

**EUGÊNIO JOSÉ SILVA BITTI**

**FATORES DETERMINANTES DO CRESCIMENTO  
DE REDES DE FRANQUIA NO BRASIL**

São Paulo  
2012

**EUGÊNIO JOSÉ SILVA BITTI**

**FATORES DETERMINANTES DO CRESCIMENTO  
DE REDES DE FRANQUIA NO BRASIL**

Tese Apresentada à Escola Politécnica da  
Universidade de São Paulo para a obtenção do título de  
Doutor em Engenharia de Produção

**Área de concentração:** Engenharia de Produção

**Orientador:** Prof. Dr. João Amato Neto

São Paulo  
2012

## **FICHA CATALOGRÁFICA**

**Bitti, Eugênio José Silva**  
**Fatores determinantes do crescimento de redes de franquia**  
**no Brasil / E.J.S. Bitti - São Paulo, 2012. 200 p.**

**Tese (Doutorado) - Escola Politécnica da Universidade de**  
**São Paulo. Departamento de Engenharia de Produção.**

**1. Incentivos 2. Monitoramento 3. Ciclo de vida 4. Franquia**  
**5. Estratégia organizacional I. Universidade de São Paulo. Escola**  
**Politécnica. Departamento de Engenharia de Produção II.t.**

## DEDICATÓRIA

À minha esposa... Paula!  
Exemplo cotidiano de coragem,  
convicção e... para mim... de  
Tamanho!!!

Também à minha mãe... D.  
Sandra. Na questão "Ajuda Eterna",  
ainda estou em dívida!!!

## AGRADECIMENTOS

A meu Mestre de Filosofia, Dr. Celso Charuri... Rendo homenagens! Quisera eu alcançar o que tanto pretendo ser: um discípulo!

A meu Pai (*in memoriam*), cuja dedicação ao trabalho não tenho como esquecer.

Aos meus queridos irmãos, Ingrid e Eduardo, pelas mais diversas manifestações de apoio que recebi.

A meu Amigo André... Sempre a mão estendida manifestando Amizade... Que exemplo!

Ao Prof. Dr. João Amato Neto, meu orientador. Sou grato pela acolhida e confiança.

À Associação Brasileira de Franchising (ABF) nas figuras de Ricardo Camargo e Rogério Feijó.

A meu sogro, Claudino... E claro, minha sogra Eliane, a qual tem participação direta neste trabalho.

A Artur, Raul, Carol, Guilherme e Laura... Todos queridos.

Ao bom Aloízio... Quanta Paciência! O mesmo digo para Fernando e Bianca.

A meus grandes... Grandes Amigos. Izabel, Affonso, Gabi, João Pedro, Soraia, Rosário, Paulo, Cris, Marcelo, Alex, Andrea, Hugo, William, Ana, Alessandra, Silvia, Adriano, Rogério, Margarida, Adauto, Suely... Enfim, a todos os Amigos, conscientes e inconscientes. Muito obrigado.

A meus colegas de FUCAPE... Maira e Jadir, Rodrigo, Fabrício e Vinícius. Adriana e Demuner. Continuo extremamente grato pela convivência daqueles tempos, tão útil até hoje... E também a meus colegas de POLI-USP e FEA pelo convívio.

Minha gratidão à Lídia, Priscila, Marlene e toda equipe do Departamento de Engenharia de Produção da Escola Politécnica da USP.

Minha cara Gilzeli... Assessora para assuntos “*excélicos*”!!!

Agradeço ainda a alguns dos “cicerones” que tive na chegada a São Paulo:  
Prof. Dr. Welington Rocha e Bruno Souza.

A Guiomede Guilardi, Renato Martins e demais colegas que tão bem me receberam na Estratege naqueles árduos primeiros dias em São Paulo.

*“A base falsa, o erro, o princípio que vocês adotaram para a construção de um Mundo Bem Melhor tem sido "modificar o meio para modificar o homem". Ou seja, vocês consideram que o homem é produto do meio. Aí está o erro. Homens que são produto do meio são homens com "h" minúsculo e como poderia alguém pequeno, minúsculo, imperfeito, construir um meio perfeito, maiúsculo?!”.*

Dr. Celso Charuri

## RESUMO

Uma das perspectivas pioneiras na explicação do fenômeno *franchising* é a de que esse formato organizacional proporciona crescimento rápido de redes de unidades de negócio. No entanto, poucos trabalhos empíricos discutem os determinantes do crescimento de redes de franquia. Diferenças entre os setores da indústria e entre as características das redes estão relacionadas a fatores de influência distintos, os quais carecem de investigação. Neste trabalho, 376 redes associadas à Associação Brasileira de *Franchising* (ABF) foram analisadas para verificar alguns dos determinantes do crescimento do número de unidades na rede. Evitando taxonomias arbitrárias, o estudo segrega as redes em grupos de comportamento estratégico. Tal comportamento deriva diretamente da especificidade de ativos desenvolvidos ao longo do ciclo de vida das redes (efeito *path dependence*). Testou-se em seguida se o crescimento é afetado pela perspectiva de risco moral de franqueados e pela variação nos incentivos estabelecidos pela rede. Os resultados apontam para efeitos benéficos da reputação e experiência de redes maduras em sua relação com franqueados. Além disso, são obtidos alguns novos *insights* sobre a relação de redes de franquia com o setor de *shopping centers* e a presença cada vez maior de redes de franquia em mercados emergentes no cenário brasileiro.

Palavras-chave: franquia, estratégia organizacional, incentivos, monitoramento, ciclo de vida.



## ABSTRACT

A traditional claim about *franchising* phenomenon is that this arrangement provides faster network's growing. However, few studies investigate the determinants of growth of franchised chains. Distinctions between both industries and franchise chains issues are related to different influencing factors, which needs further research. In this study, 376 networks associated with the Brazilian *Franchising Association* (ABF) were analyzed in order to identify some of the determinants of chain size growth (the number of chain's outlets). While it avoids arbitrary taxonomies, the study secretes sample chains into strategic behavior groups. Such a behavior derives directly from the assets specificity developed during the life-cycle of franchised chains in the sample (path dependence effect). Tests were applied checking whether growth is affected by the prospect of franchisees moral hazard, as to the variation in the incentives mechanisms established by franchisors. The results suggest beneficial effects of both reputation and experience in mature chains related associated franchisees. Additionally, the study provides some new insights into the franchise and shopping malls industry interaction, and the increasing presence of franchise networks in emerging markets in the Brazilian scene.

Keywords: *Franchising*, firm strategy, incentives, monitoring, live-cycle.

## Lista de Quadros

Quadro 1 – Hipóteses Recorrentes na Pesquisa em TA e TRE.....	633
Quadro 2 – Síntese da Literatura usada no Referencial Teórico.....	654
Quadro 3 – Exemplo da Operacionalização da Variável “Mercados Emergentes” (fonte: elaborado pelo autor). .....	12021
Quadro 4 – Construtos Teóricos – Determinantes do Crescimento .....	12122
Quadro 5 – Sumarização dos setores mencionados na ABF .....	12425
Quadro 6 – Variáveis empregadas na identificação dos grupos estratégicos (fonte: elaborado pelo autor) .....	13334
Quadro 7 – Variáveis empregadas na análise dos determinantes do crescimento (fonte: elaborado pelo autor) .....	13435
Quadro 8 – Variáveis em Carney e Gedajlovic (1991) .....	13637
Quadro 9 – Hipóteses e construtos em Combs e Ketchen (2003) .....	13637
Quadro 10 – Dimensões e variáveis .....	13738
Quadro 11 – Procedimento de Games-Howell .....	14648
Quadro 12 – Resumo da descrição dos grupos com os determinantes do crescimento das redes vinculadas (fonte: elaborado pelo autor). .....	18183

## Gracias por visitar este Libro Electrónico

Puedes leer la versión completa de este libro electrónico en diferentes formatos:

- HTML(Gratis / Disponible a todos los usuarios)
- PDF / TXT(Disponible a miembros V.I.P. Los miembros con una membresía básica pueden acceder hasta 5 libros electrónicos en formato PDF/TXT durante el mes.)
- Epub y Mobipocket (Exclusivos para miembros V.I.P.)

Para descargar este libro completo, tan solo seleccione el formato deseado, abajo:

