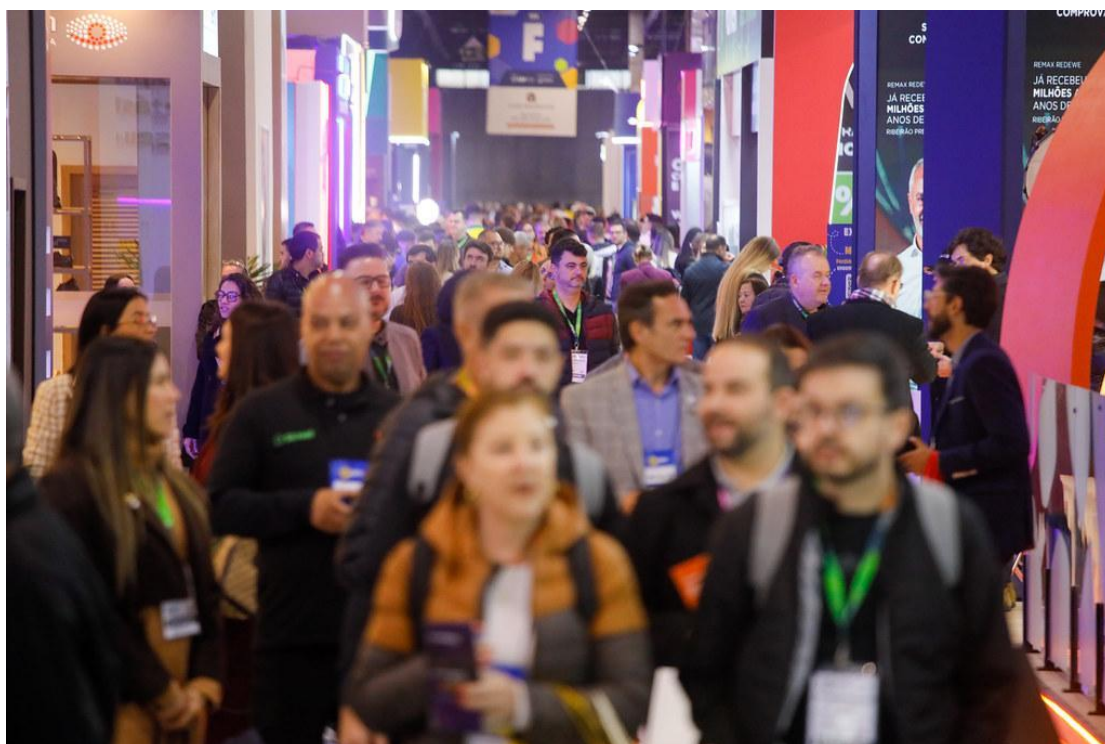


ABF Expo 2026 impulsiona negócios e fortalece planos de expansão das redes expositoras

Marcas destacam qualidade dos visitantes a maior feira de franquias do mundo, oportunidades e ambiente favorável para o desenvolvimento de estratégias pelo País



São Paulo (SP), junho de 2026 – A ABF Franchising Expo 2026 consolidou, mais uma vez, seu papel como o principal palco para a expansão das redes de franquias no Brasil. Durante quatro dias, centenas de marcas expositoras, sendo 90 estreantes, aproveitaram a feira para apresentar lançamentos, fortalecer o relacionamento com possíveis investidores, validar novos modelos de negócio e acelerar seus planos de crescimento no Expo Center Norte, em São Paulo.

O resultado foi um ambiente marcado por conexões qualificadas, geração de oportunidades e perspectivas concretas de expansão para empresas de diferentes segmentos. A percepção foi compartilhada tanto por redes estreantes quanto por expositores tradicionais. Em comum, os relatos destacaram a **qualidade dos contatos realizados**, o **interesse de investidores cada vez mais preparados** e o **fortalecimento da visibilidade das marcas**. Para muitas empresas, a ABF Expo também representou o momento de lançar novos formatos de franquia e apresentar soluções inovadoras para os 45 mil visitantes em um espaço de mais de 30 mil m² com um objetivo em comum: abrir franquias e gerar negócios.

"Mais do que uma feira de negócios, a ABF Franchising Expo é um ambiente que impulsiona o crescimento das franquias brasileiras. A cada edição, vemos marcas fortalecendo suas

estratégias de expansão, criando novas conexões e encontrando investidores preparados para transformar oportunidades em negócios", destaca **Caroline Graciani, diretora-executiva da ABF**.

Confira, a seguir, como algumas das marcas expositoras avaliaram sua participação na ABF Franchising Expo 2026.

Havanna Brasil

Durante os quatro dias da ABF, em que celebramos os 20 anos de atuação da Havanna no Brasil, apresentamos a evolução dos nossos modelos de negócios (Cafeteria Tradicional e Espresso, Heladeria e Híbrido), reforçando nossa estratégia de expansão para os próximos anos. Os formatos despertaram o interesse tanto de empreendedores de primeira viagem, atraídos pela força da marca, quanto de empresários com múltiplas operações em franchising em busca de diversificação. A experiência proporcionada pela degustação dos helados e itens de cafeteria reforçou o diferencial dos nossos produtos e da experiência Havanna, contribuindo para a geração de conexões qualificadas. Encerramos a feira com um robusto pipeline de negócios, que fortalece nossa estratégia de crescimento no país.

Rede iGui

"Esta edição da ABF superou o que havíamos projetado e provou que o mercado está buscando marcas maduras, que oferecem suporte real e segurança. O grande diferencial deste ano foi ver o nosso espaço se transformar em um verdadeiro polo de conteúdo e relacionamento. Atraímos não apenas quem queria abrir uma franquia, mas profissionais que movimentam a ponta do mercado no dia a dia, como piscineiros, empresários, arquitetos e profissionais da construção civil. Essa troca direta e qualificada nos dá a certeza de que a nossa entrega vai muito além do produto e que nós lideramos a transformação do nosso setor", Lilian Marques, diretora de Expansão da Rede iGui.

LIVO

A primeira participação da LIVO na ABF Expo 2026 foi fundamental para impulsionar o plano ambicioso da marca de expansão de pontos de venda e modelo de serviço pioneiro no varejo. "Na ABF Expo, pudemos demonstrar o exame optométrico gratuito que oferecemos nas lojas, o diferencial que verticaliza toda a operação e afirma o Eyetech, modelo de serviço pioneiro da LIVO", afirma Jaime Oriol Miranda, CEO da LIVO.

Plié

A ABF Franchising Expo é uma vitrine estratégica para fortalecer o posicionamento da Plié e ampliar nossa conexão com investidores que compartilham da nossa visão de negócio. Pelo terceiro ano, trouxemos um modelo de franquia sólido e a essência da marca, reunindo nossa tecnologia à valorização das pessoas que atuam na alma da marca: uma indústria verticalizada e 100% nacional. Trazer simbolicamente uma célula da fábrica para o estande reforça nossa essência e que estamos em um momento de expansão consistente, com lastro fabril.

Nossa expectativa para 2026 é abrir cerca de 20 novas unidades, com foco nas regiões Centro-Oeste e Nordeste, ampliando em 40% nossa rede de lojas e alcançando um crescimento de 20% no faturamento.

Pelo segundo ano consecutivo, a Plié conquistou o Selo de Excelência em Franchising (SEF). Nesse ano, foi reconhecida como vencedora do Prêmio Destaque na categoria Pleno. Essa importante certificação reconhece as redes que se destacam pela qualidade do suporte

oferecido aos franqueados, rentabilidade do negócio, desempenho da operação e solidez no relacionamento com a rede.

Esse reconhecimento reforça a credibilidade da Plié Franquias em um momento estratégico de expansão, evidenciando a maturidade e a consolidação da rede. A conquista fortalece a confiança de novos investidores, impulsiona o crescimento orgânico da marca e valida o compromisso contínuo com a excelência.

Seguimos dedicados ao aprimoramento constante dos nossos processos, fortalecendo nossa rede de franquias e construindo um caminho ainda mais sólido para os desafios e conquistas de 2027

Buddha Spa

Foi uma participação muito positiva, onde foram feitos ótimos contatos que com certeza se converterão em novas unidades. A rede Buddha Spa valoriza muito esses encontros, uma oportunidade para mostrar os modelos de negócios da franqueadora.

Skyler

"Participar da ABF 2026 tem sido uma experiência extremamente valiosa para a Skyler. Em um único ambiente, conseguimos ampliar nossa rede de contatos com franqueadores, investidores e parceiros estratégicos, criando conexões que dificilmente aconteceriam em outro contexto. Além disso, a feira também se tornou um espaço importante para a produção de conteúdo autêntico, com bastidores, entrevistas e registros que fortalecem nossa presença digital. A ABF continua sendo uma vitrine essencial para consolidar nossa marca, construir relacionamentos de longo prazo e impulsionar nosso plano de expansão."

Grupo SMZTO

"Estar na ABF Expo mais um ano, especialmente ao lado do Grupo SMZTO, nos dá uma clareza muito grande de que o mercado valida o que a Oral Sin constrói todos os dias. Mais do que buscar números, nosso foco aqui é o relacionamento e a consolidação de um modelo que gera impacto real. A Oral Sin já atua com excelência há mais de 22 anos, devolvendo autoestima e qualidade de vida a quem sofre com a perda dentária. Então nós entregamos a maturidade de uma operação testada e aprovada nesse segmento que tem demanda crescente.

Oral Sin Implantes

Outro ponto que atraiu a atenção dos visitantes foi o nosso suporte focado em rentabilidade. O mercado de franquias hoje exige segurança, e o fato de 65% da nossa rede ser composta por multifranqueados, parceiros que decidiram abrir a sua segunda, terceira ou quarta clínica conosco, é a maior prova social e qualitativa de que entregamos o resultado que o investidor procura. Saímos desta feira com a certeza de que a Oral Sin continua ditando o ritmo da odontologia de alta performance no país." – Thiago Nogueira – CEO da Oral Sin Implantes

Além disso, foi uma grande satisfação receber nossos franqueados, parceiros, colaboradores e colegas do setor, fortalecendo relacionamentos e promovendo importantes trocas ao longo do evento. Nosso estande ficou muito bonito, em uma localização estratégica, o que contribuiu para uma excelente experiência. Encerramos a feira com um saldo bastante positivo e já estamos ansiosos pela ABF Expo 2027.

Academia Gaviões 24h.

"A participação da Academia Gaviões 24h na ABF Franchising Expo 2026 também foi uma oportunidade para mostrar, na prática, os diferenciais do nosso modelo de negócio. No estande, apresentamos aos visitantes como funciona a operação, os indicadores de desempenho e o potencial do investimento, utilizando vídeos e materiais que ilustram toda a experiência da rede. A Academia Gaviões 24h é uma marca que, ao longo de mais de cinco décadas, conquistou uma base de alunos extremamente fiel por oferecer uma experiência de treino diferenciada. Durante a feira, percebemos que esse reconhecimento também despertou o interesse de investidores e futuros franqueados, que enxergaram na Academia Gaviões 24h uma oportunidade de empreender ao lado de uma marca consolidada e com planos consistentes de expansão."

HeadOffice.ai

Segundo Alexandre Guerra sócio e CEO de franquias da HeadOffice.ai, a ABF Expo foi a oportunidade perfeita para o lançamento modelo de franquias da marca, superando todas as expectativas. "Recebemos centenas de visitantes e registramos um fluxo intenso de empresários e investidores interessados em conhecer nossa proposta. Foi muito gratificante perceber a receptividade do público, que se surpreendeu positivamente ao interagir com nossos agentes de IA e compreender o potencial do nosso modelo de negócios. Saímos da feira extremamente satisfeitos e confiantes no sucesso desta expansão. Agora iniciaremos o processo de seleção dos 10 franqueados que farão parte desta primeira fase e que, por meio de suas agências HeadOffice, levarão nossa tecnologia e soluções de inteligência artificial para empresas em todo o Brasil", afirma.

Touareg Seguros

"Participar da ABF é sempre uma oportunidade estratégica para apresentarmos a força do nosso negócio. Nossa rede de franquias é sólida, nosso modelo é validado e a feira nos permite mostrar esses diferenciais de forma muito próxima aos empreendedores que buscam investir em um segmento seguro e em crescimento", destaca o CEO da Touareg Seguros, André Costa.

Maria Brasileira

Segundo o executivo, o balanço da participação supera as expectativas e reforça o potencial de crescimento da marca. "Saímos desta edição com a sensação de dever cumprido. Tivemos conversas muito qualificadas, conhecemos potenciais franqueados de diferentes regiões do país e iniciamos negociações que devem se transformar em novas unidades nos próximos meses. O saldo é extremamente positivo e temos certeza de que colheremos excelentes resultados dessa participação", afirma Juliana Pitelli, diretora de Expansão e sócia da Maria Brasileira.

"Para a nossa rede, a Maria Brasileira, a ABF Franchising Expo é um dos momentos mais importantes do ano, porque nos permite mostrar a evolução da rede e reforçar tudo o que construímos ao longo da nossa trajetória. Mais do que apresentar uma oportunidade de investimento, conseguimos demonstrar a maturidade da marca, a qualidade do suporte oferecido aos franqueados e a capacidade de adaptação do nosso modelo de negócio às novas demandas do mercado. Estar presente pela 12ª edição consecutiva reforça o nosso compromisso com o franchising brasileiro e fortalece o posicionamento da Maria Brasileira como uma rede sólida, preparada para continuar crescendo e levando seus serviços para cada vez mais regiões do país".

Sterna Café

Os primeiros dias foram marcados por conversas com investidores que já conheciam a marca e buscavam aprofundar seu conhecimento sobre o modelo de negócio, enquanto a reta final da

feira proporcionou encontros com parceiros, fornecedores e profissionais do setor. Também tivemos a satisfação de receber diversos franqueados da rede, que cresceram conosco no último ano para prestigiar nossa participação e fortalecerem ainda mais a conexão com a marca. Mais do que gerar novas oportunidades de expansão, a feira foi um importante momento para ampliar a visibilidade da Sterna Café, fortalecer relacionamentos e abrir portas para futuros negócios.

Mercadão dos Óculos

"A participação do Mercadão dos Óculos na ABF Franchising Expo reforçou a força da marca e a confiança que o mercado tem no nosso modelo de negócio. Ao longo da feira, recebemos centenas de empreendedores interessados em investir em um segmento resiliente, com alto potencial de crescimento e foco em saúde visual. Também foi uma oportunidade para apresentar inovações, como as novas lentes próprias com tecnologia aplicada ao design óptico, e fortalecer o relacionamento com franqueados, parceiros e investidores. Saímos da ABF ainda mais confiantes de que estamos no caminho certo para ampliar a presença do Mercadão dos Óculos em todo o Brasil, levando um modelo de franquia sólido, acessível e competitivo", disse Gustavo Freitas, CEO do Mercadão dos Óculos.

SÓ MULTAS

"Mesmo com o impacto da Copa do Mundo no primeiro dia, a feira está sendo um sucesso para nós. Já geramos contatos qualificados e a expectativa é encerrar o evento com cerca de 300 leads, o que reforça nossa intenção de voltar no ano que vem."

Domino's Pizza

"A ABF Franchising Expo é um dos principais encontros do setor e uma oportunidade valiosa para apresentarmos a solidez da Domino's, nosso modelo de negócio e os planos de crescimento da marca. Encerramos esta edição muito satisfeitos com a qualidade das conversas realizadas, o interesse de potenciais investidores e a visibilidade conquistada ao longo da feira", diz o CEO da Domino's Pizza no Brasil Orestes Miraglia.

market4u

"Estamos muito satisfeitos com a participação do market4u na ABF Franchising Expo deste ano. Percebemos que o público chega cada vez mais preparado, já conhece o conceito de mercados autônomos e busca entender, na prática, como funciona a operação e o potencial de expansão do negócio. A feira nos permite mostrar toda a estrutura da rede, esclarecer dúvidas e apresentar um modelo escalável, que desperta ainda mais interesse por combinar tecnologia, conveniência e uma operação enxuta, sem a necessidade de atendentes", afirma explica Leonardo Portioli, CRO do market4u.

TACO

A TACO participa pelo segundo ano consecutivo da ABF Expo Franchising e, neste ano, percebemos um perfil diferente de investidor. Nos corredores da feira, nas conversas em nosso stand e nas palestras que ocorreram em paralelo à feira de negócios, percebemos o crescimento de empresas gestoras de centros comerciais interessadas em operacionalizar franquias. Isso mostra todo o potencial do setor no Brasil.

"Triplicamos o tamanho do nosso estande e, conseqüentemente, estamos gerando muito mais negócios do que nos anos anteriores. Também lançamos nossa câmera com inteligência artificial

para o varejo durante a feira e a aceitação está sendo muito boa. Estamos muito felizes com os resultados e certamente voltaremos no ano que vem."

Giuliana Flores

"Estamos muito animados com as oportunidades que devem surgir a partir dos contatos que fizemos durante a ABF Expo. Hoje já contamos com 25 unidades franqueadas e estamos muito satisfeitos com o crescimento alcançado em apenas um ano. Foi justamente na ABF Expo do ano passado que lançamos nossa franquia e, na época, nossa expectativa era chegar a 15 unidades franqueadas até esta edição. Conseguimos superar essa meta, o que reforça que estamos no caminho certo", disse Juliano Souza, Direto de Marketing e Franquias da Giuliana Flores.

Touareg Seguros

Essa é a sétima vez consecutiva que participamos da ABF. Recebemos mais de 1500 pessoas em nosso stand e já conseguimos vislumbrar excelentes perspectivas de negócios! 2026, com certeza, é um ano muito especial para a Touareg, temos metas muito bem definidas e queremos chegar a 400 franquias até o fim do ano. Então, com certeza, nossa participação na ABF irá colaborar para alcançarmos esse número. Além disso, viemos em maior número esse ano, com uma equipe mais robusta, mais coesa, tudo isso é reflexo da maturação do nosso negócio e alinhado com aquilo que temos como prioridade: excelência em proteger os sonhos e as conquistas das pessoas, disse o CEO, André Costa.

Jorge Bischoff

No nosso estande, cada detalhe foi pensado para criar essa conexão: servimos vinhos e espumantes da marca, trabalhamos o aroma característico da Jorge Bischoff e oferecemos uma experiência que desperta os sentidos e fortalece o vínculo com o cliente. Saímos desta edição muito felizes com a nossa participação e confiantes de que todo relacionamento construído durante a feira se transformará em excelentes resultados nos próximos meses.

Rede Todomoda

Costamos muito da participação, pois conseguimos nos apresentar para empreendedores de fato interessados no negócio, pessoas qualificadas e que entendem o que é uma franquia e os processos desse modelo de negócio.

Fiserv Brasil

"Na última edição apresentamos o conceito da Loja Clover, e agora, na ABF Expo 2026, apresentamos a realidade. Uma plataforma de pagamento e gestão que potencializa negócios de diferentes setores, e uma oportunidade única para empreendedores que desejam ingressar no mercado de tecnologia voltado ao varejo. Nosso modelo está em plena expansão pelo país com previsão de novas inaugurações ainda em julho deste ano", Wohlers, Diretor de Desenvolvimento de Negócios da Fiserv Brasil.

Cultura Inglesa

"A participação da Cultura Inglesa na ABF Franchising reforçou a força da marca e a confiança que ela desperta em investidores. Recebemos um grande volume de visitantes, muitos com uma relação afetiva com a instituição, e tivemos a oportunidade de mostrar como nosso projeto pedagógico prepara os alunos para serem cidadãos globais. A feira também marcou a apresentação do nosso modelo de microfranquias, desenvolvido para levar a experiência da Cultura Inglesa a espaços que fazem parte da rotina das famílias, como escolas, clubes e

condomínios. A receptividade foi muito positiva e confirma que estamos no caminho certo para expandir a rede com formatos alinhados às novas demandas do mercado”, Souza, Diretor de Educação em Inglês da Cultura Inglesa

Milon

“A feira tem sido bastante positiva para a Milon. Mais do que volume de pessoas circulando, buscamos encontrar empreendedores com perfil e aderência ao modelo da rede, interessados em conhecer a franquia e entender melhor o nosso posicionamento. Nesse sentido, tivemos uma percepção muito positiva da qualidade dos contatos gerados ao longo do evento. Participar da ABF Franchising Expo é importante para fortalecer a marca, gerar conexões e encontrar novos parceiros para a expansão da Milon”, disse Edilson Gomes, gerente de novos negócios da Milon.

Grupo MoveEdu

“A feira tem proporcionado contatos bastante qualificados, com investidores que chegam mais preparados e com interesse real no negócio. Isso resulta em conversas mais produtivas e facilita a identificação de oportunidades com maior potencial de fechamento. Mais do que a quantidade de atendimentos, valorizamos a qualidade dos leads gerados, pois isso tende a refletir em melhores resultados para a expansão das redes que integram o Grupo MoveEdu”, disse Camilo Carvalho – Diretor de expansão do Grupo MoveEdu.

Dudalina e a John John

“A ABF Expo 2026 foi muito positiva para a Dudalina e a John John. Percebemos uma evolução importante na qualidade dos leads: os investidores chegaram ao estande já conhecendo as marcas, interessados em entender o investimento, o potencial das praças e as oportunidades de expansão. Isso tornou as conversas muito mais estratégicas. A feira também marcou um momento importante para as duas marcas. A Dudalina, que lançou seu modelo de franquias na ABF em 2024, já conta com 22 operações. Nesta edição, apresentamos a John John no franchising, com dois modelos de negócio que ampliam nossa capacidade de expansão e atendem diferentes perfis de mercado. Além do interesse dos investidores, recebemos a visita de diversos shopping centers, muitos deles já acompanhados de potenciais franqueados. Esse movimento reforça a força das marcas e confirma a ABF Expo como um ambiente estratégico para gerar negócios e acelerar nosso plano de crescimento”, disse, Renata Viacava, diretora de marca da Dudalina e John John

Bella Capri Franchising

“Nós da Bella Capri apresentamos como novidade uma franquia de pizzeria feita à mão, com a opção de instalar uma dark kitchen multimarcas, com oito diferentes culinárias, multiplicando o faturamento da operação. Também aplicamos uma estratégia muito assertiva. Montamos uma operação para oferecer degustação de pizzas, quentinhas, assadas na hora. Os clientes se encantaram com o sabor das nossas pizzas aumentando ainda mais o potencial para fechamento de negócios. Agora é trabalhar esses leads captados na feira e fechar negócios”, disse Guto Covizzi – Diretor de Expansão da Bella Capri Franchising.

LEDWave

“Participar da ABF Expo pelo segundo ano consecutivo representa um marco significativo para a LEDWave. Além de reafirmarmos nossa atuação como parceira oficial da feira e fornecedora da comunicação visual em espaços estratégicos do evento, tivemos a oportunidade de estreitar laços com marcas de todo o Brasil e apresentar soluções que unem tecnologia, experiência e

resultados concretos. Nesta edição, levamos duas novidades ao estande: a Wetail, nossa unidade de retail media recém-lançada, e o LedCast, que cumpriu papel especial ao catalisar conversas relevantes entre expositores, parceiros e visitantes, fortalecendo a troca de conhecimento e ampliando as conexões que movimentam o mercado de franquias. Mostramos ainda o potencial de personalização dos nossos painéis – do LED Glass ao Cooler de LED – e vivemos ativações que reforçaram, na prática, como tecnologia e experiência se complementam. Encerramos o evento com perspectivas muito positivas para novos projetos e parcerias, e com a certeza de que a inovação segue sendo o principal elo entre marcas e consumidores”, disse Tiago Brito – CEO da LEDWave.

REMAX

“A ABF Expo é uma grande vitrine para quem quer empreender com mais segurança. Em poucos dias, o visitante consegue conhecer dezenas de oportunidades, comparar modelos de negócio, conversar diretamente com as marcas e tomar decisões com muito mais informação. Para quem está buscando uma franquia, a feira organiza essa jornada e aproxima bons empreendedores de boas oportunidades.”

Bio Mundo

Participar da ABF expo este ano nos surpreendeu, principalmente porque foi um ano atípico, pois tivemos o jogo do Brasil na Copa do Mundo, no primeiro dia do evento, e mesmo assim tivemos muita procura no nosso estande. Recebemos centenas de pessoas interessadas em nossa marca e conseguimos leads muito qualificados. Acreditamos que iremos tirar bons resultados deste evento.

SEGURALTA

“Nesta edição da ABF Franchising Expo, percebemos um público mais qualificado e preparado em comparação ao ano anterior. Mesmo com uma feira menor e com menos expositores, registramos um volume de atendimentos superior ao de 2025, o que demonstra o interesse dos visitantes em conhecer oportunidades reais de negócio. Ainda estamos no terceiro dia de evento, mas a expectativa é bastante positiva para as próximas semanas, quando esses contatos devem se transformar em novos fechamentos. Outro ponto que merece destaque foi a excelente organização da feira, que mais uma vez proporcionou um ambiente favorável para a geração de negócios e networkin”, relatou Jhonathan Mota, Gestor de expansão Seguralta.

Puro.Açaí

“Para a Puro.Açaí, participar da ABF pela primeira vez foi uma experiência muito importante. Tivemos a oportunidade de apresentar nossa marca, nosso modelo de negócio e toda a estrutura que construímos para sustentar a expansão da rede. Ao longo da feira, conversamos com muitos investidores interessados em conhecer mais sobre a franquia e percebemos uma receptividade muito positiva em relação ao nosso propósito, à qualidade dos nossos produtos e ao potencial de crescimento da marca. Estar entre as principais redes do franchising brasileiro reforça que estamos no caminho certo e nos dá ainda mais confiança para seguir expandindo de forma sustentável, levando a Puro.Açaí para novas regiões do país”, disse Fernando Horário, Diretor Executivo da Puro.Açaí.

FarMelhor

Para Renan Reis, CEO da FarMelhor, a participação da FarMelhor na ABF Franchising Expo 2026 foi positiva e representou uma oportunidade estratégica para apresentar ao mercado a Previmune, rede de vacinação e nova frente de negócios do grupo. “Mesmo diante de um cenário econômico desafiador, recebemos um público qualificado, gerando leads com potencial de conversão tanto para a FarMelhor quanto para a Previmune. Além de impulsionar a expansão das redes, o evento contribuiu para fortalecer as marcas, ampliar as oportunidades de networking e apresentar nossas novidades a empreendedores de diferentes regiões do país”, afirma.

Grupo FROTH

“Tivemos uma participação extremamente positiva, marcada pela conexão com investidores, parceiros estratégicos, fornecedores e diversos públicos interessados em conhecer melhor nossas soluções e oportunidades de negócio. O evento foi uma importante plataforma para fortalecer nossas marcas, gerar novos relacionamentos e apresentar as oportunidades de expansão da 5àsec e LavPop. Também destacamos a participação dos nossos franqueados embaixadores, que estiveram conosco representando as marcas, compartilhando suas experiências com investidores e contribuindo para mostrar a força e a solidez do nosso modelo de negócio. Esse trabalho conjunto fortalece o nosso compromisso em ampliar a presença das redes do Grupo FROTH em diferentes regiões do Brasil, levando qualidade, inovação e excelência em serviços para cada vez mais clientes. É uma grande satisfação representar a 5àsec e LavPop em um evento tão relevante para o franchising”, disse Fernando Toledo, vice-presidente de operações do Grupo FROTH.

Fast Treino

“A ABF Franchising Expo 2026 foi o palco escolhido para apresentar a Fast Treino ao mercado de franquias. Levamos um modelo desenvolvido para operar em espaços a partir de 100 m², com um investimento mais acessível e uma experiência totalmente guiada por tecnologia. O grande diferencial é oferecer um treino completo em apenas 36 minutos, combinando praticidade e performance. Ao longo da feira, foi muito interessante ver as pessoas conhecendo esse conceito pela primeira vez e entendendo como ele pode atender tanto quem deseja empreender quanto um novo perfil de aluno que busca otimizar o tempo sem abrir mão da qualidade do treino”, afirmou Leandro Aguiar – fundador e CEO da Fast Treino.

Ótica Center

“Nossa localização privilegiada possibilitou um grande fluxo de visitantes. Registramos cerca de 200 pessoas por dia em nosso estande, portanto superou as expectativas! O evento é muito bem organizado, com estrutura muito bem pensada. Com certeza, colheremos frutos extraordinários da nossa participação”, celebra Lucas Aquino, CEO da Ótica Center. Fundada pelo paulista Marcio Kendi em 2021, a rede de franquias conta com 43 unidades, distribuídas nos estados de São Paulo e Bahia.

Azul Empréstimo

“A ABF Expo é muito mais do que uma vitrine para apresentar uma marca. É o momento em que encontramos pessoas realmente interessadas em empreender e preparadas para entender o negócio. Recebemos visitantes qualificados, com perfil empreendedor e buscando informações concretas para investir com segurança. Encerramos a feira com excelentes perspectivas de novos negócios e com a certeza de que nosso modelo continua despertando o interesse de

quem busca empreender com o suporte de uma rede consolidada" – Ademilson Mendes, CEO da Azul Empréstimo.

Morana

"A ABF Franchising Expo 2026 foi, mais uma vez, um momento estrategicamente importante para o grupo fortalecer sua presença no mercado de franquias e ampliar conexões. Nesta edição, em um ano naturalmente mais desafiador para o varejo e para o franchising, percebemos um fluxo menor de visitantes, movimento que já era esperado pelo setor. Ainda assim, a feira reforçou uma evolução importante do mercado com a presença de leads cada vez mais qualificados, muitos deles empresários e mult franqueados que já conhecem o sistema, entendem o modelo de franquia como uma oportunidade de expansão com riscos mais controlados e, por isso, chegam mais preparados para avaliar novas marcas. Para a Morana, isso tornou as conversas mais objetivas e estratégicas, fortalecendo o networking e a possibilidade de prospecção de investidores alinhados ao momento de expansão da rede", afirma Jae Ho Lee, fundador da Morana.

F360

Mais um ano de ABF Expo, onde chamou muito a nossa atenção a quantidade de pessoas interessadas nesse olhar de eficiência pro varejo e pra franquias, com o olhar para essa transição de reforma tributária. A gente conseguiu avançar bastante em conversas com parceiros, com franqueadoras, conhecer novas marcas e, principalmente, estar muito próximos dos nossos clientes e parceiros. Muito obrigado para quem nos acompanhou. Estaremos juntos novamente, com certeza, na ABF Expo 2027.

Giraffas

"A ABF é uma oportunidade estratégica para consolidar parcerias, conectar com nossa rede de franqueados e apresentar a evolução do modelo de negócios do Giraffas. Nosso objetivo na feira é impulsionar a expansão da marca, apresentando aos investidores um ecossistema sólido, seguro e altamente atrativo para novos negócios.", Eduardo Guerra, Diretor de Expansão do Giraffas.

VC.Autor

"Saímos da feira com contatos muito qualificados. Recebemos o interesse de empresários que enxergam o valor de transformar a história da sua marca em um livro, além de potenciais franqueados que conheceram e se identificaram com o nosso modelo de negócio."

Pet de TODOS

Este foi o primeiro ano de participação da Pet de TODOS na ABF Expo e a empresa superou suas expectativas: tivemos uma geração de leads acima das nossas metas, um número de visitantes muito expressivo e fechamos negócios desde o primeiro dia. Conseguimos criar conexão com diversas regiões estratégicas para a ampliação de nossa rede. Comprovamos uma excelente recepção para nosso modelo original de negócios no segmento pet e fomos um participante isolado nesse setor, que tende a crescer de modo expressivo e rápido, neste e nos próximos anos.

Sicredi

"A ABF Franchising Expo é uma oportunidade importante para o Sicredi estreitar o relacionamento com franqueadores e franqueados de todo o país. Nesta edição, percebemos

um interesse crescente por soluções que simplifiquem a gestão financeira e apoiem a expansão dos negócios, especialmente em um cenário de fortalecimento do franchising fora dos grandes centros. Tivemos conversas muito qualificadas, ampliamos nosso relacionamento com o mercado e reforçamos como o modelo cooperativo pode contribuir para o crescimento sustentável das redes, oferecendo em um único lugar crédito, meios de pagamento, investimentos e atendimento próximo ao empreendedor", firmou Adilson de Sá, diretor de Desenvolvimento da Central Sicredi PR/SP/RJ.

Yungas

"Para a Yungas, participar da ABF Franchising Expo 2026 superou as nossas expectativas. Além de reforçarmos a nossa autoridade no mercado, conseguimos posicionar a Yungas como uma plataforma que está levando inteligência artificial para o franchising. Foi uma oportunidade muito importante para estarmos próximos dos nossos clientes e potenciais clientes, entender seus desafios e mostrar, na prática, como a tecnologia pode gerar mais eficiência, inteligência e resultados para a gestão das redes", explica Marina Bodenmuller, Head de Marketing da Yungas.

OMO Lavandeira

OMO Lavandeira ficou satisfeita com a participação na Expo ABF 2026 e gostaria de parabenizar a organização da feira, estava muito bem organizada e bonita.

Óticas Carol

A ABF Franchising Expo é um dos principais encontros do empreendedorismo brasileiro e, mais uma vez, foi uma excelente oportunidade para apresentar a força do nosso ecossistema de franquias. Tivemos conversas muito qualificadas com investidores interessados em diferentes modelos de negócio e percebemos um mercado cada vez mais atento ao potencial do setor óptico, impulsionado pela crescente conscientização sobre saúde visual e pela busca por marcas consolidadas. Saímos da feira muito satisfeitos com os resultados e confiantes de que estamos construindo novas parcerias para ampliar nossa presença em todo o país. Atualmente, a Óticas Carol é a 8ª maior franquia no Ranking das 50 Maiores Franquias da Associação Brasileira de Franchising (ABF) e a única representante do segmento óptico entre as top 10, seguimos com o compromisso de oferecer aos empreendedores um modelo de negócio robusto, com marcas fortes, inovação e todo o suporte necessário para um crescimento sustentável. – Silvínia Mirabella, General Manager de Retail da EssilorLuxottica no Brasil.

Grupo Terça da Serra

A participação do Grupo Terça da Serra na ABF Expo 2026 reforçou a força da longevidade como uma das grandes agendas do franchising brasileiro. Ao longo da feira, percebemos visitantes mais próximos, interessados e dispostos a conhecer em profundidade modelos de negócio com propósito, recorrência e solidez de longo prazo. Como principal rede do setor, o Terça da Serra Residencial Sênior se destaca por atender uma demanda crescente por cuidado humanizado, oferecendo aos investidores uma operação séria, sustentável e conectada a uma necessidade real da sociedade, diferente de negócios sazonais. A presença do Fiuza Convivência para Idosos, em sua segunda participação na feira, também fortaleceu o posicionamento do grupo ao levar ao mercado um modelo voltado à longevidade saudável, convivência e expansão acelerada. Tudo isso potencializado pela parceria estratégica com a SMZTO, ampliando a capacidade de crescimento, estrutura e impacto do Grupo Terça da Serra no Brasil.

Halipar

"Nossa percepção é de um fluxo um pouco mais moderado em comparação com outras edições, possivelmente influenciado por fatores externos, como a Copa do Mundo e as baixas temperaturas. De toda forma, a ABF Franchising Expo continua sendo um evento estratégico para geração de negócios, cujos resultados costumam ser avaliados com mais precisão nos dias seguintes ao encerramento da feira" – Ricardo José Alves, fundador e CEO da Halipar.

Rei do Mate

"Participar da ABF é sempre uma oportunidade estratégica para fortalecer nossa marca e estreitar o relacionamento com investidores. Nesta edição, mesmo com um fluxo menor de visitantes em função do calendário da Copa do Mundo, percebemos um público muito mais qualificado e preparado para conhecer o negócio. Ficamos muito satisfeitos com a receptividade ao nosso novo modelo compacto de franquia, que gerou grande interesse e confirmou que estamos no caminho certo para ampliar nossa presença de forma sustentável. A feira é um ponto de partida importante para novas oportunidades, contribuindo para a construção de relacionamentos que evoluem ao longo do processo de expansão da rede." João Baptista – Diretor de Expansão e Franquias do Rei do Mate.

Grupo Avend

A primeira participação do Grupo Avend na ABF Franchising Expo 2026 superou as expectativas da empresa e consolidou o varejo automatizado como uma das apostas do franchising brasileiro. Durante os quatro dias de evento, o estande registrou intenso fluxo de visitantes, obrigando a empresa a reforçar a equipe comercial para atender à demanda. A expectativa é prospectar entre 40 e 50 novos franqueados a partir dos contatos realizados durante a feira. "A movimentação foi muito acima do que imaginávamos. Todos os dias tivemos o estande cheio e percebemos um interesse muito grande pelo nosso modelo de negócio", afirma Guilherme Álvares. O desempenho foi tão positivo que a empresa já confirmou a participação na próxima edição do evento. "Já garantimos um estande com o dobro do tamanho para o ano que vem. Saímos da ABF com a certeza de que esse é um dos principais canais para acelerar nossa expansão e fortalecer a marca nacionalmente", conclui o executivo.

Biscoitê

"Participar pela primeira vez da ABF Franchising Expo foi uma experiência muito especial para a Biscoitê. Tivemos a oportunidade de apresentar de perto o universo da marca e mostrar que nosso modelo de negócio vai muito além da venda de produtos: entregamos uma experiência de consumo que cria conexões e encanta as pessoas. Ficamos muito felizes com a receptividade dos visitantes e com a qualidade das conversas que tivemos ao longo da feira. Saímos desta primeira participação ainda mais confiantes no potencial de expansão da Biscoitê e animados com as oportunidades que surgiram para os próximos passos da marca." Raul Matos, CEO da Biscoitê.

Ultra Academia

"Hoje, o franqueado busca muito mais do que uma marca consolidada: ele quer suporte, tecnologia, inteligência na gestão e um modelo de negócio capaz de operar com eficiência. Essa visão está totalmente alinhada ao posicionamento da Ultra, que conquistou pelo terceiro ano consecutivo o Selo de Excelência em Franchising da ABF, um reconhecimento que reforça a qualidade da nossa relação com os franqueados. A feira foi uma oportunidade para apresentar a evolução da rede, fortalecer o relacionamento com potenciais parceiros e dar mais um passo

na estratégia de expansão da marca, que avança na preparação para sua internacionalização, com as primeiras unidades previstas para 2027 no Paraguai, Argentina e Colômbia.”

PitCap

"Saímos da ABF Franchising Expo com a certeza de que superamos nossas expectativas. Recebemos investidores de todos os perfis, desde grandes grupos e representantes de shopping centers até empreendedores interessados em uma única máquina, e a reação foi muito positiva. Quem conhecia a demonstração entendia rapidamente o diferencial do negócio e ficava impressionado com a autonomia da operação, a facilidade de gestão e o baixo investimento. Mesmo em um espaço menos privilegiado dentro da feira, tivemos grande movimentação no estande e muitos elogios. Esse retorno reforça que estamos no caminho certo e que o modelo da PitCap desperta um interesse genuíno de quem busca inovação e rentabilidade", afirma Antony Fedlallah, CEO da rede.

CPlug

A ABF Franchising Expo é uma oportunidade estratégica para nos aproximarmos de redes que estão em diferentes momentos de expansão e mostrar, na prática, como a tecnologia pode apoiar esse crescimento. Tivemos conversas muito qualificadas durante a feira e saímos com uma percepção bastante positiva sobre o momento do franchising brasileiro e a busca do setor por soluções cada vez mais integradas", afirma Bernardo Marques, diretor de negócios da CPlug.

Carflix

"Nossa estreia na ABF superou as expectativas. Tivemos mais de 100 atendimentos qualificados e percebemos um interesse genuíno de empreendedores que já chegaram à feira decididos a conhecer novas oportunidades de negócio. O primeiro dia foi especialmente marcante: mesmo com chuva e com o jogo do Brasil, recebemos um público altamente qualificado. Também chamou atenção o fato de sermos a única rede de franquias do segmento de seminovos na feira, o que nos deu bastante visibilidade. Saímos desta edição com a certeza de que fizemos uma excelente estreia e confiantes de que os resultados virão nos próximos meses", afirma Alan Ladeia, fundador e CEO da Carflix.

Stone

A feira foi uma oportunidade de trazer o posicionamento da Stone em duas frentes: primeiro como franqueadora, com mais de 320 operações pelo Brasil, com 8 anos de atuação, quatro selos de excelência e presença em todo o país, como um modelo consolidado de franquias; e segundo como parceira dos franqueadores e franqueados. Temos várias redes de franquias como nossas clientes que confiam nas nossas soluções de pagamento, gestão, conta, crédito, além de uma série de novidades que trouxemos para a feira. Apresentamos três soluções relevantes para o setor de franquias: a primeira é a nossa funcionalidade de split de pagamentos, que ajuda os franqueadores com a cobrança de royalties. A segunda é o Stone Entrega, uma solução logística importante para impulsionar o crescimento dos franqueados e a venda por novos canais; e a terceira é o crédito, com linhas de capital de giro e mais modalidades de crédito. Como banco de quem empreende, a Stone mostrou que vai muito além da maquininha, com um portfólio completo de soluções para ajudar franqueadoras e franqueados a crescerem os negócios e expandir as operações. Queremos vê-los crescendo e prosperando com a gente. Estamos muito felizes com a participação na feira. Recebemos muitas visitas, e estamos animados para seguir acompanhando os desdobramentos ao longo dos próximos meses. – Beatriz Gryczak, líder de franquias da Stone.

Foto: Estúdio Pub

Sobre a ABF Franchising Expo

Realizada pela Associação Brasileira de Franchising, promovida e organizada pela Informa Markets, a ABF Franchising Expo reunirá, em sua 33ª edição, expositores dos mais diversos segmentos, tais como: alimentação, cosméticos, ensino profissionalizante e idiomas, prestação de serviços, vestuário, decoração, esportes e lazer, acessórios pessoais e calçados, dentre outros. A exposição ocupará os Pavilhões Branco e Verde do Expo Center Norte, na capital paulista. Com o objetivo de facilitar a busca e seleção mais adequada de pontos comerciais pelos investidores, a Feira conta com empresas administradoras de shoppings centers e fornecedores das redes de franquias entre seus expositores. Além da exposição das marcas, a Feira proporciona aos interessados ingressar no universo das franquias e a participação em palestras gratuitas sobre diversos aspectos do franchising na Arena do Conhecimento. A feira compõe a programação da ABF Franchising Week – uma semana de imersão no universo das franquias –, que a partir de 2026 passa a incluir também a Convenção Nacional de Franqueados ABF, além do ABF Franchising Summit Brasil, dois dias de conteúdo qualificado ministrado por especialistas do setor e de outras áreas. Mais informações no site: www.abfexpo.com.br.

Sobre a ABF

A ABF – Associação Brasileira de Franchising é uma entidade sem fins lucrativos, fundada em 1987, que representa oficialmente o sistema de franquias brasileiro. O setor registra um faturamento anual superior a R\$ 301,7 bilhões em 2025, mais de 202 mil operações e cerca de 3,3 mil marcas de franquias espalhadas por todo o Brasil. Além disso, o franchising brasileiro responde por mais de 2% do PIB e emprega diretamente mais de 1,760 milhão de pessoas. Atualmente com mais de 1.700 associados e cobrindo todo o território nacional por meio da seccional Rio de Janeiro e de regionais (Centro-Oeste, São Paulo Capital e Grande SP, Interior de São Paulo, Minas Gerais e Espírito Santo, Norte e Nordeste, e Sul), a entidade reúne franqueadores, franqueados, advogados, consultores e demais fornecedores e stakeholders do setor. Não sendo um órgão regulador, o propósito da ABF é fomentar o franchising brasileiro, nacional e internacionalmente, para que ele se mantenha próspero, sustentável, inovador, inclusivo, íntegro e ético. A Associação dedica-se a aperfeiçoar o sistema de franquias brasileiro por meio da capacitação de pessoas em diversos cursos presenciais e online, do estímulo à inovação, da disseminação das melhores práticas, da representação junto às diversas instâncias públicas e divulgação dos resultados do setor. Acompanhe as notícias da ABF na newsletter [quinzenal e gratuita](#).

Sobre a Informa Markets

A Informa Markets conecta pessoas e mercados por meio de soluções digitais, conteúdo especializado, feiras de negócios, eventos híbridos e inteligência de mercado, construindo uma jornada de relacionamento e negócios entre empresas e mercados 365 dias por ano. Presente em mais de 30 países, atua há mais de 29 anos na América Latina, e conta hoje com três unidades de negócios: Brasil, México e Latam Hub, responsáveis pela entrega de mais de 30 eventos híbridos, portais de notícia e plataformas digitais de conexão e negócios. Para saber mais, acesse: www.informamarkets.com.br



Informações para a Imprensa:

Rafael Machado – rafael@dfreire.com.br

Regina Teixeira – regina@dfreire.com.br

Fabíola França – fabiola@dfreire.com.br

Denise Aleluia – denisealeluia@dfreire.com.br

Nathália Lima – nathalia@dfreire.com.br

WhatsApp: (11) 97399-0031 – www.dfreire.com.br