicas, frente ao mesmo mês do ano anterior. A alta para lojas de rua foi de 12%, enquanto as lojas situadas em shopping centers tiveram crescimento de 3%, após retração no relatório anterior, na mesma base de comparação.

Já pela visão do faturamento, houve variação. No Brasil como um todo, houve alta de 15%, sendo 20% exclusivamente para lojas de rua e 5% nas lojas de shopping centers. Novamente alta para lojistas dos grandes centros, frente a retração no relatório de Maio de 2023.

Isso reflete no ticket médio nominal, sendo alta de 6% para lojas físicas em âmbito nacional, sendo igualmente 6% nas lojas físicas de rua e 1% nas lojas de shoppings.

# Shopping center e Loja física

Varejo 1º semestre de 2023



**Eduardo Terra**

Presidente  
SBVC

*“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.”*



# Shopping center e Loja física

Varejo 1º semestre de 2023



**Flávia Pini**

Sócia  
HiPartners

*“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.”*

# Metodologia

1. Índice de cômputo diário.
2. Considera-se para o cálculo do índice apenas os estabelecimentos que estão presentes na base no último dia de interesse, ou seja, não consideramos aqueles que foram descontinuados. Além disso, esses estabelecimentos devem ter sido inseridos há pelo menos um ano.
3. O peso inicial de cada estabelecimento é dado pela sua média histórica em relação à soma de todas as médias históricas de todos os estabelecimentos. De modo, mais claro, seja  $P_{i,d}$  o peso inicial do estabelecimento  $i$  no dia  $d$ . Considere também  $V_{i,d}$  como as visitas ao estabelecimento  $i$  no dia  $d$ . Por fim, sejam  $D_i$  o número de dias na amostra do estabelecimento  $i$  e  $N$  o número total de estabelecimentos considerados. Temos que:

$$P_{i,d} = \frac{\frac{\sum_{d=1}^{D_i} V_{i,d}}{D_i}}{\sum_{i=1}^N \frac{\sum_{d=1}^{D_i} V_{i,d}}{D_i}}$$

# Metodologia

4. A fim de auxiliar no controle da heterogeneidade entre os mais diversos estabelecimentos, constrói-se, por dia e para cada estabelecimento, o desvio (razão) do número de visitas em relação à sua média histórica. Tal variável passa a ser aquela de nosso interesse. Em termos matemáticos:

$$Desvio_{i,d} = \frac{V_{i,d}}{\frac{\sum_{d=1}^{D_i} V_{i,d}}{D_i}}$$

5. Como há entrada de estabelecimentos na amostra ao longo do tempo; para cada dia, soma-se os pesos de todos os estabelecimentos pertinentes àquela data e repondera-se o peso de cada estabelecimento presente usando sua participação no total daquele dia. Definamos então o peso ajustado para o estabelecimento  $i$  no dia  $d$ , o qual contém  $n$  estabelecimentos, como:

$$Pad_{i,d} = \frac{P_{i,d}}{\sum_{i=1}^n P_{i,d}}$$

# Metodologia

6. Calcula-se a contribuição diária de cada estabelecimento,  $Contr_{i,d}$ , multiplicando-se o desvio em relação à média histórica pelo peso ajustado.

$$Contr_{i,d} = Desvio_{i,d} * Pad_{i,d}$$

7. O valor de interesse para o índice em um determinado dia  $d$ ,  $Valor_d$ , é a soma das contribuições dos estabelecimentos nesse dia.

$$Valor_d = \sum_{i=1}^n Contr_{i,d}$$

8. Adota-se o primeiro dia da série como referência (valor = 100) e encadeia-se para frente.

# 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

**Maria Odete Alves** – Gerente Executiva da SBVC

## PARCERIA

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



**OBRIGADO.**