



**16a21
OUT
2017**

XV MOSTRA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA

VII SALÃO DE EXTENSÃO, PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO

O atendimento às normas da ABNT é de responsabilidade dos autores.



OS MOTIVOS QUE LEVAM UM INVESTIDOR A OPTAR PELO FRANCHISING E A SUA RELAÇÃO COM A FRANQUEADORA - ESTUDO DE CASO MÚLTIPLO

Graduação: Administração

Área temática: Ciências Sociais Aplicadas

Resultados: Resultado Final

Forma de apresentação: Pôster

Taine Cristina Lopes¹ - Luiz Alberto Krummenauer²

RESUMO

Este artigo tem como tema o franchising, e seu objetivo geral é o de analisar os motivos que levam um investidor a se tornar um franqueado. Tem como objetivos específicos compreender a relação entre o franqueador e o franqueado, destacando o papel de cada parte; identificar e apresentar os motivos que levam um investidor a optar pelo sistema de franquia; mencionar os desafios (desvantagens) de se tornar um franqueado; e verificar as obrigações que o envolvem. Como forma de compreensão do tema, abordou-se, na fundamentação teórica, o surgimento do franchising no mundo e no Brasil; franchising: conceito e terminologias; o franqueador; o franqueado; e franchising e marketing. Para tanto, nesta pesquisa, adotou-se o método dedutivo; quanto ao procedimento, a monografia; quanto aos objetivos, a pesquisa é exploratória; quanto aos procedimentos técnicos, caracteriza-se como um estudo de caso múltiplo, bibliográfica e qualitativa. Treze questões constituíram um questionário aberto, aplicado em uma amostra não probabilística por acessibilidade, constituída por três empresas franqueadas, pelas quais responderam quatro sócios, uma vez que se limitou a apenas sócios. A análise de dados deu-se de forma interpretativa, comparando os resultados ao referencial bibliográfico. Através deste trabalho, foi possível verificar que os principais motivos que atraem os investidores são o modelo de negócio organizado e o menor risco, sendo que, manter o modelo de negócio é o principal desafio para os franqueados. A principal obrigação também é manter o modelo consolidado, assim como prestar informações à franqueadora.

Palavras-chave: Franchising. Franqueado. Motivos. Modelo.

REFERÊNCIAS

RIBEIRO, Adair. et al. *Gestão estratégica do franchising: como construir redes de franquias de sucesso*. 2. ed. rev. e ampl. São Paulo: DVS Editora, 2013.

¹ Acadêmica das Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT. tainelopes@hotmail.com

² Professor Orientador das Faculdades Integradas de Taquara - FACCAT. luizk@faccat.br



**16a21
OUT
2017**

XV MOSTRA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA

VII SALÃO DE EXTENSÃO, PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO

O atendimento às normas da ABNT é de responsabilidade dos autores.


FACCAT
www.faccat.br

MARICATO, Percival. *Franquias: bares, restaurantes, lanchonetes, fast-foods e similares*. São Paulo: Editora Senac, 2006.

RIBAS, João A. Suckow. *Confidencial: Por dentro de uma franquia*. Caxias do Sul: Maneco, 2006.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE. Sistema de Franquias. 2016. Disponível em:
<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/franquias_portal_sebrae.pdf>. Acesso em: 02 abr. 2017.