

DESEMPENHO DO FRANCHISING BRASILEIRO

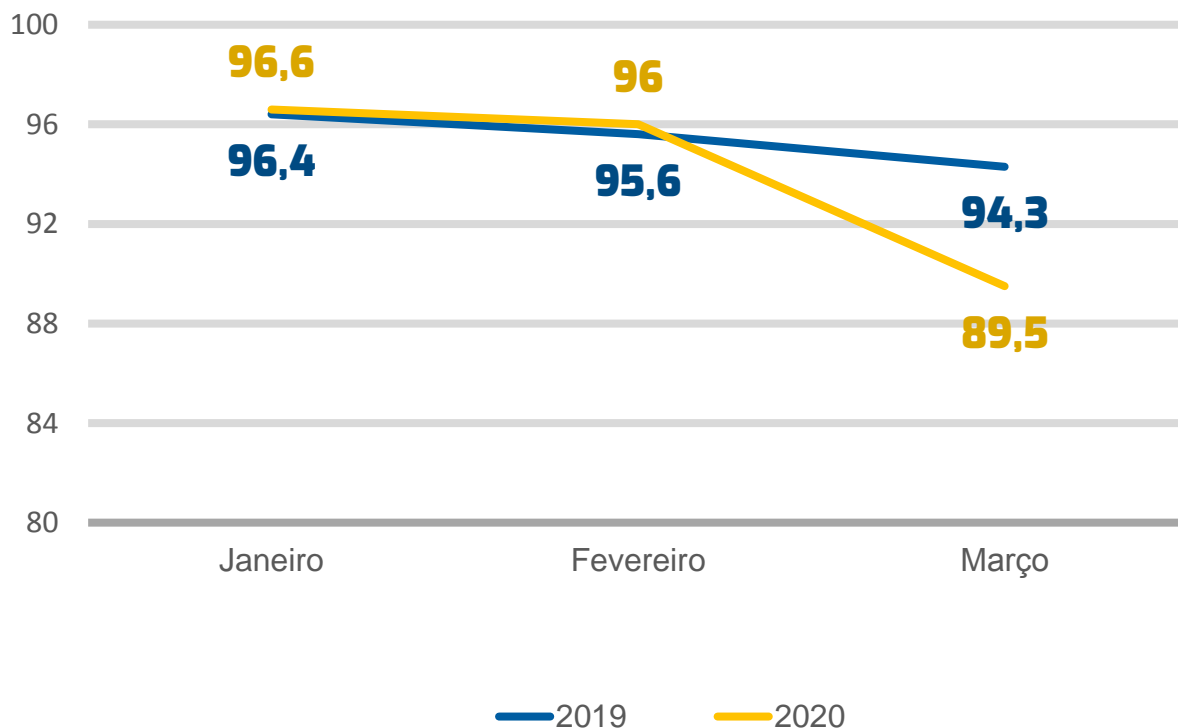
1º TRIMESTRE DE 2020



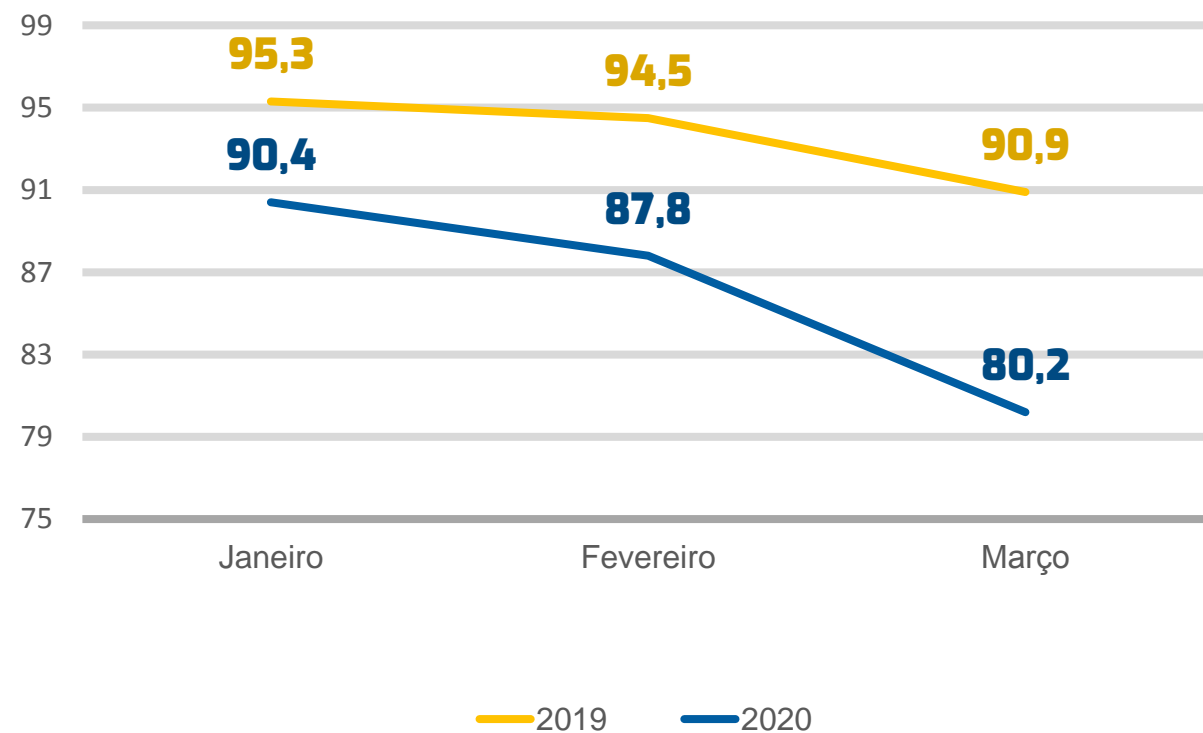
CENÁRIO ECONÔMICO

PIB – Expectativa para 2020: -2,96%¹
IPCA - Variação acumulada no ano (%): 3,30%²

Índice de Confiança Empresarial³



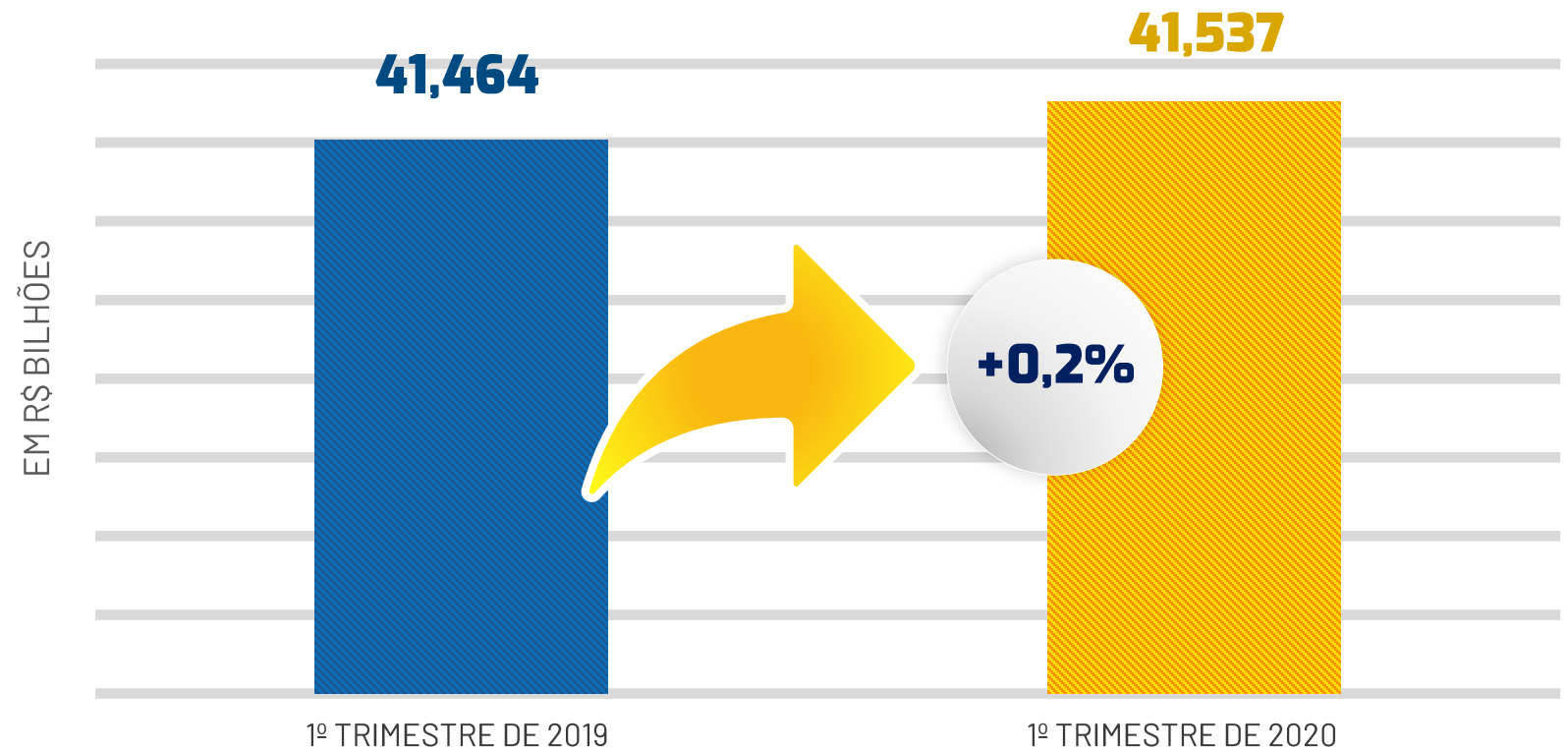
Índice de Confiança do Consumidor³



DEVIDO AO IMPACTO NO FATURAMENTO DE MARÇO, SETOR ALCANÇOU UM RESULTADO SIMILAR AO DO 1º TRI DE 2019

FATURAMENTO 1º TRI 2020 VS. 1º TRI 2019

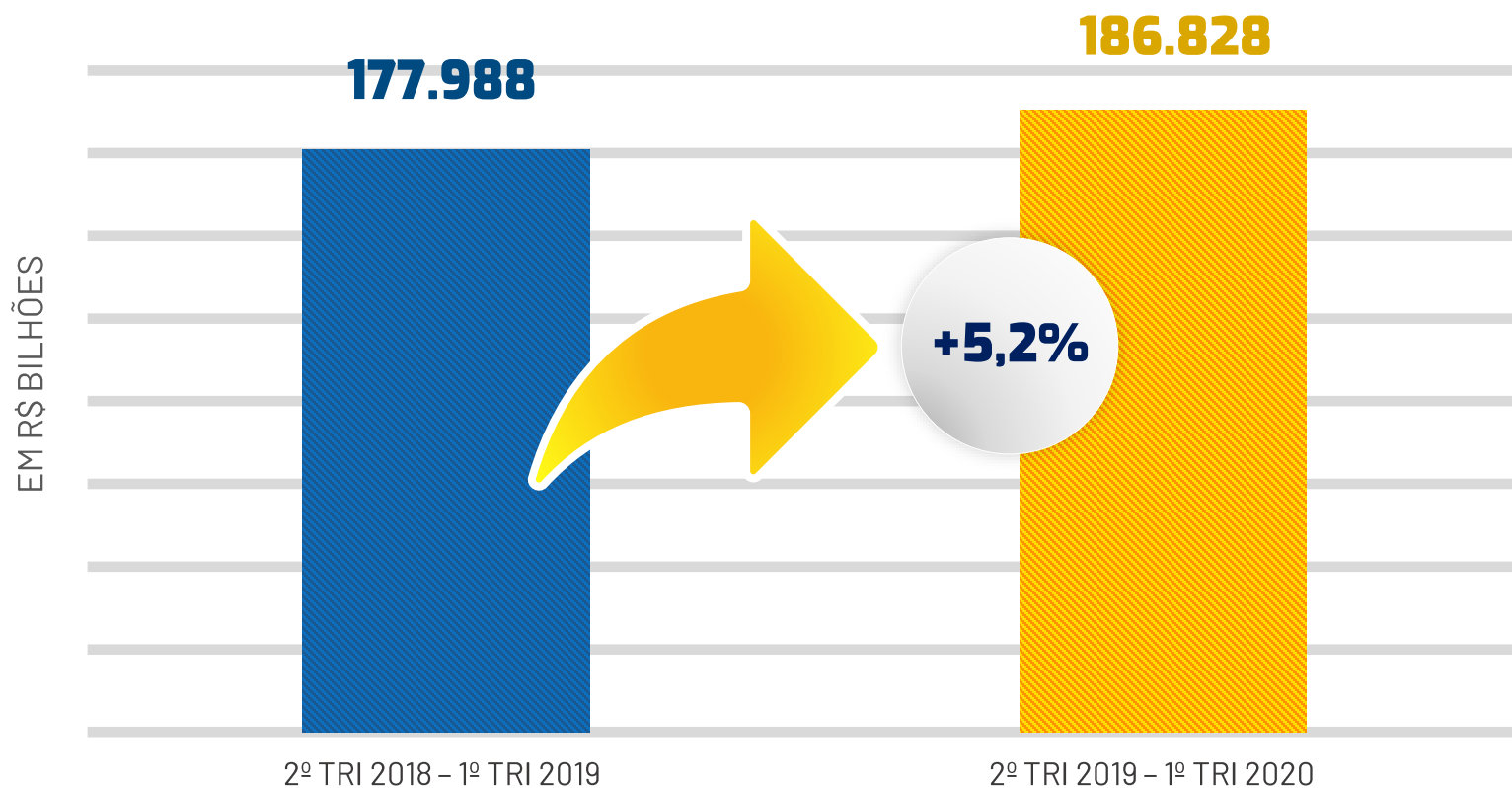
O setor de Franchising teve aumento de 0,2% no faturamento do 1º trimestre, quando comparado com o mesmo período do ano passado



Índice Cielo do Varejo Ampliado (ICVA) Nominal 1º Tri 2020: 2,0%

CRESCIMENTO MODERADO FATURAMENTO

FATURAMENTO 12 MESES ACUMULADOS



O setor de Franchising teve aumento de 5,2% no faturamento dos últimos 12 meses, quando comparado com o mesmo período do ano passado

UNIDADES

1º TRIMESTRE 2020

ABERTURA E FECHAMENTO DE LOJAS

A queda na confiança empresarial e os impactos da pandemia resultaram em saldo entre abertura e fechamento de unidades inferior ao de 2019

SALDO

Abertura e fechamento de unidades

2019

1º TRIMESTRE

Lojas abertas **3,7%**
Lojas fechadas **1,2%**
Saldo **2,5%**

2020

1º TRIMESTRE

Lojas abertas **2,4%**
Lojas fechadas **1,4%**
Saldo **1,0%**

DESTAQUE PARA OS SEGMENTOS DE SERVIÇOS AUTOMOTIVOS, COMUNICAÇÃO, INFORMÁTICA E ELETRÔNICOS E LIMPEZA E CONSERVAÇÃO

SEGMENTOS 1º TRIMESTRE 2020

SEGMENTO	FATURAMENTO 1º TRI 2019 (em bilhões de R\$)	FATURAMENTO 1º TRI 2020 (em bilhões de R\$)	% VAR FATURAMENTO 2019-20	% VAR # DE UNIDADES 2019-20
Alimentação	10.854	10.681	-1,6%	0,4%
Casa e Construção	2.230	2.311	3,6%	5,3%
Comunicação, Informática e Eletrônicos	1.326	1.417	6,9%	7,8%
Entretenimento e Lazer	616	611	-0,9%	-0,9%
Hotelaria e Turismo	3.066	3.053	-0,4%	2,8%
Limpeza e Conservação	321	339	5,6%	1,2%
Moda	4.761	4.689	-1,5%	0,2%
Saúde, Beleza e Bem Estar	7.662	7.622	-0,5%	4,2%
Serviços Automotivos	1.543	1.656	7,4%	1,0%
Serviços e outros negócios	6.247	6.219	-0,4%	6,6%
Serviços educacionais	2.839	2.939	3,5%	1,5%
TOTAIS	41.464	41.537	0,2%	2,8%

SEGMENTOS

12 MESES ACUMULADOS

SEGMENTO	FATURAMENTO 2º TRI 2018 ao 1º TRI 2019 (em bilhões de R\$)	FATURAMENTO 2º TRI 2019 ao 1º TRI 2020 (em bilhões de R\$)	% VAR FATURAMENTO 12M ACUMULADOS	% VAR UNIDADES 12M ACUMULADOS
Alimentação	46.091	48.226	4,6%	0,4%
Casa e Construção	10.274	11.100	8,0%	5,3%
Comunicação, Informática e Eletrônicos	5.602	6.125	9,3%	7,8%
Entretenimento e Lazer	2.477	2.563	3,4%	-0,9%
Hotelaria e Turismo	12.728	13.273	4,3%	2,8%
Limpeza e Conservação	1.400	1.469	5,0%	1,2%
Moda	23.274	24.157	3,8%	0,2%
Saúde, Beleza e Bem Estar	32.550	34.173	5,0%	4,2%
Serviços Automotivos	6.067	6.430	6,0%	1,0%
Serviços e outros negócios	25.471	26.973	5,9%	6,6%
Serviços educacionais	11.612	12.339	6,3%	1,5%
TOTAIS	177.545	186.828	5.2%	2.8%

SEGMENTOS



SERVIÇOS AUTOMOTIVOS

Frota envelhecida e atividades não interrompidas durante a quarentena na maioria das cidades brasileiras.



COMUNICAÇÃO, INFORMÁTICA E ELETRÔNICOS

Consolidação de empresas de meios de pagamento e maior investimento em marketing digital e comunicações online de forma geral



CASA E CONSTRUÇÃO

Recuperação dos mercados imobiliário e da construção civil
Demanda por manutenções e pequenas obras.



SERVIÇOS EDUCACIONAIS

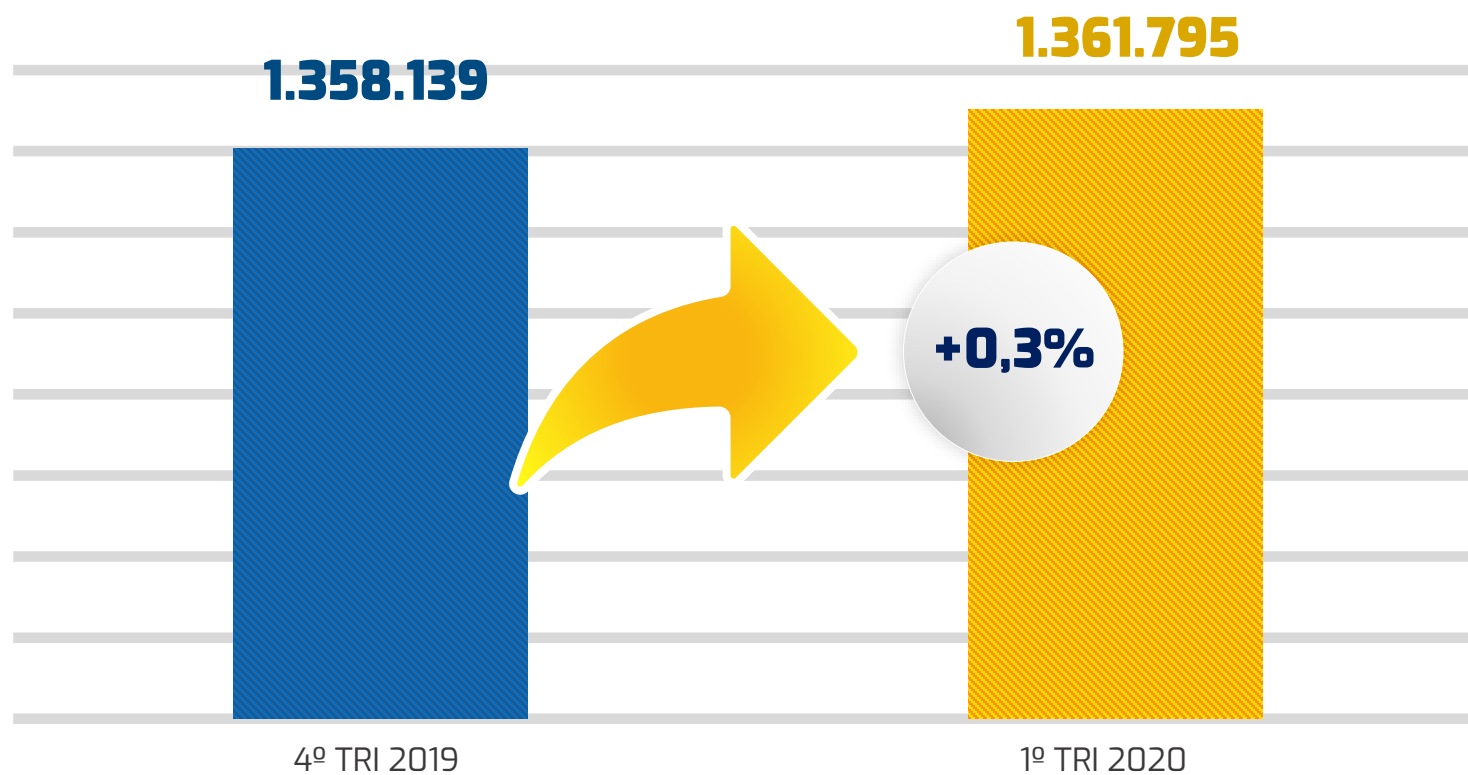
Migração de grande parte dos serviços para plataformas online
Período de renovação de matrículas e atualização de mensalidades.



LIMPEZA E CONSERVAÇÃO

Clientes corporativos e maior demanda por serviços de limpeza, pelas questões sanitárias envolvendo a pandemia.

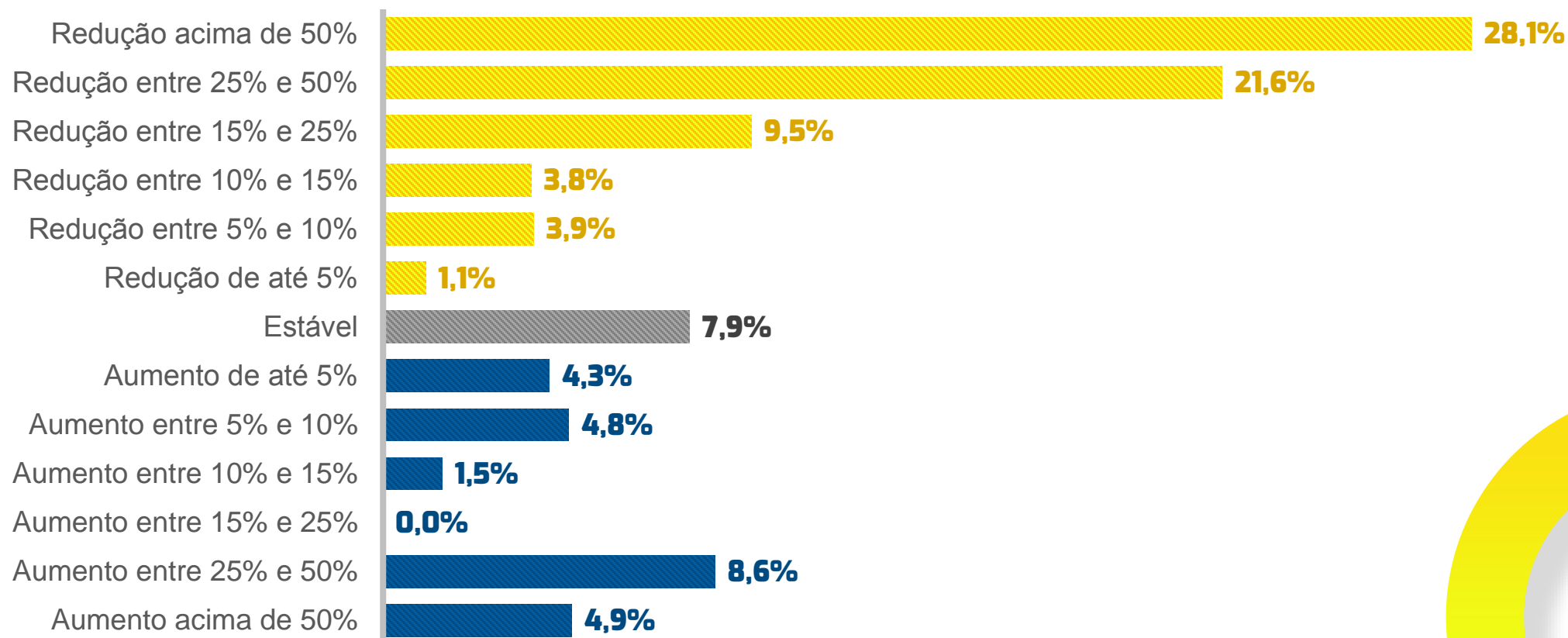
GERAÇÃO DE EMPREGOS AUMENTA COM RELAÇÃO AO ÚLTIMO TRIMESTRE DE 2019



Aumento do número de empregos diretos gerados pelo setor de franchising devido ao saldo positivo entre abertura e fechamento de unidades

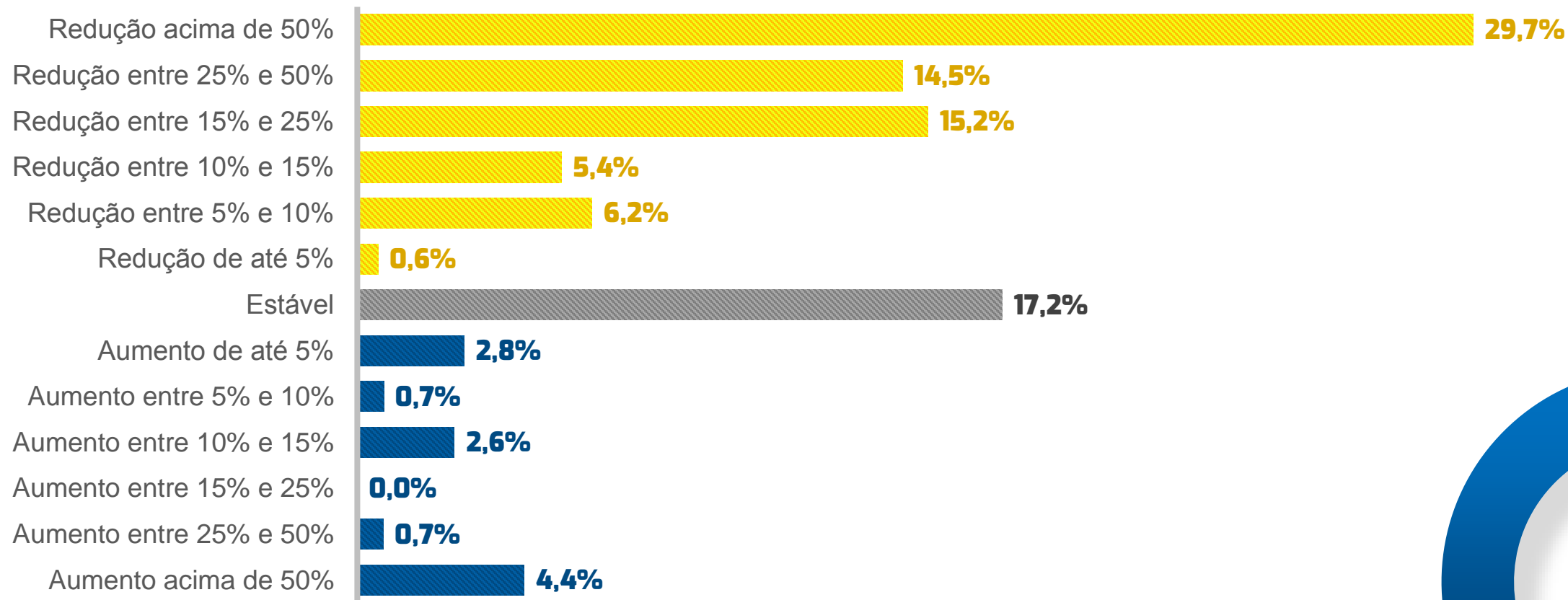
METADE DAS REDE SOFRERAM IMPACTO SUPERIOR A 25% EM DECORRÊNCIA DA QUARENTENA

VARIAÇÃO NO FATURAMENTO MARÇO 2019 VS. 2020



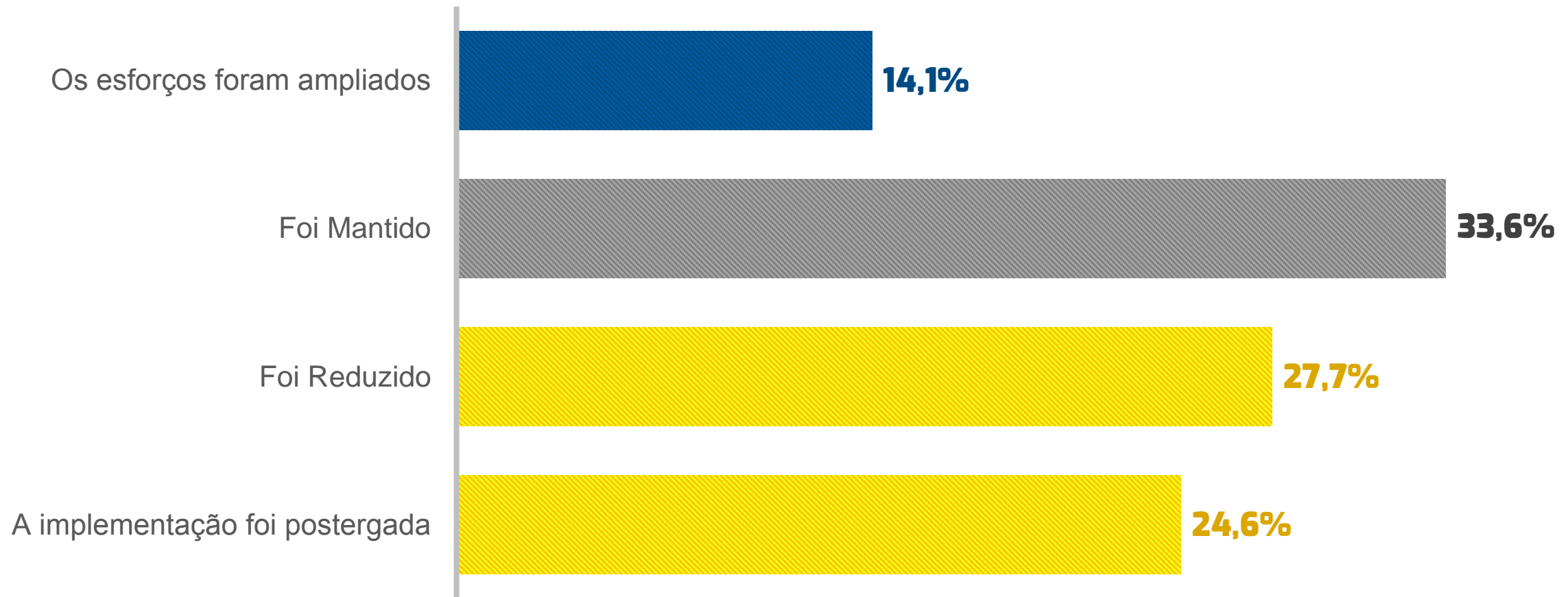
O IMPACTO NO FATURAMENTO DA 2ª QUINZENA DE MARÇO VS. 1ª TAMBÉM FUI RELEVANTE, MAS MUITAS EMPRESAS SE MANTIVERAM ESTÁVEIS

VARIAÇÃO NO FATURAMENTO 1ª QUINZENA VS. 2ª QUINZENA DE MARÇO DE 2020



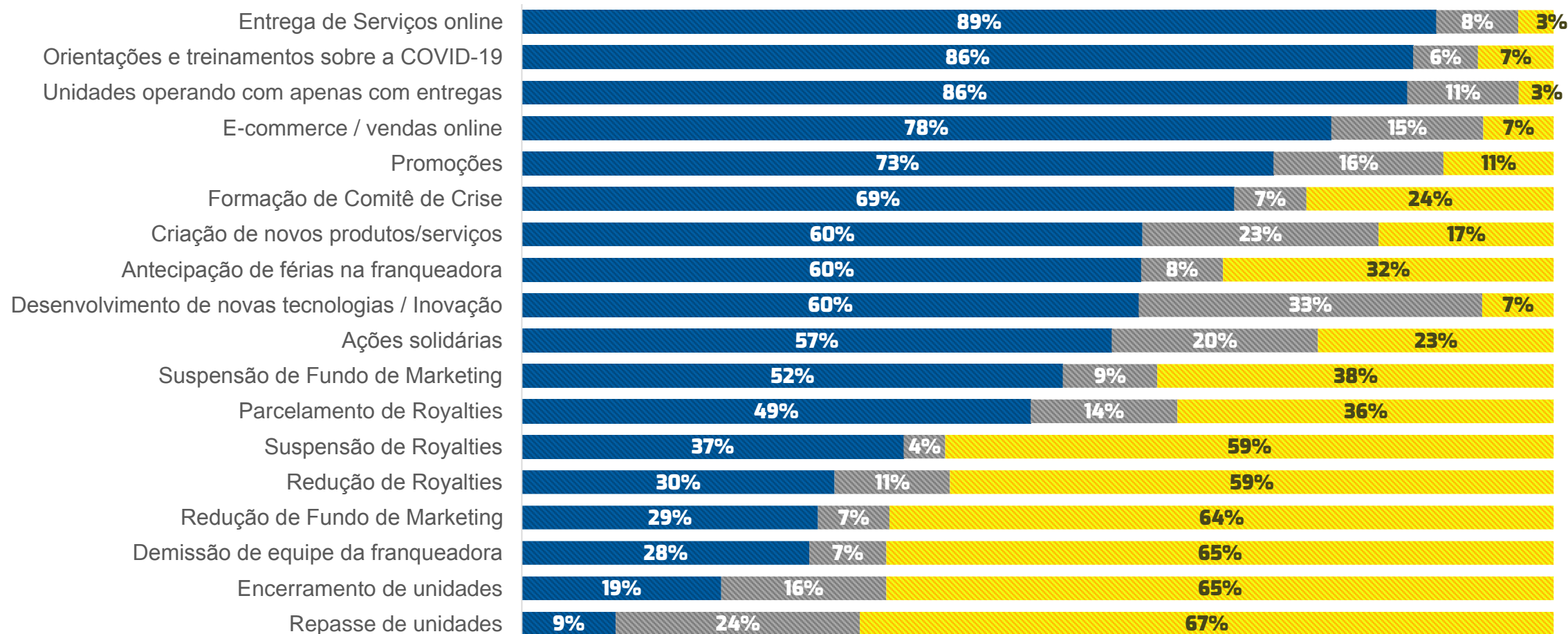
ATÉ O FINAL DO PRIMEIRO TRIMESTRE, APESAR DA CRISE, MUITAS EMPRESAS PREVIAM MANTER OU AMPLIAR OS ESFORÇOS EM EXPANSÃO

PREVISÃO COM RELAÇÃO AO PLANO DE EXPANSÃO



TRANSIÇÃO PARA SERVIÇOS DIGITAIS E DELIVERY, BEM COMO ORIENTAÇÕES SOBRE A COVID-19 ESTÃO ENTRE AS PRINCIPAIS AÇÕES IMPLEMENTADAS NO FRANCHISING

ESTRATÉGIAS ADOTADAS NO PERÍODO DE CRISE



■ Já implantamos ■ Pretendemos implantar ■ Ainda não consideramos



ABF ASSOCIAÇÃO
BRASILEIRA DE
FRANCHISING

