ABF ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRANCHISING

Ser ABF é ser mais FORTE.

PESQUISA DE DESEMPENHO

4º TRIMESTRE 2021

Ser ABF é ser mais FORTE.

ABF ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRANCHISING

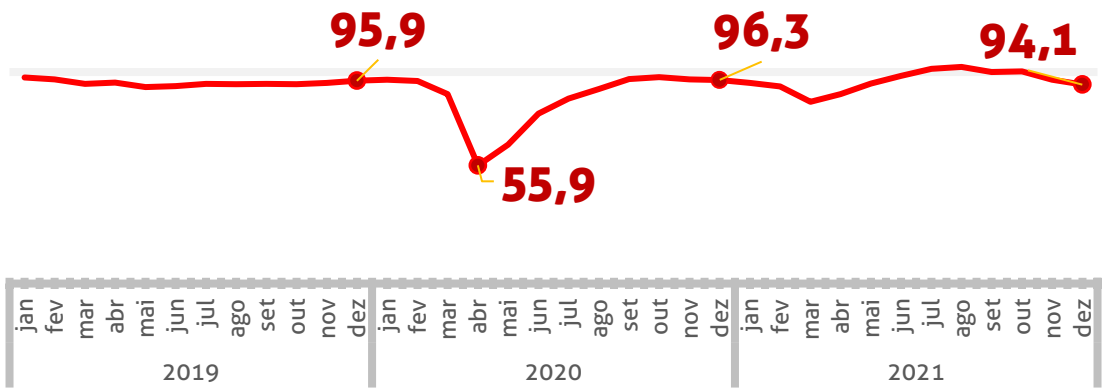
AGENDA

- Cenário Econômico;
- Resultados do Franchising no 4º trimestre de 2021 (Geral e por segmento)
- Resultados do Franchising acumulado do Ano de 2021.
- Outros temas:
  - Expectativa para 2022
  - Impactos da Inflação

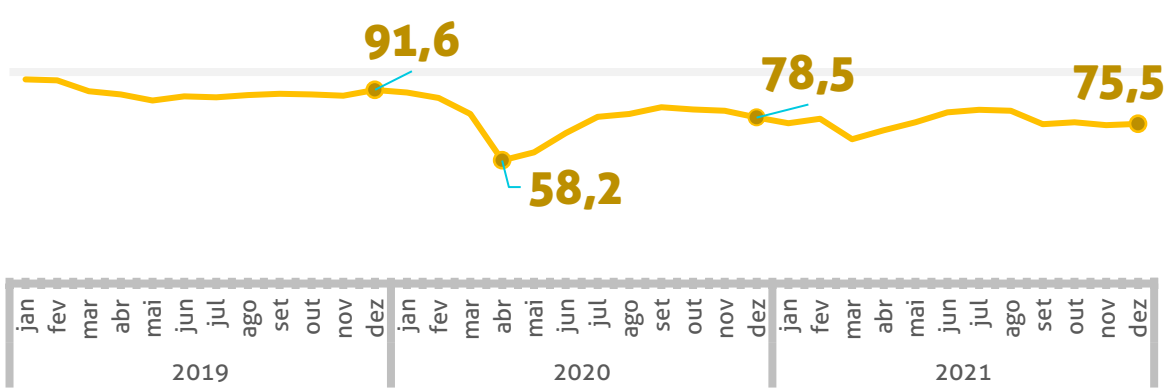
CENÁRIO ECONÔMICO

PIB 2021: 4,7%[1]
IPCA - Variação últimos 12 meses (%): 10,06%[2]

Índice de Confiança Empresarial



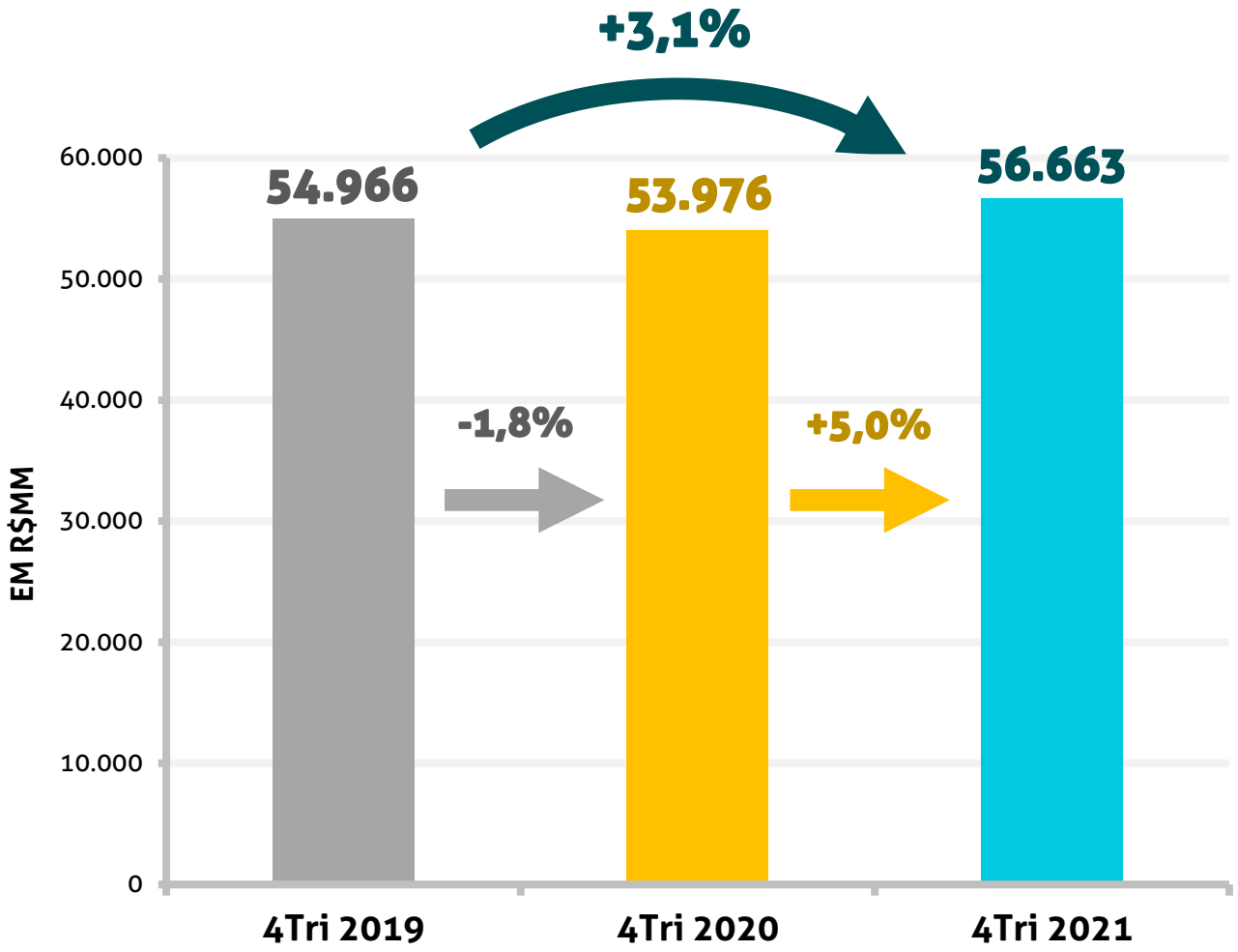
Índice de Confiança do Consumidor



*Os índices de confiança variam entre 0 a 200 pontos:
Baixo: menos de 100 pontos
Moderado: de 100 a menos de 150 pontos
Alto: de 150 pontos ou mais

Fontes: [1]Monitor do PIB-FGV| [2] IBGE | [3]FGV-IBRE (Elaboração: ABF)

FATURAMENTO 4º TRIMESTRE DE 2021



De forma consolidada, o setor de Franchising começa a demostrar um comportamento mais estável, com pequeno crescimento comparado ao mesmo período de 2020

Amostra: 223 entrevistas realizadas entre os dias 03/jan e 01/fev/2022, extrapolado para população.

FATURAMENTO – 4º TRIMESTRE DE 2021

POR SEGMENTO

SEGMENTO	4TRI 2020 (Em R$ MM)	4TRI 2021 (Em R$ MM)	% VAR 2020-21	% VAR UNIDADES
Alimentação - Comércio e Distribuição	2.899	3.140	8,3%	7,2%
Alimentação - Foodservice	10.178	10.418	2,4%	7,2%
Casa e Construção	4.430	4.716	6,5%	6,2%
Comunicação, Informática e Eletrônicos	1.863	1.895	1,7%	-27,2%
Entretenimento e Lazer	713	763	6,9%	1,8%
Hotelaria e Turismo*	2.029	2.349	15,8%	2,4%
Limpeza e Conservação	398	406	2,1%	8,4%
Moda	8.043	8.293	3,1%	11,0%
Saúde, Beleza e Bem Estar	10.797	11.052	2,4%	10,4%
Serviços automotivos	1.453	1.535	5,6%	1,9%
Serviços e outros negócios	8.184	8.995	9,9%	22,9%
Serviços educacionais	2.990	3.099	3,7%	1,8%
TOTAL	**53.976**	**56.663**	**5,0%**	**9,1%**

Eventos extraordinários:

- Migração de AQIO (+1mil unidades) do segmento Comunicação, Informática e Eletrônicos para Serviços e Outros Negócios
- Inclusão de Prudential (+1,5mil unidades) em Serviços e Outros Negócios
- Inclusão de Gazin Semijóias (+1,8mil unidades) em Moda

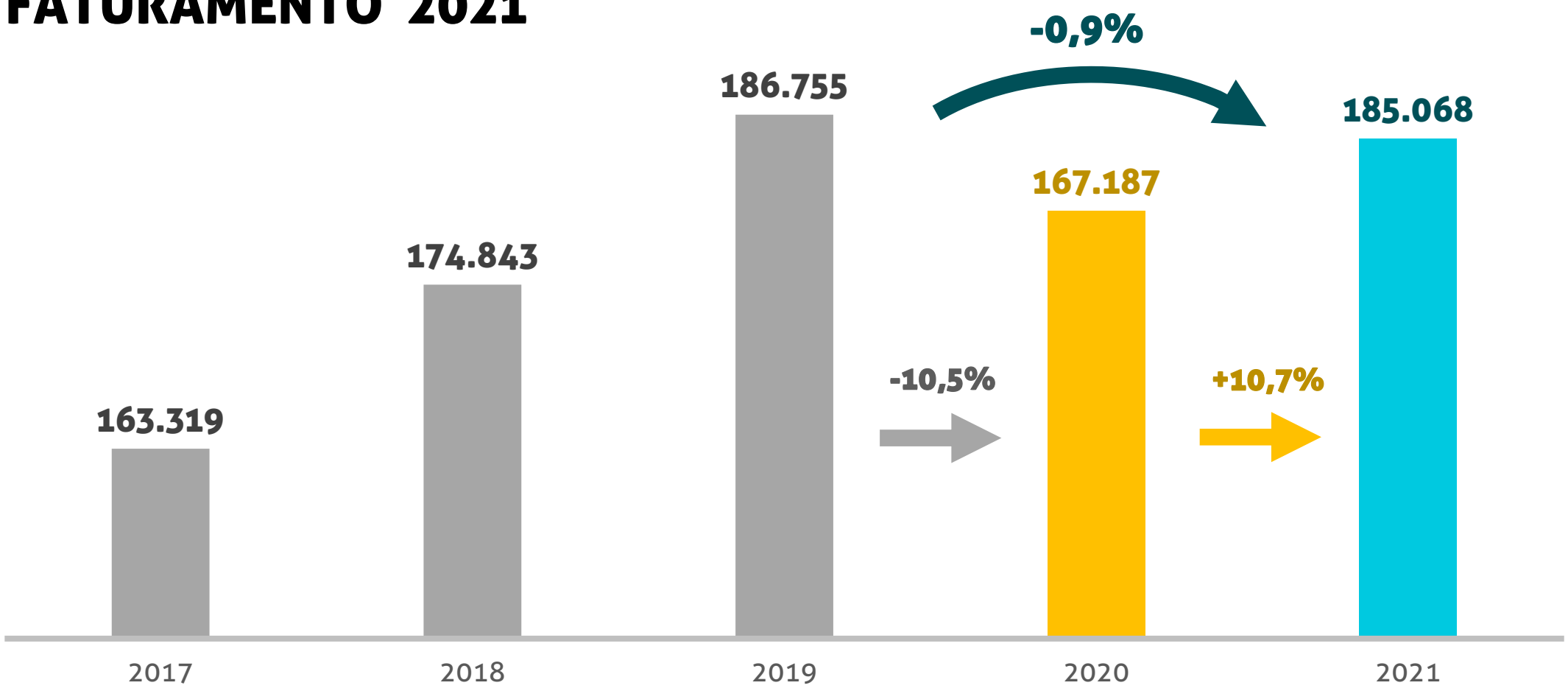
IPCA 12 meses: 10,06%

*O segmento de hotelaria e turismo tiveram recuperação frente a um ano de 2020 muito prejudicado pela pandemia

Amostra: 223 entrevistas realizadas entre os dias 03/jan e 01/fev/2022, extrapolado para população.

FRANCHISING CONSOLIDA RECUPERAÇÃO

FATURAMENTO 2021

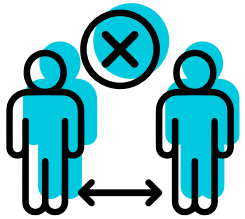


Ser ABF é ser mais FORTE.

ABF ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRANCHISING

Amostra: 223 entrevistas realizadas entre os dias 03/jan e 01/fev/2022, extrapolado para população.

FATORES QUE INFLUENCIARAM



Suspensão das medidas restritivas de distanciamento social;

Retomada gradual dos hábitos dos consumidores;

Aumento do movimento nos shoppings centers;

Ganhos de eficiência das redes de franquias (digitalização);

Novos modelos (home based e virtuais) e players.

FATURAMENTO – ANO DE 2021

POR SEGMENTO

SEGMENTO	TOTAL 2020 (Em R$ MM)	TOTAL 2021 (Em R$ MM)	% VAR 12M ACUMULADOS	% VAR UNIDADES
Alimentação - Comércio e Distribuição	9.740	10.959	12,5%	7,2%
Alimentação - Foodservice	31.158	32.776	5,2%	7,2%
Casa e Construção*	12.429	14.830	19,3%	6,2%
Comunicação, Informática e Eletrônicos	6.063	6.218	2,6%	-27,2%
Entretenimento e Lazer**	1.823	2.209	21,2%	1,8%
Hotelaria e Turismo**	6.673	7.938	19,0%	2,4%
Limpeza e Conservação	1.317	1.511	14,7%	8,4%
Moda	19.153	22.070	15,2%	11,0%
Saúde, Beleza e Bem Estar	35.276	38.976	10,5%	10,4%
Serviços automotivos	5.973	6.505	8,9%	1,9%
Serviços e outros negócios	26.648	29.597	11,1%	22,9%
Serviços educacionais	10.934	11.479	5,0%	1,8%
TOTAL	**167.187**	**185.068**	**10,7%**	**9,1%**

Eventos extraordinários:

- Migração de AQIO (+1mil unidades) do segmento Comunicação, Informática e Eletrônicos para Serviços e Outros Negócios
- Inclusão de Prudential (+1,5mil unidades) em Serviços e Outros Negócios
- Inclusão de Gazin Semijóias (+1,8mil unidades) em Moda

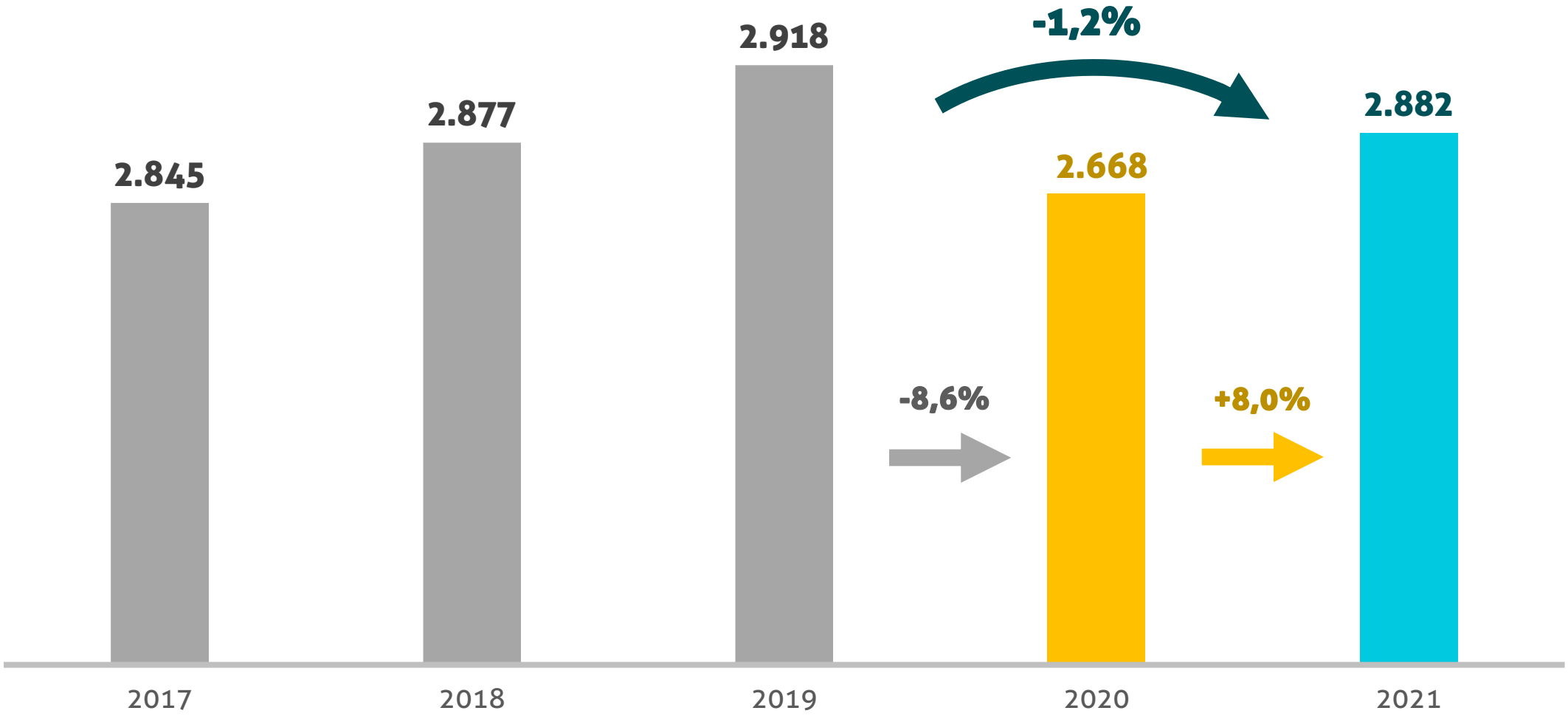
IPCA 12 meses: 10,06%

*O segmento de casa e construção manteve tendência de crescimento observado em 2020.

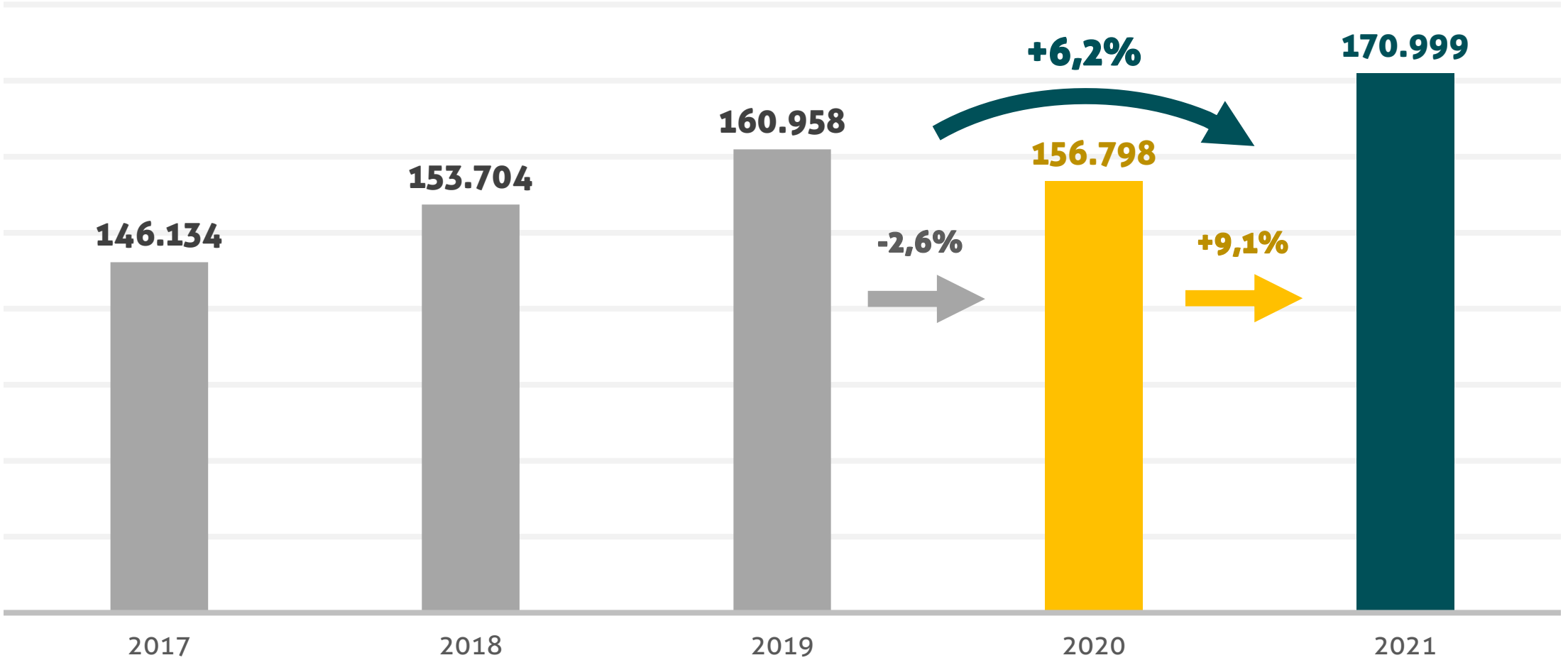
**Entretenimento e lazer e Hotelaria e Turismo tiveram recuperação frente a um ano de 2020 muito prejudicado pela pandemia

Amostra: 223 entrevistas realizadas entre os dias 03/jan e 01/fev/2022, extrapolado para população.

NÚMERO DE REDES DO MERCADO BRASILEIRO



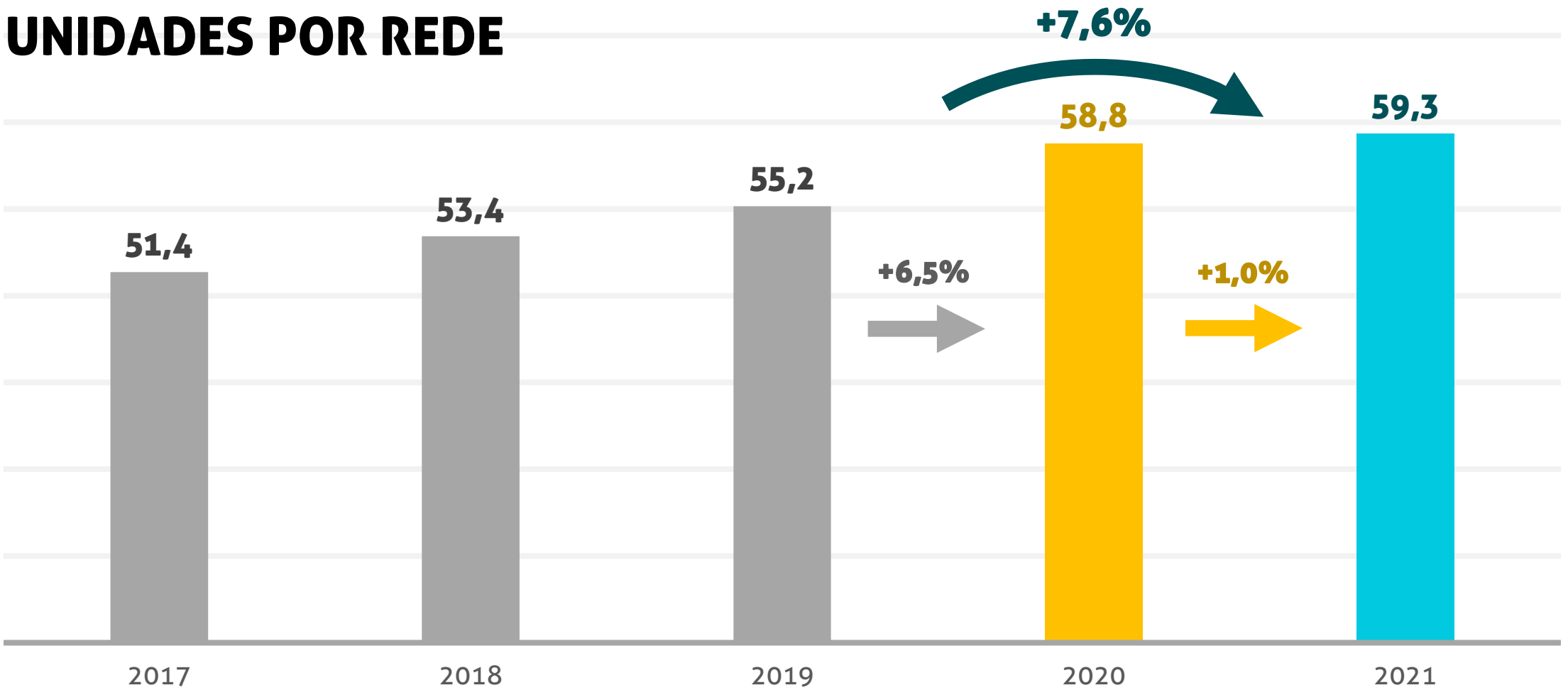
NUMERO DE UNIDADES* FRANQUEADAS



*No universo da pesquisa são consideradas unidades: pontos físicos, franquias digitais, home based, unidades móveis e outros.

FRANQUEADORAS GANHAM PODER DE ESCALA

UNIDADES POR REDE



*No universo da pesquisa são consideradas unidades: pontos físicos, franquias digitais, home based, unidades móveis e outros.

ABERTURA E FECHAMENTO DE UNIDADES*

SALDO

2020
TOTAL ANO

Unidades abertas **+6,6%**
Unidades fechadas **+9,2%**
Saldo **-2,6%**

2021
TOTAL ANO

Unidades abertas **+14,6**
Unidades fechadas **+5,5**
Saldo **+9,1**

REPASSE

2020

Unidades repassadas **2,5%**

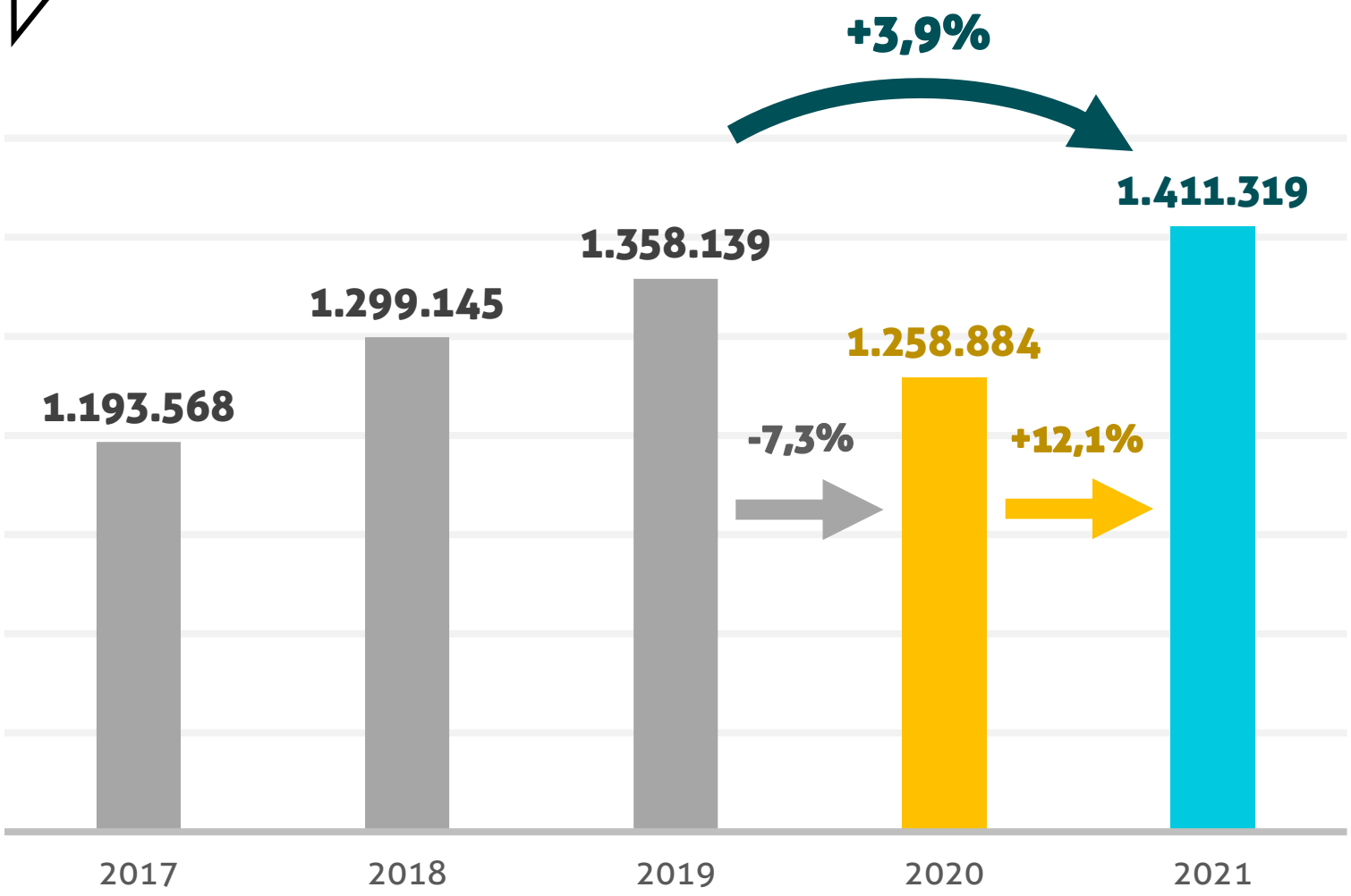
2021

Unidades repassadas **2,8%**

*No universo da pesquisa são consideradas unidades: pontos físicos, franquias digitais, home based, unidades móveis e outros.

Amostra: 223 entrevistas realizadas entre os dias 03/jan e 01/fev/2022, extrapolado para população.

GERAÇÃO DE EMPREGOS



EM MÉDIA, CADA FRANQUIA GERA 8 EMPREGOS DIRETOS

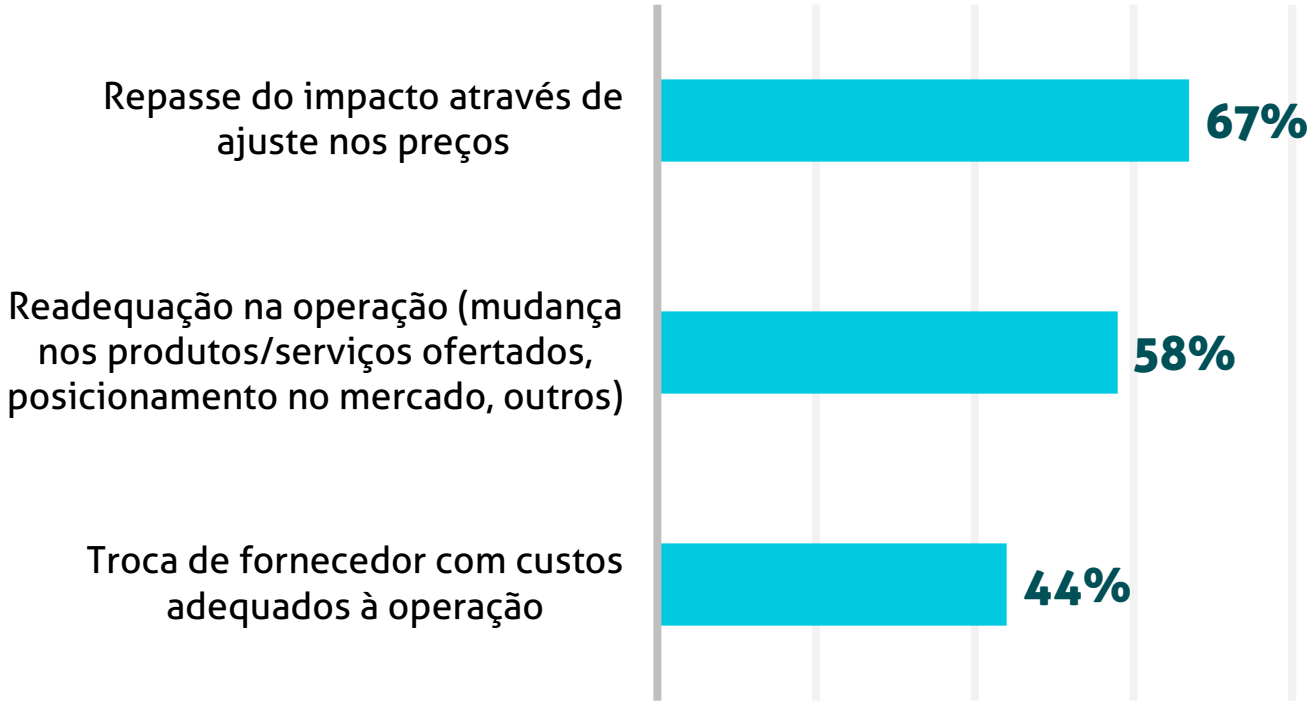
PROJEÇÕES PARA 2022

Projeção do IPCA 2022 = +5,38%
Projeção do PIB 2022 = +0,3%

FATURAMENTO	REDES	UNIDADES	EMPREGO
+9%	+5%	+7%	+5%
201.724 (R$ BILHÕES)	3.026	182.969	1.481.885

REDES SE ADAPTAM AO IMPACTO DA INFLAÇÃO

AÇÕES IMPLANTADAS PELAS MARCAS



- Na ação de repasse de preços, marcas afirmam terem repassado, em média, apenas 30% do valor.
- IPCA - Variação últimos 12 meses (%): 10,06%²

Amostra: 223 entrevistas realizadas entre os dias 03/jan e 01/fev/2022, extrapolado para população.
Fontes: ¹Boletim Focus (27/12/2021), Banco Central | ² IBGE | ³FGV-IBRE (Elaboração: ABF)

OBRIGADO

Ser ABF é ser mais FORTE.

ABF ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRANCHISING