

ESTRATÉGIA DE INTERIORIZAÇÃO EM REDES DE FRANQUIAS

Autora: Renata Tedeschi Delgado

Orientador: Prof. Dr. Pedro Lucas de Resende Melo

Este trabalho tem como objetivo analisar o modelo de negócios das franquias brasileiras e, dentro desse universo, estudar o fenômeno da interiorização. No Brasil, o sistema de franquias vem sendo muito utilizado por pequenos empreendedores, inclusive como forma de superar a crise econômica que atingiu o país em 2015. Segundo dados da ABF de 2016, o faturamento das franquias passou de aproximadamente 88 bilhões, em 2011, para mais de 151,2 bilhões, com crescimento de 8,3% em relação a 2015. São quase 1,2 milhões de empregos diretos e mais de 90.000 postos de trabalho no Brasil. Com números tão significativos, a expansão entre os municípios brasileiros ocorreu de forma orgânica, com o objetivo de expansão das marcas e aumento da lucratividade, uma vez que os mercados de cidades com grande densidade demográfica se encontram em estágio de maturidade, com crescimento abaixo do desejado. Ainda segundo a ABF, dos 5.570 municípios brasileiros, 2.243 possuíam franquias em 2015, ou seja, mais de 40% das cidades contam com o modelo de negócio do tipo *franchise*. Estuda-se também o ambiente institucional, no qual a figura do empreendedor se faz presente. Analisa-se o impacto que o ambiente institucional pode causar nos empreendimentos e qual a relação que pode ter com a aderência do modelo de franquia escolhido para determinado município. A pesquisa caracteriza-se por ser de natureza quantitativa, com base em dados secundários. São analisadas as variáveis que tornam esses novos mercados atraentes e como se dá a estratégia de expansão.

Apoio PROSUP-CAPES