

AS ESTRATÉGIAS DAS ASSOCIAÇÕES DE FRANQUEADOS NAS RELAÇÕES COM O FRANQUEADOR

Autor: Telmo José Magalhães da Silva

Orientador: Prof. Dr. Pedro Lucas de Resende Melo

Há escassez de publicações nacionais que analisam franquias nas questões sociais e estas acabam se concentrando nas questões estratégicas e econômicas. Nota-se, internacionalmente, uma emergente demanda de publicações sobre associações de franqueados, inédita nas publicações brasileiras, apresentando-se como grande campo a ser explorado pelos pesquisadores brasileiros. O significativo crescimento do sistema de franquias e as relações de conflitos existentes entre franqueadores e franqueados destacam o papel das associações de franqueados como atores responsáveis pela sustentabilidade nas relações dentro do sistema de franquias. No Brasil, o sistema de *franchising* obteve, no ano de 2014, crescimento de 11,9%, com faturamento de R\$115 bilhões, com 2.703 redes de franquias. As relações de franqueadores e associações de franqueados podem afetar o sistema de *franchising*, resultando em aumento ou diminuição de conflitos, confiança e cooperação. Nesse contexto, este estudo tem por objetivo descrever quais são as estratégias adotadas pelas associações de franquias nos relacionamentos entre franqueador e franqueados. Trata-se de uma pesquisa descritiva, que utiliza como processo a pesquisa qualitativa e emprega como métodos de coleta de dados entrevistas em profundidade e questionários com os atores da referida rede. Espera-se que os resultados obtidos contribuam com a gestão na rede de franquias, na criação de associações de franquias como oportunidades de crescimento e diferenciação nos negócios de franquias.