

Previmune estreia na ABF Franchising Expo com modelo de microfranquia e plano de expansão nacional

Rede especializada em vacinação apresenta pela primeira vez seus modelos de negócio ao mercado de franquias e projeta chegar a 40 unidades até o fim de 2026

A rede de clínicas de vacinação **Previmune** participará pela primeira vez da **ABF Franchising Expo**, principal feira de franquias da América Latina, levando ao público um modelo de negócio que une saúde, prevenção e conveniência. A estreia acontece poucos meses após a entrada da FarMelhor como sócia estratégica da rede, movimento que acelerou os planos de expansão da marca e ampliou sua visibilidade junto ao mercado de franquias.

Durante o evento, que acontece entre 24 e 27 de junho em São Paulo, a rede apresentará dois formatos de operação, com destaque para a Previmune Flex, modelo de microfranquia desenvolvido para funcionar em espaços reduzidos e que pode ser instalado dentro de farmácias, clínicas médicas e consultórios. O objetivo é democratizar o acesso à vacinação e ampliar a presença da marca em cidades de diferentes portes.

Atualmente, a Previmune possui 22 unidades em operação distribuídas pelos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Paraná, Pará, Bahia, Pernambuco, Sergipe e Alagoas. A meta é encerrar 2026 com 40 operações.

"A participação na ABF Expo marca um momento importante da nossa trajetória. A entrada da FarMelhor como sócia trouxe escala, inteligência de expansão e uma visão ainda mais ampla sobre o papel da vacinação dentro do ecossistema de saúde. Queremos mostrar ao mercado que é possível construir um negócio rentável e, ao mesmo tempo, gerar impacto positivo na saúde da população", afirma o **médico André Luiz Silva, fundador da Previmune**.

Mercado em expansão

A estreia da Previmune na feira acontece em um momento de forte crescimento do mercado de vacinação privado no Brasil.

Dados da IQVIA apontam que o setor movimentou R\$ 2,9 bilhões nos últimos 12 meses encerrados em novembro de 2025, crescimento de 30,8% em relação ao período anterior. O destaque ficou para o canal farmácias, que registrou expansão de 82,8% e alcançou participação de 14,1% no mercado.

O movimento acompanha uma mudança importante no comportamento do consumidor. Se antes a vacinação era percebida principalmente como uma necessidade infantil, hoje a busca por imunização está cada vez mais associada aos conceitos de longevidade, prevenção e qualidade de vida.

"O brasileiro está assumindo um papel mais ativo na gestão da própria saúde. A vacinação deixou de ser apenas uma proteção contra doenças específicas e passou a fazer parte de uma estratégia mais ampla de cuidado e prevenção", diz André Luiz Silva.

Microfranquia amplia acesso ao empreendedorismo

Um dos destaques da participação da rede na ABF Expo será a **Previmune Flex**, formato desenvolvido para operar em áreas a partir de oito metros quadrados e com **investimento inicial a partir de R\$ 70 mil**.

A proposta atende ao crescimento das microfranquias no país e busca atrair investidores interessados em ingressar no setor de saúde com um modelo enxuto e escalável.

Além da Flex, a rede também apresentará a Previmune Select, formato tradicional de clínica da marca, com investimento inicial a partir de R\$ 135 mil e estrutura de pelo menos 20 metros quadrados voltada para atendimento ampliado.

Segundo a empresa, os dois modelos podem ser utilizados de forma complementar por franqueados interessados em construir uma operação multicanal de serviços de imunização.

Inteligência de dados e IA no centro da operação

A expansão da rede é apoiada por um ecossistema tecnológico que utiliza inteligência de mercado, geolocalização e análise de dados para identificar oportunidades de crescimento.

A empresa trabalha com plataformas que analisam perfil demográfico, hábitos de consumo e demanda regional para orientar decisões de expansão e operação.

Além disso, ferramentas baseadas em inteligência artificial auxiliam no acompanhamento da jornada do paciente, enviando lembretes automáticos para reforços vacinais e conclusão dos esquemas de imunização.

"A tecnologia nos ajuda a garantir eficiência operacional, mas principalmente a melhorar a adesão dos pacientes aos calendários vacinais. O objetivo não é substituir o cuidado humano, mas ampliá-lo", afirma André Luiz Silva.

Interiorização como oportunidade

A Previmune enxerga potencial crescente em cidades de médio e pequeno porte. A estratégia da companhia é aproveitar a capilaridade da FarMelhor e a demanda crescente por serviços preventivos para levar a vacinação a regiões que historicamente tiveram menor acesso a esse tipo de atendimento.

Segundo a empresa, a combinação entre envelhecimento populacional, aumento da expectativa de vida e maior conscientização sobre prevenção cria um cenário favorável para a expansão da vacinação privada em todo o país.

Raio-X da franquia Previmune

Fundação: 2017

Início da franquia: 2022

Associada ABF: Sim

Associada ABF desde: 2026

Investimento total aproximado: Previmune Flex – R\$ 70 mil | Previmune Select – R\$ 135 mil

Taxa de franquia: Previmune Flex – R\$ 30 mil | Previmune Select – R\$ 50 mil

Capital de giro: Previmune Flex – R\$ 10 mil | Previmune Select – R\$ 30 mil

Royalties: Fica entre 5,5% a 3,25% sobre o faturamento

Fundo de propaganda: Não possui

Área mínima: Previmune Flex – 8 m² | Previmune Select – 20 m²

Número de pessoas na operação: Previmune Flex – 1 pessoa | Previmune Select – 2 pessoas

Faturamento médio mensal: Previmune Flex – R\$ 60 mil | Previmune Select – R\$ 130 mil

Lucro líquido médio: 25%

Prazo de retorno: Previmune Flex – a partir de 18 meses | Previmune Select – a partir de 24 meses

Número de unidades: 27

Informações para imprensa:

Marcia Fonseca

MD Content.PR

marcia.f@md.com.br - (11) 96378 0821