

Estratégia busca ganho de escala com operação enxuta e apoio em tecnologia, em um dos segmentos financeiros que mais crescem no país

A Embracon, uma das maiores administradoras de consórcios do país, lançou um modelo de franquia digital com baixo investimento inicial como parte de sua estratégia para ampliar participação em um mercado que segue em crescimento e ainda apresenta baixa penetração no Brasil.

O modelo tradicional de franchising, mesmo em formatos home based, exige altas taxas de entrada e capital para instalação. A Embracon, ao lançar sua franquia digital, rompe definitivamente com essa barreira, posicionando-se como pioneira no país ao oferecer uma solução democrática, flexível e perfeitamente alinhada às expectativas da nova geração de empreendedores, que buscam autonomia, baixo risco e o sólido respaldo de uma administradora especializada no segmento.

A iniciativa acompanha a expansão do setor. Segundo dados da ABAC (Associação Brasileira de Administradoras de Consórcios), o sistema reúne atualmente cerca de 12,7 milhões de consorciados ativos. O número ainda é distante do total da população economicamente ativa do país, estimada em mais de 108 milhões de pessoas, indicando espaço relevante para avanço da modalidade.

Com a nova franquia digital, a companhia busca aumentar sua capilaridade comercial sem a necessidade de expansão física, apoiando-se em tecnologia, dados e um modelo de operação mais enxuto. O formato permite que franqueados atuem sem obrigatoriedade de ponto físico, utilizando plataformas digitais, ferramentas de CRM e atendimento remoto.

O movimento também acompanha uma mudança no perfil do empreendedor brasileiro, que tem buscado modelos de negócio com menor custo de entrada, maior flexibilidade e possibilidade de atuação digital.

“Estamos ampliando o acesso ao modelo de franquias dentro de um setor que ainda tem muito espaço para crescer. A proposta é combinar escala, eficiência e uma operação mais flexível, mantendo o padrão de qualidade e governança da rede”, afirma Leila Lopes, diretora de franquias da Embracon.

A estrutura foi desenhada para suportar crescimento em escala, com uso de tecnologia proprietária, automação de processos, gestão de leads baseada em dados e acompanhamento contínuo de indicadores de performance. A operação também conta com valores de comissionamento atrativo, trilhas de capacitação, treinamentos, suporte comercial e diretrizes padronizadas de atendimento.

Apesar da proposta com baixo custo de entrada, o modelo mantém critérios de seleção. Os candidatos passam por avaliação de perfil conduzida por um comitê interno, responsável por garantir alinhamento com os padrões da

marca.

A expectativa da empresa é que o novo formato contribua para ampliar o alcance do consórcio no país, em linha com a crescente busca por alternativa de planejamento financeiro sem juros e com maior previsibilidade.

Para mais informações e para se cadastrar como um futuro franqueado, acesse embracon.com.br/franquias/franquias-digitais.

Sobre a Embracon Franchising

Há mais de 35 anos no mercado de consórcios, a Embracon é uma administradora especializada em consórcio de automóveis, motos, imóveis, veículos pesados e serviços, que já entregou mais de meio milhão de bens. A Embracon Franchising é uma marca associada à ABF (Associação Brasileira de Franchising) e foi reconhecida pelo 2º ano consecutivo com o Selo de Excelência em Franchising 2026, concedido pela associação, destacando a qualidade no relacionamento com seus franqueados. A franqueadora exige um investimento inicial a partir de R\$ 150 mil e o pagamento de royalties por parte do franqueado. O payback e o breakeven podem chegar em 9 meses. O faturamento mensal mínimo previsto é de R\$ 3 milhões.

Fonte: Máquina Cohn & Wolfe, em 27.03.2026