

LIVO estreia na ABF Franchising Expo 2026 e apresenta sua experiência própria de serviço

Marca de saúde visual apresenta o jeito LIVO de servir, com entrega de produtos em até 24 horas, exame de vista gratuito e detentora de todas as etapas cortando intermediários e garantindo excelência do começo ao fim com a ajuda da tecnologia



*Loja da LIVO na Oscar Freire (São Paulo)
Crédito: Divulgação/LIVO*

São Paulo, maio de 2025 – Entre os dias **24 e 27 de junho**, acontece, em São Paulo, no Expo Center Norte, mais uma edição da ABF Franchising Expo. A feira reúne marcas, especialistas e empreendedores em um ambiente pensado para quem está avaliando investir em franquias. O evento é uma oportunidade para entender o modelo de negócios de diferentes setores e descobrir novas possibilidades de investimentos. Por isso, a LIVO, marca que surgiu em 2012 para romper com a mesmice do setor de saúde ocular e com forte plano de expansão para os próximos **cinco anos**, irá participar da feira pela primeira vez.

A LIVO oferece soluções completas para saúde visual: exames de vista gratuitos nas lojas, receita, óculos de grau, óculos de sol e lentes de contato. A empresa é uma *one-stop-shop* de cuidados com os olhos, onde o consumidor tem acesso a produtos ópticos de qualidade, *design* autoral a preços acessíveis, e consegue receber o produto no mesmo dia da compra.

"A LIVO não veio para melhorar o que existia, mas para criar o que faltava. Construímos a primeira Eyetech do Brasil porque o cliente óptico merece a mesma experiência que vê em outros setores: tecnologia, design, optometria de qualidade e atendimento atencioso, sem fricção", afirma Jaime Oriol Miranda, CEO da empresa.

A experiência LIVO é definida pela integração vertical dos processos da empresa, eliminando todos os intermediários pelo uso de tecnologias proprietárias e ferramentas de inovação para uma jornada de experiência mais fluida, centrada no consumidor. A marca tem um plano ousado de crescimento de seus pontos de venda e a estratégia de expansão será via franquias, pelo formato ser ágil, flexível e acessível. Esses atributos definem o modelo de franquias da LIVO e o tornam competitivo e promissor para quem quer empreender.

Franquias LIVO: modelo mais inteligente do varejo óptico brasileiro



*LIVO do Shopping Cidade de São Paulo, na Avenida Paulista
Foto: LIVO/Divulgação*

A LIVO articula o modelo de franquias mais otimizado e inteligente do varejo óptico brasileiro, buscando a melhor experiência para o franqueado e para o cliente final. Como franqueadora, propõe pontos de venda no modelo *showroom*: as lojas têm estoque mínimo, e a produção acontece sob demanda no LIVO Lab, laboratório próprio da marca, integrado à operação. Assim, o franqueado mantém capital de giro positivo e baixo risco operacional, além de *mix* de produtos adaptável a cada região.

Nas palavras da *head* de varejo e líder do projeto de franquias da marca, Fernanda Milred: *"acreditamos mais na construção de uma rede sólida do que em um crescimento acelerado sem base. Mais do que abrir muitas lojas, nosso foco está em abrir as lojas certas, com os parceiros certos e garantir consistência e performance."*

A marca adota um sistema operacional inteligente, de tecnologia proprietária, que gerencia todas as lojas em tempo real. O sistema de cada franquia opera a partir de inteligência artificial generativa, "pilotada" pelo LIVO Lab, que processa dezenas de fluxos de dados

(vendas, conversão, optometria, estoque, *leads*) e devolve ao franqueado dezenas *insights* que reduzem horas de análise manual. A gestão do negócio se torna fluida e intuitiva, já que a complexidade fica com a LIVO.

A liberação de exames optométricos em lojas para aquisição de óculos de grau ou lentes de contato, e a LIVO, como única ótica *premium* a oferecer esse serviço e aliá-lo à uma operação otimizada, é o que fecha o ciclo que a torna única no segmento óptico: num setor de prestação de serviço fragmentada e com pouca diferenciação no atendimento, a marca reúne todas as necessidades em suas lojas e transforma uma experiência de marca indiferente ao consumidor com jornada de compra lenta num processo imersivo centrado no cliente. A tecnologia aliada à optometria em loja permite que, em alguns casos, o cliente retire o produto (óculos de grau de lentes simples) em até 24h, enquanto a média do mercado é de 7 a 15 dias.

O exame optométrico em loja também gera impacto no negócio: por ser o primeiro passo da verticalização do processo, o que permite que a receita para os óculos chegue ao LIVO Lab no mesmo dia, gera aumento de cerca de 67% na conversão das lojas que oferecem o processo. A integração vertical da operação da LIVO aliada a marcas próprias de óculos e lentes de contato, possibilita ao franqueado uma margem de lucro forte e maximiza a lucratividade das franquias. Também fornece ao franqueado suporte 360 para a gestão de sua unidade de vendas, cobrindo consultoria de campo, capacitação contínua e plataforma tecnológica.

Todas essas abordagens inovadoras da LIVO que, em essência, é um serviço completo de saúde ocular, estarão no espaço da empresa na ABF Expo2026 de forma completa. Os possíveis franqueados verão a réplica do modelo de loja que a marca irá franquear, o processo completo de compra, exames de vista gratuitos, que incluem tirar as medidas necessárias via iPad e o envio de óculos gratuitos durante a feira ou entregues no endereço do cliente no dia seguinte. E, para completar a experiência, vídeos irão demonstrar o sistema de gestão automatizado, que faz com que toda franquia LIVO tenha IA embarcada desde o primeiro dia para conectar as necessidades do franqueado com o suporte da matriz no dia a dia, um diferencial competitivo claro.

SOBRE A LIVO

A LIVO foi criada em 2012 para mudar o jeito como o Brasil enxerga os óculos não como acessório, mas como expressão de autoria. Hoje com lojas em São Paulo, Brasília e Porto Alegre, a marca une design próprio, fabricação direta e atendimento humano apoiado por tecnologia de ponta.

Em 2023, se uniu à Newlentes, um dos principais e-commerces de lentes de contato do mundo, e à Lentesplus, um dos maiores da América Latina. Nasceu o grupo LIVO, com a missão de democratizar o acesso à saúde visual.

Com laboratório próprio, lojas próprias e franquias, criação, fabricação, exame de vista, venda e logística sob o mesmo teto, a LIVO opera como a primeira Eyetech do Brasil.

INFORMAÇÕES À IMPRENSA:

[Agência Lema](#)

Leandro Matulja / Letícia Zioni / Guilherme Maia

Deborah Moraes

deborah@agencialema.com.br

Rebecca Vergilio

rebecca.vergilio@agencialema.com.br

Fashion Manager:

Renata Bastos (+55 11) 3064-0872

renata@agencialema.com.br