

ABF Expo 2026 evidencia desejo empreendedor, consolidação de tendências, automação e avanço para mais mercados

Com 90 estreantes, edição deste ano reforçou como as franquias estão cada vez mais integradas ao dia a dia dos brasileiros, além de movimentos e novos nichos criativos



São Paulo (SP), junho de 2026 – Nem o jogo da seleção, o frio e a chuva arrefeceram o desejo do brasileiro de empreender. Em sua 33ª edição, a **ABF Franchising Expo** reuniu, de 24 a 27 de junho, no Expo Center Norte, centenas de marcas expositoras, sendo **90 estreantes**, e visitação de cerca de 45 mil pessoas em um espaço de mais de 30 mil m² com um objetivo em comum: abrir franquias e gerar negócios.

A organização e os expositores relatam um perfil de visitante mais propenso a investir do que em anos anteriores, demonstrando inclusive preparação prévia, o objetivo de comparar potenciais marcas para investimento e buscar capacitação durante o evento, o que deve

movimentar ainda mais o franchising nos próximos meses. Realizado pela **ABF**, com organização e promoção da **Informa**, a edição deste ano contou com o patrocínio do **Sicredi**, da **CAIXA**, **Santander (Getnet)**, **Banco do Brasil** e, na Arena do Conhecimento, da **Sults**.

O franchising brasileiro cresceu 10,1% no 1º trimestre deste ano e faturou mais de R\$ 308 bilhões em 12 meses, segundo dados da ABF, e a vontade de ser dono de uma empresa entre a população brasileira registrou maior crescimento no ano passado (6 p.p.), passando da 3ª para a 2ª posição, com 40% das menções, de acordo com a pesquisa GEM do Sebrae.

“Toda grande rede começou com uma ideia. Toda franquia de sucesso começou com um empreendedor que decidiu transformar um sonho em realidade. Na 33ª ABF Expo, celebramos milhares dessas histórias que ajudam a mover e a transformar o Brasil”, afirmou Tom Moreira Leite, presidente da ABF.

Ao longo do evento, Tom destacou a capilaridade do franchising brasileiro e sua presença no cotidiano da população. *“O franchising penetra no dia a dia, desde o café da manhã até o fim do dia, em diversos segmentos da economia, e geograficamente na vida dos brasileiros, estando presente em cerca de 70% dos municípios brasileiros (...), o que gera oportunidades concretas de emprego para milhares de pessoas, muitas delas em seu primeiro emprego”.*

Tendências, movimentos e novidades

A feira deste ano ratificou a consolidação de mercados importantes. Tiveram forte presença marcas de academia, estética (incluindo modelos fast), óticas, lavanderias, mercados autônomos, cafeterias, açaí & sorvetes e soluções financeiras, junto as já tradicionais franquias de Alimentação (com destaque para coxinhas, salgados e opções saudáveis), Moda e Educação. Continuaram seu caminho de desenvolvimento segmentos como Pet, franquias de aluguel e economia compartilhada (equipamentos, veículos, brechó) e serviços para o público 50+.

O evento foi palco de vários anúncios e lançamentos relevantes no setor. As marcas **John John** (Moda) e **Juan Valdez** (Alimentação) começaram sua expansão pelo franchising no Brasil. A **Cultura Inglesa** (Educação) lançou um modelo de microfranquias e houve o retorno ao evento de marcas relevantes como **Casa do Pão de Queijo**, **Sorvetes Jundiá** e **Stuppendo** (todas de Alimentação), além de **Yázigi** e **Cel.Lep** (Educação).

Entre os nichos, prevaleceu a criatividade, a exemplo: **LIVO** (Eye tech), **New Shoes** (lavagem de tênis), **Porter Group** (portaria remota e controle de acesso), **Carflix** (plataforma de compra e venda de carros seminovos), **Nexfarm** (impressoras 3D), **Novofio** (transplante capilar), **Intimmi Care** (saúde e estética íntima feminina e menopausa), **Pitcap** (lavagem automatizada de capacetes), **Agrojoias** (semijoias e acessórios para o público do agronegócio), **Fiuza** (centros de convivência diurna para idosos), **Flaviense** (comércio de madeiras e derivados), **Voltta** (eletropostos), **Voltz** (motos elétricas) e **Previmune** (vacinas).

Destaque ainda para uma franquia de móveis MDF para salões de beleza, barbearias e clínicas (**SW Móveis MDF**), uma solução de agentes de IA para franquias que tanto atende líderes do setor, como está se expandindo por meio do franchising (**headoffice.ia**), serviços de saúde e segurança do trabalho (**Grupo MedNet**) e até uma cafeteria com gatos para interação e adoção (**Gato Café**). Outro nicho que chamou a atenção na feira foi o de pré-moldados, com enfoque em blocos, pisos e concretagem (**ELEVATTA**), e o movimento de **vending machines**. Essa tecnologia está sendo utilizada de várias formas: lavagem de capacetes e roupas, snack e bebidas, autosserviço de drinks, lanches premium, multisetorial, presentes, vinhos, além de automações para ajudar a montar hot dogs e dog washing.

Entre os fornecedores, o evento apresentou muitas soluções para gerenciar e digitalizar processos entre franqueadoras e franqueados, meios de pagamento, consultoria, geolocalização, totem de autoatendimento, *retail tech*, recrutamento e outras atividades com IA.

Clélia Iwaki, diretora de negócios da Informa, ressaltou que a ABF Expo se consolidou como a principal vitrine do franchising brasileiro e uma das mais relevantes plataformas de negócios do setor em âmbito global. *“Os eventos de negócios são um importante termômetro da economia. Eles refletem a confiança dos mercados, a disposição para investir e a capacidade das empresas de inovar e crescer, e a ABF Franchising Expo é um excelente exemplo disso”*, disse.

“A ABF Expo 2026 reafirmou seu papel como a principal plataforma de conexão, conhecimento e negócios do franchising brasileiro. Foram dias de muito aprendizado, troca de experiências e novas oportunidades, reunindo pessoas que acreditam na força do empreendedorismo. E mais do que encerrar essa edição, saímos sempre olhando para o futuro. Inspirados pelas conexões que construímos e pela certeza de que o franchising brasileiro seguirá evoluindo. Obrigado a todos que nos prestigiaram esses dias, aos expositores, patrocinadores, todo time executivo da ABF e da Informa, que faz tudo acontecer e nos vemos em 2027, aqui no Center Norte, será de 23 a 26/06”, completou **Caroline Graciani, diretora-executiva da ABF**.

O público também aprovou!

Representando quem está dando os primeiros passos no empreendedorismo, Luana Reis, visitou a ABF Expo em busca de inspiração para definir qual mercado seguir. Para ela, investir em uma franquia significa *“apostar em um modelo já consolidado. Além das oportunidades de negócio, a organização da feira e o ambiente de networking foram incríveis”*, classificando a experiência como muito positiva.

Em transição profissional, o administrador Rafael Souza avalia como utilizar os recursos do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS) para iniciar o próprio negócio e encontrou na ABF Expo o suporte que precisava para esse momento. Além de conhecer marcas consolidadas, *“participei das palestras na Arena do Conhecimento, o que me ajudou a colher*

informações cruciais sobre gestão, suporte e retorno de investimento. Para mim, é uma oportunidade única de retornar ao mercado com os riscos reduzidos em começar um projeto do zero”.

Conhecimento do setor e capacitação

A Arena do Conhecimento, área de capacitação do evento, recebeu cerca de **seiscentos empreendedores** e trouxe quase 40 horas de palestras com temas como Lei do Franchising, conceitos-chave do setor, avaliação do contrato de franquia, passos na avaliação de uma rede, com os principais especialistas do franchising nacional.

“Hoje, o que não falta é acesso ao conhecimento, há 25 anos, quando abri minha primeira unidade franqueada, não tínhamos esse tipo de treinamento. Queria dar os parabéns para o público que está aqui, porque quem está buscando aprender para fazer tudo certo já está em um bom caminho para empreender”, revela **Sedilha Novais, franqueada CNA e Maple Bear e vencedora do Prêmio Personalidade do Franchising** da ABF, durante a palestra “Além dos números: Passos na avaliação de Franquias para Potenciais Investidores”.

Francinete Mota, que já empreende com uma franquia de suplementos, a Arena do Conhecimento foi uma experiência produtiva. *“Essas informações, elas são sempre úteis pra você conhecer do negócio, no meu ponto de vista. Viajei de Brasília para São Paulo para buscar novos empreendimentos, mas levar essa avaliação dos profissionais durante as palestras, proporcionou alguns insights e me incentivou a conhecer ainda mais esse segmento”,* afirma.

O casal **Allefe Martins e Amanda Miranda** viajou de Divinópolis, em Minas Gerais, para São Paulo em busca de conhecer oportunidades no franchising. *“As palestras são bastante instrutivas, passando uma noção básica para quem está querendo empreender, dando um norte, para que a pessoa possa se aprofundar um pouco mais em determinadas áreas para conhecer o projeto da franquia que ela está buscando. Também ajudam a entender o que questionar no momento de escolher a franquia. É uma boa iniciativa, acho que todo conhecimento é bem-vindo, principalmente no nosso caso que estamos prospectando franquias ainda. Então essas palestras instrutivas, para quem não é da área, ajudam muito no momento da escolha”,* comenta Allefe.

Durante o evento, foi lançado ainda o **Guia Oficial de Franquias 2026\2027**, com o passo a passo para se comprar uma franquia, sendo que outras iniciativas da entidade de capacitação continuam ativos: Portal ABF Sebrae, ABF Academy, Curso Entendendo o Franchising, Guia Rápido de Microfranquias, MBA Gestão de Franquias ABF/FIA, dentre outros.

Uma semana inteira de imersão neste universo
Com mais de 2 mil participantes, a **ABF Franchising Week 2026** – décimo ano do evento – foi aberta com a **1ª Convenção Nacional de Franqueados**, um encontro inédito voltado ao

fortalecimento da relação entre franqueadores e franqueados. Ao longo da programação, executivos, especialistas e empresários debateram temas como gestão financeira, liderança, experiência do cliente, marketing, expansão e boas práticas de operação, tendo o franqueado como protagonista no crescimento sustentável e na geração de valor para todo o ecossistema.

Na sequência, o **ABF Franchising Summit Brasil** reuniu lideranças empresariais e especialistas para tratar das principais transformações que impactam o setor, como: inteligência artificial (IA), cultura organizacional, comportamento do consumidor, sustentabilidade, inovação, expansão, neurociência e gestão de pessoas. O recado principal foi que a competitividade das redes depende da capacidade de adaptação, do fortalecimento das relações entre franqueadores, franqueados e fornecedores e do uso estratégico da tecnologia como impulsionadora de produtividade e eficiência.

A palestra “Contra a Gravidade: Uma Jornada de Resiliência”, conduzida pelo surfista olímpico alemão, **Leon Glatzer**, e pelo neurocientista e psicólogo esportista, Martin Walz, trouxe lições de liderança através de aprendizados do surfe. Os palestrantes mostraram que resultados consistentes são construídos por meio da confiança, do propósito, da colaboração e do sentimento de pertencimento. A reflexão reforçou, ainda, um dos principais legados da Franchising Week: em um cenário de rápidas transformações, o franchising continua tendo nas pessoas seu maior diferencial.

Expositores da ABF Franchising Expo 2026 celebram bons negócios

As marcas participantes da 33ª ABF Expo ressaltaram, entre outros aspectos, a qualidade dos leads, a preparação prévia, a importância de estar na feira e boas perspectivas para novos negócios:

Pet de TODOS

Na ABF Franchising Expo, a Pet de TODOS comprovou que o interesse por franquias de saúde e cuidados com pets corresponde ao crescimento desse mercado no Brasil, que movimentou R\$ 78 bilhões em 2025 e tende a crescer em 2026 e 2027. Nosso modelo único de negócio, com seis fontes de receita e já conectado a uma base potencial de 24 milhões de usuários, foi muito bem recebido por empresários, investidores e público. Comprovamos que a escolha de nossa embaixadora, Ana Maria Braga, foi muito acertada: a conexão de sua imagem com os visitantes da Feira foi imediata.

Yungas

Apesar de um público menor, a qualidade dos visitantes chamou atenção, com mais potenciais franqueados e investidores em busca de soluções para tornar suas operações mais eficientes. No estande da Yungas, o movimento foi intenso durante todo o evento, com reuniões e conversas com franqueados de diferentes portes, inclusive marcas que não estavam expondo na feira. Outro destaque foi a aproximação com novas redes, especialmente dos segmentos

de academias e lavanderias, reforçando o interesse crescente por tecnologias voltadas à gestão, inteligência artificial e eficiência operacional.

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 do evento, a marca recebeu 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. O Mercadão dos Óculos sai do ABF Franchising Expo ainda mais confiante de que está no caminho certo para ampliar sua presença em todo o Brasil, levando um modelo de franquia sólido, acessível e competitivo.

Market4U

A participação do Market4u na ABF Franchising Expo 2026 foi bastante positiva, mantendo o bom desempenho das edições anteriores. O estande registrou grande movimentação e um público cada vez mais familiarizado com o modelo de mercados autônomos, o que tornou as conversas mais qualificadas. Durante a feira, os visitantes puderam conhecer na prática o funcionamento da operação, desde a estrutura das lojas e o processo de abastecimento até os indicadores financeiros, rotina do franqueado e potencial de rentabilidade do negócio, reforçando o interesse pelo modelo.

SÓ MULTAS

A SÓ MULTAS faz um balanço positivo da participação na ABF Franchising Expo. Apesar do movimento inicial abaixo do esperado, influenciado pelos jogos da Copa do Mundo, a empresa gerou contatos qualificados e projeta encerrar o evento com cerca de 300 leads para a expansão da rede de franquias, reforçando a intenção de participar da próxima edição.

VC.Autor

Para a VC.Autor, a participação na feira reforçou o potencial do evento para a geração de negócios. Eduardo Macedo, CEO da rede de franquias de assessoria editorial, destaca que a marca conquistou contatos altamente qualificados, com oportunidades tanto para a expansão da franquia quanto para empresários interessados em transformar suas histórias e marcas em livros.

Seu Cliente Oculto

A participação na ABF Franchising Expo 2026 superou as expectativas do Seu Cliente Oculto. A ampliação do estande resultou em um volume maior de negócios em relação às edições anteriores e também impulsionou a apresentação do novo produto da marca, uma câmera com inteligência artificial voltada ao varejo, que teve boa receptividade entre os visitantes.

LIVO

Em sua primeira participação na ABF Expo 2026, a LIVO dá um grande passo em relação à visibilidade da marca como franqueadora competitiva pela abordagem pioneira de gestão do ponto de venda, baseada num sistema de tecnologia proprietária de IA generativa. Estar num evento como a ABF Expo demonstrando o exame de vista gratuito que oferecemos nas lojas,

etapa que verticaliza toda a operação, aliada ao nosso sistema de IA generativa, e otimiza a gestão do ponto de venda para o franqueado, foi extremamente importante para demonstrar a competitividade das franquias LIVO para o mercado.

Grupo Avend

A estreia do Grupo Avend na ABF Franchising Expo 2026 foi marcada por um volume de negócios acima das expectativas e pela forte receptividade do mercado ao modelo de varejo automatizado. Ao longo dos quatro dias de evento, a empresa registrou fluxo intenso de visitantes no estande, realizou centenas de reuniões com investidores e empreendedores e projeta converter entre 40 e 50 novos franqueados a partir dos contatos iniciados durante a feira. O desempenho também levou a empresa a ampliar sua estrutura de atendimento ainda durante o evento, reforçando a equipe comercial para dar conta da demanda. Os representantes da marca se surpreenderam pelo interesse do público, tanto que foi necessário aumentar a equipe de vendas ao longo dos dias para atender todos os visitantes. Isso confirma que o varejo automatizado vive um momento muito favorável dentro do franchising. O resultado foi tão positivo que a marca um estande com o dobro do tamanho para a próxima edição.

Havanna

A ABF Expo 2026 foi histórica para a Havanna, coincidindo com a celebração dos nossos 20 anos no Brasil. O evento foi uma vitrine relevante para apresentar a consolidação das Heladerias, um modelo nascido no mercado brasileiro no último ano e pioneiro entre 12 países em que a marca atua no mundo. Nossa plataforma wellness também se mostrou bastante atrativa por meio de parcerias com grandes marcas. No estande, recebemos um volume expressivo de leads qualificados, atraídos pela solidez da rede e por incentivos comerciais na taxa de franquia para os formatos Tradicional, Espresso, Heladeria e Híbrido. Dessa forma, os negócios iniciados na feira impulsionam o plano de expansão, consolidando o caminho para ir além das atuais lojas no país.

Sicredi

A participação do Sicredi na ABF Franchising Expo 2026 reforçou o posicionamento da instituição como parceira estratégica do setor de franquias em um momento de forte expansão do mercado. Durante os quatro dias de evento, o estande recebeu empreendedores, franqueadores e investidores interessados em soluções financeiras integradas para apoiar a gestão e a expansão dos negócios. As interações ao longo da feira evidenciaram a busca crescente por soluções que combinem tecnologia, conveniência e atendimento consultivo para impulsionar o crescimento sustentável das empresas.

Skyler

A participação da Skyler na ABF Franchising Expo 2026 tem gerado resultados positivos e reforçado o caráter estratégico do evento para a marca. Ao longo dos três primeiros dias, foram identificados 16 leads com potencial de conversão, além do início de negociações com interessados de diferentes regiões do Brasil, demonstrando um avanço consistente na prospecção de expansão. Mesmo com a percepção de um fluxo de visitantes menor em

relação ao de edições anteriores, a feira segue cumprindo um papel relevante na geração de oportunidades, fortalecimento da marca e ampliação da presença da Skyler no Sudeste.

PitCap

A participação da PitCap, primeira franquia brasileira de vending machines para higienização automatizada de capacetes, na ABF Franchising Expo superou as expectativas da rede. Ao longo do evento, a marca recebeu visitantes dos mais diversos perfis, desde grandes investidores e representantes de shopping centers até empreendedores interessados em adquirir apenas uma máquina. Em comum, todos demonstraram grande interesse após conhecerem o funcionamento do negócio. As demonstrações do equipamento, a facilidade de operação, o modelo totalmente autônomo e o baixo custo de implantação chamaram a atenção do público, que elogiou a proposta apresentada. Para a rede, o retorno positivo e a receptividade dos visitantes confirmam o potencial de expansão da marca.

Giuliana Flores

A Giuliana Flores foi lançada como franquia no ano passado e hoje conta com 25 franqueados. A meta era estar com 15 unidades franqueadas até esta edição, mas conseguimos superar essa meta, o que reforça que estamos no caminho certo. Neste momento, o foco continua sendo a expansão no estado de São Paulo, mas já está recebendo contatos bastante promissores de outras regiões do país. A marca sai desta edição da ABF Expo muito otimista com os negócios e as oportunidades que podem surgir a partir dessas conexões.

Milon

Mais do que volume de pessoas a marca buscou encontrar empreendedores com perfil e aderência ao modelo da rede, interessados em conhecer a franquia e entender melhor o posicionamento da marca. Nesse sentido, a percepção foi positiva a respeito da qualidade dos contatos gerados ao longo do evento. Participar da ABF Franchising Expo foi importante para fortalecer a marca, gerar conexões e encontrar novos parceiros para a expansão.

Seguralta

Nesta edição da ABF Franchising Expo, percebeu-se um público mais qualificado e preparado em comparação ao ano anterior. Mesmo com uma feira menor e com menos expositores, registrou-se um volume de atendimentos superior ao de 2025, o que demonstra o interesse dos visitantes em conhecer oportunidades reais de negócio. A expectativa é bastante positiva para as próximas semanas, quando os contatos realizados 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 networking.

Saipos

A Saipos encerra sua participação na ABF Franchising Expo 2026 com a certeza de que estar presente em um dos maiores eventos do franchising brasileiro faz toda a diferença. A empresa recebeu clientes, parceiros e visitantes para apresentar soluções como Multi-CNPJ, totem de autoatendimento, relatórios estratégicos e gestão centralizada, além de demonstrar sua tecnologia em operação na praça de alimentação com a Italian House. Ao longo da feira, a Saipos pode fortalecer o relacionamento com parceiros e clientes, como Coca-Cola, Sebrae, Gelateria Borelli e outras grandes marcas, ampliando conexões, gerando novas oportunidades

de negócios e promovendo trocas de experiências que tornaram a participação ainda mais significativa. A edição de 2026 também evidenciou um mercado cada vez mais orientado por eficiência, inteligência de dados e crescimento sustentável, com destaque para o uso de IA e da análise de dados na gestão de redes e franquias e particularidades regionais. Esse cenário reforça o posicionamento da Saipos com tecnologia necessária para que as redes cresçam com consistência, eficiência e segurança.

CPlug

A participação da CPlug na ABF Franchising Expo 2026 foi marcada pela apresentação de seu ecossistema de gestão para redes franqueadoras com múltiplas unidades, além do fortalecimento do relacionamento com potenciais clientes e parceiros. O volume e o perfil das interações registradas durante o evento refletiram o interesse crescente do setor por tecnologias capazes de apoiar a expansão das redes com eficiência, padronização e integração entre a franqueadora e suas unidades franqueadas.

Fiserv

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. O modelo está em plena expansão pelo país com previsão de novas inaugurações ainda em julho deste ano.

Maria Brasileira

A ABF Franchising Expo 2026 tem sido uma excelente oportunidade para apresentar o nosso modelo de negócio a investidores de diferentes perfis e regiões do país. Estamos recebendo um fluxo muito qualificado de visitantes no estande, com pessoas realmente interessadas em conhecer a operação e entender os diferenciais da marca. Esta é a nossa 12ª participação consecutiva na ABF e, mesmo com toda essa trajetória, percebemos um interesse cada vez maior pelo franchising e pelo nosso modelo de expansão. Saímos desta edição muito otimistas com as conexões que construímos e com as oportunidades que devem surgir nos próximos meses.

Giraffas

A ABF Franchising Expo é um importante ambiente de relacionamento e troca de experiências para o franchising brasileiro. Ao longo da feira, o Giraffas aproveitou a oportunidade para fortalecer o contato com franqueados, apresentar sua estratégia de crescimento com foco em rentabilidade e eficiência operacional e ampliar o diálogo com potenciais investidores interessados na marca.

Jorge Bischoff

A feira é, acima de tudo, um espaço de conexões, e este ano não foi diferente. Tivemos atendimentos muito qualificados, recebendo candidatos de todas as regiões do Brasil e, de forma muito especial, empreendedores de outros países, principalmente da América Latina. Para a Jorge Bischoff, isso faz muito sentido, já que também estamos avançando com nosso projeto de expansão internacional. A feira é uma oportunidade única para apresentar a essência da nossa marca e proporcionar uma experiência completa aos visitantes.

Puro Açaí

A marca encontrou uma feira muito bem organizada, com grandes marcas, estandes de alto nível e um ambiente que inspira quem faz parte do franchising brasileiro. Participar desse encontro é sempre uma oportunidade de trocar experiências, acompanhar as tendências do mercado e reforçar a confiança no potencial do setor. Mesmo diante de um cenário econômico desafiador, o franchising continua demonstrando resiliência e capacidade de crescimento, gerando emprego, renda e novas oportunidades de empreendedorismo. Saímos desta edição ainda mais motivados e confiantes no futuro do setor e no papel que a ABF exerce para fortalecer todo o ecossistema de franquias no Brasil.

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.

5àsec e LavPop

A participação das marcas foi 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.

Academia Gaviões 24h

A participação da Academia Gaviões 24h na ABF Franchising Expo 2026 foi muito positiva. Foi a primeira vez com um estande na feira e a marca encontrou um público bastante qualificado, que chegou com um interesse muito claro em conhecer oportunidades de franquias e novos negócios. Os visitantes buscavam entender as tendências do mercado e quais segmentos apresentam maior potencial de crescimento. Estar na ABF foi uma oportunidade importante para fortalecer o posicionamento da nossa marca e apresentar a Academia Gaviões 24h como uma opção para quem deseja investir no setor de franquias.

Fast Treino

A estreia da Fast Treino na ABF Franchising Expo 2026 superou as expectativas. Foram dias muito importantes para apresentar a marca, conversar com investidores de diferentes regiões do país e mostrar de perto como funciona o nosso modelo de negócio. A marca teve a oportunidade de explicar o conceito da rede, esclarecer dúvidas e perceber um interesse muito

grande por um formato de academia mais compacto, tecnológico e voltado para quem busca eficiência.

TACO

A feira acontece em um ano complexo e em meio à Copa do Mundo. Outro ponto está em 2026 ser um ano eleitoral em um país polarizado, fato esse que faz com que os investidores fiquem receosos. É o segundo ano da TACO, mais um ano de aprendizado e, mesmo diante do cenário desafiador, entendemos que a Feira da ABF é estratégica do ponto de vista do negócio e ajuda no crescimento da TACO no ano.

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, percebeu-se 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 multfranqueados 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.

Bella Capri Franchising

A edição 2026 da ABF Franchising Expo superou as expectativas. O fluxo de público foi constante e com destaque para a qualificação. Os visitantes chegaram com perfil investidor, efetivamente buscando oportunidades para empreender no franchising.

F360

A F360 esteve por mais um ano na ABF Franchising Expo 2026. Esta é a quinta vez que a marca participa do evento e, além de ativações e brindes disponíveis no estande, a empresa trouxe novidades, como o lançamento do F360 Antecipa, sua solução de antecipação de recebíveis, e o pré-lançamento do novo agente de inteligência artificial na DRE da plataforma, com exclusividade para clientes.

Farmelhor – Prevmune

A participação da FarMelhor na ABF Franchising Expo 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.

Stone

Foi muito bom para a marca participar de mais uma edição da ABF Expo, o principal evento dedicado ao setor de franquias. A marca está muito feliz com os resultados da feira, pelo posicionamento e pelo fortalecimento da Stone enquanto marca franqueadora e pela

oportunidade de encontrar os nossos clientes e parceiros estratégicos. A participação foi muito relevante neste ano, com um estande que comunicou o modelo de franquias e as nossas soluções para franqueadoras e franqueados. Recebeu muitas visitas de leads qualificados, que vieram conhecer mais sobre a Stone e as oportunidades de franquias. A marca saiu da feira com um saldo positivo e os representantes consideram uma alegria reencontrar os franqueados, parceiros e franqueadores para reforçar o relacionamento com quem se trabalha no dia a dia e com veio prestigiar a Stone e o evento.

Cultura Inglesa

A participação da Cultura Inglesa na ABF Franchising Expo foi marcada pelo lançamento de sua entrada no segmento de microfranquias, um novo passo na estratégia de expansão da instituição e um dos principais destaques da marca durante o evento. Ao longo da feira, mais de 1.800 visitantes passaram pelo estande e participaram das ativações, gerando um expressivo volume de potenciais negócios. A equipe realizou mais de 200 reuniões de atendimento com interessados no modelo de franquias e já saiu do evento com 25 reuniões de aprofundamento agendadas para o pós-feira, reforçando o interesse do mercado pela nova estratégia de crescimento da rede.

Azul Empréstimo

Participar da ABF Franchising Expo já faz parte da estratégia de crescimento da Azul Empréstimo. Este é o terceiro ano consecutivo na feira e, nesta edição, a marca trouxe a maior equipe da história para atender empreendedores, compartilhar conhecimento e apresentar de perto o nosso modelo de negócio. A receptividade do público reforça que a marca está no caminho certo, tanto que já confirmada a participação na próxima edição. Acredita-se que a expansão de uma rede sólida acontece por meio de relacionamento, suporte e da construção de confiança, e a ABF é o ambiente ideal para fortalecer este propósito.

Domino's Pizza

A participação da Domino's na ABF 2026 reforçou e destacou ainda mais o momento de expansão da marca e a força do franchising como um dos principais motores de crescimento da rede no Brasil. Ao longo do evento, a rede recebeu visitantes em seu estande, teve trocas com potenciais franqueados e fortaleceu o relacionamento com parceiros, reforçando o caráter da feira como um importante ambiente para geração de negócios.

Ótica Center

Para a Ótica Center, a ABF Franchising Expo 2026 foi um marco em sua história. Durante o evento foi lançada a CenterPlatform.ai, uma plataforma de IA que representa uma evolução do suporte operacional à rede, pois simplificará a abertura e a gestão de novas unidades. Os resultados da feira foram surpreendentes, com o estande tendo grande fluxo de visitantes. Foram registrados 200 visitantes por dia, o que superou as expectativas. O evento é muito bem organizado, com estrutura muito bem pensada. A expectativa é colher excelentes frutos dessa participação.

TodoModa

A feira foi importante para a divulgação da marca, uma vez que ela alcança empreendedores de todo Brasil. Foram atendidos leads de qualidade, empresários de fato interessados em abrir

seu negócio e que viram na Todomoda uma ótima opção de parceria. Muitos chegaram ao estande já conhecendo a franqueadora, com ótimas referências da nossa gestão e do modelo de negócio. Os representantes estão bem satisfeitos com a nossa participação.

Buddha Spa

A Rede Buddha Spa que participa pelo terceiro ano consecutivo da ABF Expo, avalia a feira como um ótimo investimento, onde é possível fazer conexões qualificadas. Nesta edição a rede colheu mais de 100 leads e acredita que terão uma ótima conversão, transformando esses interessados em novos franqueados. A marca recebeu investidores do Sul, Norte, Nordeste e Centro-oeste do país. A feira é um termômetro do setor, e no segmento de saúde, beleza e bem-estar, o Buddha Spa vem se destacando não apenas como um negócio, mas com um estilo necessário de vida.

Touareg Seguros

Participando pela sétima vez da ABF Expo Franchising, a Touareg Seguros encerra mais uma edição da feira com resultados positivos e perspectivas promissoras para a expansão da rede. Durante o evento, a empresa recebeu dezenas de investidores interessados no modelo de franquia, fortaleceu o relacionamento com o mercado e ampliou sua visibilidade junto ao público empreendedor.

Bio Mundo

Para a Bio Mundo foi muito positiva a participação este ano na ABF Expo 2026. A empresa obteve leads qualificados e ficou muito contente com este resultado.

OMO Lavanderia

OMO Lavadeira obteve uma classificação de leads bem interessante, importante para a empresa e entendeu que estar na ABF também traz um posicionamento importante para a marca e já está avaliando a continuidade no próximo ano.

HeadOffice.ai

O lançamento do modelo de franquias da HeadOffice durante a ABF Expo superou todas as nossas expectativas. Ao longo do evento, o estande recebeu centenas de visitantes e registrou 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 os agentes de IA e compreender o potencial do nosso modelo de negócios.

Carflix

A Carflix participou pela primeira vez da ABF Expo Franchising em 2026 e encerrou sua estreia com resultados acima das expectativas. Ao longo da feira, a rede registrou mais de 100 atendimentos qualificados por dia, com forte interesse de empreendedores em conhecer o modelo de franquias da marca. Instalada no estande da SMZTO, a empresa também se destacou por ser a única franqueadora do segmento de carros seminovos presente no evento.

LedWave

Em seu segundo ano consecutivo na ABF Expo, a LEDWave consolidou sua posição como parceira estratégica do evento e aprofundou sua inserção no ecossistema de franchising brasileiro. Durante os dias de feira, a empresa recebeu um público altamente qualificado — franqueadores, investidores e executivos em busca de soluções inovadoras para potencializar

a comunicação e a experiência nos pontos de venda. Entre os destaques desta edição esteve a Wetail, unidade de retail media recém-lançada pela LEDWave, que expande a atuação da empresa ao integrar tecnologia, dados e mídia para gerar novas oportunidades de comunicação e monetização no varejo. Também ganhou projeção o LedCast, iniciativa que aproximou expositores, parceiros e visitantes em conversas relevantes sobre inovação, criando um ambiente propício ao intercâmbio de ideias e à discussão de novos caminhos para o setor.

iGui

A participação da iGui na ABF Franchising Expo 2026 superou todas as expectativas, consolidando o protagonismo da marca no mercado de franquias. O ecossistema da Rede, composto por iGui, Splash e TRATABEM, apresentou suas mais recentes inovações tecnológicas voltadas para motores, filtros e sustentabilidade, reafirmando sua liderança absoluta no segmento de piscinas. Durante os quatro dias de evento, a Rede intensificou o relacionamento com sua base de franqueados, atraiu investidores estratégicos e impulsionou novos negócios. Além disso, o espaço se destacou por oferecer uma rica grade de palestras, atraindo um público qualificado de empresários da construção civil, arquitetura e piscineiros.

Bob's

Nesta edição da ABF Expo, o Bob's teve um fluxo de visitantes menor em comparação a 2025, possivelmente influenciado por fatores como a Copa do Mundo, as festas de São João no Nordeste e até pelas condições climáticas. Ainda assim, percebemos um aspecto muito positivo: recebemos um público altamente qualificado, formado por candidatos que chegaram ao estande com objetivos claros e bem-preparados para conhecer o nosso modelo de negócio.

REMAX Brasil

A participação da REMAX na ABF é sempre muito positiva. O evento confirmou, mais uma vez, sua relevância como um dos principais pontos de encontro do franchising no país, reunindo empreendedores qualificados, marcas consolidadas e profissionais interessados em novos modelos de negócio. O evento é estratégico para estreitar o relacionamento com o mercado, apresentar a força da nossa rede e iniciar conversas promissoras com potenciais investidores. Nossa expectativa, a partir dos contatos realizados durante a feira, é avançar na consolidação de novos franqueados e seguir ampliando a presença da marca no Brasil.

Terça da Serra Residencial Sênior

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.

Ultra Academia

A edição deste ano confirmou que o mercado fitness continua entre os segmentos mais atrativos do franchising, impulsionado pela crescente preocupação dos brasileiros com saúde e qualidade de vida. Na Ultra, percebemos um público mais preparado, que chega ao estande conhecendo o mercado e buscando um investimento com retorno consistente e operação eficiente. Conversamos com pessoas de diferentes regiões do país, reforçando nossa estratégia de expansão para mercados com grande potencial de crescimento.

PLIÉ

A ABF Franchising Expo é uma plataforma estratégica para fortalecer o posicionamento da Plié, ampliar a visibilidade da marca e estreitar o relacionamento com investidores que se identificam com o nosso modelo de negócio e compartilham da nossa visão de crescimento.

Biscoitê

A participação da Biscoitê na ABF Franchising Expo 2026 superou nossas expectativas e reforçou o potencial de crescimento da marca por meio do franchising. Ao longo dos dias de feira, recebemos um público altamente qualificado, com empreendedores interessados em investir em um modelo de negócio consolidado e alinhado às novas demandas do mercado. Nosso estande, inspirado na experiência de uma loja Biscoitê, permitiu apresentar de forma imersiva o conceito da marca, fortalecendo o relacionamento com potenciais franqueados e parceiros estratégicos. Saímos do evento com uma percepção muito positiva sobre o momento do setor e confiantes nas oportunidades que essa conexão gerará para a expansão da rede.

Oral Sin Implantes

A participação da Oral Sin na ABF Expo 2026 consolidou-se como uma das mais significativas da história recente da marca. O balanço é altamente positivo e focado no relacionamento estratégico e fortalecimento de marca dentro do ecossistema do Grupo SMZTO. O estande registrou movimentação intensa de investidores qualificados, superando as expectativas de público. O grande diferencial percebido nesta edição foi o alinhamento do modelo de negócios da Oral Sin com as principais macrotendências do franchising: a busca por franquias estruturadas no setor de saúde e bem-estar e o forte avanço da economia prateada. As reuniões realizadas abriram portas para negociações promissoras que devem se desdobrar em novas unidades ao longo do segundo semestre.

Touareg Seguros

Participando pela sétima vez da ABF Expo Franchising, a Touareg Seguros encerra mais uma edição da feira com resultados positivos e perspectivas promissoras para a expansão da rede. Durante o evento, a empresa recebeu dezenas de investidores interessados no modelo de franquia, fortaleceu o relacionamento com o mercado e ampliou sua visibilidade junto ao público empreendedor.

Rei do Mate

A participação do Rei do Mate na ABF Franchising Expo 2026 foi avaliada de forma positiva, especialmente pelo perfil dos visitantes recebidos no estande. Embora a edição tenha registrado um fluxo menor de público em razão do calendário da Copa do Mundo, a rede observou uma audiência mais qualificada, composta por potenciais franqueados que já conheciam a marca e demonstravam maior maturidade na tomada de decisão. O principal destaque foi a excelente receptividade ao novo modelo compacto de franquia, lançado durante a feira, que despertou forte interesse dos investidores e reforçou a estratégia de expansão sustentável da rede. Para o Rei do Mate, a ABF cumpriu seu papel de fortalecer o posicionamento da marca e gerar oportunidades de relacionamento que deverão evoluir ao longo do processo comercial.

Dudalina e John John

Ao longo dos três dias, realizamos 312 atendimentos, além de 51 abordagens, totalizando 363 interações com potenciais candidatos e investidores. Isso representa uma média de 104 atendimentos por dia (ou 121 interações por dia, considerando também as abordagens).

* Dia 1: 113 atendimentos + 22 abordagens (135 interações)

* Dia 2: 92 atendimentos + 15 abordagens (107 interações)

* Dia 3: 107 atendimentos + 14 abordagens (121 interações)

Sterna Café

A participação da Sterna Café na Expo ABF 2026 reforçou o posicionamento da marca no mercado de franquias e foi marcada por uma intensa agenda de relacionamentos. Durante os quatro dias de evento, realizamos mais de 500 atendimentos a investidores, principalmente da capital e do interior de São Paulo, mas também recebemos empreendedores de todas as regiões do país.

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](#).

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

A Informa 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 à Imprensa:

DFREIRE Comunicação e Negócios



Rafael Machado – rafael@dfreire.com.br

Regina Teixeira – regina@dfreire.com.br

Fabiola 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