

FRANQUIAS NO BRASIL: MAPEAMENTO E MONTAGEM DE BANCO DE DADOS

Thiago Viana Ferdinando¹, Ed de Almeida Carlos, Edson Sadao Izuka
Administração, Centro universitário da FEI
Thiagov.ferdinando@gmail.com e esadao@fei.edu.br

Resumo: O projeto visa construir uma base de dados empíricos das redes de franquias brasileiras associadas à ABF. O uso de bases de dados é relevante, por exemplo, para identificar segmentos mais destacados no mercado de franquias, aqueles com melhor desempenho, com vistas a obter o entendimento e proposição de pesquisas na área, relevantes nos âmbitos acadêmico e prático. Assim, a partir da construção do banco de dados, espera-se viabilizar pesquisas futuras sobre Franquias, no campo acadêmico e do Empreendedorismo no Brasil.

1. Introdução

O modelo de franquias vem se mostrando um propulsor para o empreendedorismo, pois quando um empreendedor opta por comprar uma franquia em vez de abrir um negócio próprio individualmente, busca correr menos riscos, ao juntar-se a um sistema já testado, ao crer no valor da marca do franqueador e em suas parcerias, cabendo a ele, empreendedor, apresentar as condições financeiras e gerenciais para conduzir o negócio, no papel de franqueado [1].

Embora o termo “franquias”, em consultas em sites de busca, apresente resultados ligados a licenças, uso de marca, royalties, entre outros, o modelo de negócio que se denomina franquia vai além disso, podendo ser definido como: um negócio cuja operação é copiada e transferida para outro ponto comercial com autorização de quem detém os direitos e criou tal modelo, baseado no sucesso da transferência de *know-how* entre franqueador e franqueado [2].

Um importante aspecto na relação franqueador-franqueado é a sinalização do grau de liberdade que um franqueado pode ter em sua unidade, dando clareza à responsabilidade esperada de cada uma das partes, visando a redução de conflitos entre elas [3].

Tais considerações levam à busca pelo aprofundamento do conhecimento dos dados sobre *Franchising* no Brasil, para avaliação não apenas da situação atual, mas especialmente, de oportunidades de avanços junto a setores que eventualmente necessitem de estudos acerca de suas práticas e eventuais melhorias, como: diferenças entre estilo de gestão e resultados para franqueadores e franqueados; comparativo entre franqueadores com administração familiar e os “profissionalizados” e seus impactos em resultados, se houver, por exemplo.

2. Metodologia

A construção desse trabalho de base de dados foi realizada para se obter dados empíricos para trabalhar questões ligadas às principais lentes teóricas em franquias, como a teoria da escassez dos recursos (que

tem raízes na teoria baseada em recursos da firma e na dependência de recursos – indicando uma possível razão que leva o franqueador a usar o modelo de franquias para a expansão de seus negócios), teoria da agência (para a análise dos conflitos entre franqueadores e franqueados), além de teorias voltadas ao estudo dos custos de transação e de direitos de propriedade [4].

Na primeira etapa da pesquisa, consultou-se os anuários Guia de Franquias ABF 2019 (todas as informações, exceto faturamento por rede) [5] e Guia de Franquias PEGN/Serasa 2019 [6] (que apesar de ter um número menor de redes e informações, apresenta os dados de faturamento das redes), para obtenção das principais redes de franquias ligadas aos sete segmentos de negócios com melhor performance (2018/19), quanto a faturamento: (1) Alimentação; (2) Saúde, Beleza e Bem-estar; (3) Serviços e Outros Negócios; (4) Moda; (5) Serviços Educacionais; (6) Hotelaria e Turismo e (7) Comunicação, Informática e Eletrônicos. Os números de tal levantamento encontram-se na Tabela I.

Tabela I - Franquias por setor - redes com mais de 5 anos e crescimento de lojas e faturamento 2018/19.

Setor	Total de Redes	Com + de 5 anos	Cresc.Lojas e Fatur.	% das redes com + 5 anos
Alimentação	258	244	8	3,3%
Saúde, Beleza e Bem-estar	168	155	8	5,2%
Serviços e Outros Negócios	69	61	1	1,6%
Moda	130	125	4	3,2%
Serviços Educacionais	97	87	6	6,9%
Hotelaria e Turismo	16	15	1	6,7%
Comunicação, Informática e Eletrônicos	40	37	0	0,0%
Total	778	724	28	3,9%

Na segunda fase, foram realizadas pesquisas referentes aos fundadores das 28 redes que tiveram crescimento de lojas e de faturamento, bem como foi iniciado processo de tentativa de contato com tais empreendedores. No final de junho, começou-se os disparos dos e-mails para contato, porém devido à pandemia de COVID19 – grande parte dessas redes de franquias são ligadas a atividades de varejo e serviços – observou-se uma dificuldade na obtenção de retorno (mesmo que negativo). Ao final desse processo, em agosto de 2020, foi possível a realização de 5 entrevistas semiestruturadas, dentre as 28 franquias acessadas.

Tabela II – Redes de Franquias com crescimento de faturamento e número de lojas, entre 2018 e 2019.

Nome da Rede	Segmento	Nome do(s) Fundador(es)
Croasonho	Alimentação	André Hanquet e Regina Severo
Griletto	Alimentação	Ricardo José Alves
Hot N' Tender	Alimentação	Dany Levkovits
Montana Grill Express	Alimentação	Ricardo José Alves (comprador)
Parmeggio	Alimentação	Marcelo Rocha e Sergio Olmos
Pizza Crek	Alimentação	Paulo Rogério M. Silva
QG Jeitinho Caseiro	Alimentação	Paulo Roberto e Maria Cristina Carvalho
Rei do Mate	Alimentação	Kalil Nasraui
Emagrecentro	Saúde, Beleza e Bem-estar	Edson Ramuth
ITC Vertebral	Saúde, Beleza e Bem-estar	Helder Montenegro
Magrass	Saúde, Beleza e Bem-estar	Paulo Córdova
Mercadão dos Óculos	Saúde, Beleza e Bem-estar	Celso Silva
Orthodontic	Saúde, Beleza e Bem-estar	Ana Lúcia Massi, Claudia Consalter, Edmilson Pelarigo e Fernando Massi
Orthopride	Saúde, Beleza e Bem-estar	Fabio T. Toshimitsu Fujioka e Alexandre A. Soares
Pello Menos Depilação	Saúde, Beleza e Bem-estar	Regina Jordão
Sorridents	Saúde, Beleza e Bem-estar	Carla Sarni
NTW Contabilidade	Serviços e Outros Negócios	Ricardo Aguiar e Walter Teixeira
Casa das Cuecas	Moda	Mauro Zaborowsky
Constance	Moda	Cassio Noronha
Tip Top	Moda	Eugenio Saverin (fundador) e David Brobow (CEO)
Usaflex	Moda	Juersi Lauck (fundador) e Sérgio Bocayuva (CEO)
Influx English School	Serviços Educacionais	Ricardo Leal, Eduardo Leal, Leonardo Paixão e Paulo Tavares
Instituto Mix	Serviços Educacionais	Alex Cavalheiro
KNN Idiomas	Serviços Educacionais	Reginaldo Boeira
Park Idiomas	Serviços Educacionais	Eduardo Pacheco e Paulo Arruda
Rockfeller Language Center	Serviços Educacionais	André Belz
Yes!	Serviços Educacionais	Carlos Diogo (falecido) e Clodoaldo Nascimento
CI	Hotelaria e Turismo	Celso Garcia e Victor Baseggio

Foram entrevistados (destacados na Tabela II), entre 15 de julho e 17 de agosto: Walter Teixeira (NTW – Contabilidade), Paulo Rogério (Pizza Crek – Alimentação), Sérgio Bocayuva (Usaflex – Calçados), Regina Jordão (Pello Menos – Depilação) e Clodoaldo Nascimento (Yes! – Idiomas). As entrevistas foram não presenciais (dada a pandemia de COVID19), agendadas previamente e gravadas com o uso do Microsoft Teams, com duração média de 60 a 90 minutos cada.

3. Resultados

Nas entrevistas, buscou-se explorar aspectos como: local de nascimento, histórico familiar, experiências pessoais e profissionais prévias e formação acadêmica do entrevistado, com o objetivo de identificar eventuais aspectos que possam vir a ser associados ao bom desempenho das redes de franquias.

Não foi possível sinalizar que a formação acadêmica tenha relação direta com os resultados de suas redes de franquia - apenas o fundador da NTW Contabilidade tem seu negócio diretamente associado à sua formação (Contador), sendo que os demais entrevistados apontam ter formação não diretamente relacionada a seu ramo de atuação. No entanto, fizeram cursos de gestão e buscaram “apoio junto a outros empreendedores”, especialmente no início de seus negócios.

No que tange à história de vida, a maioria dos fundadores relatam uma origem familiar humilde – periferias de São Paulo (Paulo Rogério), Rio de Janeiro (Clodoaldo e Regina) e Minas Gerais (Walter), infelizmente, devido ao tamanho relativamente pequena da amostra, não se é possível afirmar relação da vida pessoal com o êxito no empreendimento, entretanto, em futuras pesquisas sugere-se um levantamento mais extenso de empreendedores de tal forma a verificar em que medida tal constatação faz sentido.

4. Conclusões

Pode-se verificar que: os setores de Serviços Educacionais (6,9%) e Saúde, Beleza e Bem-estar (5,2%) apresentaram os maiores percentuais de redes com crescimento do faturamento e do número de lojas, ao passo que o setor de Comunicação, Informática e Eletrônicos não teve nenhuma rede.

Das entrevistas com os fundadores de redes com resultados destacados, o aspecto mais mencionado pelos entrevistados foi a relação de sua origem humilde com a dedicação ao seu negócio, como forma de “vencer na vida”, sinalizando ser tal aspecto passível de ser estudado com maior profundidade em estudos futuros.

5. Referências

- [1] ABF - Desempenho do Franchising 2018. Disponível em www.abf.com.br. Acesso 20.nov.2019.
- [2] e [3] SEBRAE - O sistema de franquias. Disponível em <http://www.sebrae.com.br>. Acesso em: 05.jun.2019.
- [4] DANT, R. P.; GRÜNHAGEN, M.; WINDSPERGER, J. Franchising Research Frontiers for the Twenty-First Century. *Journal of Retailing*, v. 87, n. 3, p. 253–268, 2011.
- [4] WERNERFELT, B. A Resource-Based View of the Firm Birger. *Strategic management journal*, v. IALA Guide, n. 1095, p. 1–12, 2013.
- [4] GALLINI, N. T.; WRIGHT, B. D. Technology transfer under asymmetric information. *RAND Journal of Economics*, v. 21, n. 1, p. 147–160, 1990.
- [5] ABF – Guia de Franquias ABF 2019.
- [6] PEGN – Guia de Franquias PEGN/Serasa 2019.

¹ Aluno de IC do Centro Universitário FEI. Projeto com vigência de 08/19 a 09/20.