



Vetores do Varejo

Lyana Bittencourt



Grupo BITTENCOURT apresenta, na ABF Franchising Expo 2026, diagnóstico gratuito para empresas que querem franquear

Ferramenta mede maturidade operacional de negócios e avalia o grau de preparo das empresas para expansão por meio de franquias

Consultoria leva cinco marcas coexpositoras ao evento para apresentar diferentes jornadas de expansão no franchising

O Grupo BITTENCOURT estará presente na ABF Franchising Expo 2026, considerada a maior feira de franquias do mundo, que será realizada de 24 a 27 de junho, no Expo Center Norte, em São Paulo. A participação da consultoria terá como foco uma discussão central para o setor: a diferença entre desejar crescer e estar, de fato, preparado para franquear.

Para apoiar empresários nessa avaliação, o Grupo apresentará no evento o Diagnóstico de Franqueabilidade, uma ferramenta online e gratuita que ajuda a identificar se o negócio reúne condições reais de replicação antes de avançar para um projeto de franquias.

Em aproximadamente cinco minutos, o usuário responde a 30 perguntas estratégicas e recebe uma pré-análise sobre o estágio de maturidade da empresa.

A ferramenta pode ser acessada gratuitamente pelo link abaixo:

<https://diagnostico.bittencourtconsultoria.com.br/franqueabilidade>

A proposta não é enquadrar empresas em uma fórmula genérica, mas entender o nível de preparo da operação para sustentar uma expansão em rede. “É importante ressaltar que essa análise não é conclusiva por si só. O diagnóstico funciona como uma avaliação inicial de maturidade e potencial de expansão; é um ótimo começo para as empresas que desejam ingressar no franchising”, destaca Lyana Bittencourt, CEO do Grupo BITTENCOURT. A empresa destaca, no entanto, que a validação completa da franqueabilidade de um negócio exige aprofundamentos estratégicos, operacionais, financeiros e jurídicos mais detalhados.

De acordo com a executiva, um equívoco frequente no mercado é associar bom desempenho comercial à capacidade de expansão. “É comum encontrarmos empresas que conquistaram relevância no mercado, apresentam crescimento consistente e atraem cada vez mais clientes, mas, que ainda não possuem processos estruturados e padrões bem definidos, além de dependerem excessivamente do fundador. Essas fragi-



lidades costumam surgir justamente quando chega o momento de expandir”, afirma.

Entre os aspectos avaliados no diagnóstico estão a existência de processos documentados, o uso de indicadores, a capacidade de transferir know-how, a maturidade operacional, a estrutura de suporte, a viabilidade financeira da expansão e o grau de dependência da operação em relação ao fundador.

Para Lyana, a presença do Grupo BITTENCOURT na ABF Expo reforça seu papel de liderança e referência no setor ao ser uma das consultorias pioneiras no Brasil em fomentar decisões de expansão qualificadas. “É necessário trazer uma visão mais acurada sobre expansão consistente porque isto depende de método, previsibilidade e capacidade de transformar o conheci-

mento do negócio em uma operação replicável, sem perder padrão, eficiência e qualidade à medida que a rede avança”, declara.

Parceiros de negócio

Nesta edição, a consultoria leva para a ABF Expo uma amostra concreta do seu trabalho especializado no desenvolvimento, expansão e gestão de redes de franquias e negócios, reunindo em seu estande cinco marcas que traduzem diferentes jornadas de expansão no franchising.

Como clientes da consultoria e coexpositoras, a F45 Training e a Giuliana Flores apresentarão ao público suas estratégias de crescimento no Brasil. As duas marcas chegam ao evento em momentos distintos, mas tendo em comum, a estruturação de modelos de expansão apoiados por método, visão de rede e consistência operacional.

A **F45 Training**, rede global de *studios* boutique de treinos que unem Força, Funcional, Cardio e Híbridos, presente em mais de 70 países, inicia sua operação no Brasil com plano de crescimento e projeção de até 1.000 unidades nos próximos cinco anos. Recém-inaugurada no Rio de Janeiro, a marca chega ao país sob liderança de Alex Pedron, com estratégia baseada em franquias, sócios regionais e unidades próprias estratégicas.

A **Giuliana Flores**, referência nacional de presentes e flores, participa da ABF Expo pelo segundo ano consecutivo. A expectativa é encerrar 2026 com mais de 50 novas franquias, ampliando a presença física de forma estruturada e preservando a experiência que consolidou a empresa. Antes de completar um ano de expansão, a marca já conta com 26 franquias vendidas e 21 abertas.

O estande também será ponto de encontro para outras coexpositoras: a **Stupendo**, referência em gelatos premium com mais de 30 anos de sucesso, avança em seu plano de expansão por franquias para levar sua reconhecida qualidade a novos mercados; a **Baff's**, rede de salgaderia e cafeteria fundada em 2006, que avança no franchising com um modelo voltado a diferentes formatos de operação, como

lojas, quiosques e food bikes; e a **High Line American School**, franquia de colégio bilíngue com metodologia americana, que inicia sua expansão mirando o segmento de educação premium.

40 anos de expertise

No seu portfólio de serviços, a BITTENCOURT promove consultoria completa para a expansão de franquias, incluindo a formatação detalhada do negócio, estudo técnico do modelo, definição do perfil do franqueado, projeções financeiras, desenvolvimento de um plano de expansão até a gestão completa da rede. “O processo de formatação de franquias precisa ser muito bem estruturado e, por isto, envolve uma série de etapas que precisam ser cumpridas, além de estudos prévios para a verificação de sua viabilidade. Fazemos um mergulho na empresa”, destaca Lyana.

O objetivo é chegar a um modelo de sucesso para o franqueado e ganho de escala para a franqueadora. “Apoiamos a elaboração dos documentos jurídicos essenciais, além do mapeamento dos processos para a transferência de *know-how* e estruturação da franqueadora para que ela ofereça o suporte sólido para as redes de franquias”, declara Lyana.

(*) - CEO do Grupo BITTENCOURT, consultoria fundada em 1985, que é especializada em franchising e desenvolvimento, gestão e expansão de redes de negócios. A companhia contabiliza mais de 3000 projetos com grandes marcas, de diversos setores do varejo.

BITTENCOURT 40 ANOS
INTELIGÊNCIA EM REDES DE NEGÓCIOS

Construir melhor para gastar menos: a nova lógica da sustentabilidade

Alberto Kunath (*)

Durante muito tempo, sustentabilidade foi tratada na construção civil como um “plus”: algo desejável, mas opcional. Um discurso bonito para relatórios institucionais, distante da planilha de custos e das decisões estratégicas. Esse raciocínio já não se sustenta. Hoje, construir de forma sustentável deixou de ser uma escolha ideológica e passou a ser um imperativo econômico.

As estimativas do setor apontam que os resíduos da construção e demolição (RCD) representam entre 30% e 40% de toda a massa de resíduos gerados no país. É um número que revela não apenas um impacto ambiental expressivo, mas uma ineficiência estrutural. Cada caçamba descartada carrega também tempo perdido, material desperdiçado, dinheiro que não volta e processos que poderiam ser mais inteligentes.

Em um mercado pressionado por custos elevados, margens cada vez mais estreitas e prazos rigorosos,

continuar operando com alto nível de retrabalho e desperdício não é apenas insustentável do ponto de vista ambiental, é arriscado do ponto de vista do negócio. Sustentabilidade, aqui, não se trata de plantar árvores ao final da obra, mas de redesenhar o modo de construir.

Métodos mais industrializados demonstram que é possível reduzir drasticamente perdas de material, consumo de água, geração de entulho e imprevisto no canteiro. Ao transferir parte relevante do processo para ambientes controlados, com planejamento, padronização e precisão, a obra deixa de ser um campo de incertezas para se tornar uma operação previsível. E a previsibilidade é valor econômico.

Construir com menos resíduos significa gastar menos com insumos, transporte, descarte e correções. Significa também cumprir prazos com maior consistência, reduzir conflitos entre etapas e entregar qualidade mais homogênea. Em outras palavras, sustentabilidade passa a ser sinônimo de

eficiência não só antes, como durante a obra e, especialmente, entregando produtos com melhor performance operacional para as décadas ou séculos de vida útil de uma edificação.

O mercado já percebeu isso. Investidores, incorporadores, clientes finais e até o poder público começam a exigir obras mais limpas, rápidas e responsáveis. Não por altruísmo, mas porque compreendem que empreendimentos mais eficientes são também mais seguros, mais valorizados e mais competitivos.

A construção civil sempre foi um setor que reage lentamente às mudanças. Mas o contexto atual não permite mais inércia. Sustentabilidade deixou de ser discurso e passou a ser critério de decisão. Quem entender isso primeiro não estará apenas construindo melhor. Estará ocupando um espaço que, em breve, não terá mais lugar para quem insiste em desperdiçar.

(*) Cofundador e CEO da Kronan, empresa de Inteligência Industrial Aplicada à Construção que está transformando o modo de construir no Brasil.

Velocidade média da internet fixa no Brasil cresceu 72% em três anos

Streaming, home office, aula online, chamadas de vídeo, jogos e dezenas de dispositivos conectados ao mesmo tempo passaram a fazer parte da rotina das famílias brasileiras. Com essa mudança, a internet que há poucos anos atendia bem deixou de acompanhar o novo padrão de consumo. Reflexo disso é que a velocidade média da banda larga fixa no Brasil cresceu 72% nos últimos três anos, saltando de 79 Mega para 136 Mega, segundo levantamento do comparador Melhor Escolha.

Para Hadassa Rodrigues, Especialista em Telecomunicações do Melhor Escolha, esse número traduz uma mudança estrutural no setor. “Nos últimos três anos, o Brasil passou por uma transformação na infraestrutura de telecomunicações. A fibra óptica é uma grande responsável por isso, pois chegou em regiões que antes dependiam de tecnologias muito mais lentas, o que acabou refletindo diretamente nas médias de velocidade registradas”.

A competição entre provedores teve papel decisivo nesse movimento. “O avanço dos provedores regionais também foi um dos respon-

sáveis por esse crescimento. Eles entraram em mercados em que as grandes operadoras ainda não atendiam bem, e isso forçou uma melhora geral na qualidade dos serviços em todo o país”, complementa a especialista.

O levantamento também mostra diferenças importantes entre os estados brasileiros. Em 2025, o Distrito Federal registrou 158 Mega de média, seguido por São Paulo (153 Mega) e Paraná (144 Mega), enquanto estados como Bahia e Ceará registraram 99 e 110 Mega, respectivamente, ficando abaixo da média nacional. Para Hadassa, fechar essa lacuna entre as regiões mais conectadas e as que ficaram para trás é o próximo desafio do setor.

“A velocidade média do país evoluiu muito nos últimos anos, mas ainda existe uma desigualdade no acesso à internet banda larga de qualidade. Em muitas regiões, as pessoas ainda enfrentam limitações que impactam desde o trabalho e os estudos até o acesso a serviços básicos do cotidiano. O próximo passo do setor é garantir que esse avanço chegue de forma mais equilibrada em todo o país”, finaliza Hadassa.

