

Título: "SE MINHA FRANQUIA FALASSE": ANÁLISE E PROPOSIÇÃO DE CENÁRIOS ESTRATÉGICOS PARA FRANQUIAS DE ALIMENTAÇÃO EM SHOPPING CENTER

Ana Luiza Pereira Aquino[1]
Ana Luiza Pinheiro de Maia[2]
Christian Daniel Dias de Oliveira[3]
Iasmim Emanuelle Souza Alves[4]
Lílian Lopes de Souza[5]
Sergio André Dias Silva[6]
Simone Gelmini Aráujo[7]

Introdução: O setor de franquias tem apresentado crescimento no Brasil, sendo apontado como alternativa para empreendedores que buscam modelos de negócio estruturados e com menor nível de incerteza operacional (ABF, 2025). O sistema de franchising permite a replicação de modelos previamente testados, com padronização de processos, suporte técnico e utilização de marcas já inseridas no mercado. Nesse contexto, o empreendedor desempenha papel relevante no desenvolvimento econômico, ao promover inovação e dinamização das atividades produtivas (Schumpeter, 1982). Esse processo contribui diretamente para o fortalecimento do mercado local e para a geração de oportunidades de emprego e renda, especialmente em cidades de médio porte. Além disso, o modelo de franquias envolve relações contratuais que influenciam o desempenho das unidades franqueadas, especialmente no que se refere ao suporte oferecido e à padronização das operações (Cohen; Silva, 2000). O cumprimento dessas diretrizes é fundamental para garantir a qualidade dos produtos e serviços prestados ao consumidor final. Entretanto, o sistema também envolve custos, como royalties e taxas de propaganda, além de limitações relacionadas à autonomia do franqueado e à dependência de diretrizes estabelecidas pela franqueadora. Esses fatores podem impactar diretamente a lucratividade do negócio, exigindo planejamento e análise prévia por parte do investidor. Diante disso, torna-se essencial compreender como essas variáveis interferem no desempenho das franquias e na tomada de decisão dos empreendedores. A análise dessas características permite identificar oportunidades e riscos associados ao investimento. Diante disso, o presente estudo tem como objetivo analisar franquias do segmento de alimentação instaladas no Montes Claros Shopping, em Minas Gerais, a fim de propor cenários estratégicos com base em variáveis estruturais e mercadológicas. **Método:** Trata-se de uma pesquisa de natureza descritiva e explicativa, com abordagem qualitativa, desenvolvida por meio de levantamento de campo e pesquisa documental, conforme orientações metodológicas de pesquisa científica (Gil, 2022). Esse tipo de pesquisa permite compreender fenômenos complexos por meio da análise detalhada de situações reais. A coleta de dados foi realizada em quatro etapas. Inicialmente, foi feito um levantamento presencial no Montes Claros Shopping, identificando vinte e nove operações de alimentação. Esse mapeamento inicial foi importante para entender a dimensão do segmento dentro do empreendimento. Em seguida, essas informações foram confrontadas com dados disponíveis no site institucional, sendo observadas divergências entre as fontes. Esse processo evidenciou a necessidade de verificação criteriosa das informações para garantir maior confiabilidade dos dados analisados. Posteriormente, foi realizada a verificação da natureza das empresas por meio de consulta a sites oficiais e redes sociais, com o objetivo de identificar quais estabelecimentos operavam no modelo de franquia. Essa etapa contribuiu para refinar a amostra e evitar inconsistências na análise. Na etapa final, foram realizadas visitas complementares para esclarecimento de informações, resultando na exclusão de

unidades que não se enquadravam como franquias. Esse procedimento garantiu maior precisão na delimitação do universo pesquisado. Ao final, a amostra foi composta por doze franquias. As variáveis analisadas incluíram royalties, taxa de propaganda, número de unidades e posicionamento de mercado. A escolha dessas variáveis se justifica por sua relevância na avaliação do desempenho e da atratividade das franquias. A análise dos dados foi realizada por meio de análise de conteúdo, conforme Bardin (2011), permitindo a categorização das franquias e a construção de cenários estratégicos comparativos. Essa técnica possibilitou organizar as informações e identificar padrões relevantes entre os dados coletados, contribuindo para uma interpretação mais aprofundada dos resultados. **Resultados:** Os dados indicam que o Montes Claros Shopping apresenta diversidade de operações no segmento de alimentação e fluxo significativo de consumidores, configurando-se como espaço relevante para instalação de franquias. Esse ambiente favorece a competitividade entre as marcas e amplia as possibilidades de escolha para os consumidores. A análise das doze unidades permitiu a construção de quatro cenários estratégicos. No primeiro cenário, que relaciona número de unidades e taxa de royalties, observa-se que franquias como McDonald's, Giraffas e Milky Moo apresentam valores de royalties próximos a 5% e elevado número de unidades, indicando maior presença de mercado. Esse cenário demonstra maior consolidação e reconhecimento das marcas junto ao público consumidor. No segundo cenário, que considera número de unidades e taxa de propaganda, franquias como Casa da Esfiha, Hakuna Batata e Açaí Tropical apresentam menor quantidade de unidades e taxas de propaganda entre 2% e 5%, indicando possibilidade de expansão em mercados menos explorados. Esse contexto pode representar oportunidades estratégicas para novos investidores. No terceiro cenário, que relaciona validação da marca e custo de royalties, redes como Subway e Spoleto apresentam maior número de unidades e taxas mais elevadas, indicando maior custo associado ao uso da marca. Nesse caso, o investimento está diretamente relacionado ao nível de reconhecimento da empresa no mercado. No quarto cenário, que analisa a relação entre royalties e taxa de propaganda, observa-se variação entre as franquias, com algumas apresentando maior dependência de ações locais de marketing. Essa dependência pode influenciar diretamente no desempenho da unidade franqueada. Esses resultados estão alinhados com estudos que apontam a importância da relação entre custos e suporte no desempenho de franquias (Melo; Borini, 2014). Além disso, evidenciam que a escolha da franquia deve considerar não apenas os custos envolvidos, mas também o suporte estratégico oferecido pela franqueadora. De forma geral, os resultados demonstram que as franquias apresentam características distintas, que impactam diretamente na estratégia e na tomada de decisão dos investidores. **Discussão:** Os resultados indicam que variáveis como royalties, taxa de propaganda e número de unidades influenciam diretamente o posicionamento das franquias e a decisão dos investidores. Franquias consolidadas apresentam maior segurança e reconhecimento, porém com custos mais elevados, enquanto redes menores demonstram potencial de expansão, com maior nível de incerteza. Os achados estão alinhados à literatura ao evidenciar que o equilíbrio entre custo e suporte da franqueadora é determinante para o desempenho das unidades (Melo; Borini, 2014), bem como a importância da padronização e do suporte operacional (Cohen; Silva, 2000). Assim, observa-se que a escolha da franquia deve considerar não apenas a marca, mas a análise conjunta das variáveis estudadas e do perfil do investidor, contribuindo para decisões mais estratégicas. **Conclusão/Considerações Finais:** Conclui-se que a escolha de uma franquia envolve a análise conjunta de variáveis como custos, suporte oferecido e presença de mercado. Os resultados indicam que diferentes franquias apresentam características distintas, que podem se adequar a diferentes perfis de investidores. O estudo atingiu seus objetivos ao identificar, categorizar e analisar franquias do segmento de alimentação, bem como ao propor cenários estratégicos a partir das variáveis analisadas. Além disso, contribui para ampliar a compreensão sobre o funcionamento do sistema de franchising no contexto local. Como limitações, destaca-se a análise restrita a um único shopping center e a dependência de informações disponíveis em fontes públicas, que podem apresentar desatualizações. Outro aspecto relevante refere-se à ausência de dados financeiros mais detalhados,



o que poderia enriquecer ainda mais a análise realizada. Recomenda-se, para pesquisas futuras, a ampliação do estudo para outros contextos e a inclusão de variáveis financeiras mais detalhadas. Também se sugere a realização de estudos comparativos entre diferentes regiões, a fim de compreender melhor o comportamento do setor. Por fim, destaca-se a importância de análises estratégicas no processo de escolha de franquias, contribuindo para decisões mais seguras e fundamentadas por parte dos investidores.

Palavras-chave: Franquias. Empreendedorismo. Estratégia. Alimentação. Shopping Center.

Referências:

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE FRANCHISING (ABF). **Desempenho da franchising brasileira 2024**. Disponível em: https://www.abf.com.br. Acesso em: 05 out. 2025.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

COHEN, M.; SILVA, J. F. O impacto das decisões estratégicas no desempenho dos franqueados em fast-food. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 4, n. 2, p. 109-131, 2000.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2022.

MELO, P. L. R.; BORINI, F. M. **Internacionalização de franquias brasileiras**. São Paulo: Atlas, 2014.

SCHUMPETER, J. A. **A teoria do desenvolvimento econômico**.. São Paulo: Abril Cultural, 1982.



Tabela 1. Relação entre Royalties e N° de unidades das franquias.

Ordem	Franquia	Royalties	Nº de Unidades	Nível de Equilíbrio	Cenário
1º	Casa da Esfiha	2%	7	Baixo equilíbrio	Rede local, baixo custo
2º	Giraffas	5%	386	Médio equilíbrio	Rede nacional estável
3º	Jah	5%	152	Baixo-médio equilíbrio	Boa aceitação local
4º	McDonald's	5%	2.704	Alto equilíbrio	Rede nacional estável
5º	Milky Moo	5%	580	Médio equilíbrio	Marca em expansão
6º	Açaí Tropical	5% a 10%	+100	Médio equilíbrio	Boa presença regional
7º	Hakuna Batata	5% a 10%	38	Baixo-médio equilíbrio	Marca jovem em expansão
8º	Spoleto	6% sobre faturamento bruto	381	Médio-alto custo	Marca consolidada, maior investimento
9º	Subway	8%	+1.600	Alto custo	Marca global, royalties elevados
10º	Berry's	8%	+70	Alto custo	Marca emergente, custo elevado
11º	Fini	R$ 2.800,00 (fixo)	400	Médio equilíbrio	Custo fixo, previsível e regional
12º	Cacau Show	Variável	4.661	Alto equilíbrio	Marca consolidada e validada pelo mercado

Fonte: Elaborado pelos autores (2025)