

ABF 2026: Lavanderia leva máquina de 20kg, mascote e hub com 32 franqueadores para acelerar expansão

Com nova condição comercial, equipamento de alta capacidade, hub de relacionamento e mascote próprio, Lavanderia 60 Minutos usa a ABF para disputar investidores.

O franchising brasileiro chega à ABF 2026 em um momento de expansão, mas também de maior disputa por atenção, capital e eficiência operacional. Segundo a Associação Brasileira de Franchising, o setor faturou **R\$ 72,7 bilhões** no primeiro trimestre deste ano, alta de **10,1% frente** ao mesmo período de 2025, e alcançou **R\$ 308,4 bilhões** no acumulado de 12 meses. O número de operações chegou a **204.908 unidades**, enquanto os empregos diretos somaram cerca de 1,788 milhão. Dentro desse avanço, o segmento de **Limpeza e Conservação** aparece entre os destaques, com crescimento de 13,8% no trimestre, impulsionado pela expansão das **lavanderias expressas**, pelo autosserviço e pela busca do consumidor por soluções de conveniência. Esse cenário ajuda a explicar por que redes do setor estão deixando de vender apenas uma operação de serviço e passaram a disputar um lugar mais estratégico no portfólio de investidores e empreendedores.

É nesse ambiente que a Lavanderia 60 Minutos chega aos **11 anos** apresentando quatro frentes de expansão na **ABF Franchising Expo 2026**. A primeira é uma nova condição comercial para candidatos à franquia, no modelo “**compre uma, leve outra**”, com entrada reduzida e facilitação do saldo. A proposta busca dialogar com dois perfis que têm ganhado espaço no franchising: investidores interessados em diversificação e rentabilidade, e empreendedores que desejam operar diretamente e escalar unidades com maior velocidade. “O mercado de franquias amadureceu. Hoje, o candidato não olha apenas para marca ou investimento inicial; ele quer entender retorno, eficiência, suporte e possibilidade real de expansão. A nossa estratégia na ABF é mostrar que a lavanderia pode ser um negócio de recorrência, conveniência e escala”, afirma Isaelson Oliveira, CEO do Grupo Hi.

A segunda frente é tecnológica. A rede apresenta a **LG Titan de 20kg**, equipamento de alta capacidade que amplia a eficiência operacional das lojas. Com maior volume por ciclo, a máquina permite reduzir o tempo de atendimento, aumentar a produtividade da operação e elevar o potencial de faturamento dos franqueados, especialmente em regiões com alta demanda residencial, condomínios compactos, famílias grandes e consumidores que buscam praticidade fora de casa. A novidade também reforça uma mudança importante no setor: em um mercado pressionado por custos, mão de obra e concorrência, a rentabilidade passa cada vez mais pela

capacidade de fazer a unidade girar melhor, com processos simples, equipamentos robustos e menor ociosidade. “Tecnologia, para nós, não é acessório. É parte da equação econômica da loja. Quando uma máquina aumenta a capacidade por ciclo, ela melhora a experiência do consumidor e ajuda o franqueado a operar com mais eficiência, sem depender apenas de aumento de preço”, diz Oliveira.

Além da expansão comercial e da inovação operacional, a marca transforma seu stand em um **hub de relacionamento** com a realização do **Leaders Connection**. O espaço reunirá 32 grandes franqueadores de diferentes setores, criando uma agenda voltada a networking, troca de experiências e geração de negócios. A iniciativa amplia o papel da feira: mais do que um ambiente de exposição de marcas, a ABF passa a funcionar como um ponto de conexão entre operadores, investidores, fornecedores e lideranças que estão lidando com desafios semelhantes, como expansão regional, treinamento de franqueados, padronização, tecnologia e retenção de consumidores. A marca também apresenta o **Minutinho**, novo mascote oficial da rede, criado para aproximar a comunicação com o consumidor, humanizar o autoatendimento e reforçar a lembrança da marca em um setor no qual experiência, confiança e presença visual têm peso crescente na decisão de compra.

Com as novidades, a Lavanderia 60 Minutos tenta posicionar a ABF como uma vitrine de expansão, tecnologia e relacionamento no franchising brasileiro. A estratégia combina uma condição comercial mais agressiva para atrair candidatos, um equipamento de maior capacidade para sustentar produtividade, uma agenda de relacionamento com franqueadores e uma comunicação mais leve com o consumidor final. Em um mercado que já superou os R\$ 300 bilhões e cresce em praticamente todos os segmentos, a disputa não será apenas por abrir novas unidades, mas por provar que cada operação consegue ser eficiente, replicável e relevante na rotina das cidades. Para as lavanderias expressas, esse movimento pode ser decisivo: quanto mais o consumidor busca conveniência e quanto menor fica o espaço dentro dos imóveis, maior tende a ser o espaço para modelos que resolvem tarefas domésticas com velocidade, padronização e escala.

Sobre o Grupo Hi

<https://grupohi.com.br/>

O **Grupo Hi** é a holding por trás da maior rede de lavanderias self-service da América Latina, a **Lavanderia 60 Minutos**. Fundado em 2015 por **Isaelson Oliveira**, o grupo revolucionou o mercado com um modelo de franquia inovador, acessível e escalável, unindo tecnologia, sustentabilidade e conveniência para transformar a experiência de higienização têxtil.

Com um crescimento exponencial, a rede encerrou 2024 com 1,5 milhão de clientes fidelizados e um faturamento de R\$ 150 milhões, além de **890 unidades ativas** e um ambicioso plano de expansão para atingir **1.400 lojas** e internacionalizar

a rede de lavanderias self-service em breve para países como Estados Unidos e Portugal. Esse avanço é impulsionado pela recente entrada de **João Kepler**, CEO da Equity Group, como investidor e chairman do conselho.

O **Grupo Hi** se diferencia pela criação e desenvolvimento de soluções inteligentes, como os armários automatizados **Laundry in Box**, os produtos biodegradáveis **HiPlim**, e a digitalização dos serviços com plataformas como **BolePix**, um meio de pagamento próprio, e **HiChat**, um chat e voicebot baseado em inteligência artificial desenvolvido pela **IKLI**, braço tecnológico do grupo. Além disso, a empresa se preocupa com o **desenvolvimento dos seus colaboradores**. Através do programa **HI Academy**, a empresa disponibiliza cursos e grupos de aprendizado e destina 4 horas da carga horária semanal para que a equipe possa se dedicar a adquirir mais conhecimento.

Com um olhar estratégico para o futuro, o Grupo Hi não apenas lidera o setor de lavanderias self-service, mas também projeta um **valuation** de **R\$ 1 bilhão** nos próximos três anos, consolidando-se como referência global em inovação, franquias e soluções sustentáveis, além do foco em fazer o primeiro **IPO** do setor.