

Franchising Week 2026: ABF lança inédita Convenção Nacional de Franqueados e destaca tendências e desafios do setor

Evento reúne, entre 21 e 27 de junho, no Expo Center Norte, em São Paulo, empresários, franqueadores, franqueados, executivos e especialistas para discutir os novos vetores de crescimento do franchising brasileiro

São Paulo, junho de 2026 – Impulsionado pela evolução do varejo, pelos avanços tecnológicos e pelas transformações no comportamento do consumidor, o franchising brasileiro amplia cada vez mais o foco em temas como fortalecimento da relação entre franqueadores e franqueados, rentabilidade sustentável, alta performance operacional, inteligência de dados, sustentabilidade, governança, cultura organizacional, entre outros. É nesse contexto que a **Associação Brasileira de Franchising** realiza a **ABF Franchising Week 2026**, de **21 a 27 de junho**, no Expo Center Norte, em São Paulo, uma semana inteira de imersão no universo de um mercado que superou os R\$ 300 bilhões em 2025.

Abrindo a programação no dia 21, a grande novidade desta edição é a **1ª Convenção Nacional de Franqueados ABF**, evento exclusivo voltado aos franqueados das mais de mil marcas associadas à entidade. A iniciativa sinaliza uma movimentação importante do setor: o reconhecimento crescente do papel estratégico do franqueado como protagonista da expansão, da experiência do consumidor e da sustentação financeira das redes.

A própria Pesquisa de Satisfação de Franqueados do Selo de Excelência em Franchising (SEF) 2026 reforça esse cenário ao indicar que fatores como suporte operacional, treinamento contínuo, comunicação transparente e apoio em marketing local estão entre os principais diferenciais percebidos pelos franqueados nas redes mais bem avaliadas.

A programação da Convenção dialoga diretamente com essa nova realidade. A palestra de abertura, “Protagonismo no Varejo: Como Ampliar as Chances de Sucesso no Mundo em Transição”, com Walter Longo (Unimark Comunicação), propõe uma reflexão sobre a velocidade das mudanças no varejo e a necessidade de adaptação constante das operações. Ao longo do dia, os conteúdos mostram como o sucesso das redes passa, cada vez mais, pela capacidade de execução na ponta. Temas como *formação de equipes vencedoras, liderança operacional, rentabilidade, gestão de custos, previsibilidade de receita, governança e marketing local aparecem conectados a desafios concretos do cotidiano dos franqueados.*

De acordo com estudo da ABF feito em 2024, os multifranqueados (empreendedores proprietários de duas ou mais operações de uma mesma marca ou de redes diferentes) estavam presentes em 87% das empresas franqueadoras. Enfocando esses empreendedores, a Convenção trará cases de multifranqueados como Fabiana Borges (O Boticário), Sedy Novais (CNA e Maple Bear), Marcelo Andrioli

(Spoletto e Milon) e Leonardo Sobral (Levi's, Hering e O Boticário), que ilustram o avanço da profissionalização da gestão no franchising. Já discussões sobre *creator economy*, *live shopping* e *transformação de vendedores em creators* revelam como as fronteiras entre operação física, influência digital e produção de conteúdo se tornam cada vez mais integradas.

Também ganham destaque debates sobre repasse de unidades, certificação de excelência, cultura de alta performance e o impacto do novo consumidor na operação das lojas — tema que será abordado por Romeo Deon Busarello (StartSe). A programação reúne, ainda, nomes como o máster franqueado Peixoto Accyoli e a franqueada Rute Vieira (REMAX), os franqueados Helder Luke (Maria Brasileira), Célio Salles (Bob's), Alisoniele Pereira (Casa do Construtor), e ainda Raquel Rocha (Ways2 Desenvolvimento Humano), Gabriela Comazzetto (Play2Shop) e Ian Coutinho (Criador do programa “Somos Todos Vendedores” na Reserva, e atualmente faz parte da Hero Seguros), com painéis moderados por Tom Moreira Leite, presidente da ABF (Grupo Trigo), e Decio Pecin, vice-presidente da ABF (CNA).

ABF Franchising Summit Brasil

Nos dias 22 e 23, a programação segue com o **ABF Franchising Summit Brasil 2026**, lançado no ano passado e consolidado como espaço voltado às lideranças e demais profissionais do setor. O encontro aprofunda debates sobre *gestão estratégica*, *expansão sustentável*, *tecnologia*, *liderança*, *experiência do cliente*, *inteligência artificial (IA)*, *cultura organizacional* e *tendências globais de consumo*.

“A agenda evidencia como o franchising brasileiro busca combinar crescimento com maior sofisticação empresarial. Discussões sobre expansão internacional, collabs entre marcas, sustentabilidade, reforma tributária e performance na ponta demonstram que as redes precisam operar hoje com visão multidisciplinar e elevada capacidade de adaptação”, ressalta Tom Moreira Leite, presidente da ABF.

O avanço da inteligência artificial nos negócios também ocupa posição central na programação, em linha com um cenário no qual automação, análise de dados e personalização da experiência do consumidor passam a impactar diretamente competitividade e eficiência operacional das redes. Participam desse debate nomes como **Gutemberg Almeida (Google)** e **Daniel Zanco (Central do Varejo)**.

Outro eixo importante do ABF Franchising Summit Brasil será a liderança. Em um setor intensivo em pessoas, a construção de culturas fortes e a formação de lideranças capazes de sustentar crescimento em larga escala aparecem como temas prioritários. Painéis sobre cultura viva, neurociência aplicada às vendas e gestão de excelência reforçam essa direção.

A programação reúne executivos e empresários como Bruno Semenzato (Grupo SMZTO), Rogério Gabriel, diretor de Novos Mercados da ABF (Grupo MoveEdu), Alisson Ramalho (Grupo SD), Marcel Gignon (Chilli Beans), Claudia Abreu (Royal Face), Silvana Abramovay (Amor aos Pedacos), Pedro Calabrez (NeuroVox), Simone Galante (Galunion), além de lideranças de marcas como Bob's, Grupo RI HAPPY, Nutty Bavarian, Casa Bauducco, Dengo, AlphaGraphics, Rockfeller, Buddha Spa, Farma & Farma, Aramis, Grupo Impettus e Grupo Morana.

No segundo dia do ABF Franchising Summit Brasil, o painel sobre tendências **globais inspirado nos insights da NRA** — principal feira de foodservice dos Estados Unidos — reforça outra movimentação importante do setor: a busca por referências internacionais capazes de acelerar inovação, eficiência operacional e novas experiências de consumo no Brasil. O conteúdo conta com patrocínio de Coca-Cola, Goomer, Heineken, iFood, Rational e SW. O encerramento do evento contará com o **keynote internacional de Leon Glatzer** (Surfista Olímpico da Alemanha) e **Martin Walz** (Psicólogo esportivo da equipe feminina

profissional do FC Bayern de Munique, Neurocientista e Palestrante), conectando temas como resiliência, alta performance e mentalidade competitiva aos desafios do ambiente de negócios contemporâneo.

ABF Franchising Expo fecha a semana

Compondo a programação da ABF Franchising Week, a **ABF Franchising Expo 2026** ocorre de 24 a 27 de julho, também no Expo Center Norte. Reconhecida como a maior feira de franquias do mundo em visitação, a Expo reunirá centenas de marcas expositoras dos mais diversos segmentos, além de investidores, empreendedores e profissionais interessados em conhecer oportunidades de negócios, tendências e novidades do franchising brasileiro.

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](#).

Informações à Imprensa:

DFREIRE Comunicação e Negócios



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